

最新空调销售宣传 空调销售心得体会 (优质5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

空调销售宣传篇一

年的第一季度已经过去了，在这三个月的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，我感觉有必要对今年空调销售工作的开局做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心在金融危机中把下季度的工作做的更好。下面我对本季度的工作进行简要的总结。

我是去年十一月份到公司工作的，十二月份开始组建综合事业部，在没有负责综合事业部工作以前，我负责了一个月的商务 9 部。在来公司之前本人在家休息了一年多，为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教公司领导和其他有经验的同事和经理。一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对盐城市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的分析客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，指导同事和客户进行良好的沟通，所以经过三个月的努力，也取得了一定的成绩，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，但是本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个空调销售人员的位置上，对销

售人员的培训，指导力度不够，影响了综合事业部的整体销售业绩。

部门工作总结 在将近五个月的时间中，经过综合事业部全体同事共同的努力，使我们综合事业部的业绩渐渐被公司所认识，同时也取得了宝贵的销售经验。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是综合事业部第一季度的销售情况：

1 月总业绩：166700 2 月总业绩：241800 3 月总业绩：252300 从上面的空调销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。在盐城市场上，虽然行业公司众多，但我公司一直处于垄断地位！那为什么我们的业绩和开展市场有这么大的压力？客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1)销售工作最基本的客户访问量太少。综合事业部是去年 12 月月开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有 313 个，加上没有记录的概括为 46 个，三个月的时间，总体计算销售人员一个月拜访的客户量平均为 9 个。从上面的数字上看我们基本的客户拜访工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图；对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度， 3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，空调销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4) 市场的开拓能力不够，业绩增长小，个别空调销售同事的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

空调销售宣传篇二

在这过去的里我对公司的业务已经很是熟悉，虽说签的单子就那么几个，但是我还是学到了一些对自己有益的东西。从当初签单的喜悦到后来的工作的平凡。我有时也在自己的总结，怎么和客户处好关系?怎么才能签更多的单子?总的来说个人总结如下：

自己做的还算不错方面

3、能够保持良好的心态，承压住压力，努力工作。

“天道酬勤”，这四个字说到一点不错，总的来说我还是跑得少了。所谓的业务员，就是不停的跑，有目的的跑，有效率的跑。可是我跑的实在是没有效率。我感觉对公司有点愧疚，业务量没有上去。我细分析下主要有以下几点：

1、对所属区域的客户了解还不是详细；

2、与客户沟通不是太好；

3、自己有懒惰的心理，没有注意回访。

划：

1、进一步加强自己对中央空调业务的学习，让自己的知识面更广；

2、加强客户的联系，做到半月一电话，一月一拜访；

3、时刻保持良好的心态，以积极的心态应对工作中出现的任何问题

2020遇到的困难挺多，挫折不少，但人生的旅程上如果没有障碍，人还有什么可做的呢。人生、工作都是不断的出现问题，不停的解决问题，愿2020己能够取得好的成绩，完成更多的业务量。

空调销售宣传篇三

一直以来一直从事着中央空调的销售工作，也有很多朋友通过电话□qq□邮件等方式问我销售方面的事情，今天刚好闲下来，就中央空调销售中的事情在这里简单谈谈，借以抛砖引玉。

一、注重细节，把握客户需求

过了节，年前谈的一个小客户，大概有1200平方的样子，老板在__还是比较有实力，花了900万买了一个比较出名的楼盘的一层，想在办公区域里装一套中央空调。由于我们一般不做这么小的客户，但是是以为好朋友介绍的，没办法必须做。因为年前给了装修设计图纸，年前就给他做了暖图设计。过了年甲方就要求我们去现场看场地，定出风口、主机位置。

半个小时下来，介绍基本完毕，除了风口之外，其余的地方全部定了下来。后来装修公司说由于人比较多需要安装新风系统，但是由于空间位置问题，安装的空调无法提供新风装置的功率。老板也对这个问题比较敏感，要求安装新风装置，但是我在看的过程中非常注重她的整个办公区域的格局，发现她的办公区域和电梯间是联通的，也就是说她的办公区域是敞开的，我立即建议说，电梯安装的有换风装置，只要办公室的人员达不到50%，完全没有安装换新风的必要。几个人走到电梯口一看，果然不错空气很流通。好，异议解决，同

时也为甲方省去了一笔不小得开支。

二、因人而异，揣摩客户意思

年前去了一趟__见客户，客户很客气也很热情。但是由于我不怎么抽烟，所以连烟都没有带。但是年底了大家都需要办年货，于是在此之前我就了解了一下客户，知道她的爱好，就买了两箱不错的酒和几箱山药、三条烟。这样办的原因是酒他可以自己喝，也可以送领导，因为每箱都要1k以上，山药呢，累了一年了给自己补一补身体，老婆看了一会高兴地，烟呢，差不多1k一条，招待客人绝对有面子。果然，送过去之后，对方很满意，我们聊了很多东西，很投机。如果不是这些东西做铺垫，也许效果会差一点的。

过了年去了这个客户那里两次，第一次什么都没带，原因是刚上班办公室人比较多，不方便，顺便再观察一下她的爱好。呵呵呵，没办法呀，这是做业务的必修课啊。发现客户比较喜欢和铁观音，好，心里有数了。回来之后，连夜去了趟__的__，买了两提__的铁观音，第二次去就拿过去了，他一见就笑了，你怎么知道我喜欢铁观音啊，我笑笑，心里乐了。

“投身销售彻夜难睡，西装革履貌似高贵，其实生活及其乏味，为了生计吃苦受累，鞍前马后终日疲惫，为了降库几乎陪睡、点头哈腰就差下跪，日不能息夜不能睡，客户一叫立马到位，屁大点事不敢得罪，一年到头不离岗位，”这是前不久一位做销售朋友发的短信，短信内容似乎对销售人员有调侃之意，看完之后，一笑而过，笑过之后，品味自己，不知不觉已经从事三年中央空调销售工作，经过无数次的锤炼之后，对销售工作也有了一定的体会。

我认为腿勤、手勤、口勤是做好业务的要素，态度是能力提升的前提，企业的用人制度与这些方面也都是息息相关的，态度端正后，你就能够在某一阶段做别人都不愿意去做的事，从而使自己以后有机会在某一阶段做别人不能够做的事情，

这也就是所说的积蓄薄发。

销售人员要了解客户，在了解的基础上建立客户档案，随时沟通联系，在特定的节庆日给客户送上一份祝福，这些细节都能够起到一定的作用。销售业绩取决于客户拜访量和成功率大小，客户拜访量指的就是在一定的时间内，拜访客户的数量，就是节省时间，尽可能的多拜访客户。这听起来比较简单理解，但实际做起来也需要做很大付出的心血和精力。这也就是所说的要感动客户。

客户成功率指的就是在一定数量的客户当中能够成交的客户所占的比例。当然客户成功率越大越好，最好是100%。但是往往事与愿违。在实际销售工作当中，因为不同的客户对产品有不同的需求，对产品的特点等也有不同的看法。那么影响客户成功率的都有哪些因素呢？也就是说怎么才能提高客户成功率呢？我个人认为客户成功率取决于业务员能不能给客户能够提供能够满足其要求的产品。这就要求业务人员对产品要有十足的了解认识，并且对客户的真正需求要有敏锐的观察力。及时地发觉客户的真正的需求，通过对自己产品的了解，对某个产品或某几个产品来满足客户的需求。

对于销售工作来说，业务员往往在错综复杂，扑朔迷离的环境中寻找机会，历尽艰辛，排除万难，努力销售，最后把商品连同个人不屈不挠的工作精神销售到千家万户中去。优秀的销售员永远值得称颂，人们不会忘记我们那份崇高的事业情操—爱事业、爱顾客、爱世界的广阔胸怀。我们是当今商品世界发展的动力和最伟大的使者。反之，那些思想意识、心理素质差的人，往往在销售的过程中不能在客人面前展示自身的形象，推销自己的言行和意志，因而他们一再遭到失败。在销售实际工作中，任何轻慢或虚伪行为都将遭到失败。可以说失败者最致命的失败，莫过于他身为销售人员而不懂得什么才是最根本的工作，那最根本的是什么呢？就是腿勤、手勤、口勤；细心、细心、再细心；大胆、大胆、再大胆。

公司给了我们销售人员很大的发展平台，我相信随着__中央空调产品系列线的完善，品牌知名度进一步的提升，通过我们自身努力，未来的销售市场，我们会是一只只腾飞的巨龙。

空调销售宣传篇四

营销心得 我有幸与相伴，在营销的历程中一起走过了 4 年的风风雨雨，应该算是一个老员工了。作为一名营销战士，我首先要感谢带给我的自由和如此丰富的人生体验，感谢逐渐将我磨练地坚韧和不屈，感谢让我更加热爱生活。下面是我在营销的几年中的几点感悟，愿同大家分享。

营销的过程就是学习的过程，我经常检查自己的营销思路和营销体会。我觉得，无论做哪种产品的市场营销，首先都要了解这个产品，了解产品的性能，了解产品的所有信息，尽量了解这个产品的市场的发展起源和现在、以后的发展方向，多找些资料预测一下这个产品的市场前景；一个优秀的营销人员，必须不断地充实自己的专业知识，对自己所推销的产品要先有所认识，要能说出与同类产品的异同，最主要的是优点在哪里，做到知己知彼。

一个有成就的营销者，在他身上一定有吃苦耐劳和持之以恒的精神，一分耕耘、一分收获的真理在这上面得到了最全面的诠释。坦白地说，做营销并不是一件轻松的事，它是体力和脑力的共同结合，可谓“劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行弗，乱其所为。

”为了它，我四处奔波，日夜操劳；为了它，我挖空心思，有时彻夜难眠。经验告诉我，凡事都贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的，是需要长时间的努力日积月累起来的。明白了这个道理，那么前面的苦也就算不得苦了。

如果因为惧怕困难而放弃，那么就永远都不会成功，我坚信只有坚持到底才有见到曙光的那一天。

营销人员在另一个方面也代表着形象。激发顾客的购买欲是销售成功的开始，作为一名营销员，一张悦目的笑脸甚至比端庄的仪表更重要。因为真诚的笑容是人与人之间沟通的最好的桥梁；热情的微笑，会让人倍感亲切，双方之间的陌生感会顿然消失，沟通的渴望便会油然而生。

我认为，当热情的微笑成了一种职业习惯，必然会带来源源不断的商机。

以诚相待，把客户当成自己的朋友和伙伴。做空调销售没有速成的诀窍，大多数业务都不是一次就能谈成功的。要取得别人的信任，以诚相待是第一位的。子曰：

“人无信，不知其可也。”

整个社会都在呼唤诚信的今天，在营销中要求我们”必须做一个诚实而客观的人，既不欺人更不自欺。说话动听固然重要，但若出尔反尔，弄虚作假，就算一次生意做成了，可往后的合作就很难了。因为我懂得诚信对于营销者整个的营销生涯来说占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责，当然，诚信也是最基本的人格保证。同时，我觉得，对待客户的拒绝，要把它当成我们财富的积累而不要把它当成业务上的失败，要把客户当成事业上双赢的伙伴，而不是要征服的对象。说到底，合作成功的关键是人与人之间的一种信赖。我的体会是，真诚的交流，合作就会更加愉快。

给我们的营销工作带来了新的机遇和挑战，她是健康天使，为人间增添温暖，让我们一齐努力，与一起成长，共享成功。

空调销售宣传篇五

为了使空调能够更好地普及，聪明而智慧的厂家们开始新一轮

的技术革新,空调朝着更节能、更舒适发展了。下面小编就和大家分享空调销售工作总结,来欣赏一下吧。

一直以来一直从事着中央空调的销售工作,也有很多朋友通过电话□qq□邮件等方式问我销售方面的事情,今天刚好闲下来,就中央空调销售中的事情在这里简单谈谈,借以抛砖引玉。

一、注重细节,把握客户需求

过了节,年前谈的一个小客户,大概有1200平方的样子,老板在还是比较有实力,花了900万买了一个比较出名的楼盘的一层,想在办公区域里装一套中央空调。由于我们一般不做这么小的客户,但是是以为好朋友介绍的,没办法必须做。因为年前给了装修设计图纸,年前就给他做了暖图设计。过了年甲方就要求我们去现场看场地,定出风口、主机位置。

半个小时下来,介绍基本完毕,除了风口之外,其余的地方全部定了下来。后来装修公司说由于人比较多需要安装新风系统,但是由于空间位置问题,安装的空调无法提供新风装置的功率。老板也对这个问题比较敏感,要求安装新风装置,但是我在看的过程中非常注重她的整个办公区域的格局,发现她的办公区域和电梯间是联通的,也就是说她的办公区域是敞开的,我立即建议说,电梯安装的有换风装置,只要办公室的人员达不到50%,完全没有安装换新风的必要。几个人走到电梯口一看,果然不错空气很流通。好,异议解决,同时也为甲方省去了一笔不小得开支。

二、因人而异,揣摩客户意思

年前去了一趟见客户,客户很客气也很热情。但是由于我不怎么抽烟,所以连烟都没有带。但是年底了大家都需要办年货,于是在在此之前我就了解了一下客户,知道她的爱好,就买了两箱不错的酒和几箱山药、三条烟。这样办的原因是酒

他可以自己喝，也可以送领导，因为每箱都要1k以上，山药呢，累了一年了给自己补一补身体，老婆看了一会高兴地，烟呢，差不多1k一条，招待客人绝对有面子。果然，送过去之后，对方很满意，我们聊了很多东西，很投机。如果不是这些东西做铺垫，也许效果会差一点的。

过了年去了这个客户那里两次，第一次什么都没带，原因是刚上班办公室人比较多，不方便，顺便再观察一下她的爱好。呵呵呵，没办法呀，这是做业务的必修课啊。发现客户比较喜欢和铁观音，好，心里有数了。回来之后，连夜去了趟，买了两提铁观音，第二次去就拿过去了，他一见就笑了，你怎么知道我喜欢铁观音啊，我笑笑，心里乐了。

年复一年，日复一日，每年空调五月份价格飞涨且销售断货，各大商场出现抢货情况，随后空调安装人员加班加点忙着安装，甚至到零晨还在忙于奔波。

空调价格高低分析：

安装师付最忙时：5月-10月，一天工作量达16个钟，忙的吃饭都没有时间，每个买了空调的客户催个不停，在晚也要今天把空调装上，不然睡不着觉，并且买了空调后还需要至少三天到一个星期才能排到单，上门安装时，一看难装的地方就直接不安装或者多收你几百元的高空费，因为人家也要生活嘛，谁让你的地方这么复杂呢？，对于消费者来说买空调的效率极低，你天天打电话投诉也没用。

货源充足时：

10月份以后，基本上不断货，要什么有什么，且价格还便宜。

“投身销售彻夜难睡，西装革履貌似高贵，其实生活及其乏味，为了生计吃苦受累，鞍前马后终日疲惫，为了降库几乎陪睡、点头哈腰就差下跪，日不能息夜不能睡，客户一叫立

马到位，屁大点事不敢得罪，一年到头不离岗位，”这是前不久一位做销售朋友发的短信，短信内容似乎对销售人员有调侃之意，看完之后，一笑而过，笑过之后，品味自己，不知不觉已经从事三年中央空调销售工作，经过无数次的锤炼之后，对销售工作也有了一定的体会。

我认为腿勤、手勤、口勤是做好业务的要素，态度是能力提升的前提，企业的用人制度与这些方面也都是息息相关的，态度端正后，你就能够在某一阶段做别人都不愿意去做的事，从而使自己以后有机会在某一阶段做别人不能够做的事情，这也就是所说的积蓄薄发。

销售人员要了解客户，在了解的基础上建立客户档案，随时沟通联系，在特定的节庆日给客户送上一份祝福，这些细节都能够起到一定的作用。销售业绩取决于客户拜访量和成功率大小，客户拜访量指的就是在一定的时间内，拜访客户的数量，就是节省时间，尽可能的多拜访客户。这听起来比较简单理解，但实际做起来也需要做很大付出的心血和精力。这也就是所说的要感动客户。

客户成功率指的就是在一定数量的客户当中能够成交的客户所占的比例。当然客户成功率越大越好，最好是100%。但是往往事与愿违。在实际销售工作当中，因为不同的客户对产品有不同的需求，对产品的特点等也有不同的看法。那么影响客户成功率的都有哪些因素呢？也就是说怎么才能提高客户成功率呢？我个人认为客户成功率取决于业务员能不能给客户能够提供能够满足其要求的产品。这就要求业务人员对产品要有十足的了解认识，并且对客户的真正需求要有敏锐的观察力。及时地发觉客户的真正的需求，通过对自己产品的了解，对某个产品或某几个产品来满足客户的需求。

对于销售工作来说，业务员往往在错综复杂，扑朔迷离的环境中寻找机会，历尽艰辛，排除万难，努力销售，最后把商品连同个人不屈不挠的工作精神销售到千家万户中去。优秀

的销售员永远值得称颂，人们不会忘记我们那份崇高的事业情操—爱事业、爱顾客、爱世界的广阔胸怀。我们是当今商品世界发展的动力和最伟大的使者。反之，那些思想意识、心理素质差的人，往往在销售的过程中不能在客人面前展示自身的形象，推销自己的言行和意志，因而他们一再遭到失败。在销售实际工作中，任何轻慢或虚伪行为都将遭到失败。可以说失败者最致命的失败，莫过于他身为销售人员而不懂得什么才是最根本的工作，那最根本的是什么呢？就是腿勤、手勤、口勤；细心、细心、再细心；大胆、大胆、再大胆。

公司给了我们销售人员很大的发展平台，我相信随着志高中央空调产品系列线的完善，品牌知名度进一步的提升，通过我们自身努力，未来的销售市场，我们会是一只只腾飞的巨龙。