# 销售产品观后感范文(合集21篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2025-05-20

*销售产品观后感范文1据权威调查显示：尤其近几年，烘焙食品市场每年以近20%的速度稳步递增，而且随着人们生活水平的提高，生活节奏的加快，烘焙食品的需求还在进一步增大，已成为城市消费者的生活必须品之一。然而，在一些食品行业的科学实验室里，穿白色...*

**销售产品观后感范文1**

据权威调查显示：尤其近几年，烘焙食品市场每年以近20%的速度稳步递增，而且随着人们生活水平的提高，生活节奏的加快，烘焙食品的需求还在进一步增大，已成为城市消费者的生活必须品之一。然而，在一些食品行业的科学实验室里，穿白色外套的人花了几年的工作，他们可以采取将原材料分开，然后把他们重新组合在一起更有利可图的方法，来制造贫困的营养。多数烘焙产品都是使用廉价植物奶油和植物黄油(含有反式脂肪酸)，有些专家经过研究发现长期食用会造成动脉堵塞，妇女不孕症，影响儿童脑部的发育等可怕疾病.所以在一些发达国家已经严格限制和停止使用含有反式脂肪酸的食品。更令人担忧的是其中一些成分和添加剂没有显示在配料表中(隐形危害)，因为这样能为生产者带来方便和降低成本。

与之对应，家庭自制的风气日渐浓厚，逐渐成为时尚。玄武区社区学院拟开设烘焙培训课程，传授社区居民烘焙食品制作技能，实现饮食文化的传播和发展，激发他们的生活热情、提高他们对健康、温馨的生活追求，对于当前社区的和谐建设提供有益的帮助。培训项目的内容

>一.名称的由来

“蒲公英”随风飘散，任何土地均能扎根，暗合了我院的办学理念是：“你一生的学习，我全程服务;你要学习什么，我就提供什么;你能怎么学，我就怎么教;你想在哪儿学，就能在哪儿学”。

“蒲公英”的花语是“开朗”，正是学院籍此教育培训项目所要传达的生活态度：认知生活的美好，结交知心的朋友，快乐自己的心境。

>二.基本内容

本课程主要教授烘焙常规工具的使用方法、基本原料的认知和配比、和面方式、面团种类、花样制作、烘烤方法、存放技巧以及如何巧妙包装。

>三.预期目标

1、通过基本课程的学习，使学员(社区居民)能够学会各类手工饼干和流行蛋糕及面包的制作、初步掌握裱花技术和小型翻糖作品。

2、与区内劳动保障所联合办学，使部分学员通过课程学习后，经考试合格取得西点师职业技能证书。

3、学院通过组织居民学习基本烘焙技术，丰富社区居民的公益文化活动，打造特色精品社区教育课程，提高社区教育的内涵。

可行性分析

一：课程设置背景玄武区社区进修学院是社区教育的主阵地，具有多年职业技能教育的经验。学院拥有良好的地理优势，坐拥新街口核心地区，又有强大的师资队伍和专家团队作为依托。此项目已与南京市总工会烘焙培训中心及鼓楼商业学校进行了接洽，获得了系统的筹备指导。课程开设前还得到了法国蓝带厨师学校烘焙高级技师张晓雪的远程鼎力帮助，了解了烘焙行业的方向和前景，协助设计了西点烘焙从初级到高级培训课程设置。学院计划分阶段聘请具有丰富烘焙经验的老师任课。学院为课程开设提供专门的场所和设备，投入一定资金支持，确保该课程体验中心的顺利建设及运转。

二：资金来源

前期：社区教育学院课程专项经费，目前计划前期投入五万元。期间：体验中心除公益教学外其他收入

三：学员来源

1、玄武区各街道社区居民均可报名参加或由街道分批组织;

2、可承接玄武区各幼儿园亲子交流活动;区各机关企事业单位拓展活动;区内各大学生联谊活动以及一切有兴趣之社会各阶层人士。

实施方案

一、选址及装修：

1、体验中心计划地点：南京城市职业学院富贵山校区某教室面积：48㎡

2、基本条件：

水路：直通教室电路：除照明电路，中心装有较大功率电器，考虑增容。

3、装修：简欧风格，暖色调。西点本身就具有时尚、精美的特点，所以要求体验中心装修温馨、精美、注重细节、风格突显。

①回字型石膏板吊顶，中间吊灯，四周安装筒灯

②墙面采用可擦洗乳胶涂料，可手绘黄色蒲公英图案

③配备含双水槽5米橱柜，两面墙安装吊柜，其中一面墙含地柜。④地面采用防滑地砖

装修预算：20\_0元

二、设备配置：

⑴冰箱：用于存储原材料

参考品牌：美的bcd-550wkm凡帝罗对开门电冰箱

参考价格：4500元

⑵电动和面机：用与和面、打发

参考品牌：上豪家用电脑款ka-1000厨师机

参考价格：1500元篇2：西点培训介绍(烘焙教室)特点：家庭小配方，产品从易到难循序渐近;精选原料，注重口感与品质;老师一边讲解一边操作，学员同步操作(1人开班，每个班不超过10人)。初级班(3个月/期)：

中级班(3个月/期)：

高级班(3个月/期)：

特点：时间集中，产品针对性强。上午产品教学，下午学员实际操作。

培训机构参考报价：

开店实战班

特点：批量生产，实地指导，根据店铺档次、产品定位调整产品原材料及配方。上午产品教学，下午学员实际操作。窗口型店铺方案：

价格参考：

武汉西点师傅工资3500~5000元/月，包吃住

小型店铺招聘师傅1~2名，全部产品由师傅生产;中型店铺招聘师傅1名，中工及小工数名，师傅仅负责产品规划及调整，每日生产任务交由中工及小工完成。篇3：烘焙经营计划书.★提升分店营业额

分店的营业额是维持公司日常开销的基础，是组成公司销售收入的重要的一部分;因此，对分店营业额的

提升也尤为重要。

一、增加营业额的方式。

1、增加人流量(即：入店人数)

2、增加单笔交易的金额。

3、企业的灵魂在“营销策划”，它可以为公司提升品牌知名度，帮助公司提升营业额。一般内地的公司都普

遍缺乏应有的营销手段，主要表现在以下几个方面：a、宣传力度不够(缺乏应有的宣传手册、宣传用品);b、对每年的节日促销手段不够;c、每周周末的促销力度不够;d、大型节日(中秋、端午、春节)的行销手段不够;e、生日蛋糕的宣传力度不够;f、顾客的管理不够。

针对以上几点，在今后的工作中注意做到以下几个方面，将可以改变现状，为公司带来一定的经济效益：

a、关注全年的节日及周末经济，并制定相应的策划方案及策略;b、提前进行策划促销方案的计划和准备，并确保按计划实施;c、对活动的结果进行全面分析与总结，在下次的活动中加以改善及提升;d、对顾客档案进行全面的分析、管理、措施制定。e、增加长期的礼品派送方案;f、增加贵宾顾客管理制度，提供必要的信息服务;g、增加全年的宣传手段。

h、增加与顾客互动、由顾客参与的促销活动。

4、进行产品组合、加强产品的多元化。

5、加强新产品上市周期。

6、增加产品品项、增加产品的类别。

7、营造售卖氛围(pop、服务方式、装饰、宣传物等)。

二、员工培训的重要性。

1、建立基本的运作制度。a、《市场部管理制度》b、《营运手册》c、《店面作业指导书》d、《各工作岗位说明书》e、《产品手册》f、《各工作岗位bi工作流程》g、《人事管理制度》h、《各岗位工作规定及标准》

通过对以上制度及体系的建立和实施，将会完全改变现状，让今后的工作逐步走向规范化、制度化、标准

化及效率化。

2、重置合理的、有考评性质的、有激励性质的工资结构。

3、建立切实可行的“绩效考核”方案。

4、建立全面的“培训体系”、“培训制度”、“培训流程”、“培训跟跟踪体系”、“培训考核体系”、“晋升体系”。

三、产品结构的重要性。

1、运用“abc分析法”对现有产品进行大类、中类、品项、价格的分析，进而进行产品的改进。

2、加强产品研发的力量。

3、全面补充产品的品项。

4、每月进行产品销量的统计、分析、筛选、排序、单品利润率分析。

6、实现现场销售监控。

7、建立“全员品质保障制度”及“全员品质保障工作流程”。

四、持续稳定地增长的重要性。

1、建立永续的“绩效考评制度”、“岗位评估制度”。

2、建立新旧产品的更新换代流程。

3、在产品包装设计上进行持续的更新换代。

4、建立培养新型消费者的营销体系。

5、建立完善的“售后服务及跟踪体系”。

五、进行跨区域的扩张。

1、加强开设直营分店的力度。

2、增加多渠道销售方案。

3、发展加盟连锁。(制定有效的、合理的、有利的“加盟连锁方案”)

4、开发代销其它有利产品。

5、开发单类多品种专卖店。

6、多品牌经营模式。

**销售产品观后感范文2**

销售团队激励口号

1. 目标锁定荣誉餐，积极拜访不怕难

2. (公司名称)十年最强，(部门名称)上海称王

3. 一马当先，全员举绩，梅开二度，业绩保底

4. 新单续保并肩上，全力冲刺创辉煌。

5. 情真意切，深耕市场，全力以赴，掌声响起

6. 愉悦工作，心中有梦，齐心协力，再振雄风

7. 忠诚合作用心乐观发奋开拓勇往直前

8. 先做才轻松，抢攻第一周，爱拼才会赢;赢在第二周。

9. 团结紧张，严肃活泼，规范行销，业绩保证。

10. 积极激励我，多劳多收获，汗水育成果

11. 梦想聚团队，团队铸梦想，激情快乐人

12. 经营客户，加大回访，用心专业，客户至上。

13. 功夫老道，热忱为本，永续经营。

14. 团结紧张，严肃活泼，规范行销，业绩保证

15. 客户服务，重在回访仔细倾听，你认心情

16. 索取介绍，功夫老道，热忱为本，永续经营

17. 服务客户，播种金钱，增加信任，稳定续收

18. 成功靠朋友，成长靠对手，成就靠团队。

19. 拼命冲到底，再努一把力，努力再努力，人人创佳绩。

20. 永不言退，我们是最好的团队!

21. 产品的品牌就是品质的象征

22. 春光乍现，拜访争先，客户服务，情义无限

23. 从业有缘，借福感恩，坚定信念，行销一生

24. 吃得苦中苦，受得气中气，方为人上人

25. 争气不生气，行动先心动，助人实助己

26. 技巧提升，业绩攀升，持之以恒，业绩骄人

27. 公司有我，无所不能(团队名称)，永争第一

28. 不吃饭不睡觉，打起精神赚钞票

29. 行销起步，天天拜访，事业发展，用心领悟

30. 开拓市场，有我最强;(团队名称)，我为单狂

31. 成功靠朋友，成长靠对手，成就靠团队

32. 创意是金钱，策划显业绩，思考才致富

33. 知道是知识，做到才智慧，多做少多说

34. 服务客户，播种金钱，增加信任，稳定续收

35. 服务只有起点，满意没有终点

36. 工作高效服务真诚无私奉献优质服务

37. 做事先做人，销售先销己，挣钱先夺心

38. 心态要祥和，销售传福音，服务献爱心

39. 回馈客户，从我做起，心中有情，客户有心

40. 目标明确，坚定不移，天道酬勤，永续经营

41. 抱怨事件速处理，客户满意又欢喜

42. 不绷紧质量的弦，弹不了市场的调

43. 成功靠朋友，成长靠对手，成就靠团队

44. 创意是金钱，策划显业绩，思考才致富

45. 知道是知识，做到才智慧，多做少多说

46. 忠诚合作积极乐观努力开拓勇往直前

47. 今天付出，明天收获，全力以赴，事业辉煌!

48. 不吃饭不睡觉，打起精神赚钞票

49. 红五月里拜访忙，业绩过半心不慌

50. 观念身先，技巧神显，持之以恒，芝麻开门

销售培训宣传口号

1. 不成功的两大原因就是不爱学习和不行动

2. 永不言退，我们是最好的团队

3. 从业有缘，借福感恩，坚定信念;行销一生

4. 激发潜能多签单，吃定经理荣誉餐

5. 用心专业，身先神显，季度达标，奋再向前。

6. 公司有我，无所不能。(团队名称)，永争第一!

7. 相信自己，相信伙伴。

8. 心中有梦要讨动，全力以赴向前冲。

9. 快速举绩拔头筹目标锁定争第一

10. 三心二意，扬鞭奋蹄，四面出击，勇争第一

11. 破零保底不着急大单小单不介意

12. 心中有梦要讨动，全力以赴向前冲。

13. 坚持出勤，专业提升，分享交流，为您分忧。

14. 技巧提升，业绩攀升，持之以恒，业绩骄人

15. 先做才轻松，抢攻第一周，爱拼才会赢;赢在第二周。

16. 不吃饭，不睡觉，打起精神赚钞票

17. 敢在风暴当头立，勇做浪尖弄潮儿

18. 全力拜访迎圣诞，你追我赶快签单

19. 长期经营，积累客户充分准备，伺机而行

20. 意气风发一时起，持续奋斗双梦成

21. 今天付出，明天收获，全力以赴，事业辉煌!

22. 吼一吼，业绩抖三抖!(团队名称)，加油!

23. 团结紧张，严肃活泼，规范行销，业绩保证。

24. (部门名称)一零订单起，团结一致夺第一

25. 成功者决不放弃，放弃者决不成功。

26. 春光乍现，拜访争先，客户服务，情义无限。

27. 大踏步，大发展;人有多大劲，地有多大产。

28. 气象万千新风貌，全员举绩开门红

29. 百日积淀，百日辉煌

30. 付出一定会有回报。

31. 冲过百日，笑傲一方

32. 爱心点燃激情，拼搏成就业绩!

33. 干就干好，争就争王!

34. 团队意识，角色意识，配合意识，成功意识

35. 组织要发展，全员来增员，上下齐努力，团队高士气

36. 回馈客户，从我做起，心中有情，客户有心

37. 每天多卖一百块!

38. 红五月里拜访忙，业绩过半心不慌。

39. 六一销售少儿险，天赐良机正当前。

40. 不怕苦的人，苦半辈子。

41. 服务三一五，回访老客户。

42. “努力拼搏”“战胜自我”“挑战极限”

43. 因为有缘我们相聚，成功要靠大家努力!

44. 永不言退，我们是最好的团队。

45. 成功靠朋友，成长靠对手，成就靠团队。

46. 人力翻番不是梦，业绩倍增就是行

47. 本周破零，笑口常开，重诺守信，受益无穷

48. 团队是我家，奋斗靠大家

49. 忠诚合作积极乐观努力开拓勇往直前

50. 情真意切，深耕市场，全力以赴，掌声响起

**销售产品观后感范文3**

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。

**销售产品观后感范文4**

不知不觉加入xx已经31天了，在这31天中，有苦也有甜！总体来说，我对自己并不满意，但是这期间学到的东西，取得的进步，让我也感到些许的欣慰。下面我将分一下几点对我过去的工作进行总结。

>一，业务开展的情况

在xx一个月，其中有两个星期进行了系统的产品培训。换句话说，也就是只有两个星期进行业务拜访。在这两个星期当中我的主要工作情况如下：

1. 电话初次拜访客户75家。 2. 电话有效客户10家。 3. 实地拜访客户5家。 4. 要求试料客户2家。

通过半个月的挖掘客户，觉得开发客户是一个比较漫长的过程。大部分客户对我们都有一段时间的信任期，自己打电话的时候还是有很多问题的存在！磕磕碰碰地完成了75个左右的电话拜访，也约到了几家客户。起初拜访客户，我并不懂得如何去挖掘客户信息。后来通过向老销售学习，也逐渐了懂得了少许挖掘信息的技巧。目前为止，有两家客户正在等待试料当中。

>二、工作中的问题和困难

1、对于初次拜访的客户，经常会因为没预约到准确的时间，到了客户那里见不到客户。还有会因为出差时拜访客户的路线不清晰，导致很多约了的客户见不到。

2、对产品还不够熟悉，所以有时候客户问起产品的一些问题都没办法答清楚，特别是产品的一些性能以及价格，每次我都不能独自面对客户进行交谈，有时不能及时解答客户问题，客户会不够信任。

3、在商务方面，由于一直以来没有接受过任何有关于这方面的培训，所以做得不是很好，致使很多客户对我的印象不是很深。以后需重要客户多拜访，加强商务方面的技能。

4、对工作的积极性很高。 但是缺乏销售方面的技巧和心态，拜访客户时还是比较胆怯。当受到客户拒绝时，还是会不由得产生一丝沮丧。

>三、今后学习的方向及措施

1、尽一切努力学习销售的技巧，锻炼销售心态！

措施：销售技巧方面，需要在工作中学习，碰到问题多向企业资深销售咨

询！资深销售在进行工作的时候，要打醒十二分精神，细细品味其

销售技巧。参加企业的相关培训，工作之余多看看相关的文献！争取在2个月内能够独立进行销售的工作。

2、深入学习产品知识

措施：对自己销售产品有良好的认识，才能得到客户的信任！所以，在今后的工作中，应该努力学习产品知识！其学习方向如下：

（1） 了解产品，型号，规格，功能，价格等方面的知识，并做一个系统的归纳。

（2） 对产品出现的一些问题及解答做一个系统的归纳！争取在半年内对产品有一个系统的归纳与了解。

3、加强商务方面的技巧

措施：通过培训和咨询，自学等手段，学习商务方面的技巧，争取在两个月内让接触我的80%的顾客对我有比较好的印象。

4、加强自身的时间管理和励志管理

措施：通过时间管理软件，及时处理工作的相关事宜。使得A类事情（重要的事情）提前完成，B类事情（相对重要的事情）及时完成，C类事情（琐碎的小事）选择完成。通过励志管理，保持对工作的热情，利用对比激励法，提高斗志！

>四：目标

：顺利通过企业对我的考核，真正成为xx的一员。 ：能够通过销售工作的考核，拥有独立完成销售工作的能力！

：能够完成月度目标，至少成交一家新客户。

月度工作计划

员工姓名： 所属部门：起始时间：

如何完成任务：

二、工作计划及目标（日常时间安排、解决什么问题、解决效果）

三、促销活动计划（内容包括商场或专柜名称、促销时段、促销商品名称、原价及现价、费用、所需资源或支持）

四、新品推出（包括新品品牌、进入商场、进入时间、所需资源或支持）

五、市场开发（包括开发地点、终端名称、计划进场时间、所需资源或支持）

**销售产品观后感范文5**

促销活动策划及执行情况跟进1、策划实施了公司年内促销力度最大的x月份“建材巧配省到底，买3000送1000”活动。2、完成1x月份多点开花、多重组合形式的活动策划，南城店、东城店策划了“买1000送100，全场通用”活动;常平店、虎门店、塘厦店策划了以“健康爱家月”为主题的“好礼买就送，健康送到家”活动;同时还策划了装饰公司“样板房征集，1元就搞定”活动，方案已实施，并已做好相应的培训。

3、针对促销过程中发现的问题，及时有效地对x月份“买3000送1000”的方案的做了相应的变通调整，确保方案实施的畅顺。

4、通过多次走访长安区域市场，重点针对长安、大岭山的媒体分布、媒体宣传资费分析，媒体辐射范围、媒体收视、以及竞争对手采用的媒体手段，进行了详细的分析，并形成《长安店开业后续推广方案》，已提交上级审核，待批准实施。

5、集合瓷砖洁具共13个总代理品牌，南城尚有5个非总代理品牌参加全莞范围主攻楼盘的大礼包派送活动，同时通过装饰公司500元每户的人工费颧派送，与装饰渠道的推广形成整合，加大了终端的拉力。中心共印制3000份礼包，目前各店总计发放80%左右。

6、加大对重点小区短期推广活动的资源整合，例如把上游9家供应商纳入中惠沁林山庄的家装文化展活动，供应商除了作现场商品展示外，还赞助了电子健康秤等礼品。

7、组织市场策划人员去“蹲店”和“走访”市场，围绕销售促进进行多角度的市场调研与分析。

媒体报道与报广配合

完成装潢中心常规宣传手册的文案撰写。

存在问题

1、企划管理重心过高，对各镇区市场的整体和差异性认识不深入，以致于促销活动难以找到较准确的突破口，包括从媒体传播及促销活动方案方面的针对性及个性化程度不够也就很难对各门店的促销进行及时的指导和诊断。

解决措施：要求策划人员下达门店进行市场调研，同时希望各门店及时反馈当地市场信息，我们针对个情制定长线的销售政策，并将短期促销政策交由门店决策实施，中心只在关键环节加以指导，通过提高促销快速反应能力及针对性来刺激门店的销售业绩。

2、对活动资源的整合策略性技巧性不够，存在着“紧促”现象，严重影响活动开展。

解决措施：营运系统将营运计划及企划中心的活动计划的沟通时间应相对提前，给予采购争取资源时间充分;中心根据全年及阶段性的市场与广告资源需求提前做出规划，首先将大宗资源切分清楚，并对资源大户做出品牌主推个案与其作重点沟通。

**销售产品观后感范文6**

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。

**销售产品观后感范文7**

我在项目组中不是最优秀的，更不是最聪明的，技术也谈不上最牛的，但我从来没有妄自菲薄。人和人本来就是不同的，天赋条件的差异及后天环境的不同，也就使得我们不可能和某些牛人一样，我们能做的只是以他为远方的那个灯塔，向他慢慢靠近。

每个人都在自己的亲身经历中不断犯错，进而不断地成长。而我呢，在这已然成为回忆的一年半时间里，也真实地经历过了点点滴滴。在这期间积累的一砖一瓦中，除了很直接的获得了专业知识、提高了专业技能外，更多的是从项目实践中得到的足以让我们受益终生的其他信息。

一、团队中的自己

在一个团队里的成长是最直接最快速的。首先我们得明确自己在这个团队中的角色，以整个项目组的进度为参考，合理的安排好自己的工作，发挥好自己的作用;再就是需要以柔和的态度和大家相处，男人的智慧在于“刚而强”，而女人的智慧更多的在于“柔而韧”。作为一名女性，我们要学会带有一丝坚持的妥协，也要学会带有一丝主见的不固执;最后要懂得合作学会合作。合作更多的是互补，而不是苛刻地要求对方须与自己保持各种一致。

二、做好自己

马云曾说过的一句话：什么是人才?人才是你让他做一件事，他做好了，你再让他做件事，他又做好了。对此印象特别深，这也是我的一个座右铭。我觉得，人生就像盖楼，现在看似普通的每一件小事情都是未来的缺一不可的基石，等盖好了这平凡的一砖一瓦，终有一天，我们会看到真正属于自己的摩天大楼。

三、正确的心态

一般情况下，等工作到一定阶段，大家会觉得所从事工作是毫无技术含量的重复体力劳动，我相信每个人都有过这样的体会。有一段时期，我也很迷茫、很困惑，感觉就这样Ctrl+C、Ctrl+V的日子是多么地浪费体力，也质疑过如此繁琐完全没有创新可言的工作干着还有什么样的意义。一个偶然的机会，我看到了一篇文章，里面有句话读了让人如梦初醒“一份工作到两三年的时候，大部分人都会变成熟手，这个时候往往会陷入不断的重复，有很多人会觉得厌倦，有些人会觉得自己已经搞懂了一切，从而懒得去寻求进步了。其实这个时候比赛才刚刚开始。”“每天，每一刻我们都在做这样那样的决定，我们可以漫不经心，也可以多花些心思，成千上万的小选择累计起来，就决定了最终我们是个什么样的人。”结合自己那时的处境，觉得简直就是再说自己，当时犹如醍醐灌顶，顿时豁然开朗，于是又重新开开心心地工作。

或许，小选择积累起来就是一种人生。我可以选择如何把工作做得更好更细致;我可以选择怎样才能和同事同学更友好的相处;我可以选择怎样让自己的生活过的更轻松快活些，而不是到处充斥着忙碌的工作;我也可以选择去坚持自己的课外生活;我也可以选择去过一个健康快乐的人生。其实很多时候，变得不是周围的人和事，而只是自己的内心。

四、知识面的重要性

每每想起自己刚进入项目组的狼狈相，就发自内心地明白了公司在招聘时为何偏向知识面宽的人了。因为他懂得，因为他了解，所以在面对一个同样难题的时候他就会较快地进入状态，然而这个还是其次，最重要的是知识面宽了，解决问题思路的也就不那么狭隘了。

五、借助外力

很多时候，我并不排斥多干活。因为当一个人懒洋洋的什么事也不做的时候，肯定是不会犯错的，然而，人却常常是在犯错中改变和成长的。不做事，虽然眼下是少了些许麻烦，但稍稍长远地望一下，其实你失去的是一个个机会，一个发现自己问题(性格缺点、知识盲点)的机会、一个改正缺点的机会、一个成长的机会、一个慢慢前进的机会。所以，需要学会借助外力PUSH自己。

六、不足

经过这一年半的工程实践，我也深刻体会到了自身的不足。一个是为人处事方面，有时候略显幼稚，不懂得变通;另一个是自己的知识体系还不够完备，仍需在以后的学习和实践中慢慢积累。

回想之前走过的路，对于犯过的错误，我只能吐吐舌头，感叹下当时自己怎么那么傻;对于进步，我会露出真心的微笑，只是庆幸自己当时那么做了。不论现在自己所处水平如何，我都会对过去发生的所有点滴说声谢谢，因为是它们使自己成为了今天的我。

**销售产品观后感范文8**

市场部的职能和建设对一个企业的发展起着十分重要的作用，市场的开发和创新直接影响着一个企业的利益关系，作为一个企业的职能部门，既要深入市场，研究企业发展优劣并进行推广策划，还要协助一线员工完成基本任务。更重要的是针对企业发展趋势，及时制定方案促进和保障发展状态。

市场部由组建到迅速开展工作，一年多的时间得到了院领导的大力支持，在全院职工的积极配合下，取得了较大的成绩。

一、取得的成绩

20\_\_年，市场部根椐市场发展态势和市场需求，重点从两个方面着手，一是外围宣传，与各乡镇卫生室、学校、各乡镇民政办、各办事处武装部沟通，并宣传相应政策;二是加强内部服务工作，改进市场回访工作，内外结合，使医院各方面紧跟发展方向。

1.挖掘潜力，开拓市场

自20\_\_年我院被仙桃市教育局授予“仙桃市中小学生视力保健防治基地”以来，每年走进学校宣传视力保健知识。20\_\_年，我院与市教育局、市体卫中心建立长期合作关系，20\_\_年10月22日-11月2日，配合教育局对仙桃市6所“防近”试点学校进行了视力普查，后期将与教育局一起做好全市中小学生防近三级监测工作。

2)梦圆大学，改善升学、就业机率

3)民政医院强强联合，促就“白内障无障碍市”活动方案略见成效

4月起，医院履行“白内障无障碍市”定点医院职责，与市各乡镇民政办共同开展白内障无障碍市活动。前期与17个乡镇、场办民政办、卫生院沟通协调，共同制定了下乡筛查整体筹备工作。赴陈场、郭河、沔城、西流河、沙湖、毛咀筛查眼病患者400人，符合手术条件患者103人，施行手术60人。其它民政办因其他因素未能配合进行筛查，但仍以转诊的方式向我院输送病人200余人。

4)扶贫助残，关爱孤寡老人

9月为起将公益活动打造成仙桃眼科医院发展核心，成为扶贫助残固定态势，专家组对仙桃四家大型福利院开展了“关爱老人，共享光明”的慈善活动，对300位老人进行眼病宣教，并为他们详细地检查了眼晴。

5)全国爱眼，呼吁全民动员6月6日爱眼日，与仙桃职院爱眼协会通过广播，宣传栏和咨询义诊的方式对仙桃职院全体教职工宣传眼视光保分健知识，接受义诊20\_\_余人。

6月6日晚，在仙桃职院举行大型眼保健专题会，职院500余人参加了此次专题讲座，其中包括职院老师和各学生会会长。

6)推介眼视光科技，开展眼镜节日

7月，医院举办第二届眼镜节，通过电视，报纸广告宣传对眼镜节活动进行了一系列的宣传，发放宣传单5000张，通过开展眼镜节的各种宣传形式，普及医学验光，突显专科眼科医院的优势，打造品牌战略体系，增加配镜消费群体。

7)城乡结合

**销售产品观后感范文9**

尊敬的各位领导、同事们：

大家好!今天，我代表先进集体在这里发言，感到由衷的高兴和激动。首先，请允许我代表今天获奖的先进集体，对各位领导一年来的关心、支持和各部门同事的鼎力相助，表示衷心的感谢!我们在工作中所取得的成绩，是各级领导科学决策和正确引导的结果，是广大职工任劳任怨，相互帮助，团结奋斗的结果，成绩和荣誉属于为公司做出贡献的每一个人。

20XX年是首文公司生产经营最为困难的一年。面对销售市场环境的变化，我们在经营管理的各个方面都遇到了许许多多的问题，这是一个新的生产型企业必经的艰苦过程，作为财务部门理应承担起更重的责任和付出更大的精力。在小批量、多批次、多用户的产品销售现实面前，我们的财务结算工作量大幅上升，但我们还是为公司销售量和销售额的上升而乐此不疲，毫无怨言，细致工作。同时，我们财务部既是一个专业管理部门又是一个为生产经营服务的部门，这是两种不同角色的转换，在我们部门的履职中，既要坚持严格的财务管理，又要做到热情完整的服务，严格管理中不失笑容，热情服务中不失原则，我们严格按照这个要求去做，认真从事自己的专业工作，我部门的工作也得到了大家的理解、尊重和支持。在会计审核中，我们严格按规定办事，一就是一、二就是二;对审核中发现的非原则问题仔细地向经办人员说明，并告知如何完备相关手续和解决问题的办法;对前来了解财务、税务有关知识和政策法规等情况，我们都尽自己所能耐心解说。

我们财务部门作为公司的一个主要职能监督部门，“当好家、理好财，更好地服务生产”是财务部应尽的职责，在公司加强管理、规范经济行为、提高企业竞争力等方面我们负有很大的义务与责任，只有不断地学习和总结，管理工作才能得到提高。为继续履行好自己的职责，我们在20XX年重点做好以下几个方面的工作：

一、严格遵守并执行公司下发的各项规章制度和管理办法，紧紧围绕确保完成董事会制定的本年度公司生产经营计划目标，努力扩大收入，节能降耗降低各项费用支出，严格按照资金计划使用资金，努力做好资金平衡工作;积极做好与金融部门的融资工作，配合相关部门做好项目资金的申请及验收工作;以厂为家，树立部门的良好形象，遵守和执行各项劳动纪律，以饱满的热情投入到工作中去。

二、去年下发的成本核算体系文件，我们在20XX年要认真贯彻执行，继续挖潜降低成本，制订和完善降低成本的措施办法。

三、稳定财务队伍，进一步提高财务人员的综合素质，增强相互工作的认知、理解程度，增强相互之间的工作配合，增强部门员工责任感及企业归属感，保证财务人员队伍的稳定，使公司的财务核算水平进一步的提高。

四、与国、地税部门沟通协调各项税费减免、纳税申报等相关事宜，加强对出口货物退税流程的学习，及时享受到国家出口退税优惠政策给企业带来的收益。

五、加强应收账款的管理，协助销售做好公司的资金回笼，有效控制应收账款的增长。认真做好档案资料的归集整理、账务处理、财产物资的盘点核实及债权债务的清偿等各项清理工作，做到账账、账证、账实、账表相符。

最后财务部全体工作人员还最想说的是：

第一，感谢!我代表财务部感谢各位领导、各位同事的帮助和支持。

第二，温暖!在首文公司这个大家庭里，我们感觉像家一样的温暖，我们为成为首文公司成员而自豪，我们对企业有信心且怀有一颗感恩的心，公司发展的前景，让我们信心百倍。

第三，努力!我们深深懂得，荣誉属于我们也属于大家，同时成绩只说明过去，今天我们仍须继续努力。

我们财务部决心在新的一年里，严格遵守国家财经纪律，认真执行公司各项规章制度，努力提高管理水平和服务能力，戒骄戒躁、百尺竿头更进一步，全身心地把本职工作做好。我们有信心、有决心完成好领导布置的各项工作任务，争取在新的一年里取得更大的成绩，为全面完成公司20XX年生产经营任务做出我们应有的贡献。

**销售产品观后感范文10**

一、主要工作

(一)逐步明确仓库未来发展定位。主要围绕四个分公司发展定位进行梳理。在现有业务中进行分类，把符合未来定位及高附加值的优质客户进行着重培养，不符合的逐步淘汰。

(二)是积极跑市场，联系新客户，尝试新领域。公司加紧与联想集团的志勤美集物流公司的洽谈，改造库房硬件设施，引进it产业进场;保持和新疆天业上市公司的联系，打造化工原料物流配送中心。

(三)是加大宣传力度，多渠道开展业务宣传。积极开展申报湖北省重点物流仓库工作;加紧赶制宣传册，目前清样已经出来;联系专业公司着手广告片脚本编制;针对武钢业务，给武钢物流管理公司送去邀请函。

(四)是着眼市场，完善仓库功能。积极与郑交所联系，申报菜粕和菜油籽期货交割库的申报工作;针对今年国家棉花收储工作任务重的重要信息，积极开展棉花储备库的申报工作。

(五)加大合同管理力度，提高公司掌控能力。20\_年9月公司根据《合同管理办法》(以下简称办法)一年来的运行情况，结合公司合同管理实际进行了有针对性的修订。办法经总经理办公会讨论通过，于20\_年10月下发并试运行。同年11月要求各单位参照办法将20\_年度合同执行及无合同经营情况进行汇总上报。对发现的问题正在有针对性的加以整改。

二、存在的不足

(一)各分支机构对国家局完善体制机制的顶层设计理解不够，对办公司的目的理解不一，所以在推动完善分支机构建设上参差不齐。

(二)由于思维惯性，业务员目前还只能限于本单位和现有业务领域，看市场的宽度和深度都不够。

(三)要从原来的经营人员转化为公司业务人员，形成一个业务团队还有较长的路要走，业务人员的素质和相关业务知识有待提高。

三、20\_年工作计划

第一、加大跑市场力度。

市场是跑出来的，客户是引进来的。那么，怎么跑市场?一是领导重视。领导重视就是压力，压力转化为动力，可以增强业务人员主动跑市场的积极性，把跑市场变成一个常态性的工作，变被动为主动。领导重视就是支持，支持就能建立自信，树立必胜的信心。二是建立健全有效的奖惩制度。有效的奖励制度可以有效的提升员工对企业价值的认同，树立对企业的忠诚，以便在此基础上实现其人生价值。合理的惩罚制度可以规范其行为，提升责任心，激发反省能力，对不正确的价值和观念进行改正，提升自我能力。三是明确市场方向。跑市场不能盲目，要根据需求有目的性和针对性的寻找客户资源。要分析自身特点、客户需求、市场动态。增强分析市场、研究市场、把握市场的能力。

第二，明确主营业务，开办专业市场。

主营业务指企业为完成其经营目标而从事的日常活动中的主要活动，是企业收入的主要来源。首先，结合自身特点，明确主营业务。武汉分公司、襄阳分公司为城市仓库，具有较强的装卸能力和快速交通通道，适合大宗商品物流和城市快销品作业。孝感分公司具备棉花期货交割资质和多年棉花管理经验，适合以棉花期货交割和收储为主，发展化工产品和烟叶收储。

宜昌分公司在集装箱业务上积累了不少经验，可以把集装箱业务打造成主营业务，逐步优化收储种类。各物流部也要结合当前的主营业务，充分发挥成品油、烟叶和种子储备的管理优势，及专用线的特有资产优势，固化主营业务，拓展适合自身的特种业务。在明确主营业务同时，要打造一些有特色的专业市场，如棉花期货交割市场，集装箱业务市场，大型钢材交易市场，城市快销品市场，种子收储、加工市场，竹木交易、加工市场等等。

**销售产品观后感范文11**

20\_\_年，我局视察工作在市局的正确领导下，在全体人员的积极工作和不懈努力下，按照国家局和省局的要求，认真落实市局年初邮政工作会议精神，以资金安全为重点，积极深入生产部门检查指导，工作中做到了善于发现问题，反映问题，解决问题，从而强化了企管理工作，较好地完成了全年视检工作任务，真正起到了为企业经营工作保驾护航的作用。回顾一年来的工作，主要抓了以下几个方面：

一、强化了基础管理工作!年初，我们就确立了视检工作从抓基础管理入手的工作思路，在全区的邮政视检工作会议上，征求和采纳了所有视检人员的意见，集思广益，对全区班组支局的基础记录设置进行了统一的规范和完善，全区形成了统一模式，对于一些普遍认为不必要设置的记录进行了撤并，并以市局文件形式传达落实到各生产单位。

在日常的监督检查中，我们也把基础工作作为一项重要的检查内容，重点从各项记录是否能够发挥其应有的作用、检查、记录是否及时准确、内容是否真实、具体等方面进行监督检查，突出了基础工作在日常生产中的作用和地位。

二、为全面贯彻落实《省邮政视检工作实施细则》，专门召开了全局邮政服务工作会议。会议上，传达了今年的全局工作要点，确立了今年视检工作目标，并且通过全局工作资料调审，对上一年的视检工作进行了检验，调审从检查工作是否到位、项目是否齐全、频次是否达到要求标准、是否进行了必要的考核等方面入手，从中发现了一些问题，并在会上提出了下一步的改进措施。

广泛征求了营业人员的意见，为今后的检查和考核确立了充分的依据，也使我们的考核工作做到了有法可依，有章可循，避免了检查考核的随意性和人情化。

三、年初，为进一步提高全局人员的综合素质，完善视检手段，改善视检工作的方式、方法，我们还特意开办了全局人员学习班。通过这次办班，全面落实了《省邮政视检工作实施细则》，使全局人员的素质得到了很大的提高，检查过程中能够从不同的视角去发现问题，改变了过去的检查手段单一、检查工作表面化、形式化的性状，达到了检查手段多样化的目的，

四、以资金安全为重点，很好地完成了视检工作任务。

一年来，我们通过随机检查、重点抽查、专项检查、半年和年终检查等方式，对全区邮政生产!经营工作进行了深入、细致的都督、指导，为全区的经营管理工作保驾护航。

五、以邮政服务形象工程为主线，开展规范化服务活动，认真解决服务中的热点、难点问题。

1、制定全区邮政服务形象工程实施方案。

2、召开了服务工作专题会议。

3、加强服务的都督考核。

**销售产品观后感范文12**

优秀销售团队获奖感言（一）

大家下午好！今天，营销部荣幸地获得了“五星团队”光荣称号。这是部门所有员工齐心协力，共同努力的结果，也是饭店对我们莫大的肯定与鼓励。在此，我代表营销部向饭店表示衷心的感谢！感谢领导对我们部门的理解与信任，感谢饭店全体员工的大力支持和配合！

没有执行力，就没有竞争力。在这次“爱黄河·展风采——品质提升年”夺旗争星竞赛活动中，为了深入贯彻落实饭店提出的“务实重做、创新提升”的总体要求和“热情、微笑、礼貌、高效”的服务方针。营销部结合部门自身特点，特推出了一系列活动方案，并严格按照计划执行，落实检查制度，常抓不懈。活动内容如下：

一、“星级办公室”评比活动：

围绕办公环境、“六常”管理、办公效率和员工面貌四个方面制定星级办公室评选标准。各办公室推选一名“检查长”具体负责本办公室日常督导和质检工作，并于每周一对各办公室进行综合评选，第一名将悬挂流动小红旗，在月末汇总出得奖最多的办公室对检查长及成员给予不同形式的奖励。促进了各办公室之间的良性竞争循环，办公环境得到了极大的改善与提升，较之前焕然一新，得到了大家的一致肯定与好评。

二、“三比三看”活动

比微笑服务和客户维系，看谁的宾客满意率最高。 比业务能力和奉献精神，看谁的业绩完成的最好。

比工作规范和劳动纪律，看谁的工作责任心最强。

活动采取积分形式，按月评比。比看谁在工作中能够积极运用；看谁外联采集的会议信息最多落实最快；看谁的业绩完成的最好；看是否遵守饭店制定的劳动纪律。并于每月第一周由部门小组成员打分进行综合评选，宾客若有一次投诉，立刻取消评选资格。最后对前三名员工分别进行物质奖励。

三、“优质服务争上游”活动 以协调会议服务为主题，实行月评比制度，采取积分形式。看谁的会议协调最到位，谁的会议服务提醒卡填写的最认真及时，谁的合理化建议最多。每月第一周由活动领导小组进行评选产生名次，并对前三名给予物质奖励。

成在细节，赢在执行。团队的执行力才是真正的执行力。半年来，营销部通过这一系列活动的开展、落实，极大的提高了整体服务意识，调动了员工的集体荣誉感和创先争优的积极性，营造了健康、快乐的工作氛围。逐渐成长为一支沟通有效、协调有力、执行彻底、能打硬仗的团队。

辉煌已成过去，奋斗成就未来。20xx年饭店经营任务任重而道远，在此也恳请饭店领导一如既往的给予我们关注和支持，我们也将再接再厉，不辱使命，使20xx年的销售工作再上新台阶，给饭店交一份更加满意的答卷。因为我们相信，我们身后有黄河，我们身后有大家。

最后请允许我代表我们营销部全体员工祝愿我们的黄河蓬勃发展、再攀新高，也祝愿我们的黄河人吉祥如意，幸福和美。谢谢大家！

优秀销售团队获奖感言（二）

转瞬间，忙碌的20xx即将过去，回顾过去的一年，我们付出过，努力过，失败过，但我们从来没有放弃过，因为我们一直坚信做对的事情比把事情做对更重要。

没有完美的个人只有完美的团队，也正因为我们有了这个优秀的团队才让我们更加自信的走向一个又一个的\'辉煌。从最开始新团队组成的陌生茫然，再到渐渐熟悉相互默契的配合，离不开我们大家共同的努力，每一个人都怀着一颗感恩的心，一种责任感而努力的工作。

在这个充满凝聚力的团队里，有认真负责的晶晶，她总是给人一种力量的存在，是我们团队的主心骨，每月都会制定一个合理的销售计划，然后分阶段的分析总结，如何努力在实际工作中完成这一目标，寻找最好的方法；还有美丽大方的培培，多才多艺的小雪，聪明可爱的园园，每一天都会用最积极最阳光的一面去感染店面里的每一个人。毕竟在现在的社会纯粹的销售已不会长久，更多的是把每一个顾客当做朋友一样沟通交流，销售产品前更重要的是如何销售自己，所以我们在销售前要做好一切准备，定期ABC训练，加强我们自身的能力，不断地让自己成长，了解全方面的知识，接触更多的新鲜事物，和顾客有永远也聊不完的话题，这样才会保持一种长久、良好的关系。

让我们骄傲，能成为\*\*这个大家庭的一份子我们感到自豪，感谢\*\*给予我们这次机会，让我们更加的自信，感谢何总像亲人一样的包容与照顾，是他让我们学会，用望远镜看别人，用放大镜看自己，放大别人的优点，才会让我们的团队更加团结。

开心工作，快乐生活，20xx新的起点，我们和\*\*公司一起努力，一起成长，奔向更辉煌的明天！

**销售产品观后感范文13**

绝对成交十大步骤/杜云生

大纲：

?世上没有失败，只有结果

?决定是行动之父

?过去10年你的所有决定造成现在的你

?未来的慊嵩跹?决定于现在你的决定

?自问：“我每天有哪些思想，这些思想会造成哪些后果？”

?自问：“我要的结果是什么？我要怎样想才能得到我要的结果？”

?“所谓事实,只是你个人的认定，不论你相信你能或不能你都答对了。”

?“人生的答案决定于你不断自问的问题”

?“信念没有对与错，只要选择对我们有帮助的就可以”

?“结果总是和思想一致的”

?人脑软件：

输入决定输出,所以我们要输入好的，

1、立即改变命运的四个步骤；

2、克服创业的恐惧感；

3、达成任何目标的首要关键。

4、如何月收入增加2倍，时间增加3倍；

5 、白手起家创业致富的4大步骤

6、人有哪四种命运；

7、如何改变您的收入来源，改变您的命运；

8、大企业主的核心思想；

9、工作得更少却收获的更多

10、 一语道破富人的秘密——从小生意人变成大企业主！

绝对成交十大步骤/杜云生

绝对成交的十大步骤

第一课:如何将最难卖的产品卖给最难成交的顾客

第二课:相信就会成交

第三课:绝对成交的十大步骤

第四课:了解人认识人,您将无所不能

第五课:如何解决顾客任何抗拒点

第七课:如何成交

管理大师tom peters说过,领导=销售,任何成功都等于是销售成功!放诸四海皆准!无时无刻,我们都在销售,销售最重要的结果就是成交!杜云生老师首度公开,十六年时间,使用三位世界第一名成交大师的经验总结!

帮助您立即增加收入最直接有效的工具

一个人的成就有８５％取决于人际沟通

从最基础做起

发现自己的独特才华

向最顶尖人物学习

销售是成功人士的基本功

创业成功最重要的技术之一是销售技术

生命中最重要的两件推销

一般人不愿意做销售的五大误区

销售最重要的五项能力

能力之一：开发新顾客

能力之二：做好产品介绍

能力之三：解除顾客的抗拒点

能力之四：成 交

能力之五：售后服务

完美销售的十个步骤

第一步骤：做好准备

第二步骤：调整情绪到达巅峰状态

第三步骤：建立信赖感

第四步骤：找出顾客的问题、需求、渴望

第五步骤：塑造产品的价值

第六步骤：分析竞争对手

第七步骤：解除顾客抗拒点

第八步骤：成交

第九步骤：售后服务

第十步骤：要求顾客转介绍

完美成交步骤详析（上）

销售流程的训练最重要

找出问题扩大问题的两种演练模式

问出需求的缺口

问出购买的需求

如何找心动钮

塑造产品价值的方法

完美成交步骤详析(下)

顾客为什么会有抗拒点

预料中的抗拒处理

怎样判断顾客的抗拒点是真是假

化缺点为优点

如何成交

要求是成交的关键

成交的三大信念

成交的艺术是发问的艺术

销售=收入 第ⅱ级光盘内容《洞悉顾客的心理》

杜云生---------亚洲创富教育第一任导师

如何克服阻碍成交的十大借口，帮助您立即增加收入最直接有效的工具。

第一课:如何面对忧郁不决的客户

第二课:如何解决价格问题

第三课:如何克服无法成交的五个理由

第四课:十大必胜成交绝技顾客最常用的十大推托借口

借口之一：我要考虑考虑

借口之二：太贵了

借口之三：别家更便宜

借口之四：超出预算

借口之五：我很满意目前所用的产品

借口之六：××时候我再买

借口之七：我要问××

借口之八：经济不景气

借口之九：不跟陌生人做生意

借口之十：不买就是不买

十大成交技巧

技巧之一：三句话成交法

技巧之二：下决定成交法

技巧之三：直截了当解除不信任抗拒

技巧之四：降价或帮他赚更多钱

技巧之五：免费要不要

技巧之六：给他一个危急的理由

技巧之七：区别价格和价值

技巧之八：情境成交法

技巧之九：^v^成交法

技巧之十：问答成交法

1您知道您跟钱的故事就是等于您这一生的故事吗？

2您知道您身边有99%的人都是用收入来衡量您这个人的吗？

3您对您的收入满意吗？

4您想不想花同样的时间合法的创造3倍以上的收入？

5若有能帮助您增加3倍以上的收入时，您会不会反对？

6您想要倍增个人收入还是团队收入呢？

7您希望您的收入像直升机一样直线上升吗？

8您觉得赚30万容易吗？

9您要话多少时间才能赚到30万？

0您觉得一年赚30晚是您满意的收入吗？

11您知道地球上有多少人每个月赚30万以上吗？

12您知道地球上有1000万的人每月赚30万以上吗？

13您是否曾梦想过要成为他们其中之一？

14您知道他们都有唯一的共同点是什么呢？

15您知道这1000万人全部都是成交高手吗？

16当您知道了他们成交的关键，那您的一生中会如何改变呢？

17您渴望拥有倍增收入的成交技巧吗？

18若您真能得到这项成交绝技的真传的话……您知道你有多么幸运吗？

销售=收入 第ⅲ级光盘内容《妙问巧成交》

杜云生---------亚洲创富教育第一任导师，卖向颠峰的1000句必胜问句。帮助您立即增加收入最直接有效的工具。

第一课:disc①

第二课: disc②

第三课: disc③

第四课: disc④

打电话的技巧

如何打陌生电话

如何绕过秘书关

如何解除推托：太忙了，没时间

解除抗拒点的方法

抗拒之一：价格太高

抗拒之二：不想买了

抗拒之三：条件不允许

抗拒之四：我不需要

抗拒之五：有不愉快经历

抗拒之六：好好考虑一下

抗拒之七：下次再说

抗拒之八：效益不好或我没钱

抗拒之九：还没做好购买准备

抗拒之十：不感兴趣

抗拒之十一：寄资料或e-mail

要求顾客转介绍及成交问句

要求顾客转介绍的发问模式

成交问句

专家简介：

杜云生，创富教育首位华人导师。

16岁从基层销售做起，18岁即在台湾公开演说，27岁便巡回中国30多个以上城市进行演讲，演讲听众超过10万人次——他是超级演说家！

拥有10次以上重大挫折经验，却在25岁时开始月入七位数字，27岁的时候可以不靠工作收入过着理想生活——他是百战不殆的实战家！

1996年开始引进个人成长教育，培育、引进中国百位以上培训师，是第一个开创教育先河的行业领导者。

15年以上时间研究并效法世界第一大师和各行业之亿万富翁的致富模式，是创富学的终生研究者。

精通销售、说服、行销、创业、理财、演讲、心理、领导等创富技能，并融合开创了教育界最实效的创富课程，是创富教育的终极教练。

他的课时效性强，口碑极佳。每月上课的学员络绎不绝，演讲邀约不断。

他创造出世界上目前为止最有效的创富教育课程，包括：基础班：创富大讲堂、教练会议；中级班：赚钱机器、绝对成交心理学、绝对说服力；高级班：无敌谈判专家、如何进行公众演说。

**销售产品观后感范文14**

优秀销售团队激励口号

1.客户满意，人脉延伸，良性循环，回报一生。

2.成功决不容易，还要加倍努力！

3.目标明确，坚定不移，天道酬勤，永续经营！

4.面对变化，理性对待，充分沟通，诚意配合

5.目标明确，挺进高峰，人人奋勇。

6.每天多卖一百块！

7.相信自己，相信伙伴！

8.回馈客户，从我做起，心中有情，客户有心。

9.业务规划，重在管理，坚持不懈，永葆佳绩。

10.时不我待，努力举绩，一鼓作气，挑战佳绩。

11.因为自信，所以成功！

12.赚钱靠大家，幸福你我他。

13.不怕苦的人，苦半辈子。

14.主动出击，抢得先机，活动有序，提高效率。

15.服务客户，播种金钱，增加信任，稳定续收。

16.付出一定会有回报。

17.相信自己，相信伙伴。

18.三心二意，扬鞭奋蹄，四面出击，勇争第一。

19.今天付出，明天收获，全力以赴，事业辉煌。

20.本周破零，笑口常开，重诺守信，受益无穷。

21.团结一致，再创佳绩！

22.风起云涌，人人出动，翻箱倒柜，拜访积极。

23.快乐工作，心中有梦，齐心协力，再振雄风。

24.攻守并重，全员实动，活动目标，服务导向。

25.今天付出，明天收获，全力以赴，事业辉煌！

26.全员实动，开张大吉，销售创意，呼唤奇迹。

27.行销起步，天天拜访，事业发展，用心学习。

28.每天进步一点点。

29.一马当先，全员举绩，梅开二度，业绩保底。

30.本周举绩，皆大欢喜，职域行销，划片经营。

31.行销起步，天天拜访，事业发展，用心学习。

32.因为有缘我们相聚，成功靠大家努力！

33.销售没有冬天。

34.众志成城飞越颠峰。

35.忠诚合作、积极乐观、努力开拓、勇往直前。

36.失败铺垫出来成功之路！

37.观念身先，技巧神显，持之以恒，芝麻开门。

38.时不我待，努力举绩，一鼓作气，挑战佳绩

39.情真意切，深耕市场，全力以赴，掌声响起。

40.落实拜访，本周破零，活动管理，行销真谛。

41.客户服务，重在回访，仔细倾听，你认心情。

42.多见一个客户就多一个机会！

43.不吃饭、不睡觉，打起精神赚钞票！

44.勇创一流勇创新高。

45.相信自己，相信伙伴。

46.服务三一五，回访老客户。

47.新单续保并肩上，全力冲刺创辉煌。

48.因为有缘我们相聚，成功靠大家努力。

49.大家好，才是真的好。

50.经营客户，加大回访，用心专业，客户至上。

51.一鼓作气，挑战佳绩！

52.团结一心，其利断金！

53.目标明确，坚定不移，天道酬勤，永续经营。

54.技巧提升，业绩攀升，持之以恒，业绩骄人。

55.素质提升，交流分享，精耕深耕，永续辉煌。

56.永不言退，我们是最好的团队！

57.全员齐动，风起云涌，每日拜访，铭记心中。

58.付出一定会有回报。

59.索取介绍，功夫老道，热忱为本，永续经营。

60.专业代理，优势尽显，素质提升，你能我也能。

61.经营客户，加大回访，用心专业，客户至上！

62.道路是曲折的，“钱”途无限光明！

**销售产品观后感范文15**

很幸运进入的第一家公司，从前台做起，后来接触到了销售助理一职。从刚开始的手忙脚乱到顺心应手，渐渐的喜欢上了这份职业，也觉得自己很适合这份有挑战的工作。

做了多年的销售助理，从中学到了不少，也了解了很多，在不断的累积经验中，也从中悟出了一些做事的心得。

一、万事开头难

每种行业对销售助理的要求和工作性质是一样的。所以当接触到新工作的时侯，一切都要重新来过。从熟悉环境到熟悉产品，工作程序都需要有个过程，不过这个过程不会给你太多的时间，这都要靠自己本身的努力了。

二、沟通很重要

这么多年的工作让我觉跟领导，同事，各个部门之间的沟通是必不可少的。沟通好了，会让大家的工作很顺利的进行，减少错误的发生。

三、做事的条理性

助理工作其实需要做很多繁锁的事，而且会遇到突发的事情，这就需要对所做的每件事作出合理安排。轻重缓急要分清，不能将重要的事情遗忘和耽误。我现在已经养成了一种习惯，每天睡觉前都要将今天或明天所要做的事都在脑子里过滤一遍。

四、时间观念要强

当领导和同事需要在规定的时间让你把事情做完的时候，一定要遵守这个时间概念，提前做好是最好的，如不能按时做好，一定要跟别人沟通。

五、超前意识

就是要把有些事想到前面去做好，就比如当你决定明天要喝茶时，今天就提前把茶叶买好，这样做不会手忙脚乱。

六、与客户打交道

做销售助理有时是需要跟客户打交道的，这时候不能因为你的服务，使客户对公司的产品和形象不满意，让销售员的前期工作白做了，所以，对于处理与客户之间的关系是非常重要的。

七、尽量把事情做得详细一些，对后续的工作也能起到一定的帮助

助理的工作其实不是一成不变的，有时能遇到一些突发的事情，这就需要有应对能力和经验了。

**销售产品观后感范文16**

月度人时的决定，运营计划是根本。如果设定错误，不仅会导致营业额、毛利额低迷，还会给人工费带来影响。

上期，我们对门店一天之内的各项工作进行了梳理，本期我们着重关注以周和月为单位的店铺运营计划。

>每周工作内容

因企业而不同，每周的工作内容并无定规，但我们可以大致列举如下:

A.订货工作

如果一周数次实施订货，那在此过程中预测部分就会变大。为此，过剩库存和缺货经常成为问题。

B.促销宣传单对策

超级药店每月发行促销宣传单次数，通常在2次左右。除此以外，促销媒介还有积分卡、DM等，目的在于增加销售额与毛利额。

在实施促销宣传单和DM时，需要对订购几个刊载商品、何时进货、何时陈列、在何处陈列、POP怎样做等进行设定。

此外，当对象商品发生缺货时，如何应对、剩余的商品如何处理等也需事先决定对策。

C.竞争店调查及对策

调查内容大致分为商品结构、服务、价格、季节性、本公司未经营商品、陈列体积等。值得注意的是价格，由于特价销售可能被考虑成一次性的东西，所以没有必要全部比较售价。但对于价格敏感商品，售价的比较则是非常必要的。当然，把商品周转率低的商品胡乱降价也是有问题的。

总之，竞争店对策的基本是“定点观测”，关注对方的竞争是怎样变化的，然后再采取对策。

尽管认为“竞争店是同业态”的人也很多，但实际上异业态也成为对象。对于超级药店，综合商超、超市、家庭用品中心、便利店、百元店等也都属于出色的竞争对象。

D.每周数值演变确认与对策

所谓每周数值，是指相对于每周每个店每个部门的预算，实际业绩是怎样演变的进行验证的数值。(参看下表)

据预算表制定预算时，数值演变率呈现何种情况需要每天验证。每天订货的情况下，建立部门对策比较容易，而每周2、3次订货的情况下，因订货的时机不同无法确立对策。因此，必须制定月度计划中的对策和前周的差异金额的对策。

经常在营业额数值上容易造成误解的是，比如，用某部门相对月金额预算300万，月中阶段(15日)的实现金额是140万元，在后半月把前半月减少的10万日元考虑为可以填补的情况。然而，如果月中是负10万日元的话，后半月也要作负10万日元的考虑，因而后半月需制定增加20万日元的对策。

E.下周工作的内容确认和人时分配调整

人时计划，基本上以一个月为单位进行分配。每周的确认检查，用预定人时确认下周有无问题。如果有问题的话，就需要进行微调整，以便使之对下周没有负面影响。

>每月工作的内容

A.总人时的演变状况管理

月度人时的决定，运营计划是根本。如果设定错误，不仅会导致营业额、毛利额低迷，还会给人工费带来影响。为此，需对以往的数据和个人的工作能力进行酌量，有必要按日、按星期的工作日程进行分配。

在部分企业也能看到，确认公司职员和部分时段工的休假日之后，进行总人时分配的情况。这种分配方法往往造成忙时人手变得不足，闲时又有可能变得过剩的情况。

B.前一个月盈亏报表的状况分析

时下药店能实时地确认各个店的盈亏报表是很少的。很多企业欲确认每家店的盈亏报表，当月的结果几乎都要到下月中旬才能看到。

·财务会计的情况财务会计的情况，到1日元为止的正确的计算，不使用概算数值，是时间花费的主要原因。

·管理会计的情况管理会计的基本数值项目，是根据财务提供的。将预算与实际业绩等同的门店无法管理的费用、人工费等，根据职位使金额一定化做计算。而像总部费用等，则采用以销售额占比和店铺面积等分摊的方法。因此，管理会计是对早期的经营判断有效的会计，当然也适用于店铺，所以现在被很多零售业使用。

以这个管理会计为基准，分析前一个月的哪个项目有问题，考虑把本月的重点放在哪里。遗憾的是，在超级药店人员分配未必和部门一致，不能像综合超市、超市、家庭用品中心那样，做成按部门的盈亏报表，按部门细致地分析也很难是实情。

C.下月促销计划的确认

如果编制促销计划，零售业需要考虑3个“SAIJI”的要素:

·第1个“SAIJI”=活动从季节性考虑，有用“商品”总结的情况和用“生活”总结的情况。前者的例子，有“瘦身”或“花粉症”等;后者的例子，有“过冬的准备”、“新生入学”等以生活为整体主题的活动。

·第2个“SAIJI”=节日举例，如新年、母亲节、圣诞节等。

·第3个“SAIJI”=庆典并不是对应季节或日历等的仪式或生活的变化的事情，而是说各企业自己计划的活动。举例，有“大创业节”、“开张周年庆”等。

在事前从促销计划知道，这3个“SAIJI”是哪个月怎么实施，是制作人时计划的必需条件。

还有，对于销售额的预测，如何制定混合利润率、库存的状况怎样设定、促销计划就成了重要的对策。

D.员工培训的实施和培训课程制作

·员工培训的现状迄今超级药店的众多员工中，受过系统培训的人比较少。它与综合超市等不同，由于多门店开店的影响，在培训人员之前新店铺已经开设，因为发生了很多的人事变动，结果缺乏商品知识和培训下属知识就成了店长的情况非常普遍。

店长自己获得很多的知识，然后据此培训下属十分必要。然而由于店长自己没接受培训，不能正确地把信息传达给部下，由于店长不能指示，导致总部中心下达指令体制的企业较多。这将直接导致总部人员的增多，也成为总部本身制作“高升”的总部结构的主要原因。

·员工培训制度的打造为改变这种结构性问题，在总部，即使在门店也能制定基本的事情都能上手，打造培养新进职员或中途采用员工的培训课程制作和按级别提高的结构模式。在这里最重要的是，从新员工到经理级别，按级别顺序培训逐渐升高的课程需明确化，并应决定逐级提高的内容。

**销售产品观后感范文17**

>1、价格中的相对论法则

在销售过程中，为了让买家做出卖家所希望做出的选择，那么在备选的几个价格选项中提供一组明显具备相对劣势的价格选项，从而使卖家希望被选中的那一项成为明智之选，这将会在很大程度上影响购买者的消费决定。就如我们奥乐V的线上平台，店铺针对产品都设置不同的价格，其中加强型20克价格在平销时78元，而50克的158元还送同款20克，结果70%—80%的顾客朋友会选择购买50克产品而不是20克。

>2、免费策略

免费策略激起人们的兴趣与热情，从而让更多的受众群体参与其中，即便是不会立刻产生购买行为，但是至少能够让这些潜在客户认知品牌，熟悉产品和服务的特征，这些都将成为其未来在进行该类产品消费时的决策参照。这让我立刻想到我们奥乐V产品的免费试用推广，在这样的免费试用过程中，我们作为销售的一方很容易就能采集到潜在消费群体与消费相关的`诸多商业信息，而这些消费信息对整个销售而言有着很大的情报价值，能够对改进产品服务、制定整体销售策略起到很大的帮助作用。

>3、未知引发兴趣

从本质上讲，人的本性是满足的，好奇心就是人们希望了解未知事物的一种不满足心态。客观的需要与现实的可能，促使好奇心成为了人们的一种固有心理本能。将好奇心理放到销售推广活动当中去看待，客户解开疑惑的过程，也正是对商品的认知过程。如果能够准确地把握人们的这一心理特征，那么往往能够借助“好奇”而一举抓住人们的注意力。如写推广文章里夺人眼球的标题党，都是利用好奇心来引起人们的关注。

>4、销售中的心理共鸣

兴趣、爱好、经历、情绪、价值观等多方面因素都能引发人与人之间的心理共鸣。所以在销售过程中不要急于兜售商品，而且销售向前推进的线索最好不要建立在商品之上，因为这样的销售方式容易让客户产生一种毫无温情的感觉。聪明的销售人员一般会先从细节观察以及沟通交流中了解客户的心理状况及兴趣点所在，然后找出能够引起心理共鸣的方面来作为销售的切入点。销售不单是你买我卖的过程，同时也是一种人与人的沟通联络过程，在销售过程中，如果能找到与客户交流的心理线索，并且按照其情绪倾向，以彼此共同的体会或兴趣点作为开端，将会收到非常好的效果。

>5、做一个好的听众

听客户说，并且引导客户说，才是销售中最好的沟通方式。那么如何才能达到让客户多说的效果呢？适时的提问是一个很好的方法。提问时最好选择那些与客户相关的，能够引起客户兴趣的，或者是客户引以为豪的话题作为切入点。因为人们通常只对与自己有关的人或事给予足够的关注。认真倾听客户的表达，才能拉近与客户的距离，才能得到更多客户的信息，同时，倾听也能给销售过程留出更大的操作弹性。

>6、学会应对客户抱怨

客户的抱怨可以归结于以下五个主要的方面：

一是客户对商品的质量和性能感到不满意，认为销售人员的介绍或者先前的广告过分夸大了商品的价值功能，客户产生了被欺骗的感觉。对于这类型的客户抱怨，销售人员需要做的是让客户对品质放心。这时候采用以事实展示品质，或者以成功案例来证实品质的方式，能收到比较好的效果。

二是客户对销售人员的服务态度不满意，认为自己没有得到应有的重视与礼遇。这类客户真正在意的并不是产品或服务本身，他们需要的是一种消费的满足感。对于这类型客户，销售人员只需要根据其透露出的性格特点，把客户的面子给足，一般来说，不仅销售活动能够顺利达成，往往还能得到客户的夸赞与感激。

三是客户对先前做出的选择产生了反悔的意愿，这类客户可能会无中生有地找出一些毛病来借题发挥。对于这种类型的客户抱怨，处理起来相对麻烦一些，因为抱怨的症结并不在于产品或者服务本身，而在于客户自己的反复。对于这类客户，销售人员需要引导其重新肯定自我的判断。只要给他们一个合理的理由，其摇摆反复的心理特征会让这一次也不例外。

第四类客户通常属于极为精明的买家，他们在抱怨的时候，往往在心里已经对商品进行了理性和综合的评估了，有时甚至已经计算好了接受的底价与上限。他们的抱怨就不仅只是抱怨那么简单了，他们通过抱怨商品或者服务的瑕疵，希望能够获取进一步的优惠，这时候，他们的抱怨事实上是在暗示销售人员进一步降价或提供一些额外的售后服务。

第五类客户抱怨通常也是“醉翁之意不在酒”，这类客户抱怨的真正上目的是希望借抱怨达到敲山震虎的效果，让销售人员明白他对于产品服务的了解与在意程度，让销售者在售后等环节上不敢怠慢。

作为一个销售人员，一定要做好时刻接受抱怨的思想准备，才能够以从容不迫的态度去应对客户提出的种种问题，真正读懂客户抱怨的意图。在读懂客户抱怨的基础上，一定要积极并且及时地做出回应，因为敷衍和拖延并不是解决问题之道。客户的每一次抱怨都可以作为销售人员的一次磨炼机会。只有在工作中经历过更多，才能以一份平静的心态去圆满应对。

>7、掌握语言表达的艺术

第一，在与客户沟通的过程中，你应该站在对方的立场上去考虑问题。设身处地地为客户着想，充分了解他的观点比一味地为自己的观点而与对方争辩要明智得多。

第二，说话时采用先肯定后否定的表达方式，比较容易达到预期的效果，例如：“您说的相当正确，大多数情况都是这样，但是现在的情况有点特殊性……”这样表达方式是一种先肯定对方的异议，再说出不同观点的语言技巧，这种谈话方式，能够使客户在较为愉悦的心情下，听完你后面的不同意见陈述，避免从一开始就在心里产生对立情绪。

第三，采用有一定弹性的语言。在销售中切忌说“满口话”，因为商业过程是一个复杂微妙的心理博弈过程，说话时如果不留有余地，往往容易授人以柄，使自己处于比较被动的地位。类似于“绝对、完全、肯定、百分百”这一类的词语都是要慎重出口的，因为这类词语容易引起听者埋藏在心底的竞争与争辩意识。

销售人员在与客户交往的过程中必须总结和掌握一些必不可少的谈话技巧，在不同的场合采用不同的技巧，只有如此才能揣摩并且迎合客户的心理状态，使语言艺术成为促进销售的有力支撑点。

总结：销售工作包含着多方面的内容，可以有多个看待的视角。了解人们的心理特点将有效指导和促进销售工作，除此之外，还需要从多个方面提高自己的销售技能，积累经验，不仅仅是为公司带来更多的收益，更为自己未来的职业生涯打下坚实的基础。

**销售产品观后感范文18**

装修行业的前景分析

1随着家居生活环境的改善，人们对家居的装饰装修有着更高的要求，几年前，人们在家装风格上千篇 一律，随着审美水平和装修水平的进一步提高，彰显个性，简洁大方，节能环保的装修风格已遍布千家万户。

从中国室内装饰协会获悉，随着中国建筑业的迅猛发展，中国室内装饰年产值将于20xx年突破1万亿元人民币。我国目前已经成为世界第一个建筑大国和装饰大国，到20xx年，年装饰量将比目前翻一番，达到亿元，其

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！