

拜访总结报告 客户拜访总结报告拜访客户情况汇报(汇总5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

拜访总结报告篇一

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。

[拜访客户后的总结报告]

拜访总结报告篇二

昨天下午有幸的. 和我们公司刘总一起去拜访了风信子整形美容机构，学到了很多拜访客户的知识，之前在其他公司时也有拜访过客户，但都是目的性很强，客户有需求了我们才去拜访他们，达成共识后直接签合同，但是现在的公司性质和之前是有区别的，所以到一个新的环境就要抱着一个空杯的心态去学习，感受到了拜访客户需要把自己的专业度体现出来，这样才能让客户更坚定的相信和认可咱们。

首先拜访客户的第一步就是自己必须思路清晰明确，然后和客户几句客套话拉近关系，打破陌生的感觉营造轻松的氛围，然后问他们要几张a4纸来给他们公司做个咨询，根据商业模式的六大模块来询问他们公司的情况，例如：了解他们公司的发展史、规模体质、产品定位、客户消费群体、营销模式、管理模式、盈利模式、同行业间的影响力，通过这样的了解与询问，来判断出他们当前需要改进及提升的地方，了解他们的专注点，需要什么样的学习，打算怎么去实行，这时我们可以把我们课程的优势展示给他们，怎样能够帮到他，如果他们学习后会达到怎样的一个水平，讲给他们听，看他们的反应，如果他们当场接受就可以立马成交，如果他们有所考虑和犹豫，就再一步跟进。

现在自己主要是对专业知识的加强学习，因为专业度不够，所以与客户沟通时就没有自信心，总是怕容易说不到点上，老是什么事情就有恐惧心理，这是我从现在开始就需要改变的！

拜访总结报告篇三

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，其价格甚至比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。（除特殊情况外）

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。

拜访总结报告篇四

时间：20--/9/6——20--/9/7

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。

二、荆州客户拜访

时间：20--/9/8地点：荆州市

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。

三、客户拜访总结

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。

拜访总结报告篇五

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。