# 销售军校读后感范文精选48篇

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2024-03-20

*销售军校读后感范文 第一篇从小我就对军人有莫名的景仰，对于黄埔军校也早有耳闻，这天最后有机会好好的参观黄埔军校了。几经辗转，最后踏上了黄埔军校旧址这片神圣的土地。黄埔军校的正门并没有咱们想象中的宏伟，校名“陆军军官学校”只是写在一块木板上，...*

**销售军校读后感范文 第一篇**

从小我就对军人有莫名的景仰，对于黄埔军校也早有耳闻，这天最后有机会好好的参观黄埔军校了。几经辗转，最后踏上了黄埔军校旧址这片神圣的土地。

黄埔军校的正门并没有咱们想象中的宏伟，校名“陆军军官学校”只是写在一块木板上，门的周围只是简单的刷白了而已，上方写着经典的革命宣言：革命尚未成功，同志仍须发奋。黄埔军校被门口的大树庇护着。这是上个世纪二十年代中国最好的学校，却只有四五排房间，都没有一个小学大，还是重新翻新过的，由此我仿佛已经看到了当时革命先烈们的艰苦生活。

由正门往里走在路的两旁有几间展览厅，里面讲述了黄埔军校的发展历史，以及一些杰出人物如xxx，xxx等的事迹，还有同一时期国际上有名的几所军校。

1921年12月，共产国际代表马林在广西桂林会见xxx，向xxx提出“创办军官学校，建立革命军”的推荐。1924年6月，xxx在广州黄埔长洲岛上创办了陆军军官学校，这个中国现代史上第一所培养革命军队干部的军事学校。此刻的中山大学就是对应武校黄埔的文校。有评论说：人类军事史上，很少有一个军校像黄埔军校那样，在如此短的时刻中，却那么大地影响了一个国家的历史。从东征北伐到十年内战，从抗日到解放战争，他们都是双方历史的主角。这群人就是黄埔军校师生。

看了展览厅里面的照片，实物展示和文字说，我了解到很多历史故事，虽然只是皮毛，但是已经让我感叹不已。二楼是一些恢复的房舍，办公室相当的简陋，只有简单的桌椅，文具，没有一件剩余的摆设。

学员的宿舍很拥挤，居然60个人挤在一间教室大小的房间里。解说牌上说，这个待遇已经算是很好的了，大部分学员是住在草棚里的。我没有想到赫赫有名的黄埔军校的生活待遇竟然如此艰苦。然而就是在这样的条件下，黄埔军校依然培养出了很多的国家栋梁，十大元帅就有五个出自这所学校。

相比其他国际上的军事名校，黄埔军校真是没法和他们站在同一个台阶上，但这只是生活条件的差别而已，在培养人才方面，我想没有哪一个学校的成才率能够超过它了吧。

据说黄埔军校此刻已经迁往台湾了，但是那种全心全意为民众谋解放，吃苦耐劳，顽强拼搏的革命精神永远都扎根在这片热土上，就像xxx的遗训所说“革命尚未成功，同志仍须发奋”，尽管咱们此刻生活在和平年代，但是应当居安思危，不断发奋，不断拼搏，在国家需要的时候贡献自我的力量。

**销售军校读后感范文 第二篇**

今天，我读了一篇小文章《生命的跪拜》，主要讲的是：一个屠夫从集市上买来一头牛，屠夫在宰杀时，牛竟然两腿扑通跪下，眼睛里泪如雨下，屠夫从事宰杀业已十多年，死在他刀下的牛不计其数但下跪的牛还是头一回见到，当牛死后，他发现牛的肚子里竟然有一只刚成型的牛犊。

看到这里，我被深深的感动了，这就是母爱，伟大的力量，为了孩子，它竟给屠夫下跪，为了孩子，它宁愿舍弃自己的生命……由此可以看出动物之间的母爱和人类之间的母爱同样伟大。

每当我放学回家，看到妈妈为我准备好的饭菜；每当下雨时，看到妈妈为我送伞的身影；每当我生病时，看到妈妈焦急的面容……这些不都是母爱吗？经管如此的\*凡，如此的简单，但她的力量是无穷的，就像阳光照耀着我们，温暖着我们……

最后愿天下的妈妈都健康\*安！

**销售军校读后感范文 第三篇**

我是怎么教HR挖人过来的呢？

我做电商运营。有一晚，我收到了竞争对手电话，想挖我。但她并非直接提条件，而是“靠近-提出”策略，先询问我司情况，包括架构，业务，薪酬福利之类的。但我私人原因并不算跳，不过还是继续聊聊，想了解一下情况。

这位HR业务还行，一方面是“靠近-提条件”策略效果确实不错，但另一方面，感觉总是没抓到重点——总是不能抓到促使人行动加入的点，我想了想，于是这么跟她说：

“我知道你们HR也就是这几个大公司相互之间挖的，你也应该打了不少电话。虽然我不太感兴趣，不过可以给一些建议，让你从我们这里挖的时候，效率更高。”

然后就围绕《销售脑》的四个观点出发了：

>一、是围绕痛点，我们痛点算比较多的了

我们公司算外包，压榨得算厉害，薪酬福利压得厉害，甲方事多压力大；但有相对规范的流程，适合新人或刚转行，对那些薪酬福利要求不高，想获得入行经验的人。所以痛点会比较多，前期靠近可针对性筛选。

>二、是凸显诉求，这就对比来说

比如对手有打车补贴，我们没有；对手能\*衡工作生活，压力小，双休，不用做自我总结，我们工作压力大，对接甲方，单双休，要做恼人自我总结。

>三、是价值证明

可以推荐App第三方软件评价公司，或者跟跳过来的同事联系也没关系，这边可以提供。

四是传递旧脑，这里可操作的点更多了

侧重讲讲生活与工作，以及学习的东西，毕竟在这里确实很忙，工作压力很大。

最后HR说我特别有挖人的天赋，因为就这套东西真的挖了好几个哈哈哈。

**销售军校读后感范文 第四篇**

人生面对的很多难题，其实都是由心而起。当世界都在倡导学习管理学、经济学、金融学等学科时，有些人忘记了，这些技能的发力原点是心理学。读懂了人心，就能打动人心；具备了掌控人心的能力，任何事情自然就无往不利。

对于一个优秀的销售员来说，其最强之处并非在于认识多少客户，也并非在于拥有多少年的从业经验，而是在于具有过硬的心理素质和解读、操控他人心理的能力。销售看似是一种有关营销学、广告学和经济学的商业行为，其实融合了心理学、语言学等复杂的知识体系。一个合格的销售员，不会惧怕与客户开展心理博弈，因为这是从陌生人到建立交易关系的必然过程。

销售既是一门对人类语言、心理以及行为的分析科学，只有用动人的语言才能打开客户的心扉，只有用得体的交往才能巩固和客户的关系，只有用精准的需求分析才能让客户认同你的专业素质......销售就是用最恰当的方式打消客户的所有疑虑并最终说服对方的综合技能。

销售打的是一场心理战，察言、观色、攻心是销售员的制胜法宝。与人的语言相比，无意识的肢体语言更能真实地反映人的内心世界。销售不是打嘴仗，与客户打交道，了解客户的心才能更好地搞定他们。通过小动作识破他们的内心机密，往往会让你的“进攻”更顺畅。

搞销售的人，必须有“说”的本领，但是“能说”不等于“会说”，如何把话说到客户的心坎儿里是一门艺术。得要领者字字珠玑，简洁有力，深得人心。在销售中，掌握沟通的各种技巧，往往能使你的业绩节节高升。

商场如战场，勇者生存，指着胜利。想要在销售这场残酷的战争中取胜，就必须要懂得商战谋略，“心理战术”便是隐藏在背后的较量手段。将心理博弈法运用得当，必须能在销售行业中运筹帷幄，游刃有余。

有价值的客户不是硬抓来的，而是被吸引来的。销售人员最终要靠春风化雨的影响力赢得客户认同，而不是对客户指手画脚。拉近彼此距离，营造吸引客户的强大气场，让客户主动接近你，会让你在销售的任何方面都立于不败之地。

知己知彼，百战不殆。在销售中，免不了遇到各种各样的客户，想要拿下单子，只有先了解客户，找到客户的心理需求。客户一伸手，你就知道他要拿什么，还有谈不下的订单吗？

先做朋友，后做生意。千万不能眼中只有金钱而忽略了交情。客户不是“赚钱的工具”，发自内心地喜欢客户、重视客户，让客户看到你的真诚，让心靠的更近，是发展客户关系的重要一步。

讨价还价是销售中的一项重要内容，更是一门技术活。讨价还价不是退让，一个优秀的销售员，总能在谈判过程中灵活运用谈判技巧，在双赢的前提下，让对方心服口服。

**销售军校读后感范文 第五篇**

读了销售心理学这本书，让我知道了做销售这一行我们不应该有敷衍的心理，如果对顾客敷衍是对我们销售人员业绩的致命打击。怀有敷衍心理的销售人员往往会在工作中缺乏上进心，不追求完美，退而求其次，觉得凑合一下就行了，或者认为没有必要做的那么好，从而消极应付，蒙混过关。

敷衍的心理一方面是由销售员的工作环境造成的。人们在工作的过程中总是渴望得到必要的心理安慰和激励，如果销售员付出了努力而得不到物质上和心理上的满足，无法获取成就感和归属感，就会失去应有的责任心，以消极的态度来对待工作。

另一方面，敷衍心理更是源自销售员的不思上进的消极心态。态度决定一切，积极的态度能够激发人们的热情，使人充满动力的努力工作，而消极的工作态度则会让人失去自信，缺少责任心。

人都是有惰性的，谁都想躲在温暖舒适的家中看电视，而不愿意在外面东奔西跑，被风吹雨淋。而销售员的工作避免不了辛苦的奔波，而且有时还遭受顾客的冷落和白眼，很容易让销售员遭受心理上的打击，使积极的心态渐渐退去，而人性的缺点显露出来。这样就使得销售员把自己游离到工作之外，对工作便开始凑合应付。一副“事不关己，高高挂起”的姿态，对于超出自己职责的事一概不理不睬，访问顾客时也是马马虎虎，应付差事。对工作不负责任工作也会对你不负责任。最终销售员也会因为自己的消极表现而影响自己的业绩和公司形象，也不利于自身长远的发展。

以敷衍的心理去对待工作，既是对公司、对顾客的不负责任，更是对自己的不负责任。不要把自己放在旁观者的位置上，只有深入其中，以公司骄傲的一份子去努力工作，自然会获得应有的回报。

因此销售员要树立正确的价值观，答应顾客的事要认真努力完成，对顾客也一定不能敷衍了事，找到自己前进的方向，并为之努力奋斗，才会最终实现自己的梦想和价值。

**销售军校读后感范文 第六篇**

威尔伯是一只害怕孤独的小猪，他不需要多美味的食物，只希望有一个爱他的朋友。同样，他也是一只善良勇敢的小猪，在弗思和夏洛与许多好心人的帮助下顽强坚定地活了下去。

老鼠坦普尔顿的行为很彻底地表现了人性阴暗、自私的一面，与夏洛的无私形成了极大的反差。但他同样是一只令人悲哀的老鼠。长期以来，其他人对他排挤，从不给予关怀，造就了他自私的内心世界。他的形象值得我们去反思，感悟。

弗思是一个有爱心，尊重每一个生命的纯洁女孩。也就是她挽救了威尔伯的第一次生命，从根本改变了威尔伯作为一只落脚猪的命运。

友谊是一种用任何东西都交换不了的财富，拥有了这笔财富，生活中的孤寂，但会一扫而空，面对我们的是一个崭新的世界，充满希望和快乐。 人生中若没有一个知心朋友，世界将是黑暗的.，只有孤独陪伴左右。

**销售军校读后感范文 第七篇**

生命如花，娇柔而易谢；生命如水，宁静而易逝；生命如碗，洁白而易碎。

记得那次，爸爸带了一直两个月大的小狗，它雪白的毛那样柔软，它清灵的双眸令我陶醉，我给它起了个响亮的名号：贝贝！一天放学回家后，我先丢下书包去和它玩耍，可是，\*日里乖巧热情的贝贝，今天不知怎么了，无精打采的趴在窝里，头也不抬，我生气的走开，浑身上下无不生出一种厌恶感，心想：好一只骄傲的狗！

当它开始从口中吐出大口大口的鲜血，我才明白，它得病了，它不是那样骄傲、那样虚荣，每当它吐出鲜血，我的心就像被刀割一样，留下一道道痕迹，每当它摔倒一次，就像在那一道道深深的伤疤上撒下盐。我的`心口剧烈的疼痛着，我把摇摇欲坠它抱起来，紧紧地拥住它，怕我不能挽留住它，怕它不在放学时叫着和我玩耍，怕它离开我。许久，它用尽最后的力气看着我，我用微笑陪它走完最后一程，它死了。

抱着满身是血的贝贝，心中涌现出那一幕幕令人又悲又喜的往事，脸上依然挂着笑容，只是多了几颗晶莹的泪珠。

生命如钢铁，坚硬，但却容易生锈；生命如歌，有悲有喜；生命如火烛，在熄灭的最后一刻也要绽放出耀眼的光彩！

销售初中读后感 (菁选3篇)（扩展2）

——红与黑初中读后感 (菁选3篇)

**销售军校读后感范文 第八篇**

刚开始看着本书的名字的时候就觉得有点厚黑学的感觉，但看完之后又觉得与厚黑学相差甚远，因为销售是相互的，只有客户认可你，你才能把产品销售出去。这本书利用心理学战术化解销售难题，只有读懂客户内心的人才能成功的把产品销售，从而立于市场的不败之地。

之前有个前辈给我说，你要是想做骗子的话就做销售，你要是想做影帝的话还是做销售。不可否认，这里面肯定是有夸张的元素，但又不得不承认，销售有时候用别人不理解的话说就是欺骗，其实不然，只不过采用的是夸张的手法，恰当的夸张去迎合了一部分人的心理，因为有些人活的不现实或者被一些虚荣心所占据，所以很多商家看准也抓住了这一点。

销售换句话说就是沟通，有沟通必然有倾听，通过读者本书我深切感受到倾听有时候是沟通最为关键的一部分，试想一下，当你不听客户说而自己高谈阔论滔滔不绝的讲述怎么装修、装修用什么材料而后客户来了一句我已经装修好了，所有的工作都是白费，只有用心倾听，通过客户的内容来寻找客户真正想法的蛛丝马迹，这样你才能真正的把握住客户。古代的时候，没有任何的通讯设备，很多国家都用使者去跟另一个国家去谈判，这个使者必定是倾听的高手之高手，不然，则会祸国殃民、生灵涂炭。而作为自己，不倾听，不用心去倾听，这个单子想签都找不着笔。

销售可以形象地说是战场上冲在最前面的先锋，没有哪一个士兵死气沉沉哭丧着脸的往前跑，即使是这样，那么这样的士兵必定是炮灰，死不足惜的炮灰。销售隶属于市场部，必定是整个公司的前锋，在这个激烈的市场上冲锋陷阵，想成功，必定是有激情的，当然有激情还不够，对于客户来说有激情远远达不到，还要有热情，让客户从心理上负债，让客户觉得不签单就有愧疚感。

看穿一个人的心理或者说是理解，并不是一见到这个人就看穿了然后销售，前后就是汽车加油的时间完成。我们所从事的家装行业，见客户至少在三次以上签单率才会达到。所以，这本书就从开始介绍了怎么去把握客户的心理，里面介绍了很多的效应，都是我之前没有听说的或者听说了没系统化的说法。

**销售军校读后感范文 第九篇**

现在发现，看书真的是一种比较好的消遣放松的娱乐方式，时间推销员读后感。不知道从什么时候起，喜欢上了看书。特别是当我遇到挫折或者心情不好的时候，看书可以让我忘掉一切，与其说忘掉，不如说释怀。因为有时书上的某句话，会让我豁然开朗。原来这件事情只不过如此。上个周末最让我值得开心的事情就是看了一本受益匪浅的书。这本书名的确第一眼就吸引了我。前言介绍说这是一本商业讽刺小说，但给我感觉最深的却不在此。人们愿意用金钱去购买时间，而且主人公阿普的这个商业思维的确受到了无名国民众的欢迎。刚开始看的时候感觉很矛盾，有的不是很明白，为什么这个特殊的产品竟会如此受捧。一个国家大部分的人也许都像主人公刚开始的生活一样，为了生存，抛弃自己原有的理想，把未来的几十年卖给了房贷，车贷。维持现有的生活。时间在变，社会在变。如果一个人只为了保持现有的生活水\*，看完这本书后，会让人觉得，这是多么的可悲。每个人的一生都会有属于自己的资产负债表。也唯有自己清楚自己的收支情况。主人公的这种行为值得每个人去学习，去思考。时不我待!

这又让我想起了有关时间的名言。以前在课堂上总不喜欢认真听讲。有时真的只有自己亲身体会，才知道时间的紧迫。才会真正意义上了解什么叫黑发不知勤学早，白发方悔读书迟的无奈。

◎时间，每天得到的都是二十四小时，可是一天的时间给勤勉的人带来智慧和力量，给懒散的人只留下一片悔恨。-鲁迅

——《\*》读后感3篇

**销售军校读后感范文 第十篇**

这周把\*克的几本畅销书读完了，《全新销售》探讨了新的时代背景下如何理解和做好销售工作。正如\*克所言，销售这个词已经不是原来的推销员这种原始概念，而是把自我营销出去，进入主流社会的分工协作中。

\*克提到了非销售的销售这个概念，如今我们40%的时间都在做着销售工作，通过沟通协调，说服老板给予资源支持，说服同事配合自己的工作，说服客户购买公司的产品，控制项目范围和进行交付。

《全新销售》提到了我们需要建立三种核心能力，相对于老的ABC法则，Alwaysbeclosed一定要成交，新的ABC法则，内外和谐，情绪浮力，头脑清晰（这几个英文单词我记不住了）。内外和谐是指和客户接触时，把自己放在弱势的位置上对自己会比较有利，理解他人立场，进入他人的头脑，容易根据他人的观点来协调自己的行动；情绪浮力是指，事前通过自我问答方式得出做事的原因和策略；事中要调整自己的情绪，一般积极情绪和消极情绪比例3:1，销售工作经常会被拒绝，需要保持积极的心态，消极情绪则是自省式的自我控制和提醒；事后进行复盘，锻炼自己的意志力和乐观的心态。头脑清晰内容，\*克提了六种技巧，少即是多别给客户太多选择和选项；客户希望先有满意的体验，再购买；多用标签，即和友商对比的优势；利用微量\*突出正面信息；有潜力比有实力更有吸引力；发现问题比解决问题更重要。

最后\*克讲了销售话术的作用，比如我们跟客户建立联系，需要设计一套开场白话术。\*克在书里介绍了六种话术，①一词话术；②提问话术；③押韵话术；④主题话术；⑤微博话术；⑥故事话术。都是很实用的技巧，特别是微博话术中，\*克提了皮克斯制作动画片的故事框架图，利用这个框架图可以在140字以内把销售话术讲清楚。戏剧里的即兴表演也很有用，销售跟戏剧有共同之处，销售员会精心设计流程，列出常见问题清单，再加点即兴发挥，用套路完成销售过程。切身服务，赋予意义，工作，我们要明白我们所服务的是活生生的人，是有感知的，在打动他人时，不是靠生硬的产品和效果，我们提供的是服务，让对方体验服务，明白这种服务是跟他们切身相关，对他们有好处的。而我们所做的是通过改善他人的生活，进而改善整个世界，这是所提供服务的意义。

**销售军校读后感范文 第十一篇**

久闻大名的《阿里铁军销售课》就是这样一本书，可谓期望越高失望越大的代表。

这本书讲的许多有关阿里铁军的销售方式或技巧，应当来说都是非常普遍也很常规的。但凡是做过几年的老销售，应该都会有这种体会。当然，销售是相通的，理论和技巧都是相通的，各行各业似乎都差不多，最难的地方就在于把这些浅显易懂的销售的原则和技巧反反复复地加以实践，达到融会贯通的地步。这应该也是所有想要成为top sales的销售想要达到也必须达到的境界。

在看这本书的时候，我一直在想，阿里的销售经验的总结也不过如此，为何阿里铁军的声名会如此远播。我想无非是以下几个原因：

其一，阿里销售经验体系化。阿里的销售经验已经模块化、成熟化、可复制化了，易于学习掌握和实践，这样整体企业培训和运营的成本会大大降低，人员效能可以得到比较大的发挥。

其二，阿里的销售能吃苦耐劳、能坚持。正如文中所说，阿里的销售，在最初的时候，什么资源也没有，全靠销售人员的地推，吃苦和坚持塑造了一支战斗力强悍的队伍。

**销售军校读后感范文 第十二篇**

刚刚阅读完一篇长长的文章，日本著名销售大王河濑和幸所著的《销售技巧》。

掐指算来，我竟然从事销售行业也有好几年光景了，尽管有一段时间是乱七八糟，并没好好的认真的把老妈教的销售经验往脑子里记，但是，我一直固执地认为，每个人都应该是独立的个体，都该有自己独特的个人魅力，与众不同。就像这世上没有完全相同的树叶一样。

我有我的行事准则。

河濑和幸42岁才开始从公司的一名员工调职为一名销售员，从最初的毫无业绩到现在的与各大公司签订合作协议的自由销售员，他闯下了一片属于自己的天地。现在的他能够在2个小时内向顾客成功推销300瓶价值4000日元的美容液，在一天内卖掉50台8000日元的自行车，再加上200瓶价值2300日元的橄榄油，他的销售手段令店内员工瞠目结舌。

如果沉下心来，仔细读完整本书，你会发现，他所提到的问题都是每个销售员都会遇到的各种瓶颈问题。

在我心中，没有绝对的事情。

广义上，也许人们会认为，最优秀的销售员自然会是看起来手脚很麻利，说话流畅，卖的最多的那个。

但是，在我个人看来，我觉得最优秀的销售员是那种会让顾客因为这个销售员而不自觉的喜欢这家店，甚至会在往后带来无数回头客的销售员。

兜售东西其实并不是一件丢脸的事，反而是去让人摆脱丢脸，赢得自信的一个好办法。

你会因为一件物品，和一个陌生人去问好，然后进行简单的交流。

胆小的人，最应该尝试销售这一行，你如果能做到和每个进店的顾客面带微笑的问好，交流，那么，你会自然而然地变开朗，因为日久天长，这样的你，一个面带微笑的你，会变成一种习惯。

相信我，真的，任何习惯都是需要时间来过渡的。

无论销售什么东西，最起码的是，对得起自己的良心。

**销售军校读后感范文 第十三篇**

敷衍的心理一方面是由销售员的工作环境造成的。人们在工作的过程中总是渴望得到必要的心理安慰和激励，如果销售员付出了努力而得不到物质上和心理上的满足，无法获取成就感和归属感，就会失去应有的责任心，以消极的态度来对待工作。

另一方面，敷衍心理更是源自销售员的不思上进的消极心态。态度决定一切，积极的态度能够激发人们的热情，使人充满动力的努力工作，而消极的工作态度则会让人失去自信，缺少责任心。

人都是有惰性的，谁都想躲在温暖舒适的家中看电视，而不愿意在外面东奔西跑，被风吹雨淋。而销售员的工作避免不了辛苦的奔波，而且有时还遭受顾客的冷落和白眼，很容易让销售员遭受心理上的打击，使积极的心态渐渐退去，而人性的缺点显露出来。这样就使得销售员把自己游离到工作之外，对工作便开始凑合应付。一副“事不关己，高高挂起”的姿态，对于超出自己职责的事一概不理不睬，访问顾客时也是马马虎虎，应付差事。对工作不负责任工作也会对你不负责任。最终销售员也会因为自己的消极表现而影响自己的业绩和公司形象，也不利于自身长远的发展。

以敷衍的心理去对待工作，既是对公司、对顾客的不负责任，更是对自己的不负责任。不要把自己放在旁观者的位置上，只有深入其中，以公司骄傲的一份子去努力工作，自然会获得应有的回报。

因此销售员要树立正确的价值观，答应顾客的事要认真努力完成，对顾客也一定不能敷衍了事，找到自己前进的方向，并为之努力奋斗，才会最终实现自己的梦想和价值。

**销售军校读后感范文 第十四篇**

不可否认阿里的确是中国O2O战场唯一的当之无愧的黄埔军校，从阿里确切的说是从中供培养出一大批行业内赫赫有名的人物。我觉得这是源于，一方面在行业兴起之初，阿里人自己探索出一条地面推广的行之有效的方式方法，并且把这一套打法系统化、理论化整合成自己的方法论快速复制，并且随着业务的开展也在不断迭代不断优化，另一方面阿里极其注重价值观，注重对人的极致关注，培养了一只适合自己的、执行力超强、价值观夯实的管理团队。天时地利人和，成就了阿里，但也有很重要的一点，就是马云的战略眼光的长远、信念和价值观的坚定，给了团队方向和主心骨。

如果要说从阿里铁军这本书以及阿里铁军这个团队中可以借鉴和学习的东西，时代不同、大环境不同、业务模式不同等都已经和阿里当初有了非常多的差别。但是其中关于文化建设的部分(铁军养成过程其实也是不断强化价值观的过程)，读起来激动人心，读过之后也有很多值得琢磨、值得思考的地方。我仅从这一点谈一下自己的感受。 关明生帮助阿里梳理出“独孤九剑”，正式将企业价值观用文字的方式写下来，三年后邓康明进一步将“独孤九剑”简化为“六脉神剑”，一直沿用至今。将价值观书写出来是企业文化建设的第一步。这第一步中也有一个要点，就是说这书写出来的东西不是老板或者高管一拍脑袋说“要有客户意识”这企业就能建立起有客户意识的价值观了，价值观的建立应该是自下而上的，所以关明生说“阿里巴巴的文化本来存在，我只是帮助把它写下来了。” 大部分的公司不是没有而是也都有各种各样的“价值观”，但是大多数的公司的价值观更多是个虚无缥缈的存在又是为何。排除第一步中一拍脑袋的情况，我想阿里应该会指出“你们的价值观缺乏考核”。“独孤九剑”文字化后，关明生紧抓绩效考核，用价值观培养人才、考核团队，邓康明也将“六脉神剑”细化到每一条都有细致的描述都有相应的行动指南，员工考核中价值观与业绩各占50%，并且是持续考核，与年终奖、晋升挂钩。这是企业文化建设的第二步，固化，虚的东西要做实。

阿里是非常重视价值观的培训的，早先新员工入职的第一堂课都由马云亲自来讲，马云是个会讲故事的人，他会去讲团队为什么存在?对内对外做事的游戏规则是什么?公司的清规戒律是什么，高压线在哪里等等。如果说价值观的建立需要自下而上，那么价值观的宣贯一定是需要自上而下的。还有一个案例给我印象比较深刻，年底大圣在会上做分享，举的例子是如何说服金华最大的做速冻食品的公司成为阿里巴巴的客户，提及这个客户的外贸经理被大圣感动主动带着大圣去见老板并且将不是来自于阿里巴巴的客户说成是阿里巴巴的客户得以成功说服老板签了合同，大圣的本意是想讲客勤维护的重要性，有时候搞定对方公司的下属也会起到意想不到的效果，但是大圣还没分享完，马云站起来了，李琪也站起来了，立刻走到讲台上，停止大圣的分享同时大声宣布，大圣从这个客户拿到的业绩与提成全部罚没，客户转给别人。

因为阿里巴巴是一家以诚信、客户第一为价值观的公司，马云和李琪都认为，大圣的行为事实上已经欺骗了客户，可以视为引导外贸经理说了假话。看到这会很明显的发现，阿里是内发的极其注重价值观，并且从不忌讳发现问题、也从不害怕解决问题。后面也有章节专门提到了阿里遭遇最大的信用危机时调查的彻底、处理的果断、以及直面问题的勇气。可以说在价值观的宣贯过程中，从上到下都是竭尽全力。这是企业文化建设的第三步。 关于阿里，很多企业都在学习他的政委制度。就这让我想到了我的老客户万达，同样都是以超强执行力闻名的团队。这么多年来无数房企都在效仿万达，更有甚者高管全部万达出身，甚至项目拿地都是选在万达广场的对面。然而没见得有哪一家能够真正“习得真传”。照搬一定会死，因为体系是根本就搬不走的。

阿里的政委制度也是如此吧，它之所以能够高效地运行离不开阿里强调公开透明的环境、离不开强调对人的极致关注、离不开高压线制度的配合、离不开价值观反哺形成的信仰等等。企业文化建设的的确确是个系统工程。 当然，阿里也不是完美无缺的，去年的月饼事件闹的沸沸扬扬，也暴露出在面临新的市场环境、在面对更加追求个性化和追求自我价值实现的90后员工时，已不能像管理“苦大仇深”出身的中供老员工那样简单粗暴了。企业文化建设会是动态的，是一直迭代的，是没有终点的。卫哲说，“企业文化就干两件事，日子好的时候，带来信任，使公司变的简单高效，公司快不行的时候，能够扛过来。”，我相信阿里也会继续不断前进，继续书写自己的传奇。而我们在仰望的同时，变通、创新地学习和借鉴，去绘制自己的蓝图，大概是去读这本书的初衷吧。

**销售军校读后感范文 第十五篇**

主人公朱利安出身低微，是一个木匠的儿子，处在受人轻视的仆役地位。少年时，他就对自身地位不满憎恨自己的社会阶层，抱定要出人头地，进入上层社会，但是由于生不逢时，在王政复辟时期，\*民甚至没有穿军官制服的可能，唯一能够通向上层社会的途径是当教士。

其实当教士并非朱利安的本意，他只不过是通过这条途径，达到他追求荣誉和财富的目的。

为了实现这一目的，他到韦里埃\*家里当家庭教师，这是一条艰难危险的道路，当然也是一条探求飞黄腾达的捷径，他甚至拒绝了他的朋友富凯为他提供的一条\*稳的发财道路。

他看到上层社会\*庸无能，但是当他进入这个阶段时，却招来众多人的仇恨，由于受野心的驱使，他内心充满矛盾和痛苦根本不相信上帝，但要装出一副虔诚的教士面孔他内在的自卑感，在表面上却装出十分自尊高傲，他内心充满爱情，甚至不敢公开表露......

朱利安通过爱情使他获得了一些受人尊敬的名誉，但是，最后还是爱情的牺牲品。如果他开始就控制自己，也许会有更好的结局，但是在那样的环境，也不可能违背现实。

**销售军校读后感范文 第十六篇**

《一分钟销售》主要阐述销售的新概念，指导人在销售过程中如何从调整心态入手，以完成确定的目标。该书的方法不仅适用于销售，同样也适用于日常生活中的方方面面。使人从改善自己开始，来改善身边的环境，从而创造出卓越成就。

该书分为两大要点：销售过程和自我管理。其中销售过程又分为：销售前、销售中和销售后三个“一分钟关键时刻”;自我管理分为：一分钟目标、一分钟表扬和一分钟批评。本书提倡的“一分钟”是指在很短时间内对自己作清晰区分、调节心态，以最短时间达到最好效果。

先说说销售过程。

在销售前有“一分钟预演”。一分钟预演是在脑海中有方向的播放一个“电视广告”，从中去“看”到这次销售的意义、目的和成果。

一分钟预演的三个方向为：

一、共赢。即站在别人的立场看问题。书中有个非常形象的说法：穿上别人的鞋走路。站在别人的角度去考虑“我”需要什么?哪种方式“我”容易接受等等。了解对方所需，才能真正为别人提供服务。书中有一句话非常经典：在穿上别人鞋子之前，得先把自己的鞋子脱掉。即把自己的那杯水倒空。不带判断的去聆听、真正的焦点在外，把自己“空”掉，才能接收到对方完整的信息，洞察和感受到对方真正需要，从而为对方提供使对方获利最大化的产品、服务或主张，做到共赢。

二、发挥优势。把产品(或服务、主张)的优点和特点结合起来去解决别人的问题。同时，也看到这些优势是怎样帮助别人实现自己的愿望。这也要求销售人员不仅非常熟悉自己的产品、竞争对手的产品，同时还要对整个行业发展方向、市场需求与导向有充分了解和认识。我们不仅是销售人员，也是一个咨询专家。

三、圆满结局。“看”到别人因你的产品(或服务、主张)而受益，因而感觉良好。这个过程是一个建立愿境的过程。基于这个愿境你看到什么，并很愿意为这个结果去行动。

通过“一分钟预演”，我们可以清晰自己要做的目的和意义，以及怎样去做等。同时也调整出一个良好的心态和强烈的意想去达成这个意愿。

销售之中的“一分钟关键时刻”，是在销售过程中我们需要留意的方面。书中同样也有一句很经典的语句：当我们想到怎样卖时，不如去想对方愿意怎样买。

销售中的一分钟关键时刻主要分为：

一、建立信任。对方首先是信任“我”这个人，然后才会进行到下一步。当对方产生不信任时，他怎么会接受我们的产品、服务或主张?

二、解决掉“不需要”的障碍。厘清他们已有和想要之间的区别。

三、让对方感受到你确实在真诚的帮助他们，为他们的最大利益着想，同时也要让对方明白他是在冒最小的风险取得最好的结果。人们并不只在买我们的产品、服务和主张，他们买的是他们想象中的东西，并在使用这些东西时感觉到他们的想象成为现实——买的是“感觉”。

四、邀请他们购买。在对方犹豫不决时，邀请他们购买。有时候是“替对方作决定”。相信你提供的产品、服务或主张是最好的，并且确实能帮到他，如果他现在不做决定，是他失去一次机会。为对方着想，当确定这是他所需要的时，通过我们的主动邀请来成就他的意愿。

销售之后的“一分钟关键时刻”，是在客户购买后再进行跟进，负责任的去关怀对方。书中给出了一些具体的方法：通过主动与客户联系，问对产品的满意度。如果满意，则赠送礼物给客户(比如小礼品或赞赏与嘉许等)，激发他好的感觉;如果客户不满意，则马上解决，让客户感受到真正的关心，对自己来说，也真正作到诚信。真正的关心客户，客户也愿意帮助我们。记住，客户是一个最有说服力的广告。

综观整个销售过程，重点都是围绕客户身上。在实际的销售和生活中，我们关心更多的是“我”的利益、观点和立场，而很少考虑到对方。我们关心怎样卖出产品，怎样提高自己利润，怎样说服别人，怎样使别人接受我的观点，怎样证明自己了不起等等。通过该书，学习到，从对方立场考虑，真正关心对方，这是共赢的基础，也是我们日常生活、工作中需要建立起来的一个重要习惯。

《一分钟销售》中的第二个重点：自我管理，其实是一个通过内修和自我调节，来提升素质和改善心态，使自己不断进步。

一分钟目标，是一个提高效率，抓住重点，在很短时间内厘清目标的手法。分为：

一、20%定律。将重点放在20%上，20%的工作得到80%的成果。即，主次分明，要事第一。

二、想象得到这个目标后的感觉。有了得到这个目标后的美好感觉，可以激发自己强烈的意想，并促使自己去行动。

三、用一分钟时间反复默记这个目标，重复会导致变化。

四、用一分钟时间，不时检视行为是否符合目标。

一分钟目标可以强化目标感，使自己时刻把焦点放在目标上，从而达到这个目标。

一分钟表扬，是通过在行动过程中，不断地以每一个小成果来嘉许自己，发现并表扬自己的优点，从而更好的发挥自己的优势。通过持续的“一分钟表扬”，我们不断的认可自己、建立自信。

一分钟批评，是在行动过程中，发现自己的行为偏离目标时，暂停下来，检讨自己的行为，从中迁善。使自己更有效地冲向目标。

同样，我们也可以做更好的发挥，在工作、生活中，不断以“一分钟表扬”激励身边的人，及时肯定、赞扬他们的每一份成果，激发他的兴趣和自信，支持他们去赢;以“一分钟批评”高要求身边的人，及时给他叫暂停，反应他的问题所在，让他做得更好。

《一分钟销售》全书篇幅不多，以小故事形式讲述道理，条理清晰，便于读者理解、接受和记忆。同时，这些道理的实践性强，很容易在实际生活、工作中运用出来，便于巩固学习，取得实际成果。

**销售军校读后感范文 第十七篇**

销售是帮助有需要的人们得到他们所需要的东西，是一种供需关系、一种双赢的局面。就比如是高频焊接、高频感应加热设备用于加热焊接车刀，车刀用于切割材料一样，可以是国韵电子的设备也可再其选择，各取所需。当然有用武之地的大家都会使用，《销售圣经》中的摘抄希望能帮助大家：

1、最好的销售人员是那些有最佳的态度、最丰富的产品知识和提供最优秀服务的人。

2、笑是默许的表现，而默许会带来合同。

3、关系重于价格。

4、客户和潜在客户永远都会有时间听取那些有助于发挥发展他们自己生意的有价值的信息和新主意。

5、爱抱怨的人永远都不会是赢家。

6、要以帮助客户为目标进行销售，不要把佣金当做目标。

7、如果你做出一个承诺，就要兑现它。把一次性买主升级成长期客户的良方就是按承诺发货。做不到这点对你的公司和客户来说都是灾难，你将永远无法弥补。

8、明白什么是真正的拒绝。顾客并不永远说实话，他们可能一开始并未向你表露真正的拒绝。

9、销售成功的公式：AHA(ATTITUDE+HUMOR+ACTION)。

10、增加客户跟销售的方法：让你的顾客每月为你推荐一个客户；每月为你的客户推荐一个客户。

11、足智多谋、有备而去、坚持不懈、与众不同。

12、避免使用的词句：实话跟您说；您今天能下订单吗？

13、别人说你的价格太高时，你应该回答：我可没有听别人说过这样的话。

14、用“我们的经验说明……”来介绍产品。

15、观察、提问、倾听、和谐、练习。

**销售军校读后感范文 第十八篇**

>一、“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”

结合着自己日常的工作来看确实如此。实际上，每个营销人员从一开始到旅行社直到最后完成交易，所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更多的是与旅行社经理之间进行心理上的交战。根据一项调查表明，在众多的大企业里，80%的业绩是由20%的销售人员创造出来的，而这20%的人也并非是俊男靓女，也不一定都能言善辩，唯一相同的就是他们都洞悉客户的心理。可见，在营销过程中研究客户心理就是在争取最大的成功。

>二、抓住客户的“从众”心理

一般来说，群体成员的行为，通常具有跟从群体的倾向。比如在日常消费上，就是随波逐流的“从众心理”，当我们身边的同事说某某商品好时，就会有更多的人“跟风”前去购买。“从众”是一种比较普遍的社会心理和行为现象。当然，凡事都有这一现象，旅游也不例外，营销人员努力将景区优质的旅游产品推向市场，景区又将优质的服务推向顾客，当然，顾客也会将我们优质的旅游产品和优质的旅游服务一传十、十传百，迅速的复制开来。所以也可以说人与人之间的信息互递就是最有利、最广泛、最值得信任的宣传。

>三、鼓起勇气，战胜胆怯

在现实工作中，我们经常会遇到一些否定的话语，遇到一点点挫折，这时往往就会对自己的工作产生怀疑，失去了再次走访交谈的勇气，甚至半途而废，试想一下，如果一个营销人员不能敢于推销自己、不能敢于面对困难，又怎会打动客户并得到客户的信任与支持，所以想成为一名优秀的营销人员，不管什么时候，都应该鼓起勇气、坚定意志、勇于面对，不到最后关头就决不言放弃。

总之，想成为一名优秀的营销人员是很不容易的，今后我将继续学习研究相关知识与技巧，从慢慢的了解、学习、掌握到最后的善于运用，使自己在工作中增加成功的筹码。

**销售军校读后感范文 第十九篇**

看到销售就是卖故事这本书，让人感到挺好奇的，为什么销售就是卖故事呢，为什么要以这种方式来销售呢，看完本书后恍然大悟，亚里士多德说“我们无法通过智力去影响别人，而情感却能做到这一点。”我们在解决问题的时候，可以用逻辑、用理性，然而，当我们要去影响别人、让他们认同我们的时候，只有逻辑是不够的。我们需要故事，因为只有故事，才能达到共情、建立人与人之间的链接、让他们站在你这边。任何想要说服别人、激发对方情感的场合，你都需要故事，因为只有故事才能引发共情。好的故事遵循同样的套路：基本要素（冲突、行动、结局）+附加要素（情感、展示）商业故事与小说故事遵循同样的套路，但有四大不同：渴望是挖掘的而不是人为制造的；目的性很强所以故事是从结局倒推的；并非所有故事都需要情感；展示往往包含很多数字和案例，提升讲故事能力的练习方法：拆解范文结构、积累自己的故事、找一切场合训练。我们需要故事，因为只有故事，才能达到共情、建立人与人之间的链接、让他们站在你这边。讲故事不仅能够增加语言感染力，还是一项可以后天习得的能力。故事的套路，用一句话概括就是：开始于众人皆知的常识，结束于仅你所知的洞见。

**销售军校读后感范文 第二十篇**

暑假里，我读了一本法国法布尔的《昆虫记》。我明白了原来每一种昆虫都是\*等的。每种生物都有自己的精彩，甚至都远远超过了我们人类。

昆虫们和我们一样，也在不断的说着话，唱着歌，跳着舞。在属于他们的乐园里，在城市田野中飞行走路时，一座被遗忘的花坛，或是一段还没整修的河堤……也许都有他们的身影，也许连草根底下也会成为它们的乐园。

这些小小的昆虫，我们应该去观察发现它们吧！如果你仔细的去观察，它将会给你带来无穷的收获。

比如，夏天生活在树上的蝉儿，你或者会对它喋喋不休的歌声、厌烦，你或许会捕捉它当宠物玩耍，蝉小小的生命或许会在你的手中完结。但是你知道蝉的一生吗？蝉的一生要经过四年黑暗的苦工。我们不应该去讨厌它的歌声。因为它掘土四年，现在突然穿起漂亮的衣服，张华考范文wWw。Zk168。Com。Cn开美丽的翅膀，能在温暖的日光中沐浴是多么的不易。

昆虫是地球上不可缺少的一角。昆虫的生命应当得到尊重，地球上所有的生命包括蜘蛛、黄蜂、蝉在内都在紧密联系的系统之中。

读完了《昆虫记》让我最终明白，在这个世界，人与自然需要和谐，人与动物需要友谊。只有学会尊重大自然，敬畏自然界中的大小生命，人类才会有光明的坦途。这让我想到佛教中的一种思想：叫众生\*等。

可是对这句话，我只能是叹息：众生\*等，这愿望何等的美好，只是众生何时才能\*等阿！很多动物被我们野蛮的屠杀着，花草树木正在被我们砍伐践踏，慢慢的减少。它们也是一条条的生命，它们的\*等要如何去期待呢？

作为一名三年级的小学生，我无力改变什么，只能从自身做起，我会呼吁身边的同学，让他们明白众生\*等的含义。

**销售军校读后感范文 第二十一篇**

公司组织了为期三天的员工集体军训，在本次的军营生活中我感受很多。军训中说不苦不累是不现实的也是不真实的，住的是集体宿舍，吃的是大锅菜也就是部队里常说的“四菜一汤”，这种条件能说不苦不累吗?可我，还是感觉了到军训的乐趣和意义，因为只有在这样的环境下才能真正的磨练意志、提高综合素质、培养大局意识与团队精神，尽而提高效率。并要求在训练面前不讲条件，不找借口，不怕吃苦，雷厉风行，令行禁止。

看似简单的要求却在一次次的转体间，一次次的行进与停止间，一次次的集合与拉练间，使我清楚的认识到自身的差距与不足，但在精神力量的鼓舞与教官的鞭策下，为集体的声誉还是尽力做好每一个动作，完成每一个训练科目。看似短暂的军训，而它意义之大，影响深渊。

军队里有这么一句话：“流血、流汗、不流泪;掉皮、掉肉、不掉队。男子汉，有什么不能承受的?”部队的首长在军训中多次提到，无形中成了我的榜样而铭记在心，始终激励着我，鼓舞着我，从而使得我在3000米长跑和60公里拉练中没有掉队。只因为有这样的训练效果，就是有不怕吃苦、勇于奉献、纪律严明、作风优良的军人精神之所在。

军训不但培养人有吃苦耐劳的精神，而且能磨练人的坚强意志。有一分耕耘，就有一分收获，的确如此呀，没有付出就没有收获。端正态度，摆正位置，做好一个兵是我的最大心得体会。站军姿，给我不屈脊梁的身体，也给了我无穷的毅力。练转体，体现了敏捷的思维，更体现了团队意识。不积滴水，无以成江海。没有我们每个人的不懈努力，就不可能有一个完整的，高素质的团队。

训练的每一个动作，每一个科目，都让我深深地体会到团队的精神，合作的力量尤其重要。特别是拉练中两个排在山上冲刺的比赛，那是更加精彩，男的拉着女的，力气大的拉着力气小的，虽然大家都已筋疲力尽，但没有让一个人掉队，还是配合的那么完美，那么的慷慨激昂。

当然比赛只是手段会有输赢，可是在比赛的背后却隐藏着一股巨大的力量，一种团结的精神。就如歌里唱那样：“团结就是力量，这力量是铁，这力量是钢。比铁还硬，比钢还强。向着xxx帝开火，让一切不民主的制度死亡。向着太阳，向着自由，向着新中国发出万丈光芒……”嘹亮的歌声直冲云霄，响彻整个演练场地。短暂的军训生活就在豪情壮志的歌声中落下了帷幕。这必将永远激励着我的人生。

军训短暂而难以割舍，工作漫长而持之以恒。部队里的团结合作、顾全大局、坚忍不拔、吃苦耐劳、乐于奉献的精神都应该有意识或无意识的融入到现实的工作中去，从而提高工作办事的效率，只有这样我们才能给自己的军营生活交上一份满意的答卷。我深信，它将使我终身受益，无论是在哪个岗位上。

军训感想07-07

军训的感想07-02

**销售军校读后感范文 第二十二篇**

孟德斯鸠曾说：“喜爱读书，就等于把生活中寂寞无聊的时光换成巨大享受的时刻。”

我有许多喜爱的书。有的像一束郁金香，沁人心鼻;有的像一轮红日，拨开我心中的云雾;还有的像一支画笔，为我的生活锦上添花。而我最喜爱的书是曹文轩的一部长篇小说——曾获《\*的时报》“20\_年十大好书奖”的《青铜葵花》。

全文讲述了这样一个催人泪下故事：  青铜，一个脾性古怪的乡村野子。他五岁时，在一场大火后，他因发烧而成为了大麦地人口中的“哑巴青铜”。  葵花，一个来自城市的女孩。她的妈妈在她五岁时得病死了，她的爸爸妈妈又都是孤儿，她，这个懵懂无知的小女孩只剩下了爸爸。爸爸要去芦苇荡劳作，她只能跟着爸爸来到了在大麦地对面的那片一望无际的芦苇荡。

葵花爸爸的死，使这个无依无靠的小女孩成为了青铜家的一员。他们以兄妹相称，一起生活了五年——从葵花七岁到葵花十二岁。在这五年中，兄妹互相帮助，互相爱护，成功地度过了众多历经坎坷的岁月。也就是在葵花十二岁那年命运将葵花召回了那个开满青铜葵花的城市。  得知葵花的离去，哑巴青铜没有哭也没有闹，只是坐在河边的大草垛上眺望，这种毫无结果的眺望，在青铜吐字不清地大喊“葵花——”时停止，喊声盘旋在大麦地的上空，最后，变成了难以终了的思念。  全文描写了众多“美丽的苦难”，而曹文轩本人也说“每一个时代的人，都有每一个时代的人的苦难。苦难决不是今天的少年才有的，少年时就有一种对苦难的风度，长大时才可能是一个强者。”他是想告诉我们一个道理：凡能体味苦难和欢乐这两姐妹的，方能懂得人生的价值和甜蜜。也就是“吃得苦中苦，方为人上人”这个深刻的道理。

而葵花在文中之所以能屡次得到他惹不得帮助，也和大麦地人的热心肠和爱心是紧密相连的。这是让众多人为之感动的原因。

这本写苦难——大苦难，见苦难写到深刻之处;写美——大美，将美写到极致;写爱——至爱，将爱写的充满生机与情谊的作品便是我最喜爱的一本书——《青铜葵花》，它反映了人间珍贵的真情，听完我对它的介绍，你也一定会喜欢它的。

**销售军校读后感范文 第二十三篇**

上个星期读完了销售心理学，想着总要写个读后感吧！然后呢，就一直拖，就拖到了今天。这本书真的挺不错的，看完了这本书总感觉浑身充满力量，非常兴奋，非常想去尝试一下。

第一部分本书主要是鼓励，只要你想做你就能做，要在各个方面鼓励自己，给自己的潜意识一个积极的暗示。你的潜意识会根据你口中说出话的命令来不断地暗示你每一件事。

我可以控制潜意识，是不是自己的这个幻想也可以通过潜意识让它慢慢的减弱，这个还是挺影响生活的。每天给自己积极的暗示，最后潜意识里就真的以为自己很强，在和客户见面之前鼓励自己。当跟客户见面的时候你的举手投足就真的俨然是一个非常牛逼的销售。

这个是最重要的，每天鼓励自己，把消极的情绪抛之脑后。

第二部分，设立并实现全部目标

这个部分就是如果做销售需要设立明确细致的目标，设立年目标、月目标、周目标、日目标。需要把目标定的很细致，每天要打多少电话，每天要拜访多少客户，当我们这么精确定制并且执行目标的时候就会发现自己的月收入目标和年收入目标很容易完成。一定要强迫自己必须完成，直到成为自己的习惯。

一步一个脚印，到最后发现目标已经完成。我现在就发现自己的计划的事情完成度不是很好，比如：从今天开始每天五点半起床、每天跑步五公里。每当我制定这种计划时，基本上最长不超过一个月就持续不下去了。现在好像找到原因了，就是因为到最后我不知道每天做这个的意义是什么，我相信任何人都很难去持续做一件自己感觉没有意义的事情。

首先应该有一个大目标，比如：我想要提高自己的语言表达能力，那么就需要每天早上花20分钟到半个小时的时间去对着镜子练习，那么只能每天五点半起来去做这件事。面相最终目标去做一件事，每做一天都离目标更近一点，这样就比较有动力去做。

最后一部分，暗示的力量

练习销售，每天对着镜子大声说话练习自己的声音。好的穿着，干净的穿着能够给自己自信。

想变成成功者就去模仿成功者的言行，去模仿他们的穿衣，渐渐地你就会变成一个成功的销售

以前好长一段时间感觉自己似乎没有未来，不知道怎样去努力，不知道怎样去奋斗，一天天一点目标也没有，还没有钱，感觉自己的人生都是昏暗的。

但是现在想通了，花最多的时间精力去找到自己想做的，之后剩下的精力就放在努力上就好了。如果还是没有成功那只有两种情况，努力的方法不对或者坚持的时间不够久，这样一想真的感觉好多了。

所以有时候一想其实人的一生也挺简单的，找到自己喜欢的、想做的事情一直坚持就好了，可是大部分人都做不到。所以有些人一生平庸，有些人不平庸，差距也就在于这一点。

**销售军校读后感范文 第二十四篇**

《全能销售》这本书从心理，口才人脉三方面向我们讲述了该如何做销售，这些营销的经验与道理是值得我们所有营销人员学习探讨的。

《全能销售》这本书从理论到实践，深刻而形象的讲述了营销的玄机。书籍的编排让读者并没有较大的疲劳感而是至始至终有着看完的渴望，营销并不只是简单的销售，要做好销售就必须要从各个方面着手努力，将最好的营销做到极致。

销售是一种本事，营销是一种艺术。

市场营销就是管理有价值的客户关系，通过承诺卓越的价值吸引新顾客以及创造满意留住和发展顾客。要想做好市场营销，就如书中所述，第一就是要了解客户心理，掌握销售心理学。把握顾客的需要、欲望和需求是我们能够为客户提\*品、服务和体验的前提。顾客的需要是一种感到缺乏的状态，包括对食品、服装、温暖和安全的基本生理需要，对归属和情感的社会需要以及对知识和自我表达的个人需要，这些都是人之所以为人的固有部分，而欲望是人们需要的表现形式，这受文化和个性的影响。在得到购买能力的支持时，欲望就会转化为需求，人们就会进行购买商品的活动。当我们掌握客户的心理时，就能及时提供商品、服务和体验来满足客户的需求，我们的销售也将会较为顺利。

这样获得客户之后，就需要创造顾客价值，为顾客提供满意的服务，让客户长期在我行进行储蓄投资贷款等各种服务，并将其逐渐发展为优质客户为我行工作作出贡献。客户的购买行为主要受到文化、社会、个人和心理因素的影响，在大多数情况下，营销人员很难控制这些因素，但是我们可以考虑这些因素，通过对能够学习的文化、社会生活来接近客户，让客户在无形中产生好感，觉得在我行进行业务活动时是在让自己感觉舒适的环境中进行的，从而促使购买的决策行为。本书的第二部分是关于销售口才方面的，这是在与客户交流中很重要的一个影响因素，能够直接导致客户购买决策的转变及倾向。而在这方面极为需要增强的就是销售人员，大多数销售人员是受过良好教育和培训的专业人士，他们为顾客增加价值并维持长期的顾客关系。他们听取顾客意见，评估顾客需求，组织力量解决顾客问题。

这些过程中都需要以与顾客的良好沟通为基础进行的，所以销售人员需要在口才功夫上花精力培养的。如何让顾客认识自己，让顾客相信自己，如何激发客户的好奇心，让顾客想买我们提供的产品服务等等。书中的很多例子能够运用到现实生活中，通过阅读也锤炼了我的口才技巧等各方面。

书中的最后一部分是关于人脉方面的，想要在职场上有朋友，第一步要先提升自己。需要别人帮忙前要先帮自己，让自己有充分的准备来迎接挑战及机遇，向顾客学习，服务并请教顾客，因为很多顾客的经历是自己所没有的，甚至很大部分是自己需要学习借鉴的\'，而如果忽视了这一过程可能就导致自己的止步不前也会慢慢失去原有的客户们。在不断地学习中也要尝试给客户创造机会，帮助客户给足面子创造里子，这样客户也会尊重自己让彼此成为相互学习的对象。还有极为重要的是对于\*人而言，所谓人脉，所谓圈子，所谓社会关系，所谓友谊，所谓资源所谓生意和交易，最后通通绕不开饭局！因此，如何创造饭局，进入饭局等都是需要循序渐进、稳步经营的过程，《全能销售》在这方面提供了较为丰富的经验体会供我们学习。

本书给我的体会有很多，不管现实的情况到底怎么样，希望能够通过这次学习以及日后更多的业务活动来获取更多的经验与感悟，就努力的做吧。

**销售军校读后感范文 第二十五篇**

渐渐身边很多人在说这个书名，怀着对专门写服务书籍不多的好奇心拍下一本，当看完序后，我发现也许草草下的结论是不对的，序言中点出了很多我们平时触手可及但却没有梳理出来的业务理论，巧妙的用一副对联道出了在服务中成功营销的精髓。在接下来一段时间的阅读中，我越来越觉得这是服务业务发展中的一本教科书，能引导服务团队的管理者去思考服务业务发展之道，教导服务工程师掌握一套可行的在服务中增值方法。

在读书的过程中，我也在不断的对部门业务策略进行思考，通过对过度服务与过度销售的学习，我梳理了“左手服务要创新，右手销售要突破”的具体业务策略。这个梳理不光对年初规划的部门策略进行了呼应，又做了进一步的深化，原来我们总说服务是本，要抓服务质量，但是根源在哪里？服务业务的本质就是要创造服务的价值，在服务中不断的鼓励每一个工程师在日常工作中不断的围绕“为客户创造价值”的中心思想开展工作，我想提高服务质量与服务满意度的问题将迎刃而解。

服务增值也是业务盈利中需解决好的问题， 我们在团队中经常在讨论如何让工程师即能修又能卖，通常我们去培养工程师的沟通、销售能力，但两者兼备的工程师总是凤毛麟角，好的增值案例总不能复制。”授之以鱼！不如授之以渔”是我在读了第三章：”有效驾驭客户期望”后对服务增值如何开展的感想！ 想让每一个员工熟练的驾驭客户的期望值和需求是不容易的，但是从服务流程的设计环节就将服务和营销的环节加以融合，固化每一个工程师的服务过程是服务管理中可以做到的；不在像原来那样单纯的教工程师在处理故障的过程中去买商品，而是通过反映客户在应用中的问题，在对工程师加以指导，有目的进行服务营销，以达到送鱼不如教会打鱼的方法的目的。我想客户的需求将不断的涌现出来，让工程师有更多的机会去创造服务价值。

知易行难，以上这些感悟纸上谈兵很简单，重要真正与工作相结合产生效果；首先要从观点和思想上进行统一，希望能通过和大家一起学习《左手服务，右手销售》，将以上谈到的一至两点先在工作中实践起来，让理论与实际相结合，真正让服务业务发展上一个新的台阶。

**销售军校读后感范文 第二十六篇**

上下同欲着胜，风雨同舟着兴。要做到同欲同舟，靠得是什么?是团队有统一的价值观并得到成员高度认同。凝聚人心是干事创业的基石。有一个充满正能量的价值观并得到团队成员高度认可，那么这个团队就有了归属感和方向感。我们说某某真有气质，一个人是这样，一个部门一个团队也是这样，这个气质就是价值观的外在表现。价值观要用极其简练的语言高度概括，就是对平日里的工作愿景、目标、风格和做法的总结提炼。要朗朗上口，要深入人心，要幻化成习惯，体现在行动。价值观是一个团队最底层的东西，所有的策略、计划、目标都要靠它托起和支撑。因此赢在营销，要有铁的团队，而“铁”首先体现在凝心聚力上，而凝心聚力关键靠得是价值观。

二是超强的执行力。首先，成绩是逼出来的。中供铁军考核极其严格。新入职的在三个月内，需要至少完成一单，不少于某个数额，如6万元。没有这一单，就不能“活下来”。20\_年后，每个人多了一次拿“免死金牌”的机会，再做三个月。惰性、依赖心人皆有之。营销不能完全依靠自我意识的觉醒，要定目标用考核来驱动，目标考核要具体化，努努力要能够得着。成绩是“逼”出来的，这句话一点不虚。人人都有荣辱心。落后就要掉队，掉队就要淘汰。找位次，比成绩，论成效，就会有危机感。危机触发心力，心力引发动力，动力创造业绩。其次，勇于走出舒适区。直销就是直接上门面对面地销售，是一种“贴身肉博刺刀见红”的销售方式。中供铁军从早期的电话销售转为驻点直销模式，开始力推上门拜访、陌生拜访的方式，也就是“陌拜”，俗称“扫街”。这个需要相当大的勇气。“勇”体现的是主动性，但最初都是被逼的，走到陌生的城市，遇到陌生的人，你不去“扫街”就无法完成考核任务，就要出局。硬着头皮也要上，就会有不适感，焦虑，甚至是恐惧，但随着小有斩获带来后面的大成功，勇气就会重新回到你的内心，内心逐渐强大，将离更大的成功更近了一步。第三，改变是拼出来的。“今天最高的表现是明天最低的要求”、“很傻很天真，又猛又持久”、“没过程的结果是垃圾，没结果的过程是放屁”、“拼博一年，圆你一辈子的梦想”……这些话是“中供铁军”总结的，话糙理不糙，充分体现出“拼”在人一生当中的意义。碰到挫折和暂时的失败，铁军人会豪情地说一声“SOWHAT(那又怎样)”，还要大声喊出来。永远创业的铁军，最不怕的，就是在没有资源的情况下，打拼出属于自己的一片天。爱拼才会赢。狭路相逢勇者胜。敢于亮剑的精神。营销是一种主动行为，要想成功，就需要超强的坚忍，不折的韧劲。一而再，再而三，不破楼兰誓不还。积硅步至千里，积小流成江河。拼出的成功将会改变你的人生。

三是开放的心态。首先，不打无准备之仗。研读我们的产品，分析同行业同类型产品的区别。要靠扎实的业务素养，改变客户的认知。对于我们来说，就是要对我行的信贷政策烂熟于心、清晰表达，对于竞争对手，更多的要专注于业务的较量本身。铁军销售的日常情况：一般是提前到公司或者办事处，把客户资料打印出来，排好当天路线。到别人刚刚到公司上班、泡一杯茶的时候，已经把所有的东西都准备好出发了。这更体现出不打无准备之仗，见客户前要从诸方面入手早做准备，充分准备。其次，兼收并蓄。营销是强执行、强目标导向驱动的文化。条条大道通罗马，达到目标的途径有很多，要学会曲线思维。多数情况下营销获得成功并不是靠过硬的业务单刀直入，而是靠迂回战术，剑走偏锋。这就需要动用各种跨界知识来抓住客户的痛点，真心解决问题，利他而利己。项目贷款真正考量客户经理的智慧。项目必须获得政府相关部门批准，一定会和政府各类部门打交道。这就要求我们必须熟悉相关部门项目审批的政策及流程，这样沟通起来就无需解释，而无障碍。真正体现出我们靠得是专业营销，而非完全依赖于关系营销。第三，独立思考。银行系统有其办事规则，同样政府部门也有其行事方法，我们要善于观察，加以思考，要积极适应政府文化，找对人，说对话，做对事;要学会与企业打交道，按商业规则办事，处理好亲与清的关系，提高办事质效。

四是拥抱变化。静态是相对的，动态是永恒的。营销过程可谓百转千折，峰回路转。要常有平常心，坚信没有迈不过去的坎。要懂宽己之心，调整心态到最佳状态积极应对;要学会去分享，遇到问题不得解时，不要闷在心里，要及时拿出来交给大家集体分析，或交给专家或上级给予帮助解决。

**销售军校读后感范文 第二十七篇**

对于向来在推销领域不是很在行的我来说，这样一本书的吸引力还是非常大的。有时候我们选择一本书，想对某些领域的知识进行系统学习时，我更加青睐选择外国人写的书。倒不是崇洋媚外，而是我发现一个问题：

书的内容始终和书名紧密相扣。吉拉德认为我们所做的许多事情都是再向别人推销自己。顾客买你的东西，是顾客对你人的一种肯定。女人接受你的爱意，是对你个人的一种接纳。就算你是个程序员，整天和计算机打交道，你也依然需要向你的上司销售你自己。归根结底就是，无论我们做任何事情，你都要先完全接受自己所做的事，认为自己所做的事情是最棒的，别人读到你眼中的热忱时，才有可能被你所感染。想要认为自己做得最好，你需要对自己有信心。有人说世界上最有力量的两个词，一个是：恐惧，另一个是：信心。恐惧让人止步不前，信心却能让你所向披靡。书中详细地向你阐释了如何培养自信的方式。此外，还有其他向别人更好销售自己的方法，比如：诚信、充满热情、耐心聆听、保持微笑、做到200%、站在客户角度替他们或我们（注意，这是个很重要的字眼，你和客户应该以“我们”为基础进行考虑）考虑等等。如果你用心看了，认真想了，坚持做了，那么无论你做任何事，都会开始变得有所起色。

**销售军校读后感范文 第二十八篇**

春节前有幸参加公司组织的卡内基内训，收获和感悟自然不少，也许是新鲜、好奇，当时上课的场景还历历在目，老师眉飞色舞地讲授和同学们积极快乐地互动等印象还不时在眼前浮现。培训课程讲授的内容不复杂、也不深奥，但其传播的范式、理念、方法、工具，比照自身生活履历、销售经历、人际沟通等方面，还是有非常直接的现实指导意义。培训结束时，培训讲师给大家都赠送了一本书《优势销售》。

以上一小段是《优势销售》这本书的由来。言规正传，拿到这本书以后，并没有立即饱餐一顿，只是随便翻翻，为了写读后感，那定当得认真点，可以避免读后无感、有感不真的尴尬。本书一个观点，“不管怎么说，你要始终站在客户的角度思考问题”，深深地打动了我，是它促使我阅读完了整本书。总体感受，觉得这本书还是值得一读。下面，非常荣幸地将读书一点粗浅的收获和思考，形成文字，与大家交流。

>一、>本书最值得称道的关注点

本书共十三个章节，基本上把销售人员应该要做的事情以及应该追求的结果予以了明示。把标题罗列如下：把握机会（开发商机），售前准备（勤做功课）、首次接洽（取得潜在客户的注意）、面谈（互相的建立）、商机分析（决定潜在客户的潜力）、解决方案的制订（提供客户所需）、解决方案的说明（与客户分享我们的解决方案）、评估客户的反应（达成购买承诺）、谈判（寻求共同利润点）、购买承诺（从潜在客户变成客户）、售后服务（遵守我们的承诺）、反对意见的处理（沟通的机会）、最大的销售优势（我们的态度）。

销售人员，一定对上述十三个步骤本身不陌生，甚至觉得有点不以为然。这点完全理解，毕竟不少读者都是销售职场的熟手、老手、高手，也形成了自己一套独特的打法和心经。不过，从个人角度，本书告诉读者的还远远不止这些本身。通过通读本书，至少可以帮助我们梳理一下我们的销售行为是不是完整？是不是到位了？

>二、作为销售人员时常自省的三点

1、我们是否始终是站在客户的角度思考问题。比如说，我们的下游用户，总归是希望供应商提供质量更好、价格更优、速度更快、交易更便捷、信用可靠、更环保更安全的产品和服务；我们的上道工序用户（钢厂）希望我们寻找到行业有影响力、需求稳定、出价较高、合理的佣金和差价等属性终端用户。当然，还有很多用户没有明示的潜在需求或者应急需求，无法一一列举。如果我们销售人员能经常地思考这些问题，那么我们作为流通环节的调节者角色（日本对钢材商社、加工中心的角色定位），能扮演得更加到位。

2、我们是否能整体思考并清醒地把握全部的销售过程。销售人员，作为与用户直接作用的界面，他是公司产品和服务价值的最直观、最活跃的传递者。不知道大家是否认同，销售人员经常会把销售活动的各个环节有意无意地割裂开来。深陷事物本身，忘记自己的目的。相反，如果我们通过学习本书要求的这些步骤和目标，那么我们的行为将会一贯、我们的行为的有效性将大大提高、信息沟通的价值性也会增加，那也必将有利于促成交易达成。

3、我们是否总是按规范完成我们销售活动的各个环节。举个例子来说，不知道大家有没有体会，除了第一次会准备一个像模像样的PPT与用户交流之外，后面拜访客户几乎都不会认真准备那么多材料。其实本书提倡，每次拜访客户，都应该提前准备，做足功课。这一点，大多数销售人员应该是赞同的。其实用户也希望了解我们的公司、了解我们的动态信息，用户本质上不是和我们某一个销售人员打交道，而是在跟整个公司打交道。本书给我传递了一个强烈的信号，销售的每一个环节都应该以非常职业化的方式来操作和推进，同时每个环节都有一些格式化的做法。

>三、引发的一些思考

1、销售有三个层次：销售是理念（以客户为中心、始终站在对方思考的理念）、销售是哲学（它是方法论，对家庭、人际沟通统统适用）、销售更是技术和操作。坦率地讲，我从事营销专业学习多年，碰到最大的问题和困惑：销售，其实是任何人都可以做，没有必要专门学这个专业。经过这么多年的学习与实践，现在略有体会：

（1）销售是理念。销售在不同的阶段，承载着的不同行为，它的背后其实是一只无形的理念之手，在操控着每一个销售人员的思考、行为。比如，当下的我们，都要求以客户为中心，倡导始终想着你的利益攸关者，你的人际、你的行为、你的服务、你的产品等等才会有需求、才会有认同、才会有交易。

（2）销售是方法论。销售本身是需要一套程序或者手段，而且它是买卖主体发生交流、交易的桥梁和纽带，它需要把双方的利益点进行汇合交融，并处理好买卖双方的矛盾点。因此，销售活动的一系列方式方法，具有很强的普适性。

（3）销售是一门技术。要完成销售交易，它有各种做法，但是能够低成本准确高效地促成交易发生，是需要有点专业水准的。专业水准是由一套、一系列的、可标准化的操作程序来完成的。本书予以了详尽的解释。坦率地讲，书中的观点、具体做法和案例，并不都适合咱们钢铁制造行业，但一定可以找到与此对应的程序方法。

2、“以自我为中心”的人性特点（弱点），更加要求我们提示自己一些普世的价值观，努力要求自己践行并一以贯之。销售人员，由于我们所面临的工作指标压力本身、主人翁意识、大厂情节、升位思考、自我归因等因素的影响，总是难免有些抱怨和牢骚，在宝钢内部有成为一种普遍现象的趋势。究其缘由，细细想想，有些方面是事情的处理与理想愿望确实有较大落差，还有些方面确实是性格使然、认识局限性，但如果能很好地破除“自我为中心”的魔咒，坚信“没有人希望把自己的工作做砸”、“其实每个人有每个人的难处”，如果能这么去对待，也许眼前会恍然开朗。因此，坚持并践行本书强调的“始终站在对方的角度思考问题（换位思考）”，鄙人认为可以减少很多不必要的烦恼。

3、我们的工作、学习中，还有很多不够职业化的方面，或者说不够专业化的地方，值得完善。本书中提到的销售程序、注意事项等，在销售活动中，我们是做了或者想到了，但却没有形成一种素养、一种习惯。大胆设想，即使一位销售高手，如果能更加专业化地处理这些销售环节、更加得心应手地应用《优势销售》提倡的方法，我们有理由相信，这些做法一定会对他的工作和学习大有裨益。

以上是我的一点心得体会，期待大家的批评并与大家切磋。

**销售军校读后感范文 第二十九篇**

暑假快过马上要开学之际，我抓紧时间看完了《红与黑》这本司汤达死的世界名著。每次读完一本书，我都陷入沉思写一些读后感。看完《红与黑》之后，我却无从下笔。

“红”与“黑”到底是什么意思，我陷入迷茫。也许，这本书对我一个中学生来说，书中的`思想与内涵有点深奥。

“红”是什么？“黑”又是什么？我问爸爸，爸爸也不确定，爸爸只是告诉我一些参考的建议。红也许代表着当时先进的资产阶级自由思想，黑也许说的是落后的教会贵族的利益。也有下面一种说法：红与黑是连在一起解释的，说的是于连的低微的出身和他想挤入上层社会的矛盾。

读了《红与黑》，我还是不明白红与黑的的含义。

**销售军校读后感范文 第三十篇**

一直以来以为遥望不及的黄埔军校竟离我们这么近，个把小时的车程我们就来到了去黄埔军校的必经之地---鱼珠码头。

我们乘坐的客船发动了，江水传来一种微微的凉气，随手将被风吹到脸上的头发拨到后面，瞥见奔流不息的珠江水，一种历史的沧桑感在我心中荡漾，这江水啊，不知流过了多少年月，见证过多少惊心动魄的事件，浑浊的江水一如既往的流淌着，猛地头脑一片空白，这年头，我们对崇高已经开始淡薄了，可能是因为英雄的年代离我们太远了的缘故吧。

走进黄埔军校旧址，映入眼帘的是几排灰色整齐的南方地方特色的楼群，再走近映入眼帘的是“陆军军官学校”的牌匾高挂在欧陆式的白色大门上，虽并不华丽，却简单中透着庄严。

校门两侧的围墙上分别刷着“革命尚未成功”“同志仍须努力”的大字，我们一一参观了xxx故居和纪念馆，来此参观的人很多，但是绝没有大街上的吵闹，反而静静的，脚步也放得特别得慢，老人们看得仔仔细细，回忆着相关的往事;中年人，看得明明白白，议论着那时的“时事”;年青人、小孩，走马观花，按动着手中的相机。也许每个人都在沉思，一个人只有拥有远大的理想才不至于迷失自己人生的方向，才不会彷徨在实现自身价值的大门之外。积极的生活态度、坚毅不拔的品质都对我们的人生，对我们的民族有着特别重要的推动作用。而这些都可以在黄埔精神中得到启示。

平淡而又神圣的黄埔军校结束了，而带给自己的震撼和感悟却刚刚开始，

我在沉思，任何一个文字组成的任何一个语句，在不同的时代应该会有不同的诠释吧!革命尚未成功，我们仍需努力!过去的成绩和失败只是自己所走过的一段路的印证，想要自己的梦想延续下去，那就要继续走下去，即使到了自己走不动的那一天，想放弃的那一天，看看周遭，前进的人依然那么多，自己又为何不能坚持?

路，一直都在!理想还未实现，我们继续努力!

**销售军校读后感范文 第三十一篇**

我昨天下午去向姐姐借了几本《小\*——野生动物》我从这本书中发现了原来很多我过去不了解的知识，比如：巨蟒当保姆、我家的金鱼“踢足球”绵羊给小猴当保姆……

在《小\*——野生动物》中我感到了大自然的伟大和一些活泼可爱的、令人毛骨悚然的动物，比如可爱的熊猫、小猴、小羊、小熊……令人毛骨悚然的老虎、狮子、巨蟒、鳄鱼……，还有身上藏有巨毒的蝎子、黄蜂、黑寡妇蜘蛛……在大自然里还有很多奥秘等着我去探索，还有很多问题等我去回答！

我觉得这本书内容精彩，每一页都有不一样的内容，还有很多搞笑的地方，我看到一个地方笑得眼泪都流出来了，肚子都笑疼了，它是讲了一只猩猩的故事，一位游客来到动物园看猩猩，他招手，猩猩也招手，他点头，猩猩也点头，他做什么，猩猩做什么，他向猩猩扒眼皮，不料猩猩却打了他一巴掌，他觉得很奇怪，便询问驯养师，原来，在猩猩的语言中扒眼皮是骂对方傻瓜的意思，游客知道后第二天又来了，他想报复那只猩猩，他拿着一根木棒，敲打自己的脑袋，敲完后，他把木棒递给猩猩，他以为猩猩会用木棒敲打自己，没想到，猩猩对他扒了扒眼皮。

《小\*》不但内容丰富，版面也很漂亮，好像只要人看一眼，就迫不及待地把它买回家，手不释卷地读起来，现在不仅我喜欢看《小\*》，我的爸爸妈妈、爷爷婆婆都喜欢看了，《小\*》成了我们家最抢手的读物。

**销售军校读后感范文 第三十二篇**

河濑和幸用10年的时间访问了近2400家商铺，凭借学到的购买心理学和经济心理学创造出了自己的销售技巧。在这个过程中，他学会了制作诸多小商品和开发小游戏的方法，并且在小商品界获得“业绩创造者”和“价格创造者”的称号，因此而成名。他一边不断访问其他的大型店铺积累销售经验，一边通过做演讲活动和研修会培养优秀的销售员。可见，他的成功不是一个偶然，而是需要付出辛勤汗水，可以复制的。

营销工作与其说是推销商品或者推销服务，不如说是推销你自己。作为我院一名市场人员，是患者了解医院的第一扇窗户。在以后的工作中，我要更加努力的学习，提高自我修养，提升医疗及市场营销知识，把20xx年的业绩搞上去。

**销售军校读后感范文 第三十三篇**

《简·爱》是19世纪英国最出色的小说之一。它描述了人一生中最渴望得到的几样东西，那就是勇气、爱与尊严。，那时

女主人公简·爱从小失去父母，寄养在舅母里德太太家里，那时小小的简·爱不明白为什么自己百般努力去做个好孩子，仍难以讨舅妈的喜爱。她为此迷茫，痛苦，后来，她得知有个进学校的机会，便努力为自己争取，尽管这意味着10岁的她将孤身上路，独自奔赴渺茫的前途，但对学校和对新环境的渴望让她不再畏惧，是勇气为简·爱赢得了人生的第一次转机。

简·爱所上的罗沃德慈善学校实行所谓惩罚肉体，拯救灵魂的残酷教育，生活及其艰苦，但简爱忍耐了下来，努力学习知识，结交志同道合的朋友，这段生活给了简爱丰富的才学，也奠定了她坚持一生的简朴生活方式和纯真的思想境界。

毕业后的简再次鼓起勇气迎接新生活的挑战。她应聘到桑菲尓德庄园当家庭教师，在那里，她感受到了爱的力量。不同于\*等、温暖的友情。这份突如其来的爱情曾经因为两人地位的悬殊，让简·爱既兴奋又焦虑，但她相信在真爱面前，地位和虚名都不值得一提。然而命运开了个残酷的玩笑，就在简·爱答应了罗切斯特先生的求婚时，一桩隐瞒了十五年的秘密使婚礼成为泡影，感到被欺骗、被剥夺尊严的简痛苦万分，毅然出走异乡。

在故事的结尾，简·爱重新返回爱人身旁，并获得了梦寐以求的幸福。是什么令她忘却了痛苦？难道她最终放弃了坚持？不，缺乏关爱和尊重的生活从来不是简·爱想要的。无论是孤苦的童年，还是在富贵生活的诱惑面前，简·爱从未放弃过自尊自爱，但不同的是，童年的她只会倔强地守卫着自己，而成年以后，经历了人生不恸的她，已经学会了宽容与施与，这是比自尊自爱更广阔的爱，是除了能带给自己尊严，也能温暖他人的博大的爱。

你是否也如同简·爱一样，曾经感受到生活中的痛苦，成长带来的迷惘？是否也渴望拥有简·爱所获得的幸福？那么就别畏惧对自己信念的坚守，勇敢诚实的面对自己的内心，在你的关注下，每一步成长的足迹都可能带给你新的启示。无论是挫折，还是成就，无论是喜悦，还是忧伤，点点滴滴，对于心灵的成长都是弥足珍贵。记录下这些心路历程，你会发现，故事里的人生，其实就是我们自己的人生，而在我们自己的人生之中，同样有那么多精彩的故事，深刻的感悟。

让我们携手简·爱，一起成长。

——销售就是卖故事优秀读后感3篇

**销售军校读后感范文 第三十四篇**

设在广州长洲岛的黄埔军校，是1924年xxx先生在中国xxx和当时苏联的帮忙下创办的一所新型军事政治学校。xxx亲任校总理，xxx、廖仲恺分别校长、党代表。军校以培养革命军来挽救中国的危亡为宗旨，构成了以“亲爱精诚、团结合作、卫国卫民、不怕牺牲”为核心的黄埔精神，锻就出一批新型的军事人才和一支新型的革命军队，在第一次xxx举行的北伐战争中取得了伟大胜利;在之后的第二次xxx进行的抗日战争中，黄埔军校培养出来的将领，为抗日战争的胜利立下了赫赫战功。

1988年，xxx公布黄埔军校旧址为全国重点文物保护单位。目前黄埔军校旧址纪念馆是全国、省、市爱国主义教育基地。我仔细参观了设在馆内的《黄埔军校史迹展》、《黄埔群英》等多个展室。在参观过程中，思绪万千，主要的感想有：

要革命，要内除军阀、外抗列强，就要锻就一支新型的革命军队。在1924年6月16日的开学典礼上，xxx先生对全体师生演讲中说：中国革命13年，只得到一个空名，是完全失败了。原因就是我们的革命，只有革命党的奋斗，没有革命军的奋斗。“要用这个学校的学生作根本，为建立革命军做准备，学校就是将来革命军的骨干，开办这所军校，独一无二的期望，就是创造革命军，来挽救中国的危亡”。1936年，“抗日红军大学”成立，xxx同志在开学典礼上说：“第一次大革命时期有一个黄埔，它的学生成为当时革命的主导力量，领导了北伐的成功。我们的‘红大’就要继承黄埔的精神，要完成黄埔未完成的任务，要在第二次大革命中也成为主导力量”。两位世纪伟人说得多好啊!实践证明，北伐战争的胜利，靠的是黄埔军校造就的军事人才为主导力量的革命军队;抗日战争的胜利，靠的是黄埔军校和“抗大”造就的军事人才为主导力量的抗日军队。这天，要维护祖国的统一和领土的完整，也要依靠强大的人民武装力量。综观世界，每一个强国都离不开一支强大的军队。

xxx，是“打倒列强、除军阀”的中坚力量。历史已经证明，第一次xxx，赢得了北伐战争的胜利;第二次xxx，取得了抗日战争的胜利。此刻，在新的历史时期，国共两党对于完成祖国统一大业和中华民族的伟大复兴事业，肩负着伟大的历史职责。正如xxx在5月26日会见xxx主席吴伯雄时所强调的：“国共两党肩负着历史职责，就应胸怀全民族长远发展，以远大的目光，务实的思路认真思考和解决两岸关联发展中的重要问题，为不断开创两岸和平发展新局面作出贡献。”

**销售军校读后感范文 第三十五篇**

相较前几本书而言，这本书更将类似于我党“以人为本”的执政思想运用到公司治理当中，我觉得大同小异。再俗一点说，钱和口碑在大众身上，大众买不买账肯不肯定我们的业绩或产品很大程度上是建立在与我们互动过程的人性化程度上的。运用欺骗的推销手段，背离了诚信的销售注定是要失败的，只有建立信任、承认重要性并尊重所需才能真正实现人性化。其实这本书的根本还是《人性的弱点》中所强调的诚信，只不过这本书将具体的过程细化，让我们加深在实战中的理解。

我感觉最难得还是身为一个经理所必须的各种品质，要做的工作的确很多，增强员工的士气、表达经理级管理层的谦逊态度、缓解各个等级结构的压力、使管理者和员工感到满意来改善整个团队的关系等等。按书中所言，如果进行人性化管理将会事半功倍。首先在营造企业文化氛围的时候，书中所言的例如创造家庭氛围、创造员工及其家庭优先的文化、创造“我们与你患难与共”的文化等等并用行动传递这种文化的策略操作起来其实并不难，相反策略本身就是人性化的体现。在此基础上，承认、尊重并信任员工，才算是完成对员工的培养。前几本书中我还记得在总结工作的时候要先表扬其优点再批评来承认员工所做出的努力，这本书更强调了按照员工需要的方式、而不是你理想中的方式来承认员工。

这可能就需要经理对员工的心理特别了解对症下药才能实现了。还有一点我特别赞同的就是承认整个团队，取消“迈克尔乔丹”奖。是，设立工作模范标兵很重要，但是有的员工确实就愿意扮演默默无闻、类似于助攻的角色，对团队的奖励非常重要，也会使员工都受到鼓舞。员工培养好了，在接待客户的时候书中提到为员工提供恰当的工具。这点我是深有感触，当初兼职的时候就因为当天的电脑不够，直接导致我们拉到了潜在客户也法即时进行演示，很打击我们的积极性。此外，在工作中创造乐趣、主动预防“情绪枯竭”就是考验经理调节气氛能力的时候了，依我看这十

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！