

最新售前工作汇报口号(汇总5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

售前工作汇报口号篇一

售前和售后是应用部门工作的两个主要方面，其中，售前工作又是整个应用体系项目中最重要的一部分，没有良好的售前支持，那么我们就不可能有项目来源，也就不可能有着个人、部门和公司的发展。所以，我们每个人都有义务配合做好售前工作，无论是在其中做点什么，都要认真对待，完成部门交给的任务。

从个人的发展角度来讲，售前的工作实际上是对一个人技术能力、规划能力、处世能力的综合考验。在技术上，要能够从系统分析和设计的角度来把握一个完整的应用，每次做方案设计上等于做一次总体设计；在业务上，要有抽象和创新能力，这样才能让自己的方案脱颖而出；在处世上，与客户接触时要象销售一样能够在瞬间把握客户的思路，而且还要有察言观色、投其所好的能力，实际上这对你的业务、技术基础要有相当深厚功底要求；要有承受压力的心理基础，售前往往就像打仗，最后的胜者只有一个，在售前的一段时间里，每个售前人员都会有“考试”在即的感觉，考好考坏靠的是自己的基础、能力和投入的程度；最后，做售前还要有一定的个人魅力，当然不是要求每个人都是帅哥美女，但是要注意在客户面前的举止，要根据自己的特点形成自己的个性和魅力特色。打个比方，我听过我们的架构师讲中间业务和esse从技术讲到技术，中间穿插项目的经验，而且经常说明可能出现的一些意外问题，包括教训，这时客户对架构师

的信任感陡然而增，最后升华为对架构师的崇拜，而项目的成功率立刻上升了若干数量级。而对于项目经理来讲，同样是中间业务项目，则会重点从实施的角度来说明，特别是具体项目的经验，最后的效果仍然是活得客户的信任加崇拜。当然，这些只是一些个例，每个人的特点、个性不同，但是都可以把自己最有魅力的一部分发挥出来，使之光芒照人。不过要提醒一点，这其中有一个本质的要求，就是建立在自己经验、能力基础上的自信。记住，一个好的售前一定要有120%的自信，不要让别人轻易把自己的自信打掉，这也是一个人具有魅力的基础。

ok□让你们做一段时间的售前，保准你们追mm时一追一个准，这是从事售前工作的随赠品。

为了尽快提高大家的售前工作能力，我这里把做售前的一些要点写在这里，因为时间的原因，我现在很难写得很细致，只能把应该注意的事项列在这里，与大家共享。也许哪天，我真的没有什么事情做了，那时可以坐下来，静静把这些年的经验写下来，出一本书，叫着什么秘笈，或者什么宝典，抑或就叫着《怎样搞定客户》等等。

二、售前的组织与策划

售前工作首先要确定项目的组织者，记住，项目的组织者是销售，由销售去协调公司内部、公司与客户的各种关系，我们不要介入。

接下来是项目策划，当你接到一个项目的时候，要做的事情就是和销售坐下来，分析一下项目的背景情况，知道客户要做什么，客户在技术上有什么倾向，项目决策人是谁，是否诚信，销售和客户的关系深度有多少，竞争对手是谁，他们与客户的关系程度等等，最后最好让销售自己估算一下成功的百分比。当然，销售的估计水分是很大的，这里主要是观察销售的自信程度和做事的积极性。如果我们的销售都没有

信心、都不能积极的投入到项目中去，那么这个项目你就要考虑一下你的投入了。当然，有些销售是属于那种大话型的，什么事情都是信心十足，这是销售已经知道我们的上一路招数，所以有意表现出来的。千万不要被他迷惑，你可以向他要几个客户的姓名，和客户打个电话，问一些问题，既解决我们的一些疑惑，同时又感受一下客户对我们的热情程度，这些都可以反推出销售和客户的关系深度。还有就是看一下销售提供的客户姓名是否有项目决策人或者相关人员，必要时可以准备几个问题、几张胶片，让销售带我们去现场，感受一下客户对我们的态度，这样我们就知道项目中我们的关系份量有多少，销售是不是在说大话。最后一招，就是看看这个销售的工作历史业绩，或者在其它销售那里打听一下这个销售的情况。总之，做为一个售前，一定在一开始就要把握整个项目的背景，对客户、对我们的合作销售都要有一个基本的认识，这样我们才能确定我们的投入应该是多少，我们的技术是否要有所保留，对客户是一次提交方案还是多次提交等等。

搞清楚这些背景情况，你就可以开始和销售一起做售前策划了。在策划前，要把项目招标书中有关的商务部分和技术部分分离开来，这时销售人员就可以先行准备一些商务招标文件了，注意，我们不要去管这些商务文件，这些事情必须由销售完成，报价也应该在销售那里汇总。

售前策划分为技术策略和行动策略，技术策略首先要做的就是根据客户项目招标书的内容，在技术上进行策划，确定我们的主要业务模型、应用架构和技术架构，一般这几项工作在与销售和其它技术人员开会前就要基本想好。因为现在技术是要跟着应用跑的，所以事实上应用售前是技术方案的组织者，你要根据客户的项目需求，对方案中的各个部分有一个基本的框架，这样才能给售前项目小组的其它人员布置任务。对于技术方案，建议的思路是，首先理解客户的需求，建立相关的业务模型，然后讨论应用框架或者应用系统的总体设计，接下来在总体设计的基础上描述关键模块。技术架

构主要指项目的网络拓扑结构和设备模块，如果项目中不强调设备这一块，则可以放在总体设计的章节中顺便描述；否则可以在描述完应用系统的模块子系统后单独描述技术框架以及相关产品。接下来把我们的开发平台、系统软件在描述说明一下，最后是项目实施和技术维护支持等。这里面，各个章节我们都有一些现成的资料，但是对于项目来讲，一般业务模型和总体架构最重要，所以要花点心思在上面。

这样，做为应用售前如果能够做到对整个方案心中有数，那么就可以向小组成员分配任务了。首先要分配的就是系统技术部分，这里包括系统技术架构章节、设备描述和相关报价，都由系统集成部门完成。剩下的是应用部分，这时要在做进一步的策划，最好能够在业务和总体架构上玩点花样，搞点概念，让自己outstanding一把。当然，部门现在已经基本形成了固化的业务和应用模型，大家以后做这部分的工作可以相对轻松一点了。应用系统在总体架构后可以把主要的子系统描述一下，很多子系统都有现成的资料，象现在我们所有的标书恐怕都要描述客户信息系统，这些章节是已经有的，不过内部要根据项目的需求重新充实内容。其次是应用系统的功能设计，这些也是要重新充实的。记住，尽管我们以前有过一些资料，都是千万不要单纯地抄袭，这样于方案无益，对你们个人的能力发展也绝对没有好处，即使一个字不改，也要从头到尾细读一遍。

行动策略往往是和市场相关的，销售是很狡猾的，我们在这里辛苦做方案，但是对于销售来讲，一本技术方案可能仅仅是他们为了走进客户大门的一块敲门砖。此外，客户也是大大狡猾的，有些客户的招标仅仅是走形式，标底早已经内定，找我们做方案仅仅是为了从我们这里得到一些技术思路。不过比较起来，我还是觉得销售更狡猾一些。有些客户则是比较愚昧的，你的技术和业务思路他们不一定能够接受。所以，你们一定要做行动策划。针对不同的客户确定给出的方案的内容，确定提交方案的步骤，当然这里面还有交流的次数和每次的目标与内容，这样，我们会把售前工作分解成若干种

类型，若干个步骤，确定其中的目标，一点一点地达到我们的目标。

三、交流

售前工作的成败很大程度决定于我们与客户的交流，这是真正地拼刺刀、真正地考试。每次与客户交流前，我都会对自己讲：振作起来，上阵了！我们在做行动策略时就要制定好交流地计划，在很多项目中，交流都机会只有一次，而且时间不长，必须在最短的时间展现公司和你最优秀的一面。每次交流应该传递给客户的业务和技术理念。在交流时一般要求着装职业，自信十足，你就要上台表演了，你要在1—2个小时里充分展示你的魅力，征服你的观众。讲话时要铿锵有力，吐字清晰，有条不紊，眼光要注视客户，特别是客户的头头，让他（她）对你产生印象：对面的客户看过来，四目相对，秋波频送，空气在颤抖，仿佛天空在燃烧，暴风雨要来了。另外，举止要洒脱一点，可以在台上来回走动一些，如果紧张的话可以停下来，喝一口清茶，镇定一下。客户提问题是一件好事，因为至少表示他关注你的表现。对于我们产品不能满足的问题，最好的回答是我们考虑过，因为发现有缺陷，所以我们不主张这样做，如果客户有需求，可以在产品里加入，因为当初我们就留下了这些接口。如果有些问题不能回答，要沉着，可以跟客户讲我们考虑一下，或者把这个问题转给现场的压阵大碗（一般交流时会有人压阵的），或者记录下来，事后回答，然后照样潇洒自信依旧。总之不要让客户压倒你，要把自信坚持到底。交流是体现售前个人魅力最主要的机会，好的售前通过交流可以树立客户对公司、对团队和个人的信心，如果做到这点，我们项目成功的概率就非常之大了。

交流和战斗一样，短兵相接，拼刺刀，战斗的高潮是最后的讲标。项目成败，公司兴废，俱在此一战，所以讲标是最重要的，要做好充分的准备，调集一切可以调集的力量，不惜代价确保成功。注意，公司内部资源调用是由销售完成的。

讲标的时间一般不会太长，客户给每家公司的时间一般只有半小时到1小时左右，因此要把胶片做得尽量精简，抓住客户的心理。讲标时尤其要注意自己的行为风范。在1小时的时间里，客户不可能对技术方案有多少考虑，一般关心的主要是项目管理、售后服务和商务方面的问题，因此讲标人只要给客户的印象不错就基本达到目标了。当然不是所有的项目都是这样，因此技术胶片仍然要好好的准备，这是项目成功的基础。

四、工作总结

在每次售前结束后，一定要提交两个报告，一个是应用部门内部的，要描述售前的工作计划、目标，工作完成后，自己的总结，以及客户提出的未解决的问题。这个表格我会附在后面，我要求大家在一次售前完成后24小时内提交这个报告，只有总结才能看到问题和希望，才能进步。另一个报告是给销售的，需要销售确认我们的工时。前一个报告务必希望大家自己总结，这是自己的经验的积累。

最后说明一点。我们在做售前工作时，虽然要采用很多方法对付销售的狡猾，但这只是提醒大家注意而已。实际上，对于一些业绩好的销售要全力支持，因为他们项目的成功率会比较高，而且如果项目机会比较大的话，也不一定要销售确认我们的工时，因为这些工时会在我们的服务收入中体现出来。对于那些八字没一撇的项目，则一定要确认工时。

售前工作汇报口号篇二

一、职业成长回顾

还没有来得及揣摩自己在这一年中的所有得失，2014年已经接近尾声，细细回首这一年走过的路，虽然没有轰轰烈烈的成绩和战果，但是也经历了一些不平凡的考验和磨砺。我想，2014年是我工作旅程中的转折一年，在这一年中，我在自己

的岗位上迎来了更多的历练和思考。我想，这是喜悦和汗水并存的一年，也是充满了机遇和挑战的一年。

自从担任公司项目工程售前技术工程师以来，我的主要工作是为行业部门以及其他业务部门的同事编写项目设计方案、项目施工组织方案，以及就公司现有资源产品整合起来编写解决方案。记得过去一年最开始独立接受项目派单时，我几乎不太能够理解项目售前的含义，更不了解应该如何去把项目售前的工作开展实施，而是过多的依赖于抄袭现场的方案，在一些项目关键点部分处理得不够理想，过于理论化，导致与实际脱节。通过几次不太成功的案例锻炼之后，慢慢的我也开始形成一套适用于自己成长的思维模式，并摸索出一些相似领域、固定产品的处理办法。但是回过头来看，那段时期的方案编写也存在许多的不足，体现在对于项目建设的需求经常只顾眼前的形势直奔主题，阐述完功能产品的适用性，能够如何满足客户需求即可，但是却忽略了未来客户发展所带来的变化与扩展，对项目的把握不够全面，毕竟系统集成涉及的领域众多，涵盖的技术面较广，这种着眼现在直奔主题的处理方式也折射出了自己知识面狭小的事实。好在公司的领导及同事通过单独技术指导以及对整个部门进行的项目经验分享指导，也让我逐渐明白在进行系统集成项目时宏观了解，全局设计的重要，对用户的需求必须要深入的分析，了解客户的企业规模、事务处理流程以及发展规划之后，从全局的角度来进行方案设计，再突出眼前的局部建设构想，这样才能真正把系统集成方案写好，才能真正让客户满意，而我也必须在具备这样全局把控的思维能力，再加上知识的不断积累，才能成长为一名合格的售前工程师。

二、工作开展回顾

在过去的一年，我对涉足不同行业的系统集成需求也进行了一些回顾总结，其中视频监控项目与网络项目占到了所处理案件的70%，在这些项目中，我所要承担的任务主要包括：项目需求了解、项目设计方案编写、项目跟踪等。而相对来说，

项目方案设计又占到了很高的精力付出比例，但是如何提供解决方案完成工作，亦经历了两个时期的成长。

第一阶段：从产品到方案。将公司的产品资料（如海康威视、华为等常用设备）修改成针对用户的解决方案，这一类售前支持不在少数，处于对公司内部代理的产品比较熟悉，再加上有一定的技术功底，所以这个时期在编写方案的时候从完成速度上来说比较快速，但不能站在客户价值角度来理解产品。

第二阶段：从需求到方案。通过总结问题以及对项目的不断理解，有了自己的知识体系和工作方法，能站在管理咨询的角度采用各种方法去了解客户业务、分析用户需求，并提供解决方案。

三、2014个人职业展望

通过这一年时间的摸索与观察，对于现在各大行业客户，越来越不满足于单一产品的建设需要，他们往往希望单位或企业内部的各个应用子系统能够兼容整合，并且所有的管理能够在统一的平台下进行。也就是说，对于未来客户系统集成需求我们可以理解或者影响客户往应用系统集成方向发展，而不是单一的提供产品集成，在激烈的行业竞争中，我们需要提供客户耳目一新的亮点方案。在学习交流中我发现，数据集中与云计算将是未来发展的技术方向，所谓数据集中，就是把企业所有日常办公产生的数据集中在机房管理端，确保数据的安全有效管理，杜绝一些潜在或已知的泄密危险；而云计算通俗来说既是虚拟化服务，包括应用虚拟化、桌面虚拟化和服务器虚拟化，这样的技术发展将越来越降低对客户终端的硬件要求，转而提升系统应用的灵活性和高可用性。

除了对技术方面的发展追求，在职业规划中我也有一些为自己客观定位的要求。在过去的工作开展中，接受客户案件的时候，我想自己可能过多的是处在一种被动的状态下，按照

客户提出的需求进行分析，了解客户一时期内的发展状况，然后提出可行的办法。但是我想这样远不能够树立自己在客户心目中理想方案解决者的形象地位，我更倾向于为客户树立一种可靠可信的咨询师的身份角色。不单单对客户的需求进行分析，还要对客户所在行业进行一些必要的了解，清楚行业发展趋势以及新兴技术的应用案例，从硬件和软件结合的角度出发来进行整体解决方案设计，提供给客户综合应用解决方案。

一、职业成长回顾 大学毕业来到天地阳光已经过去将近一年的时间了，仔细回想入职这一年工作经历，虽然没有轰轰烈烈的成绩和战果，但是也经历了一些不平凡的考验和磨砺。我想，在天地阳光通信科技（北京）有限公司工作的这一年是我人生旅程中的转折一年，在这一年中，我在自己的岗位上迎接了许多的历练和思考。为我在以后的工作中打下了坚实的基础，同时自己的知识储备和与人的交际能力有了飞的发展。

来到天地阳光通信科技（北京）有限公司已经一年光景，作为一名项目售前服务工程师，承蒙公司朱经理、导师李经理与部门同事的帮助和指导，在履行自己职责的同时，也逐渐看到了自己距离优秀员工所具备的全面素质要求还有一段需要努力弥补和完善的差距。回顾这一年来的变化，现做总结如下：2013年7月我以一名售后服务工程师的名义入职天地阳光通信科技（北京）有限公司工程部，在试用期的三个月中，参加了公司，部门统一组织的关于公司介绍、文化，产品以及产品实际操作的一些基本培训，在通过自己平时业余时间的学习，在试用期这三个月的时间对公司的基本文化、员工守则、人事政策、薪酬制度有了一个基本的认知，对产品的理解程度有了很大的提高，也使我有了一定的技术基础。为以后成为一名合格的工程师做了扎实的准备。

和现场平安城市方案的讲解，进一步加强了我的演讲沟通能力和战胜了自己。2013年11月第一次接受武汉东贝集团视频

会议测试时，我几乎不太能够熟练操作视频会议基本操作，深刻感觉到了在公司理论环境下的搭建的视频会议和在公司以外实际环境下搭建的视频会议系统的区别，在公司内部测试，一切都是在理想的环境中进行，然而在客户现场各种情况千变外化，一不留神就会造成失误，给客户留下不好的印象，影响客户后期选择我公司产品的坚定性，所以我认识到作为一个售前服务工程师必须有过硬的相关行业知识，同时也必须有很强的沟通能力和随机应变能力。

在武汉东贝集团测试时所遇到的问题和了解到自己的知识的欠缺之处，回到公司自己针对性的学习了有关网络方面关于ip地址分配和网关的知识，进一步加强学习了关于公司mcu管理平台的实际操作，在不久以后的郑州安阳公安局测试和技术交流时得到了应用，此次在安阳公安局和安阳附近各个县城公安局的测试中没有再出现东贝集团测试的生疏表现，这次测试的任务主要是测试我公司mcu和海康威视mcu的级联会议，同时测试我公司视频会议软终端性能，在通过和研发的密切配合，最后顺利完成测试，为公司成功签下安阳市公安局视频会议贡献了自己的一份力量。2014年1月开始被借用到工程部参与铁路公安视频会议二期的实施，依次参加了郑州铁路公安局，南昌铁路公安局，呼和浩特铁路公安局视频会议的实施，在各个铁路公安局视频会议实施的过程中，我严格按照公司要求步骤安装，确保我公司的产品无任何故障出现，同时我耐心给各个派出所讲解使用方法以及注意使用说明，尽自己最大努力为公司争得口碑，为自己储备知识。在售前方案解决部自己多数时间是参与了铁道部视频会议二期项目的实施。然而对售前的工作开展实施还是有点不熟练，自己在写方案的时候过多的依赖于系统集成项目理论型的方案模板，在一些项目关键点部分处理得不够理想，过于理论化，导致与实际脱节。通过几次不太成功的案例锻炼之后，慢慢的我也开始形成一套适用于自己成长的思维模式，并摸索出一些相似领域、固定产品的处理办法。但是回过头来看，那段时期的方案编写也存在许多的不足，

体现在对于项目建设的需求经常只顾眼前的形势直奔主题，阐述完功能产品的适用性，能够如何满足客户需求即可，但是却忽略了未来客户发展所带来的变化与扩展，对项目的把握不够全面，毕竟我们以后会向系统集成方向发展，然后系统集成涉及的领域众多，涵盖的技术面较广，这种着眼现在直奔主题的处理方式也折射出了自己知识面狭小的事实。通过导师李立军的技术指导以及对项目经验分享指导，也让我逐渐明白在进行系统集成项目时宏观了解，全局设计的重要，对用户的需求必须要深入的分析，了解客户的企业规模、事务处理流程以及发展规划之后，从全局的角度来进行方案设计，再突出眼前的局部建设构想，这样才能真正把系统集成方案写好，才能真正让客户满意，而我也必须在具备这样全局把控的思维能力，再加上知识的不断积累，才能成长为一名优秀的售前工程师。

二、个人职业展望 通过入职将近一年时间的摸索与观察，自己发现现在各大行业客户，越来越不满足于单一产品的建设需要，他们往往希望单位或企业内部的各个应用子系统能够兼容整合，并且所有的管理能够在统一的平台下进行。也就是说，对于未来客户系统集成需求我们可以理解或者影响客户往应用系统集成方向发展，而不是单一的提供产品集成，在激烈的行业竞争中，我们需要提供客户耳目一新的亮点方案。

除了对技术方面的发展追求，在职业规划中我也有一些为自己客观定位的要求。在过去的工作开展中，接受客户案件的时候，我想自己可能过多的是处在一种被动的状态下，按照客户提出的需求进行分析，了解客户一时期内的发展状况，然后提出可行的办法。但是我想这样远不能够树立自己在客户心目中理想方案解决者的形象地位，我更倾向于为客户树立一种可靠可信的咨询师的身份角色。不单单对客户的需求进行分析，还要对客户所在行业进行一些必要的了解，清楚行业发展趋势以及新兴技术的应用案例，从硬件和软件结合的角度出发来进行整体解决方案设计，提供给客户综合应用

解决方案。明确了个人的发展方向与职业角色定位，这就要求自己仍然需要不断的知识积累，尤其在数据集中所涉及的存储、备份、数据恢复以及云服务涉及的虚拟化技术上投入一些精力，结合项目实施者成功经验的分享，总结出适合自己在新的一年工作中处理项目的办法。

三、不足之处及改进

通过入职一年的工作和学习，自我感觉最不足的地方有两点，一是技术知识和产品的记忆和理解不够，很多东西只停留在表面的印象上，尤其是关于视频监控方面的知识问题尤为突出，在使用的时候不能立刻想起来，有时候还需要查询手册，很多东西需要去二次查找和确认，这样效率很低，也极大的浪费了时间。这些需要在以后的工作中多加了解和学习，二是在思路不清醒，语言表达能力有所欠缺，但是相信随着时间的增加和经验的积累，这些问题都将在今后的工作和学习过程中迎刃而解。

四、感谢 自从加入天地阳光这个大家庭，我就逐渐发生蜕变。是天地阳光信任和鼓励，以及众多同事的帮助，塑造了这个全新的我，让我能够尽情施展自己的才华，并且不断学习成长。感谢公司给了我展示价值的平台，让我找到了人生的坐标。

一、职业成长回顾

还没有来得及揣摩自己在这一年中的所有得失，2013年已经领近尾声，细细回首这一年走过的路，虽然没有轰轰烈烈的成绩和战果，但是也经历了一些不平凡的考验和磨砺。我想，2013年是我工作旅程中的转折一年，在这一年中，我在自己的岗位上迎来了更多的历练和思考。我想，这是喜悦和汗水并存的一年，也是充满了机遇和挑战的一年。

自从担任公司项目工程售前技术工程师以来，我的主要工作

是为行业部门以及其他业务部门的同事编写项目设计方案、项目施工组织方案，以及就公司现有资源产品整合起来编写解决方案。记得过去一年最开始独立接受项目派单时，我几乎不太能够理解项目售前的含义，更不了解应该如何去把项目售前的工作开展实施，而是过多的依赖于抄袭现场的方案，在一些项目关键点部分处理得不够理想，过于理论化，导致与实际脱节。通过几次不太成功的案例锻炼之后，慢慢的我也开始形成一套适用于自己成长的思维模式，并摸索出一些相似领域、固定产品的处理办法。但是回过头来看，那段时期的方案编写也存在许多的不足，体现在对于项目建设的需求经常只顾眼前的形势直奔主题，阐述完功能产品的适用性，能够如何满足客户需求即可，但是却忽略了未来客户发展所带来的变化与扩展，对项目的把握不够全面，毕竟系统集成涉及的领域众多，涵盖的技术面较广，这种着眼现在直奔主题的处理方式也折射出了自己知识面狭小的事实。好在公司的领导及同事通过单独技术指导以及对整个部门进行的项目经验分享指导，也让我逐渐明白在进行系统集成项目时宏观了解，全局设计的重要，对用户的需求必须要深入的分析，了解客户的企业规模、事务处理流程以及发展规划之后，从全局的角度来进行方案设计，再突出眼前的局部建设构想，这样才能真正把系统集成方案写好，才能真正让客户满意，而我也必须在具备这样全局把控的思维能力，再加上知识的不断积累，才能成长为一名合格的售前工程师。

二、工作开展回顾

在过去的一年，我对涉足不同行业的系统集成需求也进行了一些回顾总结，其中视频监控项目与网络项目占到了所处理案件的70%，在这些项目中，我所要承担的任务主要包括：项目需求了解、项目设计方案编写、项目跟踪等。而相对来说，项目方案设计又占到了很高的精力付出比例，但是如何提供解决方案完成工作，亦经历了两个时期的成长。第一阶段：从产品到方案。将公司的产品资料（如海康威视、华为等常用设备）修改成针对用户的解决方案，这一类售前支持不在

少数，处于对公司内部代理的产品比较熟悉，再加上有一定的技术功底，所以这个时期在编写方案的时候从完成速度上来说比较快速，但不能站在客户价值角度来理解产品。

第二阶段：从需求到方案。通过总结问题以及对项目的不断理解，有了自己的知识体系和工作方法，能站在管理咨询的角度采用各种方法去了解客户业务、分析用户需求，并提供解决方案。

三、2014个人职业展望

通过这一年时间的摸索与观察，对于现在各大行业客户，越来越不满足于单一产品的建设需要，他们往往希望单位或企业内部的各个应用子系统能够兼容整合，并且所有的管理能够在统一的平台下进行。也就是说，对于未来客户系统集成需求我们可以理解或者影响客户往应用系统集成方向发展，而不是单一的提供产品集成，在激烈的行业竞争中，我们需要提供客户耳目一新的亮点方案。

在学习交流中我发现，数据集中与云计算将是未来发展的技术方向，所谓数据集中，就是把企业所有日常办公产生的数据集中在机房管理端，确保数据的安全有效管理，杜绝一些潜在或已知的泄密危险；而云计算通俗来说既是虚拟化服务，包括应用虚拟化、桌面虚拟化和服务器虚拟化，这样的技术发展将越来越降低对客户终端的硬件要求，转而提升系统应用的灵活性和高可用性。

除了对技术方面的发展追求，在职业规划中我也有一些为自己客观定位的要求。在过去的工作开展中，接受客户案件的时候，我想自己可能过多的是处在一种被动的状态下，按照客户提出的需求进行分析，了解客户一时期内的发展状况，然后提出可行的办法。但是我想这样远不能够树立自己在客户心目中理想方案解决者的形象地位，我更倾向于为客户树立一种可靠可信的咨询师的身份角色。不单单对客户的需求

进行分析，还要对客户所在行业进行一些必要的了解，清楚行业发展趋势以及新兴技术的应用案例，从硬件和软件结合的角度出发来进行整体解决方案设计，提供给客户综合应用解决方案。

一、工作回顾

转眼2013年就要过去了，马上要迎来2014新的一年，细细回首这一年的所有经历，有痛苦的、有开心的、有烦恼的、有郁闷的、有憋气的等等，正是这些经历成就了现在的我，2013年是我职业生涯上的一个里程碑。

之所以说2013年是我职业生涯上的一个里程碑，是因为在职场上，我不仅仅有学习如何做事的机会，同时也有学习如何管理、管事的机会。

来公司马上就要两年了，回想刚进公司的时候，我是那么的稚嫩，各个方面都不成熟，经历了2012年的历练，我对这个行业，对公司的产品，对公司的业务、客户的需求情况有了初步认识，自己也有了一些自己的方法和技巧，到了2013年，通过公司的平台及自己的努力，我从初步认识提升到了深刻认识，不仅仅从表面，而是到本质的认识和掌握，随着工作能力的提升，工作内容的熟练掌握，2013年7月份后，公司提升我为技术部主管，给了我更高的平台，更广阔的发展空间（在此非常感谢公司！），同时也给了我一定的压力，在主管的道路上，刚开始感觉很迷茫，没有思路、不知道工作该如何开展，在此要感谢金姐的辅导，在金姐的辅导下，我慢慢地开始有思路，慢慢地开始开展我的主管工作，刚开始我感觉管理比做事情复杂多了，很多事情在他们做不好的情况下，我亲力亲为自己做了，这样过了一段时间，感觉自己很忙，心很疲惫，经过跟金姐沟通，发现自己犯了一个严重的错误，那就是什么事情都亲力亲为，不懂得如何引导帮助他们独立去完成公司的任务，随着时间的推移，慢慢的我对主管的一些基本工作已经轻车熟路，不过通过与金姐的再

次沟通，我又有了新的压力和动力，我要向主管的更高要求去做，不仅仅做些基本的工作，我相信通过自己的努力和公司提供的平台一定能给公司创造出更大的价值，同时实现自己的价值。

二、工作总结

？个人存在的问题：？在学习上缺乏条理性，没有结构化的知识、清晰的思路。？在做事和管事角色的转化方面还有待提高和加快。？在管理部门方面，缺乏带团队的经验，缺乏跟团队成员沟通的技巧。？部门存在的问题：

？目前部门存在的最大问题就是工作混乱，工作的各个方面缺乏文档

化，标准化、规范化、流程化。

三、来年工作开展

一、职业成长回顾

总觉得还没有来得及揣摩自己在这一年中的所有得失，2011年已经在龙年的爆竹声中成为过去，细细回首这一年走过的路，虽然没有轰轰烈烈的成绩和战果，但是也经历了一些不平凡的考验和磨砺。我想，2011年是我工作旅程中的转折一年，在这一年中，我在自己的岗位上迎来了更多的历练和思考。我想，这是喜悦和汗水并存的一年，也是充满了机遇和挑战的一年。

计，再突出眼前的局部建设构想，这样才能真正把系统集成方案写好，才能真正让客户满意，而我也必须在具备这样全局把控的思维能力，再加上知识的不断积累，才能成长为一名优秀的售前工程师。

二、工作开展回顾

在过去的一年，我对涉足不同行业的系统集成需求也进行了一些回顾总结，其中视频监控项目与网络安全项目占到了所处理案件的70%，在这些项目中，我所要承担的任务主要包括：项目需求了解、项目设计方案编写、项目跟踪、项目施工组织方案编写等四项。而相对来说，项目方案设计又占到了很高的精力付出比例，但是如何提供解决方案完成工作，亦经历了两个时期的成长。

第一阶段：从产品到方案。将公司的产品资料（如海康威视、华为、深信服、ibm等常用设备）修改成针对用户的解决方案，这一类售前支持不在少数，处于对公司内部代理的产品比较熟悉，再加上有一定的技术功底，所以这个时期在编写方案的时候从完成速度上来说比较快速，但不能站在客户价值角度来理解产品。第二阶段：从需求到方案。通过总结问题以及对项目的不断理解，有了自己的知识体系和工作方法，能站在管理咨询的角度采用各种方法去了解客户业务、分析用户需求，并提供解决方案，成果也更符合客户的最终构想——应用集成。

举例来说，早期在处理xxxx码头监控项目时，因为与客户沟通不及时、对客户的应用需求估计不足，在项目设计时过多只考虑采用设备的性能、价格等因素，没有考虑需求变更和客户业务调整带来的风险，导致后期建设时由于客户机房搬迁系统不得不改变架构，将原来本地存储的方式变更为异地远程管理保存；而在摄像机定点上，也由于客户管理方式的变化带来的防区布控点变化。好在项目报价预留有一定的弹性调整空间，最后勉强把项目实施完成，有惊无险。

而在后来xxxx应急中心网络安全项目建设时，协同厂家合作，我们在充分考虑了用户业务流程、涉及的部门与业务系统操作、到终端用户操作习惯等方面，在设计架构过程中，对网络边界采用高性能防火墙阻隔、对用户终端有一套安全管理

平台、对数据在内网中的传输采用了信息交换隔离系统来区分安全业务服务器区和非安全的用户访问区域、对与内网安全检测采用了先进的入侵检测防御系统，从管理的角度出发，我们又添加了统一管理平台，对各网络设备及终端电脑都能够及时了解状态信息，可以说从外到内都充分考虑到了用户可能存在的安全风险，不仅达到用户预期的建设目的，也为用户提供了一个灵活安全的网络工作环境，因此顺利中得项目。

盘点2011年所达成的项目，统计如下：

三、2013个人职业展望

通过这一年时间的摸索与观察，对于现在各大行业客户，越来越不满足于单一产品的建设需要，他们往往希望单位或企业内部的各个应用子系统能够兼容整合，并且所有的管理能够在统一的平台下进行。也就是说，对于未来客户系统集成需求我们可以理解或者影响客户往应用系统集成方向发展，而不是单一的提供产品集成，在激烈的行业竞争中，我们需要提供客户耳目一新的亮点方案。

在学习交流中我发现，数据集中与云计算将是未来发展的技术方向，所谓数据集中，就是把企业所有日常办公产生的数据集中在机房管理端，确保数据的安全有效管理，杜绝一些潜在或已知的泄密危险；而云计算通俗来说既是虚拟化服务，包括应用虚拟化、桌面虚拟化和服务器虚拟化，这样的技术发展将越来越降低对客户终端的硬件要求，转而提升系统应用的灵活性和高可用性。除了对技术方面的发展追求，在职业规划中我也有一些为自己客观定位的要求。在过去的工作开展中，接受客户案件的时候，我想自己可能过多的是处在一种被动的状态下，按照客户提出的需求进行分析，了解客户一时期内的发展状况，然后提出可行的办法。但是我想这样远不能够树立自己在客户心目中理想方案解决者的形象地位，我更倾向于为客户树立一种可靠可信的咨询师的身份角

色。不单单对客户的需求进行分析，还要对客户所在行业进行一些必要的了解，清楚行业发展趋势以及新兴技术的应用案例，从硬件和软件结合的角度出发来进行整体解决方案设计，提供给客户综合应用解决方案。明确了个人的发展方向与职业角色定位，这就要求自己仍然需要不断的知识积累，尤其在数据集中所涉及的存储、备份、数据恢复以及云服务涉及的虚拟化技术上投入一些精力，结合项目实施者成功经验的分享，总结出适合自己在新的一年工作中处理项目的办法。

四、2012具体目标规划 新时期个人自我提高的要求不能只是口头决心的表露，必须要有一个能够不断鞭策自己的目标计划表，按照自己制定的每一条发展表纲而努力，力求实现每一项既定目标。应用系统集成不可能脱离软件实现，所以在2012年的目标计划表中必须添加对软件系统的学习，包括oa系统、业务应用系统的了解，从架构上、操作应用上进行系统的了解，然后才能结合硬件资源，整合出一套完善的系统应用方案。

售前工作汇报口号篇三

篇一：售前工程师转正工作总结 售前工程师转正工作总结
时间过的很快，在每天的紧张和充实的工作中，转眼间我已经来到公司快半年了。这半年中，在公司和部门领导的关怀和领导下，在部门同事的热情帮助和指导下，渡过了从学生到职业人转变的关键时期，我学到了很多，也感受到了很多，回顾这半年来的工作和思想的变化，现做总结如下：

一、培训学习的感受

专业的技术和产品知识对于我所在的售前技术支持岗位来说是非常重要的，3月份我来公司已经培训过技术和产品线的知识，对公司的产品和技术有了基本的了解，七月份来后集团又安排我们去基地实习以及两周的培训课程，真正的接触了

产品本身，使我对产品的理解程度有了很大的提高，同时通过深入的技术培训，也使我有了一定的技术基础。

来部门报道后，领导又安排了马强老师专门负责我们几个新员工的培训，同时又请张琨和张伟老师给我们更加细致的讲解了产品、方案、高性能等知识，马强老师更是组织了我們几个新员工成立学习小组，安排学习计划，通过这些培训和学习，使我不仅丰富了自己的专业知识，更提升了自己的专业素质和综合水平。在工作的过程中也是一个学习的过程，进入部门后我感觉到部门内部的学习氛围是很浓厚的，有任何的问题都可以请教各位老师，他们也都热心的给我进行解答，同时部门每周都会安排某个内容的专业培训，这对我这种需要快速吸纳新知识的新员工有很大的帮助，更重要的是，在这些不断的培训过程中，使自己养成了一种不断学习的好习惯。

二、工作过程中的感受

初入部门工作，对工作的内容和职责几乎一无所知，也不知道该如何下手。但是张琨和张伟老师并没有因为我是新员工什么都不懂而不敢将任务交给我，而是大胆的将项目交给我去做，让我去练手。犹记得第一次张老师将一个项目方案交给我去做的时候，我当时的紧张和兴奋，那个方案我整整做了一个星期的时间，其间给张老师审了4次，返工3次，问了很多很基础的问题，张老师都一一耐心的解答了，虽然任务没有按时完成，但从这次方案制作中我学到了很多培训时学不到的东西，了解到了很多自己需要提高的地方，在接下来的几个月的时间里，我加强了方案选型和产品知识的学习，还把以前部门的成功案例拿出来仔细的研究和练手，同时在张老师的指导下，到现在我完成一个简单的方案制作只需要很短的时间，工作能力有了很大的提高。

除了方案制作外，售前还要和销售去拜访客户，这就需要我有很强的呈现和沟通能力，这也是我这样一个刚毕业的大学

生最欠缺的能力。在部门的培训中马强老师就安排了很多的呈现练习来锻炼我们的呈现能力，但这毕竟只是练习，而在实际工作和客户的交流中仍然显示了自己的不足。第一次上台给客户做讲解的时候感觉十分紧张，不太自然和自信，准备的也不是很好，总之是一次比较失败的客户拜访，回来后我认真的总结了经验教训，在接下来的一段时间内主动要求跟着几位老师去拜访客户，学习他们的拜访技巧，同时也通过电话拜访客户，在和客户的实际沟通中锻炼自己，随着经验的不断增加，我已经能够比较自如的和客户进行交谈，虽然现在仍然有许多需要改进的地方，但和初入公司时相比已经有了很大的提高，我相信通过经验和技术的积累，我能在今后的工作总做的更好，完成自己的职责。

从最开始对售前岗位的一点都不了解，到现在能够基本配合销售完成项目，包括方案配置的制作，客户的拜访，以及投标、培训等售前的基本工作，除了自己的努力之外，更离不开各位老师和领导对我的指点，正是有了他们的大力帮助我才能在这么短的时间内适应售前这份工作，在这里要感谢他们，特别是张琨老师、张伟老师和马强老师对我的虚心指导。

三、思想上的感受

首先我认为是一个责任心的培养，这也是张琨老师和赵老师一直给我们强调的东西。作为一个售前，首先就是要具有责任心，要以主人翁的态度来对待每一个项目和每一个客户，因为在用户眼中，售前人员，是代表公司技术水平和技术专家，代表了一个公司的技术实力和形象，售前人员的责任心也就决定客户对公司的印象以及项目的成功率，所以作为一个售前，不仅仅在技术方面要打动客户，更重要的是给客户一种对他对项目负责任的态度，让他放心的把项目交给你。这也是一个售前最基本的素质。这也是浪潮企业文化：以客户为关注焦点的一种体现，对客户负责，也就是对公司负责。

其次是考虑问题的全面性和细致上，作为售前技术支持，对

你推荐的产品和方案在每一个方面都要考虑全面，特别是方案的可实施性和配置的细致度上，不能出任何差错，否则不仅对客户，更是对公司的损失。

四、不足之处及改进

通过半年的工作和学习，自我感觉最不足的地方有两点，一是技术知识和产品的记忆和理解不够，很多东西只停留在表面的印象上，这使我在做方案时不能快速的展开思路，很多东西需要重新去二次查找和确认，这样效率很低，也极大的浪费了时间。二是在呈现上有些不足，呈现能力还有很大的提高空间。但是相信随着时间的增加和经验的积累，这些问题都将在今后的工作和学习过程中迎刃而解。

五、目标

在目前全球金融危机情况下，竞争更加残酷和激烈，作为我们新员工，只能尽快提高我们的业务和技术能力，以更加专业、细致、周到的服务让客户满意，使得客户价值的最大化，切实提高我们在面对经济危机时的自身竞争力，为自己也为公司带来更大的价值。虽然这其中会遇到很多的艰难险阻，但我想无论遇到什么样的困难，更重要的是自己能否战胜自己。只要自己有收获，有长进，能够得到客户以及同事的认可和信任，再苦再累，自己也是感到幸福和快乐的。

售前工程师转正工作总结-总结

[] 过的很快，在每天的紧张和充实的中，转眼间我已经来到快了。这半年中，在公司和部门的关怀和领导下，在部门同事的热情和指导下，渡过了从学生到人转变的关键时期，我学到了很多，也感受到了很多，回顾这半年来的工作和的，现做如下：

一、的感受的技术和产品知识对于我所在的售前技术支持来

说是非常重要的，3月份我来公司已经培训过技术和产品线的知识，对公司的产品和技术有了基本的了解，七月份来后集团又安排我们去基地以及两周的培训课程，真正的接触了产品本身，使我对产品的理解程度有了很大的提高，同时通过深入的技术培训，也使我有了一定的技术基础。来部门报道后，领导又安排了马强专门负责我们几个新员工的培训，同时又请张琨和张伟老师给我们更加细致的讲解了产品、高性能等知识，马强老师更是组织了几个新员工成立学习小组，安排学习，通过这些培训和学习，使我不仅丰富了自己的专业知识，更提升了自己的专业素质和综合水平。在工作的过程中也是一个学习的过程，进入部门后我感觉到部门内部的学习氛围是很浓厚的，有任何的问题都可以请教各位老师，他们也都很热心的给我进行解答，同时部门每周都会安排某个内容的专业培训，这对我这种需要快速吸纳新知识的新员工有很大的帮助，更重要的是，在这些不断的培训过程中，使自己养成了一种不断学习的习惯。

二、工作过程中的感受初入部门工作，对工作的内容和职责几乎一无所知，也不知道该如何下手。但是张琨和张伟老师并没有因为我是新员工什么都不懂而不敢将任务交给我，而是大胆的将交给我去做，让我去练手。犹记得张老师将一个项目方案交给我去做的时候，我当时的紧张和兴奋，那个方案我整整做了一个星期的时间，其间给张老师审了4次，返工3次，问了很多很基础的问题，张老师都一一耐心的解答了，虽然任务没有按时完成，但从这次方案制作中我学到了很多培训时学不到的东西，了解到了很多自己需要提高的地方，在接下来的几个月的时间里，我加强了方案选型和产品知识的学习，还把以前部门的案例拿出来仔细的研究和练手，同时在张老师的指导下，到现在我完成一个简单的方案制作只需要很短的时间，工作能力有了很大的提高。除了方案制作外，售前还要和去拜访客户，这就需要有我很强的呈现和沟通能力，这也是我这样一个刚的生最欠缺的能力，《》（）。在部门的培训中马强老师就安排了很多的呈现练习来我们的呈现能力，但这毕竟只是练习，而在实际工作和客户的中仍

然显示了自己的不足。第一次上台给客户做讲解的时候感觉十分紧张，不太和，准备的也不是很好，总之是一次比较失败的客户拜访，回来后我认真的总结了教训，在接下来的这段时间内主动要求跟着几位老师去拜访客户，学习他们的拜访技巧，同时也通过电话拜访客户，在和客户的实际沟通中锻炼自己，随着经验的不断增加，我已经能够比较自如的和客户进行交谈，虽然现在仍然有许多需要改进的地方，但和初入公司时相比已经有了很大的提高，我相信通过经验和技术的积累，我能在今后的工作总做的更好，完成自己的职责。从最开始对售前岗位的一点都不了解，到现在能够基本配合销售完成项目，包括方案配置的制作，客户的拜访，以及投标、培训等售前的基本工作，除了自己的努力之外，更离不开各位老师和领导对我的指点，正是有了他们的大力帮助我才能在这么短的时间内适应售前这份工作，在这里要他们，特别是张琨老师、张伟老师和马强老师对我的虚心指导。

三、思想上的感受首先我认为是一个心的培养，这也是张琨老师和赵老师一直给我们强调的东西。作为一个售前，首先就是要具有责任心，要以主人翁的态度来对待每一个项目和每一个客户，因为在用户眼中，售前人员，是代表公司技术水平和技术专家，代表了一个公司的技术实力和形象，售前人员的责任心也就决定客户对公司的印象以及项目的成功率，所以作为一个售前，不仅仅在技术方面要打动客户，更重要的是给客户一种对他对项目负责任的态度，让他放心的把项目交给你。这也是一个售前最基本的素质。这也是浪潮企业文化：以客户为关注焦点的一种体现，对客户负责，也就是对公司负责。其次是考虑问题的全面性和细致上，作为售前技术支持，对你推荐的产品和方案在每一个方面都要考虑全面，特别是方案的可性和配置的细致度上，不能出任何差错，否则不仅对客户，更是对公司的损失。

四、不足之处及改进通过半年的工作和学习，感觉最不足的地方有两点，一是技术知识和产品的和理解不够，很多东西只停留在表面的印象上，这使我在做方案时不能快速的展开

思，很多东西需要重新去二次查找和确认，这样效率很低，也极大的浪费了时间。二是在呈现上有些不足，呈现能力还有很大的提高空间。但是相信随着时间的增加和经验的积累，这些问题都将在今后的工作和学习过程中迎刃而解。

五、目标在目前全球金融危机下，更加残酷和激烈，作为我们新员工，只能尽快提高我们的和技术能力，以更加专业、细致、周到的服务让客户满意，使得客户价值的最大化，切实提高我们在面对危机时的自身竞争力，为自己也为公司带来更大的价值。虽然这其中会遇到很多的艰难险阻，但我想无论遇到什么样的困难，更重要的是自己能能否战胜自己。只要自己有收获，有长进，能够得到客户以及同事的认可和，再苦再累，自己也是感到和的。“空悲切，白了少年头”，就像古人所说，趁现在年轻多学点东西、多做点事情，不要枉费人生。所以我要以更饱满的和充沛的精力投入到平时的工作和学习中去，决不辜负公司对我的信任和栽培，并且尽快的起来，成为一个合格的售前。

一、工作回顾

转眼2013年就要过去了，马上要迎来2014新的一年，细细回首这一年的所有经历，有痛苦的、有开心的、有烦恼的、有郁闷的、有憋气的等等，正是这些经历成就了现在的我，2013年是我职业生涯上的一个里程碑。

之所以说2013年是我职业生涯上的一个里程碑，是因为在职场上，我不仅仅有学习如何做事的机会，同时也有学习如何管理、管事的机会。

二、工作总结 2.1经验总结

来公司快两年了，经过自己亲身实践的反思和总结，总结出能很好的胜任技术部工作所需要具备一些条件，如下表所示：
2.2问题总结 ? 个人存在的问题：

? 在学习上缺乏条理性，没有结构化的知识、清晰的思路。?
在做事和管事角色的转化方面还有待提高和加快。

? 在管理部门方面，缺乏带团队的经验，缺乏跟团队成员沟通的技巧。?
部门存在的问题： ? 目前部门存在的最大问题就是工作混乱，工作的各个方面缺乏文档化，标准化、规范化、流程化。

三、来年工作开展 在2014新的一年里，首先要开展的工作是解决我个人存在的问题，根据工作需要把脑子里的东西理出一个清晰的思路，把所有知识结构化，能够整理成文档，跟团队里的人分享，其次编写技术部的相关文档，使技术部的各项工作做到文档化、标准化、规范化、流程化，更好的完成公司交给的任务，我相信经过2013年的锻炼我个人和整个部门及技术部其他成员都有很大的成长，这预示着在新的一年里我们会把工作做的更好，在给公司创造价值的同时提升自己。

售前工作汇报口号篇四

一： 处理昨日遗留问题

前一天旺旺留言的回复处理 二： 数据分析统计整理

第一次旺旺留言：有聊天记录的根据聊天记录把顾客咨询的问题在告知顾客一次（亲亲对这款台灯具备xxxx功能，您看下是不是还有其他的不清楚的地方哦我一直在等您呢笑脸表情）

第二次旺旺留言：内容（亲 不知道是不是我刚才没有及时回复您，给您带去不便很抱歉了，我这边为您赠送一个xxx 做为补偿 您看好么？您下单的时候辛苦您联系我下为您备注就可以了，当天5点之前下单的，都可以为您及时发出哦 谢谢您的理解）

第三次电话联系咨询：

打电话思路：自我介绍 语速一定要清晰，缓慢 标准的开场白（先生/小姐您好！我是天猫视谱台灯旗舰店客服某某，您在我们店铺某某时间有预定了一款台灯，记得么）说完停顿，等顾客询问，顾客肯定会回想，或者说没有付款吧或者什么话。根据 顾客回复的内容进行回答。（记录顾客都说了那几类问题，收集以后我们针对顾客不同问题在进行回答。预想下顾客应该会说忘记付款，还要考虑下，你们发什么物流等等）

顾客问什么回答什么，顾客答应付款的，结束聊天，顾客说在看看的，直接问：您是还有什么顾虑么，您下单了应该是喜欢我们的产品的，没有付款肯定也是有原因的，您尽管和我说，我会尽一切能力为您解决哈您放心！您是觉得我们价格高了还是我们台灯不具备您需要的那个功能么？（记录顾客回答内容，能满足的都满足顾客，稍微亏一点的都可以）

感谢顾客给我们的意见，最后在说下优惠券或者赠送什么礼品。促使下下单。（前面已经说了优惠就不要了 可以说当天下单当天会为他发货之类的）

最后根据沟通结果详细登记内容。

总结分析，催付效果及顾客不购买的真是原因。第四次 旺旺再次留言

接听了电话的不管是电话接听还是没有接听的顾客都要旺旺留言

接听的就说刚才电话沟通的内容在旺旺上和顾客说一次，主要是以承诺为顾客做到的东西，比如优惠或赠送礼品或者发货时间。

再次说明下这款台灯的使用性能对顾客的好处，最好是顾客咨询过的方面说（例如：顾客咨询了：这个灯亮么？就给顾客说：您选好的这款台灯是无极调亮的哦最低的亮度适合您晚上夜起使用，最亮就适合您看书阅读，您还可以放包里面带出去户外使用呢。例如：顾客问这款是充电的么，你就给顾客说：您选好的这款充电的台灯您家里停电了也不用担心呢也不需要一直插电使用，放那个房子都可以呢等等）同时告诉他上线联系可以为他申请赠送礼物（感谢您信任我们哦我已经为您申请了优惠或者礼物，您看到信息直接和我说一下就可以为您备注发出哦）

如果您已经购买了其他家的产品了，您可以发我看下您购买了哪家的台灯么，同时辛苦您指出我们的台灯不足之处，为感谢您的建议我们有红包赠送哦！

（整段话大致如下：刚才有电话联系您 但是很遗憾您没有接听 看到亲亲已经下单成功 但是还没有付款 不知道亲亲是不是对台灯还有不了解的地方。您选好的这款台灯是无极调亮的哦最低的亮度适合您晚上夜起使用，最亮就适合您看书阅读，您还可以放包里面带出去户外使用呢。如果您已经购买了其他家的产品了，您方便发我看下您购买了哪家的台灯么，同时辛苦您指出我们的台灯不足之处，为感谢您的建议我们有红包赠送哦）

2. 咨询未下单

第一次旺旺留言：有聊天记录的根据聊天记录把顾客咨询的问题在告知顾客一次（亲亲对这款台灯具备xxxx功能，您看下是不是还有其他的不清楚的地方哦我一直在等您呢笑脸表情）

第二次旺旺留言：内容（亲 不知道是不是我刚才没有及时回复您，给您带去不便很抱歉了，我这边为您赠送一个xxx 做为补偿 您看好么？您下单的时候辛苦您联系我下为您备注就

可以了，当天5点之前下单的，都可以为您及时发出哦（谢谢您的理解）

第三次旺旺留言：

d□对昨天催付的结果进行总结

第一步：查看整个咨询聊天过程，顾客咨询多少个问题

第二步：顾客为什么要咨询这个问题？这个问题对顾客使用产品有什么作用？

第三步：为什么我没有催付成功

第四步：下次类似这类问题我要怎么回答

三：当下正常咨询接待 a:准确有效回复客户问题

b□积极有效的对当天的订单进行催单

售前工作汇报口号篇五

一个老牌it项目经理的多年感悟和技巧。

- 1、中国充满大量非常敬业但不够职业的项目经理，不了解这一点，就做不好中国的项目。
- 2、真正的原因往往都隐藏在表面的理由背后。
- 3、做项目最高境界是和用户形成长期共生双赢关系。
- 4、卖功能，卖利益，卖服务，卖价值，卖口碑，这是做项目的五个境界。

- 5、大项目往往是从小项目建立信任开始的。
- 6、做项目的公司梦想往往是通过项目形成一个好产品去走批量化复制的路。
- 7、做大项目最大的愿望就是“不差钱”，最大的风险就是“没钱花”。
- 8、大项目往往培养出很多赌性十足的销售。
- 9、基于项目型运作最好的商业模式无非是吃行业或者傍大款。
- 10、没有核心竞争力，做项目做产品都做不好。
- 11、不成熟的行业往往培养不成熟的销售。
- 12、做大项目销售就要前半夜想成功激励自己，后半夜想失败警醒自己。
- 13、不拒绝小单的磨练，才能成就大单运作能力。
- 14、不是谁经过努力都可以做销售的，三流的销售卖勤奋，二流的销售卖品牌，一流的销售卖信用，超一流的销售卖资源。
- 15、做导演型销售不是要一个人成为全才，而是具备整合资源的能力。
- 16、项目团队才是最有力的组合，你不能独自成功。
- 17、一流的顾问就是能通过快速学习让自己在几天内就变得很专业的人。
- 18、同行不是冤家，在一个行业做了几年就特别明白圈子很小这句话。

- 19、很多没有道理的流程是由很有道理的流程进化过来的。
- 20、新人要学会的第一课是：守规矩，而不是贸然创新。
- 21、坚持重视老客户的人会得到最好的回报。
- 22、不管是哪个行业的销售，有时候最有效的方法就是电话和上门拜访，人和人直接经过接触才有信任。
- 23、企业大了，不官僚就很难生存，很多人未必懂得这个道理，当然官僚要付出为新血所替代的风险。
- 24、很多人说国企不好，但做梦也想进入国企，这又是为什么？
- 25、早起的鸟儿未必有虫吃，除非你早起又做好了准备。
- 26、你能打动客户的理由，一定要先说服自己相信。
- 27、一流的商务就是总有办法制造别人感兴趣的牌。
- 28、不会花钱的商务不是好商务，只会花钱的商务死得更难看。
- 29、抓住项目关键点，才能找到项目突破口。
- 30、收集一些细微的情报，拼凑出整个项目的轮廓，是一个优秀商务的基本功。
- 31、做项目一定要明白，甲方和乙方都是人，人都是很复杂的。
- 32、评估一个项目最痛苦的结果是：这不是你的机会。
- 33、项目中往往要按明规则做文章，按潜规则办事。

- 34、利益面前没有无缘无故的爱，也没有无缘无故的恨。
- 35、大客户的需求是分层次，多维度的。
- 36、陷入同质化竞争是做项目的常态。
- 37、定位对手要先做好自己的swot分析。
- 38、能搞定企业内部资源的人才有自信搞定客户。
- 39、不要害怕任何貌似强大的对手，关键是要想清楚他的弱点，然后去放大。
- 40、一个商务高手一定要有陪标和围标的经验。
- 41、在项目中你不需要一次解决所有的对手，而是每一轮确保你还在局内，然后等对手犯错误。
- 42、要学会把自己的同事当客户一样对待，不要以为他所做的一切都是理所应当的。
- 43、给客户递名片一定要让名字对着对方，很多人都忽略了这个细节。
- 44、领导这么多，难怪做大项目的人多少是有点见人说人话见鬼说鬼话的本事。
- 45、能成功把客户约出来可能是项目有了实质性进展的一种标志。
- 46、中国客户最大的坏毛病就是利用供应商想接项目的心理免费利用他们给自己写材料。
- 47、用户是上帝，但不一定永远都是正确的。
- 48、在中国做大项目的人，迟早要在酒桌上被放倒几次。

49、烟酒是项目的润滑剂，不是必需品，不抽烟不喝酒一样做大项目的人很多，珍爱生命，远离烟酒。

50、报价其实是和用户玩心理战的过程，开始很难，后来上瘾。

51、建议公司老总花点时间仔细听一听自己员工的公司介绍，估计一半以上晚上回去睡不着觉。

52、卖产品不如卖服务，卖公司不如卖自己。

53、再好的教程也不如实践这位老师好，不怕尴尬，多积累经验，你就会具备应变能力。

54、做介绍之前多花几分钟想想你的听众想听什么再开口。

55、介绍就要“聚焦目的，突出差异，人无我有，人有我全，人全我专”。

56、做介绍最怕一成不变，不仅仅用户，自己也失去表达的欲望。

57、公司介绍三分钟，台下要练十个钟。

58、现在的用户越来越理性，说自己公司如何好，不如说自己在这家公司感觉很自豪。

59、公司介绍要讲好，小故事一定要多准备几个。

60、和高层多谈价值观，和中层多谈可靠性，和底层多谈先进性。 6

1、售前请注意：竞争在每时每刻，即使只有你一方在调研。

2、调研只要足够你有把握落实下一阶段工作即可，不用过度投入。 6

3、客户要你配合他，用户要他配合你，这就好比女朋友和老婆的区别。 6

4、好售前顾问和差顾问，差别不在技术，而在商务感觉。 6

5、好顾问总是稀缺资源，任何时候都要考虑这个变量。

66、很多人不是没有能力，而是怕麻烦，工作质量高不高，就在你怕不怕麻烦。 6

7、一个好的售前团队，能力应该相互补充短板，未必是最强组合效果最好。 6

8、解决方案往往是“理论的巨人，实践的矮子”真实写照。
6

1、把文字变成表，把表变成图，方案才有可读性。

72、其实企业的人最清楚企业的问题，他们不过是不方便说而已。

73、方案是靠模板抄出来的，这我们都知道，但拜托抄的时候替换用心一点。 7

4、自己的方案最好给别人检查，因为人对自己的文字不敏感。
7

5、我个人的经验是会写方案的人都有收藏公司资料的癖好。

76、小公司往往舍不得在方案包装上花钱，大公司又往往太注重方案的门面功夫。 7

7、演示能力就是说服力，即使你成为老板，也会希望拥有这种说服力。

9、现在是读图时代，所以演示注定要比方案有视觉冲击力。

80、十份优秀的方案也很难挽回一次失败的演示。

81、演示前要做的功课是预判听众的立场，也许会赌错，但总比不分析要好，实在猜不出，多准备几个应变方案。

82、用户的真实需求往往自己也没意识到，所以商务了解的信息虽然是用户自己说的，但未必就是可靠的。

83、演示成功的标志就是没人睡觉，没人频繁上厕所，没人大声接电话。 8

4、大型项目演示需要团队协同准备，别搞个人英雄主义。

85、演示就是希望看到用户眼前一亮，其实用户也想看到让他眼前一亮的供应商。 8

6、基本上用户领导不在的演示都是白忙，准备在申请一次机会吧。

8、没有优势的时候，演示要敢于搏，富贵险中求，成功也一样。 8

9、技术交流要突出亮点，招标答辩要突出实力。

90、经常做演示，总有机会碰到意外的，希望不要出现在关键演示场合就好。 9

1、没有钉子的项目，参与也是陪标，就当培养新人了解业务的场合好了。 9

2、人是因为痛苦生需求，因为快乐而购买！请站在用户获得

利益去介绍产品，拉动用户产生购买冲动，而不是推销你的卖点。

93、其实好材料最简单的标准就是你自己也喜欢它。

94、其实很多时候不缺乏素材，而是缺乏从素材中挖掘观点的眼光。 9

5、即使是奥巴马，也要亲自写演讲稿，难道你以为你比奥巴马还强？

96、排练结结巴巴，试讲磕磕碰碰，现场顺顺利利，这就是我经常的状态，多练，不知不觉都记住了。

8、一定要自信地发出行动号召，当然演示砸了的场合例外。
9

9、能否标准化是一切商业模式能否建立的试金石。

100、公司演示依赖几个顾问，这就是为什么国内大部分公司做不大的原因之一。 10

1、制造业经常讲pdca循环，软件业倒经常吃老本，要向制造业学习。

2、记住iso三步骤：把你写的写下来，按你写的去做，把你做的记录下来，这样每个人都能做好标准演示。

3、牛人们往往被领导语重心长地鼓励能力越大，责任越大，就是工资不加。

5、比没演示机会更郁闷的是来听你演示的都不是关键人物。

6、如果你是概念创造者，当然要争取第一个演示的机会，如

果你是概念跟随者，还是让别人去启蒙吧。

7、演示效果好不好，领导说了算，领导就是最大的群众。

9、大公司一定会托大，所以小公司总能找到机会。

110、大部分人习惯按公司套路来，却忘了现场需要机变权衡。
1

11、领导最喜欢做判断题，其次是选择题。

12、做好定位需要搜集客户倾向和竞争对手偏爱，找出思维的盲区。 1

13、别太指望用所谓先进功能就可以让用户眼前一亮，除非你卖的是工具软件。 1

14、有时候基于行业理解做好客户化数据定制演示，就会领先你的对手一大步。

15、所有的老板都对两个问题最感兴趣，做大市场，压缩成本，至于向管理要效益无非也就是要这两方面的效益。

16、专业顾问做演示，不能太有煽动性，但也不能太平淡，需要一点激情感染别人。 1

17、决策者往往用右脑判断含金量，用左脑判断可行性。

18、你可以说马云会忽悠，但会忽悠却不是人人都能做到的，马云能被认为成功本质上是因为他进入了最有上升潜力的行业，而且恰好是他活下来了。

21、基本上人都喜欢炫耀自己做得很得意的东西，尽管那未必是企业最需要的。 1

22、从“我给你带来什么功能”转变为“我能为你创造什么价值”非常不容易。 1

25、在大项目中不要树立任何敌人，一个你以为微不足道的人就可能让你的项目出现麻烦，想支持一个公司很难，想否定一个公司就太容易了。

26、其实真正有权力的人蛮厌倦在会议室里讨论项目，他们更希望是另一个轻松的场合，但这个形式又不能不走。

27、le is more 电梯测试对培养高效率的演示是很有效的。 1

28、善于利用工具，但不要依赖工具，最好的工具是大脑。
1

29、重视细节其实是控制风险的一种管理手段。

32、你的形象将和项目价格紧密相联。

33、象顾问一样演示，象商务一样思考，象技术一样专业，这就是售前咨询。 1

34、对复杂系统而言，演示要卖价值，不是卖功能，所以成功演示不需要大量操作。 1

35、一定要记住，听众不耐烦注意力不集中是常态，很关注反而是意外。

37、很多行业都是利用信息不对称赚钱的，象房地产，医疗，不过他们做成了暴利，而软件行业做成了微利。

38、敢于售前过度承诺不是本事，能实施阶段全身而退才是本事。

41、一把钥匙开一把锁，没有万能的钥匙。

42、我们不反对攻击对手，对手就是用来攻击的，我们反对用下三滥手法攻击对手。 1

43、当你遇到对手强大攻击时，回去一定要好好研究对手的攻击，因为对手对你的弱点把握往往比自己更准。

44、工作的时候谈闲天，谈闲天的时候落实工作，一种现状，去适应它好了。 1

45、没事的时候经常看看外交部新闻发布会，能学到不少推诿责任的招数。 1

46、有时候一个问题还得准备几个版本的回答应对不同岗位的人。 1

47、客户有时候会提出傻问题，但你可不能流露出优越感。

48、人的动机往往是多元的，反对你的人也许会提出一个真正的好问题，支持你的人也许会提出一个绝对的傻问题。

49、真金不怕火炼，问题是不是真金？

150、管理软件售前就是搏胆识，到了试用就是搏命了。

51、因为听了20年不成功的失败案例，客户就想用试用保护自己，等成功案例多了，自然客户就放心了。

52、大公司有公司的苦，小公司有公司的难，谁都不容易。

53、接待工作做得最好的部分往往是吃喝玩乐，最难出彩的部分就是高管碰出火花。 1

54、员工很容易做到专业，但很难做到敬业，更难做到职业。
1

55、在中国典型用户衡量的最终标准是商务关系好不好。

56、没钱的供应商其实都很势利，尽管他们也知道这对长远发展不好。

57、我们曾经有个梦想，让中国机械制造企业500强中有一半用我们的软件，后来发现这的确是个梦想。

58、维护典型用户最大的问题是千万不要把用户树立起来了就认为工作结束了。

59、让一个典型用户不断维护下去的最好办法是不断和典型用户建立新合作，这也是最有说服力的。

160、树立好典型用户，服务好典型用户，宣传好典型用户。

1、就我所知大部分企业对典型用户的素材整理不如典型用户自己整理得好。

2、考察一个软件好不好最简单的方法是企业是否年年主动交服务费或者年年有新增合同合作，考察这一点就够了。

3、我不建议作弊，我只是建议在典型用户现场把我们能力最大化显示出来。16

4、客户来考察，商务一定要全程陪同，吃喝玩乐住都要泡在一起。16

5、让客户感觉你的用户比他高明，这个考察目的基本就达到了。

7、对付不合作的来参观的客户，就用典型客户企业规定去对

付他。 16

8、谈不出几个好段子的项目，估计也不是什么好项目。

9、很多人高管做久了，对市场感觉往往在下滑，所以接待客户往往不出彩，这点不可不注意。 170、高管喜欢你，就愿意支持你，这个和客户喜欢你，就愿意选择你的道理一样。

1、小企业做大项目有个痛苦，从商务到老总就是一个人，一点退路和层次都没有，这个时候非要拼个人魅力。

2、很多高管怕见客户，因为全部是遭遇战，还不能出错，难！
17

3、大部分老总喜欢做锦上添花的事情，不喜欢做绝境逆转的事情。

4、在大部分情况下开标前没有任何人给你打招呼，这标基本就不属于你了。 17

5、报价太有弹性，往往导致一个行业不正常竞争。 17

6、很多做软件的想去做实业，因为觉得实业赚钱，很多做实业的想去做软件，因为觉得软件赚钱。

7、报高价往往是客户在主导，报低价往往就是供应商在主导。

9、搞价格战往往是以牺牲服务质量为代价的，服务不是硬件，降价占不到便宜。

180、先报高价，然后让步一点，然后再让步一点，最后突然跳水，这貌似女人被男人骗上床的过程。

1、我们不能超出游戏规则，但可以充分利用游戏规则。 18

- 2、主动陪标的游戏规则是价格一定要按甲方意思来。
- 3、中标一般只是意味着你有资格优先谈价格了，不代表一定和你合作。
- 4、成本都是谈判时承诺新东西加出来的，利润都是谈判时承诺压价格砍下去的。 18
- 5、过度承诺是兴奋剂，壮阳药，不是可持续发展之路。 18
- 6、没有翻不了的盘，只有不值得翻的盘。
- 7、中国项目经理，往往是因为技术优秀而提拔，因为管理无能而放弃。 18
- 8、中国项目经理有完成项目的责任，无分享项目利润的空间。
- 9、我始终相信，在中国商业环境下锻炼出来的项目经理，必能适应全球化竞争。 190、国外项目管理讲量化管理，国内项目管理讲权变管理。
- 1、中国的大部分项目目标只有一个：领导认为很成功，所以汇报成为一门艺术。
- 2、做项目导致养成一个职业习惯，一件事情做得太顺，心里就不踏实，一定要折腾点事情出来才踏实。
- 3、项目过程可以标准化，但个人能力是不能标准化的，而这个个人能力一定程度上可以决定项目走向。
- 4、项目中写的每个文档都要有意义，不能为了流程制造文档。
- 6、项目计划分解得越细，往往就越不真实。 19
- 7、是项目就有变更，要原则性和灵活性相结合. 19

8、企图利用技术思维解决管理问题是很多项目出现问题的根源。 19

9、项目经理最大的软技能就是善于沟通和学习。

200、让团队成员都服从调度，这是新项目经理最难突破的关口。

1、我很遗憾自己不是pmp，如果我系统学习了pmp，我的确可以把项目做得更好，但仅仅读了pmp是无法做好项目的。

2、你考100个pmp也不如一个能回款的项目经理有影响力！ 20

3、一把手重视就意味着一把手经常来参加这个项目的会。
20

4、写成文档高管也未必认真看，但他们喜欢这种正式的形式。

5、高管否定一个人的最好方式是在企业内部找到你的反对者，不是我反对你，是你的方案说服不了大家。

6、工作中做到对人不对事容易，对事不对人难。

7、很多人以为写材料做汇报是形式主义，我把工作做好就可以了，这其实是掩饰自己没有结构化思维的借口。

8、好的汇报材料可以看出一个人的思维能力和全局观。

9、文档是正式且不可少的，但汇报起了作用估计还是要靠耳边吹风可靠。

210、做项目的过程就是和用户交朋友的过程，朋友多了路好走。

211、好的项目也要有好的团队来实施，靠个人推动很难坚持。

212、启动大会基本上是形式主义，但我们可以充分利用这个形式达到我们想达到的目的。

213、最怕一个项目启动，停滞不前，再启动，再停滞不前，郁闷！

214、我们常常为了开好一个重要的会，必须开很多小会，这点麻烦是省不掉的。

215、领导重视不重视一个项目，要看领导参加不参加项目的会，参加的时间够不够长。

216、调研时间拖得很长，往往是因为自己对企业的业务缺乏把握，不得不花费很多时间去了解企业认为是常识的细节。

217、先拜码头搏感情，再谈困难搏支持，这是百试不爽的中国式调研启动沟通方式。

218、领导说平时你好好做，没事就不要直接找我，这话有时候千万别当真，让领导知道你的项目一举一动很有好处。

219、调研要让用户开口说话，而不是顾问一直在问，那就麻烦了。

21、调研阶段一定注意让用户关注自己的业务，而不是先炫耀自己的解决方案。 2

22、从早调研到晚，那你用什么时间来总结和思考呢？

23、做调研就要学习海尔的“日事日毕、日清日高”，每天调研的数据，每天整理完毕，不要过夜。

24、复杂系统的需求往往是不断明确和清晰的，因此调研也

不是一次性的工作，养成随时调研的意识。

26、调研高手的基本技能：画业务流程图和数据流程图。

31、在客户的想法之外，给别人多一种选择，甚至是更高明的选择。 2

32、学会分类，可以让很多事情简化，这也是掌握思维导图的第一步。 2

33、在客户提出的各种奇怪的想法中，往往包含着软件未来发展的突破口。

34、没有公司的资源是充分的，好公司不过总能把自己的能力快速发展到满足用户要求的临界点上。

35、站在业务层高度，真正解决问题的方法往往很简单。

36、积极主动响应可以解决的小问题，能为解决大问题争取必要的时间和空间。

38、离开业务谈信息化都说是好东西，但要让信息化改变固有的习惯，往往支持者也会变成反对者。

41、从售前到实施，就是一个从务虚到务实的转变。

42、因为售前喜欢拍胸脯，所以很多公司规定售后一定要换人去砍边界，否则没办法和客户谈了。

43、用户看得懂的方案，能理解的方案，肯支持的方案才是好方案。

44、做计划不是复制标准项目过程模板的过程，而是结合企业实际情况定义针对性行动方案的过程。

45、计划的沟通最有效的方式是面对面，其次是电话，最后才是邮件确认。

47、里程碑不是时间驱动达到节点，必须是业务指标达到预期才能成立。 2

48、项目是目标驱动，工作是流程驱动，人员是绩效驱动。

49、对刚入门的团队，计划越精细越好，对有经验的团队，目标越明确越好。

51、项目经理了解团队每个人工作完成情况最好的工具是手机短消息，文字确认，快捷便利，便于持续跟踪。

52、不要按照合同规定进度编制计划，要按实际工作边界和资源编制计划，该快就快，该慢就慢，尊重规律和自己的能力。

53、项目做长了，一般都不看计划了，计划本来大家就当一张纸对待。

54、很多项目经理认为项目验收关键在自己个人努力，但这种思维放大到要求项目经理都很能干就错了。

55、项目经理没有资源调度能力的时候最恨内部流程阻碍其完成工作目标。 2

56、多头指挥，高管直接插手项目具体工作安排是很多项目做不好的根本原因。 2

57、想长期坚持做实施的人的确不多，实施太累了。 2

58、所谓顾问，不是因为名片上叫顾问，而是因为你有水平别人当你是顾问。 2

59、很多公司把重视培训写在文化里，落实在计划里，实际上一点都不重视。 260、实施人员流动率高是很多软件公司解决不好的问题。

1、女人要对自己好一点，男人要对自己狠一点，职场新人要对自己魔鬼一点。 26

2、还是一句老话“书到用时方恨少，事非经过不知难”。
26

3、有时候我们是不是太把顾问当“完人”来要求呢？。 26

4、不敢用新人的公司没前途，大量用新人的公司也没前途。

5、新人和老员工的最大区别在于信心，而信心这东西不做过事情心底有了把握是建立不起来的。

6、取得用户信任的秘诀一是用心，二是要泡，这和追女仔的过程无二。

8、做顾问的未必要发展成为项目经理，项目经理一定要有顾问能力。 26

9、这世界不是因为有钱花矛盾多，往往是因为没钱花闹意见。

1、没有一种薪酬方案是完美的，总是要随企业发展不断动态变化调整。

2、实施提成发放最大的困惑就是不同的项目，实际难度很不同，而项目总金额和提成却差不多。

3、没有绝对的公平，可以通过动态的平衡去弥补。

4、一开始是为了解决问题而开会，后来就是为了规定而开会了。 27

5、会议是一种解决问题的手段，不是目的，更不是落实。

6、一次开会解决不了的事情，做一些工作后再开一次，多开几次问题往往就被推动到解决的方向。

7、在中国确认会议时间的原则是老总可以让员工等，而不可以是员工等老总。 27

8、很多人喜欢说，不喜欢写，更不擅长执行。 27

9、其实备忘的目的有时候就是怕自己也忘了。 280、真做了工作才能写出细致的备忘录。

1、先肯定成绩，再谈谈问题，这是我们从小到大学会的基本工作方法。 28

2、不是呆在现场时间越长项目就越顺利。

3、管理理论告诉我们，一个人直接管理的人最好不要超过7个人。 28

4、用户培养好了，就是最好的实施经理。

5、用户其实比我们想象得聪明，比我们期望值滑头。 28

6、培训用户的人一定要好好培训，可以节约大量成本。

7、用户不会因为你教会他技术感谢你，那是应该的，用户会因为你交给他软能力感激你，把你当朋友。

8、培训不一定要追求规模效应，小范围培训有时候可以更有效保证项目目标。 28

1、推广也有霸王硬上弓的，但这得有绝对的领导支持才行。

2、不能为了项目进度好看而推广，要确认推广各种风险都受控才能推广。 29

3、iso体系要求是做好事先防范，事中控制，事后总结，不是临时当救火车。 29

4、要围绕业务设计推广方案，而不是围绕软件功能设计，这样才容易成功。

6、用户利用系统做得越多，推广越容易进行下去，这就是所谓的沉淀成本。 29

7、推广要成熟一块，推行一块，不要等所有问题都解决了再用，那是不可能的。 29

9、验证时候偷懒很容易，不过后面实施就看天吃饭了。

1、验收很愉快，做到验收的过程很不愉快。

2、满足基本业务需求只是验收的必要条件，非充分条件。
30

3、项目边界失控是很多项目无法接近验收的原因。 30

4、平时多烧香，关键时刻有人帮。

5、验收汇报会往往是一个锦上添花的形式，不是靠这个会说服大家签字验收的。 30

6、敢向人开口要钱真的需要勇气，尤其是搞技术出身的。
30

7、要钱要多了，脸皮就厚了，不晓得这是好事情还是坏事情。
30

8、做什么事情提前规划做到心里有数，就知道如何驱动和完成了。 30

9、在中国回个款，有时候要打点的，要配合的事情很多。

310、争取领导支持，就是获得资源的保障。

311、别让一个人只负责一个项目，这样项目资源调度很容易被具体的人左右。

312、人长期呆在一个环境里做项目基本都会退化