# 销售培训总结及收获简短(三篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-09-13

*销售培训总结 销售培训总结及收获简短一首先，我很高兴能听陈定震老师的课，您的专业知识让我们这些学生很佩服，您虽然只教了我们两天半的课，却让我们学会了很多东西，我相信陈老师所教授的知识会是我们以后实践的教材，您的知识在电子商务界绝对可以说是权...*

**销售培训总结 销售培训总结及收获简短一**

首先，我很高兴能听陈定震老师的课，您的专业知识让我们这些学生很佩服，您虽然只教了我们两天半的课，却让我们学会了很多东西，我相信陈老师所教授的知识会是我们以后实践的教材，您的知识在电子商务界绝对可以说是权威知识，您的教学不是像传统的只教理论，而是用您的真实经历给我们讲课，确实让我们收益匪浅，仅对您表示真诚的谢意。

经过这两天的学习，让我学会了很多网络营销的知识，那时候才发现原来网络可以创造那么大的利益，网络世界原来有那么多的知识和技巧，平时每天都对着电脑，对着互联网，现在突然发现平时司空见惯的事原来有那么多的学问在里面，不管是看视频的时候还是在玩游戏的时候，我从来没想过我在看视频转视频的时候已经帮别人获得利益了，真希望有一天我也能成为网络营销大家庭的一员，能够靠自己和队友的能力赚得属于我们的无数桶金。

下面我说一下我对网络营销的认识：

网络营销可以通过网络广告和搜索引擎实现，分为病毒式营销、多通路营销和博客营销等，网络营销并不是一个人的团队，而是多个人的团队。

在进行网络营销的时候要分清楚绝对目标族群、目标族群和潜在族群，为不同定位的客户设定抓的住他们的关键词，这样才能达到网络搜索营销最好的效果。

病毒式营销是通过用户的口进行碑宣传，一定要做的足够吸引人，这样才能让消费者心甘情愿的为你传播。

多通路营销要制定不同渠道的营销策略、管理办法、利润分配方案，什么样的项目适合什么样的策略，不能千篇一律，达不到营销效果和目的。

博客营销要选择理想的博客平台，要求对搜索引擎的友好度高，搜索引擎喜欢真实原创，在博客里要注意自己的一言一行，不能出现第二个王石案例。

搜索引擎的排名关键在于网站标题的设定，关键词的密度和网站的友好化等，搜索引擎的蜘蛛程序不喜欢深入搜索，网站设计最好不要超过三层。

以上是我对网络营销的一点认识，如果有错误请老师指正并见谅，这几天跟陈老师相处的很愉快，您教会了我很多的知识，在这里对您表示最诚挚的谢意，也祝陈老师身体健康，万事如意!

**销售培训总结 销售培训总结及收获简短二**

公司这一次对我们这些销售员工进行了培训，这让我受益很多，也从这次培训中学到很多关于销售的技巧，对自己以后的工作是有很大的帮助的。因此对这次的培训做个总结。

培训的第一部分就是对客户要微笑进行服务。微笑是对人表示的第一个好印象，要知道做销售，是要跟不同的人打交道的，有了微笑，至少面对的客户他不会一开始就拒绝你。本身自己作为销售员，在进行销售的时候，微笑服务就是必要的技巧，这也是一种礼貌素养。微笑面对总比你气势丈人要好。经此一培训，我更加明白微笑服务的重要性，更懂得在以后的销售工作中，要去做的第一要事，就是对客户要微笑示人，得让客户觉得你的服务态度是良好的，才能进行下一步的操作。

培训的第二部分就是销售中的说话技巧。这就不是跟平时一样随意聊聊天就行了，做销售的时候就要去抓住重点，紧跟重点说话，不要自己说自己的，让客户听你说废话，而是要符合客户的观点，适当去表达自己的观点。也不能客户说什么，你这边就觉得是什么，不能被牵着鼻子走，但也不能不顾客户意就去销售自己的产品，一定要客户自愿去了解你的销售产品。在这里的说话，就是很不同的了，很多东西都有忌讳，不该去表达的就不要去说出来，不然平白的得罪客户，那就很不幸了。这部分的培训，就让我这个销售员知道自己在说话方面是有缺陷的，之前自己去做销售的时候，就很容易说错话，所以销售量就不好。

培训的第三部分就是找客户时，要去对客户提前进行了解，才能有把握一些。培训中有说到对客户一定要细心，一次首先要做的就是对自己要去销售的对象进行一个了解，才能够让客户去信服我们，不然还没开始，可能客户就已经放弃了自己的产品。

通过了这一次的培训，我的收获大概是比较大的了，从这里我也找到了自己的不足，更知道自己有哪些地方需要去弥补的。对自己之后要去做的销售工作更加有信心了，不会再像之前那样马虎了，知道自己的弱点在哪里，就会去取长补短。总结起来，这次的培训进行的很成功，让我学到不少知识的同时，还能反过来去思考自己的问题出在哪，很棒的一次培训。

**销售培训总结 销售培训总结及收获简短三**

联系销售人员大部分时间只跟客户的采购部联系。绝大多数企业多年来一直这么做，但采购部仅仅是决策者的订单执行人而已。而决策者来自销售部与市场部、产品设计部、工程部、生产部等职能部门。结果是，你根本没有接触到最重要的人，应该想办法接触更多的人。 价格在与客户接触的整个售前工作中都在讨论价格。销售人员大谈产品功能、公司品牌是没错的，但讨论的核心问题是价格。你总是与客户在争取数量折扣、运费、广告费、加工费、技术支持方面纠缠，他要尽量压低最终价格，而你始终貌似不答应，结果始终是没有结果。 培训销售人员接受的都是传统的集中训练：如何不怕客户拒绝，如何不被压力打到，如何毫不气馁的取得成功。培训内容包括让销售人员扮演不同的角色，观看最佳销售代表的录像等，这虽然可以振奋销售人员的精神，但是由于它仍然无法解决供应商和顾客之间的矛盾问题，所以振奋效果并不是很明显，而且会很快消失;应该建立教练式的新型培训模式来取代传统的看似热闹的集中训练。

奖励高层不断调整销售人员奖励制度，迫使他们争取更高的价格，更高的利润。这使销售过于急功近利，耐心不足的销售人员更不能为客户的长远价值做考虑;不折手段只能带来问题不断的客户关系。

参与制定与客户相关的政策时将销售人员排除在外。销售人员是全公司最了解客户需求的人，不能听取他们的真知灼见，是一种巨大的失策;每个公司都应该明确销售最大的商业导向。

客户将销售队伍重新组织，给与客户更大的关注。但客户的根本需求并没得到重视;必须想办法从内到外建立新的面对客户的思考逻辑.

批评销售人员自认为做的很好。但他们根本就做错了方向，事倍功半。公司应该建立防止销售方向跑偏的督查机制。

环节从未想过客户的客户，从未接触过客户的客户。销售是一种连锁反应，只有产品的下游用户对产品满意，链条上其他环节的参与者-----你的客户，包括你自己才能长期盈利。 整理销售人员过于注重内部工作。单独问问你的销售人员，每天花多少时间整理文件，花多少时间做行政工作就知道了;建议不要在非销售工作上浪费太多的时间。

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！