# 销售的六大要素

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2024-06-16

*第一篇：销售的六大要素销售的六大要素业务员的六大能力：行动力、亲和力、沟通力、学习力、人脉拓展力、挫折忍耐力一、行动力这是业务人员的必要特质。没有冲劲，缺少行动力，不可能会有收获。但是，优点就是缺点，如果欠缺专业能力的判断，行动力可能会变...*

**第一篇：销售的六大要素**

销售的六大要素

业务员的六大能力：行动力、亲和力、沟通力、学习力、人脉拓展力、挫折忍耐力

一、行动力

这是业务人员的必要特质。没有冲劲，缺少行动力，不可能会有收获。但是，优点就是缺点，如果欠缺专业能力的判断，行动力可能会变成莽撞冲动，导致大灾难。所以，不是具备行动力的人就一定会成功，而是他们的机会比别人大，但挫败也比别人多。不过挫败所累积的经验，能够使他的专业能力越来越强，行动力强的人，给人的压迫感也很重，行事风格见仁见智。

二、亲和力

亲和力是要较长时间才能看出来的特质。亲和力越强的人，人缘越好，但不擅长陌生拜访，最适合长期经营大型或持续型客户。亲和力强的人，最大问题是成交时间拉得太长，刚开始时，必须忍受长时间的业绩空档期，不只对自己,对公司也是很大的考验。而对于低利润、没有续购需求的产品，人力成本也不划算。

三、表达沟通力

作为一个销售人员，沟通能力相当重要。不过，如果专业知识不足，只凭表达力取胜，就会招来作秀之讥，失去信任。要善加运用才行。相对而言，表达能力不好也不用气馁。我们看到很多优秀的业务员口才并不是太好，但他们有真诚的心及丰富的专业经验，客户反而会喜欢他的质朴。

四、学习力

现代社会是知识经济的时代，读书可以改变命运，但别把读书误解为文凭，文凭只是成功的入场券而已。读书要读活书，并且随着环境、职位的改变，要随时吸收最迫切的知识，慢慢养成习惯，变成持续的学习力。学习不见得能与短期业绩发生关联，但长期来看，它是最重要的指标。

五、人脉拓展力

人脉资源是业务员最重要的资产。这句话没有人会反对，但为什么很多人不重视这个资产？原因在于，销售行为是硬碰硬的业绩表现，很多人为了做到生意，应用不实手段或压迫手段等等，让客户一次购买之后，终身不再和你来往，这就是太过急功近利造成的现象。为什么现代企业非常注重客户服务及客户满意度？就是这个原因。但是过度重视人脉，把所有时间都用来经营人脉，基本功不扎实，又会被讥为长袖善舞，人际关系复杂。

六、挫折忍耐力

对一个优秀的业务人员来说，这个能力甚为重要！人都是在不断的挫折中接受磨练而成长。不论你突破了多少挫折，也无法知道下一个挫折是否比较容易忍受。不论你有多坚强，当某一个难关过不去，之前的忍耐与煎熬，似乎也都失去了意义。惟有对人生的态度抱持乐观积极的态度，对一时的得失不萦萦挂怀，才能真正建立挫折忍耐度。在销售过程中。每天与众多不同职务、性格、需求的人总会谈，如果没有挫折忍耐力，怕一天都待不下去！

**第二篇：净水器销售成功六大要素**

。

随着工业经济的发展，水污染则在加剧，而同时人们的消费能力和健康意识在提升，这些为终端净水行业的发展创造了条件，市场处在由培育期向快速发展期过渡阶段，进入黄金发展期。受行业发展前景利好消息的刺激，近两年进入行业的生产企业及代理经销商数量均呈现大幅度增长，并反过来推动行业发展壮大和净水产品的普及。但同时，根据上海卓跃营销咨询传播机构在2024年对终端净水厂家、终端净水零部件供应商和经销代理商分别做的系统调查结果看，无论企业还是渠道，进来的数量虽然不少，轰轰烈烈，但真正做的好的并不多，绝大多数还处于苦撑等待发展的煎熬阶段，正所谓“长江后浪推前浪，前浪被拍死在沙滩上”！

从渠道发展层面研究，卓跃咨询认为，做一个终端净水行业的代理经销商，而且要做好，必须具备如下几个相关因素：

良好的当地社会资源，为发展赢取过渡期

基于终端净水行业的非成熟属性，市场对产品的不完全了解，决定了良好的当地社会资源对于经销代理商生存和发展具有非常的意义，这里的社会资源包含两个层面，一是亲戚朋友等个体资源，二是机构单位的社会资源。

不管是经销还是代理，在市场拓展初期都必然要经历一个过渡期，而这个阶段却涉及“生与死”关键阶段，通常长达4~6个月。根据笔者多年净水行业服务经验，一个普通经销代理商，在选择终端净水产品之前，多数并没有对其所运作的市场做太多的前期准备工作，在取得代理经销权后，一般首先是利用身边亲戚朋友和拥有的单位关系资源，以快速形成现金流，形成关系营销。关系营销的启动，在这个时期对销售增长是非常明显的。举个例子，笔者曾接触过A品牌上海区域代理商，代理A品牌净水产品已经三个月，销售非常不错，信心也非常强。他的销售秘诀很简单，随身携带TDS笔和水质电解器，不论到亲戚还是朋友家，在喝水之前都拿出这两件宝贝当场做水质实验。大家都知道，TDS笔能够反映自来水中的固体溶解物的多少，而自来水通过电解，颜色对比亦很恐怖，恐吓和人际关系的结合，只要给予足够的演示时间，加之因为关系的存在故而不信任得以解除，达成销售应该不难。

如果社会关系资源比较好，在取得经销代理权后数月内，可以形成有效销售维持生存并为下一步发展提供场拓展与创新更多的时间准备。在此期间如果能够做成一些单位资源，那会效果更好，等于淘到了净水行业的第一桶金。但是，这样的销售达成不是长久之计，在4~6个月过渡期后，不同的经销代理商会显现出完全不同的发展状态：一部分利用这个缓冲期积极寻求和尝试市场新的发展模式和方法，取得更大的发展，形成规模市场。但是更多的经销代理商却是满足现状，用完身边的资源后对市场无计可施，于是乎发展受阻甚至关门歇业。

抛“坐商”做“行商”，勤奋累积市场

很多做净水产品的经销代理商，多是原来做家电、太阳能、五金水暖等经销商代理，而且夫妻店居多。这些代理商有个通病，“坐商”行为严重，而这恰恰是做净水经销代理的大忌。

终端净水市场是刚兴起的非成熟市场，大众对产品的功能和价值还不是很了解，如果单纯依靠开一个终端销售门面，坐等消费者上门购买的销售模式是不太现实的，不可能等来上门者，需要经销代理商动起来，做好市场推广工作，如小区推广、工程推介、单位联络、社区科普宣传等。通过这些活动，将净水产品的必要性和价值推介给消费者，促进购买兴趣，并为后期市场拓展奠定品牌及市场基础，而店面充其量是体验和购买场所，对购买者是一个信心支撑和形象广告的需要。笔者在为B企业做深度分销样板市场时，有个代理商就做得不错，上货一周就卖出十几台直饮机，其实店面并不处于繁华市区，出样也不多，该代理商充分利用格力空调及皇明太阳能做工程的资源，给一些单位、茶楼、饭店及其他营业场所安装了直饮水系统，后来他将净水产品一起整合到工程产品销售中。而这种工程销售模式，对非成熟市场销售而言，是非常有效的。只有更多的人体会到了净水与自来水的不同，才会带动更多的无需广告的销售，这就是工程和团购销售带来的体验式普及销售模式。

宜在市场分销上发力，莫贪图单品高利润

终端净水市场还处于非成熟化发展阶段，由于信息的不对称性和市场规模的限制，代理经销利润相对较高，一台家用产品销售毛利甚至可以超过进货价格几倍。因此不少经销代理商固守单品销售利润不放，认为高昂的价格同样可以带来不错的收入，何必劳神去拓展网络？小富即安的心态导致不注重市场渠道的拓展，市场总量和利润难以突破。如此会产生两个弊端：第一，难以在区域市场树立品牌和影响力，当市场发展相对成熟时必然丧失主动权，甚至可能遭遇被淘汰风险；第二，由于放弃市场网络拓展，规模效应得不到体现，也违背所代理品牌企业网络发展的战略构想，同样可能遭致被优化淘汰的危险。

要想在净水行业或者在所代理品牌众多客户中有话语权，市场网络的发展和完善必不可少。笔者曾经接触过C品牌河南某县级代理商，从夫妻店起家，基于“笨鸟先飞”信念，积极发展乡镇网络，“夏日冒酷暑，冬日迎寒风”，每天骑着摩托车带着样品奔波于各个乡镇，费尽口舌游说代理，其间辛苦自不必说。功夫不负有心人，两年多的网络拓展，在其代理区域建立起完善的分销网络，出货能力非常大，连续几年成为优秀代理商受到C企业嘉奖，并取得销售返利及厂家小汽车奖励，虽然单台利润低了，但是总体利润却非常客观，而其建立起来的近百家分销网络才是他正真的财富，不仅拥有了与所代理品牌对等的话语权，更多了选择合作伙伴的机会。

以分享理念共同推进区域市场发展

市场的非成熟性，决定净水行业的发展需要遵循分享合作主旋律。具体到渠道经销代理层面，分享主要包含两个方面：

第一，在区域市场，不同品牌代理经销商要有分享的理念和胸怀，横向联合，共同推进本区域净水市场。目前市场对净水产品的理解和价值认同还不高，市场开发和产品销售具有相当的难度，需要联合一切可以联合的力量，先共同将市场培育起来，将蛋糕做大，一旦蛋糕做大了，谁都有机会分享，这是发展的前提。

第二，区域经销代理商需要从整体市场拓展层面出发，纵向联合一切可以合作的力量，让自己的网络更完善，并与合作者分享利益。拥有代理区域完善的立体的销售网络，将是经

销代理商的最大价值所在，而此项工作如果完全靠自己的力量去做，显然事倍功半。那么分享则是最好的方法，寻找更多的合作伙伴，让更多的人成为你市场网络的结点。这个结点可以是个人的，如保险业务员、具有影响力的关键人物比如村干部、社区领导等，让他们帮你去推介产品，这是事半功倍的效果；也可以是多种经营终端，如在建材网点、太阳能专卖店、水暖经营、美容院、家装设计公司等终端场所设置陈列展示并让其去推介，这样将你的网络渗透到市场的每个角落，做一个不可替代的有价值的经销代理商。

完善的售后服务会让营销变得轻松有效

净水产品的售后包含两个方面，一个是售后安装，一个是后期维护。做好这两方面，需要代理经销商花费大量心思和精力，而这直接关系市场拓展和经济利益，也是目前大部分代理经销商所缺乏的。

从售后安装来说，净水产品与空调、太阳能类似，产品出厂只是半成品，需要良好的安装才算最终完成产品的生产，良好的安装对于产品性能的发挥及用户的满意度提升是非常重要的。这需要经销代理商或者售后人员花费时间、人力、物力去向厂家或第三方机构学习和培训，达到非常熟悉产品结构及安装技巧，并且在安装过程中还需要非常的细心和耐心，因为正常安装一台纯水机，差不多需要一个半小时，这还不包含另外铺设管线时间。

售后维护方面是目前终端净水市场发展的软肋。虽然售后服务对经销代理商来说是一个盈利的来源，也是后期市场拓展的有效广告传播，但是很少有经销代理商能够做到很好，一方面整体代理经销商大部分是夫妻店形式，缺少科学有效的方法和持之以恒的落实，二是对售后维护的重要性认识不足。

耐得住寂寞，坚持可以胜利

如果与从事净水产品经销代理的朋友聊聊感受，估计十之八九会涉及到“苦、累、挫折、信心”等关键词！终端净水市场非成熟状态，市场拓展难度非常大，需要经销代理商做大量的基础性工作，推广、促销、展示、网络开发、售后维护等等缺一不可，同时这个行业没有成熟的经验可以借鉴，而且在付出大量精力后，市场也不一定是立刻就有好的收获作为回报。因此，净水经销代理商要有一颗耐得住寂寞的心，抱着对市场未来坚定的信心，持之以恒的坚持下去。笔者曾受邀在某品牌企业举办的营销论坛上做主题演讲，会议期间，山东聊城一代理商的话语或许表达了绝大多数代理商的心声：我们目前经营非常困难，企业也给了我们一些市场拓展的方法，但销售量还是上不去，还在苦撑着。但是我相信，终端净水产品一定会普及起来的！

结束语终端净水行业是个值得关注和投入的行业，但是作为行业的经销代理商，需要从改变环境和心理做起，抛弃短期投机思想，做好市场基本功，要有一份分享的心态，充分利用并发展更广阔的资源。当这些工作你都已经做得很好的时候，笔者认为，你是可以生活得很好的。尤其当净水普及机会来的时候，那将是你事业突飞猛进体现你人生价值和成就感的时候。

**第三篇：年终总结六大要素（范文）**

年终总结六大要素

总结一年的工作成绩，给自己当个“测试高手”，盘点一下能装到篮子里的工作成果，和不能装到篮子里的”病果”。一个完整的年终报告应该包括:

1、总结的目的以及总结的要义，这个部分简单概括；

2、对上一工作的回顾，用事实、业绩、数字说话，把工作业绩展示出来；

3、分析取得成绩的原因，要把整个团队合作加进去，不要只把功劳归于自己；

4、分析导致工作目标没有达成的失误和问题，多总结一下，还应谈到下步的对策；

5、对未来形势的展望和分析，这个问题切忌空谈；

6、下一的工作计划与安排，能脚踏实地、切实可行，又要有新的创意，

**第四篇：旅行六大要素注意事项**

旅行六大要素注意事项：

食：

1.根据任务单上订餐安排，联系餐馆地点，具体位置，了解餐标的标准，几菜一汤

2.向游客介绍团队餐具体标准，告其地方差异，不能满足每个游客的全部要求，提醒游客

吃饭餐馆较拥挤注意安全，保管好自己财物，可适当介绍地方特色菜

3.行程中的第一餐很重要，要合理安排餐位，若一桌多一人，可适当加菜，体现其周到服

务，一般在行车上就安排好哪几人一桌，若有好几个正餐位置人数基本不变，用餐前，了解餐馆洗手间，导游一般在游客吃饭时自己再考虑用餐，告其游客用餐后的集合地点和时间安排，同一地方不要重复用餐。

4.若是旅游旺季，须提前预订，保证用餐正常。

5.若繁忙时服务员跟不上自己也要做好服务工作，端茶倒水，上到两三个菜后自己再走开，并介绍一些菜的特色，并时不时的询察客人用餐情况。

6.早餐在入住酒店后了解用餐时间、地点、用餐基本上是每人一份的餐桌

7.准确核实餐厅的人数，索取发票，若客人加菜，加菜的清单也要收好，吃海鲜时不能与

啤酒一起食用。

住：

1.根据任务单上定好的宾馆进行联系，了解酒店位置，酒店的规模及基本情况。

2.在车上提前告知其住房前的注意事项

（1）房间物品是否齐全，是否有损坏，若有及时向总台联系。

（2）房间内不许拆包的不要拆，否则要进行赔偿的（3）退房时把东西全部带出，结算电话费等

（4）游客在使用一次性拖鞋时要注意安全，小心滑倒，洗漱进出时要注意安全

（5）除房间内的一次性东西外其余东西不要拿，白色毛巾不能与有色物品一起使用，不然要赔偿

（6）游客贵重物品可寄放，不要把贵重物品放枕头下勿让服务生以为是小费

（7）睡觉前把窗户、门关好

3.分房卡时一定由领队来分发

4.乘电梯的方位，房间号码怎么拨，总台号码是多少，告知其自己的房间号码

5.第一时间要进行询房，房内设施怎么使用等

6.与宾馆协商叫早时间，了解第二天是否还是该宾馆，若不是用早时，把东西都带上 注意：1.有些地方像海滨房间会比较潮湿，有的山上不允开空调，若要自费

2.不能把当地住宿标准与本人所在发达城市来衡量

3.游客说房间有问题，自己亲自询房

行：

1.领完任务单，问清司机是否认路，熟悉基本路线

2.要提醒客人行李摆放整齐（自己亲自检查），防止颠簸，下车注意看好车辆，贵重物品

不要放在车上，导游下车站在车门一旁，协助老年人下车

3.导游自己要保管好飞机票和火车票，以便报账

4.在游览过程中，时刻提醒游客注意安全，贵重物品放好

5.在接团出发前，打一个路线牌，放在车子上，以便游客辨认

游：

（一）、在车上：1.做欢迎辞，自我介绍，司机介绍，表达美好祝愿，结束语。司机介绍要

以谦虚真实为主

2.行程内容介绍，介绍游览主要景点、特色，地方概况

3.注意事项（吃住行游购娱）

4.沿途所见所闻介绍

5.适时进行一些互动游戏

6.一般中餐建议吃团队餐（提前订好餐和房间数量），客人每档电话核对正

确无误

7.有地接的话与地接联系好，确定接团时间、地点

（二）、景点途中：1.针对客源做好准备工作（了解客源地情况、经济）可进行适当比较

2.游览过程中严格按照任务单行程游览到位（全配必须跟随客人全程游

览）

3.讲解要生动幽默

4.游览过程中，协调好讲解与安全保护

5.要树立权威性，要有气势（讲解方面）

6.沟通能力要强，遇事临危不乱，说话要学会分寸，要留有余地

7.照顾好客人，注意安全

8.下车游览前，要告知游客游览时间、停车地点、大概线路、以及进出

口

9.不能随便增加景点、购物点，如客人主动要增加，必须客人签字认可，通知计调、业务经理，不允许随便停车拍照，尽量说服客人

10.中途不允许随便下车，按合同规定接上下车，如果团队坚持，提醒其

注意安全，后果自负

11.买门票时注意小孩和老年票

购：

1.一般游览过程中把地方特色介绍给游客，介绍要详细准确

2.指定的店进店要拿签单回来，行程上有购物点的要有签单拿回来

3.散客报账单抬头是开无锡联合旅行社，和旅行社任务单上要一致

4.严禁私自增加购物点

5.严禁虚假导购顾客购物

6.发票不能立刻拿的要留好电话，打收条，给地陪团款不要一下子都给，自己要提早预算

清楚

娱：

1.注意安全

2.注意突发事件处理应变能力

**第五篇：奖学金申请六大要素**

奖学金申请六大要素

一、优秀的英语语言成绩(点击数488)近年来，随着美国签证成功率的提高，申请美国留学的学生越来越多。由于美国学费相对比较高，如何申请奖学金便成了考生及其家长们关注的问题。以下六点与学生能否成功申请奖学金息息相关：

必须具有优秀的托福成绩。想要申请美国奖学金的学生，新托福要至少100分左右，最好达到105分以上。

对于想申请美国本科院校奖学金的学生，最好还要参加美国的SAT考试，尤其是那些既想申请美国前50名本科院校，又想申请奖学金的高中生。专家建议：想要申请美国前100名院校奖学金的学生，SAT最好能考到1800分；想要申请前50名院校的考生，最好考到2024分；想要申请前20名院校的考生，成绩应该最好不低于2200分。

想要申请去美国读研究生及博士生的学生，还需要GRE及GMAT成绩。要想拿到奖学金，理科学生GRE的成绩，最好能考过1400分，文科学生GMAT应该拿到700分以上的成绩。

二、良好的GPA成绩

无论是高中生还是本科生，要想获得奖学金，GPA的成绩都应不低于3.0或平均成绩80分。建议学生最好从高一或大一就开始准备，不要偏科，要全面突破。当然有的专业难度系数比较高，很难达到这个标准，但考生要尽力而为。

三、班级及学年排名

如果想申请高额奖学金，学生还要注重班级及学年排名。美国大学比较看重学生的班级排名，而且是高中或大学整个阶段的班级排名，他们考察的是学生整个学习阶段，而不是一时的表现。

四、课外实践活动

美国院校的奖学金申请，还会参考申请者在本国读书期间是否参与了学校的课外活动，例如：义工工作、学生团体俱乐部等课外活动。所以建议申请者应该了解所申请大学，需要什么类型的人才，你是否真正属于所申请大学所需要的类型。

五、工作经验

对于那些申请研究生及博士生的学生，如果有一个很好的社区活动、社会调研经验或者丰富的工作经验，可以增加竞争奖学金的优势。

六、重视签证环节

就算你申请到再多的奖学金，如果签证不过，也只能望洋兴叹，所以一定要重视签证这最后一关。在面对签证官时，一定要实话实说，因为签证官每天都要面对很多签证的学生，如果你套用别人的模版，往往很难通过。每个人的申请院校不同、专业不同、个人资料不同，所以答案没有完全的相同，没有任何标准的答案。所以学生需要根据个人的实际情况，由专业人士制定适合你本人的方案。

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！