销售培训方案简短范文（素材下载20篇）

销售培训方案简短范文篇1

一、 前言

_公司作为一家处于高速发展期的企业，现有人才的缺口及后备人才的储备问题是迫不及待的。我司目前的销售部门正处于新老交替、逐步成熟和完善的阶段，因此作为新老员工各自肩负着不同的责任和使命：即老员工应该及时地总结和归纳自己的工作经验;与公司其他同事及领导充分沟通;完善和框架化自身的知识与技术能力以期能整理出一套行之有效的、可复制的和规范化的工作方法作为公司销售团队成长和发展的基础。而新员工则应该端正心态、虚心学习、以与公司共同成长为目标、恪守职业操守、踏实工作，以期快速进入工作状态，逐步成为公司销售的中坚力量。

本计划将完整地阐述本人对于我司新员工培训的思路与实施办法，未尽之处，望各位同仁不吝赐教。

二、 新员工培训计划的目的

1、 使新员工了解公司的企业文化及业务内容

2、 使新员工明确我司销售岗位的职责及职业操守

3、 培养新员工正确的工作态度及方法

4、 帮助新员工快速投入工作

5、 贯彻公司的销售政策及团队建设方针

三、 新员工培训计划的宗旨

本计划的宗旨是以软硬兼施，恩威并重：所谓软，即用公司文化和培训带教者的个人魅力感染新员工;所谓硬，即把科学的方法、实际的经验完整而彻底传授给新员工;所谓恩，即采用适当的激励措施激发新员工的工作热情;所谓威，即以严格的管理手段帮助新员工养成规范而良好的工作习惯。

四、 新员工培训计划的内容

1、 行业概况、企业文化、公司概况及业务范围培训

为新员工介绍我司所处之数据库营销行业的发展及现状;我司目前的市场地位及发展历程;我司的企业文化及组织结构;我司主营业务介绍;我司未来的发展战略和展望。

2、 我司销售人员的工作职责及工作方法培训

我司销售团队目前的结构、人数、各职位的职能与职责;公司其他相关部门简介;业务流程培训;日常工作内容介绍;公司相关规章制度培训;工作方法培训。

3、 经验传授与案例分析

资深销售传授各方面工作技巧及心态把控;方案制作技巧培训;我司经典案例解析;电话邀约话术演练;面谈演练

4、 实际操作培训

由资深销售(帮带老师)带新员工进行电话邀约、客户面谈、方案制作、合同撰写等实际操作练习，由资深销售记录过程及进行评估，反馈给公司管理层并留档。

5、 帮带制度

每位新员工必须被制定一位资深销售作为其帮带老师，帮带老师负责监督和管理新员工的培训、工作情况，定期生成报告，反馈给公司管理层并留档。帮带老师的绩效将与新员工的培训评估结果挂钩。

6、 新员工绩效考核

制定专门针对新员工的绩效考核标准以达激励之目的。制定专门针对新员工的工作制度以帮助新员工规范而快速地进入状态。

五、 新员工培训计划的执行方案

1、 第一天上午进行内容(1)的培训，时间约为 10：00 至 11:00。并于上午尽量完成新员

工的入职手续、资料领取(销售必要资料如各类 ppt、word 文档及其他公司资料等)和位置、电脑安装的工作。

2、 第一天下午进行内容(2)的培训，时间约为 13:00 至 14:30。要求新员工作必要的记录，

讲师负责检查并提改进意见。

3、 第一天下午进行内容(3)第一部分(除各种演练外)的培训，时间约为 15:00 至 17:00。

该培训应以实用性、互动性为主，气氛务求轻松热烈，充分展现讲师的销售能力及个人魅力，这一点至关重要，藉此可大大提升新员工对我司及其工作的认同度与热情。

4、 第二天上午进行内容(3)第二部分(演练)培训，时间约为 9:30 至 10:30。此次培训的主要内容是复习之前的知识并借由演练检验新员工的掌握程度，讲师在演练过程中必须给与正确的意见和建议，纠正新员工的种种误解与错误。此次培训的互动比例应占到 70%以上，是以新员工表达为主，讲师纠正鼓励为辅。

5、 第二天上午最后由公司领导结训。时间约为 11:00 至 12:00。内容主要是总结此次培训的成果、指出新员工的长处及不足、对新员工未来的工作作出展望与要求。是为誓师之举。

6、 由第二天下午开始新员工必须跟随帮带老师一同工作，要做到老师在哪里，新员工也在哪里。为期一周至两周(时间长度还需经过讨论方可确定)。期间帮带老师必须带新员工完成以下工作内容：a、电话邀约示范不得少于 50 通(暂定)b、客户拜访不得少于 5 次(暂定)c、合同撰写每类产品不得少

少于一份 d、方案撰写不得少于 3 份(暂定)e、项目执行观摩一次 f、新员工工作小结一份并附帮带老师评语 g、其他(待定)

7、 帮带期满之后进行新员工培训成果考核。该考核由销售部门主管与帮带老师共同进行，

具体内容将在下一章详细阐述。

六、 新员工培训效果的评估办法

1、 评估人员：销售部门主管及帮带老师

2、 评估内容：

A、 工作态度：出勤、培训时表现是否积极、日常工作完成度、与帮带老师相处是否融洽

B、 培训成果：相关知识掌握程度、演练效果评估、方案撰写能力评估、合同撰写能力评估、电话邀约效果评估、客户面谈效果评估

C、 工作成果：出单数、出单总金额、出单率(成交数/意向数)评估

D、 培训记录总结：相关培训记录汇总及总结

3、 评估方法：

A、 帮带老师须就所有上述培训内容分别给予新员工一定的评价并整理成一份评估报告送交部门主管参考

B、 参考公司的考勤及日常考核记录

C、 部门主管分别与帮带老师及新员工就此次培训作一次单独面谈作为考核参考

D、 由一位非部门主管及帮带老师的资深销售与新员工做一次客户面谈情景演练，部门主管与帮带老师旁观，并根据过程及结果做出评价。

E、 综合上述情况出具新员工培训效果评估结果，并以此为标准制定新员工的底薪、绩效工资、其他福利或奖励等标准，并以此为标准给予帮带老师一定的奖励或惩罚。

销售培训方案简短范文篇 2

第一，接手部分冷门茶叶销售工作。茶叶销售，热销茶叶销售做得好不算什么本事。把难卖的冷门茶叶卖得好才叫本事，为此我准备接手部分冷门茶叶销售工作。

第二，申请茶叶销售专属区域。总结过去一段时间的茶叶销售情况，我认识到为茶叶销售划出专属区域非常重要。新一季我就准备向超市方面申请划出茶叶销售专属区。

第三，开展茶叶销售促销活动。开展一部分茶叶品质的促销活动，“买一送一”、“买茶叶送茶杯”、“茶叶送咖啡”等活动都要相继开展起来。

第四，尽量利用节假日时间，推出有特色的茶叶销售方案。比如立春的茶叶大礼包，入夏的茶叶一朵花。

第五，适当开展茶叶网上销售。虽然茶叶网络销售不是什么好主意，但是为了拓展销售渠道，还是应该在网上开展销售，尝试一下。

销售培训方案简短范文篇 3

家具导购员是家具销售一线人员，在不考虑家具品牌、质量与款式的情况下，导购员对于家具销售起着至关重要的催化因素。

第一，热忱服务。要以饱满的热情面对每位顾客。注意与客户的沟通技巧，抓住客户的购买心理，全心全意为顾客服务。

第二，熟悉家具。了解我们商店每款服饰的特点，对于衣服的款型，模型，颜色，价格，面料，适合穿着场合，适合人群做充分了解。

第三，树立严谨工作作风。不断完善商店家具导购员工作纪律，规范家具导购员工作行为，严防工作组织涣散、凝聚力不强、各顾各工作的情况发生。

第四，扩大销售网络。逐步建立商店的品牌声誉，定期安排兼职人员发放商店家具促销传单。进一步拓展商店电子商务环境，建立起商店的网络营销阵地。

第五，加强销售能力。定期对于全店 20 名家具导购员进行销售培训，锻炼培养大家的销售能力。

销售培训方案简短范文篇 4

1、在短时间内加强业务学习，开拓视野，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

2、了解同行及区域内情况和需求，例如分区分片。我住在辽师附近，可先从沙河口区开始。

3、争取每周有新客户增加，或者潜在客户。发展社会关系，利用朋友圈子了解、发展客户。如果运气好的话，相信会有所收获。

4、网上收索需求客户，发展客源。

5、每周做好周工作小结，每月做好月，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

6、要多了解客户的状态和需求，做好准备工作。

7、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

8、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

产品介绍

整合企业资源，加快信息流通，规范办公流程，提高办事效率。

新思创OA融合了当前最流行的管理思想，即对工作流、信息流和知识管理的规范管理和增值利用，为用户提供了一个先进、高效的信息化工作平台。对管理层而言降低管理成本，提高管理力度；对员工而言，降低工作内耗，提高工作效率。

新思创OA将人从繁琐、无序、低端的工作中解放出来处理更有价值、更重要的事务，整体提高了企业办事效率和对信息的可控性，使企业管理趋于完善，提高执行力，最终实现单位市场竞争力全面提升的目标。

整合企业资源

1、通过网络技术将企业的人力资源、客户资源、知识资源、经验资源、硬件资源、制度资源、文化资源等集成在一个平台上进行管理使用。

2、资源整合，实现各种资源的互相促进和增值，创造企业发展的最优环境，促进企业发展。

3、对人力资源、客户资源实现更加有效地控制和管理，保持稳定的工作团队和客户关系。

4、有效积累公司优秀员工的知识、技能、经验、心得并向所有员工开放，使员工互相学习，快速提高业务水平，达到事半功倍的效果。

5、将企业的产品、各种办公用品等硬件资源进行分类管理，更加方便、可靠、透明，发挥他们最大的功效。

6、建立正规、科学、开放的企业的制度和文化，保持企业旺盛的生命力，保证企业健康持续发展。

加快信息流通

1、下达的文件、通知、任务可以在几秒钟内同时传达到相关人员，无任何中间环节。

2、员工的意见和建议都可以畅通无阻的直接反馈到最高领导层，便于及时发现问题、改进过程和发现人才。

3、即使是外地的员工或分支机构也可以时时保持和公司的沟通，保持紧密的联系。

4、所有员工都可以在第一时间知道公司的最新动态和政策，更加关注公司发展。

5、所有员工都能及时了解公司产品的库存、价格、销量等信息，及时调整工作。

6、下属可以在第一时间将工作进度和市场信息反映给上级领导，使企业以快制胜。

7、工们能够在网上轻松、直接、公平的发言、交流，建立融洽的团队关系和企业文化。

规范办公流程

1、建立起一个紧密、协调、可靠、简单的管理机制，让企业充满活力，促进企业持续发展。

2、使员工责任明确，权限分明，具体事务落实到人，查有所依，杜绝推脱、扯皮现象。

3、公司的办公流程变得规范、有序，效率大大提高，执行力大大提高。

4、彻底消除信息传递中的阻塞、延误、失真，保证正确、及时的反应。

5、领导层可以清晰、准确的了解员工对某一事件的倾向性以做出正确的决策。

6、离职员工无法带走自己的客户资源，避免人员流动给公司带来的客户流失的风险。

7、通过网络而不是麻烦的电话来询问项目进度，从而节省大量时间、精力和电话费。

8、领导层可以及时关注下属的工作动态，及时发现问题，不会因为疏漏而丢掉重要的订单或客户。

9、员工们每天都记录下当天的工作内容和心得，领导层可以直接查看、指导。

10、企业可以免去比如诸如打印、分发、打电话、找人等诸多困扰，节约纸张、人力等办公成本，将资源和精力、时间用于核心业务。

11、员工与员工、员工与领导之间可以方便、直接、充分的进行交流，通过正确的手段而不是凭个人交际能力来沟通。

提高办事效率

1、有效协调多部门之间的协同工作问题，实现高效协作办公。

2、信息流通速度成倍提高，带来员工反应速度的成倍提高。

3、可以快捷的同时给大量客户发送手机短信，保持密切、融洽、稳定的客户关系。

4、领导层能够方便的随时查看分配过的任务数量、领取人及其进度情况，跟踪监督以提高执行效率和力度。

5、员工能够清晰的查看到自己当前领取的各项任务状态以合理安排时间。

6、员工之间可以快捷的在线发送文件、通知和留言，不必打电话甚至亲自到处找人，时时沟通，节省时间，提高效率。

7、消除打印、复印、分发等诸多中间环节，沟通点对点，传递一指通。

8、随时随地都能够在网上快捷的查看各种资料，调阅并打印出来，省却了为看一份文件而到处寻找浪费掉的大量时间。

销售培训方案简短范文篇 5

告别 20__年，我们迎来了崭新的一年。经过去年三个月公司的培训，虽然积累了一些意向客户，但是不管在销售量或成交单位上，都与目标有着相当大的差距。以下是我今年的具体的目标以及计划安排。

一、市场分析

现在上海做电气品牌的代理商不计其数。其中有一部分商家通过抛售完成销售额，通过返点获得利润，还有一大部分为了取得订单，不惜低价出售，导致元器件这块的价格被不断压低，这部分的利润空间被压缩殆尽。但是由于我们公司的特殊性，我们必须要把利益最大化，这样才能做到盈利。在同行们价格拼杀的时候，我们只能在人性化的服务上下足功夫。首先我们要选准客户，找到那些真正能给你带来利润的优质客户，其次在跟这些客户真心交流的同时，把他们服务好，想他们所想，急他们所急。这样客户才会以价格上的优惠来回报给你，而不会一味杀价，形成一个良性循环。在获得利润的同时，我们还多的了一个朋友，何乐而不为呢。

二、20__年度以及季度目标

20__年，年度销售额目标达到200万，优质稳定客户达到_2家，一般客户达到40家。

三、月计划以及周计划

为了完成上面的目标，我制作了一份简单的计划，具体实施如下：

1、每个月的电话量达到500个，保持每天新客户的电话量在20-30个，并保持跟老客户的电话联系。

2、拜访量每个月为60家，每天的拜访客户为2-3家，其中

包括陌生拜访的客户。

3、意向较大客户新增每个星期增加_家。

四、总结

以上为我拟定的一份计划单，通过这份计划，能够促使我在20__年中更好的完成自己的工作，如果还有不够完善之处，恳请张总以及同事对我给予批评以及指点。

销售培训方案简短范文篇6

（一）、目标的确定：

我们都知道在推销之前，要制定一份销售计划，明确自己的销售目标，所谓目标就是我们内心对一项工作完成时所预期效果的描绘。业务员出访一定要确立目标。一个好的目标，在销售过程中应考虑两个方面：

1、销售目标：是否要求老客户增加订货量或定货品种；是否向新客户提出订货单。

2、行政目标：是否需要收回帐款；是否有投诉或咨询需要处理；是否需要传达公司新政策。

（二）、客户的选择：

1、选择客户依据：

应选择那些在同行里受到尊重、拥有垄断实力、服务水准最佳、销售额稳定、市场拓展能力强、有稳定顾客群的客户。

2、客户等级划分的依据

应根据客户的资信状况、经营规模、人员素质、仓储能力、运输能力、内部管理及组织机构及销售网络的覆盖范围，对客户进行等级划分。再根据公司政策、市场状况等因素决定目标客户，其作则列为后序名单或顺序名单。

3、M、A、N 法则

一般可以将准客户划分为三级：A 级-----最近交易的可能性最大；

B 级-----有交易的可能性，但还需要时间；C 级----依现状尚难判断。

判断 A 级客户的 M、A、N 法则如下：

M（MONEY）：

即对方是否有钱，或能否向第三者筹措资金。事先要了解对方的经济实力，不要贸然行为。

A（AUTHORITY）：

即你所极力说服的对象是否有购买的决定权，如果没有决定权，最终你将是白费口舌。在销售介绍的成功过程中，能否准确掌握真正的购买决定者是成功的一个关键。

N（NEED）：

即需要，如果对方不需要这种商品，即便有钱有权，你任何鼓动也无效。不过需要弹性很大。一般讲，需求是可以创造的，普通的业务员是去适应需求，而专业的业务员职责不在于只顾客需要与否，而在于刺激和创造出顾客的需求，从而开发出其内心深处的消费欲望。

（三）、行动计划的制定：

每个业务员都管理和控制着一个销售区域。为了达到公司制定的销售量或销售额，必须谨慎考虑并计划行程，

具体步骤如下：

1、客户分类：可以依据客户的重要性和增长潜能分成 A、B、C、D 四级：A 级客户：应安排在第一个星期出访，相应的，每日里也应该将重要的客户安排在上午拜访，以利用最佳的脑力和体力。

B 级客户：多是安排在第二星期出访，出于其数目较 A 级客户多，每家的拜访次数会相应减少；

C、D 级客户：应安排在第三个星期出访。

每四个星期应将你的精力集中于客户服务（维修、技术与操作），货品陈列收帐和计划下个月的工作方面。当然，销售员也可以据实情安排 ABCD 客户拜访计划，如每日、每周拜访客户中既有 A、B 级客户，以有 C、D 级客户，但无论怎样安排销售人员，应当明确知道，首期就拜访 A 级和 B 级客户，可以使自己及早掌握所需用负责的区域内部分营业额。由此，也可以帮助你提高信心和勇气，面对未来的挑战。

2、出访频率及形式：

作为销售员，身负完成公司的销售指标的任务，所以显而易见，销售员的销售重点应集中于那些销出迅速，账款回笼及时的客户。因此，销售员必须以定点巡回的方式反复多次地出访这类客户，以连续不断客户服务达成我们销售目标的`实现。

在激烈竞争的商场中，更要求销售员特别应保持极高频率和足够数量的拜访次数，以期用稳定的营业额连续的专业客户服务令竞争对手难以介入我们拥有的客户和市场。

3、增加出访比率：

每日出访客户的多少，会因业务员选择的客户等级不同而有所区别。根据权威资料统计，很多业务员每日花在真正销售呈献的时间不会超过 2 小时。按照良好的计划工作可以避免在区域内因纵横交错的拜访而导致出访时间不够充分。因此，谨慎而周详

的计划每日的工作可以增加出访次数，也可以确保每次出记访更有实效。最理想的是每日的出访行程都预先订下，且保证每次出访安排都是最经济、最有效的。

销售培训方案简短范文篇 7

(一)筹备组建企业，从筹备到试产 3-6 个月。

(二)可分期、分批投入资金、人员等。由小扩大逐步发展。原则:销售逐步增加，资金逐步投入，厂房逐步扩大，设备逐步增加，人员逐步增加。

(三)做食品市场应注意的问题(建议)

1、可采用多渠道并举(包括电子商务)的营销方式，并做好促销工作。力求尽快达到盈亏平衡点。尽快整合好进入主流渠道的各方面资源及配送体系。

2、尽快进入龙头店，带动二级店，并协调好代理商。并不断逐步扩展形成销售网络，并细分好渠道和食品市场。

3、逐步推广食品市场，扩大食品市场份额(占有率)。

4、逐步树立品牌和企业形象。

5、进一步把食品市场细分做透，扩展和延深，并适时推出新产品。

销售培训方案简短范文篇 8

在职培训要求销售人员一边工作，一边接受培训。这种方法既不影响工作，又提高了销售人员的素质，增强了他们的业务能力，是一种最常用的方法。下面是为大家整理的销售岗位岗前培训方案资料，提供参考，欢迎你的阅读。

销售岗位岗前培训方案一

(一)培训的内容。

一个企业销售人员的培训计划内容，常因工作的需要及销售人员已具备的才能而异，一般包括以下内容：

1.企业一般情况介绍(包括：企业的经营历史、重要性、地位、营销策略、企业文化等)。

2.销售产品的有关知识(包括：产品的用途、结构、品质、工艺、包装、价格、维护及修理办法等)。

3.有关产品销售的基础知识。

4.有关销售的技巧性知识。

5.有关销售市场的知识。

6.有关行政工作的知识。

7.有关顾客类型的知识。

(二)培训的方式。

销售经理要根据本企业的实际情况确定销售人员培训的具体方式。常用的培训方法主要有以下几种：

1.在职培训：在职培训要求销售人员一边工作，一边接受培训。这种方法既不影响工作，又提高了销售人员的素质，增强了他们的业务能力，是一种最常用的方法。

2.个别会议：由接受培训的销售人员个别参加讨论的会议。

3.小组会议：由若干接受培训的销售人员成立小组参加讨论的会议。

4.个别函授：企业培训部门根据具体情况，分别函授各个销售人员。

5.销售会议：有意识地让销售人员经常参加企业内部召开的销售会议，以达到培训的目的。

6.设班培训：企业定期开设培训班，系统地对销售人员进行培训。

7.通讯培训：利用通讯器材对销售人员进行培训。

(三)确定培训的时间。

销售经理在确定培训实践时，既要保证培训的效果，又不能过分地影响企业的正常业务。根据销售人员所处的不同职业阶段，培训时间可划分为：

1.新雇销售人员的培训，通常需要1-2周的时间。

2.老销售人员的培训，即经常培训，有以下几种情况：(1)每天半小时的培训。(2)每星期2小时的培训。(3)每两年1周至1个月的在职培训。(4)每5年1个月的集中培训。

3.进修培训。要根据企业的具体情况来确定时间的长短、每次受训的人数。

销售经理在确定销售人员的培训时间时，还要考虑到对培训时间有影响作用的因素。常见的影响销售人员培训时间长短的因素有：

1.产品因素。如果产品的工艺水平越高，技术要求越复杂，对销售人员的培训时间也应越长。

2.市场因素。市场上竞争对手越多，竞争越激烈，培训时间就应越长。

3.销售人员的素质因素。如果销售人员具有较全面的知识，有较高的悟性，培训时间相对来说就可以短一些。相反，如果销售人员素质平庸，花费的培训时间就应该长一些。

4.销售技巧因素。如果销售的商品是奢侈品，可选择的余地较大，要求销售员有高深的销售技巧，那么培训的时间就应该长一些。

5.培训方法因素。单纯的讲授，可能会花费较多的时间，相反，如果视听结合，培训时间可缩短一半。

(四)确定培训人员。

销售经理在制订培训计划时，也要确定培训人员。培训人员包括组织工作人员和讲授人员。

组织工作人员的工作包括：培训前的准备、培训中的服务、培训后的善后工作。

讲授人员既可以是企业内部的高级销售管理人员、富有经验的人员，也可以外聘常有专长的专家、教授。

(五)确定受训人员。

对销售经理来说，下属所有销售人员应该参加培训，以提高其业务素质。但是，在确定受训人员时，应注意以下几点：

1.受训人对销售工作有浓厚的兴趣，并且有能力完成销售任务。

2.受训人具有强烈的求知欲，即个人希望通过专业培训获得所需的知识与技能。

3.受训人应有学以致用的精神。

(六)确定实施的程序。

培训的实施应循序渐进，使新知识与受训人已知部分相结合，不宜重复或脱节，影响受训人的兴趣或引起知识的混淆。一般实施的程序如下：

1.最初培训。

企业新雇员培训，可使受培训人员获得销售工作所需的基本知识与销售技巧。

2.督导培训。

当企业成长或产品线变更后，销售人员的知识必须进行更新；当销售人员由一个地区调到另一个地区，也应该了解市场的情况；当产品的生产工艺或结构发生变化时，销售人员也应进行督导培训。

3.复习培训。

当顾客投诉增加或销售人员的销售业绩连续下滑时，销售经理就应该举办这种培训，使销售人员有复习销售技巧或讨论的机会。引导销售人员适应市场环境的变化，在其发生严重问题时，及时矫正任何不希望出现的行为。

销售岗位岗前培训方案二

期限：一周

第一日

上午认识公司

学员自我介绍——让销售员之间互相认识

介绍公司背景、公司架构、各部门的职能分工等(总经办)介绍公司的管理制度(人事部)

介绍部门的管理制度、奖惩制度及提成方案(销售部)

下午

介绍工作流程及所有的表格、单张、宣传资料等(销售部)

介绍所有健身器械的操作使用及功能、各种课程的内容和一些关于健身的常识(教练部)

第二日(销售部)

上午推销准备

一、熟悉产品

介绍公司卖点的所有卡种、价钱、优惠措施、会员须知等

二、了解市场

1、认识目标客户群

2、了解市场潜力

3、认识竞争对手

三、开发客户(配合演练)

1、寻找客户的方法

A、地毯式访问法——洗楼

B、连锁介绍法——旧客户介绍新客户

C、中心开花法——于特定范围内发展具有影响力的中心人物

D、个人观察法——从自己日常周围生活环境中寻找潜在客户

销售培训计划P22、如何判断客户

1)客户的类型

2)判断客户的购买需要

3)判断客户的购买能力

四、约见客户

1、约见前的准备

2、电话约见的技巧

下午亲身感受

一、了解竞争对手

分组到对手公司进行深入了解(设备、服务、价钱、优缺点等)

二、参与运动及课程，感受服务

第三日

上午会见客户(配合演练)

一、形象塑造

一个专业健身顾问的塑造

1)心灵要美

2)仪容仪表

3)个人仪态

4)建立自信

5)附带工具

二、设计开场白

好的开场白等于成功了一半

三、如何获得客户好感

1、先推销自己后推销产品

2、同顾客作朋友

四、诱发客户的购买欲

1、设计参观路线、介绍产品

销售培训计划P32、告知健身对其带来的好处

3、让客户亲身感受

五、基本的销售技巧

下午异议处理

一、客户拒绝的原因

二、细心聆听、分析

三、排除异议的技巧

1、顾客永远是“对”的，不可否定顾客，善用Yes…..But…..

2、根据不同类型对症下药

第四日

上午达成交易(配合演练)

一、客户的成交信号

二、促成技巧

下午售后服务及客户管理

一、售后服务

1、定期对客户进行回访(特别在重要的节日)

1)电话

2)短信

3)E-mail

4)书信、贺卡

2、客户健身时多与客户交谈，帮助解决其在健身过程中遇到的

问题

3、诱导客户介绍新客户

4、当公司有活动的时候，及时通知客户参与

5、对快到期的客户建议办理续卡手续

二、客户管理

1、客户分类

销售培训计划P41)未成交的客户

A、可以成交的

B、有意向的

C、代启蒙的

2)已成交的客户

先按卡种分类，再按开卡月份进行细分

2、客户记录的内容

1)未成交的客户

2)已成交的客户

第五日

上午个案分析及讨论

列举以往从销售过程中遇到不同程度的难题，让销售讨论解决方式

下午心得分享

由业绩好的个别销售分享工作过程中积累的经验、心得、方法等

第六日

上午综合质素

一、团队建设

1、互相帮助

2、避免抢客

二、心理调节

1、学会面对失败

2、有积极的人生观

3、控制情绪

三、目标设定

下午外出派单及销售实习

销售岗位岗前培训方案三

(一)培训的内容。

一个企业销售人员的培训计划内容，常因工作的需要及销售人员已具备的才能而异，一般包括以下内容：

1.企业一般情况介绍(包括：企业的经营历史、重要性、地位、营销策略、企业文化等)。

2.销售产品的有关知识(包括：产品的用途、结构、品质、工艺、包装、价格、维护及修理办法等)。

3.有关产品销售的基础知识。

4.有关销售的技巧性知识。

5.有关销售市场的知识。

6.有关行政工作的知识。

7.有关顾客类型的知识。

(二)培训的方式。

销售经理要根据本企业的实际情况确定销售人员培训的具体方式。常用的培训方法主要有以下几种：

1.在职培训：在职培训要求销售人员一边工作，一边接受培训。这种方法既不影响工作，又提高了销售人员的素质，增强了他们的业务能力，是一种最常用的方法。

2.个别会议：由接受培训的销售人员个别参加讨论的会议。

3.小组会议：由若干接受培训的销售人员成立小组参加讨论的会议。

4.个别函授：企业培训部门根据具体情况，分别函授各个销售人员。

5.销售会议：有意识地让销售人员经常参加企业内部召开的销售会议，以达到培训的目的。

6.设班培训：企业定期开设培训班，系统地对销售人员进行培训。

7.通讯培训：利用通讯器材对销售人员进行培训。

(三)确定培训的时间。

销售经理在确定培训实践时，既要保证培训的效果，又不能过分地影响企业的正常业务。根据销售人员所处的不同职业阶段，培训时间可划分为：

1.新雇销售人员的培训，通常需要1-2周的时间。

2.老销售人员的培训，即经常培训，有以下几种情况：(1)每天半小时的培训。(2)每星期2小时的培训。(3)每两年1周至1个月的在职培训。(4)每5年1个月的集中培训。

3.进修培训。要根据企业的具体情况来确定时间的长短、每次受训的人数。

销售经理在确定销售人员的培训时间时，还要考虑到对培训时间有影响作用的因素。常见的影响销售人员培训时间长短的因素有：

1.产品因素。如果产品的工艺水平越高，技术要求越复杂，对销售人员的培训时间也应越长。

2.市场因素。市场上竞争对手越多，竞争越激烈，培训时间就应越长。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/525130021200011132