# 销售培训工作总结总体(5篇)

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2024-12-20

*销售培训工作总结总体一1.课程总体评估：本次培训,为期六期,累计时长12天7夜(第一期2天2夜,第二期-第六期分别为2天1夜),来自企业国内销售部各办事处经理、各办事处业务线(移动线、电信线、联通线)的经理，国际销售部、共计300多人参加了...*

**销售培训工作总结总体一**

1.课程总体评估：

本次培训,为期六期,累计时长12天7夜(第一期2天2夜,第二期-第六期分别为2天1夜),来自企业国内销售部各办事处经理、各办事处业务线(移动线、电信线、联通线)的经理，国际销售部、共计300多人参加了本次的六期培训项目。

本次培训项目制定的目标是：通过2-3天的学习，掌握系统化销售项目运作思维、掌握项目运作的方法技巧。了解项目运作与管理知识体系，做到项目运作流程化、标准化和工具化，提高重大项目运作成功率。总的来说，本次培训从内容安排、过程组织、进度的控制，都按着预先的计划顺利的完成，从现场学员的反应及课后的反馈看，培训项目达到了预期的效果。详见1-6期培训每期评估报告。在此不作赘述。简单归纳起来，本次培训达成目标的主要原因主要是在于：

①项目启动阶段，在确定需求过程中企业内部战略与市场部、国内销售部、员工发展部陈经理、乔经理、黄经理都进行了的充分调研，尽可能多地收集、了解到企业通信销售项目运作与管理的现状、问题及学员的需求信息。包括咨询公司与老师的沟通交流，就项目方案达成共识。

②项目计划阶段项目组中乔经理、黄经理、咨询公司谭经理以及其他项目管理领导和专家积极配合项目组要求及时提供销售项目运作成功、失败案例，为培训项目定制三阶段案例实战演练和成功案例、失败案例的研讨做出了贡献。

③在课程设计上采用业界领先的理论+工具方法讲解+视频教学+实战演练方法，结合学员需求，充分运用老师工作背景和教学设计的经验，针对国内某著名通信企业通信真实项目素材改编成为三阶段的实战演练案例、成功案例、失败案例。

④围绕课程目标，组织教学录像内容，通过学员观看三个厂家在项目引导阶段的不同活动场景录像和学员小组进行研讨，了解销售项目运作中，项目引导“术”的全面学习。

⑤项目实施阶段公司高层领导对本次培训予以的充分的关注与支持,尤其是营销总裁罗总在百忙中抽空对每次课程的课前动员,充分体现出公司领导对于销售工作、销售人员、客户关系管理主题的足够重视，和营销管理高度。

⑥强化学员对销售项目运作流程的理念统一认识，全面掌握销售项目运作的“道”和“术”技能，通过演练让学员掌握项目运作过程中分析的工具：swot策略制定分析法/smart目标制定/5w2h项目监控/项目策划报告/客户关系分析鱼骨图等等工具和方法。

⑦提供定制化的项目演练案例、成功案例和失败案例的加工整理的方法和参考模版，便于企业今后开展对项目管理和案例的研讨学习实践。

2.对参培者评估:

参培学员，多是办事处主任、经理或者产品线的经理、海外一下销售经理、产品经理、研发专家等。课堂上学员的研讨和参与度积极、解决问题能力较强、有策略制定能力，整体素质较高，无论听讲、讨论、做练习还是演练，大家都很认真，学员的求知欲很强，这是难能可贵的。

在课程设计中，我们依据项目组达成共识，将整体课程设计成四个部分进行，项目运作理论讲解+工具方法讲解+视频教学研讨+实战对抗演练及点评，让学员清晰了解销售项目运作的“道”和“术”观念。销售项目运作与管理“术”学习即是：如何拜访客户礼仪，了解客户需求的技巧，课程中设计了三个不同厂家围绕传输项目引导客户需求的行为，使得学员了解“术”的重要性，最为关键的是给到学员了解客户需求的方法论：探索—提议—行动—确认。并且将这个方法论贯穿真个演练环节和课程全过程中，使更好地理解方法论内涵。销售项目运作与管理“道”的学习即是销售项目运作的策略包括：竞争策略、客户公关策略、产品解决方案策略、商务策略、交付实施策略的制定。通过演练使得学员掌握策略的制定方法和步骤：从信息的收集整理—swot分析方法—策略制定—行动计划。策略的制定贯穿真个演练环节和课程全过程中。通过课后漫游挂图总结了解到学员对课程设计很满意。并得到了领导和专家们的认可。

在课程中，我们依据对学员的现埸表现的观察，以及和他们的互动交流、反馈，发现在课程中策略制定中为客户着想部分给了较多老学员较为强烈的触动，可以说，销售人员思路的打开最为关键，这也是我们在与学员互动中发现的相对普遍的问题。同时了解学员在项目运作中不规范的行为，以及包括对工具模版使用中的问题，当然，借助于六期的培训我们乐观地能看到，学员在思路、技能、工具使用方面快速地进步，清晰了企业在后续销售项目运作和管理工作中持续固化好的方法和行为改进的方向，使得组织销售项目运作与管理的行为发生整体迁移和改善，最后体现格局性竞争项目的“赢单率”提高。

①较多学员在对“销售项目运作的流程认识观念上，较多地还停留在项目的招投标工作。没有认识到项目引导阶段的重要性和方法，而这恰恰是企业在项目运作中的软肋，导致在项目中仅仅作为比较价格的配角，只有在思路上认识项目引导的重要性，并且学会引导客户需求的方法，才能做到成为 “a”类，并且不战而屈人之兵。这也是课程设计和教学的重点，从和学员的互动和演练中以及课后评估中了解到学员对这部分观念和方法已经掌握，重点需要组织在今后项目运作中强化行为，包括项目管理的立项和策划报告的评审。

②销售项目运作策略的制定有意识，欠缺方法，策略的制定和行动计划脱节。统谈、集采项目需要公司—代表处—项目组的系统化的整体策略，没有策略是无法完成竞争项目的赢取，策略的制定方法学习通过三个阶段实战演练进行，从与学员互动和点评来看，学员掌握了策略制定的方法，同时根据策略制定行动计划，解决策略和行动计划脱节的问题。但是，今后在实际项目操作中策略的制定需要信息的收集，这些对学员是一个难点，信息的收集又会被客户关系的程度制约。很高兴公司领导的战略眼光，及时在去年开展了客户关系的培训，这些对今后实际项目策略分析能够有效地开展做了铺垫，需要学员在实际项目运作中进行思考、分析、筹划的实践活动。

③ 在铁三角项目运作中团队成员的配合需要加强，整体感觉团队运作能力偏弱，学员在演练中没有突出团队合力，包括课后回答学员问题中，突出暴露项目组运作和执行力问题。由于课程时间制约，铁三角协助没有在本次课程演练中做重点突出，希望公司在代表处实际项目运作中采取措施强化铁三角团队运作。

3.发展建议

本次六期《销售项目运作与管理》的培训，让我们了解并感受到企业今后成长为千百亿企业的决心和格局，正如罗总在培训动员所讲到：目前营销服重点人员能力提升聚焦在两方面：一是我们生存之本的客户关系拓展能力，再就是销售项目运作与管理能力。公司正处于从中小规模向大规模成长发展时期，将面临复杂的外部环境，目前员工最缺乏系统的工具和方法鼓励大家通过培训和实践，在销售项目运作中更好的发挥“铁三角”的作用，实现由游击战到系统战，由个人战到团队战的转变。

客户关系的提升和销售项目运作管理都是企业营销过程中解决的两个翅膀问题，问题的解决程度，决定企业壮大成长速度。可喜的是公司已经成立销售项目运作与管理组织，对项目立项和规范化管理即将落实到下半年的考核中，就销售项目运作与管理给出如下建议：

1、建立公司级项目经理资源池，将重大项目落实在全流程的项目运作与管理中。

建议选取重点代表处，重点项目，派出有经验的项目运作管理专家作为项目经理，按照项目全流程：引导-立项-计划-实施-监控-交付操作。摸索出适合国内某著名通信企业通信项目管理办法，分阶段和区域推广实施，最终实现公司整体项目规范化运作的能力提升。

2、针对国内代表处，结合销售项目特点，选择1-2个项目将项目策划报告等工具、模版应用到实际项目立项管理和监控实施过程考核中。将课堂行动学习转化为工作实践，进一步深化学员的培训学习和实际能力的提升，另一方面，切实将销售项目运作与管理工作纳入到公司的年度战略规划和国内销售部的管理工作中，最终提升公司的重大项目运作成功率。

3、发扬传、帮、带的教练作用，让有经验的主管在实际项目运作中培养新人。本次参训学员多是经理级别，自身素质是非常不错的，在项目操作中很多时候是凭借自身经验的摸索来进行，这反映在我们“实战演练环节”培训过程中，新学员整体表现偏弱，相信在公司销售部门的其他员工也是很突显的问题。因此，我们建议在公司培训项目中，能够增加对于代表处未能参加培训的销售人员项目规范化运作的培训和管理，尤其是工具模版规范化使用技巧的培训。切实提高销售队伍整体战斗力。

4、建立公司级项目管理激励奖惩文化。及时表扬和奖励成功项目组，将项目成功经验整理案例在全公司学习，对不按照公司规范要求运作失败的项目，给出惩罚措施。同时建立公司项目运作管理资源，通过对项目支援，要求代表处项目的规范化操作实施。就“公司资源不够”问题，搭建内部运作平台，整合相关资源，为“听得见炮声”的一线市场销售人员在项目规范运作中提供尽可能多的支持与帮助。

**销售培训工作总结总体二**

随着新年脚步的临近，\_\_年年的各项工作即将结束。\_\_年年初，市场部根据公司的统一要求和销售市场情况的变化，制定了较为系统全面的销售培训计划，以“\_\_年是\_\_培训年”为行动指南，精心组织，积极协调，通过一年的探索实践，顺利地完成了销售培训计划，有力地支持了我公司的销售工作，达到了年初制定的销售培训工作目标。

代理商销售人员整体素质和业务水平有了较大提高，“技术行销”深入人心，初步实现了“关系型”销售向“专家型”销售的转变。

值此岁末，现将市场部一年的销售培训工作总结如下：

对\_\_年年的销售培训工作，市场部实行多地点、多层次、封闭式的培训办法，始终把握\"技术行销\"的宗旨，采用集中脱产培训形式进行，并与销售实践相结合，力争每一名参训学员成为合格的专家型销售顾问。

一、销售培训工作内容

根据销售培训过程中的实际需求，市场部特拟定了开卷考试题，以巩固培训效果，具体见下表：

\_\_固定式空压机系统销售培训考试题

1. 什么情况下使用冷冻式干燥机?什么情况下使用吸附式干燥机?

2. 请简述寿力“十年保固“的含义。

3. 请以图示形式给出空压机系统的典型配置，并简要说明使用场合。

4. 请简要说明24kt的产品特点及对客户的益处。

5. 哪些环境和使用因素会影响sullube的寿命及正常使用。

6. 空压机排气管和供气母管连接方式。

7. 进气量质量较差，会对空压机产生哪些影响?

8. 计算机之间互相通讯所必需具备的两个条件是什吗?

9. 用户要求供气管网最低供气压力为7bar，应该选用多大的空压机联网?

10.容灰量与使用寿命的计算。

11.过滤精度的表示方法。

12.简述寿力油气分离器的特点。

二、销售培训工作管理

市场部承担了销售培训所有组织工作，包括培训通知的下发，学员的召集，培训地点的选择，课程的安排，人员的食宿，培训效果调查等，销售部对我们的工作给予了大力协助，在此表示感谢。

在具体培训过程中，我们积极主动地与培训学员沟通，对代理商、代理商学员提出的合理要求及时满足，对培训过程中出现的问题及时协调解决。

**销售培训工作总结总体三**

很多企业都希望能够以较低的成本，带来更多的客户，创造出更高的价值，电话销售作为一种低成本高回报的销售手段，则迎合了广大企业的这种需求，但是如何将公司目标融入到电话销售中却不容易，小编现将自己这方面的电话销售培训心得体会总结如下，以供参考。

其实在很多时候，80%的销售人员栽在了“不需要”这三个字上，我也没有那么幸运，听到最多的便是“不需要”。客户为什么挂掉电话?在电话模拟中，客户的扮演者说：“我并不忙，但不愿和他说话，不愿和他讨论这个问题”，为什么呢?电话销售培训首先，我们是否了解这个准客户?只有了解他，才能跟他交流下去，才不会去问一些弱智的问题。我们是否足够的表示重视客户?第三，在建立融洽的信任关系之前，我的问题是否唐突?咨询没有放在那儿的产品，当你以一种销售人员的身份和姿态面对客户时，他不愿了解你推销的任何东西，所以说，第一个电话是以筛选客户、建立关系为目的的。如果做的足够好，客户愿意交谈下去，第二个问题又出现了，你能否清晰流畅地介绍你的服务或产品?你对你的产品真正了解吗?你对你的产品热爱吗?能否站在客户的立场和感受上介绍它?当一个客户表现出了对的我产品或服务有兴趣时，怎样进一步引导客户?引导的问题我是否想好了?这就是挖掘客户需求的过程。就目前的工作而言，在电话销售培训中，一定要弄清以下几个问题：1、客户的身份。有无决策权，是主动寻求还是被动接受?这不仅是自己的需求，也是对客户尊重的体现。2、客户接听我电话的目的。接听我的电话想从中了解到什么?仅是对新事物的好奇抑或工作的需要?这是筛选客户的重要考察点。3、准客户目前在这方面是一个什么样的状况?他更需要什么样的产品或服务?4、准客户认为自己最需要什么?5、结合3、4 介绍推出自己的产品或服务6、客户的反应。以决定下一步应采取的措施，我觉的这里面有很多问题值得注意。

①作为销售人员，我的问题准备好了吗(6个)?客户可能提出的疑问，我已准备好了最好的应答吗?

②我的思路是否清晰，会不会聊了很久了，还让客户云里雾里抓不着重点

③同理心的表达，适时的赞美客户

④措辞和语言的感染力

⑤从客户的介绍和应答中分析客户的性格种类，迅速的调整应对方案。

⑥明确电话销售流程。

最后，依然是心态。经理在每次会议上都会讲到，但我是否真正的做到了销售人员应有的热情、乐观和持之以恒?

通过电话销售培训，在以后的工作里，我应处理好的事情有：

1、经常总结

2、明确销售流程

3、整理出按销售沟通层次列出的给客户的提问和客户可能提问的应答

4、语言感染力的练习

5、对咨询的深入了解

6、熟练客户分类，掌握应对方法。

**销售培训工作总结总体四**

怀着一种空杯的心态，我有幸参加安徽盐业举办的营销知识与业务技能培训的培训。在此次培训过程中，徽商业学院的教授对营销技巧，客情关系的管理等等进行了详细介绍，并对其中的一些进行了重点讲解，包括营销技巧中的策略，如何开拓市场，如何扩大销量。还有客情关系的建立和维护。并且用大量生动的案例教学，实用性和操作性强，采用互动和现场问答等方式，生动易懂，张弛有度，使我们在轻松的学习中掌握更多的方法和技能。此次培训得到了 大家的高度评价和认可。下面就此次培训，我简单谈谈我的。

一、自信心+诚心+有心+合作心

信心是人办事的动力，信心是一种力量。每天工作开始的时候，都要鼓励自己。要用一种必胜的心态去面对客户和消费者，在推销商品之前要把自己给推销出去，对自己要有信心，只要把自己推销给客户了，才能把产品推销给客户。凡事要有诚心，心态是决定一个人做事的基本要求，必须抱着一颗真诚的心，诚恳的对待客户，对待同事，只有这样，别人才会尊重你，把你当朋友，才会接受你的产品。业务代表是公司的形象，企业素质的体现，是连接企业与社会，消费者，经销商的枢纽，信任是你业务的保障。处处留心皆学问，要养成勤于思考，善于销售经验。机会是留给有准备的人，同时也留给有心的人，作为业务员，客户的每一点变化都要去了解，努力把握每一个细节，做个有心人 不断的提高自己。销售靠合作，离不开领导的英明决策，离不开公司的运筹帷幄，离不开各部门的支持配合。总的一句话，耐心细致，感动至上。

二、销售+市场+策略

一件好的产品，要有好的市场，好的营销策略。同时网络的建设是销售产品的主宰，让你掌握产品的一切相关事由。开发市场需增进与客户的友谊，熟悉客户的经营状况，改善自身经营管理水平，更好的将产品推销到客户手上。好的营销策略是有准备的，有的，是帮助客户怎样更好的去销售产品，为客户出谋划策，包装产品，做促销活动。让客户觉的你是真诚的人，是可以信赖的人。我们和客户是利益的纽带 是信任的保证。

通过这次培训，我受益匪浅，真正认识到营销技巧和客情关系在工作中的重要性和必要性。我们要保持一个积极的心态，要有信心，责任心，要有虚心，进取心，要有恒心，要有感恩之心，做到超越平凡，追求卓越。

**销售培训工作总结总体五**

短短的几天训练时间结束了，马上就要回到各自的工作岗位，一路上脑海中浮现这几天的一幕一幕……在这几天当中给我的感触很深，又一次得到锻炼和成长。本来是在\_\_放假期间，说心里话是不想去，抱着既来之则安之的态度来了。\_\_老师说起，年轻人应该做自己该做的事而不是自己想做的事。学习，成长，锻炼自己是我们应该做的事，虽然很累很疲惫，还要忍受皮肉之苦，但感觉收获很大。所以，这是个非常有意义的假期。

下面我给大家分享一下我的感悟：

1、沟通很重要，是交际的开始。如何做到有效沟通---主动出击!

人与人的交流很关键，在我们营销的道路上更为重要。做销售的首先要把自己推销出去，陌生的队友们从四面八方走到一起，需要我们主动交流，尽快在短时间内融入团队，让大家记住你，记住你所做的行业，给大家留下深刻的印象，所以，结交需要主动出击。

2、要学会适应环境。

在最短的时间内适应一切，融入集体，融入你的团队。我们平时也一样，要适应大的社会环境，环境不可能来适应你!把自己的个性化极强的一面，主观意识太强的一面收敛一下，顾全大局，适者生存，不适者淘汰!

3、最大的敌人是自己。

这是两个高空训练后给我的感触。有些困难是自己给自己制定的，其实，真正做起来并没那么难，只要战胜自己，相信自己能行，你就一定行!如果连尝试都没尝试怎么就知道自己不行呢?

4、人的潜力是无限的。

人的潜力需要不断的挖掘，珍惜每一次挑战自己的机会，不要把自己局限在一定的范围内，认为好多事情办不到。论文写作要勇于冒险，敢于尝试自己从来不敢做的事情。你会发现，你不比别人差!你也很优秀!

5、重新认识销售。会说话，说对话才是关键。

销售是帮助你成长最快的方式。

销售是未来最黄金的职业。

销售是高雅和高品质生活的象征。

销----自己，售----价值观。

说话的艺术在于会说话，说对话。我们的客户有不同的类型，处事方式也不同，所以，我们要学会变通，不能一成不变。首先分析客户是什么样儿的性格类型，然后使用合适的应对方式。

6、要学会换位思考。

这是“领袖风采”模拟给我的感触，自己也亲身体会了作为领导肩上的担子有多重，所要承担的责任和那么多无形的压力!站的高度不同，看问题的角度也就不同。其实我们应该相互理解，作为员工应该站在领导的角度上多替她想想，多为公司想想。公司发展好了，员工待遇自然也就好了。

所以：我们要把个人的目标上升到公司的目标;

我们要把个人的理想上升到公司的理想;

我们要把个人的价值上升到公司的价值;

我们要把个人的意义上升到公司的意义!

7、思想汇报目标要明确。

为什么执行力不强，是因为目标不明确，要确立明确的目标，长期，短期，近期。要具体，量化。写在纸上，脑子里要不断的重复想这个数字，要超越它，目标是用来超越的，不是用来完成的。

8、执行力的重要性。

执行就是把“思考”转变为“现实”的过程。想的再好，说的再好，不执行(行动)就没有任何结果。只会产生思想的垃圾。在一个团队里，谁先动起来，谁的执行力就比较强，谁就可能成为领导者。执行的快慢，直接关系到企业效益的高低。所以我们还要高效执行。

结果提前，自我退后;结果第一，理由第二;

速度第一，完美第二;认真第一，聪明第二;

决定第一，成败第二;锁定目标，专注重复。

9、八小时之内求生存，八小时之外求发展。

说到这里感觉很惭愧，好多时间都没有好好珍惜。老天给每个人的时间都是一样的，为什么有的人很卓越，有的人却很平庸，在短短几年内差距就很大，是我们的大脑实在太懒惰了。所以一定要珍惜时光，做一些有意义的事，年轻的时候苦点儿累点儿没什么，等我们老的时候才能有个安逸幸福的晚年。

10、要积极乐观的面对困难，勇于挑战!把每一个困难都作为锻炼自己的好机会。

如果我们每个人都能这样想，所有的问题都不是问题，自然就迎刃而解了。所以我们要毫不畏惧，勇往直前!要这样看待困难：

挫折=存折压力=动力障碍=最爱，一分耕耘，一分收获。当你能梦的时候，就不要放弃梦。

总之，这次培训让我学到了很多，感悟到了很多，成长了很多。希望我能把以上的这些理论都用于工作和生活当中，时刻提醒自己，激励自己!不断前进!

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找