

销售技巧总结心得体会怎么写(优秀 8 篇)

销售技巧总结心得体会怎么写篇 1

销售人员对电话谈判至少有如下四个普遍的误区：

1、认为在电话里很难把事情说清道明，具体的事务还是见面沟通比较方便。

2、不习惯在电话里进行谈判，不与买家面对面沟通感觉心理没底。

3、认为在电话里谈判是对买家不尊敬的表现。

4、认为电话只能起到约定谈判时间的作用。

不可否认，电话谈判确有一些缺点与不足，但如果运用得当，我认为还是利大于弊，关键在于销售人员是否能够扬长避短。我们先进行优劣势分析，随后告诉你如何进行电话谈判，最后进入模拟情景。

电话谈判的优劣势分析

劣势：

一、很难判断对方的反应

谈判中会涉及许多肢体语言，每一个细微的动作都会反映出对方此刻的心理状况，谈判高手能够通过察言观色来判断或修改对手及本方的谈判策略，从而建立谈判相对优势。

电话沟通只能了解到对方的语气，仅凭一点很难准确的分析出对方的真实意图，更何况谈判高手极可能会通过语音语调来迷惑你，从而加大你对他们底牌分析的难度。

销售一方通常会在谈判中处于被动局面，高水平的销售人会通过施展各种策略来影响买家的心智，改变双方的谈判力量对比，假如双方不能会面洽谈，会让一些习惯于观察的销售人举足失措。

二、很容易被对方拒绝

在销售谈判中，卖方最怕自己的产品或服务被买方毫无余地的拒绝，而恰恰在电话谈判中买方非常乐于干脆地拒绝对方。

在任何行业的商务谈判中，买卖双方或多或少都会顾及对方的情绪，即使谈判破裂也会给对方留有面子，在电话谈判中买方则不会有太多的顾及，他们会直截了当的使用拒绝策略，当然并不一定是真实的否定，他们可能会通过否定来实现自己的目的。

当你至电买方介绍产品或服务时，假如对方此确实毫无兴趣，他们通常不会继续与你交流，甚至直接挂断电话，几乎没有回旋的余地。

三、精力容易分散

买卖双方在面谈时通常会在谈判间或封闭的会议室里进行，不容易受到其他人员或事务的影响，双方均能专心致志的谈判。电话谈判则恰恰相反，无论是电话的哪一端都很容易受到影响，双方的精力不容易集中，很可能会忽略一些重要的议题。

优势：

一、直接找到负责人

在以终端为王的渠道变革中，买家的话语权急速攀升，尤其是一些超级卖场，采购负责人往往处于绝对的强势，通常是找到他们的难度丝毫不亚于谈判的过程，我想在这一方面重点客户经理们会有很深的感触。难以约见的原因一般有两种：

① 他们确实非常繁忙，一个工作日内至少要与十位供应商谈判，采购部的人员编制较少，每一名经理需要负责一个类别的所有厂商；

② 采购负责人不接待供应商，采购的工作流程并不是全天候与厂方谈判，他们需要调查与分析每一单品的销售数据以及促销活动的实效，有时会下卖场巡视产品的陈列摆放，甚至会到其他卖场“巡价”，这种情况你很难找到他们，即便是巧遇，他们也不会和你谈些什么。

电话谈判恰好可以解决这一难题，你可以通过办公电话或移动电话直接找到他们，倘若买方没有时间与你面谈，那么你完全可以通过电话与他们谈判，在使用电话沟通技巧后最终提高对方的谈判兴趣，为日后双方面对面的谈判打下良好基础。

二、减缓压力

上面我们提到买方在谈判中往往处于绝对的强势，当双方坐在谈判桌前卖方总是背负更多的压力，更容易做出让步与妥协。除了一些销售高手外，多数销售代表在买方面前心理会有一些微妙的变化，主观的拉大了双方的谈判地位，他们的原则与底线好似河道上的闸口，稍有压力就会闸门大开，一泻千里。

在电话中基本可以忽略这方面的压力，当你未与买家谋面时通常会保持良好的心态，忽视双方身份的差异会给谈判带来诸多的好处。无论对方是资深高手还是行业专家，你都不会感到紧张和无措，可以比较从容地运用既定的谈判策略。

三、降低成本

很多谈判其实并不一定需要销售人员亲临现场，比如在一些涉及议题较少的案子，完全可以通过电话将事情说清楚，并且与对方交换意见。交通成本是销售部的较大的开支之一，而且某些大型连锁系统的总部并不在当地，如果每次谈判都要去异地的总部，那么这个部门年底的奖金将成为很大的问题。

如何进行电话谈判

一般的电话谈判用时与谈判议题都少于常规谈判，但这并不能说明电话谈判就不重要。我们所接触的大部分谈判是从电话沟通开始的，交易双方的谈判议题和目标意向同样是通过电话来完成的，很难想象一位不经过事先沟通就直接求见买家的销售代表能取得什么样的谈判结果？

在沟通学中第一印象是非常重要的环节，你的言行举止在七秒钟之内会给对方留有深刻的印象，在电话中谈判也会起到相同的作用。当你拨通对方的电话时，你应该意识到真正的谈判已经开始了，你做好准备了吗？

在拿起电话前你必须做好如下准备：

1、首先把你想要表达的内容想好，然后用简练的语言写在一张纸上，比如欲与对方约时间面谈，你先要把自己空闲的时间范围写出来，如果对方安排的时间恰好与本方有冲突，你可以立即提出自己的修改建议；

2、在拨通电话后对方一定会问你许多关于产品或服务的相关问题，因此你需要将可能涉及的问题一一列出来，随后把标准的答案附在后面，所有的回复要求既简单又全面，每一条问题最好只用两句话就可以说清道明。

3、假如对方在你致电前已经接过了五十次电话了，可能会很烦躁地再一次接听你的电话，他们很难以平静的心态与你交流，甚至会直接拒绝你，这时你需要在准备期就做好相关的准备，用最短的言语来提高对方的谈判兴趣，即谈判的三要素：①介绍你的产品或服务最与众不同的方面，最能够吸引人的卖点；②陈述你最能满足对方需求的东西；③如果不能合作，对方有什么损失。

在进入电话谈判前你至少要把握以上三个要点，这里建议做一次完整的演练，最终要达到顺畅、简练的效果。

在接通电话后你要报出自己的姓名以及所代表企业的名称，并说明致电的意图，这虽然是一个普遍的常识，但还是有许多销售人员在细节上不能很好的把握。比如在介绍自己的前三句话时一定要流露出足够的信心和标准的语音语调，语速要适当，做到不急不缓，最终要让对方在繁多的业务电话中明显地感觉到你的与

众不同，并且与竞争对手建立出有效的区隔。有些销售人员谈话时存在一些口头禅，这是非常不良的习惯，倘若在常规谈判中对方可能还可以容忍的话，在电话谈判中却是可以致命的弊病，买家很难相信一个表达混沌的销售代表手里会有什么值得信赖的产品。

在开场白之后不要匆忙地直接进入主题，而是要向对方询问是否方便接听。对方此刻可能正在谈判或者准备开会，你却自顾自地滔滔不绝，很容易引起对方的反感。如果对方告诉你确实不方便接听时，你不要就此结束通话，正确的方法是询问对方何时有时间交谈，一定要明确具体的时间，避免对方利用拒绝的方式来搪塞你。

在电话中你无法获悉对方的表情或体态，很难辨别对方面对每个议题的态度，所以在一段话题结束后要询问对方是否清楚或者有何意见，在双方意见统一后再进入另一个环节，切勿担心对方拒绝而加快语速，而不顾对方的感觉。

如果双方是初次沟通，那么对方一定会有许多问题向你询问，这时你应该用简单的语句尽可能将所有问题都记在纸上，随后从这些问题中分析出对方最为关注项目。不要过分的相信自己的记忆力，你与对方通话时是处于一种思维高度集中的状态，也许你谈得十分出色，但放下电话时通常会遗忘一些话题，从而影响你之后的信息分析。



销售技巧总结心得体会怎么写篇 2

感谢公司给予学习的平台，感谢领导给予进步的机会。我很高兴能参加此次《店面销售技巧》培训课程。经过这次培训，使我在思想上对销售有了更全面的认识，同时对销售理论有了空前的突破，相信接下来我不仅会将所掌握销售思想复制到门店人员身上同时还会把所学理论运用到实践，下面我主要谈一谈在培训期间的学习心得。

首先，王延广老师的讲解记忆深刻、幽默风趣，于谈笑间将以往销售中的种种问题点拨出来。

王老师讲行业：销售是世界上最光荣最有保障的工作，收入不稳定才有高收入。通过六脉神剑步骤讲解(吸引客人→留住客人→了解需求→塑造价值→先跟后带→快乐成交)每个步骤每个案例都是那么的深刻，使我更清晰的掌握如何处理工作中遇到的种种问题并且严格要求自己在今后工作中将简单的事情重复做，重复的事情坚持做，坚持的事情快乐做。

王老师讲心态：在学习期间，我明白了不管任何工作首选要从思想上树立行业的价值观，树立热爱工作的信念，不惜一切努力，为业绩而奋斗。只有端正了心态，才能经得起被顾客拒绝的的考验

王老师讲形象：通过学习掌握“形象和标准化”让我从个人形象到商品形象再到店铺形象都清楚的理解到管理门店应该发挥视觉、听觉、文字等方面的作用努力增加商品附加值使之具备竞争力。

王老师讲技巧：引用痛苦销售法从发现问题→制造问题→放大问题→解决问题来讲述顾客购买就在一念之间关键看我们如何把我们的思想放进顾客的脑袋，把顾客的钱放进我们的口袋。

通过培训，我决心要从以下几个方面提高自己和带动团队：首选我要认真学习理论知识，做到学以致用、应才适用。其次努力成为优秀团队的建设者提升门店的营运能力，促进门店绩效提升。然后推进现场教育、培训活动、提升门店人员的作用能力、改善心态、促进门店营业目标的达成。

销售技巧总结心得体会怎么写篇 3

今天我们在牡丹万象城培训了销售技巧，是有李玲为我们讲解分析的。

在这短短的一个小时的培训当中，让我感到受益匪浅。更让我不很饱满的销售知识充实了许多。明白了自己从前的方法不是很完美，缺乏资深的销售技巧。这次的培训给了我很大的帮助。销售工作是一个容易诱人进入而又容易将人击退的行业。在美国首相丘吉尔的一句话中，让我更加有一共冲劲。就是：永远、永远、永远、永远不要放弃，永远要坚持下去。

在这一个小时的内容当中讲了销售技巧的三个具备点：

一、谈客的九大步骤。

二、销售谈判的几大原则。

三、沟通技巧。

三点总结下来我认为销售就是谈心，就是交朋友。把客户作为一个知心交谈的朋友或家人、恋人一般。什么事都要站在客户的角度去上想去进发。让他们感受到我们确实真正的在为客户着想。在客户犹豫时帮他们做出一个明确的选择。客户的类型很多，对待不同的客户要有不同的方法和技巧。所以这些都要求我们置业顾问不仅要把专业的知识做到极致，还要做到非专业知识以外的，比如生活阅历、最近话题流行、最新事件等等。销售行业就是百脑汇，除了专业以外你还必须对项目以外的其他东西都要懂一些。

我们要树立艰苦作战的自信心，学会选择，学会放弃。因为专业所以卓越。对事件负责是心态。个人要有梦想更要有小梦想，有了目标后，就要寻求更多方法坚持，态度决定一切，行动坚持的长短意味着你能达到个高度。

所以，我们一切都是以成交为目的，没有成交就是白话，就是不成功。相信自己！

我们坚信每个人都是最棒的！



销售技巧总结心得体会怎么写篇 4

一、综合类

(新品上市后最最常见的几个问题收录在这里，后面还有分门别类的问题解答)

1. 电池：

1) 电池能用多久啊？

我们现在的手机都采用的是锂离子电池，即没有记忆性使用寿命又长。可达到反复充电 3500-5000 次左右以上，也就是说即使您每天都充也能保证你能正常使用 10 年。

2) 待机时间能有多久啊？

我们这款机器的标准待机时间为 280 个小时，也就是十几天，但是这个对您是没用的。为什么呢？因为所谓的待机时间是指正常开机不插卡的状态下到自然关机，可我们平常不可能不打电话不聊天吧？所以我们要看它的正常使用时间。像这款机如果您每天打两三个电话，听听歌用个 4 到 5 天还是没问题的。

(如果您真地要经常一出差就好几天的话，也不用担心。像这款机器它是支持 USB 充电的，而且是标准接口，现在您在哪找不到一台电脑啊？而且这种标准接口目前已经是行业通用的了，您随便找个充电器也成，也很方便对吧？)

3) 为什么只有一电一充啊？

首先您看啊，我们送您的电池都是厂家配送的原厂标配电池。而现在所有的大品牌标配的都是一电一充，您看到送两电两充的都是些杂牌机吧？或者就是一块标准电池再加送一块杂牌电池。咱们不说这些杂牌电池使用起来有多危险，爆炸啊漏液啊，您就想想十几块钱的电池，它电压稳不稳定，质量稳不稳定，到底能用多久，会不会给您的机器造成损伤？(停顿片刻)而且，羊毛出在羊身上，十

几块钱的电池他多收您几十块钱再送你一块杂牌电池。您要乐意，我们还不放心呢，您说是吧？

2. 售后：

1) 这个保多久啊？

OPPO的所有产品都严格依照国家三包法的规定提供售后服务，一个月包换，一年内免费维修，并提供终生售后服务。（或终生成本售后：如更换零配件则适当收取成本费用。）

2) 在哪保啊？

这个是全国联保，也就是说您在全国任意一个OPPO售后服务中心都能享受到一样细致全面的售后服务。如果您在当地保修，在__就有专业的售后服务中心，很方便。

而且OPPO的产品质量相当可靠，您很少会需要售后帮助的。使用上有什么不便的，您问我也成。

3. 声音：

1) 声音这么小，铃声能听到么？

首先，这个声音还是蛮大的，只是卖场比较嘈杂您可能相对觉得比较小而已。要不换首歌曲您再听听？

而且像OPPO这种大品牌它也肯定不会像杂牌机似的为了大声点就装上8个喇叭。N没有吧？M没有吧？A和S也都没有吧？您想啊，您正走路上呢，突然铃声大作，方圆一里的目光都聚焦在你头上那什么感觉？

2) 听歌的时候声音会不会有点小啊？

恩，在这样嘈杂的环境里听歌可能是有点小了。可是您也不会在这种环境欣赏音乐吧？要听也是带着耳机听的吧？您带上耳机试试声音效果如何。再说了咱们欣赏的是音乐，又不是听大声，您听听 **OPPO** 这音质多纯美，没一点杂质，对吧？您说要是声音很大，可是一放大全是兹兹啦啦的声音，那还有什么音质可言，听什么歌曲啊？纯粹就是听响动了，您说对吧？

4. 选择少：

你这就一部机器，没其他可选择的了？

OPPO 的每一款机型上市历来都是精品。其实您也清楚，选择再多，最适合您的也只有一款对吧？而且您看这款机器外观（“精美大方，而且金属的外壳大气又耐磨实用？”围绕外观做有针对性的引导解说）非常适合您。

二、价格类

分析：议价的困难程度与讲解过程中顾客对产品价值的了解和认识有直接关系。我们强调通过令顾客舒服的沟通，让顾客对我们产生信任，并在信任的基础上通过我们对产品的讲解使得顾客认识到产品的价值。顾客在认识到产品的价值后对价格就达到了心理接受，剩下的议价多是贪图便宜的心理，并且说明顾客已经准备马上购买了。

1. 多少钱？（顾客刚接触手机时）

情景分析：顾客刚看到手机时，询问产品的价格，这个时候销售人员报价时，语气要斩钉接铁。让顾客感觉到你的价格就是实价。并且，最重要的还是让顾客留下来了解产品的价值，所以建议你解答如下：

解答：上市统一价____，其实我现在跟你说价格你也没有什么感觉，因为你了解手机的价值，来，我给你说说它都有哪些功能??

2. 太贵了，能不能便宜点？

情况 1：顾客在一分钟内就询问价格。这个时候顾客了解到基本外形、价格和大致功能。而很少有顾客看了外形和价格就选择购买的，所以我们要先这种强调我们的卖点，告诉顾客，买不买没有关系，先看看好有个比较嘛，多留时间增加顾客的购买欲望，给顾客购买的理由。

解答：没关系，价格一定让你满意，你先来了解一下这款手机的价值。如果你喜欢，我相信价格不是问题，如果你不喜欢，再便宜你也不会买，你说是不是？

情况 2：3 分钟后顾客了解我们的手机价值后再谈价格的。这个时候要注意谈价是个消耗战，别想着速战速决，要做好打持久战的准备，还要注意梯度，假设标价跟底价之间有 100 元空间，那么第一次降 20 至 40，第二次 20 至 30，第三次还价后可以成交。切忌直接报底价，否则顾客还价的时候你就没有再还价的空间了。（砍价的时候注意技巧：第一次让价可较大幅度以示真诚；第二次缩小降价幅度以示尽力，依次递减；当然让价次数不可过于频繁；每次让利都要争取对方的让步；不要輕易的抛出自己的底牌。）

3. 为什么你的手机卖的比别人贵？

情况 1：在平时不是很忙的情况下，当我们有足够的时间跟顾客讲解时可以做如下回答：

解答：你发现了，我们的手机是比其他国产品牌贵些，那是因为我们采用的都是原装进口的原材料，比如我们的音频解码处理芯片是美国 wolfson 公司的专业音频解码芯片，屏幕您也看得见很亮吧？原装日本日立高清显示屏；机器的面板都是拉丝合金的，您摸摸看它的手感，没有任何毛刺，而其他牌子的手机是不是这样的材质呢？其实您看，正是因为我们手机采用的原材料比其他品牌更讲究，所以才更能保证手机的质量，确保你用的放心。

情况 2：旺季时为了速战速决，也可以采用逆向思维，用反向的方法突破顾客的心理。

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/965144222033011242>