

最新业务销售工作心得体会(模板5篇)

我们得到了一些心得体会以后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样能够给人努力向前的动力。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会下面是小编为大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

业务销售工作心得体会篇一

我于20xx年7月加入xx至今在中国人寿工作已有三年的时间。这三年我一直担任中支公司第一营业部业务三部的团队主管，回顾这一年的工作，收获了很多也成长了很多。现将这一年的工作情况总结如下：

业务三部共有代理人32人，一年来在公司领导的关心支持和大家的共同努力下，我部在个人代理业务上取得不错的成绩，截止到11月30日第一营业部业务三部创造了车险保费万，非车险保费万的佳绩，提前一个月完成中支下达的保费任务。

一年来，根据上级公司下达给我们的全年销售任务，我部制定了全年销售计划，按月度、季度、半年度、年度来分时分段完成任务，由于我部的有效人力较少，又加上人保、平安电销对车险业务的冲击，在业务拓展上曾经出现一定的困难，面对激烈的市场竞争，我们没有放弃努力，通过与上级部门沟通、统一认识，努力增员，并且让业务人员充分了解公司的经营目标以及公司的经营状况。我们把稳固车险，拓展新车市场作为业务工作的重中之重，在抓业务数量的基础上，坚决丢弃屡保屡亏的“垃圾”业务。

与此同时，我们和汽车销售商建立友好合作关系，请他们帮助我们收集、提供新车信息，对潜在的新业务、新市场做到心中有数，充分把握市场主动，填补了因竞争等客观原因带

来的业务不稳定因素。大家团结一心，终于使个人代理业务取得突破性发展。回顾一年的工作，我部各项工作虽然取得了一定的成绩，完成了公司下达的各项指标任务，但工作中仍然存在着一些问题，如有效人力不足，销售产能低下。

对此，我们也认真分析了原因，只有不断提高业务人员队伍的整体素质水平，才能拓展到更多更优质的业务。在今后的工作中，我们会抓住各种学习和培训的机会，促进个人代理团队自身素质的不断提高，为公司的持续、稳定发展打下扎实的基础。

除了业务拓展外，我还兼做第一营业部的财务收付工作，我积极配合上级部门工作，在日常工作中能够认真严格的按照上级公司《财务管理规定》，积极有效的开展工作，严格把关，认真审核，做好每天的日结工作和每个月的手续费对帐与支付工作，并及时送交相关主管部门。

从事财险工作，只有不断的加强对专业知识的学习，才能打造出具有持续竞争力的队伍。我通过日常工作积累，发现自己的不足，利用业余时间学习公司条款，增强对保险意义和功能的领悟，平时我还会向出单人员和理赔人员学习请教，掌握了保险投保、承保和理赔的一般流程，以及一般单证的领用与使用。

一年来，我凭着对保险事业的热爱，竭尽全力来履行自己的工作和岗位职责，努力按上级领导的要求做好各方面工作，取得了一定的成绩，也取得领导和同事的好评。回首一年过来，在对取得成绩欣慰的同时，也发现了自己在很多方面还有待提高。但我有信心和决心在今后的的工作中努力查找差距，勇敢地克服缺点和不足，进一步提高自身综合素质，把该做的工作做实、做好。

业务销售工作心得体会篇二

说起销售，每个做销售的人都有自己的心得体会，下面我谈谈自己这几年做销售的一些感悟。

一、耐心

在得知a公司有扩建项目后，我去拜访a公司关键人时他告诉我以前一直使用s公司的产品，合作的也很愉快，并且很明确的告诉我不会再考虑其他公司的产品了。

该客户的扩建工程共分三期，目前是一期工程。我按照计划每三周左右打电话给该关键人，最开始电话里我并不和他聊产品，而是问候他。比如：工作忙不忙啊、顺不顺利啊、保重身体之类的。从最开始的两三分钟到后来甚至半个多小时的朋友似的聊天。半年后的某一天突然接到他给我打电话来说他们公司用的s公司产品出了问题，由于s公司的人员变动不能及时给他们解决问题，问我公司能不能帮他们解决一下，我立即答应了他，马上安排技术人员前去。问题解决后他非常感激我。在该公司的二期扩建项目中选用了我公司的产品。从第一次拜访到最终和该公司合作共花了十六个多月，第三期工程现在还未启动。

后来他告诉我说：现在和他打交道的厂家很多，打电话全是听他说他公司是多么多么的不错，产品是如何如何的好，每次接到这些电话都很烦。而你打电话来则让我感觉轻松些，有时你的一声问候让我很受感动。现在工作都很忙并且压力很大，工作中难免会遇到一些麻烦，偶尔能收到一声问候让人感到很舒服。以前一直和s公司合作挺愉快，所以开始并不想冒险和其他公司合作，即使价格便宜些。后来慢慢接触你后觉得你这个人挺可靠，愿意交你这个朋友，通过对上次那个小问题的接触，我觉得你公司的服务也还是挺不错的，所以最后决定把这次机会给你。

做销售的人都知道，有些销售像马拉松，将产品销售到有些公司需要一年、两年甚至更久，我们需要的是慢慢的和客户接触，耐心地获得客户信任。

二、细心

在销售中遇到被人拒绝是常事，但被人拒绝后再找什么机会接近对方，有时是需要细心的观察才可以发现的。

三、信心

做销售不是一帆风顺的，就像在大海航行的水手遇到风浪一样总是难免的。当初，我被安排到一个新的市场去的时候曾连续七个月没有签单。

做销售的人都必需要有信心，但如果只有信心，我想再多的信心也会被失败耗光的……

四、关键人先找上面

得知d公司近期有需求。了解到j是技术专工w是他的主任，采购主要用他们两人负责，但本次我公司所涉及的设备通常情况下是由j说了算。我去d公司找到了j并和其建立关系，并间接性的问他是否需要找一下wj说你去和他打个招呼就可以了，这个项目主要是他在负责，并告诉我说价格只要适中就行。我按照他所说的做了。将这次参与竞争的单位一贯的报价进行了仔细分析然后报了一个中间价，满怀信心的等待结果。而结果却让我大失所望。最后被s公司以最低价拿下来了。后来了解到w在看到技术都差不多的情况下选择了最低价。而这个重要的“反常”的决定是j所不能左右的。

这次失败的教训告诉我：关键人得先从上面找起。

暂写这么多，与各位同仁共享。

业务销售工作心得体会篇三

年终公司的员工都要写年度工作总结。但是我们要明白年度工作总结绝不是简单的日常工作描述：做了什么、做的怎么样。不是由于销量好洋洋得意歌功颂德，就是由于销量差而灰心丧气批评检讨。营销经理撰写年度工作总结不应该是被动、被指使，而应该是主动地、积极地，在系统全面分析年度市场整体状况、市场运作情况，深刻自省，挖掘存在的问题，然后有的放矢地提出新年度的营销工作规划，只有这样才可能保障营销工作稳健可持续性发展。这两者是息息相关，密切关联的。

其次，深刻分析市场上主要竞品在产品系列、价格体系、渠道模式、终端形象、促销推广、广告宣传、营销团队、战略合作伙伴等等方面表现，做到知彼知己，百战不殆。目的在于寻找标杆企业的优秀营销模式，挖掘自身与标杆企业的差距和不足。

最后，就是自身营销工作的总结分析，分别就销售数据、目标市场占有率、产品组合、价格体系、渠道建设、销售促进、品牌推广、营销组织建设、营销管理体系、薪酬与激励等方面进行剖析。有必要就关键项目进行swot分析，力求全面系统，目的在于提炼出存在的关键性问题并进行初步原因分析，然后才可能有针对性拟制出相应的解决思路。

运筹于帷幄之中，决胜在千里之外。新年度营销工作规划就是强调谋事在先，系统全面地为企业新年度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白年度营销工作规划并不是行销计划，只是基于年度分析总结而撰写的策略性工作思路，具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

目标导向是营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先要做的就是营销目标的拟订，都是具体的、数据化的目标，

包括全年总体的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标等等，并细化分解。如终端类产品的销售目标就要按品项分解到每个区域、每个客户、每个系统等等；流通类产品分解到每个区域、每个客户等。

其次就是产品规划。根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划；通过销售数据分析出区域主导产品，拟制出区域产品销售组合；根据不同区域市场特征及现有客户网络资源状况，拟制出区域产品的渠道定位。然后就要拟制规范的价格体系，从到岸价到建议零售价，包括所有中间环节的价格浮动范围。有时非常必要结合产品生命周期拟制价格阶段性调整规划。

如果企业仍存在空白区域需要填补、或者现有经销商无法承担新产品销售等原因，还需要制定区域招商计划或者客户开发计划。终端类产品还需要完善商超门店开发计划。

最后，就是营销费用预算，分别制定出各项目费用的分配比例、各产品费用的分配比例、各阶段的费用分配比例。

如此，整体年度工作总结和新年度营销工作规划才算完整、系统。但是为了保障营销工作顺利高效地实施，还需要通过从企业内部来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力。

业务销售工作心得体会篇四

以下是我对销售行业的总结：

1、口才不重要，让客户信任才是最重要的

通常人们认为从事销售工作的一定得能言善辩，巧舌如簧。但高手却认为，最重要的是赢得别人的信任。有位销售人员，

每月销售量是其他人的几倍，但平时少言寡语，讲话还带有浓厚的方言味道。有客户曾告诉他：“我之所以买你的货，是因为你一眼望去很实在，我放心”，善于倾听才是他的秘诀，夸夸其谈，试图诱导顾客的思路是很愚蠢的。可见，只要善于与客户沟通，取得信任，口才不好的人照样能够纵横市场，反过来，只识一味夸夸其谈的人往往会引起顾客的反感和抗拒心理。

2、送礼不如送感情，要做生意先做人。

如果你认为销售就是吃吃喝喝，再给点好处就能搞定，那只能说你差得还很远！一位朋友给我讲了他的故事：有次他准备带货去东莞某医院，临出发前听说那家医院新开了个门诊部，正好当天开业，于是灵机一动，赶紧去花店订购了4盆花篮一起带上。到了东莞就直奔新开的门诊部，门口已经放了不少花篮，但外地的只有他带去的那四个。院长非常感动，留他中午一起吃饭，吃饭过程中，医生跑过来告诉院长设备坏了。这在通常情况下，医院是不可能接受设备的，当然货款也不可能给，这下他慌了。但很意外，院长却反而安慰他说：“没关系，设备留下，下午就打款，过几天你给我换换就行了”。这就是感情的力量，他从你的细心和真诚中感受到了你值得信赖。买花篮只不过花了几百块，但如果这一单搞砸了，损失则是几万块。

这位朋友的销售业绩一直雄居所在公司首位，其实你看他，貌不惊人，才不压众，嘴笨舌拙，又不懂专业知识，他凭什么就这么厉害？用他自己的话说，就是“用心”。当然，有人 would 问：难道这些人就不收好处了？当然不是，问题是好处人人会送，没什么稀奇，但只有同时能送上“感情”的人才能出类拔萃成为高手。

3、眼光一定要长远

一位销售人员在年二十八准备回家前，打了个电话给某老客

户，开玩笑地说：“怎么样，给兄弟做一单吧，凑点路费？”，对方笑着说：“你来吧！”，就这样，早上带着设备出门，连现场测试都没做，下午就带着全款回来了。这在其他同事看来简直是不可想象的事情，他却轻松做到了。问他缘故，他说：“上次去的时候，他们单位经费很紧张，那一单我按照公司给我的底价给了他，非常便宜，自己一分钱没赚着，还赔了路费。这让对方非常感动，总觉得欠我一个人情，所以承诺以后有需要就先照顾我。”

我们可以想想，如果是你，愿不愿意做一单赔钱的生意？对方说经费紧张，你会相信吗？你能相信他以后还会找你买设备吗？这就是一个人心换人心的问题，可能对方是个白眼狼，不记得你的情，那就得看你的眼力，当然，也得有赌一把的决心！就是这位销售人员，曾很自信地对我说：“我就是躺在家里，随便打几个电话生意就来了！”别人不相信，我相信，这就是顶尖高手与普通销售员的差距。

要不断的总结和学习，将不好的改正，将好的保持下来，积累经验，取长补短。

业务销售工作心得体会篇五

20__年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作心得做一下总结。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把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作心得进行简要的总结。我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有_____销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏_____行业销售经验和行业知识。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_____经理和北京总公司几位领导和其他有经验的同事，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。

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，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

存在的缺点：

对于_____市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

二、部门工作总结

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。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。

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。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有_____个，加上没有记录的概括为_____个，八个月_____天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户

量_____个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

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的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，洛阳迅及汽车运输有限公司就是一个明显的例子。

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，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)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三、市场分析

现在河南_____市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。在价格上是卖得偏高的价位，在本年销售产品过程中，牵涉问题最多的就是产品的价格。有几个因为价格而丢单的客户，面对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但面对采购数量比较多时，客户对产品的价位时非常敏感的。在明年的销售工作中我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样可以促进销售人员去销售。

在郑州区域，因为_____市场首先从郑州开始的，所以郑州市场时竞争非常激烈的市场。