

拜访完客户的总结

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。什么样的总结才是有效的呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

拜访完客户的总结篇一

1、业务介绍和感情沟通相结合。有的销售人员在拜访客户的时候，一直说公司的相关业务知识及产品介绍，没有考虑客户的感受和兴趣，导致气氛很枯燥，没有与客户进行一般性的感情沟通和问候，也就很难起到利用节日拜访拉近相互感情的目的。相反，有的销售人员节日拜访不谈工作，也会让客户觉得你这个人有点不务正业，对以后合作产生不好的影响。所以，春节期间拜访客户，业务人员要把业务沟通和感情交流结合起来，才能起到双重作用。

2、对的时间和对的地点相结合。春节期间拜访客户，一定要选择对的时间和对的地点，由于这段时间客户工作和生活方面的事情很多，可能会比较忙，所以选好时间和选对地点是关键。

我的同事去年曾经有过一次失败的节日拜访经历：这个同事是新来的，部门经理安排他去看望公司的老客户，结果他带着公司准备好的礼品直接到了客户所在单位（这家单位是一家国有企业）。这个同事拎着礼物，满楼跑着问这个客户的办公室，找到后推开门一看，客户正在和几个人谈事情。这位同事简单说明了一下来意，放下礼物就要走，这个时候客户说话了，说根本不认识你和你们这家公司，并让保安把这个同事轰走了。后来得知，那天在办公室里的其他人，就是这个客户的领导。这次糟糕的拜访，最终导致本来应该到手

的单子丢掉了。

通过这个事例，我们应该理解选择对的时间和对的地点拜访客户的重要性，要总结出一套属于自己的节日拜访经验。

3、礼品轻重合适与送礼技巧相结合。送礼是一门学问，选好了合适的礼品，也要在合适的时间、合适的地点、通过合适的方式送出去，才能达到预期的结果。

记得自己刚做业务的时候，也经常在这方面犯错误，拜访客户的时候喜欢把礼品带在身边，有时候送给一些领导却常常被拒绝。究其原因，不是因为时间不合适，就是因为地点不对，没有什么技巧。后来，跟着经理出去，我发现经理总能把礼品送出去，客户还很高兴。原来经理从来不在工作场合送礼品，要么是在下班以后的饭局，要么干脆把礼品放到特定的地方短信通知对方去取。说送礼是一门学问，就是既要让对方体会到你的诚意，又不使双方感觉到尴尬，从而达到办成事情的目的。

（1）重要的拜访应约定时间

在拜访客户过程中，为了达到成交的目的，往往需要与客户进行三番五次的沟通。在这一过程中，如果有重要的事情需要与客户沟通，一定要事先约好时间。只有这样，才能保证拜访计划的顺利进行。

（2）节省客户的时间

每个人的时间都是一笔宝贵的资源，对于你的客户来讲，他们很多是企业或机关的领导人，他们的时间更为宝贵，在拜访过程中一定要节约他们的时间。一般情况下，问候他们的电话不超过1分钟，约访电话最多不能超过3分钟，产品介绍或服务介绍电话不要超过5分钟。如果与重要的客户谈判，建立客户关系的电话通常不要超过15分钟，否则就不再适合电

话拜访了。

(3) 把时间花在决策人身上

拜访客户的目的是为了与客户达成有效的协议，而达成协议的决定权一般掌握在决策人手中。这些决策人对企业单位而言主要是指公司的负责人、董事长、总经理、厂长等，对于机关事业单位而言主要是党委书记、厅长、局长、处长、主任等。在这方面，至少你要找到相关的项目负责人，谁有决定权就在谁身上多花些时间。当然，也不排除其他人员的辅助作用，但主要精力还是要放在决策人身上，这样拜访的效率才会大大提高。

拜访完客户的总结篇二

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

拜访完客户的总结篇三

拜访客户以邮件的方式怎么写拜访函呢？本文是拜访客户的邮件范文，仅供参考。

尊敬的李总：你好！非常感谢您及贵公司，多年来对东风科技汽车制动系统公司的信任和支持。

我公司是东风所属上市公司——东风电子科技股份有限公司(沪市代码:600081)旗下的全资子公司,总部位于上海。公司始建于1969年,主导产品为全系列常规气制动元件□abs气压防抱死制动系统、气压式盘式制动器。主要用户有东风商用车、东风股份、东风柳汽、福田欧曼、华菱重卡、陕重汽、厦门金龙、厦门金旅等,其中在东风商用车公司一直保持独家配套。自20xx年东风与日产合资以来,公司不断导入日产管理理念,并通过先进管理工具和方法的应用,持续开展qcd改善,使公司在质量、成本、交付等各个方面都有了长足的进步。一直以来,我们高度重视与客户的沟通交流与战略合作,并建立了市场开发团队,加大市场走访、调研及策划力度,提升技术支持和服务水平,以此不断加深与客户的互信互利和合作关系。

贵公司坚持注重品质、品牌的遵旨,实现了近年来经营业绩的快速增长,并越来越被业界所瞩目。作为与贵公司具有相同经营理念和市场定位的零部件供应企业,我们真诚希望与贵公

司结成战略合作伙伴关系, 我们有足够的信心和能力, 为贵公司提供全面的制动系统解决方案和高质量的产品和服务, 助推贵公司事业的不断提升。东风科技汽车制动系统公司总经理谢世锋, 想在近期内前往贵公司拜访您, 具体时间请贵方予以安排。期待您的回复。

东风电子科技股份有限公司汽车制动系统公司

二〇一二年二月一日

联系人: 市场部项目经理 胡拥军

电话:

尊敬的领导:

您好!

首先感谢您对我司的信任和支持。现由于业务的扩张, 希望建立进一步的合作关系, 我方以带领的小组成员人, 将于到贵司进行一次商务拜访。

本次拜访的主要议题是:

预计会谈需要2-3小时

望予以安排为盼!

某某经理:

您好!

我是某某公司的某某, 首先非常感谢您昨天的热情接待, 通过与你的交谈, 我感觉自己真的是在您身上学到了不少的东西。例如您问的我们公司与某某总厂的规模比较, 目前在印

刷界的排名等问题，都是行业内很专业的问题。这些都是我需要认真学习和反思的。虽然以前我也一直在包装行业工作，曾经经历过印刷公司的研发，例如油墨、光油、胶水等方面的开发，在外资企业负责过质量及供应链部门。

但由于我进入某某公司的时间非常短，因此对里面的一些细节不是很清楚。个人认为昨天给您的一些答案部分都是欠完整的。对此向您表示诚挚的歉意。就昨天您提出的一些问题，我回公司已经向我们老板作一次详细的汇报，我们老板非常希望拜访您一次。把我们公司的一些情况更详细地向你作一次陈述。作一次深入的交流。

非常期待您能再给我们一次学习的机会。我想如果有机会与您进行合作，那我相信我们一定会在和谐和愉快中进行的。再次感谢您对我工作的理解与支持！

*公司：

感谢贵公司对我公司的一贯支持和帮助！

为促进双方交流与合作，我公司董事长一行*人，定于20xx年4月20日(周三)上午到*公司拜访，就供货、质量等方面进行全面交流。

望予以安排为盼。

访问名单如下：

*公司董事长

*公司副总经理

*公司技术中心主任

*公司营销公司总经理

*公司物资采购部副部长

*公司技术中心副主任

*公司营销公司高级业务经理

顺祝商祺!

联系人： 电话：

*公司

20xx年x月x日

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

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

拜访完客户的总结篇四

一、预备合作单位包括：富士康、宇通、（海马）汽车园、政府机关、事业单位。

二、拜访及接待流程：

- 1、销售经理携带礼品(中秋月饼两盒)去拜访单位团委负责人或办公室负责人洽谈大客户拜访事宜;
- 2、谈好合作事宜后根据该单位的要求进行宣传或者在单位门口设立展位进行咨询;
- 3、针对看房人数较多的合作单位,可安排相应规模的专场看房,合作单位提出需要的可由看房车集中接送看房。
- 4、大客户来访,到售楼处均可赠送精美礼品一个(如抽纸、水杯)

三、需要配合的事宜:

物料和车辆需要甲方支持;

2013年9月10日 1

拜访完客户的总结篇五

没有拜访就没有销售,但不等于销售人员去拜访客户就一定能实现销售。销售人员如何做有效的客户拜访呢?那就需要学会拜访客户的礼仪常识和工作细节了。下面本站小编为大家整理了拜访客户礼仪常识以及拜访客户的工作内容。希望可以帮助到大家!

1. 熟知对方提供的资料

拜访前,要对对方个人及单位的性质、特点以及拜访的目的

等有关情况有所了解。尤其是对方提供的有关资料应熟悉。这样可以做到心中有数，应对自如，利于工作的展开。

2. 穿着打扮

拜访前，要注意装扮自己，穿着上应符合身份，讲求简洁、大方、得体，维护好单位的形象。

预约的礼仪

1. 约定的时间

一般情况下，不要选择对方极为忙碌、节假日或用餐、午休等时间前往拜访。预约的时间应尽量尊重对方的意愿。

2. 约定的人数

预约时，主客双方应事先通报各自的具体人数及身份，双方一经约定，就不要随意改变。

3. 约定的时间

拜访时，一定要准时到达，既不要过早，让对方措手不及；也不要迟到，让对方等待，以免给对方留下不良的印象。

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。

拜访完客户的总结篇六

职场生涯中需要接触的人很多，有时我们需要上门拜访客户，这种时候也要体现出应有的职场礼仪，在客户心里留下的印象会直接影响您的工作开展，所以十分重要，以下是小编为大家搜集整理的拜访客户礼仪，希望大家喜欢！

守时不是说准时就可以了。最理想的是提早十五分钟到达，准时去访问当然不会有差错，但是如果客户的手表稍微快了一些，那就不好了，因为客户都是以自己的手表为准的，尽管你所戴的表才是准确的时间，但是对客户来说，你已经迟到了。

有些脾气古怪的客户，认为约会迟到是不可原谅的事，即使没有发生这种客户表快的情形，而在约定的时间才到达，这样也会由于没有休息的时间，就马上进入正题，显得过于仓促。

但是来的太早也不好，比约定时间早二十分钟以上，也许客户在同你会面之前要先与另外的人洽谈，那么你突然冒出来，会影响他们的气氛，致使客户心理不痛快。尤其是在做家庭拜访时，你早到二十分钟以上，可能这一家人正在整理房间，你的提高到达会使客户感到厌烦。

所以，比约定时间早到十五分钟是非常合理的，这样可以获得缓冲的余地，缓一口气，假如在约定你之前的一位来客，提前十几分钟离去了。这样你就与被访者的会面时间增长了十几分钟。

提早到达，尤其是夏季，刚好可以擦拭汗水，使燥热的心情平复，然后游刃有余的与客户交谈，在寒冷的冬季，可以缓解一下僵硬的身体，使气色慢慢转佳。

在等待时要安静，不要通过谈话来消磨时间，这样会打扰别人工作。尽管你已经等了20分钟，也不要不耐烦地总看手表，可以问助理他的上司什么时候有时间。如果等不及，可以向助理解释一下并另约时间。不管你对助理的老板有多么不满，也一定要对他有礼貌。

在拜访客户过程中，为了达到成交的目的，往往需要与客户进行三番五次的沟通。在这一过程中，如果有重要的事情需

要与客户沟通，一定要事先约好时间。只有这样，才能保证拜访计划的顺利进行。

在约见客户的时候，一般有两种约定时间，一种是自己所决定的访问时间，另一种则是客户决定的。

自定的访问时间，是根据本身的销售计划或访问计划安排的，大都是确定的。例如考虑要去甲公司拜访，因为上午交通拥挤，而且即将访问的对象也有可能出去办事，于是可以决定下午去拜访。而如果去访问乙客户的时候，知道对方通常下午都去处理售后服务，所以最好上午去访问为佳。这类访问的时间是由自己决定的，是属于自己比较能控制的问题。

比较麻烦的是客户来决定时间，谈生意的活动，一般来说多半是迁就客户的意愿，无法依照卖方的立场来定时间。在很多情况下，虽然你自己事先拟定了一个访问时间表，事实上仍旧必须循着客户决定的时间去办事，说得极端一些，这个访问的时间经过客户决定后，即使心中有所不满，还是要维持“客户优先”的原则。

而一旦与客户约定了见面的时间后，你就必须注意守时，如果不能很好地把握这一点，那么你就会因此失去一次销售机会。

每个人的时间都是一笔宝贵的资源，对于你的客户来讲，他们很多是企业或机关的领导人，他们的时间更为宝贵，在拜访过程中一定要节约他们的时间。一般情况下，问候他们的电话不超过1分钟，约访电话最多不能超过3分钟，产品介绍或服务介绍电话不要超过5分钟。如果与重要的客户谈判，建立客户关系的电话通常不要超过15分钟，否则就不再适合电话拜访了。

拜访客户的目的是为了与客户达成有效的协议，而达成协议的决定权一般掌握在决策人手中。这些决策人对企业单位而

言主要是指公司的负责人、董事长、总经理、厂长等，对于机关事业单位而言主要是党委书记、厅长、局长、处长、主任等。在这方面，至少你要找到相关的项目负责人，谁有决定权就在谁身上多花些时间。当然，也不排除其他人员的辅助作用，但主要精力还是要放在决策人身上，这样拜访的效率才会大大提高。

约见客户除了要守时外，还需要掌握其他重要的约见礼仪，只有这样你才能早日成为一名出色的销售人员。

当一个到客户办公室或家中访问，进门之前要先按门铃或轻轻敲门，然后站在门口等候，按铃或敲门的时间不要过长，无人或未经主人允许，不要擅自进入室内，当看见客户时，应该点头微笑致礼，然后再说明来意。

进入客户的办公室或家中，要主动向在场的人都表示问候或点头示意。在客户家中，未经邀请，不能参观住房，即使是熟悉的客户家，也不要任意抚摸或玩弄客户桌上的东西，不要触动室内的书籍、花草及其他陈设物品。

要养成良好的卫生习惯，克服各种不雅举止。不要当着客户的面，擤鼻涕、掏耳朵、剔牙齿、修指甲、打哈欠、打喷嚏，实在忍不住，要用手帕捂住口鼻，面朝一旁，尽量不要发出声音，不要乱丢果皮纸屑等。这虽然是一些细节，但它们组合起来就构成了客户对你的总体印象。

另外，女性必须注意的一点是：人前化妆是男士最讨厌的女性习惯。当然女性在餐馆就餐后，让人见到补口红，轻轻补粉，还不是一件特别失礼的事。但是，当女性在约见客户前，需要梳头、抹指甲、涂口红和化妆时，最好远离客户的办公室，到化妆室或盥洗室进行。同样，在人前整理头发、衣服、照镜子等行为应该尽量节制。

掌握必要的约会礼仪，这样才能够在与客户接触过程中，让

他对你产生信赖和好感，这对你的销售能否成功，也起着关键的促进作用。

除产品外，销售人员在拜访客户中的一些细节处理，对销售的成功率也有重要影响。

专家说：最好的着装方案是“客户+1”，只比客户穿得好“一点”。既能体现对客户的尊重，又不会拉开双方的距离。着装与被访对象反差太大反而会使对方不自在，无形中拉开了双方的距离。如建材销售人员经常要拜访设计师和总包施工管理人员，前者当然要衬衫领带以表现你的专业形象；后者若同样着装则有些不妥，因为施工工地环境所限，工作人员不可能讲究着装。如果你穿太好的衣服跑工地，不要说与客户交谈，可能连坐的地方都难找。

电话多是销售人员的特点，与客户交谈中没有电话不太现实。不过，我们的大部分销售人员都很懂礼貌，在接电话前会形式上请对方允许，一般来说对方也会很大度地说没问题。但我告诉你，对方会在心底里泛起：“好像电话里的人比我更重要，为什么他会讲那么久。”所以，销售人员在初次拜访或重要的拜访时，决不接电话。如打电话的是重要人物，也要接通简单寒暄几句后迅速挂断，等会谈结束后再打过去。

销售人员在说“我们”时会给对方一种心理的暗示：销售人员和客户是在一起的，是站在客户的角度想问题。虽然只比“我”多了一个字，但却多了几分亲近。北方的销售人员在南方工作就有些优势，北方人喜欢说“咱们”，南方人习惯说“我”。

拜访中随手记下时间地点和客户的姓名头衔，记下客户需求、答应客户要办的事情、下次拜访的时间，也包括自己的工作总结和体会，对销售人员来说这绝对是一个好的工作习惯。还有一个好处就是当你虔诚地一边做笔记一边听客户说话时，除了能鼓励客户更多说出他的需求外，一种受到尊重的感觉

也在客户心中油然而生，你接下来的销售工作就不可能不顺利。

这一点年轻的销售新手要特别注意，你们思路敏捷、口若悬河，说话不分对象像开机关枪般快节奏，碰到客户是上年纪的思路就会跟不上，根本不知道你在说什么，容易引起客户反感。王天雷公司有一位擅长项目销售的销售人员，此人既不是能说会道，销售技术方面也未见有多少高招，但他与工程中的监理很有缘。监理一般都是60岁左右将要退休的老工程师，而他对老年人心理很有研究，每次与监理慢条斯理谈完后必有所得。最后，老工程师们都成为该产品在这个工程中被采用的坚定支持者。

在进入对方办公室之前，要做好以下的自我检查工作：首先，重新确认是否遗漏了任何在谈话中可能涉及到的资料；接着确认资料摆放的顺序在出示时是否方便；见面之后第一个环节就是彼此交换名片，所以，需要再次确认名片是否准备妥当。如果此环节出了差错，对方很容易对你的工作能力和效率产生怀疑。所以，一定要提前备妥资料以及名片，它能令你在拜访时表现自若。

一般拜访以15到30分钟为宜；极限就是60分钟。当然，有一些情况是在预约拜访的时候双方就已经约定好，你有30分钟或者40分钟的拜访时间，那么此时你就要注意控制时间，最长不能超过40分钟。

拜访友人，务必选好时机，事先约定，这是进行拜访活动的首要原则。一般而言，当决定要去拜访某位友人，应写信或打电话取得联系，约定宾主双方都认为比较合适的会面地点和时间，并把访问的意图告诉对方。预约的语言、口气应该是友好、请求、商量式的，而不能是强求命令式的。在对外交往中，未曾约定的拜会，属失礼之举，是不受欢迎的。因事急或事先并无约定，但又必须前往时，则应尽量避免在深夜打搅对方；如万不得已非得在休息时间约见对方不可时，则

应见到主人立即致歉，说“对不起，打搅了”，并说明打搅的原因。

宾主双方约定了会面的具体时间，作为访问者应履约守时如期而至。既不能随意变动时间，打乱主人的安排，也不能迟到或早到，准时到达才最为得体。如因故迟到，应向主人道歉。如因故失约，应在事先诚恳而婉转地说明。在对外交往中，更应严格遵守时间，有的国家安排拜访时间常以分为计算单位，如拜访迟到10分钟，对方就会谢绝拜会。准时赴约是国际交往的基本要求。

无论是办公室或是寓所拜访，一般要坚持“客听主安排”的原则。如是到主人寓所拜访，作为客人进入主人寓所之前，应轻轻叩门或按门铃，待有回音或有人开门相让，方可进入。若是主人亲自开门相迎，见面后应热情向其问好；若是主人夫妇同时起身相迎，则应先问候女主人好。若不认识出来开门的人，则应问：“请问，这是××先生的家吗？”得到准确回答方可进门。当主人把来访者介绍给他的妻子或丈夫相识，或向来访者介绍家人时，都要热情地向对方点头致意或握手问好。见到主人的长辈应恭敬地请安，并问候家中其他成员。当主人请坐时，应道声“谢谢”，并按主人指点的座位入坐。主人上茶时，要起身双手接迎，并热情道谢。对后来的客人应起身相迎；必要时，应主动告辞。如带小孩作客，要教以礼貌待人，尊敬地称呼主人家所有的人。如主人家中养有狗和猫，不应表示害怕、讨厌，不应去踢它、赶它。

为了对主人表示敬重之意，拜访做客要仪表端庄，衣着整洁。入室之前要在踏垫上擦净鞋底，不要把脏物带进主人家里。夏天进屋后再热也不应脱掉衬衫、长裤，冬天进屋再冷也应摘下帽子，有时还应脱下大衣和围巾，并切忌说“冷”，以免引起主人误会。在主人家中要讲究卫生，不要把主人的房间弄得烟雾腾腾，糖纸、果皮、果核应放在茶几上或果皮盒内。身患疾病，尤其是传染病者，不应走亲访友。不洁之客、带病之客都是不受欢迎的。

准备商量事，拜访要达到什么目的，事先要有打算，以免拜访时跑“马拉松”，若无要事相商，停留时间不要过长、过晚，以不超过半小时左右为宜。在别人家中无谓地消磨时光是不礼貌的。拜访目的已达到，见主人显得疲乏，或意欲他为或还有其他客人，便应适时告辞。假如主人留客心诚，执意挽留用餐，则饭后停留一会儿再走，不要抹嘴便走。辞行要果断，不要“走了”说过几次，却口动身不移。辞行时要向其他客人道别，并感谢主人的热情款待。出门后应请主人就此留步。有意邀主人回访，可在同主人握别时提出邀请。从对方的公司或家里出来后，切勿在回程的电梯及走廊中窃窃私语，以免被人误解。

古人云：“入其家者避其讳。”人们常说，主雅客来勤；反之，也可以说客雅方受主欢迎。在普通朋友家里，不要乱脱、乱扔衣服。与主人关系再好，也不要翻动主人的书信和工艺品。未经主人相让，不要擅入主人卧室、书屋，更不要在桌上乱翻，床上乱躺。做客的坐姿也要注意文雅。同主人谈话，态度要诚恳自然，不要自以为是地评论主人家的陈设，也不要谈论主人的长短和扫兴的事。交谈时，如有长辈在座，应用心听长者谈话，不要随便插话或打断别人的谈话。

拜访完客户的总结篇七

1) 物业副经理或物业主任与客户确定拜访时间后，通知总物业经理及物业经理。

2) 需提前通知花木公司订购鲜花，同时准备好相应的物品：用户服务指南、效率手册、台历。

1) 物业助理应每天巡查本物业公共区域，并制定客户拜访计划，每个客户定期拜访。

2) 拜访情况记录于《满意度调查表》中，向物业经理汇报拜访

情况。

3) 与物业主任、管业部经理、相关部门的主管人员商讨解决办法, 并具体执行。

4) 反馈解决方案给客户, 并了解客户满意程度。

5) 客户反映的问题解决后, 应回访客户, 了解其满意程度, 以及是否有其他建议。

3) 将调查结果进行汇总, 填写《满意调查统计表》报总物业经理审阅签署后存档。

拜访完客户的总结篇八

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。

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。

拜访完客户的总结篇九

在拜访客户过程中，为了达到成交的目的，往往需要与客户进行三番五次的沟通。在这一过程中，如果有重要的事情需要与客户沟通，一定要事先约好时间。只有这样，才能保证拜访计划的顺利进行。

(2) 节省客户的时间

每个人的时间都是一笔宝贵的资源，对于你的客户来讲，他们很多是企业或机关的领导人，他们的时间更为宝贵，在拜访过程中一定要节约他们的时间。一般情况下，问候他们的电话不超过1分钟，约访电话最多不能超过3分钟，产品介绍或服务介绍电话不要超过5分钟。如果与重要的客户谈判，建立客户关系的电话通常不要超过15分钟，否则就不再适合电话拜访了。

(3) 把时间花在决策人身上

拜访客户的目的是为了与客户达成有效的协议，而达成协议的决定权一般掌握在决策人手中。这些决策人对企业单位而言主要是指公司的负责人、董事长、总经理、厂长等，对于机关事业单位而言主要是党委书记、厅长、局长、处长、主任等。在这方面，至少你要找到相关的项目负责人，谁有决定权就在谁身上多花些时间。当然，也不排除其他人员的辅助作用，但主要精力还是要放在决策人身上，这样拜访的效率才会大大提高。