

最新客户拜访总结报告 拜访客户心得体会 (通用5篇)

整改报告是一个对自己工作进行反思和改进的过程，它不仅是一种总结，更是一种自我推动和进步的动力。希望这些范文能为你撰写一份优秀的开题报告提供帮助。

客户拜访总结报告篇一

入职后的第二周，这一周整体过的非常快，也是收获很巨大的一周。这周我这边的工作主要是预约拜访客户还包括参加会议的部分。

整个拜访客户的过程就是对之前学习的一个实践，当然中间也遇到许多的问题。凸显的就是客户对工委工作的一个质疑，质疑工委是收费不干事的组织，因为现在许多组织的存在其实已经失去它的意义了，只是挂个名，让企业家对这些组织，协会，俱乐部之类的有些望而却步。而我们能做的，就是把我们的服务内容尽量细化的讲给企业家听，让他能感受到这个东西是可以实实在在实施到的，并且是能够得到好的效果的。这就需要我们能够抓住企业主的心理，只有他会感兴趣，希望去了解希望去尝试一下，我们才有机会与他做更深入的交流，更细致的了解到企业需求，为企业服务达到实现我们工委的一个服务价值。

对于这周我们这一小组主要拜访的三个客户，一个是传媒公司老总，一个是商贸公司老总，还有一个是做软件的微型企业主。从我这周的拜访经历看来，明显的企业规模与他老板的整个状态是有关联的。第二位和第三位是我和队友一块拜访的，这两者就有很大的不同，前者在交流时他不会主动告诉你他的企业存在的问题和需要什么帮助，后者很迫切的希望能有办法解决他的企业运营中的难题。而对于我们来说更需要的客户群是前者，我们缺少的就是让这些高端些的客户主

动说出困难问题的信任，这个和我们现在的知识储备及年龄是很有关系的，而我们目前又达不到那个水平，我觉得我们需要改变一个方式，不能只是照搬前辈的经验，得有自己的一个路子。就是因为年轻，我们应该表现出来的就是一个很有活力，很有潜力，很愿意去拼的一个态度，感染企业主。当然我们自身的经验知识积累是目前的重中之重，如果一个人只有信心激情而没有内容也是没有前途的。

再讲讲第一位拜访的客户，是本组跟随崔磊老师二次拜访的，一个传媒公司老板。这个老板可以代表一类客户，希望与工委合作成为外围签约机构而不愿入会的企业。这次拜访我和队友主要听崔老师和客户的一个交流，其中真的学习到了很多，受益匪浅。很多内容都是特别专业的行业知识，这一点我们确实需要重视，和客户的交流真的需要我们课下的很多功夫，各行各业的东西都要了解并且说出来实质的东西，我们这一批都是刚出社会的大学生，社会阅历很匮乏，目前看来途径就是多看新闻多看书积累这社会底蕴。另一点，整个交谈的过程，崔老师的安排掌控做的非常好，客户是随着我们的思路在走，整个的一个状况让他了解清楚了，他的疑问也得到解决，虽然他想合作但他若不愿进来这个圈的话是不合理的，这些东西都让他了解了，留给了客户选择，让他自己衡量。我们也对比自己之前上门拜访出现的一些状况，有时遇到强势的企业主会被他牵着走，这次的学习对我们今后遇到这些问题有很大的帮助。

20xx年4月18日上午，这是我作为工委员工第一次参加的正式会议，去之前心里还挺忐忑的，但真正参加下来收获真的是很大的，不管从我自身心态的调整还是自身素质的提高都有很大的改观。

整个会议是由群象岛企业家俱乐部主办的，流程主要分为三个部分：主题分享+尖峰对话+银企共赢帮扶对接。大家围绕银行应该如何做好服务，为企业发展保驾护航，企业又该如何维护与银行关系，与银行实现共赢等问题展开探讨的同时，

也针对自己平时与银行交往中遇到的问题、困惑与银行进行了沟通。

说到这里首先谈一下这个企业家俱乐部，这是一个完全的民间组织，但距离现在发展虽然仅仅三年的时间，但作为一个民间协会他的发展速度是很迅速的，他们做的好不是没有原因的，从这次的会议就能感受的很深切，尤其是安排银行与企业家直接对话的部分，针对中小企业比较有普遍性的问题，直接与各大银行行长对话。

从我对这个会议的整体了解看来，有一个很现实的现象就是企业需钱贷不到，银行有钱贷不出，整个出现这样一种情况很大一种程度是市场信息不对称的影响，中小企业因为资本市场门槛过高很难从资本市场直接融资，所以多层次的银行服务体系就成为融资的重要途径，但是银企之间的各种对接障碍，信息不对称却使这一路径荆棘密布。中小企业自身经营状况、规模大小、市场稳定性、资信等级等因素，是各家银行提供多元化服务产品的前提条件。一旦信息不对称，原本紧张的供需很可能会形成市场真空。所以我从这里就能看到我们这个平台的重要性，与广阔的发展空间，中间银企对接这个环节很需要一个平台，来填补信息不对称的这一方面。这样才能促进建立起银企共赢的关系。

还有值得一提的是，论坛现场各位银行专家的近距离交流分享，不仅仅是针对企业家们的供需对接，同时也是同行间的交流学习，在特色服务与产品的对比中，中小企业从中各取所需，银行间从中取长补短。就业界关注的中小企业融资难的问题深入交流，共同探讨银企合作共赢之道。这样的话，不仅中小企业愿意活跃在这个论坛中去，今后我们组织论坛等邀请到的银行，政府单位人员都愿意与群众接触，也达到一个提高自己工作效益的效果。

这也对于我们的工作开展是一个很好的参考学习机会，我们做的这个平台关于中小企业的融资业务，除了帮助中小企业

了解国家专项政策性资金的申请，还要发挥纽带作用，为银企牵线搭桥，力促银企共赢，为中小企业的可持续发展提供源动力，真正做到服务于中小企业，为中小企业解决难题。

客户拜访总结报告篇二

拜访客户的目的是为续工作的开展，所以不一定要说多少东西，表达清楚你的名主做什么产品和方案，目前在那些行业里有优势，你在公司的角色是什么就可以了。

1、电话预约：良好的习惯是成功开始的第一步：无论是初次拜访客户或是是在后续的拜访客户，提前电话预约一下是非常好的习惯，便于你安排你的拜访行程，同时也了解客户方的时间安排，不做无用功，免得到时候客户没时间安排会谈或者用很少的会谈时间来应付你。

2、见面之初：敲门的技巧，一般拜访客户敲门时宜用食指弯曲轻轻扣击，连续两下，如果没有应答，稍等片刻在连续两下，太少不一定能听到，连续扣击次数太多听来不舒服，有种催促的感觉；开门后介绍方式：“某某经理你好，我是某某公司的某某，什么时间给您打过电话，特地过来拜访您。

”握手时身体稍微前屈，根据个人习惯，用一只手或者双手都成，面带微笑，形态要自然些；一般这时客户会请你到办公室内落座，把包放下，递上自己的名片，递名片时要把名片的正方面对客户，双手拇指和食指夹着名片递上；然后根据客户的示意坐下，坐姿要自然大方，不可放的太开，也不可太拘谨；一般这时不要直接谈论产品或者业务方面的问题，先环顾四周，带着欣赏的眼光看一下客户的办公室，一般能看出客户的个人喜好或者品位，试着找出客户对自己办公室装饰最得意的一点或者几点来，夸赞几句，同时也根据客户的反应了解客户的喜好，为下一步业务的进行做好应有的准备。

适度夸张，不过分虚伪。

这需要平时个人积极的修练，呵呵。

有时初次打拜访客户就能谈及客户最得意的地方，从而赢得客户的好感。

一般此种话题因人而异，时间长短不同。

时间长的话就顺着这话题一直侃下去，时间短的话三五分钟，自然而然的转移到你来的目的上，表达清楚你公司的名称，主做什么产品和方案，目前在那些行业里有优势，你在公司的角色是什么，顺便解答一下客户的疑问。

交谈时目光凝视对方印堂位置，根据情况，做眼神的适当交流。

3、初次拜访客户的时间长度：初次拜访客户的时间长度一般在十分钟左右就可以了，这个需要灵活掌握，最后留下相关资料：产品彩页，公司介绍等等；在交谈过程中注意客户的需求，不一定非要一次把产品或者方案讲清楚；4、辞别前适当了解客户的手机号码，郑重记在笔记本上或者手机上，感谢客户百忙之中的接见，约定下次拜访的时间。

其实销售人员各有各的销售方式和销售策略，在我而言，先做好人际关系是最重要的，这应该是第一位的东西；当然，好的销售人员同时也应该具有良好的技术水平和职业道德，应该把最适合客户的产品和方案介绍给客户使用，同时，如果此产品和方案是利润最大化的就更是一件美好的事情了。

客户拜访总结报告篇三

销售员在拜访顾客的时候，总是找不到合适的理由。如果销售员想要达到高效率的拜访，那就得在拜访顾客的借口上多

下功夫，这样才能达到事半功倍的效果。

(1) 很多销售员在见顾客第一面的时候，就向顾客递自己的名片，这也是让顾客快速知道自己的身份。当然你也可以这样，不给顾客名片，等一两天后，利用给顾客送名片的机会，再去拜访顾客。第一次没有成交，自己好好反思一下究竟在哪方面还没有给顾客讲清楚，再好好利用第二次拜访机会。

(2) 销售员可以准备一两种职称不一样的名片，比如一个是经理、一个是顾问，这里要注意一个问题，在拜访完顾客后，整理一个表格，一定要弄清楚，哪位顾客使用的是哪种名片，千万别搞错了。

(3) 销售员可以利用各种于产品有利的信息，比如一份报纸、一份杂志等。比如你是推销环保产品的，就可以利用报纸上关于环保的有利信息，这足以引起顾客的兴趣，并请教顾客他的看法。

(4) 销售员留一份资料给顾客，要跟顾客说明这份资料的重要性，这样的话顾客也不会看完就扔。还有一点就是要跟顾客约好下次要将资料收回，可以把时间定在两天左右。

(5) 借口路过此地，特意登门拜访，一定不能说是顺道来看顾客，这样顾客就会觉得你特别的不尊重他。

(6) 销售员可以找顾客请教一些问题，问题当然不能太简单也不能太复杂，当然问题是以顾客为中心的，问什么问题，这里不多讲了，之前说过。

(7) 如果销售员有上司的陪同一起去拜访顾客的话，这样的成交几率更高。

(8) 遇到逢年过节的时候。可以利用给顾客送小礼物这个机会去拜访，送礼物的大小要根据这个顾客成交几率大小而定。

(9) 以顾客生日为借口送花或者生日贺卡都可以，因为顾客需要的就是这种被关怀的感觉。

(10) 公司举行产品说明会或者讲座时可以邀请顾客，加强顾客对产品的了解。

(11) 销售员可以让顾客填写调查问卷，比如我们的产品在用的过程中有没有出现问题，对销售员的服务态度是否满意等。

(12) 如果销售员实在找不到借口的话，可以直接拜访顾客，有想借口的那点时间真不如直截了当的去登门拜访，虽然这种方式对于顾客来说有些唐突，但是这却能锻炼你的胆量。

客户拜访总结报告篇四

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。

客户拜访总结报告篇五

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。

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。

2、未完成的任务是否跟踪处理了？

3、客户是否兑现了。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。

- 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。

七、检查售后服务及促销政策

了解总经销商对二批商、零售商提供服务的情况。客户是否按照企业的服务政策和制度为顾客提供服务？对二批商和零售商的促销政策，要通过经销商来落实，业务员要了解经销商执行促销政策的情况，有没有问题，如侵吞促销品。

八、收集市场信息

- 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。

九、建议客户定货

业务员在了解客户的销售、库存情况的基础上，向客户介绍产品及销售意图，如公司新的促销方案，回答客户提出的问题，根据安全库存数，建议客户定货。

十、客户沟通

经常与客户沟通，能拉近我们与客户之间的关系，销售实践证明，再大的问题也能通过良好的沟通圆满地解决，企业与客户之间的矛盾很多是因为沟通不良造成的。

1、介绍企业信息。让客户了解企业的情况、最近的动态，向客户描述公司的发展前景，有助于树立客户的信心。经销商是根据“产品好、企业好、企业人好”的三好原则选择产品的。让客户了解企业动态，既可以使客户发觉新的机会，又可以在客户心中树立企业形象。

2、介绍销售信息。向客户介绍我们公司在某些区域市场上的成功经验、给客户介绍一些销售经验与促销方法。

3、竞品信息。向客户介绍竞争对手的产品、价格、渠道、促销、人员变动等方面的信息，然后和客户一起想办法去应对竞品。

十一、客户指导

业务员在拜访客户时，帮助客户发现问题，提出解决办法，是双赢的做法。在某企业培训时，该企业一位销售经理，每次在拜访客户时，不是坐在客户办公室里和客户东拉西扯说

闲话，而是到客户的店面和仓库看看，到市场、批发商和零售终端转转，和经销商手下的人谈谈，然后再回到经销商办公室里和经销商一起想办法，解决问题，扩大销量。优秀业务员的经验就是，请客户吃百顿饭，不如为客户做件实事。

2、顾问式销售。多给客户出主意、想办法，做客户生意场上不可缺少的有力臂膀。

3、服务。业务员应当是客户问题的解决者。当客户遇到问题时，能找到业务员，并且业务员能帮助客户解决难题，才会赢得客户尊重。

4、处理客户投诉。正确处理客户投诉，是业务员的基本功。正确处理客户投诉=提高客户的满意程度不同=增加客户推广产品的积极性=丰厚利润。

十二、行政工作

在拜访客户结束后，业务员还要做好以下工作：

1、填写销售报告及拜访客户记录卡。

2、落实对客户的。

3、评估销售业绩。对拜访目标和实际结果进行比较分析，目的是让业务员把重点放到销售成果上，同时提醒自己，多思考改进的方法并且在下一次的拜访中落实这些步骤。

(1) 是否达成拜访目标？如果没有达成，检讨分析为什么？

(2) 想想自己的优点是什么？哪些方面还需要改进？把它们写下来。