# 如何使用PPT提高销售业绩（推荐）

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2025-06-18

*第一篇：如何使用PPT提高销售业绩（推荐）如何使用PPT提高销售业绩销售，的确是一门非常复杂的学问，有不计其数的课程、书籍、资料都在教授销售技巧。这些销售技巧都在研究人的心里特性，而且男女有别，或者要求提高产品的专业知识，或者增加社会常识...*

**第一篇：如何使用PPT提高销售业绩（推荐）**

如何使用PPT提高销售业绩

销售，的确是一门非常复杂的学问，有不计其数的课程、书籍、资料都在教授销售技巧。这些销售技巧都在研究人的心里特性，而且男女有别，或者要求提高产品的专业知识，或者增加社会常识，提高沟通能力„„等等„„

但是做为一家公司研发出新的产品之后，都要举行产品发布会，发布会上公司的高层演讲的水平，直接决定了发布会成功与否。我们都知道，有口才的人不一定获得成功，但是成功的人都是有口才的人。比如微软的比尔.盖茨、苹果公司的创始人史蒂夫.乔布斯、还有中国阿里巴巴公司的马云，他们都是世界上知名的演讲者。一个优秀的公司领导人，同时也必须是该公司的“品牌发言人”。

在使用PPT进行产品推广的时候，我们要特别注意以下问题：

一、第一时间，告诉客户产品能解决的问题、带来的好处：很多销售人员，产品的专业知识的确很丰富，所以销售过程中，过多的给客户讲解产品的技术数据，但是对于普通的用户来说，这些数据其实根本毫无价值。客户永远关心的是，我花钱购买你的产品，到底能为我解决什么问题。比如客户要求解决“热饭”的问题，他其实并不在乎你卖给他的东西是不是叫“微波炉”，只要能解决他的这个需求，哪怕你的产品叫做“洗衣机”都无关紧要。

二、演讲之前多加练习：我们要对自己所做的PPT非常的熟悉，每页幻灯片过渡时，要非常清楚下页的内容，这样才能平缓的过渡，使得客户思路延续，不容易分神。

三、将你所要讲述的内容用合适的图表来展现：商务PPT模板大套装的销售网站上，提供《PPT设计实战宝典》中，提到一个概念：“人都具有视觉思维”，人们总是将所听到、看到的文字，转化成图片展现在脑海里，所以，在你演讲时，使用PPT，直接将概念转换为配套的图片，将加速听众对你演讲内容的理解。

希望这些能帮助你制作出提高销售技巧PPT来。

**第二篇：如何提高销售业绩**

销售员如何提高业绩

前言：笔者从事销售工作已近6 年，有些销售的心得，亦总结、分析了优秀销售员成功的方法，发现提高销售业绩有些共性的操作方法，但也无什么大道理．现把它整理成文，希望能抛砖引玉。

销售业绩的提高虽然事关品牌力、产品力、价格力、服务力、广告力，以及促销活动的有效开展，但作为在市场第一线，执行销售政策．每人与客户打交道，厂商之间 起桥梁纽带作用的销售员，对提高销售业绩起着至关重要的作用（可以说，一支高素质，能力强，富有战斗力的销售员队伍是企业营销的宝贵财产）。

让计划成为行动的开端

首先，要制订的营销计划．销售员在理解，掌握公司营销方案的基础上，结合往年的历史销售数据，分析行业的趋势，当地市场的现状，运用S W0T 方法，寻找产品的卖点。并把公司下达的销售目标按经销单位、时间，产品进行合理地分解到月。

其次，在每月的月末要制订下月的工作计划，并把梢售计划分上、中，下旬（在操作中，设法使销售能往前移）。围绕发货计划，有侧重点地展开各项工作． 再次，每晚养成写工作日志的习惯。在分析，总结当天工作的同时，能合理，有效地安排好第二天的工作．

让计划成为行动的开端，还必须以严谨的态度对自己的计划负责，定期评估并随时督促自己尽全力来控制进度，以达成计划的目标．

拥有坚定的信念

洗涤行业通过大力度的广告，低价位的产品，己淘汰了一批设备陈旧、成本高、销售观念落后的厂家，留下来的都是实力强，全国排得上号的品牌大厂 ．但市场的竞争从未间歇反而如火如茶一直在升温．在这种市场格局当中，任何企业的销售员要完成销售目标．肯定会碰到非常多的阴力，承受非常大的压力。而要战胜这些阻力、压力，非有信念不可．因为，只有有信念的销售员才能把压力变动力．才能以自己的精神支柱克服目标道路上的阻力．才能成为“人定胜天”、“事在人为”、“ 没有趟不过的河” 的勇士，才能成为战无不胜的智者。所以，一个销售者必须拥有自己的信念。

选择经销商并处理好客情关系

有人说“ 选择好一个合适的经销商．销售等于成功了一半”，这句话虽然有些夸大其辞，也有一定的道理。产品要到达消费者手中，使用的方法往往推力远远大于动力，关健在于经销商的实力，网络、服务，信誉，配合度等。有个合适的经销商．往往能达到事半功倍的效果．可有实力，网络好的客户往住不只经营

一个品牌的产品，经销商一天到晚也忙得很．这祥销售员如能不卑不亢地处理好客情关系．经销商花在本司产品的时间自然就多．也能按照公司的意图配合好．执行好各项促销活动。甚至会以“利益共同体’ 的角度不定期地为公司提出有建设性的建议和意见．

帮助经销商发展重点客户

洗涤用品是长线产品，如把销售定为发货．收款．肯定做不好销售，尤其是品牌力不强大的产品．一个有责任感的企业都知道，货到经销商处只不过是实现了库存转移，并未真正实现销售．而要把产品快速地流通到消费者手中，只有帮助经销商梳通渠道，按照“ 80 / 20 “法则，抓住重点客户的销售，才能事半功倍．形成销售气势，达到销售目标。

控制市场价格及冲货

为减少流通成本，提高竞争力，大部份企业销售模式都选择短宽渠道的方式．但一方面，现在的交通非常方便．另一方面，现在销售政策的透明度高．而信息传递快．客户对价格的敏感度也高，经销商为稳固．吸引下线客户, 扩大销量，不顾厂家的严律规定，“身不由己”压低价格，甚至超出自己的销售区域销售（称之为冲货）。冲货的结果是损害了自己的利益及周边客户的利益，也扰乱了当地的市场价格，不利于产品的健康长期发展。而当经销商无利可图时，经销商对经销产品的积极性就大打折扣，下线客户也因该产品价格不统一，多变而失去信心。作为销售员一定要严格执行企业有关冲货管理规定．以企业的集体利益为主．不能对经销商的冲贷行为听之任之，尤其不能级容经销商冲货。

客户问题（要求）的处理

当销售的产品存在问题．或客户有某些企图心时．肯定会向销售员提出各种各样的问题（要求）。作为销售员一定要认真倾听客户的问题（要求），尊重客户．充分让客户表达完意思．不可忽视，轻规或阻挠客户提出问题（要求）．对客户提出的问题（要求）．一定要及时处理（解决好问题，才能更好地实现销售）。1 ．首先对问题（要求〕，要探明事情发生的背景，井弄清客户的真正意图。2 ．面对问题〔 要求），要敢于正面而诚实地给予回答。如客户提出的问题（要求），是事实存在．且在公司的政策范围之内．应立马给予明确的答复：如客户提出的问题（要求〕 确实存在实际困难．应及时向领导硕导汇报．如违反了公司政策的规定．应毫不犹豫地予以拒绝．

知己知彼

‘ 知已知彼” 才能“百战不殆” ．销售员一定要充分掌握自身产品和竞品的特点，充分领会公司的营销策略．知晓竞品的营销策略．这样才能充分利用好公司的各项资源．才能有的放矢地开展好各项工作．才能真正执行好公司的各项政策，最终达到销售目标。

制订区域活动方案

区城方案制订得成功与否，直接影响到销售业绩。销售员在制订权力范围内的区域方案时，事先要充分了解市场的现状。竞品的策略．现存的市场问题、公司的资源等，然后再制定区域活动方案．方案的内容应包括：活动理由，活动目的、活动时间，活动地点，促销方式。操作方法，效果预测，财务预算（投入产出比）。会算帐

懂算帐、会算帐、算好帐，亦是一个优秀销售员的必备条件之一。销售员不但要对自己所管辖区域的发货、收款、投入有明细的帐务，还要对自己所经办的帐务能清清楚楚。领导或经销商间起账务能立马准确回答出来。这样才能体现用“数字“说话．算得上是个精明的销售员。

不断学习

中国已加入WTO ．国外的先进管理，先进的营销思想．也随之涌入，走进书店．书架最多．变化最快的可谓是营销方面的书籍，在白热化竞争的今天．要在这场无情的，不见血的战场上取胜，只有不断地加强学习．向你的同行学习、向你周边优秀的同事学习、向营销书本学习。“ 在学习中工作，在工作中学习。否刻，将会彼淘汰。

**第三篇：如何提高销售业绩**

1、了解市场需求，开拓市场

2、建立客户长期关系，影响周边客户

3、确定目标，完成目标时间，按时间安排

4、注重细节，多与已有客户沟通，了解市场动向，需求情况

5、拓宽销售面

6、改进收款方式，增强回款速度

7、薄利多销，我们的产品进入更多的领域

8进行广告宣传，纸质、广播、电视、网络

9承接调试、安装工程

10销售采取定额

11提出更合理的分配方案，刺激销售人员在市场拼杀的积极性，实现公司与销售人员的双赢。

12对于单位价值较高的成套设备，可对外进行租赁，依据客户的实际需求进经营性租赁或融资性租赁。可减少公司的资金压力。

13产资金用更能产的利润的地方，多元化的发展，跨行业，可尝试进入投资少，技术含量较低，享受国家低税收的行业，比如：农业、养殖业等。或可涉及轻资产高科技行业，同时也受国家扶持税收优惠，比如：动漫或软件业。

14成立元器件公司，拥有自己的核心技术。若遇到有技术有项目缺资金的公司，瑞杰可以入股分红或参与经营管理。

15成立省外分支机构（非独立法人）或子公司（独立法人），以扩大销售面，提高知名度，推广公司品牌。此两种方式只是风险略有不同，前面的较大，后面较小。子公司的风险依据投资比例计。

16可以让一位销售助理每天找10个项目的业务发给销售部，不是任务，多的话可以多找几项，但最少是10个。

17业务员每天做工作笔记，记录每项业务的进展情况。

18没成订单的业务员，必须有一位成功经验的业务员带领，新业务员成功的第一份订单其带领者有一定的提成。

19增强业务员的综合能力，不光对产品熟悉，让人看到有信任感，真心对人。

20必须招聘几个有真正实力的业务员。

21把自己公司接单的流程，生产的流程，结算流程，服务流程写在产品介绍后面，让客人对我们的运作有一个整体认识，我们是专业的工厂。提高潜在的客户订单。

22报名参加推出的免费专场活动(阿里首页推出的，免费报名）。

23一定要写博客。

24熟悉产品市场，细分竞争对手有哪些，容量如何，地理分布和产品时间分布如何，市场发转趋势（未来1-3年）。

25、人际关系网络和市场信息（电话营销）。

26、每个业务员要明确自己的目标，工作内容，所谓万事开头难，只要打开头，万事皆有可能。

27、销售助理了解每个业务员的项目资料，以及工作动态，是否有单跟进。

28、每月的项目了解。

29、每个项目的客户资料也相对重要（重要客户的喜好等等）。

**第四篇：如何提高销售业绩**

要提高销售业绩先要改变游戏规则

阿里巴巴资深人力顾问关明生、线上销售总监戴珊为3百余名销售人员上了一堂生动的课，用切身体会告诉大家如何改变游戏规则，打开客户的思路，达到成功销售。

关明生：听说，西门子赢了；但GE拿到订单

“2点间最短的路线不是一条直线”

一开场，关明生就用一个三角图形亮出了自己的观点：2点间最短的路线不是一条直线。他用A、B代表销售人员和客户，从A到B的过程就是一个销售过程。按照常理，A-B的最短路径应是AB间的直线，但是“很多情况下A-B的路线被客户的反对意见所阻隔，是一条行不通的路？”这时该怎么办？硬走显然行不通，所以不妨“绕道而行。”寻找一个C点，从而连接A和B,达到销售的目的。

对于这个C,关明生认为就是“客户的OpenMind（开放思路）”.有了开放的思路，客户就比较容易接受销售的建议和产品，认可销售的行为。销售帮助客户打开思路，拥有OpenMind后，离销售成功也就不远了。而要帮助客户获得OpenMind,有2条路可走：一是感情认同（Emotion），二是理智分析（Logic）。

“我的经验告诉我，从客户心理着手，先取得感情认同，比直接进行理性分析，给客户讲道理更有效。”尤其当客户对销售行为很不满、且有一堆反对意见时，“和他说理是说不清的，谁让客户是上帝呢？”

“主动改变游戏规则”之一：自己鞭打自己

关明生现场提了个问题---“愤怒的客户要用鞭子打你，你该怎么办？”听众议论纷纷中，他给出了极具震撼力的答案---“抢过客户手中的鞭子，自己打自己。”观众席上一片哗然。关明生笑呵呵地给出了他的解释：客户是上帝，所以我们不能违背；客户之所以要鞭打我们是因为他愤怒，所以鞭打能让他消气；我们主动夺过鞭子打自己，既满足了客户消气的心理，又掌握了主动权；你完全可以做出鞭打的样子，而不让自己受伤。“这就是改变游戏规则。”关明生的观点是“改变了游戏规则就是做感情上的事，而不是逻辑上的事。”改变游戏规则的结果就是客户失去了原先的目标（这个例子中就是鞭打销售出气），既定目标失去的结果就是思路不再固定。

“主动改变游戏规则”之二：不结婚就分手

台下若有所思，关明生紧接着给出了生活中常有的例子。“一男一女好了很久了，可是男的始终不肯结婚。”男的认为现在的生活状况不错，有人照顾，有人疼。可女的不答应，她需要一个承诺。假若女方问，“我们都好这么久了，你打算怎样？”好像求婚似的，而男方通常的回答是：“不想怎样。”假如女方换个角度，改变游戏规则，告诉男方：“如果不结婚就分手！”那么主动权就到女方手中了。游戏规则改变了，男方会思考：分手的话，现在理所当然享受的照顾等等都被改变了，而结婚不过是比现在的情况多了一纸婚书。他思考角度和过去不同了，那么就会接受结婚这个要求。

改变游戏规则的结果：GE拿到了订单

为了进一步阐述改变游戏规则对销售成功的重要性，关明生拿出了10多年前他在GE销售医疗器械的一个事例与众人分享。“某大型私立医院购置400万元左右CT等仪器设备。金额较大，医院专门成立一个小组讨论。具有决定权的是院长，小组有3个人的意见非常重要：2个是常务副院长---即他的两个儿子，一个从英国留学回来分管医疗，一个从美国学成负责经营管理；还有一个就是院长的妻舅，放射科主管。”通过招标的重重筛选，最后剩下2家竞争者---GE和西门子。“我们和西门子可谓势均力敌，而小组成员也分成2派，一派支持GE,一派支持西门子。”谈了18个月，局面仍然僵持不下。“这时候，有传言说GE希望不大，所以我决定孤注一掷，改变游戏规则。”

不再被动地等消息，关明生主动找到了院长。他告诉院长，他不是来谈项目的，因为谈了18个月，已经没什么内容需要补充了，“我来，是感谢院长的。感谢这18个月来，您给了GE一次参予投标的机会。”听闻此言的院长有些纳闷，关明生继续：“因为，我听说，听说，„„听说西门子赢了！”听到这里，院长生气了，“谁说的？这事我说了算！”院长当即把所有小组成员叫到办公室，当着关明生的面表示今天一定要讨论出一个结果。最终，GE拿到了订单。

戴珊：从零到一亿的销售故事

作为销售总监，戴珊有着傲人的成绩，“诚信通”这款产品销售从零开始，在戴珊手里达到了1亿。“今年，更是达到了3亿。”戴珊销售团队管理方面的经验还是很有说服力的。“其实，销售中最大的难题还是人。”所以，戴珊认为销售团队的培养和建设非常重要。对于人员管理，戴珊的心得是---“一定要培养明星员工，踢出小白兔和野狗。”

白兔野狗都不要

戴珊很认同关明生以价值观为横坐标，业绩为纵坐标对员工作的划分。就她的经验体会，对付野狗和白兔都不能心软。“白兔是很肯干，价值观符合企业要求，但出不了业绩的员工。对这类员工，不能心慈手软。很多时候，因为他们的态度好而总是放任，造成的恶果是：明星员工得到的关注度不够，产生不良情绪。而对低业绩的姑息，从另一个角度打击了明星员工的积极性。”

对白兔狠心的道理大家都比较好接受，但踢出那些业绩非常出色但行为不符合企业价值观的野狗，很多主管会因为业绩而作罢。“这是非常危险的短视行为。对那些抢单、私下给对方回扣，或者乱开折扣等不符合企业价值观的行为，阿里巴巴非常反感。哪怕业绩再好，销售额一个亿，阿里巴巴也会毫不留恋地请他走人。”关乎企业形象和整个团队的行为规范，绝对不能因为眼前小利而放弃长远打算。

指标不要定太高

“我在带团队的时候也犯过很多错，拿出来给大家分享，希望可以帮助大家今后少走弯路。”戴珊坦诚地讲了自己的3件糗事。“一是老板降低我的指标。”“诚心通”刚推出的时候，戴珊和团队中的几个主管开会，左算右算，给自己定了个1000万的指标，“当时觉得，如果做不到1000万，大家也别活了，没饭吃的。”但是老板最后把她的指标压成了350万。原因是：“诚信通”是新产品，市场的接受度和反应不确定的情况下，“士气与不断超越目标比仅仅达到一个数字更重要。”事实证明，最初设立一个合适而能超越的目标非常重要。

“二是制度从严到宽。刚开始，我们制度非常严厉。底薪2025元/月，销售业绩达到3万以上才能提成，新人销售目标要4万/月等等。”实践中发现，销售新产品，对新人提这样的要求过于苛刻。“我们需要给员工一定的成长期。”为了保持队伍稳定，防止新人流失过快，我们把新人的销售目标降到了1万。

“三是优化流程。”不合理的流程会大大耗费销售成本。“过去，我们要求销售做客户回访。后来发现，销售不是不愿意做，而是根本忙不过来。如果因为这个而花费他们太多的时间，那么真正花在出业绩上的时间自然减少。最后我们把客户回访这一工作内容从销售中剥离，大大提高了效率。”戴珊的体会是，领导者需要好好检讨销售流程，使之更简单更有效，很多时候小小的一点改变都能带来非常大的利益。

陈振盛：销售的心灵鸡汤

你凭什么劝人戒烟？

与关明生和戴珊不同，高博咨询公司的陈振盛不是销售出身，他表示自己将从心灵角度提供一些帮助。他问有多少人曾劝过别人戒烟，很多人举手。“那么有谁知道尼古丁的化学方程式？焦油的化学方程式？谁能告诉我低焦油、中焦油、高焦油的区别？谁知道过滤嘴是什么？谁能告诉我为什么邓小平吸烟活了94岁，很多不吸烟的人才过30就\'叭叽\'了。”一片沉寂后，“啥也不懂，你们还敢劝别人戒烟？”

底下有人不服了：“可以举例证明吸烟有害健康。”“什么例子？我就吸烟，我活得好好的，还能当培训师挣钱。”几个回合下来，没人有足够科学的数字或者例子证明吸烟有害健康。可是，陈振盛继续问：“今后你们还会劝别人戒烟的请举手。”手还是没少。“虽然大家答不上来我刚才的专业问题，但是还是会坚持劝别人戒烟，道理何在？”就是因为“信念！你们坚信吸烟有害健康。”

信念是成功的前提

“要力争上游，必须有非常强的信念。只有坚信你做的是正确的，你才会坚持下去。”陈振盛将其套在销售上，告诉在场的人，要销售成功就得有很强烈的信念，相信“销售是为人类谋福利的，是对社会有贡献的。不管你卖的是什么。在座的没有卖白粉、卖摇头丸的吧。”

有了坚定的信念才能面对逆境。但是要想充破逆境还得依靠自身能力。“你被人踢下河，如果不会游泳自然要喊救命，会就没关系了。所以逆境困境是因为自身能力不够造成的。”陈振盛的忠告即“不断学习，学得越多，你的选择越多，逆境越少。不断学习提高能力，冲破逆境的可能性就更大。”“学什么都好，哪怕是做菜做饭，一定会有用的。”

在阿里巴巴时一直觉得关明生是肚子里有货的人，他2025年离开阿里巴巴时还给我们20几位销售主管写过打油诗集，至今在家里珍藏，对Savio，印象深的话不多，最深的有这么几句：

1、“作为管理者，上岗第一天就要开始找自己的接班人。没接班人你怎么上去？”。

2、“今天的最好表现是明天的最低要求”。

3、“你现在的价值，往往会在下个工作被真正兑现”。

问Savio关于个人发展的问题，他说职业就是三明治：“工作满意度、钱、个人满足”，刚开始中间的比例会比较大，慢慢变小„

“在一个公司呆10年，也许你的收入比刚进去的时候多不了多少，但这个价值在你下个工作会被兑现。”

4、“以身作则，才能让别人抢着为你工作”。

**第五篇：如何提高销售业绩**

那如何提高销售人员业务技能呢？我从两个方面说明，一个靠公司的文化，科学的管理;另一个靠对销售人员不停地培训。

一、势气比武器更重要，战场上打仗，战士的射击水平只是一方面，更重要的一方面是队伍的势气，我们单位共200名左右的销售人员，整个队伍应该有一个口号，这个口号通常代表我们团队的精神，特别在团队势气很低的时候，业绩不太理想的时候，开单位会议的时候，跟同行公司一起的时候应该喊出来。200人，分成2 大组，每组有自己的组名和口号，十个人一小组，有自己的组名和口号。开会的时候都要喊出来。

二、引入竞争的文化，每个月初，小组都要报目标，小组之间要“打擂台”，让大家感觉到不仅仅为自己在工作，更是为了团队在工作，输了的请赢了的吃饭或输了的人跳舞给赢的人看，这样大家即感觉到压力，又能感觉到开心

三、建立感恩的文化，感恩是老生常谈的事，但非常有必要，员工进入我们单位后，有两层关系，第一层关系是雇佣关系，另一层是人际关系，雇佣关系看重的是单位能给我发多少工资，活有多重，人都是希望付出最少，得到最多。中国有五千年的文化，非常看重人际关系，即使是钱少一点，只要人际关系简单，大家在一起开心都是愿意的，世界上很多发展的非常快的公司，给员工的待遇也不是最好的，如阿里巴巴公司，马云在开始创业的时候，还借员工的钱发工资给员工，创业的十八个人，直到今天都没有走一个人，短短的几年时间打造成为世界知名品牌。那如何建立感恩的文化呢？首先在公司里有一面墙，叫感恩墙，如果今天有谁帮助了我，我就会写下感谢的话，贴出来，让大家都看到。另外，单位每个月都应该有同事过生日，单位应该给这些过生日的同事过一次集体的生日，大家为他们唱生日歌！我相信谁都会非常感动的。

感恩还体现在销售过程中相互帮助，大家结成队子，传帮带！新员工进来一定前期由老员工带，这样进步才会非常快，老员工带新员工一方面自己满足了自尊心，另一方面也可以起来鼓励自己的作用，一举两得。

同事之间的相互帮助是建立在友谊的基础上，不能有任何利益上的往来，只许上级给下级送礼，不能下级给上级送礼

四、建立分享的文化，古人说:”三人行，必有我师”，这句话不仅仅体现了当时人们非常爱学习，而且很虚心，这样的氛围永远没有勾心斗角，允许别人与自己的不同意见，我们的团队也应该提倡这样的文化，比如在销售过程中，谁签了大单了，我们全体人员应该向他表示祝福，如果他签了个很了不起的单子，没有人祝福他，他内心也会有点无言的失落感，即使是再小的订单，都有很多人祝福他，他的内心也会非常高兴的，这个高兴不仅仅是业务带来的提成，更是一种被认同的感觉，这样大家才会有凝聚力。同样，如果员工今天很失落，如果有人关心他，帮助他，他自己会做得更好，如果没人帮助，他会很快离开，对公司也是一种损失。

分享不仅仅能帮助别人，而且更能提高自己，我们不希望出现业绩非常好，但不愿意与别人分享的自私的行为，有这样的人，我们要教育，教育不成要坚决开除，我们希望大家今天在一起工作，未来五年，十年，二十年都还在一起，直到退休，大家看工作看成是自己的事业，而不仅仅是糊口的工具

五、管理要说在嘴上，写在纸上，贴在墙上。大道理大家都懂，也都明白，但为什么在工作中说的跟做的不一样呢，我们现在的管理是否仅仅是说在嘴上？人的大脑不是录像机，也不是录音机，有些话，当时听了很感动，但过一段时间就忘了，员工出了错，如果领导一开始没有明确提出来，这是领导的错，但如果说出来员工还是犯错，这是员工的错，我认为我们应该把公司明确支持的、反对的、提倡的都贴在墙上，让每个员工一进公司都能看到，时时地提醒自己。

六、明确提出哪些是不应该做的，团队管理中有很多东西，如坏的习惯我们要明确提出，告诉大家这属于高压线：

1、诚信原则，我们不希望出现任何不诚信的情况发生，对销售人员来说谎报拜访量，电话拜访说成上门拜访，没上门说成上门等等，这些都是不应该的。

2、扰乱军心，销售人员经常在外面跑，遇到客户的无理情况是很正常的，我们希望员工心里不爽应该有个正确的途径发泄，而不允许在团队的内部进行传播，负面的信息就好像手上的脏东西一样，传播一个人，就像在别人脸上摸一下，让别人的脸变脏，然后那个人又传播给另外一个人，最后，团队成员每个人都这样，极大地影响了团队的势气，单 位规定，当员工遇到烦心的事的时候应该找直接上司进行泣诉而不准在成员内部进行传播,明确规定”报怨上司的人永远不提拨”,”抱怨下属的人请他离开”

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！