

2023年拜访客户礼仪演讲稿 拜访新客户的礼仪(通用8篇)

拥有良好的演讲与口才技巧，可以在公众场合自如地表达观点和思想。真实、生动的事例可以使发言稿更加具有说服力和影响力。

拜访客户礼仪演讲稿篇一

业务人员第一次上门拜访经销商，就像男女相亲第一次见面一样至关重要，良好的开端就是成功了一半。下面是本站小编为大家分享的关于首次拜访新客户的礼仪文章内容。希望可以帮助到大家！

准备谈话大纲

在每次拜访客户之前，一定要提前做好谈话大纲，尤其是首次拜访客户时，最起码要做到有步骤，有层次。不要想到哪里说哪里，或者是被客户主导着谈话内容。有些业务人员拜访客户时，因为事先没有准备谈话大纲，在谈话中经常出现冷场，甚至是没话找话说，使得客户兴趣索然。

预约

在拜访客户前，提前进行预约，这是个再简单不过的礼仪了，但仍然有很多业务人员在事先没有预约的情况下，直接冲到客户公司里找老板。

事先预约一下，一没有成本，二来也显示礼貌，为什么不遵守呢？与客户预约也得有技巧，就是通过公司总部来预约，而不是业务人员自己来预约。在客户看来，这两种预约形式是

有区别的：若是总部直接电话过来预约，则说明这次拜访是企业行为，形式上也比较正式和郑重，同时也能一定程度说明对方对自己的重视，顺带着还能提升一下公司的正规化形象；若是业务人员自己电话预约，有可能说明这次拜访只是业务人员的个人行为，其沟通内容的可靠性还有待考汪。

在与客户进行预约时，一定要确定准备的上门时间，或者提前算算对方每天什么时间段比较闲，别赶在人家生意最忙的时候冲上前去拜访。一般来说，上午的十点半到十一点半之间，下午三点到四点半相对比较轻闲一些。

带几个人去

首次拜访客户时，业务人员的数量要有所控制，单人去不合适，很容易让客户认为这公司实力小，做市场就只有一个业务人员。若是去的人数超过三个以上，又不合适，过多的人会让客户有压力感。一般来说，业务人员上门的人数要么控制在两人，要么与对方的出场人数相对应。另外，人员还得有所分工，有人负责主谈，有人负责副谈，切忌大家都抢着和老板话说，那就乱了。

顺利进门

现在大点的公司都开始有前台和接待了。前台人员有项工作就是替老板挡驾，对待一些有推销嫌疑的人等，一概推掉。老大好见，小鬼难缠，许多业务人员就是被这些前台接待挡在了门外。之所以被挡在门外，往往就是因为业务人员说话含混不清，把拜访老板说成来找你们老板谈谈，结果直接被前台接待认定是上门推销员，直接以老板不在家等理由给打发了。

这个问题也简单，进门后直接告诉前台，已经与你们老板已经约好，过来谈点事情，千万被吞吞吐吐的说不清楚，更不能说想找你们老板谈谈。

见面不要乱开玩笑

有些业务人员喜欢见面自来熟，与客户老板初次见面，就开玩笑，试图以此来活跃气氛，消除大家的陌生感，其实这样做并不合适。作为第一次上门的业务人员，你根本无法知道客户老板是个什么样脾气和性格的人，客户老板当时的心情是怎么样的刚见面就开玩笑，是很不恰当的。万一这客户老板正遇上个着急上火的事，你却刚见面就开玩笑，这不是火上加油嘛。所以，在初次拜访客户老板时，刚见面时的语气语态和平和，切忌乱开玩笑，并且要迅速判断老板当时的心情，为接下来采取什么样的沟通形式做选择。

别带样品及企业资料

许多营销专家告诉业务人员，在首次拜访客户时，一定要带上企业和产品介绍资料，还要有样品和价格表合同之类的东西。这些营销专家自己一定没做过生意，不然的话，绝对不会教业务人员第一次拜访客户，就把这些东西带上。

原因其实很简单，要是业务人员第一次上门拜访，就把相关的资料和样品带上，那说明什么问题呢？说明这个业务人员是在来之前是有所准备的，是很想与客户把生意做成，是怀抱着希望来的。那么，作为客户，自然就会拿捏这个业务人员，反正也是你上门来求着我做生意的，在相关的条件上，自然就会拉的高些。反过来看，若是业务人员双手空空，什么都不带，只是来上门认识接触一下，那则说明这业务人员是在进行市场的考察，并不急于与我合作。一般来说，不急于与客户确定合作关系，而是花费一定时间精力进行前期市场考察的公司，往往都是一些实力规模较大，至少是市场思路较为稳健成熟的公司。

所有，建议业务人员们在第一次拜访客户时，不要带样品及企业产品资料，最多带张名片就行了。这些样品资料之类，完全可以留着作为下次见面的借口。

在进门之后

在进了老板办公室之后，还有几点需要注意的：

一是别乱叫老板娘，老板身边的女人不见得就是老板娘，除非老板主动说明这就是老板娘。

二是客随主便，听由老板安排坐席。并在整个谈话过程中，业务人员不要自行更换位置。

三是名片礼仪，接过客户老板的名片后，一定要当场仔细阅读下，寻找上面的相关信息，这些信息往往就是你们展开对话的切入点。尤其需要注意的是，在接受对方的名片后，一定要把名片妥善放置好，放入衬衫口袋、钱包、或是笔记本中，切忌把对方的名片一直放在手里把玩，或是直接扔在桌上。

四是确认对方今天的空闲时间，坐下来后首先询问老板接下来的时间安排，估计会有多少时间让大家在一起聊聊，三十分钟还是两个小时，或者整个下午都没事。这时，业务人员可根据客户老板所提的时间长度，调整自己的谈话内容。在第一次拜访客户时，无论老板声称有多少时间留给你，但从效果的角度来说，第一次拜访客户，最多停留三十分钟。

在正式展开与客户老板的沟通后，在言语上还有几点需要注意的方面：

一、主动告知这次前来沟通的意图。直接说明来意，是来想认识一下，还是通过老板了解些市场情况。许多客户老板很是忌讳业务人员说来说去，就是不说这次来拜访的真正意图是什么，老板们可没这些精力来猜测业务人员的拜访意图。

二、不要抢话。在与老板沟通时，一定要等对方把话说话，

在某些话题上，还要与老板进行再确认，然后再来进行相关的答复和解释。笔者见过许多公司的业务人员，还没等老板把话说完，就迫不及待地抢过话头，进行解释，这容易让客户老板误解，认为这业务人员太心急了，缺乏最基本的稳重和礼貌。

三、不要太快把话题转移到自己的产品上来。业务人员上门来拜访，归根结底是在推销自己的产品。若是过早过快地推销自己的产品，很容易让客户厌烦或是有抵触情绪。现在客户根本不缺产品，作为业务人员，应从产品行业状况、行业事故、行业状况、本地市场发展特性等这些容易让客户感兴趣话题切入，逐渐再向自家产品方向开始转移。

五、当着客户老板的面，前来拜访的业务人员不要交头接耳。这样的行为很容易惹得客户老板不舒服，并且还会有些猜疑之心，总觉得这业务人员在私下里商量什么见不得人的东西，甚至有挖坑下套的嫌疑。

六、不要攻击客户的现有产品。有些业务人员为了突出自己的产品优势和企业优势，喜欢攻击其他厂家和产品，哪怕眼前这个客户曾选购了这些厂家的产品，业务人员也照说不误。甚至还会从产品品质、产能、企业地位、利润率等角度算账给客户老板看，总而言之就是说明自己的产品和企业要比别人的优秀很多。其实，在客户老板看来，攻击客户现有的产品，就是等于就是攻击老板本人。毕竟，这些产品是老板亲自引进的，否定这些产品就是在否定老板本人。

七、在临走的时候，主动询问一下经销商老板，还有什么需要了解的。这里需要注意的是，在明确告知对方老板这是最后一个问题后，对方老板所问出来的问题，往往是最重要的一个问题。若没有更多的内容需要了解，那么今天的沟通暂且到此为止，下次有机会再约时间会面。

1. 推销前的准备、计划工作，决不可疏忽轻视，有备而来才能胜券在握。准备好样品，目录书、笔和笔记本等。见客户之前先想想开场白、要问的问题、该说的话、以及可能的回答。平时对与公司产品有关的资料、说明书、广告等，均必须努力研讨、熟记，同时要收集竞争对手的广告、宣传资料、说明书等，加以研究、分析，以便做到“知己知彼”，如此才能真正知己知彼。

2. 准时赴约——迟到意味着：“我不尊重你的时间”。迟到是没有任何借口的，假使无法避免迟到的发生，你必须在约定时间之前打通电话过去道歉，我相信提前出门是避免迟到的唯一方法。

3. 服装不能造就完人，但是初次见面给的人印象，90%产生于服装。礼节、仪表、谈吐、举止是人与人相处的好坏印象的来源，销售代表必须多在这方面下功夫。我不喜欢我的业务员穿着红色绿色的t恤衫等去见我的客户。我起码要求是衬衣。还有公文包一定是皮的。

4. 我们不可能与拜访的每一位客户达成交易，他应当努力去拜访更多的客户来提高成交的百分比。在拜访客户时，我们应当信奉的一个原则是“即使跌倒也要抓一把沙”。意思是，销售代表不能空手而归，即使你拜访的哪个暂时没有需求，不能成交。也要想办法让他帮你介绍一位新客户。

5. 对客户而言。要经常留意客户喜欢的话题和他的爱好，他喜欢的就多跟他聊些。留意他的一举一动。你就可以投其所好拉。谈话的结果不重要，过程的气氛很重要。我们在和采购聊天的时候，往往很注意谈话的内容，老是说没话题。其实我们要注意到我们谈话的过程和气氛。如果我们哪天聊的很愉快，和融洽，我们的感情就会很亲近。在许多天后，我们往往回忘记了当时谈的是什麼，只记得哪天我们聊得很好。其实采购也一样。价格我们会有报价单给他，品质我们有品质承认书给他，交期我们会盖章签名回传给他。所以我们只

要和业务之外的事情就可以了，聊他感兴趣的问题最好。

一、初次见面人们对你的判断，比项目更看重！先卖的是我们自己，接受了我们这个人，才能再听我们的事儿！一定记住这句话！（我们的品牌印象是通过老板，团队，产品和服务，传递出去的！）

注意：

1. 有礼貌(必须用您来称呼对方)
2. 拜访前先短信或微信联络, 内容尽可能规范格式(体现出来这是一个具体的大公司印象, 我们招商部统一过短信格式, 统一练习过电话预约拜访)。
3. 再电话联络，约定时间。
4. 一定要守时！
5. 到之前，再电话联络。

二、提前去先了解当地市场具体情况，心中有数。

1. 当地行政区划，人口，经济水平，消费习惯，相关行业具体信息，关联产业信息。可从就餐，住宿，出租车，人们穿着等等方面。
2. 对方如在经商，可提前观察。

三、通过前面调研，设计沟通内容，要有预案。

四、沟通中，发现他们存在的急需解决问题，先不要撒盐！第一次，让他们多说！

五、临近结束时，针对他们存在的问题先分享分享，注意方式。可以举例子：“外地xxx的朋友，他们也遇到过类似的问题……”，他们明白的，是给他们说的，还留有面子。再怎么地，大多数人们在外人面前都认为自己还是不错的。

六、见好就收，为自己下次来留下借口！不要等到别人给你暗示才走。（特殊情况例外）

七、千万不要夸夸其谈，懂的特多，有本事让对方说，才是根本！

第一次你传递的礼貌，博学，踏实，做事儿的感觉，是他们需要的，跟你聊的舒服，对他有启发，有用，想交你这样的朋友，这就足够了！

拜访客户礼仪演讲稿篇二

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。

拜访客户礼仪演讲稿篇三

一、有约或预定

拜访外宾客时，不要不请自来。不要擅自去私人住宅。选择约定时间需要避开节假日。

二、按时赴约

这是个人诚信的体现，也是对交往对象的尊重和友谊。如有特殊情况需提前通知对方并表明歉意。

三、通知

到达约定的地点后，如果没有接待人员，不要擅自直接进入人家办公室或私人场所，有必要通知对方。

四、礼貌

当主人开门欢迎客人时，一定要主动和对方打招呼，并相互打招呼。如果主人不止一个人，那么互相问候和敬礼，按礼仪惯例的顺序进行。

为了不失礼仪，在拜访外国朋友之前，带上一些日常的东西。主要有纸巾、擦鞋油、袜子和爽口液，这被称为“出洋四必”。

五、举止有方

拜访外国朋友礼貌待人。与主人或他的家人交谈时，要小心选择话题；和异性交谈时要小心。

对待主人家里的其他客人要尊重和友好。不要对对方冷漠和忽视。如果有很多其他客人，不要表现出明显的偏袒，本末倒置，把主人扔在一边。

在主人家里，不要脱衣服、脱鞋、脱袜子，也不要铺张浪费的行为。

六、适可而止

当拜访别人时，应该有良好的时间观念，不要停留太久，以免扰乱对方既定的日程安排。

一般来说，礼节性拜访，尤其是头面拜访，应保持在一刻钟至半小时之内。对于一些重要的访问，访问时间的长短应事先商定。

在这种情况下，我们必须严格遵守协议，决不单方面延长访问时间。当你告辞的时候，虽然主人让你留下，你需要表明感谢并明确要离开。

在拜访期间，如果有其他重要的客人，或者主人表现出厌烦的意思，你应该迅速做出决定，体面地离开。

拜访礼仪

(1) 首先拜访前，明确客户名单，分类，整理客户详细资料。

(2) 然后拜访预约：

(3) 约到客户，马上跟客户面对面交流。开场怎么吸引客户呢？

a. 专家式开局

1. 客户有没兴趣知道制作流程；
2. 客户采购此类产品的问题；
3. 客户采购此类产品的要求；

b. 体验式开局

1. 通过业务员的表现力尽力和谐气氛；
2. 让客户亲自接触样品感受质量；
3. 通过带来的资料给客户重点介绍；

c. 事件营销开局

1. 最近特殊事件消息引客户注意力；

2. 其他客户的一些案例提出来证实；

d.提供创意开局

1. 针对oem服务的一些建议；

2. 针对定制产品流程的诠释；

3. 强调新设计比如内部比赛等；

(4) 经过精心的安排，跟客户谈完。马上就要结束此次拜访，记得四步走：

感谢--再约--礼品--合影，记住这个，就不留遗憾了。

(5) 回国了怎么跟进客户

1. 邮件确认小结整理今日拜访细节；

2. 所有相关文件附件整理；

3. 客户登记表和分类；

4. 长期开发跟进

注意事项

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。

拜访客户礼仪演讲稿篇四

按照客户所处的不同业务阶段，可以分为新开发客户、意向购买客户、老客户。

1. 新开发客户。对于新开发客户来说，由于此类客户大多属于刚刚接触，与业务人员不是很熟悉，购买意向也不是特别明确，那么节日期间的拜访就是难得的拉近相互之间关系的好机会。业务人员可以根据具体情况，采取发送拜年短信、打电话拜年、微博拜年、邮寄公司春节订制小礼品等方式进行拜访，从而利用春节拉近业务关系。

2. 有购买意向的客户。对于有购买意向的客户，业务人员春节期间的表现是决定其是否下单的关键，这类客户也是业务人员节日拜访公关的重点。由于这类客户购买特征十分明显，

业务人员可以根据其购买节点远近和自己的时间来安排是否登门拜访，原则上是能登门拜访最好登门，这样能够让客户感觉到你对他的尊重和重视。

中国人常说“礼轻情意重”，登门拜访最好能带上礼物。带什么礼物合适，既让客户喜欢，又不让他感到有压力，这就是学问，需要业务人员用心体会。一般来说，可以带一些地方特产，这类礼品不是特别贵重，但能够代表你的诚意，也会有一定的说辞，客户一般也愿意接受，不会感到压力。

3. 老客户。对于老客户，由于已经与公司建立了合作关系，相互之间的熟悉程度比较高，大部分都已经成为朋友，相对而言业务人员发挥的空间和选择就比较多。可以登门拜访一起出去吃顿饭、聊聊天，可以邮寄一些特产和礼品以示问候，也可以投其所好，送一些他最喜欢的东西。比如，有的客户喜欢抽烟就送几条烟，有的客户喜欢喝酒就送酒，有的客户喜欢运动可以送他一套体育装备等。

拜访客户的几个原则

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守键。

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。

注意事项

1. 注意礼节和着装。春节是中国人的传统节日，也是最能体现中国人礼仪文化的节日，节日期间拜访客户要尊重客户的信仰、地域文化、生活习惯、节日禁忌等。着装要简单大方，兼顾节日气氛。

2. 尊重客户的意愿和避讳。有些单位明令禁止节日期间在单位接待来访或收受礼品，或是有些单位领导为了避嫌不愿意接受礼品等，这时一方面要求业务人员要有自己的判断力，另一方面要事先沟通，尊重客户的意愿。

有些业务人员总是想当然地办事情，以为送礼哪有人不要的，结果不但事情没办成，还导致了更严重的后果。

3. 搞清拜访对象和身份。笔者曾有位同事，要签订一个近千万的合同，就在合同签订前夜，这位同事想当然地约客户负责人见面，要送一件十分贵重的礼品。结果，第二天客户就通知他取消合作。原来，他送礼的对象就是这家民营公司的老板。

4. 把握拜访时长和谈话节奏。拜访客户的时候，要根据客户工作的繁忙程度，把握好谈话时间和谈话节奏，既起到过节拜访的目的，同时不能打扰对方工作。

节日拜访客户的门道，其实也是从长期的工作积累和生活积淀中总结出来的，这就要求业务新人一方面要勤于向公司同事和领导请教，另一方面善于自己学习，不断总结经验，争取通过节日拜访增进客户关系，提高业绩，实现成长。

拜访客户礼仪演讲稿篇五

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。

(1) 只比客户着装好一点

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。

(2) 与客户交谈中不接电话

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。

(3) 把“我”换成“咱们”或“我们”

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”。

(4) 随身携带记事本

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。

(5) 保持相同的谈话方式

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。

拜访客户礼仪演讲稿篇六

(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。

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。

(2) 准时不等于守时

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。

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。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 约见客户其他礼仪

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。

拜访客户礼仪演讲稿篇七

在商务交往过程中，相互拜访是经常的事，如果懂得商务拜访礼仪，无疑会为拜访活动增添色彩。那么，职场拜访客户的礼仪技巧有哪些呢？不妨看看。

1、拜访客户的三个要点

(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。

2、容易忽略的五个细节

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。

(1) 只比着装好一点客户

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。

(2) 与客户交谈中不接电话

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。

(3) 把“我”换成“咱们”或“我们”

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”。

(4) 随身携带记事本

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。

(5) 保持相同的谈话方式

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。

拜访客户礼仪演讲稿篇八

拜访也是我们用来联络感情的一种有效方法。不管是工作还是个人社交，不管老友还是新友，在商界还是在政界，拜访都是一种展现自己人格魅力的有效方式，社交礼仪最重要的情感特征是真诚！下面有小编整理的上门拜访客户的礼仪知识，欢迎阅读！

(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。

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。

(2) 准时不等于守时

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。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 约见客户其他礼仪

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，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。

(1) 只比客户着装好一点

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。

(2) 与客户交谈中不接电话

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。

(3) 把“我”换成“咱们”或“我们”

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”。

(4) 随身携带记事本

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。

(5) 保持相同的谈话方式

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。

(6) 提前备妥资料及名片

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。

(7) 注意拜访时间

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。