

# 项目一

## IT 产品销售员岗前职业素养与礼仪培训

### 学习目标：

1. 了解 IT 产品销售员的工作内容；
2. 能具备销售员基本职业素质与待客礼仪。

### 项目情境：

腾飞电脑科技有限公司招聘了五位销售人员，公司为这五位销售人员进行了岗前培训，主要告知 IT 产品销售员的工作内容，规范 IT 产品销售员的职业素养及服务礼仪。

## 任务 1 培训 IT 产品销售人员的职业素养

### 1.1 职业素养定义

职业素养是个很大的概念，专业是第一位的，但是除了专业，敬业和道德是必备的，体现到职场上的就是职业素养；体现在生活中的就是个人素质或者道德修养。职业素养是指职业内在的规范和要求，是在职业过程中表现出来的综合品质，包含职业道德、职业技能、职业行为、职业作风和职业意识等方面。

#### 职业素养的三大核心：

##### 1. 职业信念

“职业信念”是职业素养的核心。良好的职业素养包涵了哪些职业信念？良好的职业道德、正面的积极的职业心态和正确的职业价值观意识，是一个成功职业人必须具备的核心素养。良好的职业信念应该是由爱岗、敬业、忠诚、奉献、正面、乐观、用心、开放、合作及始终如一等关键词组成。

##### 2. 职业知识技能

“职业知识技能”是做好一个职业应该具备的专业知识和能力。俗话说“三百六十行，行行出状元”，没有过硬的专业知识，没有精湛的职业技能，就无法把一件事情做好，就更不可能成为“状元”了。

所以要把一件事情做好就必须坚持不断地关注行业的发展动态及未来的趋势走向;就要有良好的沟通协调能力,懂得上传下达,左右协调从而做到事半功倍;就要有高效的执行力。研究发现:一个企业的成功 30%靠战略,60%靠企业各层的执行力,只有 10%的其他因素。中国人在世界上都是出了名的“聪明而有智慧”,中国人不缺少战略家,缺少的是执行者!执行能力也是每个成功职场人必修炼的一种基本职业技能。还有很多需要修炼的基本技能,如:职场礼仪、时间管理及情绪管控等,这里就不一一罗列。

各个职业有各职业的知识技能,每个行业还有每个行业的知识技能。总之,学习提升职业技能是为了把事情做得更好。

### 3. 职业行为习惯

“职业行为习惯”即职业素养,就是在职场上通过长时间地学习—改变—形成,而最后变成习惯的一种职场综合素质。

心念可以调整,技能可以提升。要让正确的心念、良好的技能发挥作用就需要不断地练习、练习、再练习,直到成为习惯。

## 1.2 IT 产品销售员的职业素养要求

### 1. 企图心

强烈的企图心就是对成功的强烈欲望,有了强烈的企图心才会有足够的决心。成功销售员的欲望,许多来自于现实生活的刺激,是在外力的作用下产生的,而且往往不是正面鼓励型的。刺激的发出者经常让承受者感到屈辱、痛苦。这种刺激经常在被刺激者心中激起一种强烈的愤懑、愤恨与反抗精神,从而使他们做出一些“超常规”的行动,激发出“超常规”的能力,这大概就是孟子说的“知耻而后勇”。一些顶尖销售员在获得成功后会说:“我自己也没有想到自己竟然还有这两下子。”成功的销售员都有必胜的决心,都有强烈的成功欲望。

### 2. 责任感

我们都知道,不管公司对于一个市场的分析多么到位,制定的营销方案多么的有效可行,但最终都要靠人去落实,只有通过人将方案付诸于实践,才能开拓和巩固一个市场。对于一个公司而言,这个责任就落到了销售人员的肩上。

销售人员就是一个市场的指挥员,他的执行力度就决定了这个市场取得成功的几率。执行的力度从某个角度来说就是一个人责任感的体现。如果一个责任感不强的人,他或者不执行,或者只执行一部分,结果可想而知。不管一个人学历有多高,销售技能有多好,如果没有责任感,很多简单的事都不想做,整天就想到吃喝玩乐,躺在宾馆睡大觉,或者为节约费用,不去走访市场,不去了解自己产品动销现状和市场竞争情况,很多事情仅流于形式,一切营销策划和活动方案都仅停留在纸上、报告中。这样的销售人员便会上蒙下骗,所负责的市场也很难取得成功。

### 3. 学习

人总是在不断地接触新事物,学习新知识。只有通过学习,人们才可以真正地跟上时代的步伐,不断地前进。学习的最大好处就是:通过学习别人的经验和知识,可以大幅度地减少犯错和缩短摸索时间,使我们更快速地走向成功。特别是市场销售人员,不仅要学习行业知识、经济知识、管理知识和繁琐的专业知识,而且还要学习销售计划、政策、方案、人际关系等知识,修炼自己的品德和人格。只有这样,才能具备深厚的功底和较高的道德水准,也才能厚积薄发。拥有一个良好的学习心态和终身学习的能力是不断提高自己、发展自己的重要保证。成功的销售员都在不断学习中加

强，也在不断地尝试中获得成功或失败的经验教训，这些都成了他们成功时的美好回忆，没有前面的挫折和艰辛，也就没有后面成功的喜悦。

#### 4. 勇敢

顶尖的销售员只有克服恐惧，才能自如地与客户交流。越是恐惧的事情就越去做，你才可能超越恐惧，否则，恐惧就会成为你心理上的大山，永远横在你的面前。市场销售人员业绩不佳，不见得是他们懒惰无能的结果，真正的原因很可能是他们害怕自我推销。当他们产生恐惧心理后，在下一次的推销过程中就会表现得更差。然而如果连他们自己都没有信心，别人又怎么能够信任他们呢。所以，勇气是非常重要的，勇气是行动的动力，是将想法付诸行动的具体表现。因此，一定克服自己恐惧心理，让勇敢在心里生根发芽。不畏挫折，销售人员一定要敢于坚持，不轻言放弃。遇到一点点小困难，就停滞不前的人，绝对做不好销售。

#### 5. 强烈的自信心

一个人仅仅靠“希望”是不会美梦成真的，唯有强烈的企图才能促使一个人下定决心，并且做到让自己的身心完全地投入。而在完全地投入之中，还要有赢家的心态，这样才能建立起自信心。坚定地认为只要努力就会成功，热情才容易被激发出来，并能一发不可收拾。如果没有好的产品，人们当然不会投入；但是有了好产品，而你却不投入足够的热情，怎么能把产品推荐给别人，并让别人接受呢。所以，市场销售需要自信。自信的人遇到问题会想方设法地去解决，而一个不自信的人遇到问题首先想到的是如何避开问题。这就是我们常说的，自信的人找方法，不自信的人找问题。

#### 6. 沟通的能力

营销是与人打交道的工作，因此沟通尤为重要。高品质的沟通可以快速实现销售目标，提升销售业绩；高品质的沟通可以消除人与人之间的隔阂，使人际关系更加融洽；高品质的沟通可以避免一盘散沙，使团队的合作更加默契，团队更具凝聚力。这里需要注意的是，高品质的沟通不是具备雄辩的口才就可以了，它需要的更多是真诚和包容。沟通最忌讳的就是欺骗，欺骗只是一时的，而真诚才是永远的。怀着一颗包容的心，沟通无处不在。我们所接触的每个人都是一个不同于其他任何人的独立的个体，我们不能总以自己的标准来衡量他人。

#### 7. 团队合作能力

作为一个“人”，我们不能脱离团体而单独存在，作为一名营销人员更是如此！一个好的团队，超强的单兵作战能力固然重要，但协同作战更是必不可少的！中国五千年的文明史告诉我们，没有哪场战斗、哪次战役是脱离了团队而仅仅靠一个人可以独立完成的。如何才能提升团队合作的能力？本人认为，只有具备了上述六个条件之后才能谈团队合作。有人这样解释“团队”，“团队”——一个口才好的人对着一群长着耳朵的人。这里着重强调的是“说”的作用。我对团队有着自己的理解，团——口+才，队——耳+人，即，说和听同样重要。在善于真诚地聆听不同的建议和意见的同时，又能够清晰地阐明自己的想法并激发整个群体的共鸣才能真正地实现团队合作。

#### 8. 熟知产品知识

熟练掌握自己产品的知识。你的客户不会比你更相信你的产品。有好多人不专业也能开发客户，但是只有专业才能开发大客户，客户才能围着你转。因为你专业，别人与你合作放心，只有你专业，客户才没有后顾之忧。成功的销售员都是他所在领域的专家，做好销售就一定要具备专业的知识，要全面了解相关产品的信息，自己厂商的相关知识。同时，竞争厂商及可替代产品也应足够熟悉。知己知彼，才能百战不殆。没有针对性地研究，在和客户交谈时就很难给人以全面透彻的分析，不能很好地介绍自己产品的优点，也就很难打动顾客。

## 9. 心态

做为一名销售员一定要有良好的心态，不是因为打工而打工，而是趁着年轻气盛的时候好好为自己的将来打基础。你们现在不是在为别人打工，而是企业提供了一个很好的平台给你们来发挥，给你们来锻炼，你们同样是企业的主人。

做销售一定要有耐心与方法。因为销售是从被拒绝开始的，没有谁做得那么一帆风顺。只有被拒绝以后你才知道自己的不足，才知道市场的需求，才能激发你的斗志。所以被拒绝对于做销售来说是谁都会经历到的，不要因为被拒绝而影响你的心情与目标。

## 10. 提高自身形象与自身素质

其实销售产品的前提是把自己销售出去，一旦客户看准了你，不管你公司的方方面面如何，他和你合作都是很愉快的，这也就是要发挥你的专长。人不可貌相，不管你长得如何，但是一定要有气质，一定要有信心，一定要有活力，一定要有随机应变的能力，但千万不要油嘴滑舌，油腔滑调，这样客户会反感，而且会没有信任感。虽说客户是上帝，但销售人员要做到不卑不亢，不要一味地迁就客户，因为客户的要求是无止境的，但也不能说不着边的傲气话。总之我们要说出道理，以理服人，以德服人。

### 1.3 IT 产品销售员的工作内容

此处的 IT 产品销售员是指从事计算机信息产品，包括计算机硬件、软件、网络设备及其服务的营销活动或相关工作的人员。

IT 产品销售员的工作内容及职责主要有：

(1) 销售员要根据店面销售目标自行订立销售计划，并服从公司管理人员基于公司规章制度进行的管理。

(2) 销售员在日常工作中要注意自身言谈举止，树立公司良好形象。

(3) 销售员应当深入理解公司相应的销售政策，并且把它变成自己的语言，流利地表达出来。

(4) 负责客户接待，销售签单、谈单及解答客户相关咨询。

(5) 销售员必须按照实际工作情况填写相应的销售报表和总结报告，并按时上交这些报表。详细记录客户各类信息，如年龄、性格、爱好、公司情况等。

(6) 销售员必须按照客户的实际情况，在销售内勤的协助下，把自己的客户进行分档管理。

(7) 销售员每月底都要根据公司总体销售目标，制定出自己下月的工作计划和销售目标，并把它分解到每周甚至每天。

(8) 销售员每月底都要制定出自己下月的老客户回访计划，以便在开发老客户的同时，稳定老市场，稳定基础销量。

(9) 销售员作为公司领导做出销售决策时的助手，必须及时收集与公司有关的市场信息，并把自己认为有用的信息整理出来，及时上报销售内勤备案或直接找自己的主管反映。

(10) 销售员在接到销售内勤安排的客户跟踪工作之后，要按时跟踪处理，并将跟踪处理结果及时汇报。

(11) 销售员在走访市场时，必须认真听取客户投诉或建议，并认真作出记录，回公司后报与销售内勤备案并反馈处理建议；能够当场处理的，尽量及时处理，并把问题及处理结果及时报与销售内勤备案，以免客户再次追诉。

(12) 如果公司政策调整、新品上市等情况变更，销售人员应及时按照公司部署通知到每位客

户，以便公司政策的执行、新品的推广等。

(13) 准时参加公司组织的销售会议，遵守会议秩序。

(14) 销售员在办公室要自觉遵守办公室制度，有临时工作时，要主动配合相关人员完成。此外，在竞争日益激烈的市场环境中，要想做好销售工作，销售员还要做好以下八点：

#### 1. 成为一名专业的区域熟手

销售员要想成为一名专业的区域熟手，必须要保持做市场调查的习惯，经常围着经销商转的销售员肯定做不好市场，只有透彻了解市场，才能真正定位市场。

#### 2. 协助经销商完成区域销售目标

要把自己的角色从管理经销商向经销商的专业协理员过渡，所以，第一个角色做得好坏会直接影响第二个角色。

#### 3. 主动疏通下面的渠道

等经销商去细致开发分级渠道会影响整个区域市场的业绩和计划，要坚决到“广大潜在市场”，去二、三线市场，去终端与客户打成一片，那儿才是真正的市场。

#### 4. 要有培训经销商的能力

经销商一般会代理或者经销很多厂家的产品，你的产品在他眼里，也许就是一个鸡肋，但你又确实感到经销商能够在这个时期帮你，如何引起他的重视，让他对你的产品、你背后的公司以及你个人产生浓厚的兴趣，完全可以通过培训他的方式来获得。他们需要现代的管理知识、需要现代的营销理念、需要不断了解行业的新情况，这些都是你能够做到的，都是你向经销商展示自己以及公司的机会。

#### 5. 协助经销商完善销售员团队的管理

帮助经销商制定营销计划、提升销量、解决应收款难的问题等，都会无形之中提升自己产品在经销商心中的地位，更重要的是，在这些工作中，你的产品销量和品牌已经实实在在地上升。

#### 6. 市场信息的反馈

传统的销售员要么认为信息收集是市场人员的工作，要么应付差事，敷衍了事。事实上，销售员要时刻把收集信息放在工作的范畴之中，只有这样，才能保障自己的区域市场畅通的后勤补给，不会一味抱怨产品不适合市场需要、公司政策太呆板等，聪明的销售员最懂得用实际数据去打动公司管理层的心。

## 任务 2 培训 IT 产品销售员的服务礼仪

### 2.1 服务礼仪的重要性

服务是能创造价值的销售利器，体现服务的手段离不开礼仪的运用，礼仪可以塑造销售人员的完美形象，给顾客留下最好的第一印象，让销售人员在销售开始之前就赢得顾客的好感。礼仪贯穿在销售的每个程序，它能让服务人员在和客户打交道中赢得理解、好感和信任。

#### 1. 体现销售员的自身素质

推销礼仪犹如销售员的内在门面，通过礼仪展示来塑造销售员在顾客心中的形象。因此，销售员从与顾客的第一次见面起，就需要十分注重礼仪形象，为顾客留下好印象方能把销售延续到下一次，也许还能为销售员带来潜在的未知客户。

## 2. 维护和塑造公司形象

当销售员在与客户接触的时候，销售员的身份就是公司的代表。作为公司代表的销售员，其个人的形象不仅代表个人，更是公司形象的体现，尤其对新客户来说，公司在其心中的形象完全由销售员带来的感觉体现。由此可见，推销礼仪具备维护和塑造公司形象的重要意义。

## 3. 引导消费者对产品的心理价值

若是销售员以一种邈邈随意的形象出现在客户面前，必然会引起顾客对销售员所推销商品的档次的怀疑，甚至让客户在未接受销售员的推销介绍之前，就已为产品定下一个固定的形象，导致销售困难甚至失败。因此，销售员务必通过良好的礼仪形象出现，这样会让客户在对销售员有好感的同时，增加对产品的心理价值，从而促进销售成功。

## 2.2 销售中的礼仪要求

### 1. 仪表

仪表的主要体现为服饰，销售员在推销过程中，服饰得当对销售有很大的必要。弗兰克·贝德格在《我是怎样成功地进行推销的》一书中写到：“初次见面给人印象的90%产生于服装”，因此，销售员务必在着装上细心应对。另外，女士在着装之外，还需要注意妆容、发型和饰品的打点、搭配，切勿穿着暴露、浓妆艳抹，也不能素面朝天、清汤挂面地给客户一种不自重的形象。要想成为第一流的销售员必须从仪表修饰做起。

### 2. 仪态

古人云：“站如松，坐如钟，行如风。”销售员的仪态包括坐姿、站姿以及面部表情三个方面。销售员应该按照“站有站姿，坐有坐相”的行为标准严格要求自己。站姿与坐相都需要销售员以一种放松又不失态的形象展示出来，即需要优雅的站姿和坐相，又不会呆板严肃。因此，不管是站着还是坐着，都遵循收腹挺胸，双臂自然垂下两手相握放到小腹的位置，不能有翘腿抖脚等不雅行为出现。表情则需要自然得体，保持适宜的微笑，不夸张的捧腹大笑，也不能板着“苦瓜脸”。眼神要温和自信，不东张西望、不低眉顺眼、更不要“目中无人”。

### 3. 语言

#### (1) 敬语

敬语，亦称“敬辞”，它与“谦语”相对，是表示尊敬礼貌的词语。在交谈中应以礼待人，这样既能显示出自身的文化修养，又可以满足对方的自尊。所以，在交谈中要随时随地有意识地使用敬语，这是以敬人之心赢得尊重的有效方式。敬语的使用频率实际上是挺多的。日常使用的“请”字，第二人称中的“您”字，代词“阁下”、“尊夫人”、“贵方”等。

#### (2) 谦语

谦语亦称“谦辞”，它是与“敬语”相对，是向人表示谦恭和自谦的一种词语。谦语最常用的用法是在别人面前谦称自己和自己的亲属。例如，称自己为“愚”。

#### (3) 雅语

雅语是指一些比较文雅的词语。多使用雅语，能体现出一个人的文化素养以及尊重他人的个人素质。在待人接物中，例如你正在招待客人，在端茶时应该说：“请用茶”。只要你的言谈举止彬彬有礼，人们就会对你的个人修养留下较深的印象。只要推销人员注意使用雅语，必然会对推销活动成交率的提高有所帮助。

#### 4. 语调

语调,也就是说话的语气、声调、语速的快慢和声音大小等,它的主要作用在于感情的表达。语调的抑扬顿挫、缓急张弛,往往比语言本身更能传情达意。销售员的语言应该使顾客听起来舒服、愉快,语调温和,言辞通情达理,会使人乐于倾听,倍感温暖。因此,在谈话中应注意语调的运用,掌握讲话的速度,以便控制整个谈话过程,使自己处于主动地位。即便遭到拒绝时,也不要使用极易引起争吵的语气。

#### 5. 眼神

眼神是推销人员在交谈中调节与顾客心理距离的手段。在与顾客推销交谈中,恳切、坦然、友好、坚定、宽容的眼神,会给人亲近、信任、受尊敬的感觉,而轻佻、游离、茫然、阴沉、轻蔑的眼神会使人感到失望,有不受重视的感觉。有研究表明,谈话中双方的双目对视一般只持续一秒钟左右,然后移开,不能死死盯住顾客不放,也不要东张西望、左顾右盼。一般情况下,在推销谈话中,如果销售员与顾客相距较远,那就可以用竹枝顾客的办法拉近距离;相反,如果双方里的狼劲,尤其是当顾客是一位年轻而又陌生的异性时,应经常转移视线,以避免顾客的不自在和尴尬的感觉。

#### 6. 善于倾听

认真倾听顾客谈话,是成功秘诀之一。日本“推销之神”原一平说过:“就推销而言,善听比善说更重要。”

#### 7. 位置和距离

销售员与顾客在交谈中所处的位置和距离如何,对推销的结果也或大或小地产生着微妙的影响。这种影响表现为对双方心理距离的影响上。因此销售员应注意与顾客交谈时位置的安排,若位置安排恰当,就有利于推销谈话的进行。销售员与顾客同处一室,应把上座让给顾客。什么位置是上座?有两个扶手的沙发(或椅子)是上座,长沙发(或椅子)是下座;面对大门的是上座,接近门口处的位置是下座;靠墙壁的一方是上座,这在咖啡馆谈生意时尤为注意;在火车上,面对前进方向的是上座。当然,这些区分并不是硬性规定,但若销售员遵守了这些礼节,在一定程度上表示了对顾客的尊重和谦让之心,顾客自然是十分高兴,会收到投之以李,报之以桃的效果。

#### 8. 握手礼仪

握手是当今世界最通用的表示友好、祝贺、感谢、慰问的礼节。站立对正,上身稍前,左手垂下,凝视对方,面带微笑,伸出右手,齐腰高度,四指并齐,握住掌心,认真一握,礼毕即松,年长者、职高者、主人、女士通常先伸手。

#### 9. 介绍礼仪

自我介绍,推销自我形象和价值的重要方法,进入社交圈的金钥匙,镇定有信心,微笑要自然,不同对象、场合,选择不同的语气、方式、内容。

介绍他人,以中介人身份介绍原本陌生的人相识,以受尊重的一方优先了解对方为原则。先少后老,先低后高,先宾后主,先男后女,站在之间,以手示意,面向听者,微笑有礼,口齿伶俐。

#### 10. 递接名片礼仪

递送名片,表示愿意交往,主动将自己的重要信息告诉对方。名片应存放得当,随手可取。递送名片时应站立对正,上身前倾,双握前端,字朝对方,齐胸送出,清楚报名。

接收名片时应感谢对方信任,像尊重其主人一样尊重和爱惜名片。接收时应立即起立,面向对方,双手接下端,齐胸高度,认真拜读,表示感谢,存放得当,珍惜爱护。

### 11. 会谈座位的安排礼仪

双边会谈通常用长方形、椭圆形或圆形桌子，宾主相对而坐，以正门为准，主人占背门一侧，客人面向正门。主谈人居中，其他人按礼宾顺序左右排列。记录员可安排在后面，如参加会谈人数少，也可安排在会谈桌就座。小范围的会谈，也有不用长桌，只设沙发，双方座位按会见座位安排。

### 12. 轿车座次礼仪

按照国际惯例，乘坐轿车的座次安排常规是：右高左低，后高前低。具体而言，轿车座次的尊卑自高而低是：后排右位—后排左位—前排右位——前排左位。

另外有几种特殊情况，一是主人或熟识的朋友亲自驾驶汽车时，你坐到后面位置等于向主人宣布你在打的，非常不礼貌。这种情况下，副驾位置为上座位。二是接送高级官员、将领、明星等知名公众人物时主要考虑乘坐者的安全性和隐私性，司机后方位置为汽车的上座位，通常也被称作VIP位置。

### 13. 宴会座次礼仪

排序原则：以远为上，面门为上，以右为上，以中为上；观景为上，靠墙为上。

座次分布：面门居中位置为主位；主左宾右分两侧而坐；或主宾双方交错而坐；越近首席，位次越高；同等距离，右高左低。

### 14. 行进位次礼仪

多人并排行进，中央高于两侧，对于纵向来讲，前方高于后；两人横向行进，内侧高于外侧。实际上内侧就是指靠墙走，我国道路行进规则是右行，所以在引领客人时，客人在右，陪同人员在左。换句话说，客人在里面你在外面，为什么要把客人让在靠墙的位置，是因为受到的骚扰和影响少。与客人的距离，别拉太远，也别离太近，标准化位置是：左前方1米到1.5米处，换句话说，一步之遥。与客人同坐电梯，应该先进后出。

## 小结

随着现代商业社会的竞争越来越激烈，很多企业对自己的形象以及员工的素质越来越重视。专业的形象气质以及在商务场合中的礼仪已经成为当今销售场合中取得成功的重要手段，同时也成为企业形象的重要表现。良好的职业形象、完美的职业素养有助于更好地拉近与消费者的距离。

## 能力训练

### 【案例】

#### 1. 案例分析

郑伟是一家大型国有企业的总经理。有一次，他获悉有一家著名德国企业的董事长正在本市进行访问，并有寻求合作伙伴的意向。他于是想尽办法，请有关部门为双方牵线搭桥。

让郑总经理欣喜若狂的是，对方也有兴趣同他的企业进行合作，而且希望尽快与他见面。到了双方会面的那一天，郑总经理对自己的形象刻意地进行了一番修饰，他根据自己对时尚的理解，上穿茄克衫，下穿牛仔裤，头戴棒球帽，足蹬旅游鞋。无疑，他希望能给对方留下精明强干、时

尚新潮的印象。然而事与愿违，郑总经理自我感觉良好的这一身时髦的“行头”，却偏偏坏了他的大事。

这个案例中郑总经理的错误在哪里？他的德国同行对此会有何评价？

## 2. 案例分析

某公司新建的办公大楼需要添置大量的电脑设备，价值数百万元。公司的总经理已做了决定，向A公司购买这批电脑设备。这天，A公司的销售部负责人打电话来，要上门拜访这位总经理。总经理打算，等销售员来了，就在订单上盖章，定下这笔生意。

不料销售员比预定的时间提前了2个小时，为了谈这件事，销售员还带来了一大堆的资料，摆满了台面。总经理没料到销售员会提前到访，刚好手边又有事，便请秘书让对方等一会。这位销售员等了不到半小时，就开始不耐烦了，一边收拾起资料一边说：“我还是改天再来拜访吧。”

这时，总经理发现对方在收拾资料准备离开时，将自己刚才递上的名片不小心掉在了地上，对方却并没发觉，走时还无意从名片上踩了过去。这个不小心的失误，却令总经理改变了初衷，最后A公司没有向这家公司购买电脑。

这个案例中销售员的错误在哪里？

### 【情景模拟】

#### 1. 情景表演

内容：以分组形式，情景自拟，在公司接待来访客户。

目的地：了解自身的礼仪仪态，感受真实服务。

#### 2. 客户接待礼仪

A公司是一家生产企业，某月某日，A公司的销售经理肖林和客户经理张军邀请上海某公司采购经理李超和助理王思文一行2人来A公司考察并洽谈合作事宜，上午9:00，肖林和张军搭乘公司行政商务车去机场迎接客人。

上午9:55肖林和张军准时迎接到李经理和王小姐，双方见面寒暄后握手、相互介绍、交换名片后上车驶往A公司。

上午10:30，一行四人到达A公司大楼直升电梯前，乘电梯到达A公司所在楼层，销售总经理郑大明已在门口迎候，见面寒暄后握手、相互介绍、交换名片后在A公司会议室进行商务会谈。

上午11:35，在A公司会议室，双方就采购合同细节进行了充分的沟通。

中午12:00，A公司销售经理肖华和客户经理张军在某酒楼招待两位客人。

案例模拟：

##### (1) 模拟第一环节

请四位学生走上台模仿：

上午9:55肖林和张军准时迎接到李经理和王小姐，双方见面寒暄后握手、相互介绍、交换名片的场景后上车驶往A公司。

模拟任务：握手、介绍、互换名片、乘车安排座位。

模拟关键点：握手礼仪、介绍礼仪、名片礼仪、乘车礼仪。

##### (2) 模拟第二环节

请五位学生走上台模仿：

上午10:30，一行四人到达A公司大楼直升电梯前，乘电梯到达A公司所在楼层，销售总经理郑大明已在门口迎候，见面寒暄后握手、相互介绍、交换名片后在A公司会议室进行商务会谈。

模拟任务：握手、介绍、互换名片、行进的位次、会议座次安排。

模拟关键点：握手礼仪、介绍礼仪、名片礼仪、电梯礼仪、行进礼仪、会议座次礼仪。

(3) 模拟第三环节

请四位学生走上台模仿：

中午 12:00，A 公司销售经理肖华和客户经理张军在某酒楼招待两位客人。

模拟任务：安排宴会座次、设计一个菜单（要求招待标准总费用不超过 800 元）。

模拟关键点：宴会座次礼仪、商务宴请点菜技巧。