

# 最新手机自燃应该找谁赔偿 手机销售个人心得体会全文(优秀5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 手机自燃应该找谁赔偿篇一

时间：20--年--月--日星期--。地点：--卖店。导购：--。活动：购买--送精美礼品一份。

顾客特征：30岁左右男士，老板，对--略懂。顾客需求：大屏幕，看起来大气。

销售过程：午饭刚吃完，眼看都13点了还没买到机，买场空溜溜的，人影都没个，可能大雾天吧，没多少个人逛街的，准备去洗手间的时候，一个中年男士走进了三星专柜，我心想，机会来了，马上冲上去。我：欢迎光临先生，想找什么款式的手机呢？顾客：随便看看，有什么屏幕比较大的智能手机么，我：有呀，（我拿了台---给顾客看）这款是---，您看看？顾客：恩，屏幕够大了，就是薄了点，没什么手感啊。我：噢？这太好了，---刚出了款--英寸大屏的手机，手感还不错，过来这边--专卖店看看吧？顾客：---么，之前有用过电池还比较耐用，现在也出智能手机了吗？我：是啊，刚出不久呢，（马上带顾客到专卖店坐下，倒了杯水给顾客，把机子拿出来给他看。）我：这是---

顾客：就是平常经常去拿货，在车上无聊，想找个屏幕比较大点的能看看电影玩玩游戏和导航功能的。我：那就对了嘛，这款机有--英寸的大屏幕，安卓智能手机嘛，开放式的系统，

——还自带了——市场有着海量的游戏软件给你下载，而且还是免费的，而且也可以在线搜索观看电影，多方便，还支持720p高清播放，你看看播放的效果，高清吧，一点卡屏啊，迟钝的现象都没，多顺畅。机身带有高德gps语音导航，还有3d效果，想去哪里只要设置地点，开始模拟导航，就会自动带你去想去的地方，你试下……顾客：还不错啊，上网速度挺快的，地图显示效果还比较清楚。我：不错吧，要是加上一张联通的3g卡那网速才叫牛，现在这智能手机还能帮你省下不少钱哦。顾客：哦？怎么个剩法？我：有没有玩过微信？这是个类似qq的一种联系软件，它叫部对讲机一样，可以发送语音，还可以打字，像发信息一样，还可以发图片，视频等，还有我可以帮你下载个团购大全，平常你身边有什么优惠活动啊，你都可以清楚的知道，这是不是能帮你省下不少钱呢？顾客：好了，就拿这台吧，多少钱？有什么东西送不？我：这台——只买——，你也算是个老客户的，这样吧，送你个——，平常出去拿货啊，旅游都用得上的，用得好用的话多介绍点朋友过来，请问刷卡还是现金呢？顾客：刷卡吧。

成功关键点：抓住顾客的`需求，重点介绍，让顾客跟着自己的思路去走，体现出这款机的价值能给顾客带来的利益。直接简单，别说太多没用的东西，心得体会；首先要了解顾客的需求，然后给他重点介绍，要显的强势些，给让顾客觉得，你说得很对，让顾客能体现出这机的价值，顾客都是贪小便宜的，给顾客介绍些能给他带来利益的功能去吸引他。

## 手机自燃应该找谁赔偿篇二

世界级的管理大师彼得·杜拉克曾经说过“企业成立的目的是要创造顾客和保留顾客。”什么东西能创造顾客？就是销售。保留顾客的秘诀就是服务。好的开始是成功的一半，销售首先是从顾客的接触开始，顾客大多是因广告宣传进入卖场，很多门市销售人员并没有尽到销售的本职，只起到了解说的义务，但优秀的销售人员应该善于用微笑建立与顾客沟

通的桥梁。

开场的第一个技巧是销售“新”的产品或特色，对于新产品顾客会产生好奇心，会有较强倾听的愿望，销售人员要不断将卖场的产品表达出“新”来，将所有表达的东西呈现出来，和顾客一起欣赏，促使顾客对新产品的认知。销售人员可为顾客设想，帮助顾客去想象自己所需的外观和内在功能。这点对于开单帮助很大。

营造热销的气氛是因为人都有趋向热闹的特点，对于热销都有充分的好奇心，这就是良好的销售时机，因此销售人员需要适当营造热销气氛。如何营造热销气氛？除了接待的顾客以外，销售还应利用好正在拍照、摄像、开单的顾客来制造话题，通过你的语言表达来实现热闹气氛。例如：这个价格是全县最低的价格的，质量很稳定，每天都有多少人来订够，并且反映都很好，有很多人购买之后还带朋友来买，等等。要通过语言设计开场白，突出卖点，好的开始是成功的一半，精心准备的开场语言可以成功地促成更多销售。

优秀的销售人员要善于寻找自己卖场的优点，寻找会给顾客带来的好处，不成功的营销员往往会找到自己卖场的缺点来安慰自己，允许自己不断失败。进入卖场的每位顾客，都是销售人员的潜在顾客，都存在成交的可能性。有数据统计：每位消费者都有消费的潜能。如果顾客预算是1000元购买一部手机，当他的消费潜能被激发出来后，最后可能花费到1500元以上。销售人员如果能够把握住机会，除了正常销售外，完全有可能开发出顾客的消费潜能，购买部分配件，无形中产生附加利润。

绝大部分人希望多赚，少花钱，还有一些人喜欢与众不同等等。聪明的销售人员要学会运用人性的弱点促成销售。多嫌的心态表现为希望花相同的钱赚取更多的利益。这样的顾客，在销售工作中随处可见，赠品可以很好地满足这种顾客多赚的心态。但在赠送之前，一些定要清楚顾客喜欢何种赠品，

不然顾客往往会要求很多。销售人员要把握住一个尺度。尽管赠品的价格不一定很高，但是顾客并不愿意另外花钱购买。这就是赠品的魅力，人的弱点会认为获得的赠品是“不要白不要”，获得赠品就是多赚了。同时要尽量体现出赠品的价值感。少花与多赠的心态是相互对应的，少花也是人性的弱点，利用促销、打折、免费都可以使顾客少花钱，从而极大地刺激顾客的消费欲望。

尽量先询问容易的问题，在一般的销售过程中，价格是最困难的问题，也是促成开单的关键之一，销售人员一定要从询问比较容易的问题开始，而将价格询问留在最后。当顾客对这部手机的所有价值充分认可了，再谈价格，就会减少很多很多阻力。过早的问及顾客的预算，还容易令顾客产生抵触心理。问到的预算往往都不是真话。

门市人员应学会在沟通中判断顾客的消费能力，然后为顾客设计预算。如果顾客及早地介入到价格中，门市人员可以运用一些像“没关系，价格一定会让您满意，先看看喜不喜欢这部手机，如果不喜欢的话，再便宜，你也不会购买的，是不是？”然后继续讲产品或与顾客沟通，刺激顾客的购买欲望。若顾客刚进门就询问价格，此时，顾客的购买欲望并不足，只是在参考各个卖场的销售，价格很难让顾客满意。遇到这样的顾客可以充分把握好，让我们的服务把顾客留下，而不是夸夸其谈的把价格挂在嘴边，这样很容易流失成交机会。

销售人员很多都很头疼顾客的陪同者，你若忽略了这个人“第三者”的存在，成交就有了一定难度，销售人员要利用好“第三者”，关心得当。让“他”、“她”先认可你的态度，知道没有不一样的对待他们，他们得到同样的重视和关心。

在最后要订单的时候，门市人员的心态是很重要的，要实现成功的销售，态度比技巧更重要，不要害怕被拒绝，被拒绝

是很正常的。当顾客犹豫不决时，门市人员切记不能失去耐性，帮助客户做决定是很好的一种技巧。

在销售法则中有一个二选一法则，销售人员可以给顾客价格套系，让顾客决定1或者2，适当的强迫顾客从1或2中作决定。

数量有限或限期是销售行业经常采用的方式，当门销售人员明确、诚恳地告知顾客时，会增加顾客在时间以及限量方面的销售，急迫感使顾客明确若现在不购买，就会错过极好的机会。销售人员要记住，不要轻易放走顾客，顾客出了这个门就不一定会是你的顾客。在谈判过程中，给顾客强大的压力。此时（今天）就是最好的机会。

销售人员需要清晰的知道，无论你怎么降低价格，顾客也永远认为你在赚钱，而不会赔本。无论你怎么强调打折、特价、没有利润，顾客永远不会相信这是事实。当顾客把最后的决定建立在价格上时，没有门市能够通过价格把握住所有顾客。

常见顾客提出的异议是“太贵”了，“用不起”，“比预算高”，针对这些价格异议，门市人员要真正了解顾客的原因。对于顾客提出“太贵了”通常一般卖场会有一种错误的方式：“这样子还嫌贵呀”、“我们是最低的价格”、“多少钱你才肯买”，这一类的话好像暗示顾客嫌贵，就不要买了，如果想讨价还价就请走开，不要浪费时间，或者没有商谈余地，这些都是错误的说法。这样的方式很容易让顾客产生质量没有保证的想法。正确的回答方式应该是：“是的，只要我跟你说明我们贵的原因，其实我们贵得很值得，再就是对这个价格看您跟哪个档次的卖场比了。”通过这样的回答，门市人员可以再次包装营业厅的产品、服务，提升自己卖场的价值，刺激顾客的决定。

此外，销售人员也可以借机讲一些顾客选择我们的故事，以此来引导顾客，达到成功的目的。可以讲述别人盲目选择价格低的手机以后带来的烦恼，可以再次提醒顾客购买一部手

机，质量和服 务的重要性，让顾客启发自己。加上沉默的压力，这个时候就要再讲话了，任何话都是多余的，微笑看着顾客，让顾客做出回答，这样可以有效解决“太贵了”的问题。综合以上问题，门市人员可以通过观察顾客的谈吐、穿衣打扮、职业类型来判断顾客的收入水平，判断他所说的是借口还是事实，然后灵活地进行处理。

说得太多了，反而不容易抓住重点，总的来说平时多学习，将理论和实践结合起来就行了。加油吧！

### 手机自燃应该找谁赔偿篇三

时光匆匆，转眼间已经离开xx市场10天有余了。回首xx市场，有太多的辛酸苦辣甜。我可以对xx市场说：“谢谢你让我更快地成长！”xx市场的三个月是我学习东西最多的三个月。我有时感觉我就是一棵小树，每天都有枝条被修理，虽疼无怨。客观地讲，在工作及生存方面我都受益匪浅。

工作方面：

我对终端造势有了更加深层次的了解。我们以前作快速消费品只讲究陈列。所以我在终端布置维护上面非常重视，做得也比较到位。但是在人气提升方面不足。以前听其他区域经理讲“搅和市场”，我不明白其中的真谛。通过5.1和5.17我可明白了“搅和”的妙处。5.1那天办事处经理领着咱们的10个漂亮临促到xx商场去了，其中有4个临促拿着已经录好口号的扩音器，有举牌的，还有发dm的。商场的那些经理也都高兴得手舞足蹈的。其实所谓“搅和市场”一是给顾客看的，二就是给经销商看的。那天我品牌在该商场的销量真是疯了一样。平时办事处经理总是告诉促销员对外宣传我品牌的销量如何如何好！卖两个说四个！不少商家和店员都非常高看我品牌。办事处经理在与经销商谈话是总说谁谁做托普赔了多少，谁谁做xx赔了多少□xx听说也不景气，我品牌有多么稳定

等等，某某商家如何支持我，赔钱卖机器来支持我们我品牌。效果真的很好！真是假作真时真亦假，无为有处有还无！这都是终端造势吧？！

通过对市内的观察和思考，我渐渐明白了外县工作的突破口。决胜在终端，终端看零售。一台手机的成功销售需要两个力，一个是拉力，一个是推力。拉力就是广告效应。我们能做的就是终端形象的建设。所以我每到一個外县经销商那里的第一件事就是和负责人一起拿尺到处量，做一切有效的形象。终端最有效的维护者是谁？促销员！没有促销员的上促销员，有促销员的加强其终端形象维护意识。

在促销员招聘方面我也是长了见识的□xx商场的零售量的迅速飙升得益于一个促销员。她与商场的关系非同一般，她不像有的促销员那样沦为“店员”，而是她周围的人都帮助她销售我品牌。她的销量直线上升。看来找个能让经销商支持的促销员实在是上上策。

办事处经理在处理乱价方面也是高手。一方面大张旗鼓地制定各个直供机型的最低零售价，说谁也不可以乱价，否则以差价为额度进行罚款。另一方面实施的过程中乱价依旧。不过除了自家促销员由于客源被抢而抱怨外，商家基本没有意见。为什么？因为每个商家都有2-3款包销机型，有钱赚的。

在资源分配方面办事处经理对我说，新机型上市之前拿着机模都各家去转，只谈机器功能价位，不谈进货。看商家的反映。根据公司的相关政策指导从中选出一家作为1-2个月的包销商。事先讲好，若销量不好或者公司强烈要求，则一个月后直供。

在拱门帐篷等终端物料的分配上，办事处经理始终坚持一个原则：谁支持我，我支持谁□xx是压货大户，每次他们前的我品牌物料最多。当有的经销商要的时候，办事处经理就说，谁谁早已经找我定完了，下次。

办事处经理始终给经销商一个感觉：你家并非不可或缺。压货的时候，办事处经理到经销商那里说，你家什么什么没有了，进多少多少台。经销商很少有直接回绝的。于是办事处经理撤退，告诉我去盯款。他说这样有两个好处，一告诉经销商我办事处经理不指你出菜，如果办事处经理亲自去盯款就跌份了；二，建立我和经销商沟通的平台。办事处经理同时嘱咐我，经销商的钱是有数的，谁抢到就是谁的。另外，未防止夜长梦多，市内所有的经销商打款我要跟着一起去。打款、定单、记录一定要干净利索。有的时候压货需要促销员在商家耳边先吹两天风，然后我们再去谈货。

外县我跑地很勤，部分商家当时都同意进货，但就是迟迟未动。后来在我几番催促下打款了，但是进货量未达到预期效果。有一次，办事处经理对我说：“你信不信，你跑一趟，不如我的一个电话。你今天去拜访一个外县的经销商，他晚上会给我来电话说你来了，并问政策，问可行否。”是呀！我深知在xx市场工作两年的办事处经理的一句话胜过刚到两个月的我的一天劳作。运筹帷幄之中，决胜千里之外。

在治理经销商方面，办事处经理也是手法犀利。xx商场4、5月份的进货和零售都十分可怜，态度不积极。我请示办事处经理。办事处经理说开新户。新户开了，该商家炸了！当时就差骂人了。我当着办事处经理的面按事先想好的话说：你连续两个月进货太少，我月月开基本工资，办事处经理天天训我，这是无奈之举。办事处经理这时出来圆场，说两句我不易，然后给商家吃定心丸。两天后，商家主动给我打电话说要进货。办事处经理说了一个字“贱”！哈哈！太有意思了！这就是配合的乐趣！

那三个外县办事处经理从不直接插手，他说，他插手我就不好开展工作了！

整个xx市场地区，从盯款、打款、核库、报表、申请、终端、活动到接发货全有我来执行，虽然一天很累，虽然并未十全

十美，但我充实，我为分公司卖命。现在这些我都拿得起也放得下。

## 手机自燃应该找谁赔偿篇四

4月14日至4月16日，我有幸赴郑州体育馆参加了全国教育名家论坛——第五届魅力课堂暨名师工作室导向培训会。

这次教育名家论坛，给我们带来了“简约教学”“你知道吗？大问题数学”“无痕教育”“问题策略教学”“和谐数学”以及数学中的发现问题比解决问题更重要的教学模式，这一系列的教学模式让我受益匪浅。

3天的学习短暂而紧张，我却从中收获了很多。名师教学可谓“清新而深邃，灵动而扎实。”他们从新理念、新方法、新手段组织教学，风格各异，引人入胜。和谐的师生关系贯穿整节课，很好地落实了所上课的教学目标，体现了新的学习观、教学观和教师观，他们以丰富的教学经验，厚实的专业知识，高超的教学技能、彰显了名师风范，让我们在场的每一位老师留下了深刻的印象和不停的赞叹声，让人受益匪浅。下面我就以徐长青老师的课堂为例，谈谈自己的所学、所思和所感。

巧妙的导入可以调动学生学习的积极性，使学生产生浓厚的兴趣，并怀着一种期待、迫切的心情投入到探究活动中。学生有了求知的欲望，接下去的教学就“水到渠成”。在徐长青老师所执教《解决问题的策略》的课堂上，我欣赏到了徐老师高超的导入艺术，他在课前以“魔术”吸引学生兴趣，所谓的魔术，就是就地取材的“撕纸”，这个让学生好奇的情境，调动了学生参与活动的积极性，使学生在积极的情感中自主地、能动地探索、发现新的知识。

一张纸能否撕出20\_\_片、20\_\_片？学生初次接触会对这样的问题觉得无从下手老师讲解这样的问题也会觉得头疼，觉得

自己说的很清楚了，可是学生总是不能理解。徐老师讲的这节课让我也获益良多，徐老师善于让学生运用借鉴已有的知识经验，通过学生的反应很快就知道学生的就近发展还在哪，然后利用就近发展还拓展新知识，也就是他讲的“回头看”，“知难而退”的道理。通过这样的探索过程，使学生对自己的思维过程、学习方法进行提炼，使学生零散的感性认识得到提升，情感、态度、价值观得到升华。而这种学习体验过程在我看来比学习课本知识更重要、更珍贵，它会影响到学生对其他事物的思考，为学生的今后学习生活积累财富。

在我们平时上课中，我们总是有意或无意的向学生透露我们心中正确的答案，使学生总是按着老师设想的去做，没有自己的看法，而在徐老师的课堂上，我们听不到答案的对错，他总是在鼓励同学们，即使答案不同，只是告诉同学们那是因为大家思考的角度不同，他是从教学中真正让学生体会到了探索的快乐、学习的自信。而我们大多数老师习惯用自以为是的方法来解释学生的行为，用自以为正确的方式来对待学生，这就造成了教育的偏差和对学生的误导，所以，我们必须真正让学生独立思考，尊重学生的个性，要接受多元共存，真正做到“海纳百川”。

除了徐长青老师，我还听了其它几节高质量的观摩课。吴正宪老师的问题串教学，在观摩课——复习课中学生达到“通”的效果。

罗明亮老师由“你知道吗？”引入课题，告诉我们数学要讲道理，做讲道理的老师，追寻讲道理的课堂。

余颖老师在做游戏之中让孩子们学会了知识，她说“跟强者玩，自己会越来越强大”，与此同时也让我意识到我们所有人应该接触正能量的强者。

张齐华老师揭示了数学课堂的“新常态”，让我们明确核心素养，把握主体，抓住关键。

徐斌老师在解决问题策略中贯穿画图思想，他指出：“解决问题”不再是“教学领域”，“问题解决”成为了“课堂目标”。他说：“知识背后如果没有方法，知识只能是一种沉重的负担；方法背后如果没有策略，方法只不过是一种笨拙的工具，策略是方法思想间的过渡状态”。

蔡宏圣老师幽默的课堂中告诉学生们何为真懂？

强震求老师课堂中与学生交流、比赛，让我们对圆的认识更进一步。

接近尾声时迎来了符永平老师展示的初中章前图导学课，由学什么？怎么学？引导学生去发现问题，自己去设计数学问题，这样的课堂让学生们对本节课的知识点理解更透彻。

每个老师给人的感觉都是浑身充满着朝气与活力，洋溢着灿烂与热情，他们注重的是学生的个体及课堂的生成，从他们身上看到的更多的是对学生的关爱，循循善诱，用自己独特的人格魅力深深地影响着学生。

结合本次的听课学习，我尝试着把课堂还给学生，课堂上他们互相交流自己的想法。

针对自己做错的题，不是去凑答案，而是让他们和同桌交流自己做此题的思路，这样同桌指出他的错误同时，双方都对此题又有了更深刻的理解。

当然这样实施的前提是班里座位的安置要合理，不至于课堂出现混乱。

在实施了几节课后，大部分学生能参与进课堂中，个别后进生的积极性还是不高，在接下来的课堂中我会继续督促激励这部分学生，让他们充满自信的参与到快乐的课中。我也会以此次学习为契机、继续好好研究教材，思考教学，组织教

学，增进自己的教学水平，给学生呈现一堂堂精彩的教学课，让学生在教学的世界里快乐的学习成长，在漫长的教学生涯中，我会边走边探索，且行且努力！

## 手机自燃应该找谁赔偿篇五

我们先来说一下什么是销售？我自己所认为的销售就是：买与卖。只要有销售，就会存在有很多的比拼与竞争。

尤其是我们手机行业，最近几年的竞争也是愈演愈烈，隔过厂家不说，在我们诸多的省代、平台、包括通讯大世界中，互相之间的竞争都非常激烈，因此我们要懂得如何销售，才能在这些竞争中立于不败之地。下面简单来说一下我在手机销售中的心得与体会。

如果一个对自己都没信心的销售员，能做出好的业绩吗？很明显是不可能的。所以我们做人、做事都一定要有自信，相信自己，自己就是最伟大的销售员，每天都要告诉自己：我是最棒的！

对公司和公司的产品要有信心，相信自己的产品在同等产品中就是最好的，如果连对自己产品的信心都没有，就会注定这次销售的失败。

所以说信心和自信是销售成功的一半。

制定合理的销售计划，这是完成销售任务最关键的一步。包括我们的销量如何划份、产品型号如何划分和目标客户如何划分。从每个月的销量任务划分每周的销售计划，再针对分析客户和产品来细分每天如何完成。

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。再给自己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。

简单来说就是维护老客户，开发新客户

要经常和老客户保持良好的交流与沟通，要关注客户的各个细节，不能让客户忘记自己和自己所销售的产品，能与客户长期建立信赖感，发展成为朋友是最好的。在销售领域，如果彼此没有信赖感是无法达成任何销售的，所以要以诚待人，以自己最好的一面与客户沟通、交流。

还有就是我们的目光不要只放在大客户上，大街上所有的店面都可能成为我们的客户，我们不能忽略小客户的存在，只是一味的去跟大客户。

客户的规划和管理，我的方法是先求质后求量。

最重要就是勤快。平时多往客户那跑，经常打电话联络一下感情，增加客户对自己的印象，才能对自己的产品增加印象，销售产品要先销售自己。

还有就是脸皮够要厚。遭到拒绝时，要有一定的承受能力，不能灰心、不能气馁，更不能死缠烂打，要多想点策略和技巧。还要会拿别人的产品和自己的比较来提升自己产品本身的特点。

一句话就是：心勤、嘴勤、腿勤。