销售经验分享

2012年10月，集团公司重点品种“美美”在我店上柜，在集团公司买赠政策的大力支持下，同时通过我店全体员工的共同努力，我店11月完成销售2199盒，12月完成销售4784盒。

在销售“美美”的过程中，我们积极努力地一步步地向目标前进，在这个过程中，我们主要在以下四方面下功夫：

店堂宣传方面：在“美美”刚上柜的时候，我们在店堂内醒目位置，做了3处花车陈列，同时在柜台空白台面上，增加“美美”陈列，让顾客眼睛所到之处，都能看到“美美”，再配上精美的手绘POP海报，突出“美美”针对女性皮肤干燥、蜡黄、松弛的主题，以及“买一送一”的促销优惠信息，积极利用产品空盒，在门店进行突出陈列及各种造型展示，吸引顾客的眼球，形成视觉冲击，让我们的主推品种能给顾客留下深刻的第一印象；

我们利用门店的语音广播系统，将产品知识在店内循环播放，让顾客在不自觉的情况下，了解“美美”的功效及作用。

在产品的包装上，我们克服了没有手提袋、礼包等困难，自行购买了透明礼品袋，配上精美的礼花，推出了“美美”“疗程装”、“半月体验装”两种礼品包装，同时将这两种礼品包装集中陈列在产品销售处，刺激顾客的购买欲。

在面对顾客的时候，从销售员到收银员，全员都在对顾客进行产品宣传，努力创造销售机会。

产品培训方面：在“美美”上柜初期，组织全体员工进行了多次产品知识学习，同时利用门店晨会时间，对“美美”的主要成分及功效进行强化学习，让员工熟记“美美”的九种经典中药成分及各种成分的主要功效，通过随时抽查的方式，督促员工全面了解我们的产品，中，并且积极利用“美美”销售快报中各优秀门店的销售经验，让员工学习到更多的销售方法，使员工在给顾客介绍产品时，能让顾客更全面、更细致的了解“美美”，结合顾客的相应症状，做出正确的用药推荐。

任务分解方面：我们针对“美美”的销售任务进行了任务分解，对门店的每一个销售员都分配了销售任务，让每一个销售员都有明确的销售目标，在每天晨会时，通报前一天的公司整体销售数量、本店销售数量以及在公司内部的销售排名，并且通报门店销售人员的销售完成情况，特别对厂家驻店促销员制定“末位淘汰制度”，在内部 形成竞争机制，刺激所有员工对“美美”进行大力推荐，提高产品的销售量。

客户维护方面：为了体验“美美”促销活动的会员尊享性，销售员在销售“美美”时，对没有本店会员卡的顾客，都对其详细介绍本公司会员卡的优点，协助其先办理会员卡，再进行购买，让顾客感受到会员专享的优惠，同时，也让我们能更详尽地留下顾客的相关信息，定期对购买“美美”的顾客进行统计，根据顾客当时购买“美美”的数量，在其药品快服用完的时候，安排门店的执业药师对其进行电话回访，了解顾客在服用“美美”过程中的问题，并对其进行继续用药的专业指导以及最新活动的介绍，促进顾客回店继续购买，按照疗程用药，以发挥产品的最大功效，让顾客达到最佳效果。

在新的一年里，我们仍会继续坚持并做好做细以上四方面的工作，让“美美”销售更上一层楼，让我们的销售在“美美”的带动下，全面发展，努力向着2013年的销售目标前进。

四川太极大药房连锁有限公司

旗舰店

2013年1月22日