

## 新入职销售员工培训方案范文（精选 11 篇）

### 新入职销售员工培训方案范文（精选 11 篇）

为确保事情或工作顺利开展，时常需要预先开展方案准备工作，一份好的方案一定会注重受众的参与性及互动性。制定方案需要注意哪些问题呢？以下是小编为大家收集的新入职销售员工培训方案范文，欢迎阅读，希望大家能够喜欢。

#### 新入职销售员工培训方案 篇 1

##### 岗前培训：

一、对企业的经营范围、主要产品、市场定位、目标顾客、竞争环境等的了解（人力资源部当日完成）

二、对本公司销售与其他销售行业的一种区别认识（人力资源部当日完成）

三、对整个系统的一种理论性认识（可通过一些相关资料、书籍等作为辅助）（销售部协同人力资源部当日完成）

四、下到车间、生产线上体验系统的具体流程，每个设备运行的原理及相关的硬性要求（生产部协同人力资源部为时 1—2 个月）期间每周针对个人进行情况收集，对整个试用期的表现做一个综合的评定。

##### 入职培训：

一、业务培训，使新员工熟悉并掌握完成各自本职工作所需的主要技能和相关信息，从而迅速胜任工作；（销售部、法务部）

1、识别和确定顾客的要求，并负责合同评审、合同签订和与顾客的沟通活动。

2、顾客的产品规定要求，对交付及交付后服务的要求，包括诸如担保条件下的措施、合同规定的维护服务、附加服务（回收或最终处置）等；

3、顾客虽然没有明示、但规定的用途或已知道的预期用途所必须的要求。

4、与产品有关的法律法规要求；

5、公司规定的内控要求。

二、销售部在正式签订合同或者接受订单前，应按规定程序进行合同评审并满足以下要求，评审记录应予以保持：

1、将顾客规定的要求在合同（含招标书）或订单中予以明确并形成文件。

2、是否已经解决了与以前或订单要求表述不一致的问题。

3、公司是否有能力满足顾客规定的要求，包括产品技术指标、价格、交货期和服务的要求。

4、合同的修订

a) 销售部对已签的合同或订单。如因技术指标、交货期、价格、服务等原因需要修改时，应与顾客沟通，经确认后才能对合同或订单做出修订。评审记录应予以保持。

b) 对已接受的合同或订单，如顾客对技术指标、交货期、价格、服务等原因需要修改时，应对修改内容进行评审，才能修订合同。评审记录应予以保持。

三、与顾客的沟通：

销售部在合同洽谈、合同签订、合同履行活动中，建立并保持与顾客的联系渠道，及时将有关信息与顾客进行沟通。

与顾客共同的活动包括：

a) 向顾客提供产品性能、价格有关的信息和新产品推出计划；

b) 顾客的问询、合同或订单的处理，包括对其修改；

c) 顾客就产品质量的信息反馈，包括产品反常维修要求，服务要求和其他顾客抱怨。

四、销售部应负责建立并保存《用户信息登记表》等与顾客沟通的有关记录。

五、相关的销售技巧。

新入职销售员工培训方案 篇2

一、目的：

根据公司整体的战略规划，提升市场销售人员的专业技能，强化市场管理，提高企业市场占有率，增强企业在市场中的竞争能力，特制定公司销售团队培训计划。

## 二、前言：

因为目前营销团队成员大部分为新员工和刚毕业的大学生。所以培训计划设计为四个步骤。培训的第一步，从信念、价值观和目标规划进行教育，纠正刚入职人员的就业观念和职业理念。只有在争取的观念引导下，员工才愿意配合企业才能认同企业。第二步培训从企业是什么角度进行教育引导，人到了一个陌生的环境就会感到恐惧，我们从企业理念、企业价值观、企业文化等方面进行教育引导。当然这些不单只体现在培训上，我们还需要的是经常跟员工进行沟通和关心，让他们真切的认同企业。同时讲述企业所在环境产品的市场潜力让员工感觉到自己到了一个有前景有未来的公司，而自己销售的产品是有生命力的产品。第三步，当员工了解了公司是什么的时候，就应该让他们明白自己是什么角色，明确他的工作岗位，相关的公司制度，让员工明白在这家公司我可以做什么，什么不可以做。第四步员工需要明白的是如何开展自己的工作，这时候企业需要针对性的进一步明确公司可以有哪些支持，有哪些工具，产品的知识和行业知识，加强员工的基本销售技能、礼仪、沟通能力等基本销售知识，让员工能够开展工作。

## 三、企业内部理论知识培训内容安排

在企业内部理论知识对销售人员进行的培训，其培训项目主要包括如表所示的7个

## 四、新进销售员实践安排

1、新进销售员入职培训理论知识经考核合格后，后续步入市场熟悉阶段，公司安排资深的销售精英，一对一培训，同时填写《销售员动态表》，以便了解新销售员的动向；

2、培训期为7天，培训过程当中，对新销售员的职业形象、人际关系处理、工作动机、团队精神、计划能力、现场应变能力、服务意识、机灵性、沟通能力、学习能力等进行评估，并每周如实填写《实习销售员评估表》，评估不合格者，给予辞退处理。

3、评估合格人员给予正式试用。同时安排到车间熟悉产品生产流程、产品结构等实际操作。培训期7天，由生产部安排专人负责。

4、车间实习考核通过后，公司将制定区域进行市场拓展实习，实习期为3—6个月。在此期间，销售副总要定期的对该销售员进行一对一指导、辅导，并提供一定的业务拓展帮助。

5、实习期被评定合格者，纳入正式销售员编制。正式销售员在后续工作方面，如不能完全胜任工作，可由人力资源部进行调换工作安排。

#### 五、培训考核相关规定

1、每项培训完成后，通过对参训人员的出勤统计，课堂表现，反馈意见表进行初级考核。《员工培训记录卡》在考核结果一栏，设“优、良、及格、差”四个级别，被评“差”者需重新学习或类似的培训课程。

2、根据内容的不同，设计笔试、现场实操等考核方式，由销售部及相关部门对参训人员进行考核，考核通过后方为培训完成，并将每次考核结果进行记录；考核未通过者需进行补考，二次考核不过者予以解雇处理。

3、培训完成后填写《员工培训记录卡》对员工的培训成绩、表现进行记录，作为加薪、提升的考核标准。

#### 六、建立培训档案：

培训档案建立到个人，将培训的总结和结束后填写完毕的《培训考核表》、《培训效果调查表》等归入员工的个人档案中，完善员工个人档案的建立。

#### 七、相关表单：

- 1、销售员动态表
- 2、实习销售员评估表
- 3、员工培训记录卡
- 4、培训效果调查表

#### 八、附则：

- 1、本培训计划由人力资源部负责实施；
- 2、本培训计划从20XX年1月1日执行。

## 一、培训目标：

1、通过培训学习，帮助员工快速了解公司基本情况及各项管理制度；

2、重点要系统地掌握产品知识、行业、市场发展状况

3、提升销售能力、提高销售综合素质、解决问题的能力，帮助员工更好地完成任务；

4、快速打开市场、出成绩、并提高销售部门业绩；

5、增强团队意识与合作精神。

## 二、销售团队编制：

基本编制为 10 人，销售经理一名销售业务九名

## 三、培训对象：

销售部所有人员。

## 四、销售培训计划：

### 1、目的

提升销售工程师所应具备的工作职责，加强销售工程师销售、技术等能力的提升。

### 2、适用范围

市场及销售部人员。

### 3、职责

（销售工程师的工作职责）

### 4、培训内容与方式

第一、实际工作中，提升执行力应当重视以下两个方面：

**A:** 给自己工作定位，明确分工

**B:** 不同的性格、不同的经历、不同的处事方式就会有不同的结果。

每个人都从易到难，先做自己擅长的事。行为的约束，以人为本：很重要的是一个规范制度的制定。正所谓没有规矩不成方圆，制度是不可缺少的。制定制度时要以人为本，以人为本对内部来讲，是考虑到员工合理的要求；对外部来讲，是考虑到客户合理的需求。我们在制定工作制度时，一定要充分考虑到这些因素。

另：非出租人员在有租赁人员在场时不得接待进店的租赁客户。

## 第二、主管人员的核心工作：

1、目标管理：根据公司租赁的年度、季度、月度要求，管理人员根据整体租赁的目标，然后根据参与的人员数量和质量，把目标分解到每个销售员身上。分解目标的时间一定要细，即每个人每周要成交多少，每天要成交多少，再根据成交率来确定每个销售员每天要接待或是拜访多少个准客户，然后根据实际情况，再注意调整修正目标等等；例如：公司租赁年度目标是 24W，一年 12 个月，按 12 个月的就每月是 2W，8 个租赁人员，那就是每人每月 2500 的业绩，需 3 单完成，按 10% 的客户成交率，2% 人房源回访成交，需要 30 个客户，每天最少得接待跟进一个客户，回访 5--10 套房源。

2、表格管理：即根据目标管理和时间管理相结合，做出每年、每月、每周、每日的报表方案，每周必须结合报表做一次分析，跟据分析结果来调整目标方案，来对每位人员的工作问题对症下药。

3、运用好例会管理：包括年例会，季例会，月例会，周例会，日例会和特殊情况例会等等，要确定好例会的流程和内容，注意让例会除了具备汇报总结性质的职能之外，更重要的是目标管理的引导和激励，销售冠军榜样的树立和表彰整个销售团队，便于营造营销的气氛和执行力的强久实施，还要关心每个销售员的生活和目标进度，让大家知道不只是他们在完成自己的任务，经理我和他们一样为目标在努力奋斗着；

4、运用好奖惩和监督机制：整个框架出来后，作为管理人员，全力做好监督工作和引导奖惩工作，把每一项计划落到实处，执行到位。

第三、团队凝聚力和营销气氛一个团队的成员需要分工，又要讲究协作。凝聚力是团队无形的精神力量，是将一个团队的成员，紧密联系在一起看不见的纽带。团队的凝聚力来自于团队成员自觉的内心动力，来自于共识的价值观，是团队精神的至高体现。

一个有着凝聚力的房地产销售团队，在外部表现为成员对团队的荣誉感及团队的地位。团队的荣誉感主要来源于工作目标，团队因工作目标而产生、为工作目标而存在、为工作目标而追求。

## 5、附录

培训的内容主要根据销售人员的基本技巧与新入员工的常规培训作为载体，给予新入员工一个清晰、明确的工作方向和富有精神、文化的一个工作环境；通过逐步的加深培训内容让每一个市场销售人员能够在技能、工作技巧、知识等方面得到更多的提升；在优秀的市场销售员工方面更加注重人性、企业的核心价值、个人价值提升的一个提升辅助平台。

因此市场销售部门培训工作分成三大阶段:初步阶段、提升阶段、深度巩固阶段

#### 新入职销售员工培训方案 篇 4

##### 一、酒店销售人员培训体系设计

本酒店对销售人员的培训，公司实施三级培训体系，由酒店人力资源部制定具体的培训计划并组织实施，相关部门予以协助。

培训重点具有共性的培训对分公司或本部门所涉及的专业知识进行培训重点是针对操作性较强的岗位进行培训（本酒店销售人员暂时没有进行这一环节的培训安排）

实施者酒店人力资源部各分公司、各部门各分公司、各部门。

##### 1. 公司级培训

公司级培训内容包括以下四个方面。

（1）酒店概况。主要包括：历史背景、发展特点与发展规划、组织结构、主要管理情况等。

（2）酒店的规章制度。主要包括：员工纪律、培训制度、工作日程、进餐时间、超时工作等制度。

（3）员工的职业说明。具体包括：员工的工作职责、如何配合酒店的整体运作、行为标准、酒店对员工的期望、所在部门的职责等。

（4）酒店的文化和管理理念。主要包括团队精神、酒店经营理念等。

（5）了解酒店信息：按客人参观线路对酒店各经营场所进行参观并了解各经营场所的具体位置、装饰特点、营业时间、电话号码、经营特色，最终能为客人提供参观服务和有吸引力的推介。

（6）了解工作内容：了解营销人员的岗位职责、素质要求、作息

安排、工作内容、规范标准、所处位置、组织架构、汇报渠道及协调注意事项。

(7) 了解服务项目：通过学习服务信息手册、酒店宣传资料，熟记酒店应知应会基础知识，能完整地、生动地向宾客进行酒店内部各点的介绍；能及时为客人提供店外信息咨询服务。

(8) 了解沟通方法：通过学习管理人员通讯录及各部人事分工、内部常用电话等，熟记并掌握主要常用电话等。

(9) 了解电话礼仪：熟练掌握电话拨打、接听、转接、等候、挂机等功能，使用电话的礼节礼貌及注意事项等。

(10) 熟悉客户档案管理，要能准确、及时地将客户档案进行整理。

## 2. 分公司或部门级培训

分公司或部门级培训的相关内容如下表所示。

酒店在职销售人员培训计划表

培训项目具体内容

市场环境分析：

1. 酒店周边经营环境分析
2. 竞争对手情况摸底分析
3. 酒店优劣式分析
4. 销售目标分析

订单跟进工作：

1. 订单跟进的意义
2. 订单跟进的程序
3. 异常订单跟进程序

客户沟通技巧

1. 沟通类型分析
2. 沟通技巧分析

酒店业务推广：

1. 市场调查
3. 宣传推广工作实施

4. 销售陈述技巧
5. 促销活动的效果分析

销售谈判技巧：倾听技巧、提问技巧、应答技巧、拒绝技巧、客户异议处理等

客人需求管理：

1. 需求分析
2. 供给分析
3. 供需管理的基本手段

## 二、培训实施部门

1. 公司级培训由人力资源部统一组织，培训经理具体负责，在规定的时间内完成规定的培训内容，并进行书面考核

2. 公司级培训结束后，营销部按照本部门制定的培训计划，进行岗前专业培训，由本部门组织实施，人力资源部予以协助。

3. 岗前培训结束后，各部门按照岗位服务项目继续对新员工进行专业技能培训。

4. 在职人员的培训以人力资源部为主导，可采取派员实地培训、返回总部参加培训、视频培训、资料学习等多种方式进行。

## 三、培训的实施

1. 分公司或部门的培训实施时间，视酒店的实际经营需要而定，以不影响酒店的实际运营为限。

2. 培训主办部门应依据在职培训实施计划表按时实施培训，并负责该培训的全部事宜；如培训场地的选择、教材分发等。

3. 各项在职培训实施时，参加培训的学员应签到，教育培训部应切实了解上课、出席情况。

4. 参加培训的人员应准时上课，因故不能参加者须办理请假手续。对于旷课、迟到、早退、不专心培训的学员，参照平时的奖惩规定处罚。

5. 培训考试的成绩、成果报告，作为考绩和升迁的参考。

## 四、培训的评估

1. 每期培训结束后，主办部门应让学员填写在职培训学员意见调

似培训提供参考。

2. 为评估各部门培训成效，各单位主管应填写培训成效调查表，由教育培训部汇总，并参考销售绩效的变动，分析、评估培训成效，之后做成书面报告，经上报审核后分送各部门及有关人员，为下次培训提供参考。

## 篇 5

### 一、项目市场介绍

- 1、公司产品商业的前景
- 2、适应领域和现阶段销售范围
- 3、售价与销售情况
- 4、推广和销售手段等相关资料

### 二、产品专业知识

- 1、产品优势简介（讲解）
- 2、产品使用需要的硬件及网络环境（讲解）
- 3、产品的'主要功能（讲解）
- 4、产品与同类产品的价格以及同类网络营销方式的比较

补充：演示光盘使用培训，也可同时使用演示光盘配合讲解教学。

三、销售人员人际沟通，销售心理，基本技能培训（软件产品销售的概念）

（商战不是产品之战，是观念之战；销售的最高境界在于：不谈销售达到销售的目的。成功关键在于思想上对公司的

美好前景充满信心，对自己也充满信心。成功秘诀：决心大，主动性强；以人为主体的，创造、主动地思维。）

### 业务员的基本素质

1、首先对专业知识的掌握(会安装，详细了解公司软件产品的功能及特点)

2、注重个人形象和公司形象

3、气质：尊重与庄重、深沉与大度、不卑不亢

4、品行：不要把别人想得太坏，只要你信任他

、敬业精神，挑战极限和创造极限

6、人员要求：铜头、铁嘴、橡皮肚子、飞毛腿

7、终身学习的理念：学习掌握知识的能力，怎样去学习，学习的心态，承认有欠缺。

8、八字方针：热情、自信、勇敢、执着

销售人员与市场

1、销售人员：综合素质包括思想、言谈、外表、精神状态。讲话要具有煽动性，满足对方潜意识的欲望，要充满自信。

2、市场：点子是初级市场的产物。市场不完善时出现市场策划产品。多步骤规划的市场行为具有可变性、能动性。销售理论：目的明确，主题鲜明。

销售强调一个变，变是销售的灵魂。

1、销售基本理论：主线灵魂是变，不断进步，不断完善、创新。要注重口传销售。自身价值：人值（实）是灵活。

2、理顺市场潜在购买量和实际购买量，缩短二者之间的距离。口传销售能吸引他们。

3、注重售前售后，去做别人没有做的售后服务，通过用户来带用户，口传销售是认可。达到不谈销售达到销售目的的境界。

销售程序与技巧

销售策划：套路——用于指导；要有理有利。

1、销售准备

武装自己：了解产品——解答顾客提问（能做主就要马上答复，如超越权限先请示再做答复）；认识产品；了解顾客的日常习惯、个性爱好、期望值和要求——进一步做工作；迎接挑战：全力以赴，私生活简单化；明确目标，根据能力，控制时间；预定成功的期限；不断进取，刷新记录；

坚忍不拔：人在遇着困难时，消极的思想会导致事情越来越糟，积极的思想会使你的事情越来越好；在遇到别人的冷遇（漠视）时一定要沉住气：我是在工作，我是在工作！

平均法则：走访 100 位顾客，才有一位顾客购买，要达到这个数

## 2、寻找顾客

1)、把所有的企业都要进行市场调查；企业负责人企业的业务范围（生产销售经营范围）企业资产和宣传方式（管理决策者情况调查）

2）、重点企业要跑，非重点起企业可先进行电话访问；

3）、保持高度的热情；记工作日志，注意捕捉信息，马上行动！

## 篇 4：销售培训计划安排参考模板

### 篇 6

针对 xxxx 据业务地面渠道营销项目的落地，公司新进人员日渐增多。同时，在整个项目的摸索前行阶段，为了让甲方对我们的员工持高度认可态度，培训工作尤显重要。通过制定公司培训计划，培养员工敬业心态，养成良好的职业素质，让员工对自己的工作有高度认同感，提升公司一线督导人员专业素质及与综合素质，这也是培训计划方案编制的出发点。

#### 一、培训基础

公司计划新进 9 人，基础培训：入职；企业文化；相关资质背景；xxx 员工考勤休假管理办法；

#### 二、培训目标：

1、新进员工了解公司的基本情况，明确自己的职能范围与工作职责。

2、通过对联通数据业务地面渠道营销项目的诠释及分解，让新进员工对工作范围与职责有一个基本认识，为日后工作中的行为标准打下基础。

3、提升新进员工沟通能力与行业理解。

#### 三、培训方法：

1、结合公司休假考勤办法，让员工对公司的基本考勤规章制度有一定的了解。

2、结合《商务礼仪》、《沟通技巧》等 PPT 形式提升员工基本素质与职业技能

3、提问形式，充分发挥员工的主观能动性

、答辩形式，检验培训效果和员工的理解能力；

5、结合个人对电信增值行业的理解与认识培训新进员工掌握与运营商打交道的方法与技巧。

四、培训内容：

1、公司的各项规章制度，岗位职责。例如行政管理制度、部门岗位制度等；

2、《联通数据业务地面渠道营销》项目目前的发展规划及方向；

3、《商务礼仪》

4、《有效沟通》

5、我们的员工应具备什么样的素质来适应运营商合作的要求与标准。

6、销售推广技巧、销售推广方法、销售、推广、督导、流程、经典案例；

7、什么是执行力？在上级安排布置完工作后如何保证顺利实施及达到预期效果？执行力的重要作用是什么？

8、团队建设的重要性及团队精神发挥的作用；

9、绩效考核及佣金奖励制度

五、培训思想

1、培训即学习。培训就是一个学习的过程，在企业里，基本上只有两三种自我提升的学习途径，而培训就是很重要的一种方式；

2、培训即工作。不管我们培训的内容是什么，但都离不开一个主题，就是工作，为的是能将目前的工作开展到位，进行的顺利。因此，员工在工作的过程中，也是一种培训。将两者很好的结合在一起；

3、建立良好培训流程，形成培训学习氛围，提升培训意识，逐步建立培训体系，形成良好的学习风气、学习氛围，提高公司各级人员的培训意识；

4、巩固培训效果，提高人员素质，问题的解决不能单单靠一两场的培训，还需要大家的亲身实践与工作中的摸索，以积极向上的心态，将培训工作的实质效果最大化，使培训更快乐，工作更有效。

六、注意事项

、培训考勤：每次的培训考勤计入员工考勤，并计入考勤处罚范围内。（特殊情况于培训前向行政报备者除外）；

2、培训重视程度：培训参与人员完成情况进行考评，并计入绩效分数；

3、受训人员对知识、技能的掌握：对培训内容进行审核，考核结果客观反映受训人员对培训的内容知识、技能的掌握程度；

4、培训对公司带来的影响及回报；

## 篇 7

培训原因：

1、市场竞争激烈，传统的简单的销售方式已经很难赢得市场；

2、销售人员往往很难找到客户，很难创造客户和留下客户；

3、市场秩序的完善、竞争对抗的白热化、消费者的理性认识，对销售人员素质和能力要求更高。

4、主讲老师把握当今销售成功的关键，更加注重销售人员的专业能力和销售策略，并总结出一系列不销而售的方法。

目的目的：

1、帮助销售人员洞察市场的变化，建立危机意识；

2、客户需求驱动下，提升卓越销售胜任素质和能力；

3、学会客户需求变化的三个不同的销售策略和方法；

4、建立狼性销售意识，掌握高效的销售沟通技巧；

5、追求客户忠诚度，打造全员服务营销新思维；

6、掌握微利时代不销而售的策略，并活学活用。

培训项目：

1.体能的训练

做为公司的销售人员没有好的身体是不行的，大家都知道“身体是革命的本钱”这句话，销售的工作挑战性强，南征北战是家常便饭，加上长时间生活没有规律，所以销售人员的身体素质十分重要。记得有一家公司聘请了一位非常有销售经验业务人员。

这位销售人员由于以前长期在外，没注重个人卫生，得了肝炎。当这家公司正要进行全国销售渠道建设的时候，却因为这位的肝炎传

所有的来人，害怕传染得病。由此可见，锻炼销售人员的身体是企业不可忽视的大事。

## 2. 产品知识的培训

销售人员首先对自己销售的产品知识这一块，当然知道的越多越好，产品口感，包装，价格，功能等，但不是说产品知识培训越多越好，因为销售人员接受过多产品知识培训，而竞争，客户知识，销售技巧方面有可能被忽视，销售人员主要的任务是：销售。

在和经销商交易中，经销商往往比销售人员更有经验和产品知识，这些人行业中的专业人。通过产品知识培训教会销售人员在签定合同或协议书时所需要的知识，对于客户提出深奥的产品知识问题，而销售人员可向企业内部专家咨询，上营销管理类网站等等来求教获得。许多企业把销售人员放到客户那里学习直接经验，那可是销售的前线战场，让他们学习如何满足客户的需求，消费者需求，如何解决问题，处理销售中的突发事情。锻炼一个时期，具体时间长短由企业而定。

## 3. 销售技巧的培训班

销售人员学习销售技巧的方法有很多：讲师讲课，相关书籍，企业完整的教材。如寻找客户，挖掘潜在客户的技巧，产品介绍技巧，处理被拒绝和成交技巧，资金回笼技巧等。没有培训的销售人员往往认为光凭产品特征，能给客户带来多大利润，就可于客户达到共识。在现代的市场经济下，好的客户经销商并不是一味的追求利润最大化，他们更大程度上是想通过经销企业的产品，而获的更完善，更优质的服务。

学习企业的先进管理经验，学习完善的制度，这些是经销商所需要的。销售技巧最重要的课程是克服拒绝。销售的第一课是从被拒绝开始的。一个常用的方法，在销售培训课上，培训师用种种理由，千方百计的拒绝每一位销售人员，最后判定通过拒绝这堂课，会变成一幕有意义的回忆，产生许多新思维，每一个人都有启发，各种各样的客户，各种各样的问题，使销售人员得到锻炼和进步。

## 4. 研究对手信息班

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/137031010063006124>