

口红的营销软文500字 营销心得体会(通用6篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

口红的营销软文500字篇一

很感谢个金部能给我这个学习的机会，总行宣讲团的优秀讲师给我的工作注入了新的灵魂，很多理念与思维都为我指引了另一条捷径，做为客户经理要有“人无我有，人有我优，人优我尽”的思想，不断学习，自我进取。

本次个金销售实战巡讲就如何做好个金产品销售，支行团队建设，个金客户经理日常工作管理等方面进行了宣讲。来自珠海分行个金部的 陈铭铭 老师和北京分行的 尚琳琳 老师，将自己的工作中收到良好效果的工作方法提炼成精辟的语言与我们分享。

作为一名客户经理在个金产品销售上负有很大责任，要做好个金销售日常的工作管理就显得尤为重要!老师分析的很贴切，针对客户维护工作中的弊端提出了很好的解决办法。对我自身日常工作的管理也提供了有益的方法，使用随身笔记本养成随时记录的好习惯。

例如每日记录工作日志，工作计划表，工作总结分析等。通过工作日志的形式记录每日工作内容，简要记录客户姓名，最佳沟通方式，沟通内容，是否需要后续盯住，对需要特殊跟踪的客户做特殊标记。除了记录清晰外对所记录的信息进行分类处理，便于客户管理。在有能力达到及有阶段增长性的基础上制作短中长期的工作计划，再加以实施方法，每日、每月、每季进行总结分析，不断接近任务目标!

例如对于“每天很忙碌，但下班时回想一下一天的工作也没做什么 明明比别人工作勤奋，但他的销售业绩却不出众”的反思，通过总结问题点出工作日志的重要性！

首先，合理使用《中高端客户维护记录表》、《客户经理日志》、《待跟进客户信息记录表》、《客户需求分类表》个表格，记录每日已接待客户、待跟进客户、贵宾客户的维护情况。如：接待客户有哪些需求；回访客户对我行产品服务有何意见及建议；有哪些客户询问的哪些问题，应该向哪些相关部门反映！有特殊情况的另作标记，方便日后查找，对客户做回访！

其次，定期对日志进行回翻，查看哪些工作已经完成，哪些工作仍再继续，哪些工作被中途搁置，哪些工作尚未开展！客户跟进方面，一个技巧是记住客户的姓名，在电话回访或者是网点营销时能直接叫出客户，是让客户感到备受关注的必要情感关怀！所以就要求客户经理在每日频繁接待客户的同时记录下客户的基本信息，有可能的话将一些个性化很强的特征记下，相信在日后的客户营销工作中会对客户关系的维护，客户关系的拉近起很大的推动作用！

再如“在客户关系上，自我感觉能把握住客户，自觉很牛，但经常发生客户流失情况 名下的客户个数很多，但行里需要他紧急进行某项销售任务完成的时候，脑子里却想不起来卖给谁，不知所措 行里不断推出一期接一期的新产品，他每次都狂发短信或打电话，但卖不出去，而且有其他客户抱怨说有产品他怎么不通知！”指出客户维护工作的失误，但同时也是在告诫我们反思如何避免这种情况的发生。

10元，10分钟□20xx年的道理讲得很生动也很发人深省，留住客户需要10元钱，失去他只需10分钟，重新找回他需要20xx年， 每一次的客户流失，客户经理和沃德负责人都要不断反思，不断总结！客户经理日常工作是相当重要，从客户的基本信息、资产、需求着手了解客户，从每一次电话回访、

电话营销、面谈中深化客户关系。每一位客户都是值得重视的，维护好存量客户就预示着新客户的加入！

如何管理和运用好客户经理的工作时间，这是客户经理工作效率的核心！客户经理的工作很繁重也很繁琐，做好客户维护工作的规划相当重要，除了每日联系客户电话数量有最基本要求，还要检查业绩与数量之间的比例，查找效率低的原因每天制定工作计划，掐住两个黄金时段。“对内(事务性工作)及对外(客户服务)”黄金时段“对外工作黄金时段”，客户服务工作，如接待、回访、营销客户“对内工作黄金时段”：事务性工作，如归整资料、分析客户特征、今天未办工作、完成任务情况和目标差距，制定明日计划。

合理安排时间，早上半小时：晨会、处理oa看文件，收邮件阅读分行发送的理财信息和财经评论；晚上半小时：整理补充白天接待客户资料—记录客户特征及需求—客户特征分析—上报沃德客户申请——记录ocrm工作日志—找出今日未办工作及原因—完成任务情况和目标差距—制定明日计划—看ocrm系统中明天需要电话联系的客户帐务情况，在笔记本中写上电话沟通的要点—向负责人汇报需要帮助解决的事情。从每天每一件事做起学会管理和高效的运用时间，让时间为自己赢得更多的营销机会！

口红的营销软文500字篇二

通过参加集团公司举办的“市场营销专业实务培训”，使我学习到了营销管理知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍对企业来说是多么的重要。下面，仅就我参加培训班后结合自己的工作实际，谈谈如何在今后工作中做好市场营销工作的几点认识，跟同事们共同学习和交流。

学习商务礼仪是我们人际关系交往和工作交流必须的知识，说话时的手势，表情等等都是非常重要的。在商务交往中，个人便代表了公司行为，个人的一举一动，一言一行，就是

企业的典型活体广告。在工作中和生活中适当的礼仪不仅是我们的能力体现，在职场的应聘更是一块敲门砖，更是企业发展的基石。我们常说我国是礼仪之邦，良好的礼仪体现在我们生活和工作中方方面面，比如乘车时的座位安排，进门的先后顺序；工作中客户、同事未接来电及邮件及时回复；会议准时到场；开会时手机调成静音，不随意走动、遇紧急事务出会议室处理等等，学好这些，在以后的商务活动中，就能使公司的客户或者合作伙伴感受到我们的企业文化和对他们的尊重，为我们公司的发展创造了一个更好的环境。

职业形象塑造：随着社会的发展，先进入信息化时代，人与人之间的交流更加密切与多样化，尤其是身在职场的我们，有一个良好的职场形象使我们给他人留下好的印象，而基本的商务礼仪则让我们在与他人交往中获得他人的尊重，更好的与人沟通。

一个好的形象，在工作中会结识更多的人和朋友，虽说人不可貌相，但给他人留下一个良好的印象无疑是一个良好的开端。对于我们来说，形象要求的是一个整体，体现在自身的每一个细节，做到了这些最基本的，还要在自身的细节上多加注意，包括头发和手等，都应该保持干净整洁，这样不仅是对自己的尊重，也是为了维护公司的形象。我们的仪容、表情、仪态、服饰、言谈等等都会是我们个人形象的一部分。在商务活动中，个人形象越好，越容易得到别人的信任，进而取得成功，并让别人对你印象深刻，拥有长期发展的机会，建立起自己独特的个人品牌。

职场形象和商务礼仪的学习，是公司对我们培养的有力举措，它，给了我工作的最基本的教育，帮助我在职场中取得更优异的表现，让我受益匪浅，我一定在日后的生活和工作中切实努力，提高自己的修养，也为公司的腾飞贡献出自己的绵薄之力。

沟通是人与人之间进行信息交流的必要手段，每一个社会人

都离不开沟通。如果我是一名销售人员，需要推销产品，就要与客户进行有效的沟通；如果你是一名中层管理者，为了更好的做好上传下达，也需要进行良好的沟通；如果你是公司的客服人员，良好的沟通是你处理客户关系的关键武器。除了工作，在生活中，父母同样需要和孩子进行有效的沟通，才能更有助于孩子的成长；夫妻之间也需要良好的沟通，才能增进彼此的感情；另外，婆媳关系，朋友关系等等都需要良好的沟通。沟通是一种态度，不是一种简单的技巧，当然沟通一定要讲究技巧。在工作中，我们首先要尊重每一位用户，尊重每一位同事，尊重我们的上级。在与用户的沟通中，要想用户之所想，让他们感受到我们是真诚的为他们服务。在与同事的沟通中，不要责怪，要多赞美，多鼓励。在与上级的沟通中，要准确的理解上级传达给我们的信息，毕竟所处的位置不一样，所考虑的问题也不一样，这就在很多时候造成了我们对信息的误解，并将错误的信息一直传递下去。建立相互信任。

客户关系是要长期维护，从细节开始，大数据客户管理，是数据时代、数据分析、精准营销，精准方案。与客户成为知心朋友。我们都知道朋友间是无话不说的。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论，这种高谈阔论中，有他的忧郁、有他的失落，同时也有他的高兴，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，他的客户，甚至让你去找他们或者帮你电话预约，这样将又会有新的客户出现，那么如何才能打动客户、感染客户，使客户与销售人员保持长久的关系呢？那就是人格和个人魅力得到充分发挥，在销售的全过程中就必须完全释放自我，充分发挥自己的特长和优势，同时也不掩饰自己的弱点，让客户感受到你真实的一面，这样客户才会对你产生信任，推进销售进程，才会在日后长久保持这份信任和默契，保持长久的合作。

客户心理学是研究如何引导和围绕客户需求，采取专业手段和解决方案，以促使客户对产品或服务作出选择并认同其价

值的全过程中的相关心理活动。每个人希望发挥自己的才能，为自己的梦想而努力，这既是人们实现自我的一种心理需要，也是一种对人生价值的追求。面对客户洞悉客户的情感过程，表情行为、主观体验、心理唤醒。

成交心理分析与成交技巧、谈判技巧：谈判需要充分准备知己知彼、百战百胜。必须了解自己商品的知识、品类市场及价格、品类供需情况、状况、本企业情况、本企业所能接受的价格底线与上限，以及其他的谈判的目标。还有有权决定的人谈判之前，先了解和判断对方的权限。采购人员接触的对象。尽量做到对等原则，我方的人数与级别应与对方大致相同，不要单独与一群供应商的人员谈判，这样对自己极为不利。

销售经营人员都要负责回款的事宜，在签订合同时，本着一个严肃、负责的态度将合同详细化、详细约定好合作中的每一个细节。支付方式：承兑、电汇、现金等等方式明确。付款的具体时间要明确。明确到几个工作日内支付，如果合同上写着预付款多少，进度款付多少，完工付多少，质保金付多少。明确交工状态。工程类项目中指的交工状态要明确写清楚。比如epc项目总包和只是负责制造、安装的，调试的需要将工作做到哪一步才是交工状态，这要在合同或技术协议上描述清楚，以免日后分部清楚责任。

激励与沟通的领导力提升培训，内容涵盖面广泛，涉及面深入，尤其是老师的精彩讲课，用深入浅出的语言、生动浓厚的课堂氛围、精彩且详尽的案例分析，让我从不同角度去体会到最新的领导力提升理念，进一步拓宽了视野，升华了心灵，使我对团队管理的思路、观念与领导力思维方式的认知都得到了一次全面的更新和提升。也让我深刻的认识到，要想让下属充分发挥其才干，就要多给予他们充分的“正面激励”，如采取“授权”，通过“授权”不仅给下属提供了建功立业的平台，而且下属也会因为“授权”受到信任，会极大地调动他们的积极性，主动地解决一些他们自己力所能及

的事。同时，通过“授权”，一方面有利于培养造就一大批未来的干部接班人、为企业存储人才；另一方面不仅分担了自己的工作量，而且还让自己从琐碎的事务性工作中解脱出来，只有做到这一点，才能让自己集中精力议大事、抓协调、管全局、做发展等更重要的工作。让我受到的启发是，在沟通过程中，一定要做到“换位思考”。作为沟通技巧里面最重要的核心原则之一，一个人只有先换位思考，才能体会到对方的感受，才能理解对方的难处，才能明白对方需要什么，尤其在双方有争议的时候更需如此，因为只有互相换位思考，相对地才能说出对方最愿意听的话，让对方最心暖，让对方最宽慰，从而达到的沟通效果。反之，沟通的结果就是争吵，争辩，不欢而散，不但无法通过沟通解决问题，反而，沟通成了制造新矛盾的导火索。因此，在今后的工作中，无论是与领导沟通，还是与下属沟通，我一定会多做一些“换位思考”，尽可能做到每次都是有效沟通。

经过这次充实的营销培训学习，我和参与培训的全体成员都深感学有所得，很受启发。无论是听课还是讨论，无论是所见还是所闻，我顿感语言匮乏，丰硕无以言表。课余时分，与其他单位同事们齐聚一堂，相互交流思想、借鉴工作经验、启发思路方法、沟通学习心得，使我从不同角度领会了精神、汲取了知识、获得了感悟。无论是销售人员还是技术人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。

人生是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的工作奉献精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利。

口红的营销软文500字篇三

作为一名普通的银行柜台员工，有幸被评为两节营销“营销明星”，万分感激。在长期的柜台服务与营销中，我有以下的几点心得体会供大家参考。

一、微笑

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的信息。柜台是银行的窗口，我们迎接客户时，微笑能拉近我们的距离，为我接下来的服务与营销创造了条件。

二、知识技能

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习潜力的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，所以我们要透过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和分析适用人群，向客户作个性化的推介，比如向中高端客户推介本外币通知存款、利得盈、信用卡等产品，向普通客户推介本外币一本通、借记卡、代理业务。掌握各项业务的操作规程，提高自身分析和处理问题的潜力，提高服务质量，增强客户的满意度和忠诚度，从而留住了客户，赢得客户的信任，为进一步营销打下基础。

三、换位思考，加强沟通

我们要树立“换位思维”的思想，从客户的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，加强沟通。我们要做一个听众，认真倾听客户的需求。从客户的角度出发，适时为客户提出贴合客户利益的理财推荐，这样才能与客户实现真正的沟通，为客户带给全方位的服务，让客户获得超出期望值的`需求。

以上几点需要在平时的工作中日积月累，需要在平时的工作中训练及培养。因为此刻的银行已向营销型转化，营销是一个过程，是我们日复一日工作的一个目标。我们柜员只有做好了以上几个环节后，才能够更好的做好服务客户的最后一步。

四、有的放矢，做好差异化营销

营销中的“二八法则”告诉我们：企业80%的利润是由20%的客户创造的，而80%的其他消费者只创造了20%的利润。如何挖掘优质客户、留住老客户、争取新客户是当务之急。银行有着得天独厚的优越性，它掌握着超多的客户资料，我们能够根据顾客的年龄、性别、职业、收入、文化程度等状况进行市场细分，根据不一样顾客的不一样需求，带给差异化的便利性服务和支持性服务以到达优质服务的无差异性。

对待高端客户或老客户时，如果你能主动的招呼客户，准确地称呼某先生或某小姐，表示对客户的熟悉，使客户有被重视的感觉，这时再顺势推销新产品，相信有事半功倍的效果。又如，对第一次接触银行的新客户，应主动热情介绍服务品种、方式，适时为客户理财当好参谋，准确快捷地做好每笔业务，给客户留下良好印象。对异所大客户，能够向其介绍理财卡、信用卡、理财产品等，或问其是否住在我行附近，争取做好异所转存工作。当有人开户时，我们应用心介绍借记卡，在为其办理的过程中，适时推荐我行的电子产品，在推荐电子产品时应注意两点：

第一，对于新开电子产品的客户，不要一开始只介绍产品的使用方法，因为他们不了解，办理时间有限，他们往往会拒绝。而要让他们对你所推荐的产品产生兴趣，比如上网购物、不用去移动厅交话费、淘宝网等等，给他办完了，再给他介绍怎样使用，或叫来大堂经理给他讲解。

第二，电子产品抓一个，办一个。但作为银行的生命线——存款，只能以人为主。我们只能以服务让每一位客户满意，持之以恒的服务好我们的客户，以我们的服务留住客户，已到达留住存款的目的。我们柜台人员还应学会从人群中分辨出那些是异所的优质客户，那些有可能是未来的优质客户。当然做到这些很难，因为无章可循，唯靠多年的工作，用心去发现，才有可能得到一些经验。

以上便是我作为一名柜台人员，透过多年的柜台工作，用心

去寻找关于银行柜台营销的一些心得。

口红的营销软文500字篇四

20xx年x月x日，在石家庄企业家协会聆听陈旻讲授《新媒体营销》，我的心灵受到很大震撼。

说到微营销，现在很多人应该说都知道，比如：“我是江小白”酒、小米手机等都是微营销成功的案例。但大家只其一，不知其二。他们为什么能通过微营销取得成功，获得大收益？恐怕一般人无法说明白。在这个网络全面覆盖的时代，我们要学得就是如何运用网络为企业服务，实现大收益。

那么什么是微营销？现在很多企业对接微营销都有很大的误解，认为微营销仅仅是通过微信去为其他人发布自己企业信息的一种营销，这种观点是错误的。微营销实际上就是一个移动网络微系统，微营销=微博+微视频（微电影）+个人微信+二维码+公众平台+公司微商城。微营销就是将线上线下营销整合起来，线下引流到线上支付，线上引流到线下浏览。

微营销是现代一种低成本、高性价比的营销手段。与传统营销方式相比，“微营销”主张通过“虚拟”与“现实”的互动，建立一个涉及研发、产品、渠道、市场、品牌传播、促销、行业交流，品质保障，客户满意关系等更“轻”、更高效的营销全链条，整合各类营销资源，达到了以小博大、以轻博重的营销效果。如：微博营销、微电影营销、微信营销等各类具体形式。在如今以市场需求为主导的经济时代，消费者的需求呈现出精细化和多样化的特点，细分市场日渐成熟，同时在互联网技术快速进步和应用的刺激下，整体市场的发展节奏也在不断加快。因此，企业需要建立一套灵活的管理思维，不断优化企业结构和相关服务，轻装上阵，以自如应对不可预知的市场变化。

在这种大环境中，“微营销”的概念应运而生。市场营销作

为企业实现盈利的重要辅助环节，被众多企业经营者当做制胜的法宝，然而传统粗放式推广方法已不能满足精细化市场的营销需求，企业投资回报率也在不断下降，因而市场亟待出现一种更为快捷高效的营销途径。

随着整个互联网经济的快速发展，以网络为传播平台的营销行业如雨后春笋般迅速壮大，其整体服务水平也呈现出阶梯式的增长，并诞生了以网络技术为基础的精准营销模式。

通过学习，我了解到微营销有很多优势：

长周期；传播的内容量大且形式多样；每时每刻都处在营销状态、与消费者的互动状态，强调内容性与互动技巧；需要对营销过程进行实时监测、分析、总结与管理；需要根据市场与消费者的实时反馈调整营销目标等。

采取微营销是把营销宣传转向了社会化媒体，这样可以精准定向目标客户，可以拉近企业跟用户的距离，可以帮助我们低成本的进行舆论监控和市场调查。

马云曾说：五年后，如果一家公司不懂得利用电子商务，他将无商可经；李彦宏也说过：五年后中国没有纯粹的互联网公司，因为每家公司都将会利用互联网来做营销。可见，网络营销、微营销势不可挡。

我们老板也是关注时事，及时捕捉信息，很早就组织中层以上干部学习电子商务，了解大企业经营模式的转变，开展网络营销服务等等。

在企业受国际形势影响，钢铁主业面临重重压力，举步维艰的情况下，高瞻远瞩，老板提出了二次创业，延伸产业链，开发钢材深加工。这就要求我们转变思想，创营销新思路。微营销无疑也是一个很好的方式。

我们要通过今天的学习，从老师讲述的案例中找出适合我公司的模式，或受到启发，找寻新方法，把公司的营销管理搞上去。无论何种营销，都在有以下几个特点：创新、用心、公众化。

今后，要把学到的知识与经验运用到营销工作中，把公司做大做强；同时也会在今后扩大网络信息的接触面，及时了解行业信息，不断提升自己，做好营销工作。

口红的营销软文500字篇五

透过固有资源吸引了必须的储蓄，参加了分行举办的几次知识培训，平常注意向领导学习和客户谈判的方式；在配合同事完成调查报告的过程中了解其写作要点和方法；也在出差时向有经验的同事学习如何对客户进行贷前实地考察。虽然对公这个领域对我来说稍显复杂，但是我在慢慢的接触中也有了必须的了解和熟悉。在对公方应对自己满意的地方是学习理解新鲜事物较快，和客户的交流上顺畅，通常能给客户留下良好的第一印象。不足的地方则是缺乏持续对专业上的'学习和研究，维护客户缺乏经验。接下来我计划加紧时间多阅读有效的书籍和案例、和对公市场部门的同事和领导多外出实地学习，透过实例积累对公的整套系统的经验，随时关注利用身边资源、注意积累优质客户，以及学习如何有效的维护客户。

零售业务方面是我比较感兴趣的一个领域，同时也是我重点发展的方向之一。在学习零售的主营业务的同时，紧密跟随领导的理念用心开阔营销思路。

首先从自己擅长同时也是喜爱的活动策划入手，负责聚宝堂美术馆的活动相关事宜，在领导的支持、同事的帮忙下聚宝堂美术馆揭幕活动和吕石双人联展活动成功的落幕。近期活动效果显现开始逐步的走向赢利模式也给了我很大的鼓励，增加了我的热情和冲劲。

其次随时注意补充新鲜思路，用心关注扩张和与银行主营业务相关的多种其他平台，期望能最大程度的扩展银行功能、丰富品种，针对支行的客户特色来制定更多的需求点，透过各种不同形式的周边活动来促进主营业务量的增长，如最近在筹备中的先锋书店合作事宜和李啸书法欣赏讲座。在零售方应对自己满意的地方是有开拓业务的热情，并且在促销活动方面有必须的经验，时常有思路和灵感。

不足的地方则是在和合作方谈判的过程中缺乏经验，有时立场不够坚定，有时技巧不够成熟，但是随着在对领导谈判方式的观察学习中我也有所提高，相信这个不足能够在不久的将来改善完善。下半年的计划是跟进各种活动的点、线、面的交叉执行，稳打稳扎的做好每一次活动，总结和核算好每次的成本和收益，利用网络扩大支行的宣传影响，定好目标步步为营。

办公室工作也是我十分乐意从事的部分。一来由于本性喜欢整理流程到达事务井井有条的目的，做事比较细心，也有必须的生活经验，比较适合做这部分的工作；二来此刻办公室的工作分成了几块零碎部分落实到几个人身上，而这几个岗位上的人都满负荷工作，办公室工作的分心造成他们的负担。同一个任务有时候几人交叉劳动，有时候一个事情因为几人负责最后反倒变成无人负责的状况。目前我已经接手了部分办公室的事务，期望接下来能逐渐全方位的接替，做好内勤的支持和协调工作，让外勤的同事能更专心外勤，也为领导分担一些琐碎的职责。办公室的工作虽然琐碎，但是在我的理解里面，一个好的从事办公室工作的人对于一个群众就像是润滑油对于一台机器一样，在行政上、生活上带给支持，让机器运转的更顺畅，让群众相处更融洽、工作效率更高更事半功倍。

总体来说，这五个月是充满了付出和收获的。虽然目前我在各方面的专业潜力都不够完善，但是天道酬勤，工作总是能给予努力者最真诚的回馈。这天的我已经不再是五个月前的

我。而在接下来的日子里，不管是意气飞扬时分，抑或是沮丧失意之刻，都要当做是跟自己比赛，能战胜自己，终究才能等到一个落实的梦想，相信年底的我，也不仅仅只是这天的样貌。

口红的营销软文500字篇六

制定销售计划，按计划销售，这是完成销售任务的`第一步，也是最关键的一步。销售计划的资料既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括在实际工作中如何努力完成这一目标的方法。每个人都有各自的销售特点和销售技巧，关键是要找出最适合自身的一套方式和方法。我每月的销售计划如下：在每月的一号早上就把本月的计划任务分解到每一天，每个人，然后再给自我规划一个更高的目标，在完成当天任务的同时，要努力去向高目标奋进，争取做好每一天销售。

进行顾客关系管理，意思就是与顾客坚持良好的关系，从而有利于随时与新老顾客进行交流、沟通。如果对于有实力的顾客没有进行有效的跟进维护，就会导致顾客把你忘记，同时就会忘记你所销售的产品。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注、关心顾客的各个细节，与他们成为朋友，建立信赖感。在销售领域，彼此没有信赖感是无法达成任何销售的，要以诚待人，以你最优质最独特的服务感动顾客。在实际工作中我是这样做的；当顾客在专柜成交后，我会留下他的顾客资料，当遇到天气转变、商场活动、或者新品到货，我都会第一时间给他们发送温馨信息及祝福，并且对于那些经常逛商场的顾客，我会细心地记下他们的姓名及特征，好能第一时间给他们打招呼，让他觉得你就像是朋友一样惦记他。

在实际工作中销售人员决不可能把不好的情绪带给顾客。因为这样做的结果只会有：一使销售流产；二给顾客一个不好的印象。所以每一天上班就要坚持良好愉悦的心境，记得微笑服务彩妆上岗。给每位到店的顾客留下完美深刻的印象。

大街上所有的人都有可能成为我们的顾客，但很大一部分最终不会成为你的顾客。顾客总是存在的，问题是你如何寻找这些顾客，方法是要求先求质后求量的。

顾客只要来逛商场绝大部分都是有需求的，要经过察颜观色，以及语言沟通来了解顾客的真实想法。然后用你的产品独一无二的特点，无微不至的服务让顾客产生购买的欲望，从而成交。二流销售员是满足顾客的需求。一流销售员是创造顾客的需求，既所谓“攻心为上”。

第一要素就是要勤快。这就我们常说的要献殷勤，经常打个电话联络一下感情，增加顾客对你的印象。（当然不能够直奔主题，要先问候，关心他，在慢慢聊到产品，记得必须要把握好回访的技巧）

第二要脸皮够厚。遭到顾客拒绝是正常的，也是每一天都可能在发生的，所以要想让顾客认可你和你所销售的产品，脸皮就要厚一点，要有很强的承受力，即使遭到顾客的拒绝，切勿灰心丧气，精神不振。要告诉自我：我的产品是最好的，无人能比的。其次就要心勤、嘴勤、腿勤。可是不要一味的死缠烂打，要讲究策略和技巧。