

# 最新销售人员的开场白说 销售人员的种 开场白(大全8篇)

提纲还可以帮助我们发现文章中不足之处，及时进行修改和完善。那么如何制作一个高质量的提纲呢？首先，我们需要明确文章的目的和主题，清楚表达要传达的信息。其次，在制作提纲时，可以采用层次分明的方式，将主题分解为若干个子主题，然后再进一步分解为具体的要点和细节。此外，提纲还可以用关键词或短语的形式来表达每个主题或子主题，这样有利于我们在写作时快速抓住要点。最后，在制作提纲后，我们可以对其进行适当的修改和调整，以使其更符合我们的写作需求和风格。考虑到这些因素，制作一个高质量的提纲对于我们来说是至关重要的。以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，希望对大家写作总结有所帮助。

## 销售人员的开场白说篇一

销售员与准顾客交谈之前，需要适当的开场白，开场白的好坏，几乎可以决定这一次访问的成败，换言之，好的开场，就是销售员成功的一半。推销高手常用以下几种创造性的开场白。

### 1. 金钱

几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣。

### 2. 真诚的赞美

每个人都喜欢听好话，客户也不例外。因此，赞美就成为接近顾客的好方法。赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚，就成为拍马屁，这样效果当然不会好。赞美比拍马屁难，它

要先经过思索，不但要有诚意，而且要选定既定的目标与诚意。

“王总，您这房子真漂亮。”这句话听起来像拍马屁。“王总，您这房子的大厅设计得真别致。”这句话就是赞美了。

下面是二个赞美客户的开场白实例。

“林经理，我听华美服装厂的张总说，跟您做生意最痛快不过了。他夸赞您是一位热心爽快的人。”

“恭喜您啊，李总，我刚在报纸上看到您的消息，祝贺您当选十大杰出企业家。”

### 3. 利用好奇心

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。美国杰克逊州立大学刘安彦教授说：“探索与好奇，似乎是一般人的天性，对于神秘奥妙的事物，往往是大家所熟悉关心的注目对象。”那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与众不同的东西，往往会引起人们的注意，推销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

一位销售员对顾客说：“老李，您知道世界上最懒的东西是什么吗？”顾客感到迷惑，但也很好奇。这位推销员继续说，“就是您藏起来不用的钱。它们本来可以用来购买我们的空调，让您度过一个凉爽的夏天。”

某地毯推销员对顾客说：“每天只花一毛六分钱就可以使您的卧室铺上地毯。”顾客对此感到惊奇，推销员接着讲道：“您卧室12平方米，我厂地毯价格每平方米为24.8元，这样需297.6元。我厂地毯可铺用5年，每年365天，这样平均每天的花费只有一角六分钱。”

推销员制造神秘气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很巧妙地把产品介绍给顾客。

#### 4. 提及有影响的第三人

告诉顾客，是第三者(顾客的亲友)要你来找他的。这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理，所以，大多数人对亲友介绍来的推销员都很客气。如：

“何先生，您的好友张安平先生要我来找您，他认为您可能会对我们的印刷机械感兴趣，因为，这些产品为他的公司带来很多好处与方便。”

打着别人的旗号来推介自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要确有其人其事，绝不可能自己杜撰，要不然，顾客一旦查对起来，就要露出马脚了。

为了取信顾客，若能出示引荐人的名片或介绍信，效果更佳。

#### 5. 举著名的公司或人为例

人们的购买行为常常受到其他人的影响，销售员若能把握顾客这层心理，好好地利用，一定会收到很好的效果。如：

“李厂长，××公司的张总采纳了我们的建议后，公司的营业状况大有起色。”

举著名的公司或人为例，可以壮自己的声势，特别是，如果您举的例子，正好是顾客所景仰或性质相同的企业时，效果就更会显著。

#### 6. 提出问题

销售员直接向顾客提出问题，利用所提的问题来引起顾客的注意和兴趣，

如：

“张厂长，您认为影响贵厂产品质量的主要因素是什么？”产品质量自然是厂长最关心的问题之一，销售员这么一问，无疑将引导对方逐步进入面谈。

在运用这一技巧时应注意，销售员所提问题，应是对方最关心的问题，提问必须明确具体，不可言语不清楚、模棱两可，否则，很难引起顾客的注意。

## 7. 向顾客提供信息

销售员向顾客提供一些对他们有帮助的信息，如市场行情、新技术、新产品知识等，会引起对方的注意。这要求销售员站到顾客的立场上，为顾客着想，尽量阅读报刊，掌握市场动态，充实自己的知识，把自己训练成为自己这一行业的专家。顾客或许对销售员应付了事，可是对专家却是非常尊重的。如对顾客说：“我在某某刊物上看到一项新的技术发明，觉得对您很有用。”销售员为顾客提供了信息，关心了顾客的利益，也将获得顾客的尊敬与好感。

## 8. 表演展示

销售员利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意。

一位消防用品销售员见到顾客后，并不急于开口说话，而是从提包里拿出一件防火衣，将其装入一个大纸袋，旋即用火点燃纸袋，等纸袋烧完后，里面的衣服仍完好无损。这一戏剧性的表演，使顾客产生了极大的兴趣。卖高级领带的售货员，光说：“这是金钟牌高级领带”，这没什么效果，但是，如果把领带揉成一团，再轻易地拉平，说“这是金钟牌高级领带”，就能给人留下深刻的印象。

## 9. 利用产品

销售员利用所推销的产品来引起顾客的注意和兴趣。这种方法的最大特点就是让产品作自我介绍，用产品的魅力来吸引顾客。

河南省一乡镇企业厂长把该厂生产的设计新颖、做工考究的皮鞋放到郑州华联商厦经理办公桌上时，经理不禁眼睛一亮，问：“哪产的？多少钱一双？”广州表壳厂的销售员到上海手表三厂去推销，他们准备了一个产品箱，里面放上制作精美、琳琅满目的新产品，进门后不说太多的话，把箱子打开，一下子就吸引住了顾客。

## 10. 向顾客求教

销售员利用向顾客请教问题的方法来引起顾客注意。

有些人好为人师，总喜欢指导、教育别人，或显示自己。销售员有意找一些不懂的问题，或懂装不懂地向顾客请教。一般顾客是不会拒绝虚心讨教的销售员的。如：“王总，在计算机方面您可是专家。这是我公司研制的新型电脑，请您指导，在设计方面还存在什么问题？”受到这番抬举，对方就会接过电脑资料信手翻翻，一旦被电脑先进的技术性能所吸引，推销便大功告成。

## 11. 强调与众不同

销售员要力图创造新的推销方法与推销风格，用新奇的方法来引起顾客的注意。日本一位人寿保险推销员，在名片上印着“76600”的数字，顾客感到奇怪，就问：“这个数字什么意思？”销售员反问道：“您一生中吃多少顿饭？”几乎没有一个顾客能答得出来，销售员接着说：“76600顿吗？假定退休年龄是55岁，按照日本人的平均寿命计算，您还剩下的饭，即20805顿……”，这位销售员用一张新奇的名片吸引住了顾

客的注意力。

## 12. 利用赠品

每个人都有贪小便宜的心理，赠品就是利用人类的这种心理进行推销。很少人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜，又实用。

## 销售人员的开场白说篇二

男：会议即将开始，请各部门员工按照指定位置就座，自觉维护会场秩序，请与会人员将手机调至振动或者关闭状态，会议期间，请各位伙伴不要随意走动。（有请全体起立，让我们共唱《浩鸿之歌》，来振奋我们的精神，展示我们的士气！请就坐）

女：20xx年的闰9月，让此时的秋末冬初并不萧瑟，树木仍然挺拔，小草依然青翠，道路依旧干爽，上天多赏赐的一个月，让这个冬天不太冷，也让我们的拼搏多一分热情和回报！

男：是啊，初雪轻飘的11月又来到了，我们的努力用心付出，孜孜不倦的努力与专业，一定会让我们的辛勤付出多一些收获和喜悦！

女：现在让我们用饱满的热情，高昂的士气来迎接我们充满希望的11月！

男：都说一年之计在于春，一日之计在于晨，早晨起来吼一吼，地球也要抖三抖，谁英雄，谁好汉，咱们比比看！一二部伙伴们准备好了没有！

文档为doc格式

## 销售人员的开场白说篇三

营销员与准顾客交谈之前，需要适当的开场白。开场白的好坏，几乎可以决定这一次访问的成败，换言之，好的开场白就是营销员成功的一半。推销高手常常用以下多种创造性的开场白。

### 1、金钱

几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣。如：“某某顾客，我来告诉你一种省钱的方法。”“据测算，每投入保健支出一元，就能减少疾病开支7元”等。

### 2、真诚的赞美——不是拍马屁

每个人都喜欢听到好听话，客户也不例外。因此，赞美就成为接近顾客的好方法。赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚，就成为拍马屁，这样效果当然不会好。

赞美比拍马屁难，它要先经过思索，不但要有诚意，而且要选定既定的目标。

“张女士，您的衣服很漂亮“这话听起来象拍马屁，但是如果换成“张女士，您穿这件衣服很高雅、很适合您的气质”这话就是赞美了。

下面是两个赞美客户的实例：

“我听王阿姨说，您是很注意保健的人。她夸赞你是一位生活很有规律的人。”

“恭喜你啊，李阿姨，听说你参加老年活动又获奖了，您真

是风采不减当年啊。”

### 3、利用好奇心

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。美国杰克逊州立大学刘安彦教授说：“探索与好奇，似乎是一般人的天性，对于神秘奥秘的事物，往往是大家所熟悉关心的注意对象。”那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与与众不同的东西，往往会引起人们的注意，推销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

一位推销员说：“这种神奇的保健品××核苷酸能从根本上解决问题，是细胞的本源营养，能让你的细胞跑起来。”营销员制造神秘气氛，引起对方的好奇，然后在解答疑问时，很技巧地把产品介绍给顾客。

### 4、提及有影响力的第三人

告诉顾客，是第三者（顾客的亲友）要你来找他的。这是一种迂回战术，因为每个都有“不看僧面看佛面”的心理。所以，大多数人对亲友介绍来的营销员都很客气。如“何先生，您的好友张先生要我找您，他认为您对我们的产品感兴趣。”这种打着别人的旗号来推介自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要确有其人其事，绝不能自己杜撰编造，要不然顾客一旦查对起来，就会露出马脚。如果能出示引荐人的名片或介绍信，效果会更好。

### 5、举著名公司或人为例

人们的购买行为常常受到其他人的影响，推销员如果能把顾客这层心理好好地利用，一定会收到很好的效果。

“李先生□xx大学的王阿姨用过我们的核苷酸，她的糖尿病都好很多了。”



举著名的公司或人为例，可以壮大自己的声势，特别是如果举的例子，正是和顾客相同的地区或职业，效果就会更显著。

## 6、提出问题

营销员直接向顾客提出问题，利用所提问题来引起顾客的注意和兴趣。如“张先生，象您这么忙的成功人士，该怎样保健来保持良好的身体状态呢？”营销员这么一问，无疑将引导对方逐步进入面谈。

在运用这一技巧时应注意，营销员所提出的问题，应该是对对方最关心的问题。提问必须明确具体，不可言语不清楚，模棱两可，否则，很难引起顾客的注意。

## 7、向顾客提供信息

营销员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，如市场行情、新技术、新产品知识等，会引起顾客的注意。这就要求营销员能站到顾客的立场上，为顾客着想，尽量阅读报刊，掌握市场动态，充实自己的知识，把自己训练成为自己这一行业的专家。顾客或许对营销员应付了事，可是对专家则是非常尊重的。营销员为顾客提供了信息，关心了顾客的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

## 8、表演展示

用产品做试验

## 9、利用产品

营销员利用所推销的产品来引起顾客的注意和兴趣。如：展示核苷酸所获得的各种荣誉的图片等。

## 10、向顾客请教

营销员利用向顾客请教问题的方法来引起顾客注意。

有些人好为人师，总喜欢指导、教育别人，或显示自己，营销员有意找一些不懂的问题，或装不懂地向顾客请教。一般顾客是不会拒绝虚心讨教的推销员的。

## 11、强调与众不同

营销员要力图创新的思维方法与推销风格，用新奇的方法来引起顾客的注意。

a□介绍我们的产品的特殊功效。

b□介绍我们的荣誉。

c□介绍我们的特色服务。

## 12、利用赠品

每个人都有贪小便宜心理，赠品就是利用人类的这种心理进行推销。很少有人会拒绝免费的东西，用核苷酸特有的与众不同的优惠政策、一些有真实用途的好的小赠品或者免费微循环检测作敲门砖既新鲜又实用。

当代世界最富权威的推销员专家戈德曼博士强调，在面对面的推销中，说好第一句话是十分重要的。听到第一句话，许多顾客就自觉地决定是尽快打发营销员走还是继续谈下去。因此，营销员要尽快抓住顾客的注意力，才能保证销售的顺利进行。

## 销售人员的开场白说篇四

作为一名优秀的电话销售员，在初次打电话给客户时，必须要在30秒内做到公司及自我介绍，引起客户的兴趣，让客户

愿意继续谈下去。即销售员要在30秒钟内清楚地让客户知道下列3件事：

- 1、我是谁，我代表哪家公司？
- 2、我打电话给客户的目的是什么？
- 3、我公司的产品对客户有什么用途？

电话销售开场白一：直截了当开场法

顾客朱：没关系，是什么事情？

——顾客也可能回答：我很忙或者正在开会或者以其他原因拒绝。

销售员必须马上接口：那我一个小时后再打给你吧，谢谢你的支持。然后，销售员要主动挂断电话！

当一个小时后打过去时必须营造一种很熟悉的气氛，缩短距离感：朱小姐/先生，你好！我姓李。你叫我1小时后来电话的……)

电话销售开场白二：同类借故开场法

如：

顾客朱：可以，什么事情？

——顾客也可能回答：我很忙或者正在开会或者以其他原因拒绝。

销售员必须马上接口：那我一个小时后再打给你，谢谢。然后，销售员要主动挂断电话！

当一个小时后打过去时必须营造一种很熟悉的气氛，缩短距离感：朱小姐/先生，你好！我姓李。你叫我1小时后来电话的……)

电话销售开场白三：他人引荐开场法

销售员：朱小姐/先生，您好，我是某公司的医学顾问李明，您的好友王华是我们公司的忠实用户，是他介绍我打电话给您的，他认为我们的产品也比较符合您的需求。

顾客朱：王华？我怎么没有听他讲起呢？

销售员：是吗？真不好意思，估计王先生最近因为其他原因，还没来的及给您引荐吧。你看，我这就心急的主动打来电话了。

顾客朱：没关系的。

销售员：那真不好意思，我向您简单的介绍一下我们的产品吧……

电话销售开场白四：自报家门开场法

销售员：朱小姐/先生，您好，我是某公司的医学顾问李明。不过，这可是一个推销电话，我想你不会一下子就挂电话吧！

顾客朱：推销产品，专搞欺骗，我最讨厌推销的人了！

（顾客也可能回答：你准备推销什么产品。若这样就可以直接介入产品介绍阶段）

销售员：那我还真的`要小心了，别让您再增添一个讨厌的人了，呵呵。

顾客朱：呵呵，小伙子，还挺幽默的，准备推销什么产品，

说来听听。

电话销售开场白五：故意找茬开场法

顾客朱：还好，你是？！

顾客朱：你打错了吧，我用的不是你们的产品。

顾客朱：我现在使用是xx品牌的美容产品……

电话销售开场白六：故作熟悉开场法

销售员：朱小姐/先生，您好，我是某公司的医学顾问李明，最近可好？

顾客朱：还好，您是？

顾客朱：你可能打错了，我并没有使用你们的产品？

顾客朱：看你们对用户挺关心的，你介绍一下吧。

电话销售开场白七：从众心理开场法

顾客朱：是吗？我目前使用的是xx品牌的美容产品。

开场白八：巧借东风开场法

销售员：您好，请问是朱小姐/先生吗？

顾客朱：是的，什么事？

销售员：您好，朱小姐/先生，我是某公司的医学顾问李明，今天给您打电话最主要是感谢您对我们公司一直以来的支持，谢谢您！

顾客朱：这没什么！

销售员：为答谢老顾客对我们公司一直以来的支持，公司特准备一次优惠酬宾活动，我想，朱小姐/先生一定很感兴趣的！

顾客朱：那说来听听！

电话销售开场白九：制造忧虑开场法

销售员：您好，请问是朱小姐/先生吗？

顾客朱：是的，什么事？

销售员：我是某公司的医学顾问李明，我打电话给您的原因主要是不少顾客都反映现在的美容产品多是治标不治本，一旦停止使用，马上就会反弹，想请教一下您对这种问题的看法。

顾客朱：是的.....

——顾客也可能这么回答：不好意思，我不清楚。

销售员要赶快接口：那请问朱小姐/先生目前使用的是什么品牌的产品？)

有效开场白的目的就是让顾客在最短时间内对电话销售员感兴趣，对谈话内容感兴趣，在交谈中能够很快进入关键，而不是很快挂断电话，使你无法介入主题。

## 销售人员的开场白说篇五

### 【篇一】

首先在这个阳光明媚，生机昂然的早晨给亲爱的同仁们问声好，

大家早上好,非常荣幸能给大家开这个晨会,首先做一下自我介绍,我叫.希望大家能够记住我,在记住我的同时我愿意与大家成为生活当中最知心的朋友以及事业上最愉快的合作伙伴!

后来,我发现蜘蛛走了许多弯路--从一个檐头起,打结,顺墙而下,一步一步向前爬,小心翼翼,翘起尾部,不让丝沾到地面的沙石或别的物体上,走过空地,再爬上对面的檐头,高度差不多了,再把丝收紧,以后也是如此。温馨提示:蜘蛛不会飞翔,但它能够把网凌结在半空中。它是勤奋、敏感、沉默而坚韧的昆虫,它的网制得精巧而规矩,八卦形地张开,仿佛得到神助。

这样的成绩,使人不由想起那些沉默寡言的人和一些深藏不露的智者。于是,我记住了蜘蛛不会飞翔,但它照样把网结在空中。奇迹是执着者造成的。谢谢,我的晨会到此结束!

## 【篇二】

信念是一种无坚不摧的力量,当你坚信自己能成功时,你必能成功。

一天,我发现,一只黑蜘蛛在后院的两檐之间结了一张很大的网。难道蜘蛛会飞?要不,从这个檐头到那个檐头,中间有一丈余宽,第一根线是怎么拉过去的?后来,我发现蜘蛛走了许多弯路--从一个檐头起,打结,顺墙而下,一步一步向前爬,小心翼翼,翘起尾部,不让丝沾到地面的沙石或别的物体上,走过空地,再爬上对面的檐头,高度差不多了,再把丝收紧,以后也是如此。温馨提示:蜘蛛不会飞翔,但它能够把网凌结在半空中。

它是勤奋、敏感、沉默而坚韧的昆虫,它的网制得精巧而规矩,八卦形地张开,仿佛得到神助。这样的成绩,使人不由想起那些沉默寡言的人和一些深藏不露的智者。于是,我记住了蜘蛛不会飞翔,但它照样把网结在空中。奇迹是执着者

造成的。谢谢，我的晨会到此结束！

### 【篇三】

新的一年即将到来，时光的车轮又留下了一道深深的印痕，今天我们相聚在这里，新一轮的太阳已然冉冉升起，让我们用心感受真情，释放你的激情！各位优秀的伙伴们，大家早上好！

你们昨天睡的好吗？吃早餐了吗？刷牙了吗？洗脸了吗？开个玩笑，新的一天，祝大家旗开得胜，保单大开，保费越做越超爽。现在开始报数！

销售一部……营业三部，谢谢。

好，真是精神抖擞士气高，看到大家，我们对未来充满信心。今天团队中的每一个伙伴都是我们最亲密的战友，我们每天一起拼搏在展业的第一线，我们是不可分割的一个整体。此刻，我想请大家静心的听一个小故事。

是啊，一条小小的蓝丝带为什么会有这么大的魔力呢？因为它是一个信念的力量：我们看到自己的价值，我们接受自己，关爱自己，其实，我们不仅要关爱自己，更要关爱他人，关爱我们的伙伴，关爱我们的客户，现在，就让我们把爱的蓝丝带传递出去，请给你的伙伴带上这条蓝丝带，让我们彼此的关爱永恒。

从今往后，让我们相信彼此的爱，相信自己，相信美好的明天，现在请伙伴们呈体操队形散开。一起跳《相信自己》。

好，一曲《相信自己》让我们越跳越精神，现在我们一起看一下最近又发生了哪些焦点新闻。

以上是今天的新闻资讯，下面让我们聚焦一下我部的焦点话



## 题——业绩通报。

这是截止到昨日为止的团队保费业绩，大家请看，从这张业绩表中我们发现做的的是哪个团队？对，销售一部，他们的累计保费是，昨日业绩，我们给他们热烈的掌声表示祝贺。这支团队都是清一色的娘子军，她们不仅提供了优秀的后勤保障服务，还成为本周展业的冠军团队，确实非常不容易，别看她们平时都窝在家里不出门，可保费照样做的样样红，这里面不仅仅有她们付出的努力，更是她们智慧的结晶，让我们再给这支出色的内勤团队以热烈的掌声。

那么再看看倒数第一的是哪支团队，对，是摩托车专业团队，可你们知道为什么摩托车专业团队的保费会倒数第一吗？因为，这支团队的每单保费要远远小于你们平时做的保费，比如，一辆小车的保费可能在四、五千元，甚至更多，但是一辆摩托车的保费只有120元，相差太远，就是在这种条件下，摩托车队，截止到目前的出单量已经远远超出了车险的出单量，累计达8000多张，那是多么巨大的活动量，所以，我们也要为摩托车专业团队报以热烈的掌声，为他们背后付出的辛勤劳动，表示我们的敬意。

在业绩通报表中我们看到有一个用红色字体显示的退保保费，这是20xx年以前的房屋按揭保险，现已还清贷款的退保费用。

下面我们再看一下个人业绩的统计情况，目前排在前三位的保费分别是

那么今日明星是谁？xxx作为内勤的团队队长，她带领这支娘子军创造了令人刮目相看的成绩，现在我们用掌声有请美春和我们分享她的心得体会

谢谢xxx说的很对，小事情也可以做成大事业，保险不是卖的，而是用来分享的！

今天我们的销售队伍在不断壮大，越来越多的新人加入了我们的大家庭，通过这一段时间的交流和实践，他们逐步融入了我们的集体，现在我们也请他们上来分享一下这段时间的工作体会，有请xxx□

谢谢xxx□在展业的路上，我们彼此依靠，彼此扶持，也彼此取长补短，我们相信每一分耕耘都会得到回报，只要我们坚定信念，排除万难，终会实现辉煌的目标。

我们要时刻关注公司的最新政策导向，紧抓公司业务发展的脉搏，这样才能更快更好的发展业务，那么最近公司的新政策有哪些呢？有请李经理为我们上来解读。

谢谢李经理，很快我们就要送走20xx年，最后年末冲关的成功与否，在此一举，为顺利完成目标保费，挑战目标任务，分公司及我部都制定了详尽的激励方案，大家想听吗？好，有请叶经理为我们讲解《精彩·保障人生，非车险业务推动方案》。

谢谢叶经理，非常棒的精彩-x□非车险业务组合方案，在年末的最后二十多天里，让我们齐心协力，共同把非车险业务推向新的高潮，现在，让我们把展业的热情和激情融进歌声中，一起唱响《营销之歌》。

非常棒，现在还有一个好消息告诉大家，请看，这是什么？霸王旗！它象征着荣誉，象征着胜利，年末大冲关，看谁称霸王，哪支团队能成为霸王团队，年底见分晓，现在全体请注意，向后转。

大家请看，在你们面前有一个领奖台，我现在把霸王旗挂在领奖台上，美酒、鲜花是属于你们的，希望大家能再接再厉，不断创造新的突破，谁是霸王，让我们拭目以待！

全体向后转。

有没有信心?有没有决心?好，让我看看你们的信心和决心在哪里，让我们用忠诚的誓言吹响战斗的号角。

展望2-x□我们斗志昂扬。

展望2-x□我们满怀憧憬。

展望未来，我们激-情澎湃。

让我们张开腾飞的翅膀向更高的目标飞翔!

今天的早会到此结束，谢谢大家!

## 销售人员的开场白说篇六

### 营销实战

推销员与准顾客交谈之前，需要适当的开场白。开场白的好坏，几乎可以决定这一次访问的成败，换言之，好的开场，就是推销员成功的一半。推销高手常用以下几种创造性的开场白。

### 金钱

几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣。如：“张经理，我是来告诉你贵公司节省一半电费的方法。”

“王厂长，我们的机器比你目前的机器速度快、耗电少、更精确，能降低你的生产成本。”

“陈厂长，你愿意每年在毛巾生产上节约5万元吗?”

### 真诚的赞美

每个人都喜欢听到好听话，客户也不例外。因此，赞美就成为接近顾客的好方法。

赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚，就成为拍马屁，这样效果当然不会好。

赞美比拍马屁难，它要先经过思索，不但要有诚意，而且要选定既定的目标与诚意。“王总，您这房子真漂亮。”这句话听起来像拍马屁。“王总，您这房子的大厅设计得真别致。”这句话就是赞美了。

下面是二个赞美客户的开场白实例。

“林经理，我听华美服装厂的张总说，跟您做生意最痛快不过了。他夸赞您是一位热心爽快的人。”

“恭喜您啊，李总，我刚在报纸上看到您的消息，祝贺您当选十大杰出企业家。”

## 利用好奇心

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。美国杰克逊州立大学刘安彦教授说“探索与好奇，似乎是一般人的天性，对于神秘奥妙的事物，往往是大家所熟悉关心的注目对象。”那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与众不同的东西，往往会引起人们的注意，推销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

一位推销员对顾客说：“老李，您知道世界上最懒的东西是什么吗？”顾客感到迷惑，但也很好奇。这位推销员继续说，“就是您藏起来不用的钱。它们本来可以购买我们的空调，让您度过一个凉爽的夏天。”

某地毯推销员对顾客说：“每天只花一毛六分钱就可以使您的卧室铺上地毯。”顾客对此感到惊奇，推销员接着讲道：“您卧室12平方米，我厂地毯价格每平方米为24.8元，这样需297.6元。我厂地毯可铺用5年，每年365天，这样平均每天的花费只有一角六分钱。”推销员制造神秘气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很技巧地把产品介绍给顾客。

### 提及有影响的第三人

告诉顾客，是第三者(顾客的亲友)要你来找他的。这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理，所以，大多数人对亲友介绍来的推销员都很客气。如：“何先生，您的好友张安平先生要我来找您，他认为您可能对我们的印刷机械感兴趣，因为，这些产品为他的公司带来很多好处与方便。”

打着别人的旗号来推介自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要确有其人其事，绝不可能自己杜撰，要不然，顾客一旦查对起来，就要露出马脚了。

为了取信顾客，若能出示引荐人的名片或介绍信，效果更佳。

### 举著名的公司或人为例

人们的购买行为常常受到其他人的影响，推销员若能把握顾客这层心理，好好地利用，一定会收到很好的效果。

“李厂长，××公司的张总采纳了我们的建议后，公司的营业状况大有起色。”

举著名的公司或人为例，可以壮自己的声势，特别是，如果您举的例子，正好是顾客所景仰或性质相同的企业时，效果就更会显著。

## 提出问题

推销员直接向顾客提出问题，利用所提的问题来引起顾客的注意和兴趣。如：“张厂长，您认为影响贵厂产品质量的主要因素是什么？”产品质量自然是厂长最关心的问题之一，推销员这么一问，无疑将引导对方逐步进入面谈。

在运用这一技巧时应注意，推销员所提问题，应是对方最关心的问题，提问必须明确具体，不可言语不清楚、模棱两可，否则，很难引起顾客的注意。

## 销售人员的开场白说篇七

由于本人刚调到泰州，对市场的情况不太熟悉，用20天时间对市场情况进行一些初步调查。调查了是60家零售店、10家c类餐饮店、3个连锁超市、3个卖场、2个代理商、10个二批商、2个批发市场。分金亭表现为：三个零售店有50度特酿，其中有两家是假酒，另一家的生产日期是xx年4月份；八个零售店和一个餐饮店及一个连锁店有45度四星，十二个零售店有塑包优曲，其中三个店同时有两款产品。二批商积极性普遍不太高，批发市场有几家有样品，两个代理商都比较热情，通过交流也增强了信心，反映问题是没有统一的明确的价格体系，姜堰窜货砸价现象严重，降低了他们对终端的信誉度。竞品表现为：5元价位的沱牌酒、3元价位的当地古粮酒、5元价位的洋河普曲、7元价位的洋河优曲零售店90%都有，占酒类销售主流；c类餐饮以稻花香系列、今世缘系列、福星系列为主流；卖场以二锅头、洋河、迎驾、泸州酒为主。做车身广告的有洋河、稻花香、百年迎驾；做电视广告的有古顺河；做墙体广告的有梅兰春、枝江大曲；做店招广告的有六福人家、福星、小角楼、洋河敦煌等；做路牌广告的有双沟。

### 二对市场现状进行分析

通过走访并吸收经销商意见，本人分析泰州市场有几点没有

做到位：

1、缺少对消费者的情感维护，问几个爱喝酒的人都说以前喝分金亭，现在不喝了，再问为什么，他们也说不出来，要么说现在都喝洋河了。不难看出，洋河以“精神”、“文化”及铺天盖地的广告吸引消费者，沱牌以“川酒”概念生存，而梅兰春因“地产酒”、“枯陈酒”得以支撑。我们以前靠降价、回空瓶方式回馈消费者，后来出现涨价、空瓶降价的情况，使对购买者的亲和力打了折扣。

2、产品的换代定位工作没有跟上，我们扬州市场、南通市场前期都进行了大量的铺市造势工作，“得渠道者得天下”，通过经销商及零售店的口碑和做为，实现产品的覆盖、推销，泰州市场虽然也做过工作，但力度不大，没有延续性。

3、过分依赖经销商，缺少对经销商的督促、指导及必要协助，与经销商签好合同后如果认为万事大吉了，肯定是错误的，除非经销商确实是理念第一、实力第一。泰州的代理商缺少积极主动性，缺少做市场的方法，由于二批商的不配合等原因，不能够实现产品的广泛的全面的覆盖。

三拿出启动市场的方案

以“要做为、要覆盖、要动销”为启动泰州市场的思路。  
以“集中有限资源做有效的事”，为启动泰州市场的原则。  
利用边际效应，把海陵区和高港区(口岸镇)作为点，寺巷镇、刁铺镇、永安洲镇为作线，然后带动泰东镇、九龙镇、白马镇、徐镇。又可以分为三个阶段，第一阶段为动销阶段，具体表现是吸引消费者提高覆盖率，这一阶段经销商应让利给业务人员；第二阶段为增量阶段，具体表现为加大促销、增加新产品，这一阶段经销商应让利给二批及零售店，设计10箱、100箱等不同的组别；第三阶段为调价阶段，适当调价可以增加市场活力，提高可信度，减少恶性竞争，同时使经销商获得丰厚回报。

四征求领导及经销商意见，拿出铺市方案，做好个人工作总结报告。

经过领导同意并与经销商达成一致意见，进行泰州市场的首期铺市活动。从而提高了经销商的信心。

更多相关优秀文章推荐：

1. 保险销售人员月工作总结
2. 销售人员月工作总结及计划
3. 销售人员月工作总结与计划

## 销售人员的开场白说篇八

加入xx公司也有三个月时间了，回想起来时间过得还挺快的，从鑫帮来到这里感觉两个公司的工作模式有蛮大差异。不论是产品的专业知识还是管理与工作氛围都有很大区别。前一个月都感觉自我没有进入状态，找不到方向，每一天都不明白要做什么事，在xx领导的几次会议上，经过相互讨论与发言提提议，针对具体细节问题找出解决方案，。经过公司对专业知识的培训与操作，这才让我找到了方向感，慢慢融入到了这种工作环境与工作模式，后面的工作时间里我每一天都过得很充实，从打样与接待客户是陆续不断，虽然付出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信，付出总会有回报的。努力了就会有期望，不努力就必须不会有期望。成功是给有准备的人。

在xx各位领导及各位同事的支持帮忙下，我不断加强工作本事，本着对工作精益求精的态度，认真地完成了自我所承担的各项工作任务，工作本事都取得了相当大的提高，为今后的工作和生活打下了良好的基础，现将我的一些销售心得与工作情景总结如下：



销售心得：

1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自我不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。

2、向客户请教。要做到不耻下问。不要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。

3、实事求是。针对不一样的客户才能实事求是。

4、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自我所售产品十分熟悉了解，了解自我产品的优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自我与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势；才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。缺点方面尽量少提，可是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足能够适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自我的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户去分析确定，提议客户经过实地考察。

5、勤奋与自信；与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变本事要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自我，认同产品，先人品后产品。

10、注意仪表仪态，礼貌待人，礼貌用语。

11、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖水。

12、让客户先“痛”后“痒”。

13、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

工作总结：

### 一、认真学习，努力提高

因为所学专业与工作不对口，工作初期遇到一些困难，但这不是理由，我必须要很多学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

### 二、脚踏实地，努力工作

我深知网络销售是一个工作十分繁杂、任务比较重的工作。作为电子商务员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重研究，做到能独挡一面，所有这些都是电子商务不可推卸的职责。要做一名合格的网络营销员，首先要熟悉业务知识，进入主角。有必须的承受压力本事，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不

敷衍。

### 三、存在问题

经过一段时间的工作，我也清醒地看到自我还存在许多不足，主要是：一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。二、由于本事有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我经过努力学习和不断摸索，收获十分大，我坚信工作只要用心努力去做，就必须能够做好。

回首20xx[]展望20xx[]祝xx在新的一年里生意兴隆，财源滚滚！也祝我自我在新的一年里业绩飚升！