# 售前到售后服务的意义

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2025-02-24

*以销售流程为主线，服务可以划分为售前、售中、售后。我们把顾客和销售人员见面前或者是顾客见到产品之前的环节，称为售前服务，把顾客支付货款后的环节称为售后服务，售前和售后之间的环节称为售中服务。售前服务更多的是与顾客的信息沟通服务，具体到实际工...*

以销售流程为主线，服务可以划分为售前、售中、售后。我们把顾客和销售人员见面前或者是顾客见到产品之前的环节，称为售前服务，把顾客支付货款后的环节称为售后服务，售前和售后之间的环节称为售中服务。

售前服务更多的是与顾客的信息沟通服务，具体到实际工作中主要是通过电话邀约了解客户的装修风格、个人偏向爱好，心理预算价格等；通过广告、推介会、公关活动，以及一些研讨会或培训会等来向顾客告知产品，让顾客了解自己的需要，同时教育消费者掌握基本的产品购买知识和树立正确的购买评价标准。比如举行大型家装公司联合会，在售前举办家装知识讲座，提高潜在消费者对品牌的青睐度，刺激潜在产品销量。

售中服务包括卖场终端环境布置、销售人员的讲解以及其他现场服务等。在售中，关键是对销售人员等现场和一线人员的培训和激励。这些培训包括态度、仪表、微笑、举止、专业知识、销售技能等。培训使卖场终端人员具备提供优质服务的能力，对销售人员的激励使顾客能享受到这种能力带来的优质服务。此外，企业舍得为员工外表投资和员工舍得为自己仪表投资是很关键的，因为销量和员工仪表成正比。比如，很大程度上，中外快餐的最主要区别不是在口味上，而是在以下两点：一是厕所卫生和就餐环境，二是员工仪表和服务时的状态。

售后服务包括送货上门、产品的安装与调试、产品使用过程中的疑问与解答、客户投诉与处理、定期回访客户、联络客户感情等。售后服务的关键是及时响应和处理客户的询问，强化客户的满意度，提高客户的忠诚度。

售前服务的关键是树立顾客前期对企业和产品的认知和偏爱，售中服务是把这种认知和偏爱变成交易，售后服务是引导顾客树立和强化顾客对产品购买决策的积极评价。售前、售中、售后服务联合起来，就会加快产品的销售过程，提高顾客的购买效率。

基于销售流程来分析售前、售中、售后服务，就是分析企业在销售的三个阶段都提供了哪些服务，这些服务是否足够，是否要变革，是否要增加新的服务。

在营销和销售中的所有服务都可以在三维服务分析模型中找到自己的位置，比如送货上门服务的坐标是大产品、售后、顾客总价值坐标点，销售人员讲解产品服务的坐标是促进购买、售中、顾客总成本坐标点，广告是促进购买、售前、顾客总成本坐标点。经理人员使用三维服务分析模式的价值体现在两个方面：1.衡量当前服务的价值。给当前企业所提供的服务找到坐标，这样可以清晰的判断和衡量企业所提供的这项服务的价值高低。如果服务的价值高，我们就强化这项服务。如果衡量后，服务价值低，我们就取消某项服务。2.引导服务创新。有形产品的三维服务分析模型能够有效帮助销售人员理清思路，找到切入点，通过模型分析寻找到服务空白点，创新服务以提高产品竞争优势，增长长期销量。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！