

最新拜访的总结(模板5篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。什么样的总结才是有效的呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

拜访的总结篇一

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。

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。

拜访的总结篇二

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。

拜访的总结篇三

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。

拜访的总结篇四

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。

拜访的总结篇五

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。