

# 最新拜访客户的计划和实施方案(汇总6篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

## 拜访客户的计划和实施方案篇一

尊敬的\_\_\_\_\_：

您好！

我们是国信证券股份有限公司深圳泰然九路营业部。国信证券泰然九路营业部是国内最具规模的证券营业部和最具影响力的证券品牌之一，我们深入探索客户需求，凭借专业团队和创新进取精神，现受托资产超过600亿元，客户数超60万，合作投资机构超50家，在市场占有率、营销水平和客户服务水平上均处于全国领先地位。

\_\_\_\_\_行业是我们公司未来重点研究与服务的行业之一。我们长期深入探究\_\_\_\_\_行业，致力于为行业内上市公司及中小企业提供优质的综合金融服务。

\_\_\_\_\_公司是(描述一下这个企业)。鉴于贵司在业界的领导地位和未来的发展，我公司企业顾问中心研究与顾问团队诚盼于近期前往贵司进行一次拜访学习，希望通过深入的交流，能为贵司提供更好的综合金融服务。

如蒙应允，荣幸之至。

顺颂

商祺

国信证券股份有限公司泰然九路营业部

20xx年x月x日

## 拜访客户的计划和实施方案篇二

第1条为了强化客户关系，深入了解客户的情况，规范客户拜访工作的程序，提高企业形象与服务水平，特制定本制度。

第2条客户服务人员进行客户拜访的基本任务如下。

1. 了解客户需求。
2. 协调客户关系，即处理好客户关系方面的相关问题，解决企业与客户之间的矛盾，提高客户忠诚度。
3. 维护、增进企业与客户的关系。
4. 收集客户信息，即随时了解客户情况，监控客户关系动态。
5. 为客户提供指导和帮助。

第3条制订客户拜访计划，明确拜访目的，确定拜访目标。

第4条掌握拜访客户的技巧，以专业的方法开展拜访工作。

第5条熟悉企业当月的销售政策与促销活动。

第6条打造良好的个人形象。

第7条带齐必备的拜访工具，主要包括以下几种。

1. 企业宣传资料、个人名片、笔记本和笔。
2. 客户信息一览表、宣传品和馈赠礼品等。

第8条在拜访客户时，客户服务人员需要了解客户的以下基本情况。

1. 接待者的职务、姓名。
2. 接待者对今后的项目合作是否有决策权。
3. 客户自己认为企业目前的需求和存在的问题。
4. 对于规模较大或拜访难度较大的客户，可以通过行业协会、展销会、与客户重要领导人见面等方式进行拜访。

第9条在整个拜访过程中，客户服务人员应保持自信，面带微笑，请出合作负责人并与其打招呼，寻找时机说明拜访目的。

第10条客户服务人员应通过各种沟通技巧了解客户对本企业产品的态度和需求，及时记录客户的要求和建议。

第11条客户服务人员应随时随地收集客户信息。

1. 企业的客户队伍是不断调整的，客户服务人员应了解本企业在当地市场上潜在客户资料。当企业需要调整客户时，保证企业有后备的客户资源。
2. 客户服务人员应通过巡访客户和其他媒介调查竞争对手的客户关系开展情况，了解其客户服务工作是如何开展的，包括服务方式、服务流程及服务人员的素质等。
3. 客户服务人员应为客户进行现场指导，帮助客户解决问题。
4. 客户服务人员应调查客户信用异动及其异动发生的原因。

第12条客户服务人员在了解客户需求的基础上回答客户提出的问题，处理客户异议，根据情况赠送礼品，以加强与客户之间的关系。

第13条客户服务人员应加强与客户的沟通，拉近客户与企业之间的关系，妥善地协调并解决客户与企业之间的矛盾。

1. 介绍企业信息：使客户了解企业的情况、最新动态，向客户描述企业的发展前景，这有助于企业在客户心中树立良好的形象。
2. 介绍活动信息：向客户介绍本企业的成功经验和产品优惠政策。
3. 介绍产品信息：使客户熟悉本企业产品的功能、特点及质量，以及产品的销售情况。
4. 介绍竞争对手信息：使客户了解行业情况，特别是竞争对手的情况，并说明本企业的优势。

第14条客户服务人员在拜访客户时，可帮助客户解决各种问题。

1. 每次拜访客户时，抽出1~2个小时的时间指导、培训客户使用本企业产品。
2. 多给客户出主意、想办法。
3. 了解客户需求，对客户异议进行处理。
4. 根据客户现状，提供专业化和个性化的服务。

第15条在客户拜访结束后，客户服务人员还要做好以下工作。

1. 填写拜访报告及拜访客户记录卡。

2. 落实对客户的承诺。

第16条客户服务人员在落实对客户的承诺后，应及时进行客户回访，提高客户的满意度。

第17条本制度由客户服务部负责制定、修订和补充。

第18条本制度报总经理审批后执行，其解释权归本企业所有

## 拜访客户的计划和实施方案篇三

尊敬的\*公司：

我司是\*公司，（基本情况介绍）。

鉴于贵司在业界的地位与发展优势，我公司希望能于近期内前往贵司拜访学习，希望通过深入的交流，相互加深了解，并为双方今后创造出更多更好的合作契机。望贵司提供机会。

顺颂

商祺

\*公司

\*年\*\*月\*\*日

## 拜访客户的计划和实施方案篇四

### 1、明确拜访的目的

针对客户的不同谈判阶段，有一个清晰的、能通过一次拜访实现的目标。如：给客户留下一个良好的印象，和客户建立联系，加深印象，了解客户预算，解决客户的技术疑问，消

除客户价格疑虑，让客户认可售后服务保障体系，争取客户的口头承诺，达成协议等小目标，与客户的密切程度也稳步提升，随着各个小目标的实现，签单也就成为水到渠成的事了。

## 2、了解有价值的客户信息

对我们最有帮助的信息，如被一般人忽视的，或者不容易收集到的，比如客户引以为豪的事件，获得过的荣誉，购买产品的动机，深层次的顾虑等。

## 3、准备好资料和辅助工具

准备足够的宣传资料、演讲的ppt资料、名片等，有时需要带些公司小礼品和演示的产品硬件。

4、要做好路线规则，统一安排好工作，合理利用时间，提高拜访效率。

2、提前了解客户的相关信息。给客户打电话不能过于僵硬，说话要随和有礼貌。

3、拜访客户前，一定要提前与客户约好拜访时间。

注意：仪容仪表干净、整洁，保持良好的服务形象。准时拜访按照与客户约定时间准时到达，不迟到。尊重客户，态度诚实大方，不能与客户发生任何冲突和争论。

拜访结束时向客户表示感谢，告辞。记住本次拜访的目标，引导客户向本次“目标”方向进行。收集决策人和影响决策人的信息。

认真聆听客户的反馈，记录下来，能够当场解决的就当场解决；对客户提出的要求，无法决定时，明确告知客户，自己

无法当场决定，需要向公司领导请示后，再答复，将详细的处理情况反馈给客户。

- 1、记录访谈中得到的重要信息。
- 2、对比访前计划的目标是否达成。
- 3、未达成的重点？原因？
- 4、是否有达成的希望，如何达成？
- 5、排定下次访谈的时间，并记录重要事项，以作为下次访谈的内容依据。
- 6、检讨一下自己访谈时的态度、行为、顾客的感觉？并想一想如何改过能更好的达成拜访目的。
- 7、了解确认客户的真实情况，一个信息，找多个接口人确认。避免报喜不报忧。一切以真实数据为准。

## 拜访客户的计划和实施方案篇五

一些销售人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？这无助于销售业绩的提升。

销售人员每次拜访经销商的任务包括五个方面：

- 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。销售人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。销售人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。销售人员要随时了解市场情况，监控市场动态。

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

要实现这五大任务，销售人员在拜访客户时，应做好以下12件工作：

## 一、销售准备

失败的准备就是准备着失败。销售人员在拜访客户之前，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，销售人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。

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。销售人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。中国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，销售人员都要带上。

调查表明，销售人员在拜访客户时，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

销售人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。销售人员可分为两种类型：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。

2、未完成的任务是否跟踪处理了？

3、客户承诺是否兑现了。一些销售人员常犯的错误的是“乱许诺，不兑现”。朱熹说“轻诺必寡信”。销售人员一定要做到“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。销售人员要做好路线规划，统一安排好工作，合理利用时间，提高拜访效率。

## 拜访客户的计划和实施方案篇六

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。

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。