

## 如何跟进客户

### 跟进的重要性

- 1、一次性谈成客户的几率不高
- 2、80%的客户是在跟进中实现的
- 3、跟进的方法和技巧得当可以大大提高业绩
- 4、跟进是提高销售能力的重要方法

### 跟进的中心思想

- 1、以建立关系和好感为中心
- 2、以解决客户疑虑为中心
- 3、以快速成交为中心

### 跟进的类型

#### 1、服务性跟进

(1) 和客户多沟通，进行思维引导；(2) 帮客户做些工作外的事情(3) 帮客户介绍其他会员朋友(4) 给客户提供一些健身资料(5) 赠送客户小礼品

#### 2、转变性跟进

#### 3、长远性跟进

### 转变性跟进

1.客户对产品还是比较感兴趣，也需要这种产品，只是对价格还有不同意见。针对这种客户的跟进，最好是收集同类产品的价格情况，从自己的产品成本出发，算账给客户听，以取得对你产品价格的认可。为了达成协议可在原报价的基础上有所下调。

2.客户对产品很感兴趣，也想购买你的产品，但由于暂时的资金问题无法购买，对这类客户你应和他做好协调，共同制定出一个时间表，让他把购买你的产品费用做进预算。当然这类客户不会直接说自己没钱，你要学会自己判断。有许多销售员不会跟进这类客户，想起跟进时，客户已经购买了别家的产品。(可以先收少量预付款)

3.客户对你的产品还没有一个很深的了解，态度暧昧，可买可不买。对这类客户要尽量把自己的产品说的浅显易懂，要把产品给客户带来得好处数量化，激起客户的购买欲。客户往往最关心你的产品会给他的公司带来什么样的实惠。

### 长远性跟进

客户根本就不想用你的产品或者已经购买了同类产品。这类客户不会由于你积极的跟进就会要你的产品或者和你合作。对这类客户是不是就放弃不跟了呢？实践证明，往往这类客户会出现大买家，但你跟的太紧反而引起反感。最好的做法是和他真心实意的做朋友。周末一个温情的短信，逢年过节一张祝福的明信片，生日一个小小的生日礼物。只要你坚持不懈，这类客户会给你带来惊喜的。

### 跟进的方式

1、电话 2、实地拜访 3、电子邮件 4、信件

### 跟进的技巧

第一、要跟紧但是不要让客户感到烦。具体的你可以这样：一个星期打 2 次电话，混个耳熟；两三个星期拜访一次，混个眼熟。第二，了解你的客户的一些情况（所谓知己知鄙百战不怠嘛）。生日是什么时候？有没有结婚？有没有孩子？孩子多大了？他在公司中的地位怎么样？第三，钱的问题。做生意的都是为了赚钱，你让出点利润空间，达到共赢是做生意的最起码的条件。第四，和他交朋友。反正是要让他信任你，这样一些事情就会好办多了。后序：做销售要脸皮厚，但不是要你整天缠着客户。他不会骂你，更不会打你，最多这次生意做不下来。不过，在你谈不了这次生意的时候，不要忘了继续和人家联系。但决不提生意上的事情，就当朋友聊聊。做生意的有时候也讲感情，或许客户和另一家公司合作的不愉快。这个时候想找其他合作伙伴的时候，他脑海里第一个想到的会是你！

### 跟进的技巧：

1、有兴趣购买的客户：对此类客户应加速处理。积极的电话跟进、沟通，取得客户的信任后，尽快将客户过渡到下一阶段。

2、考虑、犹豫的客户：对待此类客户此阶段的目的就是沟通、联络，不要过多的营销产品。我们要使用不同的策略，千万不要电话接通后立即向客户营销产品，而是要与客户沟通，了解客户的需求、兴趣，拉进与客户的距离，通过几次电话沟通，将客户区分为有兴趣购买，近期不买，肯定不买的类型，从而区别对待。

3、近期不买的客户：我们要以建立良好关系为目标，千万不要放弃此类客户。要与客户沟通，记录客户预计购买此类产品的时间等信息，同时要与客户保持联络渠道的畅通，使客户允许公司定期的将一些产品的功能介绍等宣传资料邮寄给客户或电话通知客户，同时在客户需要的时候可以与公司或与本人联系。

4、肯定不买的客户：此类客户一般态度比较强硬，在沟通中，一定要排除客户的心理防线，然后了解客户不购买的原因，如果有产品功能方面的问题，一定要为客户做好解释，并将客户的一些扩展功能记录，集中汇总提供业务开发部门，以便改良产品或开发新产品。

5.已经报过价没有信息回馈的客户:对于已经报过价的客户可以利用 QQ 交流,也可以电话跟踪沟通,主要询问一下客户对产品的售后服务,产品质量,使用细则等还有什么不明白的地方再做进一步详谈,不过价格是客户一直关心的最大问题,为了打消客户能否合作的顾虑,可以着重介绍一下产品的优点与同行产品的不同之处.优惠政策等,要让客户觉得物有所值,在沟通价格时建议在言语上暗示一些伸缩性,但一定要强调回报,比如“如果你能够现款提货,我可以在价格上给予 5% 的优惠待遇”或“如果你的定货量比较大的话,在价格方面我可以给你下调 3%”----这样既可以让客户对我们的产品有更进一步的了解在价格方面也有一定回旋的余地.切记更好的服务,更高的产品质量才是赢得客户的“法宝”.

不同人跟进的技巧

理性胆大型—驾驭型

◆代表人物：曹操、彼得大帝、拿破仑。

◆典型特征：理性胆大，专横高效，唯我独尊，喜欢把命运掌握在自己手里。

◆交往节奏：与驾驭型的人交往，要注意效率。由于性格直接，做事雷厉风行，不喜欢拖泥带水，所以，在与他们交往时，应当开门见山，单刀直入，谈完正事后立即走人。

◆语言特点：言辞有力，强调本意，不喜欢拐弯抹角。

◆名利兴趣：驾驭型的人权力欲重，喜欢一切由自己来控制，与此类人合作首先要征求他的看法，最终决定权掌握在他手中；此类型的人还喜欢“大利”，对小东西不感兴趣。所以与他们合作一定要谈发展前景，而不是一些眼前的小利。

◆赞美方式：赞美驾驭型性格的人，最好以赞美为主，最好的方式是去请教对方。

◆业务感情：与这样的人交往，最好以结果为导向，即以谈事为主。

◆谈判能力：驾驭型的人在谈判时，原则性问题决不让步，非原则性问题则是无所谓的态度

跟进的原则

跟进要遵循 1：4：7 法则，即“欲擒故纵”的方式，而千万不能急于求成，不分时间、地点地催促客户上货，否则会弄巧成拙，贻误战机，让客户感觉你是在急于寻找客户，从而给你提出一些“不平等条约”，为双方以后的合作埋下阴影。

## 如何跟进客户（二）

### 第一：学会做人，拉近与客户的距离

销售员每天都要与不同的客户打交道，销售员只有把与客户的关系处理好了，才有机会向客户推介你的产品，客户才有可能接受你的产品。作为业务新手，第一件事情就是学会做人，不断培养自己的情商，拉近与客户的距离。

首先业务新手要做一个自信的人。在自己的心目中没有什么不可能，决不怀疑自己的公司，决不怀疑公司的产品，决不怀疑自己的能力，相信自己一定能够征服客户，客户一定会对你另眼相看。当遭遇客户刚开始时的一两次冷眼或者不热情的态度时，业务新手心里要明白：这只是客户还没有或者不完全了解你之前的一种本能反应，没有什么大不了。千万不要客户一两次的冷眼或者不热情就怀疑自己能否在这里继续干。如果有这种想法，那结果肯定是在这个客户这里干不下去。

其次业务新手要做一个主动的人。天上不会掉馅饼，业务新手的命运掌握在自己的手中。客户不理睬你，你可以主动去推销自己，关心他及他周边的人，用你的真诚行动去感染他及他的家人，如每次拜访为他或者他家人捎点小礼品等等；客户不告诉你的市场情况，你可以主动去问客户一些情况；市场的真实情况，你可以主动自己深入到客户市场一线，亲自去了解市场情况；客户没有告诉你他的基本情况，你可以主动地通过其他一些间接手段去了解。

再次业务新手要做一个能吃苦的人。很多客户不认可刚从学校毕业的新手，很大一部分原因是怀疑业务新手不能吃苦。业务新手如果没有吃苦的精神，是不可能获得客户的认可的。因为做销售，业务新手相对没有太多的经验，没有太多的关系网，没有太多的老本吃，唯独的方法是比别人拜访客户的时间更长，比别人拜访的客户更多，比别人拜访客户的频率更高，也就是说比别人吃更多的苦。只有这样，个人的业绩才能提高，个人的销售能力才能提升，才有可能得到客户的认可。

接着业务新手要做一个可信的人。业务新手除了自信、主动、吃苦还不够，还必须使自己成为一个值得客户信赖的人。业务新手应该严格遵守厂家的职业规范和作业制度，坚决不做任何有损客户与厂家利益的事情，公私分明。同时业务新手还要有诚信，不能做到的事情坚决不承诺，承诺的事情坚决做到。只有这样，才能使客户依赖你，才有可能获取客户最大的支持与配合。

最后业务新手还要做一个好学的人。一是业务新手要养成“多问”的习惯。业务新手既不要形成“自己什么都懂，而客户什么都不懂，客户不如自己”而不值得去问，也不要“问多了，怕客户嘲笑自己愚笨”而怕去问。二是业务新手要养成“多听”的习惯。倾听，可以使你变得更聪明，更能受到对方的尊重。

### 第二：从简单做起，让客户不要小瞧你

很多刚从学校毕业的业务新手，一下市场，就想管理多大多大的区域，就想做多好多好的销售业绩。业务新手有这些想法固然是好事情。由于受社会经验、专业知识、销售技能等因素的制约，业务新手要马上单独运作和管理好一个县级或者市级市场甚至更大区域的市场，难度很大。业务新手刚刚接手业务时，只有从简单做起，从容易做起，做点成绩出来，不让客户小瞧你。

1、从最小的区域市场单元做起。业务新手开始管理的区域不应过大，每个行业、每个厂家都有自己最小的区域市场单元，如快速消费品的最小区域市场单元可能是一条街、一个社区，饲料产品的最小区域市场是一个村、一个庄，业务新手可以选择从厂家最小的区域市场单元做起。选择从最小的区域市场单元做起，对业务新手的成长及业绩的提升有好处。一则管理区域小，业务新手市场拓展与市场管理的目标与思路比较明确，知道应该去做什么，应该怎么做；二则管理区域小，相对更容易操作，操作成功的机会要大些；三是便于业务新手树立信心。

2、从最简单和最基础的工作开始。销售工作是一项复杂且充满挑战性的工作，活动内容主要包括区域市场调查、竞争对手分析、市场开发计划、客户资信调查、客户开发、客户管理与维护、终端网点建设、终端理货与促销、产品投诉处理等等。开发与管理的对象也很多，有一级批发商、二级批发商、零售商、消费者等等。而业务新手要将每项销售活动执行到位，将每个层级的客户开发与管好，确实有难度。业务新手可以从走访零售店，帮助零售店理货与促销等基础性的开始，一则积累产品知识和销售技能，再发展到开发零售店、二批，二则证明给客户看，你是最棒的。只有这样，才有可能取得客户的认可与信任，最终达到驾驭和管理客户乃至整个区域市场的目的。

第三：与客户共同销售，用业绩赢取客户充分信赖

通过做人，拉近了与客户的距离。通过从简单做起，客户再也不小看你了。但做销售，最终的结果是销售业绩，是销量的持续增长和市场份额的不断提升。接下来，业务新手还应深入下去，将客户的激情充分的调动起来，与客户共同开发与市场，获取良好的市场业绩，最终使自己成为客户的合作伙伴

## 如何跟进客户

跟进的重要性

- 1、一次性谈成客户的几率不高
- 2、80%的客户是在跟进中实现的
- 3、跟进的方法和技巧得当可以大大提高业绩
- 4、跟进是提高销售能力的重要方法

跟进的中心思想

1、以建立关系和好感为中心

2、以解决客户疑虑为中心

3、以快速成交为中心

跟进的类型

1、服务性跟进

(1) 和客户多沟通，进行思维引导；(2) 帮客户做些工作外的事情(3) 帮客户介绍其他会员朋友(4) 给客户提供一些健身资料(5) 赠送客户小礼品

2、转变性跟进

3、长远性跟进

转变性跟进

1.客户对产品还是比较感兴趣，也需要这种产品，只是对价格还有不同意见。针对这种客户的跟进，最好是收集同类产品的价格情况，从自己的产品成本出发，算账给客户听，以取得对你产品价格的认可。为了达成协议可在原报价的基础上有所下调。

2.客户对产品很感兴趣，也想购买你的产品，但由于暂时的资金问题无法购买，对这类客户你应和他做好协调，共同制定出一个时间表，让他把购买你的产品费用做进预算。当然这类客户不会直接说自己没钱，你要学会自己判断。有许多销售员不会跟进这类客户，想起跟进时，客户已经购买了别家的产品。(可以先收少量预付款)

3.客户对你的产品还没有一个很深的了解，态度暧昧，可买可不买。对这类客户要尽量把自己的产品说的浅显易懂，要把产品给客户带来得好处数量化，激起客户的购买欲。客户往往最关心你的产品会给他的公司带来什么样的实惠。

长远性跟进

客户根本就不想用你的产品或者已经购买了同类产品。这类客户不会由于你积极的跟进就会要你的产品或者和你合作。对这类客户是不是就放弃不跟了呢？实践证明，往往这类客户会出现大买家，但你跟的太紧反而引起反感。最好的做法是和他真心实意的做朋友。周末一个温情的短信，逢年过节一张祝福的明信片，生日一个小小的生日礼物。只要你坚持不懈，这类客户会给你带来惊喜的。

跟进的方式

1、电话 2、实地拜访 3、电子邮件 4、信件

## 跟进的技巧

第一、要跟紧但是不要让客户感到烦。具体的你可以这样：一个星期打 2 次电话，混个耳熟；两三个星期拜访一次，混个眼熟。第二，了解你的客户的一些情况（所谓知己知鄙百战不怠嘛）。生日是什么时候？有没有结婚？有没有孩子？孩子多大了？他在公司中的地位怎么样？第三，钱的问题。做生意的都是为了赚钱，你让出点利润空间，达到共赢是做生意的最起码的条件。第四，和他交朋友。反正是要让他信任你，这样一些事情就会好办多了。后序：做销售要脸皮厚，但不是要你整天缠着客户。他不会骂你，更不会打你，最多这次生意做不下来。不过，在你谈不了这次生意的时候，不要忘了继续和人家联系。但决不提生意上的事情，就当朋友聊聊。做生意的有时候也讲感情，或许客户和另一家公司合作的不愉快。这个时候想找其他合作伙伴的时候，他脑海里第一个想到的会是你！

### 跟进的技巧：

1、有兴趣购买的客户：对此类客户应加速处理。积极的电话跟进、沟通，取得客户的信任后，尽快将客户过渡到下一阶段。

2、考虑、犹豫的客户：对待此类客户此阶段的目的就是沟通、联络，不要过多的营销产品。我们要使用不同的策略，千万不要电话接通后立即向客户营销产品，而是要与客户沟通，了解客户的需求、兴趣，拉近与客户的距离，通过几次电话沟通，将客户区分为有兴趣购买，近期不买，肯定不买的类型，从而区别对待。

3、近期不买的客户：我们要以建立良好关系为目标，千万不要放弃此类客户。要与客户沟通，记录客户预计购买此类产品的时间等信息，同时要与客户保持联络渠道的畅通，使客户允许公司定期的将一些产品的功能介绍等宣传资料邮寄给客户或电话通知客户，同时在客户需要的时候可以与公司或与本人联系。

4、肯定不买的客户：此类客户一般态度比较强硬，在沟通中，一定要排除客户的心理防线，然后了解客户不购买的原因，如果有产品功能方面的问题，一定要为客户做好解释，并将客户的一些扩展功能记录，集中汇总提供业务开发部门，以便改良产品或开发新产品。

5.已经报过价没有信息回馈的客户:对于已经报过价的客户可以利用 QQ 交流,也可以电话跟踪沟通,主要询问一下客户对产品的售后服务,产品质量,使用细则等还有什么不明白的地方再做进一步详谈,不过价格是客户一直关心的最大问题,为了打消客户能否合作的顾虑,可以着重介绍一下产品的优点与同行产品的不同之处.优惠政策等,要让客户觉得物有所值,在沟通价格时建议在言语上暗示一些伸缩性,但一定要强调回报,比如“如果你能够现款提货,我可以在价格上给予 5% 的优惠待遇”或“如果你的定货量比较大的话,在价格方面我可以给你下调 3%”----这样既可以让客户对我们的产品有更进一步的了解在价格方面也有一定回旋的余地.切记更好的服务,更高的产品质量才是赢得客户的“法宝”.

### 不同人跟进的技巧

## 理性胆大型—驾驭型

- ◆代表人物：曹操、彼得大帝、拿破仑。
- ◆典型特征：理性胆大，专横高效，唯我独尊，喜欢把命运掌握在自己手里。
- ◆交往节奏：与驾驭型的人交往，要注意效率。由于性格直接，做事雷厉风行，不喜欢拖泥带水，所以，在与他们交往时，应当开门见山，单刀直入，谈完正事后立即走人。
- ◆语言特点：言辞有力，强调本意，不喜欢拐弯抹角。
- ◆名利兴趣：驾驭型的人权力欲重，喜欢一切由自己来控制，与此类人合作首先要征求他的看法，最终决定权掌握在他手中；此类型的人还喜欢“大利”，对小东西不感兴趣。所以与他们合作一定要谈发展前景，而不是一些眼前的小利。
- ◆赞美方式：赞美驾驭型性格的人，最好以赞美为主，最好的方式是去请教对方。
- ◆业务感情：与这样的人交往，最好以结果为导向，即以谈事为主。
- ◆谈判能力：驾驭型的人在谈判时，原则性问题决不让步，非原则性问题则是无所谓的态度

## 跟进的原则

跟进要遵循 1: 4: 7 法则，即“欲擒故纵”的方式，而千万不能急于求成，不分时间、地点地催促客户上货，否则会弄巧成拙，贻误战机，让客户感觉你是在急于寻找客户，从而给你提出一些“不平等条约”，为双方以后的合作埋下阴影。

## 如何跟进客户（二）

### 第一：学会做人，拉近与客户的距离

销售员每天都要与不同的客户打交道，销售员只有把与客户的关系处理好了，才有机会向客户推介你的产品，客户才有可能接受你的产品。作为业务新手，第一件事情就是学会做人，不断培养自己的情商，拉近与客户的距离。

首先业务新手要做一个自信的人。在自己的心目中没有什么不可能，决不怀疑自己的公司，决不怀疑公司的产品，决不怀疑自己的能力，相信自己一定能够征服客户，客户一定会对你另眼相看。当遭遇客户刚开始时的一两次冷眼或者不热情的态度时，业务新手心里要明白：这只是客户还没有或者不完全了解你之前的一种本能反应，没有什么大不了的。千万不要客户一两次的冷眼或者不热情就怀疑自己能否在这里继续干。如果有这种想法，那结果肯定是在这个客户这里干不下去。



其次业务新手要做一个主动的人。天上不会掉馅饼，业务新手的命运掌握在自己的手中。客户不理睬你，你可以主动去推销自己，关心他及他周边的人，用你的真诚行动去感染他及他的家人，如每次拜访为他或者他家人捎点小礼品等等；客户不告诉你的市场情况，你可以主动去问客户一些情况；市场的真实情况，你可以主动自己深入到客户市场一线，亲自去了解市场情况；客户没有告诉你他的基本情况，你可以主动地通过其他一些间接手段去了解。

再次业务新手要做一个能吃苦的人。很多客户不认可刚从学校毕业的新手，很大一部分原因是怀疑业务新手不能吃苦。业务新手如果没有吃苦的精神，是不可能获得客户的认可的。因为做销售，业务新手相对没有太多的经验，没有太多的关系网，没有太多的老本吃，唯独的方法是比别人拜访客户的时间更长，比别人拜访的客户更多，比别人拜访客户的频率更高，也就是说比别人吃更多的苦。只有这样，个人的业绩才能提高，个人的销售能力才能提升，才有可能得到客户的认可。

接着业务新手要做一个可信的人。业务新手除了自信、主动、吃苦还不够，还必须使自己成为一个值得客户信赖的人。业务新手应该严格遵守厂家的职业规范和作业制度，坚决不做任何有损客户与厂家利益的事情，公私分明。同时业务新手还要有诚信，不能做到的事情坚决不承诺，承诺的事情坚决做到。只有这样，才能使客户依赖你，才有可能获取客户最大的支持与配合。

最后业务新手还要做一个好学的人。一是业务新手要养成“多问”的习惯。业务新手既不要形成“自己什么都懂，而客户什么都不懂，客户不如自己”而不值得去问，也不要“问多了，怕客户嘲笑自己愚笨”而怕去问。二是业务新手要养成“多听”的习惯。倾听，可以使你变得更聪明，更能受到对方的尊重。

## 第二：从简单做起，让客户不要小瞧你

很多刚从学校毕业的业务新手，一下市场，就想管理多大多大的区域，就想做多好多好的销售业绩。业务新手有这些想法固然是好事情。由于受社会经验、专业知识、销售技能等因素的制约，业务新手要马上单独运作和管理好一个县级或者市级市场甚至更大区域的市场，难度很大。业务新手刚刚接手业务时，只有从简单做起，从容易做起，做点成绩出来，不让客户小瞧你。

1、从最小的区域市场单元做起。业务新手开始管理的区域不应过大，每个行业、每个厂家都有自己最小的区域市场单元，如快速消费品的最小区域市场单元可能是一条街、一个社区，饲料产品的最小区域市场是一个村、一个庄，业务新手可以选择从厂家最小的区域市场单元做起。选择从最小的区域市场单元做起，对业务新手的成长及业绩的提升有好处。一则管理区域小，业务新手市场拓展与市场管理的目标与思路比较明确，知道应该去做什么，应该怎么做；二则管理区域小，相对更容易操作，操作成功的机会要大些；三是便于业务新手树立信心。

2、从最简单和最基础的工作开始。销售工作是一项复杂且充满挑战性的工作，活动内容主要包括区域市场调查、竞争对手分析、市场开发计划、客户资信调查、客户开发、客户管理与维护、终端网点建设、终端理货与促销、产品投诉处理等等。开发与管理的对象也很多，有一级批发商、二级批发商、零售商、消费者等等。而业务新手要将每项销售活动执行到位，将每个层级的客户开发与管理好，确实有难度。业务新手可以从走访零售店，帮助零售店理货与促销等基础性的开始，一则积累产品知识和销售技能，再发展到开发零售店、二批，二则证明给客户看，你是最棒的。只有这样，才有可能取得客户的认可与信任，最终达到驾驭和管理客户乃至整个区域市场的目的。

第三：与客户共同销售，用业绩赢取客户充分信赖

通过做人，拉近了与客户的距离。通过从简单做起，客户再也不小看你了。但做销售，最终的结果是销售业绩，是销量的持续增长和市场份额的不断提升。接下来，业务新手还应深入下去，将客户的激情充分的调动起来，与客户共同开发与管理市场，获取良好的市场业绩，最终使自己成为客户的合作伙伴

## 如何跟进客户

跟进的重要性

- 1、一次性谈成客户的几率不高
- 2、80%的客户是在跟进中实现的
- 3、跟进的方法和技巧得当可以大大提高业绩
- 4、跟进是提高销售能力的重要方法

跟进的中心思想

- 1、以建立关系和好感为中心
- 2、以解决客户疑虑为中心
- 3、以快速成交为中心

跟进的类型

1、服务性跟进

(1) 和客户多沟通，进行思维引导；(2) 帮客户做些工作外的事情(3) 帮客户介绍其他会员朋友(4) 给客户提供一些健身资料(5) 赠送客户小礼品

2、转变性跟进

### 3、长远性跟进

## 转变性跟进

- 1.客户对产品还是比较感兴趣，也需要这种产品，只是对价格还有不同意见。针对这种客户的跟进，最好是收集同类产品的价格情况，从自己的产品成本出发，算账给客户听，以取得对你产品价格的认可。为了达成协议可在原报价的基础上有所下调。
- 2.客户对产品很感兴趣，也想购买你的产品，但由于暂时的资金问题无法购买，对这类客户你应和他做好协调，共同制定出一个时间表，让他把购买你的产品费用做进预算。当然这类客户不会直接说自己没钱，你要学会自己判断。有许多销售员不会跟进这类客户，想起跟进时，客户已经购买了别家的产品。（可以先收少量预付款）
- 3.客户对你的产品还没有一个很深的了解，态度暧昧，可买可不买。对这类客户要尽量把自己的产品说的浅显易懂，要把产品给客户带来得好处数量化，激起客户的购买欲。客户往往最关心你的产品会给他的公司带来什么样的实惠。

## 长远性跟进

客户根本就不想用你的产品或者已经购买了同类产品。这类客户不会由于你积极的跟进就会要你的产品或者和你合作。对这类客户是不是就放弃不跟了呢？实践证明，往往这类客户会出现大买家，但你跟的太紧反而引起反感。最好的做法是和他真心实意的做朋友。周末一个温情的短信，逢年过节一张祝福的明信片，生日一个小小的生日礼物。只要你坚持不懈，这类客户会给你带来惊喜的。

## 跟进的方式

- 1、电话
- 2、实地拜访
- 3、电子邮件
- 4、信件

## 跟进的技巧

第一、要跟紧但是不要让客户感到烦。具体的你可以这样：一个星期打 2 次电话，混个耳熟；两三个星期拜访一次，混个眼熟。第二，了解你的客户的一些情况（所谓知己知鄙百战不怠嘛）。生日是什么时候？有没有结婚？有没有孩子？孩子多大了？他在公司中的地位怎么样？第三，钱的问题。做生意的都是为了赚钱，你让出点利润空间，达到共赢是做生意的最起码的条件。第四，和他交朋友。反正是要让他信任你，这样一些事情就会好办多了。后序：做销售要脸皮厚，但不是要你整天缠着客户。他不会骂你，更不会打你，最多这次生意做不下来。不过，在你谈不了这次生意的时候，不要忘了继续和人家联系。但决不提生意上的事情，就当朋友聊聊。做生意的有时候也讲感情，或许客户和另一家公司合作的不愉快。这个时候想找其他合作伙伴的时候，他脑海里第一个想到的会是你！

## 跟进的技巧：

1、有兴趣购买的客户：对此类客户应加速处理。积极的电话跟进、沟通，取得客户的信任后，尽快将客户过渡到下一阶段。

2、考虑、犹豫的客户：对待此类客户此阶段的目的就是沟通、联络，不要过多的营销产品。我们要使用不同的策略，千万不要电话接通后立即向客户营销产品，而是要与客户沟通，了解客户的需求、兴趣，拉近与客户的距离，通过几次电话沟通，将客户区分为有兴趣购买，近期不买，肯定不买的类型，从而区别对待。

3、近期不买的客户：我们要以建立良好关系为目标，千万不要放弃此类客户。要与客户沟通，记录客户预计购买此类产品的时间等信息，同时要与客户保持联络渠道的畅通，使客户允许公司定期的将一些产品的功能介绍等宣传资料邮寄给客户或电话通知客户，同时在客户需要的时候可以与公司或与本人联系。

4、肯定不买的客户：此类客户一般态度比较强硬，在沟通中，一定要排除客户的心理防线，然后了解客户不购买的原因，如果有产品功能方面的问题，一定要为客户做好解释，并将客户的一些扩展功能记录，集中汇总提供业务开发部门，以便改良产品或开发新产品。

5.已经报过价没有信息回馈的客户:对于已经报过价的客户可以利用 QQ 交流,也可以电话跟踪沟通,主要询问一下客户对产品的售后服务,产品质量,使用细则等还有什么不明白的地方再做进一步详谈,不过价格是客户一直关心的最大问题,为了打消客户能否合作的顾虑,可以着重介绍一下产品的优点与同行产品的不同之处.优惠政策等,要让客户觉得物有所值,在沟通价格时建议在言语上暗示一些伸缩性,但一定要强调回报,比如“如果你能够现款提货,我可以在价格上给予 5% 的优惠待遇”或“如果你的定货量比较大的话,在价格方面我可以给你下调 3%”----这样既可以让客户对我们的产品有更进一步的了解在价格方面也有一定回旋的余地.切记更好的服务,更高的产品质量才是赢得客户的“法宝”.

## 不同人跟进的技巧

### 理性胆大型—驾驭型

◆代表人物：曹操、彼得大帝、拿破仑。

◆典型特征：理性胆大，专横高效，唯我独尊，喜欢把命运掌握在自己手里。

◆交往节奏：与驾驭型的人交往，要注意效率。由于性格直接，做事雷厉风行，不喜欢拖泥带水，所以，在与他们交往时，应当开门见山，单刀直入，谈完正事后立即走人。

◆语言特点：言辞有力，强调本意，不喜欢拐弯抹角。

◆名利兴趣：驾驭型的人权力欲重，喜欢一切由自己来控制，与此类人合作首先要征求他的看法，最终决定权掌握在他手中；此类型的人还喜欢“大利”，对小东西不感兴趣。所以与他们合作一定要谈发展前景，而不是一些眼前的小利。

◆**赞美方式**：赞美驾驭型性格的人，最好以赞美为主，最好的方式是去请教对方。

◆**业务感情**：与这样的人交往，最好以结果为导向，即以谈事为主。

◆**谈判能力**：驾驭型的人在谈判时，原则性问题决不让步，非原则性问题则是无所谓的态度

## 跟进的原则

跟进要遵循**1：4：7**法则，即“欲擒故纵”的方式，而千万不能急于求成，不分时间、地点地催促客户上货，否则会弄巧成拙，贻误战机，让客户感觉你是在急于寻找客户，从而给你提出一些“不平等条约”，为双方以后的合作埋下阴影。

## 如何跟进客户（二）

### 第一：学会做人，拉近与客户的距离

销售员每天都要与不同的客户打交道，销售员只有把与客户的关系处理好了，才有机会向客户推介你的产品，客户才有可能接受你的产品。作为业务新手，第一件事情就是学会做人，不断培养自己的情商，拉近与客户的距离。

首先业务新手要做一个自信的人。在自己的心目中没有什么不可能，决不怀疑自己的公司，决不怀疑公司的产品，决不怀疑自己的能力，相信自己一定能够征服客户，客户一定会对你另眼相看。当遭遇客户刚开始时的一两次冷眼或者不热情的态度时，业务新手心里要明白：这只是客户还没有或者不完全了解你之前的一种本能反应，没有什么大不了。千万不要客户一两次的冷眼或者不热情就怀疑自己能否在这里继续干。如果有这种想法，那结果肯定是在这个客户这里干不下去。

其次业务新手要做一个主动的人。天上不会掉馅饼，业务新手的命运掌握在自己的手中。客户不理睬你，你可以主动去推销自己，关心他及他周边的人，用你的真诚行动去感染他及他的家人，如每次拜访为他或者他家人捎点小礼品等等；客户不告诉你的市场情况，你可以主动去问客户一些情况；市场的真实情况，你可以主动自己深入到客户市场一线，亲自去了解市场情况；客户没有告诉你他的基本情况，你可以主动地通过其他一些间接手段去了解。

再次业务新手要做一个能吃苦的人。很多客户不认可刚从学校毕业的新手，很大一部分原因是怀疑业务新手不能吃苦。业务新手如果没有吃苦的精神，是不可能获得客户的认可的。因为做销售，业务新手相对没有太多的经验，没有太多的关系网，没有太多的老本吃，唯独的方法是比别人拜访客户的时间更长，比别人拜访的客户更多，比别人拜访客户的频率更高，也就是说比别人吃更多的苦。只有这样，个人的业绩才能提高，个人的销售能力才能提升，才有可能得到客户的认可。

接着业务新手要做一个可信的人。业务新手除了自信、主动、吃苦还不够，还必须使自己成为一个值得客户信赖的人。业务新手应该严格遵守厂家的职业规范和作业制度，坚决不做任何有损客户与厂家利益的事情，公私分明。同时业务新手还要有诚信，不能做到的事情坚决不承诺，承诺的事情坚决做到。只有这样，才能使客户依赖你，才有可能获取客户最大的支持与配合。

最后业务新手还要做一个好学的人。一是业务新手要养成“多问”的习惯。业务新手既不要形成自己什么都懂，而客户什么都不懂，客户不如自己”而不值得去问，也不要“问多了，怕客户嘲笑自己愚笨”而怕去问。二是业务新手要养成“多听”的习惯。倾听，可以使你变得更聪明，更能受到对方的尊重。

## 第二：从简单做起，让客户不要小瞧你

很多刚从学校毕业的业务新手，一下市场，就想管理多大多大的区域，就想做多好多好的销售业绩。业务新手有这些想法固然是好事情。由于受社会经验、专业知识、销售技能等因素的制约，业务新手要马上单独运作和管理好一个县级或者市级市场甚至更大区域的市场，难度很大。业务新手刚刚接手业务时，只有从简单做起，从容易做起，做点成绩出来，不让客户小瞧你。

1、从最小的区域市场单元做起。业务新手开始管理的区域不应过大，每个行业、每个厂家都有自己最小的区域市场单元，如快速消费品的最小区域市场单元可能是一条街、一个社区，饲料产品的最小区域市场是一个村、一个庄，业务新手可以选择从厂家最小的区域市场单元做起。选择从最小的区域市场单元做起，对业务新手的成长及业绩的提升有好处。一则管理区域小，业务新手市场拓展与市场管理的目标与思路比较明确，知道应该去做什么，应该怎么做；二则管理区域小，相对更容易操作，操作成功的机会要大些；三是便于业务新手树立信心。

2、从最简单和最基础的工作开始。销售工作是一项复杂且充满挑战性的工作，活动内容主要包括区域市场调查、竞争对手分析、市场开发计划、客户资信调查、客户开发、客户管理与维护、终端网点建设、终端理货与促销、产品投诉处理等等。开发与管理的对象也很多，有一级批发商、二级批发商、零售商、消费者等等。而业务新手要将每项销售活动执行到位，将每个层级的客户开发与管好，确实有难度。业务新手可以从走访零售店，帮助零售店理货与促销等基础性的开始，一则积累产品知识和销售技能，再发展到开发零售店、二批，二则证明给客户看，你是最棒的。只有这样，才有可能取得客户的认可与信任，最终达到驾驭和管理客户乃至整个区域市场的目的。

## 第三：与客户共同销售，用业绩赢取客户充分信赖

通过做人，拉近了与客户的距离。通过从简单做起，客户再也不小看你。但做销售，最终的结果是销售业绩，是销量的持续增长和市场份额的不断提升。接下来，业务新手还应深入下去，将客户的激情充分的调动起来，与客户共同开发与管理市场，获取良好的市场业绩，最终使自己成为客户的合作伙伴

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/116231200052010105>