

# 销售团队管理培训心得精选5篇（销售团队管理培训心得精选5篇怎么写）

作者：有故事的人 来源：范文网 [www.wtabcd.cn/fanwen/](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/bc697f1992818a7e2fae92b73ae48734.html>

范文网，为你加油喝彩！

## 利用月底月中销售例会进行培训 篇一

为了便于工作和总结，企业一般都会安排月中、月底销售例会，对于经常在外出差的业务人员来讲，这样的集中开会机会是很难得的。销售主管或经理可以利用这种机会抽出时间对业代进行专门培训。培训可以采用以下方式进行：

（1）主管和经理亲自进行培训。

（2）让业代轮流当讲师对其他业代进行培训（可以在团队内指定一名培训负责人由其具体组织培训）。这种培训的好处有：满足业代的成就感；无形中给业代以压力和动力，因为要给大家培训，自己必须先有东西，这样就会使业代自觉养成学习的好习惯；培养业代的演讲能力和现场发挥能力；由于业代所讲的内容大多是自己的亲身经历，所以就更具有说服力，更容易让大家接受。我在做销售主管和经理时，就经常采用这一方法，收到了很好的效果。

（3）案例培训。经理或主管可以在平时收集一些案例（包括正面的和反面的），在培训时让业代学习讨论。这些案例可以是经理或主管自己亲自经历的，也可以是发生在其他业代身上的。采用案例培训的最大好处就是说服力强，业代容易接受。我在某企业任分公司营销总监时，公司推出了一种新产品，由于产品属于中高档产品，推广难度相对较大，但是该产品在我所辖的市场有着很好的市场前景。为了推广该产品我想了不少办法，但是除了个别市场外大部分市场毫无起色。针对这种情况，我在开销售例会时，就让做得好的业务员把自己的成功经验作为案例对大家进行培训，并当场对其进行了奖励；同时我还让做得不好的业务员作为反面案例给大家讲为什么做不好，并当场对其进行了处罚。然后，我把成功的经验进行推广并做了强制规定，把失败的教训当做反面教材让大家引以为戒。经过这样几次培训后，大家齐心协力，该产品的销量迅速走到了其他分公司的前面。

（4）问题培训。每次例会时，业代都会提出各种各样的问题，经理或主管可以就这些问题组织大家集中讨论，这样往往会集思广益，有这些问题的业代可以受到启发找到好的解决方法，其他业代今后在遇到类似问题时也知道该如何处理了。

（5）游戏培训。如果只是采用课堂式培训，往往容易使大家疲倦和注意力分散，致使培训效果打折扣。针对这一情况，我在做销售主管和经理时经常采用游戏式的培训方法。根据需要让部分

业务员充当经销商、经销商的合作伙伴、经销商的员工、二批商、零售商等角色，然后让其他业务员和他们“打交道”。在游戏活动中，业务员们把自己平常遇到的情况融入到角色中，表演得活灵活现，大家在一片笑声中学会了很多销售技巧。比如：大家都知道铺货的重要性，但是许多业务员在实际工作中往往不得要领。有一次开销售例会时，我就让大家把在铺货中可能出现的情况设置了不同的场景，并让业务员扮演各种角色，让有经验的业务员“现场”处理遇到的各种情况。虽然在游戏中有的业务员的表演让大家哄堂大笑，但是我很快发现在后来的工作中许多业务员能够很熟练地运用各种铺货技巧了。

## 以身作则，在工作中进行培训 篇二

销售主管和销售经理一般都是从基层做起的，有着丰富的实战经验和理论知识，在出差到达所负责的市场时，可以和加盟商进行一对一的沟通培训，针对加盟商所提出的问题和困惑进行分析、解答；也可以和加盟商一起走访市场、拜访经销商，随时纠正加盟商言行中的不当之处，亲自给加盟商示范如何和经销商良好沟通。

## 销售团队管理培训心得 篇三

岁末年尾，我从一年繁忙的培训工作中抽离出来，做一些总结工作，同时也受邀参加一些机构组织的培训师茶话会，一些企业的年终总结大会，一些企业协会的答谢会，等等。让我有机会置身事外、站高一线，对培训界的现状及趋势，有一些思考，愿意和各位分享如下：

培训师队伍：中国培训师的专业化程度越来越高，培训师的职业将越来越是高知阶层，资深管理人员从事的专业；经过之前几年优胜劣汰的过程，未来培训师的入门门槛将越来越高，原来那些只听了几门课，看了几张碟就上来讲课的“讲手”类讲师，如果不做内功的提升，将被淘汰出局。将来活跃在培训讲台的，将是那些内功深厚、外呈丰富的讲师。

培训课程走向：培训课程将越来越细分，比如，同一个课程分高低不同的级别，比如，ttt（企业内部培训师的培训）这个课程可分为初级、中级和高级班，旨在给予不同阶层的人不同需求的课程，给同一层次的人分阶段成长的阶梯式学习。

课程研发与设计：我所见到的优秀的培训师，他们越来越能沉下心来，把课程的研发做的越来越深入，越来越贴近“人性”的层面，“道”的层面，而且以深入浅出的方式，让学员看到平时看不到的层面，这样做的好处在于，避开了爱因斯坦所说的“人类的困惑，就在于在制造问题的层面来解决问题”，好的课程研发和设计，是能够让学员从高一层面解决问题的。

内功和外呈都追求精益求精：我所见到的优秀的培训师，不仅在个人修炼、课程研发方面，不断下深功夫，同时，在课件ppt设计、课程环节编排上也花了很多功夫，充分了解成年人学习的特点，适度有效地运用多种互动形式，让学员在轻松愉快的情绪下，产生深刻的思考，顿悟，产生改变行为的强烈意愿，拿到方法，并创新使用。在讲课风格上，优秀的讲师也是摆脱了“个人秀”、表演式，而进入了启发式、教练式，以支持者的心态做学员进步的助推器，催化剂。

通用课程的精耕细作：现在很多企业需要有领导力或管理技能方面的普及课程，同时也有一些企业需要激励、沟通、培养、计划等专题课程，这就需要我们培训师把原来课程其中的某个章节精耕细作，在一个点上做深做透，这也将是一个趋势。

忽视课后评价，重视行为改善：越来越多优秀的培训师已经不是很重视培训结束时学员的评价和

分数，而聚焦于培训后的一段时间里，参训人员的行为是否改变。我认为这是个质的转变，我很赞同，只有这样才真正做到了管理大师们经常提到的“聚焦改善，以终为始”的管理观点。因为我们都知道，企业安排培训的终极目标不仅仅停留在领悟、学习、思考，而是通过改变意识，从而改变行为，最终改变绩效。

#### 销售渠道问题。 篇四

什么是销售渠道，说白了就是产品的各个环节，就是销售销售网络。销售网络很多，不是所有的销售网络都适合我们。我们是做中高端进口葡萄酒的，所以有些渠道对我们是没有用的，比如小超市、小商场、中小餐饮、批发市场等对我们的销售起不了作用。有人问，没有这些怎么让消费者更快的购买到我们的产品，这就牵扯到一个销售定位的问题，我们首先要做的不是让消费者更多的认识我们，而是让中高端消费群认识我们即可。把有效的资源使用到目标消费群上。让我们的目标消费群更多的关注、接触、购买、以及重复购买我们的产品。

选择渠道不是说不要渠道，而是做精做细的问题，用现在流行的市场俗语就是要精细化操作。渠道对我们很重要，创新渠道更重要。

1、传统的渠道也需要重视，比如说高档酒店、高档夜场、高级会所这些地方该进的还是进，毕竟这些地方是高档人群消费的主要场所，这些地方很多规矩已经成熟了，按他们的规矩做既可以，没有太多的问题，主要是要注意工作细节，比如与他们搞好关系，按时兑现开瓶费，平时对促销人员多施些小恩小惠即可。

2、品酒会，现在品酒会在做进口葡萄酒的经销商中用的比较多，品酒会不要单纯的只品酒，而是要把品酒会真正办出档次来，办成经常性的高端人士聚会的平台，而不能把评酒会办成宴会，山吃海喝，增加了成本，降低了档次，对销售也没什么好处，花钱买人情，造成的结果就是花钱还人情，人情还了，销售也没了，都很累。所以品酒会有层次、有影响，要办的'在宣传自己的时候增加对参与者的附加值，在给与参与宾客高档享受的同时对他们的事业发展也有一定的帮助，比如说品酒会上的葡萄酒文化的宣传可以提升他们的酒文化素养，品酒会高层次之间的接触可以促进他们的关系网拓展，促进事业的发展，所以品酒会不要只办成酒水推荐会，而是办成高层次、高品位交际的平台。

3、借网络：人的精力有限，关系有限，借助其他现成的网络，也是弥补我们网络不足的一个有效办法。邮政系统、银行系统、中石油、中石化、名酒专卖、其他白酒专卖店等这都是我们可以借助的网络，其实借网络也不光借销售渠道，借关系才是最主要的，当然这也包括借私人关系，比如说政府主要领导的亲戚等。

4、网络销售：电子商务是我们可以借助的一个网络，现在的量还不小，但是是一个趋势，网络销售要有专门的产品，现在最好是做网络团购。

5、葡萄酒投资：葡萄酒投资现在很火，尤其是名庄酒收益也很大，所以做葡萄酒也可以像做投资、做期货一样，比如我们卖一瓶酒给投资人，可以给他们一定的承诺，帮他们保存、帮他们出售，当然保存和出售我们还可以收取一定的佣金。

6、后备箱用酒：后备箱用酒是我们日常销售的保证，高层次人员更会计算成本，后备箱用酒的主要可行之处在于：国产葡萄酒相对来说品味低，国产葡萄酒价位透明，高端酒价格太高，成本高，进口酒价格透明度低，团购价比较便宜，层次高可以为消费者节省开支。

7、团购：团购是进口葡萄酒的一大卖点，团购最关键的是关系，关系可以借用也可以自己建立，但注意的是掌握好时机，事情要做到前面，不要等别人确定了再去凑热闹，所以团购看是阶段性的，其实工作要在平时持续的做。

8、婚庆：婚庆的做法是专门拿出一两款酒，不要影响日常销售，主要和婚庆公司、大了、专门婚庆酒水供应商等联系，让他们推荐，也可以朋友之间先用，增加影响力。

9、专卖店：专卖店加盟店就不多说了，主要做细节，从店面设计、人员培训、店面管理、产品摆放、购物环境、衣着打扮，等等方面都要做细，目的是提升品味、提升档次、形象展示，让消费者感到物有所值、物超所值即可。

#### 组织现场培训 篇五

在实际的培训工作中，销售主管或经理可以组织销售人员到运作好的市场或有代表性问题的市场针对市场问题进行有效培训，这样往往可以收到事半功倍的效果。

以上就是t7t8美文号为大家带来的5篇《销售团队管理培训心得》，希望对您的写作有所帮助。

更多 范文 请访问 [https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91\\_0.html](https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html)

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发