# 拜访客户总结报告范文(25篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-03-06

*拜访客户总结报告范文1一、武汉客户拜访时间：20--/9/6——20--/9/7地点：武汉市执行人：唐军耀主要上门拜访武汉地区汽配客户，客户主要集中在武汉市汽配城，例：万国汽配城，太平洋汽配城，武昌青山汽配城，海天汽配城。共拜访了20余组客...*

**拜访客户总结报告范文1**

一、武汉客户拜访

时间：20--/9/6——20--/9/7

地点：武汉市

执行人：唐军耀

主要上门拜访武汉地区汽配客户，客户主要集中在武汉市汽配城，例：万国汽配城，太平洋汽配城，武昌青山汽配城，海天汽配城。共拜访了20余组客户，此次拜访的客户是前期从248组客户电话筛选出来的。包含的业态以汽配汽修为主，项目建成开业还需一段时间，所以大部分客户现在都不愿意过来，其中有2组客户表示可以先来看看项目，再做决定是否拓展。

二、荆州客户拜访

时间：20--/9/8地点：荆州市

执行人：程亮

主要上门拜访了荆州市整车销售，客户主要分布在荆州4S汽车销售一条街，共拜访了18组客户，主要品牌有东风，广汽，江淮，奇瑞，力帆，大众等。因为荆州市和公安地区相聚太近，同属一个地区，所以大部分品牌没有拓展意向。其中力帆表示可以过来看看项目情况，然后决定是否拓展。

三、客户拜访总结

此次共拜访客户约40组，其中3组表示可以过来参加活动，并且考察市场是否进驻。不愿进驻的`主要原因有：

1、项目建成还早，等项目建成过后再过来考察，现在没有必要过来。

2、公安县市场没有什么业务，现在业务还是主要集中在武汉地区，所以不打算过来拓展。

3、今年生意不景气，人手也不够，所以现在不对外拓展。

4、公安买整车的客户主要还是去荆州地区购买，荆州地区和公安县距离太近，同一地区没有必要再开新店。

5、武汉地区于省级代理商主要负责开拓二级市场，公安县的拓展属于荆州地区负责，要找当地代理商。武汉地区不负责直接拓展，但可以找当地客户投资加盟合作。我司建议根据市场拜访情况，武汉和荆州地区客户直接来本项目拓展的可能性不大，所以我们要从本地挖掘有实力，有影响力的大客户。

1、本地大客户在当地市场经营成熟，知名度高，更容易经营生存和达到敲山震虎的效果，

2、本地的大客户同时也能带动其他小客户的进驻，增强投资客户的购买信心。

3、武汉和荆州二地的客户同时保持联系和有效沟通，及时告知项目的进展和项目在每个阶段性的有效成果，希望随着项目的推进能达成一些落定。

**拜访客户总结报告范文2**

月销售工作总结，时刻比较短，在这一个月的时刻里，也不可能有太大的变化，所以，在写月销售工作总结时，更注重于销售工作状况的体悟与明白。

>一、月销售工作总结注意事项：

1、总结前要充分占有材料。最好透过不一样的形式，听取各方面的意见，了解有关状况，或者把总结的想法、意图提出来，同各方面的干部、群众商量。必须要避免领导出观点，到群众中找事实的写法。

2、必须要实事求是，成绩不夸大，缺点不缩小，更不能弄虚作假，这是分析、得出教训的基础。

3、条理要清楚。总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。

4、要剪裁得体，详略适宜。材料有本质的，有现象的；有重要的，有次要的，写作时要去芜存精。总结中的问题要有主次、详略之分，该详的要详，该略的要略。

>二、一般状况下，一个完善的月销售工作总结报告应当包括如下资料：

1、销售状况总结：销售业绩和销售目标达成状况，要求既有详细数据，又有状况分析。

2、行动报告：当月都干了什么工作，都去了什么地方、工作时刻怎样安排的，要求简单明了。

3、市场状况总结分析，包括：

（1）市场价格现状：各级经销商的具体价格、促销、返利、利润都是多少；

（2）产品库存现状：各级经销商的产品库存状况：数量、品种、日期；

（3）经销商评价：各级主要经销商的心态、潜质、销售业绩状况怎样；

（4）竞争对手评价：主要竞争对手当月的销售业绩、价格走势、产品结构变化、重要的宣传促销活动、发展趋势等状况分析；

（5）市场评价：市场状况是好是坏，发展前景如何，存在什么问题，有什么机会。

（6）市场问题汇报：当月市场上存在什么需要公司协助解决的问题：积压破损产品的调换，促销返利的兑现，市场费用的申请，其他需要公司支持的事项。

4、下个月工作打算和安排：针对上个月的工作状况安排下一个月的工作。

5、工作自我评价：自我工作的得与失、对与错

**拜访客户总结报告范文3**

销售是一项痛苦而快乐的工作。你要遭受痛苦还是享受快乐，完全取决于你的心态。——英国销售大师科尔史密斯

一.基本功

1.没有一流的人品就不会有一流的业绩。诚实守信是销售人员走向成功的基石。乐观积极向上的心态是销售人员的不败法宝。

2.销售人员应当具有高尚的职业道德：

应该不断提高自己对所服务企业的忠诚度。

要对客户一视同仁。

应该客观公正地评价自己的竞争对手。

3.提高技能的四个“必须具备”

1)顽强的学习精神

2)有效的沟通技能：学会有效的倾听，全神贯注、尽量避免先入为主、对客户的话题感兴趣、对客户发出的信息适当进行反馈、与客户有适当的共鸣、不要随意的打断客户的谈话。

3)严谨的时间管理方法

4.销售人员必须具备的基本礼仪：

讲究个人卫生，衣着要整洁。

着装打扮要合体、适度。

仪容仪表要能体现自己的个性

要努力创造积极的谈话环境应与客户保持适当的距离

应尽量避免以自我为中心或沉默寡言

应积极寻找客户感兴趣的话题

5.需找潜在客户必须坚持的原则:相信销售是一项非常艰苦的工作，但相对来说也是一项回报率很高的工作，要有不怕吃的精神，比常人付出更多。销售人员获取信息的方法：观察法、视听法、询问法、阅读法、推理法、预测法、投书法、购买法、采集法。寻找客户时要积极转变思维;客户的心理特征有以下几类：沉默寡言型、高傲自大型、优柔寡断型、谨慎稳定性、怪癖型、顽固型、随和型、怀疑型，销售对不同心理特征的客户区别对待，是更有针对性。

6.寻找潜在客户的方法;我们要尽可能的扩大自己的关系网，这样才能抓住更多的客户啊，还要学会从竞争对手那里赢得客户，竞争对手有哪些弱点和哪些不足我们都要一一了解啊。最重要的是要和陌生人打交道，因为熟人都是从陌生人开始的啊。永远不要放弃未成交的客户，需找潜在客户的基本方法：地毯式寻找、资料查询、电话查询，会议查询、广告查询、信函查询、名人突击查询、委托他人寻找。

二.拜访前的准备工作

1.需要掌握客户资料主要包括以下方面。

1)客户的基本资料

2)客户的受教育情况

3)家庭情况、生活情况、个性情况、事业情况、

4)人际关系情况5)个人喜好、购买心理、购买能力、拜访时机。

2.要对自己的客户进行四项定位。

1)准确了解客户的实际需求。

2)准确了解客户的购买能力。

3)准确了解客户有无决策权。

4)准确了解客户的信用状况。

3.对自己的三点要求：

1)熟练掌握自己产品的专业知识才能更好的向客户介绍自己的产品。

2)充分了解自己产品才能更好的回答客户的问题，消除客户心中的疑问。

3)充分了解产品的相关知识才能赢得客户的满意与尊敬。

4)让客户充分了解你的产品利益和企业利益，了解产品的差别利益。

5)准确分析客户存在疑惑的原因，并且做好解答和消除顾客的疑惑，必要的时候巧妙利用名人及权威专家解惑。

三.成功拜访潜在客户

1.给客户留下良好的第一印象要求:

1)对自己的职业充满自信

2)要对自我有信心

3)要对自己所服务的企业有信心

4)对自己的产品有信心5)对自己的个人形象有信心

6)要学会善于观察，要多问多听，不断刺激客户的购买欲望。

7)充分利用客户的好奇心理，掌握话说一半的技巧。用利益感化你的客户的基本方法。

【拜访客户心得体会7篇】

**拜访客户总结报告范文4**

篇一：拜访客户总结报告

销售是一项痛苦而快乐的工作。你要遭受痛苦还是享受快乐，完全取决于你的心态。――英国销售大师 科尔\*史密斯

一．基本功

1.没有一流的人品就不会有一流的业绩。诚实守信是销售人员走向成功的基石。乐观积极向上的心态是销售人员的不败法宝。

2.销售人员应当具有高尚的职业道德：

应该不断提高自己对所服务企业的忠诚度。

要对客户一视同仁。

应该客观公正地评价自己的竞争对手。

3.提高技能的四个“必须具备”

1) 顽强的学习精神

2) 有效的沟通技能：学会有效的倾听，全神贯注、尽量避免先入为主、对客户的话题感兴趣、对客户发出的信息适当进行反馈、与客户有适当的共鸣、不要随意的打断客户的谈话。

3) 严谨的时间管理方法

4．销售人员必须具备的基本礼仪：

讲究个人卫生，衣着要整洁。

着装打扮要合体、适度。

仪容仪表要能体现自己的个性

要努力创造积极的谈话环境应与客户保持适当的距离

应尽量避免以自我为中心或沉默寡言

应积极寻找客户感兴趣的话题

5.需找潜在客户必须坚持的原则:相信销售是一项非常艰苦的工作，但相对来说也是一项回报率很高的工作，要有不怕吃的精神，比常人付出更多。销售人员获取信息的方法：观察法、视听法、询问法、阅读法、推理法、预测法、投书法、购买法、采集法。寻找客户时要积极转变思维；客户的心理特征有以下几类：沉默寡言型、高傲自大型、优柔寡断型、谨慎稳定性、怪癖型、顽固型、随和型、怀疑型，销售对不同心理特征的客户区别对待，是更有针对性。

6.寻找潜在客户的方法；我们要尽可能的扩大自己的关系网，这样才能抓住更多的客户啊，还要学会从竞争对手那里赢得客户，竞争对手有哪些弱点和哪些不足我们都要一一了解啊。最重要的是要和陌生人打交道，因为熟人都是从陌生人开始的啊。永远不要放弃未成交的客户，需找潜在客户的基本方法：地毯式寻找、资料查询、电话查询，会议查询、广告查询、信函查询、名人突击查询、委托他人寻找。

二．拜访前的准备工作

1.需要掌握客户资料主要包括以下方面。

1) 客户的基本资料

2) 客户的受教育情况

3) 家庭情况、生活情况、个性情况、事业情况、

4) 人际关系情况5) 个人喜好、购买心理、购买能力、拜访时机。

2.要对自己的客户进行四项定位。

1) 准确了解客户的实际需求。

2) 准确了解客户的购买能力。

3) 准确了解客户有无决策权。

4) 准确了解客户的信用状况。

3.对自己的三点要求：

1) 熟练掌握自己产品的专业知识才能更好的向客户介绍自己的产品。

2) 充分了解自己产品才能更好的回答客户的问题，消除客户心中的疑问。

3) 充分了解产品的相关知识才能赢得客户的满意与尊敬。

4) 让客户充分了解你的产品利益和企业利益，了解产品的差别利益。

5) 准确分析客户存在疑惑的原因，并且做好解答和消除顾客的疑惑，必要的时候巧妙利用名人及权威专家解惑。

三．成功拜访潜在客户

1.给客户留下良好的第一印象要求:

1) 对自己的职业充满自信

2) 要对自我有信心

3) 要对自己所服务的企业有信心

4) 对自己的产品有信心5) 对自己的个人形象有信心

6) 要学会善于观察，要多问多听，不断刺激客户的购买欲望。

7) 充分利用客户的好奇心理，掌握话说一半的技巧。用利益感化你的客户的基本方法. 3月31日星期六篇二：拜访客户心得体会

拜访客户心得体会

经过两周的客户走访，受益很多。在大家的共同反映中发现很多问题。其中包括以下两点： 第一，对产品认知度不足

首先是经销商对产品知识认识不多，对于他们来说快速的配出方案和报价都存在明显的不足，解决这方面的问题要针对这些集中性的问题进行解答。对他们的业务员与导购进行培训和技术指导，使经销商在独立面对客户的情况下完成对产品的讲解，提高项目成功率。

然后就是消费者对空气能热水的认知度低，没有接受这种高效能产品，出现这种情况的原因除了空气能热水器的高端性外，在走访的过程中发现经销商对产品的热情与支持度不高，没有很好的对产品进行有力度的推广与宣传。只有零星的几个经销商对产品进行了宣传。 在这些因素下导致空气能热水蒙上了一层神秘的面纱，如何揭开这面面纱，除了消费者对产品的逐渐渗透认知外我们不能坐以待毙，要积极鼓励经销商对产品的市场投放做大，宣传力度加大。是消费者快速对产品接受和了解，加快空气能热水器的发展脚步。

第二，市场价格混乱，对品牌的价值认识低

对经销商建立很好的品牌认识很重要，对于以后的空气能热水发展有很大的推动作用。不可以只顾眼前利益，要做到放长线钓大鱼。对于价格要做明确的规定，监管力度一定要加大。多和经销商交流，减少美的自己产品间的竞争。在以后的工作中我会积极努力和经销商沟通，严格监管经销商之间的利益关系，努力把空气能热水做强做大。篇三：业务员初次拜访客户的心得

业务员初次拜访客户的心得

第一节：初次拜访客户应该怎么聊 我是刚刚开始做 it 行业的销售 , 对很多东西都不了解 . 初次拜访客户都不知道说点什么如果一开始就和他聊产品 他们都不感兴趣 . 如果闲聊感觉就是没什么可聊的 . 他也没时间和你聊 . 毕竟是初次拜访 . 请教各位应该怎样才

第一节：初次拜访客户应该怎么聊

我是刚刚开始做it行业的销售,对很多东西都不了解.初次拜访客户都不知道说点什么如果一开始就和他聊产品 他们都不感兴趣.如果闲聊感觉就是没什么可聊的.他也没时间和你聊 .毕竟是初次拜访.请教各位应该怎样才能更好的和客户沟通

风云人物答：

你要懂得商家的特点，对它们多些了解！对他们的产品、对手、经营策略多些了解才能有信心，共同话语才会多！记住实在是没话说了就说句：“经理您先忙，我跟您谈的很愉快！期待我们的下次见面”就走人！

区域经理答：

可是我现在也是刚起步,对it方面的知识也很少.面队的客户的产品也不同.那要花相当一段时间去了解清楚..但是我想尽快做出成绩..不知道能否有更好的方法

风云人物答：

你现在只看一条线，就跟一个前辈学习，我相信这样比较快些。。

渠道专家答：

在去客户之前就应该了解好这家公司的一些情况，如：实力多大，做什么产品，有哪些竞争对手等等。这样你了解之后再去的话你会发现要跟他们聊的东西会很多！

**拜访客户总结报告范文5**

客户拜访技巧(2)

让客户出任的角色：一名导师和讲演者；

前期的准备工作：有关本公司及业界的知识、本公司及其他公司的产品知识、有关本次客户的相关信息、本公司的销售方针、广泛的知识、丰富的话题、名片、电话号码簿；

拜访流程设计：

1、 打招呼：在客户（他）未开口之前，以亲切的\'音调向客户（他）打招呼问候，如：“王经理，早上好！”

2、 自我介绍：秉明公司名称及自己姓名并将名片双手递上，在与（他）交换名片后，对客户拨空见自己表达谢意；如：“这是我的名片，谢谢您能抽出时间让我见到您！

3、 旁白：营造一个好的气氛，以拉近彼此之间的距离，缓和客户对陌生人来访的紧张情绪；如：“王经理，我是您部门的张工介绍来的，听他说，你是一个很随和的领导”，

4、 开场白的结构：

（1）、 提出议程；（2）、陈述议程对客户的价值；（3）、时间约定；（4）、询问是否接受；

如：“王经理，今天我是专门来向您了解你们公司对＊＊产品的一些需求情况，通过知道你们明确的计划和需求后，我可以为你们提供更方便的服务，我们谈的时间大约只需要五分钟，您看可以吗”？

5、 巧妙运用询问术，让客户一次说个够；

（1）、 设计好问题漏斗；

通过询问客户来达到探寻客户需求的真正目的，这是营销人员最基本的销售技巧，在询问客户时，问题面要采用由宽到窄的方式逐渐进行深度探寻，

如：“王经理，您能不能介绍一下贵公司今年总体的商品销售趋势和情况？”、“贵公司在哪些方面有重点需求？”、“贵公司对＊＊产品的需求情况，您能介绍一下吗？

（2）、 结合运用扩大询问法和限定询问法；

采用扩大询问法，可以让客户自由地发挥，让他多说，让我们知道更多的东西，而采用限定询问法，则让客户始终不远离会谈的主题，限定客户回答问题的方向，在询问客户时，营销人员经常会犯的毛病就是“封闭话题”。

如：“王经理，贵公司的产品需求计划是如何报审的呢？”这就是一个扩大式的询问法；如：“王经理，像我们提交的一些供货计划，是需要通过您的审批后才能在下面的部门去落实吗？”这是一个典型的限定询问法；而营销人员千万不要采用封闭话题式的询问法，来代替客户作答，以造成对话的中止，如：“王经理，你们每个月销售＊＊产品大概是六万元，对吧？”

（3）、 对客户谈到的要点进行总结并确认；

根据会谈过程中，你所记下的重点，对客户所谈到的内容进行简单总结，确保清楚、完整，并得到客户一致同意；

**拜访客户总结报告范文6**

在忙碌的工作中，时刻就显得更加快速的溜走了。工作方面的收获很多，这与领导与同事们的帮忙是分不开的。

刚进入公司时，对我来说，一切都是崭新的，公司为我们带给的平台很大，产品的优势也显而易见的，这样好的平台，就看自我怎样去发挥。人生本来就是一个不断成长的过程，这一生最重要的决定便是决定和谁在一齐成长！很荣幸能加入我们公司，在领导和同事的帮忙中与公司共同成长；要了解我们的行业，了解我们的公司，了解我们的产品，才能有自信心；很感激领导和同事无私的传授他们的经验给我，透过学习他们的经验和知识，能够大幅度的减少自我犯错和缩短摸索时刻；在公司这样一个积极向上的平台上，自我这样一个新手，必须要多学，多做事！

公司管理模式很人性化，因地制宜，因材施教；公司没有对我做任何的要求，自我去展现自我的才能，公司会根据你的实际潜质安排适合你的工作。刚刚进公司的前几天，领导和同事带我一齐去拜访客户，演示给我看。每一环节，每一步骤，每一事项，都能仔细地进行分析，这让我体会十分深刻，熟悉公司产品了解公司业务状况。几天过后，我就开始独立去拓展周边业务，自我本来就是个”耐不住寂寞”的人，喜爱跑业务，喜爱与人打交道；看着一个一个项目就被自我这样一点一点挖掘出来，直到做成生意，很享受这样一个过程！自我一向就很喜爱做销售工作，喜爱挑战与自我挑战。成功的销售人员都是敢于坚持自我的目标的人。

在今后的工作中，我将发奋提高自身素质，克服不足，朝着以下几个方向发奋：

1、做事先做人，诚信做人

一个人无论成就多大的事业，人品永远是第一位的，而人品的第一要素就是诚信，小胜凭智，诚信做人。

2、具有职责感

不断锻炼自我的胆识和毅力，提高自我解决实际问题的潜质，并在工作过程中坚持对客户、对公司、对自我的职责感，用心、认真地对待每一天！

3、善于总结与自我总结；

工作中的市场的把握潜质以及分析潜质等等都还是显得稚嫩和欠缺，所以这些都需要我在日后的工作中不断总结，不断的完善，不断加强。

趁此刻年轻多学点东西、多做点事情，不好枉费人生。透过这次的业务销售工作总结，我要以更饱满的精神投入到平时的工作和学习中去，快速地与公司共同成长！

**拜访客户总结报告范文7**

销售是一项痛苦而快乐的工作。你要遭受痛苦还是享受快乐，完全取决于你的心态。——英国销售大师 科尔\*史密斯

一．基本功

1.没有一流的人品就不会有一流的业绩。诚实守信是销售人员走向成功的基石。乐观积极向上的心态是销售人员的不败法宝。

2.销售人员应当具有高尚的职业道德：

应该不断提高自己对所服务企业的忠诚度。

要对客户一视同仁。

应该客观公正地评价自己的竞争对手。

3.提高技能的四个“必须具备”

1) 顽强的学习精神

2) 有效的沟通技能：学会有效的倾听，全神贯注、尽量避免先入为主、对客户的话题感兴趣、对客户发出的信息适当进行反馈、与客户有适当的共鸣、不要随意的打断客户的谈话。

3) 严谨的时间管理方法

4．销售人员必须具备的基本礼仪：

讲究个人卫生，衣着要整洁。

着装打扮要合体、适度。

仪容仪表要能体现自己的个性

要努力创造积极的谈话环境应与客户保持适当的`距离

应尽量避免以自我为中心或沉默寡言

应积极寻找客户感兴趣的话题

5.需找潜在客户必须坚持的原则:相信销售是一项非常艰苦的工作，但相对来说也是一项回报率很高的工作，要有不怕吃的精神，比常人付出更多。销售人员获取信息的方法：观察法、视听法、询问法、阅读法、推理法、预测法、投书法、购买法、采集法。寻找客户时要积极转变思维；客户的心理特征有以下几类：沉默寡言型、高傲自大型、优柔寡断型、谨慎稳定性、怪癖型、顽固型、随和型、怀疑型，销售对不同心理特征的客户区别对待，是更有针对性。

6.寻找潜在客户的方法；我们要尽可能的扩大自己的关系网，这样才能抓住更多的客户啊，还要学会从竞争对手那里赢得客户，竞争对手有哪些弱点和哪些不足我们都要一一了解啊。最重要的是要和陌生人打交道，因为熟人都是从陌生人开始的啊。永远不要放弃未成交的客户，需找潜在客户的基本方法：地毯式寻找、资料查询、电话查询，会议查询、广告查询、信函查询、名人突击查询、委托他人寻找。

二．拜访前的准备工作

1.需要掌握客户资料主要包括以下方面。

1) 客户的基本资料

2) 客户的受教育情况

3) 家庭情况、生活情况、个性情况、事业情况、

4) 人际关系情况5) 个人喜好、购买心理、购买能力、拜访时机。

2.要对自己的客户进行四项定位。

1) 准确了解客户的实际需求。

2) 准确了解客户的购买能力。

3) 准确了解客户有无决策权。

4) 准确了解客户的信用状况。

3.对自己的三点要求：

1) 熟练掌握自己产品的专业知识才能更好的向客户介绍自己的产品。

2) 充分了解自己产品才能更好的回答客户的问题，消除客户心中的疑问。

3) 充分了解产品的相关知识才能赢得客户的满意与尊敬。

4) 让客户充分了解你的产品利益和企业利益，了解产品的差别利益。

5) 准确分析客户存在疑惑的原因，并且做好解答和消除顾客的疑惑，必要的时候巧妙利用名人及权威专家解惑。

三．成功拜访潜在客户

1.给客户留下良好的第一印象要求:

1) 对自己的职业充满自信

2) 要对自我有信心

3) 要对自己所服务的企业有信心

4) 对自己的产品有信心5) 对自己的个人形象有信心

6) 要学会善于观察，要多问多听，不断刺激客户的购买欲望。

7) 充分利用客户的好奇心理，掌握话说一半的技巧。用利益感化你的客户的基本方法. 20xx年3月31日星期六篇二：拜访客户心得体会

拜访客户心得体会

经过两周的客户走访，受益很多。在大家的共同反映中发现很多问题。其中包括以下两点： 第一，对产品认知度不足

首先是经销商对产品知识认识不多，对于他们来说快速的配出方案和报价都存在明显的不足，解决这方面的问题要针对这些集中性的问题进行解答。对他们的业务员与导购进行培训和技术指导，使经销商在独立面对客户的情况下完成对产品的讲解，提高项目成功率。

然后就是消费者对空气能热水的认知度低，没有接受这种高效能产品，出现这种情况的原因除了空气能热水器的高端性外，在走访的过程中发现经销商对产品的热情与支持度不高，没有很好的对产品进行有力度的推广与宣传。只有零星的几个经销商对产品进行了宣传。 在这些因素下导致空气能热水蒙上了一层神秘的面纱，如何揭开这面面纱，除了消费者对产品的逐渐渗透认知外我们不能坐以待毙，要积极鼓励经销商对产品的市场投放做大，宣传力度加大。是消费者快速对产品接受和了解，加快空气能热水器的发展脚步。

第二，市场价格混乱，对品牌的价值认识低

对经销商建立很好的品牌认识很重要，对于以后的空气能热水发展有很大的推动作用。不可以只顾眼前利益，要做到放长线钓大鱼。对于价格要做明确的规定，监管力度一定要加大。多和经销商交流，减少美的自己产品间的竞争。在以后的工作中我会积极努力和经销商沟通，严格监管经销商之间的利益关系，努力把空气能热水做强做大。篇三：业务员初次拜访客户的心得

业务员初次拜访客户的心得

第一节：初次拜访客户应该怎么聊 我是刚刚开始做 it 行业的销售 , 对很多东西都不了解 . 初次拜访客户都不知道说点什么如果一开始就和他聊产品 他们都不感兴趣 . 如果闲聊感觉就是没什么可聊的 . 他也没时间和你聊 . 毕竟是初次拜访 . 请教各位应该怎样才

第一节：初次拜访客户应该怎么聊

我是刚刚开始做it行业的销售,对很多东西都不了解.初次拜访客户都不知道说点什么如果一开始就和他聊产品 他们都不感兴趣.如果闲聊感觉就是没什么可聊的.他也没时间和你聊 .毕竟是初次拜访.请教各位应该怎样才能更好的和客户沟通

风云人物答：

你要懂得商家的特点，对它们多些了解！对他们的产品、对手、经营策略多些了解才能有信心，共同话语才会多！记住实在是没话说了就说句：“经理您先忙，我跟您谈的很愉快！期待我们的下次见面”就走人！

区域经理答：

可是我现在也是刚起步,对it方面的知识也很少.面队的客户的产品也不同.那要花相当一段时间去了解清楚..但是我想尽快做出成绩..不知道能否有更好的方法

风云人物答：

你现在只看一条线，就跟一个前辈学习，我相信这样比较快些。。

渠道专家答：

在去客户之前就应该了解好这家公司的一些情况，如：实力多大，做什么产品，有哪些竞争对手等等。这样你了解之后再去的话你会发现要跟他们聊的东西会很多！

**拜访客户总结报告范文8**

为贯彻落实董事长新一年的工作指示精神，在总经理室的推动安排下，酒店于3月初开始，整合营销部、中餐厅的资源，在总经理室的带动下，对酒店近150户新老客户进行拜访促销活动。通过这次的拜访促销活动，收集了市场经营的信息，增进了酒店和客户之间的感情联系，听取了客户对我们酒店在经营管理上的意见和有益建议，为酒店拓宽经营思路，调整经营策略提供借鉴。现就这段时间走访收集到的意见、建议和我们的一些思考总结归纳如下：

>一、 收集到的客户意见

从走访过程当中收集到的客户反馈意见看，主要集中在以下几个方面：

1、 硬件方面，酒店新楼的环境装修基本得到大多数客户的认可，一些配置也很有档次，反映的存在问题主要有：房间空间要的太小；有的房间洗手间配置的淋浴头、坐厕不科学；房间隔音太差；中华厅的空间布局不合理，多功能宴会厅老旧；夜总会包厢空间太小等。

2、 软件方面，酒店的服务品牌还是得到大多数人的肯定，但还是偶有反映宴会服务不到位，夜总会人少有时服务不及时，有时上菜速度慢、不按程序上菜，保安素质差、服务不到位等问题。

3、 价格方面，大多数客户对酒店的房价较为接受，认为按酒店的档次和房间配置的具体情况价位较为合理。但要保持相对稳定的房价，不能经常变动。中餐厅和夜总会的收费大多数客户颇有微词，特别是中餐的高档海鲜和燕窝鱼翅的价格客人意见较大，认为物无所值。

4、 经营方面，宣传多营销手段少，宣传内容空洞无物，对消费者没有吸引力。市场嗅觉不灵敏，部门各自为政，没有系统性的营销计划和适用市场变化的经营手段。

>二、 思考及建议

1、 认清形势摆正位置，目前当地酒店和娱乐市场竞争激烈，后起之秀风起云涌，而消费者日趋成熟理智，消费选择余地较大。因此必须抛弃以往唯我独尊、高高在上的自我认识，主动的去认识市场、了解市场。在硬件目前无法很快改造的情况下，只有灵敏的捕捉到市场变化的先兆，牢牢把握市场发展变化的规律，适时的调整酒店的经营管理策略和手段，才能抢占到市场发展先机，使我们酒店的经营始终立于不败之地。

2、 市场竞争的最终结果，就是利润空间的压缩，只有通过各种手段，最大限度的去占有市场，不断的把市场做强做大，才能获取企业的目标利润，为企业的持续发展提供足够的资金保障。因此，给经营管理者放权、让利于消费者就就显得尤为重要。

3、 要制定系统性酒店营销计划，在全年的不同时段或季节，根据各部门产品的不同特性，整合各部门的`产品资源，对酒店的产品进行精选组合包装，适时的推向市场。并经常的去制造卖点，不断开发餐饮、娱乐、客房等新的消费产品，把握消费潮流，引领市场发展的方向。

4、 要在稳住老客户的同时，努力拓展新客户。通过这次走访活动，

发现在彩塘、庵埠、甚至金石和东凤一带，还有很多规模不小的企业从来没有来酒店消费，或者说偶有来消费没有引起我们的重视。但没来我们酒店消费不等于他们不消费，这就是我们应该努力争取的原因。营销部应该加大客户资料收集和拜访力度，有针对性的建立客户档案并进行拜访，以扩大酒店的消费群体，培育潜在的消费对象。

5、 必须加强企业管理，进一步提高企业的执行力，规范各种工作程序和服务流程，加强部门间的沟通合作，减少内耗，努力提高工作服务效能。

6、 要进一步提高酒店的经营管理水平，完善各种经营管理的配套

措施，建立各种适用市场和企业发展的管理制度，大力吸纳和培育适应企业发展需要的管理和服务人才，建立完善有吸引力的工资福利制度，充实企业文化的内涵，努力提高管理服务水平。

7、 应加强同外部同行之间的交流和联系，采取走出去请进来等办法，虚心学习和吸收同行的先进管理理念和服务经验，以适应新形势下酒店业发展的需要。

8、 冰冻三尺非一日之寒，要解决酒店的问题不能一蹴而就，只有转变观念、脚踏实地，拿出实实在在的具体措施，才能够改变酒店目前被动的局面。

**拜访客户总结报告范文9**

四月份的新客户不多，老客户购买同时也降低。新客户开发的少，有的还处于了解阶段，对于这个情况今后我们要从不同的渠道入手。现在就是重点的培养有潜力的客户，使他们对我们更有信心和认知度，去挖掘客户更深的信息。

我们的销售技能还存在欠缺，基础功底薄弱，所以我们还要加强学习。“不找借口找方法”，这个是我们公司和我个人一直崇尚的，现在我的能力还不足，所以我要一直在努力，努力学习，努力工作，努力生活，让每天都是充满希望的。有人说过“态度决定一切”，简单而言，我对工作的态度就是选择自己喜欢的，既然我们选择了这个行业，可能是没有办法，但现在这是我们惟一喜欢的工作，对于自己喜欢的事情要付出最大的努力，在这段工作中，我认为一个积极向上工作态度是成功的一个必要前提，所以我们要用百分之百的激情投入到工作中去。

存在问题：

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，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、由于能力有限，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。

下月工作目标：

接下来的工作中我们将迎来一个新的销售重点，那就是区域划分，基本上包括\_\_\_\_\_\_，\_\_\_\_\_\_还有\_\_\_\_\_\_这几个区的潜力都很大，之前也一直在这几个地方跑，但也没有做出很好的成绩。通过公司的区域划分，我们要以团队为主，充分地发挥团队的力量，这次我们区域也组建了团队，我们要互相学习，共同进步，我们每个人也都在努力着。希望再上一个新的台阶，打造出一片新的天地。

**拜访客户总结报告范文10**

拜访客户是实现销售的前提和基础，没有拜访销售很难实现，当然，拜访客户也并非一定能实现销售，但是，每天拜访二十个客户比每天拜访一个客户，要实现销售的可能性大很多。

在当今的很多企业中，业务员一般都实行区域负责制，分管几个地区、一个省甚至几个省的市场，每个月要走访大量的客户，对每个客户拜访的时间也很短，那么，在有限的时间内，业务员应该怎么做，才有助于销售业绩的提升呢?一些业务员每次拜访客户都是三句话：上个月卖了多少货?这个月能回多少款?下个月能再进多少货?其实，这无益于销售的提升。

业务员，在每次拜访经销商时，其任务可主要包括以下五个方面：

1、销售产品。这是拜访客户的主要任务。

2、市场维护。没有维护的市场是昙花一现。业务员要处理好市场运作中问题，解决客户之间的矛盾，理顺渠道间的关系，确保市场的稳定。

3、建设客情。业务员要在客户心中建立自己个人的品牌形象。这有助于你能赢得客户对你工作的配合和支持。

4、信息收集。业务员要随时了解市场情况，监控市场动态。

5、指导客户。业务员分为两种类型：一是只会向客户要订单的人，二是给客户出主意的人。前一类型的业务员获得订单的道路将会很漫长，后一种类型的业务员赢得了客户的尊敬。

要实现以上五大任务，在拜访工作时，业务员就需要做好以下工作。

一、销售准备

失败的准备就是准备着失败，业务员在拜访客户之前，就要为成功奠定良好的基础。

1、掌握资源。了解公司的销售政策、价格政策和促销政策。尤其是在企业推出新的销售政策、价格政策和促销政策时，更要了解新的销售政策和促销政策的详细内容。当公司推出新产品时，业务员要了解新产品的特点、卖点是什么?不了解新的销售政策，就无法用新的政策去吸引客户;不了解新产品，也就无法向客户推销新产品。

2、有明确的销售目标和计划。业务员要为实现目标而工作。销售的准则就是：制定销售计划，然后按照计划去销售。业务员每次拜访客户，都要明白，自己拜访客户的目标是什么?如何去做，才能实现目标?

客户拜访目标分为销售目标和行政目标。销售目标包括要求老客户增加订货量或品种;向老客户推荐现有产品中尚未经营的产品;介绍新产品;要求新客户下订单等。行政目标包括收回帐款、处理投诉、传达政策、客情建立等。

3、掌握专业推销技巧。掌握销售技巧，以专业的方法开展销售工作。

4、整理好个人形象。业务员要通过良好的个人形象向客户展示品牌形象和企业形象。

5、带全必备的销售工具。台湾企业界流传的一句话是“推销工具犹如侠士之剑”，凡是能促进销售的资料，业务员都要带上。调查表明，业务员在拜访客户时，利用销售工具，可以降低50%的劳动成本，提高10%的成功率，提高100%的销售质量!销售工具包括产品说明书、企业宣传资料、名片、计算器、笔记本、钢笔、价格表宣传品、样品、有关剪报、订货单、抹布等。

二、行动反省

业务员要将自己上次拜访客户的情况做一个反省，检讨，发现不足之处，及时改进。业务员可分为两种类型：做与不做的、认真做与不认真做的、工作完成后总结与不总结的、改进与不改进的、进步与不进步的。结果，前一类人成功了，后一类人失败了。

1、上级指令是否按要求落实了。业务员的职责就是执行——落实领导的指示。业务员每次客户拜访前要检讨自己，上次拜访客户时，有没有完全落实领导的指示?哪些方面没有落实?今天如何落实?

2、未完成的任务是否跟踪处理了?

3、客户承诺是否兑现了。一些业务员常犯的错误是“乱许诺，不兑现”。朱熹说“轻诺必寡信”。业务员一定要做到“慎许诺，多落实”。

4、今后几天工作的计划、安排。今天的客户拜访是昨天客户拜访的延续，又是明天客户拜访的起点。业务员要做好路线规划，统一安排好工作，合理利用时间，提高拜访效率。

三、比较客户价格

我国企业市场运作的经验说明，市场乱是从价格乱开始的，价格的混乱必定导致市场的混乱，因此管理市场的核心是管理价格。业务员要管理价格，首先要了解经销商对企业价格政策的执行情况。业务员要了解以下方面的情况：

1、不同客户销售价格比较。将当地市场上几个客户的价格情况进行一个横向比较，看不同客户的实际价格。或是对照公司的价格政策，看经销商是否按公司价格出货。

2、同一客户不同时期价格比较。将同一个客户的价格情况进行纵向比较，了解价格变动情况。

3、进货价与零售价格比较。由于企业的价格政策不统一，许多经销商的进货价不同，业务员要看看经销商的进货价和零售价是多少。

4、了解竞品价格。竞品的价格如有变动，就要向公司反馈。

四、了解客户库存

了解客户的库存情况，是业务员的基本责任。

1、库存产品占销售额的比例。了解自己的库存产品、销售额是多少?分析库存产品占销售额的比例是多大?以便发现问题。如果库存产品占销售额的比例太低，可能会缺货、断货;如果所占比例太大，说明产品有积压的倾向，业务员就要和客户一起动脑筋，帮助客户消化库存。

2、自己产品占库存产品比例。看看我们的产品在客户库存中所占的比例。占压经销商的库房和资金，是销售的铁律。

3、哪些产品周转快、哪些慢。

由于各地市场情况不同，公司的品种在各地的销售情况会不同。了解一下在客户处，哪些品种卖的快，哪些卖的慢，就可以指导客户做好销售。

4、库存数量、品种有无明显变化。了解最近一时期，客户对我们产品的库存数量和品种有什么变化，掌握销售动态。

五、了解客户销售情况

只有了解客户销售的具体情况，才能发现问题，进行指导，做好销售。

1、公司主销产品、盈利产品、滞销产品是什么，占客户总销售额的比例，竞品能销多少。目的是了解在当地市场上，我们的产品和竞品，哪些品种卖得好，哪些卖的不好?

2、能否做到专柜专卖，样品是否按规定摆足、显眼、更换。

3、公司标志、广告宣传资料是否齐全，环境是否整洁、清爽?

4、导购员服务是否规范?

六、核对客户账物

业务员不仅要提高销售量，更要提高销售的含金量。降低货款风险，是提高含金量的重要方法。

1、对照客户铺底额度，核对客户实际铺底数、抵押物及其数量。

2、书面确认客户已付款未结算、预付款及应收款数。

3、及时清理历史遗留问题，明确债权债务。

4、定期与客户共同进行账款物核对，并做到降价时即时点库。

**拜访客户总结报告范文11**

拜访客户是每一个销售人员都要做的事情，同样是拜访客户，销售高手每拜访完一个客户，都能有不少收获，要么敲定订单，要么了解客户的需求，要么解决客户的疑问.....总之，每拜访一个客户都是带有目的性的，并且在这过程中得到很好的执行，最终有所收获。

而很多销售新手，我的带领的团队有些新手也是这样，好像就是为了拜访客户而拜访，就是送份资料，见个面，递张名片资料就回来了。回来后有什么收获自己也不知道。

我们知道销售高手做事都是有套路的，拜访客户具体的也可以细分为10个步骤：

(1)做好拜访前的准备工作;

(2)顺利完成拜访前的电话联系;

(3)拜访时个人着装及精神状态;

(4)引起顾客的兴趣;

(5)发觉顾客的需求;

(6)展示产品;

(7)控制现场气氛;

(8)假定顾客要买;

(9)化解顾客的拒绝心理;

(10)结束拜访;

**拜访客户总结报告范文12**

>一、客户背景分析

客户属于石油行业较为从业时期15年左右的公司，石油产品年销售额200亿左右，目前开始转入石油钻井行业，目前钻机控制系统较为薄弱，客户主要市场是在国外。

2.该公司管理十分严格，无理由（即真实存在的需求）无邀请不允许到公司内部进行拜访，包括技术及商务，领导层为避嫌从来不直接过问实际操作采购人或技术负责人的活动，放权较大，每次商谈事情会在会议室，一般两人以上，如果一人会把门打开进行避嫌。

3.技术方面目前对电控有一定了解但是还远未达到自行制定技术协议的能力，因此需要其他公司提供支持，对是否使用有20%的建议权，也就是在同等价格条件下，有一定建议权；

4.外协采购部分实行的无固定采购员，一个项目一个采购员有较大的建议权，且更换项目采购员也会随机变化。

5.该客户之前与另外B电控厂家有一次合作，关系目前看采用我公司初步报价进行最终报价来看，关系应该不是十分紧密，应该存在一定问题，否则不会轮到我们。

>二、客户机会说明

客户在海外市场油田方面有较大的市场（年销售额200足以说明），目前转入陆地钻机，原设备的电控系统较为简单，因此在此方面必须外协生产。

2.项目名称XX钻机MCC控制系统，项目进度，A公司已经与最终用户签订合同，即将展开；

3.决策机构，技术部门提供技术协议，符合后公司进行报价，技术有20%的.建议权，外协采购部具体采购员有较大权力，部门经理会最终出现在价格谈判（本段属于预估，因为采购人员十分谨慎，且该公司待遇较好，人员普遍在27-35之间，采购人员不会冒险，接触两次暂时都处于不会和你进行工作的信息透露）

4、参与单位

竞争伙伴：B公司电控属于行业鼻祖，但是近期由于管理等原因导致质量与技术下降，但是在行业内有一定影响力（主要很多电控人

员都是B公司培养）；C公司属于行业内中低端产品，服务人员实力不够，电控质量一般，但属于乱砸价的公司，几乎维持成本都有可能生产；

>三、客户关键人关系说明

A客户技术负责人（经理级别）来到A公司之前与我公司有过接触，对我公司产品有一定认识。

A技术负责人助理对我公司印象较好，在不违背其公司的利益情况下，会提供一定的内部反应信息。比如参加竞争公司的名称，A公司报价时是否采用我公司的报价等等信息，可以提供分析支持；

>四、客户需求分析

该客户目前开始介入陆地钻机市场，目前有2-3各项目再谈，依照其公司销售支持实力，并从信息员获得的反馈，应该今年有需求；另外客户存在电控技术实力薄弱，确实需要电控外协生产。

>五、制定销售策略

1、鉴于该公司采购人员每个项目都会变化，单独项目只会接触到采购员，采购部经理如要接触需要到项目商务谈判或者项目已经进行才有合理理由进行接触；而该公司的电气控制部分相对不会变化，虽然决定权较小，但是人员相对稳定且容易切入。因此准备从此方向进入，了解内部运作模式，决策机制（粗略），建立指导者。

2、从技术协议洽谈，充分的准备工作，公司信件来往等细节，显示我公司对其的重视，合

作意愿，在建立产品信任之后，开始涉及我能整合具体技术、产品、培训、服务资源能给A客户带来什么？包括接触人迅速判断大致是什么类型的人。

3、在把握大方向初期接触技术人员大部分是严谨、理由、时间宝贵（因为A公司经常加班），所以即使每次打电话每次见面都需要一个实实在在理由，都是要带着我能给你具体带来哪些内容，甚至一个电话之前我都会想很久，明确我打电话能给对方带来兴趣的是什么，我能本次过程中得到什么。

4、整合集团资源，互通有无，集团公司内虽然电控设备只是我公司生产，但是可以获得项目信息，内部管理模式还是一致的。

>六、需要的支持和资源

我公司技术先进、海外市场等数据性，有强烈对比客观存在的数据性分析内容，技术人员现场答疑等。

**拜访客户总结报告范文13**

二级客户拜访总结及计划

一、学习成果及自我理解

1.合理规划时间：目前一级的工作较为繁琐，尤其项目沟通占据大量时间，因此时间的合理规划非常重要，以目前自己的时间占比来看，走访二级的时间大约一月1次，时间分配上确实有所忽略；

2.主动思考：在工作中主动思考问题，自己能够做什么？怎样能够做的更好？做完一件事及时总结，这样才可能有阶段性的成长。作为销售，应该具备较强的主动性，这也是自己目前来说比较欠缺的一个特质；

3.完成有效拜访：拜访时带有目的性，明确拜访的.目的，在拜访过程中围绕目的去完成拜访。信息收集？产品推广？政策传递？下单促进？关系维护？

4.利用现有资源：二级赋能PPT基本包含了所有经销所涉及的重点产品及二级政策，应通过二级PPT去掌握各个知识点，做到比客户专业，这也是表现专业度、提高客户粘性的一个体现；此外，各种公众号、微信资料等多媒体渠道可以收集很多产品、方案及竞品信息，做好分类收藏，便于针对二级客户的及时展示和发送；同时，一级和行业同时也可以作为我们挖掘及了解二级客户的渠道。

二、存在不足及改善计划：

1.工作还未形成条理：自己更多中心放在了一级工作上，二忽略了二级维护；上工作上没有较明确的计划，而是一直遇事做事的状态，所以需要把工作梳理一下，把一级的事项分类，每类找出更有效的办法。

2.主动性可以更加提高：自己可能缺少一些“狼性”，在主动性上有所欠缺；导致很多事情能够顺利完成，但未更多形成主动性的思考。后续强迫自己在做事前和做事后主动计划和复盘，提高自己的主动性。

3.技术知识相对薄弱：自己技术不足，尤其行业方面的内容更加生疏，导致遇到很多技术问题时必须像但老师和严老师求助，同时在和客户交流时确实缺少一些行业相关的谈资。从本周开始，每周6花2个小时学习技术知识，同时对于线上学习课程不再是应付，而是认真学习。

三、工作认知及客户理解

西宁市客户VS地州客户：虽然西宁市和地州客户都被称为二级客户，但由于信息流通度、地域距离、业务辐射范围等因素，其实西宁市和区县的二级客户也存在差别。一定程度上，西宁市可以复制区域的部分经验及拜访方法，但模式并非完全照搬，应结合区别去做更多理解。

西宁市区客户：信息相对丰富，进货渠道多元，对价格敏感，尤其卖场客户；拜访更多是传递新品及政策，将一级忽略传递的信息传递；同时，更多重点应该放在竞争品牌客户上；

西宁市区的小商品市场中的二级客户以安装和批发为主，对价格敏感度要高于其它专场；并且该市场中的二批籍贯以河南为主，信息渠道广、获取信息及时度高，也是西宁市区窜货严重的区域，服务该专场的一级就要跑的勤、拜访频次高、价格随时调整；

区县客户：信息相对闭塞，进货渠道相对稳定，更注重服务和一站式采购；拜访时更多体现海康的服务，由于地域原因，更多提高客户的粘性和客户与海康的互动度，保持客户活跃；一级就需要整体打包销售、提供有竞争力的解决方案，只要和客户成交一次，后续跟进，及时了解窜货的价格变动，相应做出方案的调整，地州客户成交时间一长，采购惯性就能养成。

四、后续二级拜访措施

赛博、电子市场、小商品市场：以一级为入口，收集一级赛博客户信息，逐一拜访，和一级数据形成闭环；剩余的海康客户；竞争品牌客户；2、地州区域市场：专人跑地州二级市场，沿街打字复印店、电脑店、传媒手机店；带动有意愿的一级经销商跑二级市场，制定区域拜访计划表，每周带领一级经销商梳理客户情况。

**拜访客户总结报告范文14**

销售是一项痛苦而快乐的工作。你要遭受痛苦还是享受快乐，完全取决于你的心态。——英国销售大师 科尔史密斯

一.基本功

1.没有一流的人品就不会有一流的业绩。诚实守信是销售人员走向成功的基石。乐观积极向上的心态是销售人员的不败法宝。

2.销售人员应当具有高尚的职业道德：

? 应该不断提高自己对所服务企业的忠诚度。

? 要对客户一视同仁。

? 应该客观公正地评价自己的竞争对手。

3.提高技能的四个“必须具备”

1) 顽强的学习精神

2)有效的沟通技能：学会有效的倾听，全神贯注、尽量避免先入为主、对客户的话题感兴趣、对客户发出的信息适当进行反馈、与客户有适当的共鸣、不要随意的打断客户的谈话。

3) 严谨的时间管理方法

4.销售人员必须具备的基本礼仪：

? 讲究个人卫生，衣着要整洁。

? 着装打扮要合体、适度。

? 仪容仪表要能体现自己的个性

? 要努力创造积极的谈话环境? 应与客户保持适当的距离

? 应尽量避免以自我为中心或沉默寡言

? 应积极寻找客户感兴趣的话题

5.需找潜在客户必须坚持的原则:相信销售是一项非常艰苦的工作，但相对来说也是一项回报率很高的工作，要有不怕吃的精神，比常人付出更多。销售人员获取信息的方法：观察法、视听法、询问法、阅读法、推理法、预测法、投书法、购买法、采集法。寻找客户时要积极转变思维;客户的心理特征有以下几类：沉默寡言型、高傲自大型、优柔寡断型、谨慎稳定性、怪癖型、顽固型、随和型、怀疑型，销售对不同心理特征的客户区别对待，是更有针对性。

6.寻找潜在客户的方法;我们要尽可能的扩大自己的关系网，这样才能抓住更多的客户啊，还要学会从竞争对手那里赢得客户，竞争对手有哪些弱点和哪些不足我们都要一一了解啊。最重要的是要和陌生人打交道，因为熟人都是从陌生人开始的啊。永远不要放弃未成交的客户，需找潜在客户的基本方法：地毯式寻找、资料查询、电话查询，会议查询、广告查询、信函查询、名人突击查询、委托他人寻找。

二.拜访前的准备工作

1.需要掌握客户资料主要包括以下方面。

1) 客户的基本资料

2) 客户的受教育情况

3) 家庭情况、生活情况、个性情况、事业情况、

4) 人际关系情况5) 个人喜好、购买心理、购买能力、拜访时机。

2.要对自己的客户进行四项定位。

1) 准确了解客户的实际需求。

2) 准确了解客户的购买能力。

3) 准确了解客户有无决策权。

4) 准确了解客户的信用状况。

3.对自己的三点要求：

1) 熟练掌握自己产品的专业知识才能更好的向客户介绍自己的产品。

2) 充分了解自己产品才能更好的回答客户的问题，消除客户心中的疑问。

3) 充分了解产品的相关知识才能赢得客户的满意与尊敬。

4) 让客户充分了解你的产品利益和企业利益，了解产品的差别利益。

5) 准确分析客户存在疑惑的原因，并且做好解答和消除顾客的疑惑，必要的时候巧妙利用名人及权威专家解惑。

三.成功拜访潜在客户

1.给客户留下良好的第一印象要求:

1) 对自己的职业充满自信

2) 要对自我有信心

3) 要对自己所服务的企业有信心

4) 对自己的产品有信心5) 对自己的个人形象有信心

6) 要学会善于观察，要多问多听，不断刺激客户的购买欲望。

7) 充分利用客户的好奇心理，掌握话说一半的技巧。用利益感化你的客户的基本方法.

**拜访客户总结报告范文15**

这几天和李经理一起去回访我在第一次拜访的客户中对我公司8222板卡感兴趣的客户。今天是拜访的第三天，已经回访了四家客户。但是从拜访的情况来看，结果不理想，主要原因是客户对大尺寸的板卡需求偏少。

在回访后我发现了一些问题，主要表现在第一次拜访时对客户的信息掌握的不准确。就拿今天拜访启悦光电来说，李经理和他们谈了将近5分钟就知道了我公司的产品和他们公司的需求对不上，这让我很有挫败感。在第一次拜访的时候我主要是向他们公司的戴经理介绍我公司的sunplus和MTK的方案，戴经理确实也认真在听，还时不时的用笔做记录，但现在我发觉我忽略了一个重要的问题，那就是没有抓住拜访客户时的重点----了解客户的\'需求。

当时戴经理也说了他们主要做国外市场，那时候由于刚进入到这个行业，认为国外也有模拟电视，心想模拟电视全世界应该都一样，因此也没有强调我们的8222只能适应国内和东南亚市场。

为了更好，更有效率的从事销售这个工作，我觉得在每次拜访客户之前应该明确自己拜访的目的，在拜访的过程中应围绕预先拟好的目的提问，做到高效拜访，需要了解的信息可以参照公司的客户拜访登记表。在需要了解相关的信息时还应事先设计好问题，这样层层递进，做到不盲目提问，同时也可以防止和客户聊天时冷场的局面。

**拜访客户总结报告范文16**

这几天和李经理一起去回访我在第一次拜访的客户中对我公司8222板卡感兴趣的客户。今天是拜访的第三天，已经回访了四家客户。但是从拜访的情况来看，结果不理想，主要原因是客户对大尺寸的板卡需求偏少。

在回访后我发现了一些问题，主要表现在第一次拜访时对客户的信息掌握的不准确。就拿今天拜访启悦光电来说，李经理和他们谈了将近5分钟就知道了我公司的产品和他们公司的需求对不上，这让我很有挫败感。在第一次拜访的时候我主要是向他们公司的戴经理介绍我公司的sunplus和MTK的方案，戴经理确实也认真在听，还时不时的用笔做记录，但现在我发觉我忽略了一个重要的问题，那就是没有抓住拜访客户时的重点，了解客户的需求。

当时戴经理也说了他们主要做国外市场，那时候由于刚进入到这个行业，认为国外也有模拟电视，心想模拟电视全世界应该都一样，因此也没有强调我们的8222只能适应国内和东南亚市场。

为了更好，更有效率的从事销售这个工作，我觉得在每次拜访客户之前应该明确自己拜访的目的，在拜访的过程中应围绕预先拟好的目的提问，做到高效拜访，需要了解的信息可以参照公司的客户拜访登记表。在需要了解相关的信息时还应事先设计好问题，这样层层递进，做到不盲目提问，同时也可以防止和客户聊天时冷场的局面。

**拜访客户总结报告范文17**

客户拜访技巧(1)

营销学发展到今天，营销理论愈来愈丰富和务实了，在一些营销理论文章中，我们经常会被许多精辟的论点弄的情不自禁拍案叫绝，有一部分专家们经常提到就是一位优秀的SALES（销售人员）应该具有学者的头脑、艺术家的心、技术者的手、劳动者的脚，原本这句话可以给我们带来许多积极意义，但事实上，我发现许多像我一样的营销人员在拜访目标客户时，往往则是另外一种情形；为什么呢？我们一起来做以下一些探讨！

小周是一家酒业公司负责开拓集团消费（团购）业务的一名业务人员，他就经常跟我说起他拜访客户时的苦恼，他说他最担心拜访新客户，特别是初访，新客户往往就是避而不见或者就是在面谈二、三分钟后表露出不耐烦的情形，听他说了这些，于是我就向他问下面一问题：

你明确地知道初次拜访客户的主要目的吗？

在见你的客户时你做了哪些细致的准备工作？

在见你的客户前，你通过别人了解过他的一些情况吗？

在初次见到你的客户时，你跟他说的前三句话是什么？

在与客户面谈的.时间里，你发现是你说的话多，还是客户说的话多？

结果小周告诉我，他说他明确地知道他初次拜访客户的主要目的就是了解客户是不是有购买他们公司产品的需求，当然他也做了一些简单的准备工作，如准备产品资料、名片等，不过，在见客户时他没有通过别人去了解过客户的情况，见到客户时的前三句话自然就是开门见山，报公司名称和自己的名字、介绍产品、然后问他是否有购买产品的兴趣；在与客户交谈时，小周说应该是自己说的话多，因为机不可失，时不再来嘛；

当他说完这些，我笑了，因为我突然从小周身上发现了自己以前做业务时的影子，记得那时自己做业务时，也是一样喜欢单刀直入，见到客户时，往往迫不及待地向客户灌输产品情况，直到后来参加几次销售培训后，才知道像我们这样初次拜访客户无异是撬开客户的大嘴，向他猛灌“信息垃圾”。

我们都知道，其实做销售有五大步骤：事前的准备、接近、需求探寻、产品的介绍与展示、缔结业务关系，而所有这些工作无一不是建立在拜访客户的基础之上，

因此，做为一名职业营销人，如何建立自己职业化的拜访之道，然后再成功地运用它，将成为突破客户关系、提升销售业绩的重要砝码！以小周的情况为例，我们不妨设陌生拜访和二次拜访两个模块，来探讨一下营销人的客户拜访技巧。

一：陌生拜访：聆听

营销人自己的角色：只是一名学生和听众；

让客户出任的角色：一名导师和讲演者；

前期的准备工作：有关本公司及业界的知识、本公司及其他公司的产品知识、有关本次客户的相关信息、本公司的销售方针、广泛的知识、丰富的话题、名片、电话号码簿；

拜访流程设计：

1、 打招呼：在客户（他）未开口之前，以亲切的音调向客户（他）打招呼问候，如：“王经理，早上好！”

2、 自我介绍：秉明公司名称及自己姓名并将名片双手递上，在与（他）交换名片后，对客户拨空见自己表达谢意；如：“这是我的名片，谢谢您能抽出时间让我见到您！

3、 旁白：营造一个好的气氛，以拉近彼此之间的距离，缓和客户对陌生人来访的紧张情绪；如：“王经理，我是您部门的张工介绍来的，听他说，你是一个很随和的领导”。

4、 开场白的结构：

（1）、 提出议程；（2）、陈述议程对客户的价值；（3）、时间约定；（4）、询问是否接受；

如：“王经理，今天我是专门来向您了解你们公司对＊＊产品的一些需求情况，通过知道你们明确的计划和需求后，我可以为你们提供更方便的服务，我们谈的时间大约只需要五分钟，您看可以吗”？

5、 巧妙运用询问术，让客户一次说个够；

（1）、 设计好问题漏斗；

**拜访客户总结报告范文18**

如何做好客户拜访

销售人员在进行客户拜访前需要做充分的准备工作，包括:

● 客户基本信息

● 拜访资料准备

● 拜访前仪表准备

● 拜访的目的

● 客户可能需求分析

● 拜访信息完善

销售人员了解客户的基本信息应该包含以下10项：

在这里面，1、2、5、6和8是比较重要的信息，尤其是在一些主管具有直接决定权的企业，关键人物的相关信息的准确性有时候是会起到决定性作用的。

了解到以上信息，就可以做到对拜访客户有一个基本的认知，从而更能有针对性地提出方案建议，有效切中客户的要害，这样就做到了“知彼”。当然，仅有这些信息是远远不够的，我还建议销售人员固定准备一些资料，如产品彩页、公司介绍、国家部门红头文件或政策和厂商的促销政策。这些资料一方面可以展示企业自身实力，树立初次见面在客户心中的可信度和好感; 另一方面也可以帮助销售人员在与客户对话中有理有据。拜访客户时，如果销售人员能够提前准备这些资料，在与客户进行初步沟通之后，就可以很快找出与客户谈话的切入点，这样客户就容易接受销售人员提出的建议。

准备好相应的资料之后，拜访者应该做到仪容仪表的整洁，良好的精神面貌和形象会给客户留下良好的印象，同时要注重职业礼仪，小到如何介绍自己，大到在与客户沟通时如何保持分寸。尽管做了多年渠道销售工作，但是我每次去拜访客户，无论客户大小，亲疏，我还是会很注重这个环节。

做好客户拜访的方法流程

如果问销售人员去拜访客户的目的是什么?可能很多人的回答会是“看看有没有生意机会”，在我看来，在进行客户拜访之前，销售人员应该明确自己此行有几个主要目的：

● 确认背景资料信息――将之前收集的客户背景资料进行确认及完善，比如说是不是有一些信息是我们拜访前没有了解到的，或者是客户这边有一些什么样新的计划和调整，这些我们都应该进行记录和备案。

● 完善信息

● 引起客户的兴趣

**拜访客户总结报告范文19**

>一、武汉客户拜访

时间：20—/9/6—20—/9/7

地点：武汉市

执行人：唐军耀

主要拜访武汉汽配客户，客户主要集中在武汉汽配城，如万国汽配城、太平洋汽配城、武昌青山汽配城、海天汽配城。共拜访了20多组客户，这次拜访的客户是前期从248组客户电话中筛选出来的。所包含的`业务形式主要是汽车零部件和汽车维修，项目完成和开放需要一段时间，所以大多数客户现在不愿意来，其中两组客户表示，他们可以先看看项目，然后决定是否扩展。

>二、荆州客户拜访

时间：20—/9/8地点：荆州市

执行人：程亮

主要参观荆州汽车销售，客户主要分布在荆州4S汽车销售街，共拜访18组客户，主要品牌有东风、广汽、江淮、奇瑞、力帆、大众等。由于荆州和公安地区太近，属于同一地区，大多数品牌都没有扩张的意图。其中，力帆表示，他可以来看看这个项目，然后决定是否扩展。

>三、客户拜访总结

共有约40组客户参观，其中3组表示可以来参加活动，并检查市场是否进入。不愿进入的主要原因有：

1、项目建成还早，项目建成后再来考察，现在没必要来了。

2、公安县市场没有业务，现在业务主要集中在武汉，所以不打算来扩张。

3、今年生意不景气，人力不足，所以现在不对外扩张。

4、\_门购买整车的客户主要是去荆州地区购买，荆州地区离公安县太近，同一地区不需要开新店。

5、武汉省级代理商主要负责发展二级市场，公安县扩张属于荆州，找当地代理商。武汉不负责直接扩张，但可以找当地客户投资加入合作。我公司建议，根据市场参观情况，武汉和荆州的客户不太可能直接来这个项目扩张，所以我们应该从当地挖掘强大而有影响力的大客户。

1、当地大客户在当地市场经营成熟，知名度高，更容易经营生存，达到敲山震虎的效果，

2、当地大客户也可以带动其他小客户进入，增强投资客户的购买信心。

3、武汉和荆州的客户同时保持联系和有效沟通，及时告知项目进展情况和各阶段项目的有效结果，希望随着项目的推进实现一些结算。

**拜访客户总结报告范文20**

经过两周的客户走访，受益很多。在大家的共同反映中发现很多问题。其中包括以下两点：

第一，对产品认知度不足

首先是经销商对产品知识认识不多，对于他们来说快速的配出方案和报价都存在明显的不足，解决这方面的问题要针对这些集中性的问题进行解答。对他们的业务员与导购进行培训和技术指导，使经销商在独立面对客户的情况下完成对产品的讲解，提高项目成功率。

然后就是消费者对空气能热水的认知度低，没有接受这种高效能产品，出现这种情况的原因除了空气能热水器的高端性外，在走访的过程中发现经销商对产品的热情与支持度不高，没有很好的对产品进行有力度的推广与宣传。只有零星的几个经销商对产品进行了宣传。

在这些因素下导致空气能热水蒙上了一层神秘的面纱，如何揭开这面面纱，除了消费者对产品的逐渐渗透认知外我们不能坐以待毙，要积极鼓励经销商对产品的市场投放做大，宣传力度加大。是消费者快速对产品接受和了解，加快空气能热水器的发展脚步。

第二，市场价格混乱，对品牌的价值认识低

在走访的过程中发现，经销缺乏品牌理念，品牌建设严重滞后。有个别经销商在一些项目报价上价格很低，只赚取了很少的利润情况下将产品售出，其价格甚至别很多小品牌还低很多。这种做法严重的影响了美的品牌形象的建立，同时也对其他经销商的利益造成了影响，降低了他们的积极性。使经销商无利可图直接导致他们对产品的热情度降低。我们的任务就是保护和协调经销商，对于这样违反规则的经销商我认为完全可以不让他做了，不可因为一颗耗子屎搅了一锅汤。这种做法对于以后价格的建立有很大的影响，一个刚出台的产品如何保证前期的快速发展，要的就是经销商对产品有积极性，经销商要的是利益所以对于价格上的管控极为重要。对于以后再出现这种现象要严肃处理，当有人报备以后其他人也可以投标，但是价格严格把控，不得低于先报备人的报价。对于价格有个严格的底线不得超出，如果有低于这个底价的，那么少多少钱就罚多少钱。

**拜访客户总结报告范文21**

客户拜访技巧(3)

如：“王经理，今天我跟你约定的时间已经到了，今天很高兴从您这里听到了这么多宝贵的信息，真的很感谢您！您今天所谈到的内容一是关于……二是关于……三是关于……，是这些，对吗？”

6、 结束拜访时，约定下次拜访内容和时间；

在结束初次拜访时，营销人员应该再次确认一下本次来访的主要目的是否达到，然后向客户叙述下次拜访的目的、约定下次拜访的时间，

如：“王经理，今天很感谢您用这么长的时间给我提供了这么多宝贵的信息，根据你今天所谈到的内容，我将回去好好的做一个供货计划方案，然后再来向您汇报，您看我是下周二上午将方案带过来让您审阅，您看可以吗？”

二、第二次拜访：满足客户需求

营销人自己的角色：一名专家型方案的提供者或问题解决者；

让客户出任的角色：一位不断挑剌不断认同的业界权威；

前期的准备工作：整理上次客户提供的相关信息做一套完整的解决方案或应对方案、熟练掌握本公司的产品知识、本公司的相关产品资料、名片、电话号码簿；

拜访流程设计：

1、 电话预先约定及确认；

如：“王经理，您好！我是＊＊公司的小周，上次我们谈得很愉快，我们上次约好今天上午由我带一套供货计划来向您汇报，我九点整准时到您的办公室，您看可以吗？”

2、 进门打招呼：第二次见到客户时，仍然在他未开口之前，以热情和老熟人的口吻向客户（他）打招呼问候，如：“王经理，上午好啊！”

3、 旁白：再度营造一个好的会谈气氛，重新拉近彼此之间的距离，让客户对你的来访产生一种愉悦的心情；如：“王经理，您办公室今天 新换了一个一副风景画啊，看起来真不错！，

4、 开场白的结构：

（1）、 确认理解客户的`需求；（2）、介绍本公司产品或方案的重要特征和带给他的利益；（3）、时间约定；（4）、询问是否接受；

如：“王经理，上次您谈到在订购＊＊产品的碰到几个问题，他们分别是……，这次我们专门根据您所谈到的问题专门做了一套计划和方案，这套计划的优点是……通过这套方案，您看能不能解决您所碰到的问题，我现在给你做一下简单的汇报，时间大约需要十五分钟，您看可以吗？”

5、 专业导入FFAB，不断迎合客户需求；

什么是FFAB：

Feature:产品或解决方法的特点；

Function:因特点而带来的功能；

Advantage:这些功能的优点；

Benefits:这些优点带来的利益；

**拜访客户总结报告范文22**

一个月前，我带着一丝失落与满怀期待的心情进入湖南湘药；现在，我可以满怀信心地投入工作，用心开启新的人生规划。在追逐理想的路上，又多了一份勇气与坚定……

与之前相比虽然起点低了很多，但我坚信凭借自己出色的能力、稳重踏实、积极乐观的工作态度以及丰富的工作经验在一段时间后肯定会取得大的进步与突破。昨天的辉煌已成为历史，明天的美好还在遥远的未来，只有紧紧的抓着今天才是最明智的选择。全心全意努力工作，脚踏实地，一切从零开始才是我通向罗马的大道。

在此期间，我非常感谢公司领导及各位同事的支持与帮助。在大家的帮助与指点下，我很快融入了我们这个集体当中，成为这大家庭的一员，并在工作模式和工作方式上有了重大的突破和改进，在任职期间，我严格要求自己，做好自己的本职工作。现将我5月份的工作总结成如下几点：

>一、各省区销售经理月工作进度表与销售统计表情况：

此类报表对于我可以说是游刃有余。但是在填写数据和内容的同时，我一直坚持要慎之又慎，我们都知道此报表就是各省区销售经理向领导证实自己业务水平的有力依据，一旦数据和内容出现错误，将会给各省销售经理带来负面影响，同时也会给公司带来不必要的麻烦。所以一定要做到及时、准确，让公司领导根据此表针对不同的地区做出相应的对策，这样才能控制风险。

>二、办公室日常工作总结：

作为湘药公司的销售内勤，我深知岗位的重要性，在工作的同时也能增强我个人的交际能力。销售内勤是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方的重要枢纽，把握市场最新变化资料的收集，为业务经理做好一切后方保障。在处理首营资料、代理协议、宣传彩页、样品等等这些繁琐的日常事务时一定要有头有尾，全程监控，同时也要增强自我协调工作意识。这一个月来我基本上做到了事事有着落，件件有回音。并学会了制定工作计划。有条有理，有力有效。

>三、今后努力的方向：

一个月来，本着爱岗敬业的精神、创造性地开展工作，虽然取得了进步，但也存在一些问题和不足。如在上次会议做吊牌没能及时完成到位，这也许是因为跟其他环节的协调做的不够完善；今后我会吸取教训，从下面三个方向努力：

第一，加强自身的学习，拓展知识面，努力学习医药专业知识，对于同行业的发展以及统筹规划做到心中有数；

第二，各方面要做到实事求是，上情下达、下情上达，做领导的好助手！

第三，用心、细心、耐心、虚心。

在以后的工作当中，我会扬长避短，做一名称职的销售内勤，与企业共同成长。

**拜访客户总结报告范文23**

Dear \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

Please excuse my delay in thanking you for your hospitality during our visit to your firm on \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [date].

I found our discussions very helpful and encouraging. We now have a better understanding of your needs and will soon submit another proposed contract for your approval. We expect to have it ready by

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [date].

Again, thank you for the pleasant visit.

Yours sincerely,

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [name]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [ ]

**拜访客户总结报告范文24**

（一）拜访对象的基本信息

（二）明确拜访目的

1、了解各户的基本信息及平时的消费习惯

2、了解客户对本店食品的熟知程度以及对本店的建议 3、向客户宣传本店的最新食品以及其他新的服务 （三）提前进行预约

预计在201x年4月18日下午6:00拜访，所以在4月17日下午进行了电话预约，确认其在4月18日是否有时间。见面地点在男生食堂2楼，卖早点处。 （四）状态及装备准备

1、形象状态准备

①将面部胡须刮干净，使得面部清洁；头发梳洗干净、整齐。 ②着装得体，上衣黑色休闲衬衫，下身黑色休闲西裤，灰色休闲鞋

2、访谈准备

①准备谈话内容 ③准备记录表格

②准备本店新食品图片及简介

3、拜访路线及时间安排如下：

①201x年4月18日下午5:50前往男生食堂2楼早点处。 ②在客户到达之前熟悉将要谈话的内容

③将带来的食品的图片及简介准备好，以及部分食品。 五、拜访细节

与客户约好201x年4月18日下午6:00在男生食堂二楼早点处见面，5：40的时候检查一下仪表，衣着和谈话要用的材料。5:45前往见面地点，5:50准时

到达等待。

带客人来到后，先简单的自我介绍，从容自若，面对顾客始终微笑，语气平缓。

然后向客人介绍本店的基本情况和一些代表性食品，接着拿出带来的图片向客人展示。把带来的食品打开供客人品尝，询问客户对这些食品的看法，谈话期间时刻记录谈话内容。

接着，与客户讨论一下他对零食店的看法，以及如何更好地将本店食品销售出去。

最后，谈了那么久，请客人吃顿晚饭是必要的。

临走时候，不忘和客户道声谢谢，并邀请他到店里消费。

**拜访客户总结报告范文25**

来新单位报到转眼就有一个多月了，在这一个月中，生活显得紧张，但又有秩序。刚进入公司，一切都是崭新的，要重新去认识和了解；信心来自了解，要了解我们的行业，了解我们的公司，了解我们的产品；公司为我们提供的平台很大，产品的优势也显而易见的，这样好的平台，就看自己怎么去发挥。人生本来就是一个不断成长的过程，这一生最重要的决定便是决定和谁在一起成长！很荣幸能加入我们公司，在领导和同事的帮助中与公司共同成长；很感谢领导和同事无私的传授他们的.经验给我，他们成功和失败的经验是我最好的老师，通过学习他们的经验和知识，可以大幅度的减少自己犯错和缩短摸索时间；在公司这样一个积极向上的平台上，自己这样一个新手，一定要多学，多看，多做事！

公司管理模式很人性化，因地制宜，因材施教；这一个多月，公司没有对我做任何的要求，自己自由发挥，自己去展现自己的才能，公司会根据你的实际能力安排适合你的工

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！