

华为销售培训心得体会八篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/168443.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

心中有不少心得体会时，不如来好好地做个总结，写一篇心得体会，如此可以一直更新迭代自己的想法。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

华为销售培训心得体会篇一

我想先就这次为期两天的培训做一个简单的小结，再来具体说说我印象比较深的部分。

第一天的时间主要讲了面对面顾问式销售的一些理论知识：比如它与告知型销售的比较，它的模式及主要战场；重点是销售的理念，在这一点上周嵘老师陈述的最关键的一点，就是在销售过程中，作为一个业务员，主要销售的是自己。这也正是我在开文中提到的这句话：“我卖的不是我的雪佛兰汽车，我卖的是我自己。”在第一天的下午，我们还学习了如何与客户沟通并对其进行说服，这一块主要讲了两个层面：一是如何说话，即作为销售人员，你该如何向你的顾客表达最好；二是如何聆听，即我们在顾客表达时，应如何更加诚恳的与其沟通，让顾客感受我们的诚意。在这里，我觉得很重要的一点，就是周老师教我们的经典四句：你真不简单、我很欣赏你、我很佩服你、你很特别。这是很简单的四句话，如果我们能够经常与身边的同事多多表达，那么作为公司核心价值观之一的“和谐”，一定能更好的实现。

在第二天的时间里，我们主要学习的是如何提升业绩，增加收入。周嵘老师在这一块，更加偏重的是理论与实际的结合，讲了一些通俗易懂的案例，让我们更加直观的了解一些理论知识在实际中的运用。

正如周嵘老师所讲，要想把这次培训的内容都讲透，那绝对不是一蹴而就的事情，更多的是要靠我们自己领悟，把所学运用于生活，结合生活经验进一步提高。这次学习中，有几个知识点和案例给我的印象非常之深，我想具体的谈一谈这几点。

第一个就是我已经开头提到过的这句话：“我卖的不是我的雪佛兰汽车，我卖的是我自己。”作为一个销售业务员，我们卖的并不是自己的产品，而是我们自己，是顾客对我们本身的信任。在这一点上，我觉得业务员要做到三点：建立对产品的信心，建立客户对你的信心，把你对产品的信心通过客户对你信心传递出去。如果把销售人员分为四等，那么一流的销售人员靠的是顾客的喜欢，二流的销售人员靠的是服务，三流的销售人员靠的是产品，四流的销售人员靠的是打折。我们如果做好了第一点，那么我们已经成功了一大步，成为了一个二流的销售人员！

乔吉拉德说过：“通往成功的电梯总是不管用的，想要成功，就只能一步一步地往上爬。”如果

我们只是成为了一个二流的销售人员，那么并不意味着我们可以止步不前了，毕竟在我们前面，还有很多一流的，甚至特流的销售人员，我们离成功，差的不只一点点，要想成功，我们就只能继续努力，一步一步往上爬。这就要谈到我在学习中获得的第二点——没有痛苦的客户不会买。销售就是帮助客户解决问题，如果一个客户没有痛苦，没有问题，那么何来销售？要想让客户喜欢你的东西，主动购买你的东西，那么你就要让他明白，即使买你的东西要掏钱，这让他很痛苦；但是如果他不买你的东西，他会更痛苦。只要你能让客户明白这个道理，那么他一定乐于掏钱买你的东西，那么你就成功了。

理论来源于实践，所以一个经典的案例也是很能给人以启发的。在这次学习中，我觉得很精彩而且启发很大的例子有两个，一个是和尚的例子，一个是调整型内衣的例子。

周老师在讲课的时候说到这样一句话：“一个男人的业务水平，是和他的头发长短成反比的。”有男同胞提出了反对意见，他说你看和尚，他们都没头发，难道他们是世界上最好的业务员吗？我当时也是这样想的，和尚每天只需要念念经，敲敲木鱼，他们哪有什么业绩可言？可是周老师笑了笑说：“你说对了，和尚正是这个世界上业务水平最好的，你看他们每天只需要念念经，敲敲木鱼，就有大批的人给他们送来金钱，甚至还跪着求他们收下。”哄堂大笑，可是大笑过，我却陷入了沉思，这说明了说明问题呢，恰恰说明了周老师关于四流业务员的分类：一个一流的销售员靠的是顾客的喜欢。和尚之所以“生意”好，正是因为他们的“无形产品”能够帮助客户解决痛苦，让他们得到内心的安稳。这种产品甚至不是实际存在的，也不需要和尚去上门宣传，只是因为他是顾客喜欢并且渴望的，所以能够成功，所以和尚就是世界上最成功的业务员。

第二个例子是关于调整型内衣的，这种内衣价格是7000元人民币，有位太太想买，但是觉得价格太贵。周嵘老师正好在场，就跟她聊了起来，他就跟她讲了一个“故事”。他说这位太太，我觉得女人最重要的是要自己懂得爱自己，你如果自己都不爱自己了，别人还会爱你吗？那位太太赞同的点点头。周老师又说，我有一个朋友，跟她丈夫是白手起家，后来他们发财了，我的那位朋友呢，非常具有中国传统女人的美德，不管是对父母、老公还是子女，都非常舍得花钱，唯独对她自己不舍得。那位太太激动的说：“我就是，我就是！”周老师笑了笑说：“但是有一天呢，她发现，她老公在外面给别人买了一幢别墅！”说到这里，周老师就停下来了，看那位太太的反应。这位太太沉默了一会儿，然后对服务员说：“小姐，给我两套！”这个例子最好的说明了一件事情——没有痛苦的客户不会买。也许让你花7000块钱买我们一套内衣，确实一件很痛苦的事情。可是我们要让你知道，不买我们的内衣，你会更加得不偿失。我们卖给你的并不是内衣，我们卖给你的是家庭的幸福！

销售是一门很深的学问，通过这次学习，我获益匪浅。但是我也知道，仅仅靠这次学习是绝对不够的，我要在以后的工作中，运用这些知识弥补我的不足，并积极地汲取更多的经验，汇报公司。

同时，借这次心得体会，感谢公司及公司领导对我的栽培，祝工作顺利，万事如意！

华为销售培训心得体会篇二

前几天我参加了公司为我们安排的销售技巧的培训，通过这三天的学习，我可以说是受益匪浅，让我感受到要想成为一名优秀的汽车销售员不是一件容易的事，不单单是只靠一张嘴就可以卖好车的。

人们都说销售只要嘴皮子利索，能把客户说到心动，这是一种很片面的看法，也可以说是一种误

区，其实要成为一名专业的汽车销售人员，除了能说会道以外，还必须拥有正确的态度，丰富娴熟的销售经验，对市场的洞察能力，以及把握客户心理和需求的意识，这样才能走向成功。

在汽车销售界，销售人员至少必须具备两个条件，一个是业务能力，另外一个就是个人素质。关于业务能力，销售人员必须要有以客户为中心的营销理念，然后以适当的方法和技巧来满足客户的需要；关于个人素质，说的是销售人员必须具备端庄的仪表和良好的心理素质。

- 1、是销售准备，良好的开端等于成功的一半
- 2、是接近客户，好的接近客户的技巧能带给您好的开头；
- 3、是进入销售主题，掌握好的时机，用能够引起客户注意以及兴趣的开场白进入销售主题，抓住进入销售主题的时机
- 4、是调查以及询问，调查的技巧能够帮您掌握客户目前的现况，好的询问能够引导您和客户朝正确的方向进行销售的工作
- 5、是产品说明，把汽车产品特性、优点、特殊利益；然后将汽车的特性转换客户利益的技巧；
- 6、展示的技巧，充分运用展示技巧的诀窍，能够缩短销售的过程，达成销售的目标；
- 7、缔结，与客户签约缔结，是销售过程中最重要的了，除了最后的缔结外，您也必须专精于销售时每一个销售过程的缔结。每一个销售过程的缔结都是引导向最终的缔结。

这次培训对我来说是一次非常好的机会，让我认识到，要卖好车需要以丰富的专业知识技巧，给以较为客观的专业咨询，通过由浅入深的交流与沟通，博得客户的青睐，逐渐建立相对稳定的客商或私人关系，源源不断地促进业务达成，而不仅仅为了销售一台新车，这是诸多品牌厂商所命名的初衷，也是我所追崇的。

华为销售培训心得体会篇三

使我实践中了解社会，让我学到很多在课堂上根本就学不到知识，实习是每一个大学毕业生必需拥有的一段经历。也打开了视野，长了见识，为我以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是把学到理论知识应用在实践中的一次尝试。

这个基础上把所学的营销专业理论知识与实践紧密结合起来，实习目的通过房地产实习了解房地产行业和售楼的流程和操作。培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用目的

由于我公司最主要的销售楼房，应聘的岗位是销售。也成为了一名销售员，实习期间，由于之前没有接触过这个行业，看别人做的有精有味，可是行动起来，才发现，自己那么渺小，存在许多问题。比方：刚来的一天，有一个客户来向我询问，可是连户型都不清楚，不知道该怎么办？很着急，地址也不清楚，根本就是一问三不知.....

现在和客户交谈，通过几天的观察和揣摩。基本上是没有问题了最大的问题就是房源地址还不是那么清楚，有一次带客户看房子，由于把d区写成了b区，找了好半天才找到.....所以，还是要多去熟悉房源，熟悉地址。

下午又找理由说不想要了过几天又说想看看，还有一个问题就是客户早上说看中了房子。真的很无奈，可是又不能不说客户的长短，只能憋在肚里，真的很难受。只能找自己的原因，改善自己的缺乏之处，至少下次遇到这种问题不会那么不知所错了没有什么经验，还要得向老一辈，老员工，又经验者学习，以达到熟能生巧的目的让客户满意就是最大的抚慰和需求了

不敢接触，曾觉得销售这一行不适合我也曾感到畏惧过。不过慢慢觉得只要你用心地做，反而又会左右逢源。越做越觉乐趣，越做越起劲。清朝改良派代表梁启超说过：凡职业都具有趣味的只要你肯干下去，趣味自然会发生。因此，做账切忌：粗心大意，马虎了事，心浮气躁。做任何事都一样，需要有恒心、细心和毅力，那才会到达成功的此岸！

这次实习中，总之。努力尝试新的事物，其实只要你敢尝试，没有什么你不会的如果我够坚持，相信，每个人都是最厉害的那个佼佼者，将自己在学校所学的理论知识向实践方面转化，尽量做到理论与实践相结合。实习期间我遵守了工作纪律，不迟到不早退，认真完成领导交办的工作。可谓受益非浅。

和建业人交往过程中，同时。总能学到不少东西，但也看到自己的差别和不足。主要如下：1知识量少搭不上话。2知识结合实际工作慢跟不上。3房地产企业方面的知识很少。4核对文件效率低下。5实践工作能力低下，不得法。怎么弥补缺乏呢？首先，结束每项工作要及时总结。其次，工作中碰上问题要及时请教他人并作做好笔记。最后，工作中不知足地学习。说说简单做起来难，不过我相信我

还让我品尝到工作的辛苦，社会实践的帷幕渐渐落下了回想起从开始到现在这一路走来我最大的感受就是自己幼稚多了不只丰富了人生阅历。生长的快乐。

虽然算不上很长的时间，通过这一个半月的实习。但是短短的一个月中我确实实的又学到很多在学校及书本上不曾有过的东西，尽管以前也有很多的社会实践经历，但是这次感觉与前几次有很大的不同以前都是去做促销，而且感觉比以前收获更多。比方在人际交往方面，书本上只是很简单的告诉你要如何做，而社会上人际交往非常复杂，这是学校不能有如此深刻的感受的社会上有各种人群，每一个人都有自己的思想和自己的个性，要跟他处置好关系还真得需要许多技巧。而这种技巧通常是来自社会阅历与经验的行动中，其中有关心你人，有对你无所谓的人，有看不惯你人，看你如何掌握了交际中要求你不能改变一件东西的时候，只能学着去适应它如果还不行，那就改变一下再去适应时的方法。

从不轻言放弃的品格。人要想实现自身的价值一定要顽强坚持的性格，这期间使我养成了不管遇到什么困难都不能被它吓倒。勤奋努力的生活作风，而且还需要随时都有一个积极向上的心态。这样你就可以做到不管遇到什么挫折，什么困难，都可以克服，即使遇到失败那也是短暂的完全可以吸收经验教训，再次站起来。

华为销售培训心得体会篇四

xx月xx日xx汽车公司在长沙开展的《xx汽车销技能培训》由我前去参加培训，根据公司相关规定，要求培训人员写一份培训总结和心得，下面我将此次培训的相关知识做一介绍；此次培训的课题是：

1，明确市场部和市场经理的工作定位；

2, 明确市场分析的基本技术 ;

3, 熟悉营销策划的基本思路与能力要求, 熟悉各种营销活动的组织过程及具体操作方法, 提升市场经理的市场策划, 营销活动策划方面的能力 ;

4, 提升大客户和用户的营销能力 ; 虽然我一直从事汽车销售工作, 但是对销售方面的知识还是知道的不多, 所以非常感谢公司给我提供了这次培训学习的机会, 让我对市场营销有了更深一层的认识。

通过这次培训, 学习到了一些新的营销管理知识, 让我更加懂得了市场部对企业来说是多么的重要, 在此之前, 我一直认为 " 市场部 " 这个部门是无紧要的, 没有 " 销售部 " 重要, 公司的大多数业绩是由销售部创造的 ; 通过此次培训我对市场部有了一个新的认识和理解, 下面是我在培训学习后的一些思考和认识。

关于市场部和销售部的功能和职责问题现在很多企业, 甚至包括一些营销工作者仍然纠缠不清, 现在很多公司都设立了营销部与销售部 ; 策划部, 市场推广部和销售部 ; 企划部, 品牌推广部和销售部等等, 其实这些概念部门不应该并列, 根据培训老师的解释 : 正确的应该是公司下设市场部和销售部, 上面并列的哪个营销部其实功能应该是市场部的工作。而策划, 市场推广, 品牌推广也好, 应该是属于市场部的工作。而大多数营销工作人员也往往把 " 销售 " (一般认为是比较低级的市场运作) 和 " 营销 " (一般认为较高级阶段的市场运作) 作为一种层次上的区别。

营销涉及的范围很大, 在此我不想多做阐述, 只想说一下市场部与销售部的工作区别 :

1、工作目标 : 市场部的目标是树立品牌, 扩大品牌知名度, 提升美誉度, 给消费者提供产品购买的理由和刺激, 而销售部的工作目标就是如何把产品送到消费者的面前, 实现商品及企业品牌的价值 ;

2、层次 : 市场与销售就是 " 战略 " 和 " 战术 " 的关系, 市场部涉及销售的方方面面, 包括销售前, 中, 后的市场调查 ; 营销方案的制定 ; 产品定位和品牌推广方案 ; 价格制定 ; 渠道开发和促销的政策制定 ; 售后服务政策等等, 是全局统筹的工作, 是战略层面的事情。

而销售部工作主要是将市场部研究规划出的产品按设计好的渠道和价格以及促销宣传方式具体实施, 实现终端销售。是战术实施方面的事情。

一个是策略制定, 一个是执行, 形象一点就是人的脑部与手脚的关系 ; 全局和局部 : 市场部考虑的是全局性的, 所代表的就是整体利益。因此除了销量外, 还有品牌知名度, 品牌美誉度等。

理论和实践 : 由于两个部门的工作内容个性不同, 市场部往往是进行的务虚的 " 理论工作 " , 销售部往往进行的是 " 务实的实践工作 " 。

3、长远利益和短期利益 : 市场部的市场策略研究, 品牌规划建设一般都是以年度甚至是3-5年度为一个检验周期。

所以关系的是企业长远的利益。而销售部的销售往往是以月, 季度, 最多是年度为单位的。所以关系到的是企业的短期利益。市场分析是对市场规模, 位置, 性质, 特点, 市场容量及吸引范围等调查资料所进行的分析。

它是指通过市场调查和供求预测，根据项目产品的市场环境，竞争力和竞争者，分析，判断项目投产后所生产的产品在限定时间内是否有市场，以及采取怎样的营销战略来实现销售目标。

市场分析是对市场规模，位置，性质，特点，市场容量及吸引范围等调查资料所进行的经济分析。它是指通过市场调查和供求预测，根据项目产品的市场环境，竞争力和竞争者，分析，判断项目投产后所生产的产品在限定时间内是否有市场，以及采取怎样的营销战略来实现销售目标。

熟悉各种营销活动的组织过程及具体操作熟悉营销策划的基本思路与能力要求，方法，提升市场经理的市场策划，营销活动策划方面的能力；方法，提升市场经理的市场策划，营销活动策划方面的能力；人的策划能力实际上是诸多要素综合作用的结果。它既不是天赋的，也不是一朝一夕可以形成的，而是一个人经过长时间艰苦的自我学习，自我磨练，自我改造，自我提高而获得的一种综合能力。

因此，作为一个合格的策划人员，要有意识地构造自己的知识结构，养成良好的思维习惯，掌握娴熟的韬略技巧，培养严谨的工作作风，创造性地进行思维，广泛地参与丰富多彩的社会实践，这样才可能做到真正的通才式的策划人才。

提升大客户和用户的营销能力；大客户销售策略也称之为大订单销售策略，是相对于仅通过一两个电话或销售展示就可以完成的较小订单而言。通常面向的客户主体是组织机构而不是个人，订单金额也较大。

大客户的销售过程相对比较复杂，要彻底了解客户的思考过程和采购流程以及客户行为背后的动机，才能从战略制高点统掌全局，制定精准有效的销售策略。首先，大客户的采购决策过程比较复杂，通常会有多人参与，销售方往往要对整个决策链产生影响，才能得到订单；由于最终的采购决策结果通常对组织的业务发展和个人在组织的发展产生直接影响，因而，参与决策者更为谨慎。

与之对应，销售方的销售过程也可能要多人参与，会有销售经理甚至公司高层参与销售过程，整个销售团队需要协调一致，才能产生理想的销售结果；而且，大订单的采购周期一般较长，在漫长的销售过程中，需要有计划，有步骤地推进销售进程。

大客户销售策略规划篇涵盖：大客户开发策略，客户信息收集分析策略，销售推进策略，竞争策略，团队合作策略。

也对市场营销有了一个新的认识和定位，其实我们向客户销售的不仅仅是我们的产品，更多的是个人人品，是我们的团队精神，更是我们企业的形象，所以做营销不能仅仅着眼于眼前短暂的利益而去走捷径。

我们不能为了应付客户而曲意逢迎，要真心表露自己的诚意，充分考虑客户的利益，才能博得长期合作的关系。

我在反思，为什么自己之前做销售，谈客户好像过于圆滑，这是真实的我吗？为什么自己在与客户打交道时，不能很自然地，很纯粹地，像对待一个普通朋友那样？我现在想，工作和生活其实是可以达至统一的，用对待家人，好友那份真诚，倾注在客户身上，其实一样可以打动客户的。

因此没必要上班时一个脸，下班后又另一副脸。

我觉得这是心态的一种提炼，这也是我学习这门课的最宝贵的收获。

华为销售培训心得体会篇五

就是站在专业角度和客户利益角度提供专业意见和解决方案以及增值服务。销售人员以专业销售技巧进行产品介绍的同时，运用分析能力、实践能力、创造能力、解决能力、说服能力完成客户的要求，并预见客户的未来需求，提出积极建议和解决方案的销售方法。

顾问式销售认为，顾客是朋友、是与自己具有共同价值观和利益的群体，好商品是顾客真正需要的产品，服务本身就是商品，服务是为了与顾客达成沟通。顾问式销售将销售人定位为客户的朋友、销售者和顾问三个角度上。

顾问式销售不是着眼于一个订单的合作，而是长期关系的建立。顾问式销售在实际营销中的应用，不仅要求销售人员能够始终贯彻以顾客利益为中心的原则，而且要求销售人员坚持感情投入，适当让利于顾客。这样将能够达到双赢效果，使业务的发展得到良性循环。

我不只是一个销售员

我觉得首先应该将自己定位为客户顾问，自己在客户的面前就是这个市场、这个行业的专家。我们可以帮助客户认识产品，提供市场信息、协助解决使用过程中的问题，甚至是运作管理方面的有效建议。

学习做一名销售顾问

从学习“市场营销原理”中，我已经知道产生购买行为源自于“需要”，需要只是基本的满足，但是有谁没有“欲望”购买具有更高“价值”的产品呢？问题是如何将我们的“价值”传递给客户，又如何证实这些“价值”是事实，这些“价值”将会解决他们的什么问题。

“每个人都会追求一件产品所带来的快乐和好处，客户也是一样，他们也在期待这件产品所带来的好处是什么？或者说最后的结果怎么样”。正是因为深知这点，所以自己才会乐于孜孜不倦的大肆渲染产品有多少好处，有多少优点。但是产品卖出去了嘛？没有，因为客户已经有了其它品牌的同类产品，或者这个产品已经能够满足他的基本需求、或者因为我的产品价格更贵、或者因为付款条件等等原因。客户通常都会凭感觉购买产品，并从感觉上认为这个产品就是自己需要的。感觉是非常奇妙的东西，看不见摸不着，是之前对于这个企业、产品、人和环境的感受，而自己就是搭建客户与产品的桥梁。那么客户又为什么要购买一个之前没有任何感觉的产品呢？这个就是销售的开始，推销自己（产生好的感觉），向客户传递自己、产品和企业的价值观（什么是价值观？一个人对周围的客观事物（包括人、事、物）评价和看法；大脑中的信仰、信念）。客户可能认可自己的价值观或有好感，这并不代表他就会购买产品，因为他还不知道这个产品有什么好处？结果将会对他产生什么影响？客户产生购买的动力源自于逃避痛苦，最迫切的需求是问题解决方案。帮助客户找出（隐形）问题，展示自己解决问题的能力。和客户的沟通才会变得更加容易，距离成交也将会越来越近。

华为销售培训心得体会篇六

不知不觉，在xxx工作已经足月有余，在这一年里，工作量不大，要学的却不少，尽管自己原来也是从事房地产销售，可是销售知识永远是个无底深渊。也正因为如此，我才乐此不彼，越来越

喜欢这份工作。以前常听说也遭遇过销售员之间为了比拼业绩，争夺提成，经常是不择手段，诡计迭出。幸运的是目前的xxx拥有一个和谐的销售氛围，同事之间既有竞争更有互相帮助，每次分歧总能在沟通中消除，每次难题也常常在集思广益中化解。正因为有这样浓厚的企业氛围和团队精神，才给了我在康城成长所需的养分。

20xx年房地产整体的销售较于前今年有很大的滑坡，做为一个房地产销售人员我明显感受到客流量的减小。如今的房地产会面临这种情况，主要原因是由于国家宏观调控政策所导致的一系列后果，例如：限制购房量的政策、上限制衡手段、人民币的升值等等。从中观和微观的角度，我们发现导致房地产这种现象的原因也有很多，前几年的房地产行业在所有人价值观里是一个可以投资，并且可以赚取暴力的不二选择，因此近几年进军房地产这个行业的趋之若鹜，已有竞争者和潜在竞争者给房地产带来机遇的同时，也带来很大的威胁和挑战。很多房地产企业内部的管理组织结构很少有新的变化或是改革，使复杂的软件系统得不到更高的升级，这在某一定程度上必定影响房地产的销售。

为了更好的应对国家的宏观调控，我对中国采取某些政策和采取政策的原因做了一个分析：20xx年中国出台了“国十条”“限购令”等严厉的调控政策，一方面起到压制商品房过快增长的作用，另一方面加大各类保障房的建设力度，让房地产价格由政策调控尽快回归到市场调控的健康发展轨道上来。国家实行这种情况主要是由于以下几个原因：1、全球经济复苏趋缓，经济低迷；2、通货膨胀的压力；3、金融风险的增加。

宏观调控虽然很大程度上影响了房地产的销售情况，但不得不说这对我们来说既是一个挑战，却也是一个机遇。国家的政策是暂时的，只要我们这个房地产能在这种政策下先稳定，然后发展，立于不败之地。这需要我们企业内部的微观环境决定，在这个特殊时期，公司很有必要做一些调整，主要在三个方面：1、在保证质量的同时缩减可以缩减的成本；2、提高售后服务质量；3、提高员工的积极性。

成本该怎么缩减？1、我们需要精简机构，省去一部分的管理费。2、和其他房地产合作，共同购买普遍的建筑材料，压低采购金额，节约成本，互利共赢。

提高售后服务是企业发展很重要的一环，在与客服签合同时权责明确。以“方便客户，服务客户”为宗旨，提供详细周到的售后：1、对员工进行培训：仪容仪表、态度、提高员工素质（人文素质、法律素养）；2、及时解决本公司有责任解决的问题，而不是一拖再拖，甚至置之不理。

提高员工积极性，主要是针对销售房子的工作人员。把所有销售人员分为几个组，每个人的销售额不仅决定了自己的销售的收入，也决定了组内各个成员的报酬。

本公司今年上半年的销售额虽然不及往年，但在同类行业中销售额是骄人的。所以做为公司员工我坚信我们公司会攻破这次的难关，我愿意为公司的发展而奋斗，让我们一起乘着机遇腾飞。

华为销售培训心得体会篇七

我在公司已经工作快一年了。在这一年的时间里，在同事和公司的帮助下，我逐渐从一个珠宝行业的门外汉进入珠宝行业。

珠宝在我之前的印象中是高贵而神秘的，随着我在公司的工作，我慢慢熟悉了这些珠宝，并把它们作为我职业生涯的一部分。

在个人专业方面，这一年我学到了很多。我知道的越多，就越觉得我需要深化我的学习。在进入这个行业的早期，以为知道了钻石是什么，铂金是什么就很不了不起了。

但是，随着对行业了解的加深，我现在深深地感到自己需要了解更多的专业知识，比如当下最受欢迎的翡翠，以及其他彩色宝石。

在个人业绩方面，我对今年的销售情况不满意，销量不理想，顾客临柜时间短。在这家店的店面里，虽然我们占据了相对较好的位置。

但是它并没有产生很好的业绩，对于这一点，我一直都有如巨石压背，压力很大，另外也觉得辜负了公司对于我们的期望。

客观分析其表现不佳这件事，我总结出三个方面：

第一方面，我们的专业素质需要提高。这里所说的专业素质主要是指专业知识、销售能力以及工作热情。我不得不承认我在这方面还不够好，我对销售很有热情，但是珠宝的专业知识和专业销售能力必须提高。

在此，我衷心希望公司在新的一年里给我们更多的机会来提高我们的学习。一方面，我们可以提高我们的销售能力和积极性，也可以增加我们对公司的归属感。

第二方面，在商品展示方面，对于主力商品和辅助商品的陈列没有做到绝对的完美配合，主要在布局上在考究，我们希望公司能给我们专业的帮助，帮助我们改善我们的柜台展示。

第三个方面，产品结构、商品品牌的珠宝柜台上的数量是不够的，另一种是不够完善，在商品的结构有很多漏洞，这将导致两个严重的问题。

一个是大部分时间客户无法直接在柜台上挑选他们需要的物品，然后我们需要花更多的语言来向其他方向引导顾客。

但这显然是一个迂回的方式，效果不是很好。另一个问题是，柜台和背后展柜的陈列就会显得很稀疏，所以我们的柜台将看起来很差。因此，我希望公司能在产品上给予一定的调整和丰富。

当然不是说要把货上的很齐全，我认为只要对这个市场的主流产品做出正确的调整，就可以事半功倍。

以上三个方面是我今年表现不佳的主要原因。总之，销售将围绕客户展开。毕竟，商店和周围环境之间的竞争是激烈的。

我们必须尽可能的服务我们的客户，建立我们自己的客户圈，才会有良性的、持久的业绩产生。

在新的一年里，我一定会把更多的热情投入到销售中去。我也会及时将信息反馈给公司。希望我的不足之处，公司能及时指出并给予我帮助和改进的过程。

人无完人，我相信只要我们能够真正的以团队的心态，投入到工作互相支持，很多问题都可以很快解决。我们是发挥出我们善于沟通，善于销售的优势的。

我希望在新的一年里，公司的业绩会更好，店铺的品牌珠宝专柜业务会有质的突破。

华为销售培训心得体会篇八

此次公司组织培训让我更是受益匪浅！说白培训的目的就是让每一个参与培训的人员得到知识的补充和技能的提高。为能够让我们更加对如何销售，余经理跟我们讲解很多，专业知识水平能力以及外在的阅历更是让我觉得要加强自己，提升自己，只有做到这样才能使自己在激励的竞争中立于不败之地。

现将此次培训总结作如下汇报：

1、5月22号余经理带我们回顾前一天的培训内容，说到企业文化，企业知识，商务礼仪等等。紧接着就说到销售技巧，销售技巧的定义，沟通以及沟通的三大要素，还有销售人员应具备哪些素质。其中销售技巧又分为五大环节，1：做好准备，2：打招呼3：解需求4：介绍商品5：满足顾客需求。沟通定义的讲解和如何和顾客建立好沟通。

2、大家都知道兴趣就是某件事或物感到好奇，就叫兴趣！如何唤起顾客兴趣，换取顾客兴趣的技巧，跟fab的讲解差不多，必要时也可以反其道而行baf！！重中之中说到销售关键，那就是试穿，只有试穿，才能激发顾客的兴趣，才能使顾客有购买的欲望，从而最终促成销售，达到成交率。其次就说到如何促成顾客购买的技巧，和顾客在这款衣服犹豫不决是该怎么做，如何做。最后就说到连单，和赞美技巧以及怎样寻找赞美点等等，以上这些是此次最主要的培训内容。

1、在工作中专业知识水平和语言组织能力要加强，要熟记fab，更要把它贯彻以及应用当中去，学会在销售中使用销售技巧，灵活的与顾客沟通。由于自身的赞美语言和组织语言的局限，在与客户的沟通交流过程中不能很好地说服客户。这一方面我还需要继续学习去完善自身的产品知识和提高业务水平。事物都是在时刻变化的，我需要不断补充新的知识来充实自己。坚持多出去走走，真正解客户需要什么产品，从而为共公司创造更大的利益

十分感谢公司此次对我们提供的培训，能够拥有这样的经历，无论是对现在的自己还是将来的自己都是有所裨益的，感觉自己真的是很幸运。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发