

瑞驰新天地销售人员行为规范手册

一. 一. 引言

1、 1、 服务方针

本公司奉行的服务方针是：

- (1) (1) 顾客第一。
- (2) (2) 一切服从于企业的繁荣发达。
- (3) (3) 实现职工的劳动目的。

客户光临本营业场所，是对本营业场所的信任和支持，也是本营业场所的荣幸。我们成长发展的基础在于每一位客户。

职工就职于本营业场所的目的不尽相同，有的是为了收入，有的出于喜好、有的兼而有之。不论为何，要实现其目的，必须要有企业的繁荣发达。所以职工的目的应服从于企业发展这一总目标。换言之，唯有企业的发展目标实现后，职工的个人目的才能圆满实现。

2、 2、 本规定的要旨

本规定旨在为销售人员业务工作提供规范。恪守本规定，既能保证职工个人目的实现，也能保证企业经营目标的完成。每一位职工都应反复研读，严格地按照本规定的要求开展销售工作。

二. 二. 关于出勤

1、 1、 严守出勤时间

- (1) (1) 职工必须依据自己的通勤时间，提前离家，心情平静地进入营业场所，不能慌慌张张地赶点上班。
- (2) (2) 一般情况下，职工须提前 15 分钟进入工作地点，做好服务前的准备。

2、 2、 正确着装

- (1) (1) 进入营业场所后，销售人员应更换统一的工作服。
- (2) (2) 仪表不符合公司要求，不允许上岗。

三. 三. 营业场所准备

四. 四. 销售实务

1、 1、 销售人员工作职责

- (1) (1) 接待到访客户
- (2) (2) 接受电话咨询

- (3) (3) 客户跟踪
- (4) (4) 促成交易
- (5) (5) 提醒客户交完首期楼款
- (6) (6) 签正式买卖合同
- (7) (7) 客户提交完按揭所需资料
- (8) (8) 最后义务协助发展商办理按揭有关的各项工作

2、 2、 工作内容

- (1) (1) 开盘前的准备(上岗条件)
 - (1.1) (1.1) 对代理楼盘所在区域的调查
 - (1.2) (1.2) 对代理楼盘与周边竞争楼盘的比较
 - (1.3) (1.3) 上岗百问的培训
 - (1.4) (1.4) 综合知识培训
- (2) (2) 接听电话
 - (2.1) (2.1) 确定接听电话的顺序
 - (2.2) (2.2) 做好接听的登记，在进线电话登记表上登记姓名、电话、客户关心的问题
 - (2.3) (2.3) 做好接听电话的统计
- (3) (3) 接待上门客户
 - (3.1) (3.1) 首先按接待的次序接待（按上班时间排序）
 - (3.2) (3.2) 介绍楼盘资料（介绍时不发楼书）
 - (3.3) (3.3) 带客户实地看楼
 - (3.4) (3.4) 根据客户的需要推销（尽可能了解客户需求）
 - (3.5) (3.5) 请客户在客户登记本上登记，并积极跟踪
 - (3.6) (3.6) 送客户
 - (3.7) (3.7) 将客户资料，详细记录在案
- (4) (4) 电话回访
 - (4.1) (4.1) 针对不同的客户选择回访时间
 - (4.2) (4.2) 明确电话回访的主项
 - (4.3) (4.3) 记录（说过什么，结果如何）
- (5) (5) 收取定金
 - (5.1) (5.1) 收定金之前，一定要向销控确认
 - (5.2) (5.2) 定金是由财务或专人收取
 - (5.3) (5.3) 开收据时一定要写房号及保留房号的时间
 - (5.4) (5.4) 展板贴点

- (5.5) (5.5) 填客户档案，便于总结、调整
- (6) (6) 催交房款
 - (6.1) (6.1) 提前提醒客户交首期
 - (6.2) (6.2) 如不能及时交问明原因，立即告诉经理
- (7) (7) 延伸服务
 - (7.1) (7.1) 提前告之入伙，如涨价可告之
 - (7.2) (7.2) 需不需要陪您一起去

3、 3、 接待客户程序

- (1) (1) 任何人一踏进售楼处就算客户，同时，发展商、媒体视为重要客户。
- (2) (2) 客户推开大门服务就正式开始（您好！欢迎参观）
- (3) (3) 携资料离座，问好，自我介绍（问好，自我介绍时用规范用语）
- (4) (4) 介绍模型、展板内容，尽可能突出卖点，用语规范(介绍简单、专业)
- (5) (5) 请客户入座，讲解楼书(介绍要属实、详细、专业，介绍时不可抵毁其它楼盘，可客观为客户分析双方各自的优劣势)
- (6) (6) 带客户看房(必须本人带客户看房，要交流、沟通、要尊重自己的客户，走在客户的前面)
- (7) (7) 替客户设计购买方案（方案设计要合理、可行、不可算错账，一定要算未卖出的房）
- (8) (8) 做好客户登记（请客户填写登记本，当日客户登记在自己本上）
- (9) (9) 礼貌送客户到大门口(主动替客户开门，规范用语：“再见，欢迎您再来！”目送客户，自驾车客户要等客户车开走后才返回)
- (10) (10) 配合财务收定金，开收据
 - (10.1) (10.1) 收定金一定要由指定专人收取
 - (10.2) (10.2) 定金一定要由两人以上核对
 - (10.3) (10.3) 现金交接不得超过两日
 - (10.4) (10.4) 去银行存款必须两人以上共同去
 - (10.5) (10.5) 开出的收据一定要注明房号、金额、交款方式
 - (10.6) (10.6) 收支票要注明支票号码，收外币一定要注明编号
- (11) (11) 签署认购合同
 - (11.1) (11.1) 认购书由本人签署
 - (11.2) (11.2) 认购合同不得签错
 - (11.3) (11.3) 签完的合同一定要由项目经理或第二人复核及签名

- (12) (12) 及时填写各项客户记录
 - (12.1) (12.1) 客户登记本
 - (12.2) (12.2) 展板贴点
 - (12.3) (12.3) 客户成交档案
- (13) (13) 提醒客户交首期款或房款
- (14) (14) 签署商品房买卖合同
 - (14.1) (14.1) 买方一定本人签名，或公证书面委托、代签
 - (14.2) (14.2) 客户领回合同，一定要登记
 - (14.3) (14.3) 替他人交房款，必须有书面证明（我是自愿替 xx 交来房款多少）
- (15) (15) 通知办理按揭
 - (15.1) (15.1) 提前七天第一次通知，通知时间、地点、方式
 - (15.2) (15.2) 提前三天第二次提醒
 - (15.3) (15.3) 提前一天第三次确认
- (16) (16) 协助办理入伙，为培养忠诚客户
 - (16.1) (16.1) 态度要主动
 - (16.2) (16.2) 一定要向客户表示祝贺
- (17) (17) 主动向客户提供房地产信息
 - (17.1) (17.1) 对客户表示关心
 - (17.2) (17.2) 同时如果公司有其它楼盘推出，可告之。

4、 4、 客户接待

- (1) (1) 重视服务语言。在销售工作中，服务语言具有举足轻重的作用，而服务语言又是一种特殊的语言，因此，必须加强对服务语言的掌握，使之规范。与此相适应的是服务态度，仅有优美动听的服务语言，而服务态度不佳，只会成为机械的程序化的语言。为此须做到：
 - (1.1) (1.1) 永远从客户的角度考虑问题。
 - (1.2) (1.2) 从内心感谢客户光临本营业场所。
 - (1.3) (1.3) 认识自我的服务价值。
 - (1.4) (1.4) 熟知商品知识和顾客购买心理。
 - (1.5) (1.5) 掌握熟练的语言技巧。
 - (1.6) (1.6) 保持自身的整洁美观。

在正确运用服务用语时，应掌握以下要领：

- ● 注意服务用语与态度、动作的协调统一。
- ● 面带微笑。

- ● 强调要点，注意语序。
 - ● 注意客户反映，认真听取客户意见。
 - ● 语言尽量通俗易懂。
 - ● 精神集中，不能东张西望。
 - ● 不能与客户发生争论。
 - ● 讲话应诚实、负责任。
 - ● 介绍要客观，不可盲目吹嘘。
- (2) (2) 了解客户心理。客户在每一次购买行为中，一般要经过 8 个阶段的心理变化。
- (2.1) (2.1) 注视。顾客将目光集中于营业场所内所陈列品上。
- (2.2) (2.2) 兴趣。有的人可能看一眼即过，也有人停下来仔细端详，这表明顾客对此部分发生了兴趣。
- (2.3) (2.3) 联想。当驻足观察时，客户即已联想购买到这种商品会给自己带来哪些益处，解决哪些困难，得到哪些享受。
- (2.4) (2.4) 欲望。接着会产生一种购买的欲望或冲动，但大多情况不会现在马上购买。
- (2.5) (2.5) 比较权衡。在正式购买前，还要反复考虑商品的价格、质量、配套、外观等。并与其他楼盘比较。
- (2.6) (2.6) 信任。在这时，顾客往往要征求销售人员的意见，在得到肯定回答后，会对商品进一步产生信任感。
- (2.7) (2.7) 行动。即顾客决定购买商品且付诸于行动。
- (2.8) (2.8) 满足。当顾客购买时，有自己的欲望被满足的感觉。同时，这种满足也包括对销售人员的认可。

作为销售人员，与顾客主动打招呼 and 介绍商品的最佳时机是(2.2)和(2.3)阶段。销售人员打招呼超前会引发顾客的警戒心，滞后也不会产生有益效果。因而，只要判断出客户是有购买机会，就应在顾客产生购买欲望之前介绍推荐商品。

- (3) (3) 为顾客介绍样板房。客户若反复地来看某样板房，或多次提出有关同一种商品的问题，或长时间地注目于某样板房，是其喜欢商品的信号。

为此：

- (3.1) (3.1) 应尽快地介绍主推房型，锁定客户注意力。
- (3.2) (3.2) 向客户介绍的商品数量不能多，以一个为宜最好不超过两个。
- (3.3) (3.3) 向客户展示的商品应便于其比较选择（如：不同价格、不同规格）。

- (3.4) (3.4) 主动地向客户介绍商品特点等。
- (3.5) (3.5) 向客户介绍商品的顺序是：若客户未指定价格，从中档价位介绍起；若客户对商品价格不关心，应从低价价位介绍起，这样可以满足客户的夸富心理。
- (4) (4) 当客户决定购买时。
按客户接待程序第（10）条 - 第（17）条程序办理
- (5) (5) 接待顾客 30 戒。
 - (5.1) (5.1) 挑客，戴有色眼镜看客户，接待标准不一
 - (5.2) (5.2) 超范围承诺
 - (5.3) (5.3) 私下议论对接发展商
 - (5.4) (5.4) 借口离开使接待轮空
 - (5.5) (5.5) 推荐其它楼盘
 - (5.6) (5.6) 抱肘拥胸。
 - (5.7) (5.7) 手插衣袋。
 - (5.8) (5.8) 戴手套（特殊需要除外）。
 - (5.9) (5.9) 伸懒腰，打呵欠。
 - (5.10) (5.10) 口含食物。
 - (5.11) (5.11) 吹口哨，哼歌。
 - (5.12) (5.12) 发出奇声怪调。
 - (5.13) (5.13) 或坐或倚。
 - (5.14) (5.14) 使用顾客的器物。
 - (5.15) (5.15) 扎堆聊天，打闹调情。
 - (5.16) (5.16) 站在通道讲话。
 - (5.17) (5.17) 不理睬顾客。
 - (5.18) (5.18) 旁若无人地打私人电话。
 - (5.19) (5.19) 在顾客面前谈论本营业场所经营状况，泄露业务数据。
 - (5.20) (5.20) 读报刊杂志或做其他消遣。
 - (5.21) (5.21) 边干其他事情，边接待顾客。
 - (5.22) (5.22) 给顾客以脸色。
 - (5.23) (5.23) 动作迟钝，让顾客空耗时间。
 - (5.24) (5.24) 对顾客评头论足，说三道四。
 - (5.25) (5.25) 紧盯着顾客，有引起客户误会的举动
 - (5.26) (5.26) 与顾客争吵、打架。
 - (5.27) (5.27) 将顾客分成三六九等，区别对待。

(5.28) (5.28) 临近下班时不耐烦。

(5.29) (5.29) 议论同事与上司。

(5.30) (5.30) 与客户关系错位

(6) 电话业务

电话业务是不见面的销售活动。这项业务进行得好坏，直接影响到企业形象，没有感情的电话机同样可以让它温暖人心。

1) 基本要求

(1.1) (1.1) 语言应简单明了、热情亲切。

(1.2) (1.2) 使用普通话（特殊情况例外），声音要大一些。

(1.3) (1.3) 不要边与他人说笑，边打电话。

(1.4) (1.4) 若电话中断，应立即挂上听筒，等待对方重新打进。

(1.5) (1.5) 对重要事项，必须边作记录边打电话。

(1.6) (1.6) 打完电话时，要听到对方挂上话机的声音后，再挂断电话。

2) 2) 打出电话。

(2.1) 打出电话时，首先要确认对方的号码和姓名。

(2.2) 主动报出自己的单位和姓名。

(2.3) 电话尽量简洁，对重要问题应边复诵，边作记录。

(2.4) 通话中若要与他人讲话，应向对方致歉，用手捂住听筒后再讲话。

3) 3) 接听电话

(3.1) 电话铃响后，迅速拿起话筒，报出单位名称，然后询问对方姓名。

(3.2) 若对方要找另一个人，应手捂住话筒，招呼他人接电话。

(3.3) 自己若不能决策时应请示上级后，再作答复。

(3.4) 尽量要求对方留下称谓和电话，并尽量约对方来现场看楼。

4) 接客户初次电话的技巧

初次接到客户的电话，应注意说话的口齿清晰，语速不要太快，尽量先简明扼要地将楼盘的主要卖点介绍清楚，再耐心解答客户的问题，并尽量将如何来看楼介绍清楚，吸引客户到现场看楼。

若是广告日电话进线量很大的时候，也应控制节奏，不要在一个客户身上浪费太多时间。

留客户电话时不能太急，最好是在解答客户问题时尽量建立一种亲和的关系，然后先把自己的电话留给客户，再问他的电话。必要时也可使用一些非常规方法，如：“请您将传真号码留下来，我传真楼盘资料给您”、“我这边太忙，您留个电话，我等一下打给您”等。

5) 5) 电话跟踪技巧

平时尽管注意客户的一些细节，如“有个小孩要过生日”“最近身体不太好”等等，在跟踪客户时先加上一些问候的话语会效果很好。

五．管理行为

1、 1、 物品整理

物品整理就是使物品物归原位、各适其所。为此，须将各类物品分类，确定放置场所，记录放置场所，及时整理物品，恢复原位。当然，这项工作应同物品的陈列结合地一起。

2、 2、 物品陈列

物品陈列是重要的销售技巧和促销技巧，而不仅仅是一种可有可无的摆设。物品陈列应注意的问题有：

- (1) (1) 便于顾客观察。陈列的主要目的是为了顾客察看，能够一目了然地了解。如尽量立体摆放，并配合照明、购买售点广告等。
- (2) (2) 便于取拿。
- (3) (3) 注意物品组合。物品陈列切忌千篇一律，单调呆板。应通过商品组合，产生美感，增强商品魅力，刺激购买欲望。

2、 3、 减少工作失误

经营工作的失误有时不可避免，但问题是销售人员应严格要求自己，将失误减少到最小。因为每一个失误必将增加销售成本，减少销售利润。减少失误的关键地于增强每一个人的责任心，并辅以各种制度和规章上的保证。

常见的失误有：

- (1) (1) 收款结帐人员。
 - (1.1) (1.1) 看错，少收款。
 - (1.2) (1.2) 计算有误，多款少款。
 - (1.3) (1.3) 收取款与卖出楼价不符。
- (2) (2) 销售人员。
 - (2.1) (2.1) 价格计算有误，少收钱款。
 - (2.2) (2.2) 同一单位重复销售
 - (2.3) (2.3) 急于成交，随意承诺
 - (2.4) (2.4) 服务方法不当引起客户投诉

4．营业场所管理

营业场所是客户与销售人员进行买卖的地方，是环境的重要部分。

- (1) (1) 最重要的是在营业场所内创造出一种积极向上的工作气氛和融洽的气氛。

- (2) (2) 营业场所必须清洁、舒适、自然、美观。
- (3) (3) 根据市场需求状况确定营业场所的部门构成及业务规模和人员设置。
- (4) (4) 根据客流量和客户购买心理，确定柜台、休息处的设置、以及各种资料等物品的陈列数量。
- (5) (5) 营业场所不是固定不变的，通过听取顾客的意见，适时地调整，不仅会方便客户，而且会给人以耳目一新的感觉。

5. 营业场所内设置

当营业场所确定后，接下来就是确定营业场所内部设计。

- (1) (1) 基本要求
- (2) (2) 确定沙盘等物品的摆放位置。

6. 促销活动管理

销售人员的促销活动是指利用各种庆典（如周年）、开业、换季、节假日等，举行优惠价销售。这种促销活动应注意两个问题。

- (1) (1) 制订详细的促销计划。对每次大型的促销活动，都要制订详细的计划，作好财务预算，协调各部门的活动。
- (2) (2) 确定具体的业务安排。
 - (2.1) (2.1) 促销活动的具体时间安排。
 - (2.2) (2.2) 降价销售的范围与幅度。
 - (2.3) (2.3) P O P 广告的制作。
 - (2.4) (2.4) 样板房的陈列布置。

7. 场所内检查整理

保持良好的购物环境，是营业场所内检查整理的目的，营业场所中每天人来人往，长期保持良好的环境，比创造出一个良好的环境更重要，也更困难，因而必须有统一的安排。

- (1) (1) 物品检查整理。
 - (1.1) (1.1) 物品上是否积满灰尘。
 - (1.2) (1.2) 售楼资料是否已经用完。
 - (1.3) (1.3) 对破损物品是否已作处理。
 - (1.4) (1.4) 在通道上是否放置了物品。
 - (1.5) (1.5) 办公休息之处是否干净。
- (2) (2) 通道和销售区检查整理。

- (2.1) (2.1) 通道上是否有垃圾、地面是否干净。
- (2.2) (2.2) 通道是否畅行无阻。
- (2.3) (2.3) 营业场所内装饰物、灯具等是否有损坏。
- (2.4) (2.4) 营业场所的天棚、墙壁是否有污损，或有蛛网。
- (2.5) (2.5) 营业场所内张挂的广告、装饰物是否有碍顾客通行。
- (2.6) (2.6) 资料等物品是否准备充足。
- (2.7) (2.7) 收款机是否干净整洁，收款机是否运转正常。
- (2.8) (2.8) 通道上是否存留水迹。
- (3) (3) 广告宣传用品的检查整理。
 - (3.1) (3.1) 广告张贴是否整齐美观。
 - (3.2) (3.2) 广告宣传品是否污损。
 - (3.3) (3.3) 广告宣传与实际销售是否相符。
 - (3.4) (3.4) 过时 POP 广告是否消除掉。
 - (3.5) (3.5) 各类宣传广告中文字是否有误。
- (4) (4) 物品陈列检查整理。
 - (4.1) (4.1) 物品陈列数量是否适度。
 - (4.2) (4.2) 物品陈列是否美观、整齐、易看、易取。
 - (4.3) (4.3) 物品陈列是否稳固安全。
- (5) (5) 仓储检查整理。
 - (5.1) (5.1) 物品存放是否整齐、安全。
 - (5.2) (5.2) 库存量是否适度。
 - (5.3) (5.3) 污损物品是否妥善处理。
 - (5.4) (5.4) 仓储物品是否物帐相符。
- (6) (6) 营业场所铺周围环境检查整理。
 - (6.1) (6.1) 营业场所周围是否能保持整洁卫生。
 - (6.2) (6.2) 营业场所外部设施是否运转正常。
 - (6.3) (6.3) 外部装饰有无损坏。
- (7) (7) 防火防盗检查。
 - (7.1) (7.1) 消防器材是否放于固定场所。
 - (7.2) (7.2) 有火源的地方是否有易燃杂物。
 - (7.3) (7.3) 烟灰缸是否存留余火。
 - (7.4) (7.4) 煤气开关是否损坏。
 - (7.5) (7.5) 销售人员、值班员是否熟知防火知识。
 - (7.6) (7.6) 通道、仓库及营业场所周围是否有障碍物。

- (7.7) (7.7) 保险柜、收款台抽屉是否上锁。
- (7.8) (7.8) 门窗是否关好。
- (7.9) (7.9) 贵重物品的数量是否已经清点。
- (7.10) (7.10) 营业场所关门后是否尚有无关人员留住。
- (7.11) (7.11) 是否有门锁需要更换。
- (2) (8) 服饰打扮与行为检查。
 - (8.1) (8.1) 语言行为是否达到顾客的要求与希望。
 - (8.2) (8.2) 头发是否整洁，有无怪发型。
 - (8.3) (8.3) 化妆是否过于妖冶。
 - (8.4) (8.4) 是否有人涂红指甲。
 - (8.5) (8.5) 是否有人不注意卫生，有体味。
 - (8.6) (8.6) 是否有人挂耳环、戴手镯和项链。
 - (8.7) (8.7) 工作中有无人不遵守工作纪律，如聊天、吹口哨等。
 - (8.8) (8.8) 是否整齐地佩带胸卡。
 - (8.9) (8.9) 是否有人留有长指甲，或长胡须。
 - (8.10) (8.10) 工作服纽扣是否系好。
 - (8.11) (8.11) 工作中是否有人吃零食、嚼口香糖。
 - (8.12) (8.12) 是否有人在工作时间化妆，或打私人电话。
 - (8.13) (8.13) 是否有人倚坐在办公桌上。
 - (8.14) (8.14) 是否有人对客户指手划脚，说三道四。
 - (8.15) (8.15) 是否发生同事间的争吵。
 - (8.16) (8.16) 是否有人擅自离岗。
 - (8.17) (8.17) 是否有人看报刊杂志。

8. 关门准备与关门

1) 送走最后一个顾客

关门时，只要有一个顾客，就要有销售人员专门接待，不允许流露不耐烦的表情。即使已经到下班时间，也应热情服务，直到最后一个顾客满意而归。

2) 例会

3) 反思

销售人员结束一天工作后，应对自己一天的工作情况进行的反省。

- (3.1) 天工作态度、服务质量、勤务状况如何。
- (3.2) 今天的销售成绩如何，是否完成预定任务。
- (3.3) 工作过程中与同事和上级保持了良好的人际关系。
- (3.4) 对明日的工作是否已心中有数。

9. 勤务管理

1) 休息时间

休息时间，销售人员可用于吃饭、化妆、休息等。

2) 外出

上班时间不得擅自离开工作岗位。如果在工作时间离开工作岗位，必须得到批准后方可外出，并与同事打招呼，以免影响工作。在休息时间，一般不允许离开营业场所。如果确属迫不得已，应将理由、去向、所需时间向有关负责人说明。

3) 休假

(3.1) 请假须提前一日提交项目经理批准，得到批准后方可休假，否则视为旷工。

(3.2) 因生病等特殊原因，需要休息时，须在当日营业前电话通知有关负责人。

(3.3) 原则上，节假日不允许休假，特殊情况应事先申请，并得到上级批复。

4) 迟到和早退

(4.1) 迟到早退不仅会影响营业场所经营工作，也会给同事带来不必要的麻烦，所以每个人都应当严格自律。

(4.2) 不得已而为之的迟到，应尽量通知有关责任者。早退同样也要征得负责人的同意。

(4.3) 月累积迟到、早退三次者，按旷工一日处理。

5) 私人电话

打私人电话尽量不占用办公用电话，迫不得已情况下，须经有关人员同意方可使用办公电话，但要长话短说，尽快收线。

6) 收款复核

(1) (1) 基本要求

(1.1) (1.1) 准确。无论是复核，还是计价收款，都要求准确，不能出差错。

(1.2) (1.2) 迅速。不能让顾客长时间等候。

(1.3) (1.3) 亲切。应做到亲切周到，努力为顾客留下最后的良好印象。

(2) (2) 注意问题。

(2.1) (2.1) 有关人员必须清楚自己的职责，认识自身工作的重要性。

(2.2) (2.2) 开业前，必须将各类票据、印章、印泥、包装袋等准备就绪。

(2.3) (2.3) 开业后，绝对不允许撤离工作岗位。

- (2.4) (2.4) 复核时须忙而不乱，轻拿轻放。
- (2.5) (2.5) 收付款时，必须唱收唱付。
- (2.6) (2.6) 经常检查收银机的运转情况。

六．行为规范手册的应用

人们改变自己的习惯是十分痛苦的。将销售人员的个人行为纳入规范化的轨道也需要一个过程。从销售人员自身来讲，应该积极主动地研习本手册，融会贯通地加以运用，在不断总结经验的基础上，将服务工作越做越好。

1、 1、 抓住手册的精髓

销售人员行为规范手册，有上百个条款，想在短时间熟记并非易事。一个简单的方法是抓住手册的精髓，树立顾客第一的观念。实际上手册的绝大多数内容都是在这一指导思想之下派生出来的。使顾客满意的服务是最佳的服务，只要销售人员根据这一宗旨实施自己的行为，就不会与手册发生抵触。

1、 2、 熟悉服务技巧

手册中有不少服务技巧方面的规定，这些规定常是千百个销售人员经验的总结，被事实证明是十分有效的。仅有好的服务态度而不掌握优秀的服务技巧，不是一个称职的销售人员。

2、 3、 亲身去体验

销售人员应是手册的实践者，要按手册要求从事营业活动，并时常用手册来审视自己过去的营业活动是否规范与正确。

3、 4、 结论

应用销售人员行为规范手册，不外乎让销售人员增长知识、强化技能、养成良好的习惯和树立正确的态度。

知识是销售人员应知晓的一切情报，诸如产品知识、营业知识、财务知识、消费知识等。这些知识可以通过自学和课堂培训取得。

技能是销售人员运用知识的方法，诸如接待顾客技巧、谈话技巧等。它是将某种行为培养成一种熟练技巧的实践活动，是将知识运用到工作中去的能力。因此必须通过演习才能获得。

习惯是销售人员反复重复的行为。养成良好的工作习惯，必须对既定方式进行重复式练习，以使其成为自觉采取的做事方式。

态度是销售人员从事营业活动时的情绪表现，一般认为受主管行为与态度的直接影响。从销售人员自身来看，应从人类友好相处的基点出发，创造一个祥和、温馨、友善的购物环境。