# 黄金购销合同(8篇)

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2025-04-22

*黄金购销合同一如果企业仍存在空白区域需要填补、或者现有经销商无法承担新产品销售等原因，还需要制定区域招商计划或者客户开发计划。终端类产品还需要完善商超门店开发计划。然后拟制品牌推广规划，致力于扩大品牌影响力，提升品牌知名督、美誉度、忠诚度，...*

**黄金购销合同一**

如果企业仍存在空白区域需要填补、或者现有经销商无法承担新产品销售等原因，还需要制定区域招商计划或者客户开发计划。终端类产品还需要完善商超门店开发计划。

然后拟制品牌推广规划，致力于扩大品牌影响力，提升品牌知名督、美誉度、忠诚度，需要分终端形象建设、促销推广活动、广告宣传、公关活动等来明确推广规划主题、推广组合形式。

最后，就是营销费用预算，分别制定出各项目费用的分配比例、各产品费用的分配比例、各阶段的费用分配比例。

如此，整体年度工作总结和新年度营销工作规划才算完整、系统。但是为了保障营销工作顺利高效地实施，还需要通过从企业内部来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力。

根据公司20xx年度上海地区总销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司20xx年度的渠道策略做出以下工作计划：

一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。20xx年度内销总量达到20xx万套，较20xx年度增长。20xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线,公司20xx年度销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右,年均淘汰率32%.到20xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。20xx年度lg受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作:

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a、代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

**黄金购销合同二**

在这短短的培训几天中，也学到了一些知识，尽管做这个珠宝行业并没有很久，逐渐的开始喜欢上这个行业了，只有喜欢它了，才能把它做的更好，是吧，

珠宝销售培训心得体会。周老师说的很对，这是对个人的提升，品牌要发展的话应当往更高的水平方向发展，所以这是需要靠大家来认真学习才能达到这个效果的。

很高兴来到这个地方，让我又认识了好多同事，好都姐妹，来到这里就是一种缘，很希望能和你们把这个工作一起好好干好，不管走到那里，既然选择了这份工作，就要对它负责任。

这是我在培训中的感悟：

1、以良好的精神状态准备迎接顾客的到来

当顾客进入或准备进入店内时立即礼貌地站起，并用微笑的眼光迎接顾客,不管做那一行，是不可少的，所以这也是对顾客的一种的礼貌，当他/她看到你的笑可以给他一种轻松购物的心情。

2、展示珠宝饰品

好多顾客都只是抱着逛街的心态来看看，我们作为营业员，就应该向他们介绍珠宝，顾客所了解的珠宝知识越多，其买后感受就会得到更多的满足，哪怕是看看，也要做到我们的职责，这次不买不代表下次不买，他不买不代表他的亲戚朋友不买，接待好每一批顾客，我们更不能以貌取人。

⑴正式进入公司之后，首先要了解公司。我将用两到三天的时间了解和熟悉公司的产品运作方向、经营模式、主打产品和各部的人事情况等。

**黄金购销合同三**

一、销售观念

当柜台销售员面对一位有潜力的购买顾客时，每一位营业员都应该做到如下几点

1.面带微笑2.仪表整洁3.注意倾听对方的话4.推荐商品的附加值5.需求消费者最时尚最关心的话题拉拢消费者

二、了解商品的特点

作为销售员，了解商品的基本知识的目的是为了帮助建立顾客的购买信心，以促进销售1.以商品的品质问题向顾客说明珠宝玉器的价值，全球第一家买卖包回收的保障性2.就商品的特别之处作为顾客有价值的有点进行说明

三、了解顾客

1.顾客购买的主要障碍（1）对珠宝首饰缺乏信心，（2）对珠宝商缺乏信心

2.顾客的类型：了解顾客是什么类型的人，是与顾客做成生意的基础。要了解顾客可以从这几方面着手：（1）认真观察；（2）交谈与聆听

3.顾客的购买动机

4.顾客的购买过程：（1）产生欲望（2）收集信息（3）选择货品（4）购买决策（5）购后评价

四、销售常用语

作为珠宝行的员工，使用专业规范的销售常用语，不但可以树立品牌形象，也能建立顾客的购买信心。因此，要求每一位营业员使用一下常用语

1.顾客进店时的招呼用语：“您好！”“您早”“欢迎光临”“您想要些什么？我能为你做什么？”“请随便看看”“请您稍后”“对不起，让您久等了”“欢迎您下次光临，再见”

2.展示货品时的专业用语

（1）介绍珠宝的专业用语：abc货等等谁才增值

（2）鼓励顾客试戴的销售用语a.这块玉佩是天然的a货，这个价位特别合适；b.这几个是本店新到的款式，您请看看；c这几款是经典的结婚龙凤双喜佩，您可以试试看；d这种款式非常的适合您；e您的品味真不错，这是本季最流行的款式，您不妨试试看；f本店有上百种款式，只要您耐心挑选总有一款适合您

3.柜台礼貌用语

（1）这是一件精美的礼品，我给你包装一下；

（2）这是您的发票，您收好；

（3）收您多少元，找您多少元，谢谢；

4.顾客走时的礼貌用语

（1）真遗憾，这次没有您满意的货品，欢迎下次再来；

（2）新货到了（指圈改好后），我们会马上给您电话；

（3）这里是一份介绍珠宝知识和珠宝保养得小册子，送给您

五、售中服务

1.顾客进店：不管手头有任何工作，都应该放下手中的工作。面带微笑，亲切的问候：“您好（早上好，中午好，下午好，晚上好…）您选点什么，请随便挑选，有喜欢的可以试戴一下”

2.当顾客显示兴趣时，要做到对货品的熟悉能马上拿出顾客所感兴趣的货品。表现为：a.走动时突然停住；b眼睛盯紧某一款；c询问新款或某一款

3.展示推荐

（1）轻拿轻放：可显示出的贵重与导购的素质，也可以让顾客试戴时小心注意；

（2）观察顾客：脸型手型皮肤的颜色着装习惯，有助于向顾客介绍款式并可以显示出导购的专业；

（3）推荐时要以顾客喜欢的款式为主，不能强行改变顾客的意愿这样很容易导致交易的失败，可以在销售过程中适当提出一些自己的意见和见解。

**黄金购销合同四**

一、销售观念

当柜台销售员面对一位有潜力的购买顾客时，每一位营业员都应该做到如下几点

1.面带微笑2.仪表整洁3.注意倾听对方的话4.推荐商品的附加值5.需求消费者最时尚最关心的话题拉拢消费者

二、了解商品的特点

作为销售员，了解商品的基本知识的目的是为了帮助建立顾客的购买信心，以促进销售1.以商品的品质问题向顾客说明珠宝玉器的价值，全球第一家买卖包回收的保障性2.就商品的特别之处作为顾客有价值的有点进行说明

三、了解顾客

1.顾客购买的主要障碍(1)对珠宝首饰缺乏信心，(2)对珠宝商缺乏信心

2.顾客的类型：了解顾客是什么类型的人，是与顾客做成生意的基础。要了解顾客可以从这几方面着手：(1)认真观察;(2)交谈与聆听

3.顾客的购买动机

4.顾客的购买过程：(1)产生欲望(2)收集信息(3)选择货品(4)购买决策(5)购后评价

四、销售常用语

作为珠宝行的员工，使用专业规范的销售常用语，不但可以树立品牌形象，也能建立顾客的购买信心。因此，要求每一位营业员使用一下常用语

1.顾客进店时的招呼用语：“您好!”“您早”“欢迎光临”“您想要些什么?我能为你做什么?”“请随便看看”“请您稍后”“对不起，让您久等了”“欢迎您下次光临，再见”

2.展示货品时的专业用语

(1)介绍珠宝的专业用语：abc货等等谁才增值

(2)鼓励顾客试戴的销售用语a.这块玉佩是天然的a货，这个价位特别合适;b.这几个是本店新到的款式，您请看看;c这几款是经典的结婚龙凤双喜佩，您可以试试看;d这种款式非常的适合您;e您的品味真不错，这是本季最流行的款式，您不妨试试看;f本店有上百种款式，只要您耐心挑选总有一款适合您

3.柜台礼貌用语

(1)这是一件精美的礼品，我给你包装一下;

(2)这是您的发票，您收好;

(3)收您多少元，找您多少元，谢谢;

4.顾客走时的礼貌用语

(1)真遗憾，这次没有您满意的货品，欢迎下次再来;

(2)新货到了(指圈改好后)，我们会马上给您电话;

(3)这里是一份介绍珠宝知识和珠宝保养得小册子，送给您

五、售中服务

1.顾客进店：不管手头有任何工作，都应该放下手中的工作。面带微笑，亲切的问候：“您好(早上好，中午好，下午好，晚上好…)您选点什么，请随便挑选，有喜欢的可以试戴一下”

2.当顾客显示兴趣时，要做到对货品的熟悉能马上拿出顾客所感兴趣的货品。表现为：a.走动时突然停住;b眼睛盯紧某一款;c询问新款或某一款

3.展示推荐

(1)轻拿轻放：可显示出的贵重与导购的素质，也可以让顾客试戴时小心注意;

(2)观察顾客：脸型手型皮肤的颜色着装习惯，有助于向顾客介绍款式并可以显示出导购的专业;

(3)推荐时要以顾客喜欢的款式为主，不能强行改变顾客的意愿这样很容易导致交易的失败，可以在销售过程中适当提出一些自己的意见和见解。

**黄金购销合同五**

营销环境分析

营销环境， 是指对企业的生存和发展产生影响的各种外部条件。 营销环境是企业营销管 理过程中不可控制的因素， 企业经营的优劣成败， 在于营销管理者能否顺应不断变化的营销 环境。 公司的市场营销环境是指在营销活动之外， 能够影响营销部门发展并保持与目标顾客 良好关系的能力的各种因素和力量。营销环境既能提供机遇，也可能造成威胁。成功的公司 必须持续不断地观察与适应变化着的环境。

(一)市场环境分析

近年来，中国奢侈品市场已逐渐步入快速崛起阶段。20xx年家庭收入30万以上群体的奢侈品消费合计达568亿元，占奢侈品消费市场总额的71%。随着富裕群体的快速增加，预计20xx年中国将超过日本成为世界上最大的奢侈品市场。随着城镇居民收入不断增加，中国的奢侈品市场未来将在各线城市全面飞速发展，珠宝需求将进一步扩大。我国的黄金销售量从 1982 年的 吨增长到目前的大约 140吨,从而使中国成为世界第 三大黄金消费国,照此速度增长的话我国的黄金市场规模会发展得令人吃惊.据有关部门统 计,世界上大约 7,000 人就拥有一家金店,而我国目前仅有 8,000 多家金店,即使仅以发达地区 的 2 亿消费者计算， 也才达到 25,000 人才有一家金店,在大城市仅有 55%的居民拥有珠宝首饰,中小城市这一比例仅为 23%,而东部的农村更少,仅达到 17%.目前以及将来黄金礼品市场 的增长动力主要来自婚庆需求，境外游客需求，还有赠品等.中国人由于受传统的影响，对黄金特别钟爱，除了购买项链，戒指，耳环，手链外，一些纯金小摆设比如磨砂或空心的生肖等饰物也颇受欢迎. 但是最受欢迎的仍然是那些表面深度光处理过的首饰， 含有建筑风和 自由风格的抽象图样的款式仍旧受欢迎。在销售上，黄金名店和连锁点形式站主要地位， 一些大的商场等也设有专柜，这些方式都是传统的行销。 随着中国的入世，黄金市场也逐步走向开放，这更是给黄金行业的发展带来了生机，另外人民银行也对黄金报价改为每周一次，使黄金价格更贴国际行情。

(二)企业形象分析

1、公司简介

某珠宝首饰有限公司始创于香港，是一家专门从事首饰电铸生产和技术研发、销售为一体的企业，具有多年丰富的电铸经验，目前拥有多项电铸技术，并拥有自己独立的生产厂房和先进的生产设备及高素质的管理团队，也是当今最有影响力的黄金工艺制品品牌之一。 同时是中国黄金协会、中国珠宝玉石首饰行业协会、金银珠宝商会会员等会员单位。

2、经营理念

公司秉承“突破传统，引领时尚”的理念。自成立之初便以“诚信务实、自主创新”作为企业的发展方针，始终将“诚实守信”作为行为准则，本着对社会诚信、对客户诚信、对自己诚信的原则，始终严格要求自己，把诚信放在第一位。

3、公司荣誉

20xx年3月，参加瑞士巴塞尔国际钟表珠宝展，成为首个参展的中国黄金品牌;

20xx年6月，创立3d-ket品牌形象，品牌终端专卖店进军国内一线大城市。

20xx年，荣获“中国珠宝玉石首饰行业科技创新优秀企业”荣誉称号; 20xx年，突破传统、创新工艺之新品“动感弹丽硬金”荣获国家专利产品;

20xx年，被广东省金银首饰商会评选为“最具社会影响力企业”; 20xx年，参赛作品“爱·交织”荣获香港珠石玉器金银首饰业商会20xx年足金首饰设计大奖;

20xx年，包括“幸福鱼”在内680款产品荣获国家专利产品;

20xx年，突破传统、创新工艺之新品“旋动系列”荣获国家专利产品; 20xx年，3d硬千足金产品率先通过国家质量监督检验检疫部门权威认证为环保型产品;

20xx年，参赛作品“奔花怒放”荣获香港珠石玉器金银首饰业商会20xx年足金首饰设计大奖;

20xx年，3d硬千足金荣获专利查新报告证书，确认为世界首创工艺; 20xx年，3d硬千足金技术研发成功;

4、公司前景

我公司的产品以其轻巧的重量、立体时尚的造型，已成为时尚黄金消费的贵族新宠，而稳定的品质，创新的理念也早已获得百家同行的倾心印证，这令公司和品牌得到迅速成长和成熟。

我公司的3d硬千足金产品虽已在技术创新、产品创新上处于同行业领先水平，但以后同样会以深度挖掘珠宝文化价值为己任，在突破传统的工艺基础上，不断创新，争做引领时尚的高端珠宝品牌。

(三)产品分析

某珠宝公司于20xx年成功研发了创新工艺——“3d硬千足金”，该工艺的发明有效地解决了长期以来困扰首饰界因黄金硬度低而导致金饰易变形，易磨损，易塌陷等难题。公司的“3d硬千足金”饰品是近年来国内珠宝市场上产品创新的奇迹和典范。通过技术创新和工艺改良，使产品颠覆了传统黄金首饰的局限性，为广大消费者诠释了全新的纯黄金首饰理念。“3d硬千足金”饰品结合了传统纯黄金首饰和k金首饰的优点，制作出来的首饰既符合中国人几千年来追求黄金首饰高纯度的消费观念，同时拥有k金首饰硬度高、可塑性强的优点。产品不仅在大陆许多城市走进了消费者的视野，甚至远销中国香港、中国台湾、美国、印度、泰国、东南亚等地区。公司目前的品牌加盟商多达900多家，覆盖全国各地，启动的品牌专卖店也陆续进军国内一、二线城市。

(四)竞争分析

按本公司的实力来看，在我国国内竞争者是很少的。但是，我们也不能粗心大意，一旦 放松警惕就可以让别人有虚而入 。我们先看一下一个竞争者的资料：中宝戴梦得投资股份有限公司 1999 年 6 月成功地在上海证券交易所上市， 20xx年通过国际资本运作与世界 k 金王国首饰制造商强强联合，将著名品牌“orop”引进中国市场， 并已在国内注册了“orop”商标。中宝戴梦得获得了国内唯一对意大利首饰企业出料加工 权。实现原料、技术、工艺、产品、品牌和市场优势组合。依托意大利国际领先的设备、 技 术和生产工艺，占领国内 k 金精品市场;运用“orop”品牌的设计优势和影响力，取得国 际品牌中国市场的成功，依据国内巨大的市场需求，建立长期、稳定的产品发展体系。中宝 戴梦的投资股份有限公司拥有代表欧洲文化艺术风格的国际品牌。具有起点高、国际化、 专 业化运作的特点，是中国珠宝上市公司进军国际市场、参与国际经济大循环的战略工程。

中宝戴梦得和本公司一样都是把产品定位在中、 高档， 强调高雅与艺术， 而且也有一定的海外基础，但是，本公司在海外的名气更大，技术上更先进，从国内来说则 很难分辨谁的知名度要旺一些。

在金银行业， 虽然可以与本公司媲美的不多， 但是不可相提并论的伪劣产品此时却成了 “竞争者” 。前不久有关部门对 75 家经销企业的 106 批金银饰品进行了监督抽查，合格 61 批，抽查合格率为 。 其中纯金饰品抽查合格率为 ;银饰品抽查合格率为 57. 6%。在本次被抽查的不合格产品中，全部表现为含量不足。尤其是银锁饰品内垫铜铁现象 十分普遍。 这些饰品加工粗糙、 成色低， 甚至含有对人体有害元素， 对消费者健康构成威胁。 金银饰品质量问题严重这无疑带给我们一个讯息：本公司的产品会因此而受到严重影响。

swot 分析

优势(s)

1、拥有先进的设备;

2、 具有工艺专利 ;

3 、资金雄厚;

4 、拥有高素质的员工 ;

5 、有高效率的团队;

6 、在业内享有较高的知名度;

7 、产品线广、组合合理、具有特色;

8 、有宽广的信息渠道，保证及时准确的获取黄金市场的各种信息。

劣势(w)

在国内及世界的知名度不高 ，应极力打造，从而把我公司产品 推向全国及全世界。

机会(o)

**黄金购销合同六**

目标导向是营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先要做的就是营销目标的拟订，都是具体的、数据化的目标，包括全年总体的的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标等等，并细化分解。如终端类产品的销售目标就要按品项分解到每个区域、每个客户、每个系统等等;流通类产品分解到每个区域、每个客户等。

如果企业仍存在空白区域需要填补、或者现有经销商无法承担新产品销售等原因，还需要制定区域招商计划或者客户开发计划。终端类产品还需要完善商超门店开发计划。

然后拟制品牌推广规划，致力于扩大品牌影响力，提升品牌知名督、美誉度、忠诚度，需要分终端形象建设、促销推广活动、广告宣传、公关活动等来明确推广规划主题、推广组合形式

最后，就是营销费用预算，分别制定出各项目费用的分配比例、各产品费用的分配比例、各阶段的费用分配比例。

如此，整体年度工作总结和新年度营销工作规划才算完整、系统。但是为了保障营销工作顺利高效地实施，还需要通过从企业内部来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力。

具体写发可参考本栏目的范文，结合具体情况做适当的修改。

**黄金购销合同七**

一、销售观念

当柜台销售员面对一位有潜力的购买顾客时，每一位营业员都应该做到如下几点

1、面带微笑

2、仪表整洁

3、注意倾听对方的话

4、推荐商品的附加值

5、需求消费者最时尚最关心的话题拉拢消费者

二、了解商品的特点

作为销售员，了解商品的基本知识的目的是为了帮助建立顾客的购买信心，以促进销售，以商品的品质问题向顾客说明珠宝玉器的价值，全球第一家买卖包回收的保障性，就商品的特别之处作为顾客有价值的有点进行说明

三、了解顾客

1、顾客购买的主要障碍

（1）对珠宝首饰缺乏信心

（2）对珠宝商缺乏信心

2、顾客的类型：了解顾客是什么类型的人，是与顾客做成生意的基础。要了解顾客可以从这几方面着手

（1）认真观察

（2）交谈与聆听

3、顾客的购买动机

4、顾客的购买过程：（1）产生欲望（2）收集信息（3）选择货品（4）购买决策（5）购后评价

四、销售常用语

作为珠宝行的员工，使用专业规范的销售常用语，不但可以树立品牌形象，也能建立顾客的购买信心。因此，要求每一位营业员使用一下常用语

1、顾客进店时的招呼用语：“您好！”“您早”“欢迎光临”“您想要些什么？我能为你做什么？”“请随便看看”“请您稍后”“对不起，让您久等了”“欢迎您下次光临，再见”

2、展示货品时的专业用语

（1）介绍珠宝的专业用语：abc货等等谁才增值

（2）鼓励顾客试戴的销售用语a.这块玉佩是天然的a货，这个价位特别合适；b.这几个是本店新到的款式，您请看看；c这几款是经典的结婚龙凤双喜佩，您可以试试看；d这种款式非常的适合您；e您的品味真不错，这是本季最流行的款式，您不妨试试看；f本店有上百种款式，只要您耐心挑选总有一款适合您

3、柜台礼貌用语

（1）这是一件精美的礼品，我给你包装一下；

（2）这是您的发票，您收好；

（3）收您多少元，找您多少元，谢谢；

4、顾客走时的礼貌用语

（1）真遗憾，这次没有您满意的货品，欢迎下次再来；

（2）新货到了（指圈改好后），我们会马上给您电话；

（3）这里是一份介绍珠宝知识和珠宝保养得小册子，送给您

五、售中服务

1、顾客进店：不管手头有任何工作，都应该放下手中的工作。面带微笑，亲切的问候：“您好（早上好，中午好，下午好，晚上好）您选点什么，请随便挑选，有喜欢的可以试戴一下”

2、当顾客显示兴趣时，要做到对货品的熟悉能马上拿出顾客所感兴趣的货品。表现为：a.走动时突然停住；b眼睛盯紧某一款；c询问新款或某一款

3、展示推荐

（1）轻拿轻放：可显示出的贵重与导购的素质，也可以让顾客试戴时小心注意；

（2）观察顾客：脸型手型皮肤的颜色着装习惯，有助于向顾客介绍款式并可以显示出导购的专业；

（3）推荐时要以顾客喜欢的款式为主，不能强行改变顾客的意愿这样很容易导致交易的失败，可以在销售过程中适当提出一些自己的意见和见解。

**黄金购销合同八**

8月份销售计划书

中心店：周红辉

目标业绩：

业绩分配：周红辉 蒋慧芳

心 态 ：积极向上，争取超额完成任务。

计划工作内容如下：

服务对象的需求是随着消费形态改变而改变的。我们注意到，随着时代的变迁在消费者的购买行为中，感性的成分在逐渐增加，理性的成分在逐渐减少。

一，保持最好的销售观念：当柜台销售员面对一位有潜力的购买顾客时，我么都应该做到如下几点：

1.面带微笑 2.仪表整洁 3.注意倾听对方的话 4. 推荐商品的附加值 5.需求消费者最时尚最关心的话题拉拢消费者

二，加强了解商品的特点： 作为销售员，了解商品的基本知识的目的是为了帮助建立顾客的购买信心，以促进销售 1. 以商品的品质问题向顾客说明珠宝玉器的价值。 2. 就商品的特别之处作为顾客有价值的有点进行说明。

三。了解顾客

1.顾客购买的主要障碍 (1)对珠宝首饰缺乏信心，(2)对珠宝商缺乏信心

2.顾客的类型 ：了解顾客是什么类型的人，是与顾客做成生意的基础。要了解顾客可以从这几方面着手：(1)认真观察; (2)交谈与聆听 3.顾客的购买动机

4.顾客的购买过程：(1)产生欲望(2)收集信息(3)选择货品(4)购买决策(5)购后评价

四。销售常用语

作为珠宝行的员工，使用专业规范的销售常用语，不但可以树立品牌形象，也能建立顾客的购买信心。因此，要求每一位营业员使用一下常用语：

1.顾客进店时的招呼用语：“您好!”“您早”“欢迎光临melimoli,您想要些什么?我能为你做什么?”“请随便看看”“请您稍后”“对不起，让您久等了”“欢迎您下次光临，再见” 2.展示货品时的专业用语

(1)介绍珠宝的专业用语：abc货等等谁才增值，各款的独特之处

(2)鼓励顾客试戴的销售用语 a.这些都是天然水晶系列，这个价位特别合适 ;b.这

几个是本店新到的款式，您请看看;c这几款是经典的情侣手链(项链)，您可以试试看;d这种款式非常的适合您;e您的品味真不错，这是本季最流行的款式，您不妨试试看;f本店有上百种款式，只要您耐心挑选总有一款适合您 3.柜台礼貌用语

(1)这是一件精美的礼品，我给你包装一下; (2)这是您的小票，您收好;

(3)这是送您的美丽卡，可用于钥匙扣，包挂，您将是我们的vip会员，原价····，折后···谢谢;

4.顾客走时的礼貌用语

(1)真遗憾，这次没有您满意的货品，欢迎下次再来; (2)新货到了(指圈改好后)，我们会马上给您电话;

(3)这里是一份介绍珠宝知识(珠宝保养得小册子)，送给您

五。售中服务

1.顾客进店：不管手头有任何工作，都应该放下手中的工作。面带微笑，亲切的问候：“您好(早上好，中午好，下午好，晚上好…)您选点什么，请随便挑选，有喜欢的可以试戴一下”

2.当顾客显示兴趣时，要做到对货品的熟悉能马上拿出顾客所感兴趣的货品。表现为：a.走动时突然停住;b眼睛盯紧某一款;c询问新款或某一款 3.展示推荐

(1)轻拿轻放：可显示出的贵重与导购的素质，也可以让顾客试戴时小心注意 ;

(2)观察顾客：脸型 手型 皮肤的颜色 着装习惯，有助于向顾客介绍款式并可以显示出导购的专业;

(3)推荐时要以顾客喜欢的款式为主，不能强行改变顾客的意愿这样很容易导致交易的失败，可以在销售过程中适当提出一些自己的意见和见解。

珠宝销售工作计划书范文三

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