

使用说明

□ 本手册分总则、销售人员素质与职责、销售人员的注意事项、销售人员内部作业规范、客户服务规范、应收货款的回收，共六部分

□ 本手册对销售人员有规范指导作用

□ 销售人员在日常的工作中参照本手册，规范自己的行为；

□ 本手册为内部参考用书，应该妥善保管，以便随时查证

□ 手册内容为销售人员参考之用，销售人员应根据实际情况

灵活处理

目 录

第1篇 总则.....	1
营销公司的服务宗旨 :	1
销售人员的职业信念 :	1
第2篇 销售人员素质与职责.....	2
1. 销售人员的能力.....	2
2. 销售人员的职责.....	2
第3篇 销售人员注意事项.....	4
1. 遵守法制.....	4
2. 销售人员的行为举止 (供销售人员参考)	4
3. 基本用语.....	4
4. 礼仪.....	4
5. 维护企业的形象.....	5
6. 效率.....	5
7. 互相检讨.....	5
8. 自我检讨 (总结)	5
第4篇 销售人员内部作业行为规范.....	7
1. 销售人员对企业.....	7
2. 销售人员对销售人员 (平级之间)	8
3. 销售人员对主管 (上下级之间)	9
4. 沟通.....	11
第5篇 客户服务规范.....	14
1. 坚持公司作业的原则 (对额外要求的态度)	14
2. 耐心解说.....	14
3. 客户访问.....	14
第6篇 应收货款的回收.....	17
1. 催收帐款的重要性.....	17
2. 对待应收货款的态度.....	17
3. 应收货款回收方法.....	17

第1篇 总则

1. 营销公司的服务宗旨：

提高效率，迎接挑战，客户至上，求实创新

2. 销售人员的职业信念：

客户的满意是销售人员工作的核心理念，客户的满意需要销售人员不断的学习，
通过不断的完善和创新来满足客户不断变化的需求。

第2篇 销售人员素质与职责

做为成功的销售人员，应该能够在同等的条件下，
比他人技高一筹，取得更佳成绩。

1. 销售人员的能力

- 非常熟悉所推销的产品
- 对客户的情况非常了解
- 有高超的语言技巧，刺激客户定货欲望
- 有把握洽谈气氛的能力和技巧
- 有超人的说服能力
- 有极强的货款催收能力

2. 销售人员的职责

- 调查，调查的内容有：
 - 1) 市场动态的调查
 - 2) 消费调查
 - 3) 竞争对手的调查
 - 4) 产品价格的调查
 - 5) 客户调查
 - 6) 信用调查
 - 7) 客户反映和意见调查
- 推销，推销的主要工作有：
 - 1) 指定每天的推销计划和客户访问日程
 - 2) 与客户具体的洽谈
 - 3) 通过书信或电话联系，寻找和选择推销客户
 - 4) 进行试探性推销
 - 5) 提出推销的报告
 - 6) 出席企业安排的会议

- 建议，建议应该从两个方面考虑
 - 1) 从客户的立场出发，对其经营活动提出建议，对策和信息资料
 - 2) 从公司的角度出发对公司的营销管理提出自己的建议
- 宣传

销售人员本身就是一种广告媒体，自己的一言一行都代表企业的形象在时刻宣传着企业

第3篇 销售人员注意事项

1. 遵守法制

- 熟悉日常的法律、法规
- 遵守法规、法律
- 懂得运用法规、法律
- 日常业务中有传播法律、法规的义务
- 熟悉合同法，能够在业务中运用

2. 销售人员的行为举止（供销售人员参考）

- 谈话时应该目视对方
- 坐姿自然，要注意雅观
- 行走时目视前方，身体保持平衡
- 多人同行不要勾肩搭背
- 介绍某人时应该用手势指引
- 握手要区分与男士握手和与女士握手的区别
- 互换名片的时候双手接受双手送出

3. 基本用语

- “请”“对不起”“麻烦您”“打扰了”“谢谢”“可以吗”……
- 赞美用语：“想法很有创意”“您办事非常有效率”

4. 礼仪

- 女士、年长者、主管、客人先行（注意让他们位置处于相对安全的位置）
- 谈话时与对方保持相对平衡的位置
- 用餐时，不要过量饮食，不要太凸显
- 进门，应该先敲门

- 不能在客户面前化妆、修指甲等
- 不能破坏环境卫生
- 不能大声的交谈，无视其他人的存在，保持环境的和谐

5. 维护企业的形象

- 有无损害企业的利益？
- 有无违背企业的精神
- 有无影响企业的运作
- 有无创造企业的利润

6. 效率

- 一定要如此做吗？
- 一定需要一步一步来做吗
- 是否可以改进
- 怎样进行改进
- 后果是怎样
- 怎样改
- 尝试创新

7. 互相检讨

- 辩明目前的问题和状况
- 找原因？
- 为什么有这种原因
- 失误在什么地方

8. 自我检讨（总结）

- 将学习作为生活和工作的一部分
- 不认为自己全部知道
- 设计自己的知识更新周期，有学习的计划

- 观察别人的反映
- 有做备忘录和及时总结的习惯
- 有自我分析和评价自己的习惯
- 有自我改进和完善的追求和动力

第4篇 销售人员内部作业行为规范

内部作业祈求坦诚沟通、积极配合、关心帮助、互相鼓励，有了规范化作业行为，才能使金顶集团内部组织更清晰，制度更健全，营造出优化的内部环境

1. 销售人员对企业

企业是顾客,我们都是服务员

➤ 对待企业制度

- 1) 了解制度产生和存在的目的
- 2) 遵守和服从制度的规定
- 3) 了解所涉及部门的作业制度
- 4) 留心认为不合理或不完善的，并注意遵守和执行

➤ 提出合理化建议

- 1) 每位销售人员均有提出合理化建议的责任和义务
- 2) 工作的每个环节、步骤、任何一个细节都可以提出
- 3) 合理化建议的内容可以分为工作改进计划、流程改进计划、制度改进计划、创新建议
- 4) 合理化建议的标准：可以执行的、改进的、指出原因或根源、解决方法、预计效果、追踪

➤ 处理自己的抱怨

- 1) 企业在任何时候都会有所缺陷
- 2) 绝对的公平是没有的
- 3) 抱怨本身并不解决问题
- 4) 寻找产生的根源
- 5) 用行动来改变
- 6) 正确地展现自己
- 7) 还未解决时进行合理投诉

➤ 对待传言

- 1) 只是传言

- 2) 事实才能相信
 - 3) 不要让传言从我开始
 - 4) 用事实改变它
- 处理危机
- 1) 依据规定，原则或无规定下之意识，认识自行进行先期处理
 - 2) 报警
 - 3) 如有生命危险时，应先离开危险境地，再进行处理

2. 销售人员对销售人员（平级之间）

沟通信任、和谐相处、团结协作、齐心奋进

- 亲切与友善的工作交往
- 1) 尊重同事的工作
 - 2) 尽量与对方处于同一状态
 - 3) 体谅对方的心情
 - 4) 注意你的身体语言
 - 5) 不要随意探听对方的私事
- 相互鼓励和帮助
- 1) 倾听对方的诉说
 - 2) 诉说对方的优点
 - 3) 描述美好的前景
 - 4) 主动询问对方需要的帮助
 - 5) 解释客观因素
 - 6) 允许时，与对方共同工作
 - 7) 给对方信心和能力的肯定，“我觉得你能做得更好”
 - 8) 委婉诉说对方的缺点
- 相互学习的态度
- 1) 给予对方参与的机会
 - 2) 每个人都有优点和长处
 - 3) 不要认为自己十全十美

- 4) 耐心听取对方的意见和建议
 - 5) 不要不懂装懂
 - 6) 避免争执
 - 7) 欢迎并参与讨论
- 竞争的公平性（能力的展现方式）
- 1) 用同等的条件进行比较
 - 2) 创造条件而不是争取同情和照顾
 - 3) 用成绩体现进步
 - 4) 不要破坏对方的条件和表现
 - 5) 共同进步，而不是一进一退

3. 销售人员对主管（上下级之间）

- 销售人员对主管
- 尊重服从、坦率沟通、积极配合、合理建议**
- 1) 尊重与服从原则
 - 尊重主管
 - 服从主管的工作安排和指导
 - 与主管的意见不统一时，执行时以主管意见为主，但个人的意见可以保留
 - 2) 投诉的方式
 - 投诉必须要有充分的理由
 - 投诉以书面形式并签名为准
 - 投诉须预先告知上级直属主管
 - 投诉可以多次进行
 - 应逐渐转向各职能部门
 - 3) 对外关系上的角色
 - 以主管为第一发言人
 - 不要现场表达与主管相反的意见
 - 以主管的姿态为参考

- 迅速处理主管要求，并及时回馈

4) 汇报的方式

- 什么问题？
- 是什么原因导致问题的出现？
- 有那些办法可以解决？
- 我认为最好的方法是？

➤ 主管对销售人员

关心帮助、培养鼓励、充分授权、带动提高

1) 充当教练

- 教练的责任
 - 教育：不断的发展部属，在各个方面给予力所能及的指导
 - 发展：让部属发展、成长，并及时纠正部属的错误和欠缺
 - 协商：问题出现后，协商补救办法
- 教练原则
 - 以身作则、亲临现场、倾听观察、传播信念
 - 发挥部属所长，良好的沟通、庆贺部属的成功、接受错误
- 经过以上教练的方式，如所属员工未能良好的接受并在工作中予以反应，应考虑改变员工的工作条件和工作性质

2) 尊重和关心员工

3) 公平对待，奖罚分明

4) 激励与约束并重

5) 任务布置

- 什么任务？目的和目标是什么？给予什么资源？完成时间？有什么要求？对要求予以明确答复？其他解释或说明
- 任务追踪
- 任务应适合任务接受者
- 预先准备监督、指导与控制的方法

6) 授权

- 在可决定和把握范围内授权

- 明确说明授权的范围和如何使用
 - 不要包揽权限
 - 授权而不越权
 - 给予自由裁量的弧度
 - 不要把员工当作工作的机器
 - 树立下属权威
 - 随时支持并提供指导
- 7) 鼓励创新
- 经常询问“如果……会怎样？”
 - 鼓励下属记下新方法
 - 提供创新讨论的机会
 - 提供创新奖励的条件
 - 对任何问题都保持追索根源的习惯

4. 沟通

- 互相尊重
 - 1) 尊重他人的工作方式、时间、地位
 - 2) 尊重他人的意见
 - 3) 尊重他人的积极性
 - 4) 把对方看成是沟通时最重要的
 - 5) 包容他人的观点
 - 6) 珍视对方的思想和想法
- 沟通方式
 - 1) 一对一谈话
 - 2) 会议或座谈会
 - 3) 报纸或墙报
 - 4) 报告或建议书
 - 5) 开放日活动
 - 6) 热线电话与电子邮件

.....

➤ 沟通的原则

- 1) 用对方听得懂得语言进行沟通
- 2) 倾听与保持目光接触
- 3) 不要直接反驳对方意见
- 4) 引导对方谈话
- 5) 确认自己充分了解对方的意见
- 6) 让对方觉得自己的地位重要
- 7) 不以自我为中心
- 8) 以解决问题为目的
- 9) 耐心和避免急于求成
- 10) 针对与他有关的问题进行沟通
- 11) 鼓励或推选一名下属作发起者，效果更佳
- 12) 坦诚面对错误
- 13) 不要随意探听对方的私事

➤ 坦诚提出意见与建议

- 1) 直接提出意见或建议
- 2) 述说对方的失语时避免伤害对方
- 3) 尽量用简练的语句表达，减少说明和补充
- 4) 以商量的口气进行
- 5) 关于个人的建议以口头方式提出为佳
- 6) 关于工作意见或建议以书面方式提出为佳
- 7) 适时进行跟踪

➤ 解决冲突

- 1) 判断冲突的原因及性质
- 2) 以对方的立场看问题
- 3) 进行比较，找出折衷点和共同点
- 4) 在适当的时机与对方沟通并解决
- 5) 如不能解决应提交主管协调或仲裁

- 6) 如因对方恶意引起，则提交主管或采取处罚
- 7) 不可拖延
- 8) 一定要解决问题

第5篇 客户服务规范

1. 坚持公司作业的原则（对额外要求的态度）

- 遵守公司制度及营销（业务）方面的规定和政策
- 不收受礼物（贵重或带有商务目的性的）
- 不越权处理或承诺顾客要求
- 不带有自身附加条件
- 业务过程清晰，对公司保持透明度

2. 耐心解说

- 解释公司政策和目的
- 准备解说提纲和解说词
- 解说清晰、明了、有耐心、不急于求成
- 准备可能提出的问题的解答
- 配合身体语言、产品、资料、电脑等辅助物件加强解说力度
- 重要的语句重复以加强印象
- 重复解说的时候前后应该保持一致

3. 客户访问

- 客户访问程序
 - 1) 明确访问目的
 - 创造一个与客户交流的机会，联络感情
 - 向用户传达资料、样品等无法表达的信息
 - 诱导客户的决策
 - 对对方的信用政策作出判断
 - 对客户的经营风格和个人人格进行考察
 - 听取对方的要求和条件
 - 2) 设计访问方法

- 确定分客户的访问计划 (计划的内容)
- 访问重点
- 预计定货的品种、数量和金额
- 访问频率 (一定时间内重点访问的客户)
- 访问时间
- 定期进行访问,方便与客户的沟通,防止竞争对手的乘虚而入

3) 制定访问计划

- 一定时间内需要拜访的客户
- 访问路线,消除重复、迂回、交叉访问
- 合理安排访问的时间
- 确定洽谈、收回货款、建议、调查的重点内容和对策

4) 制定推销计划的六个要素

- 说什么
- 在何处访问
- 什么时间访问
- 访问的目的是什么
- 如何进行访问

5) 如何拜访

- 至少提前一天告之对方拜访计划,并预约上门的时间
- 在拜访时(当天)电话确认
- 若有改变,应该及时通知并道歉
- 守时;避免误时,应该先电话道歉
- 谈话时应该尽量避免离题太远
- 力求每次拜访有数
- 作好拜访记录
- 拜访结束的时候不要忘记道歉
- 如果有必要预约下次拜访的时间
- 整理访问报告,定期汇报

➤ 合理化建议(信息)的采纳态度

- 1) 引导和鼓励经销商提供建议和意见
- 2) 在交谈中注意收集对方谈及的信息
- 3) 在对方提出的任何意见和建议，无论是否有道理，均应该表示感谢；如果有价值，应该及时反馈，并郑重表示谢意
- 4) 销售人员应该及时将意见和建议整理上报，主管能够答复的及时答复，不能答复的应该约定时间并按期回复

➤ 如何对待顾客投诉

- 1) 记录顾客的意见和建议
- 2) 向顾客道歉并且表示同情
- 3) 倾听顾客的理由，中间不要打断
- 4) 表示理解顾客的感受，并同意顾客的说法
- 5) 听完客人陈述之后，向其说明处理及反馈的时间
- 6) 谢谢顾客的建议
- 7) 认真作好记录，上报公司并注明要求反馈的时间（给顾客）
- 8) 如果能够现场答复处理，应该及时灵活的处理
- 9) 对无法当场处理的顾客投诉，应给顾客说明并约定答复的时间。
与相关部门联系之后，按时答复

第6篇 应收货款的回收

1. 催收帐款的重要性

- 销售活动不仅仅是将商品送交给客户，其结局应将商品资金化
- 货款能否回收、回收多少、什么时间回收，都直接关系到销售活动效率和企业的经营效率
- 货款回收是销售循环中的重要环节
- 在信用经济体制下，销售人员的推销属于无担保（无利息）的资金借贷，所以回收货款是其义不容辞的责任

2. 对待应收货款的态度

- 表明公司的政策、态度
- 强调合作的良好性
- 要求对方提供帮助
- 对不能够一次性收回的款项要努力、坚决收回一部分
- 诚恳的对经销商阐述未付款项的后果，表述以对方的角度进行思考
- 避免问题尖锐
- 及时汇总上报，及时请示处理
- 不要把问题向上推，让对方明白上级的态度同自己的态度一致
- 感谢对方的支持和配合付款

3. 应收货款回收方法

- 如何预防呆帐

销售人员在洽谈、定货、送货时，应重点观察以下信息

- 1) 客户的人品
- 2) 客户的资产情况
- 3) 客户的经营管理
- 4) 客户的目前状态

➤ 催付货款的方法

- 1) 选择合适的催付货款的时机，应在约定的付款日期前，向客户通知付款，要求其在约定时间付款
- 2) 事先约定确切的付款时间
- 3) 反复督促付款，如客户无意付款或有意拖延付款，销售人员应反复以各种形式通知客户，并做好记录，以备后用
- 4) 催付款应以引导为主，推陈利害，以理服人

➤ 总结判断客户

加强对客户的总结，以利于预防坏帐

- 1) 总结客户的经营状况
- 2) 总结客户的资金状况
- 3) 总结客户决策者或管理者的私人信息
- 4) 总结客户在支付货款上的变化