客户拜访报告(通用5篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

客户拜访报告篇一

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。

客户拜访报告篇二

1、了解准客户资料。企业的客户队伍是不断调整的，业务员要了解在当地市场上潜在客户的资料。当企业调整客户时，有后备的客户资源可以使用。

2、通过巡访客户和其他媒介，调查了解竞争对手的渠道、价格、产品、广告促销办法及市场占有率。

3、了解并落实条幅广告□pop等，组织现场促销。

4、调查客户资信及其变动情况。

客户拜访报告篇三

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。

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。

客户拜访报告篇四

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。

客户拜访报告篇五

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。