

客户不回复您的原因分析

发布人: 外贸论坛 (<http://bbs.sfyh.com>) 发布日期: 2010-10-27 17:25 共 111363 人浏览[大][中][小]

1、我等到花儿也谢了

你发送的邮件对方根本没收到，现在国内一般的中小企业邮箱所用的邮局都比较差，质量参差不齐，时间久了，大部分都被当成了垃圾邮件处理中心来发送垃圾邮件，加之中国现在被誉为世界垃圾邮件生产大国，从而被很多国外邮箱服务器屏蔽了。所以你发的邮件根本没到达收件人邮箱，就算你等到花儿也谢了，她也不会还给你一个吻。

建议：一路上有你，痛一点也愿意，不妨建议公司花点钱买个好的企业邮箱服务器，收发有保障，你好她也好。

2、心急吃不了热豆腐

客户收到了你的邮件，但是目前还没打算采购，暂时还不想回复你。以后有合适的订单可能会主动向你询盘，所以客户暂时不回复并不等于你的联系毫无意义，说不定哪天客户的实单就直接进了你的邮箱，这种情况经常发生，所以，你也不必完全灰心，心急吃不了热豆腐，耐心等待。

建议：我有的是时间，让她感觉到你愿意等她到天荒地老，海枯石烂。

3、她早已成为王的女人

如果你不是在第一时间联系外商，则回复率降低是很正常的事，而如果你联系的外商询盘时间越久，则回复率自然更低；比如有些会员一个星期才登录一下本论坛，当发现有适合自己的外商询盘而马上联系外商时，该询盘发布的时间已然过去了很多天，这时也许客户已经成交，就算你产品质量再好，价格再低也无济于事，因为客户早已成为别人的女人了，在错误的时间遇到对的人，注定也是一场悲剧。

建议：经常关注一下丝路外贸论坛，第一时间获得她的联系方式，先入为主。

4、我喜欢风趣，幽默的男人

不要忽视技巧的作用，在很多时候，是否使用技巧、或是否灵活使用在促使外商尽快回复中甚至起着决定性的作用，例如，不少外商明说不愿与中间商谈，而你却仍以外贸公司的名义联系客户，客户当然不会回你！所以多来丝路外贸论坛学习别人的经验和技巧，这样更能让你在处理客户关系时游刃有余。

建议：语不惊人死不休，做一个风趣，幽默的男人。

5、多管齐下，穷追不舍，早晚是你的女人

要能联系上客户并不仅仅只能通过电子邮件，电话，传真，即时通讯等等其它的联系方式你有使用过吗？事实上，超过 60%的外商都拥有如 MSN、YAHOO、SKYPE、ICQ 等等即时通讯工具，你有试过利用 MSN 等手段立即联络上客户、立即与外商展开洽谈吗，女人需要你每天有意外的惊喜给她，这样她才更能记住你，你是多么与众不同。

建议：换一种方式追她，给她意外的惊喜.。

6、答其所问，投其所好

你文中的内容可能与外商所询的产品要求不符，或你没按外商的要求报盘，客户不回复也实在可以原谅，所以，你在联系客户之前是否完全理解外商在询盘中所提出的所有要求？是否是按照客户的要求来报价？你的联系内容与客户的要求完全相符吗？每个女人都希望自己被关注.。

建议：认真对待她的每一句话，每一个要求，让她有被重视的感觉.。

7、你太虚了，不够实际，跟你在一起没安全感

你如不报价，客户可能由此不理你，但如你所报的价偏离行情太远（太高或太低），客户也一样可能不理你，事实证明，在其它情况一致的情况下，你所报的价格是否合理、是否具有一定竞争力是影响外商是否回复你的最关键因素，所以，你在报价时，有无把握你报出的价是否合理、是否真有一定的竞争力？

建议：脚踏实地，拿出你的诚意，用心去追她.。

8、没文化，没品位，跟你语言沟通有障碍

当你发给客户的联系邮件英文错误甚多、甚至文理不通时，一方面客户很容易会怀疑你的能力与诚意，同时有时可能客户还不能读懂你的“天书”，这时，你叫客户如何回你？

建议：书中自有黄金屋，书中自有颜如玉，多读书写字增长见识，增长才干，写一篇浪漫的情诗去捕获她的芳心吧.。

9、轻言放弃，再追她一分钟，她也许就是你的人了

客户暂时不回本来并不要紧，但是不是你发一封邮件客户不回你就轻易地放弃？你有试过其它的方法吗？何况，有时客户接的询盘太多而暂不能回你，你也不妨耐心多等几天，适当催催也无妨。

建议：再等一分钟就可触摸她的脸.。

10、校花，追的人太多了，你被洪水淹没

一个客户N个人追，你没一点个性，在队伍中不起眼，被淹没了，你得到回复的可能性很低，如果又矮又丑又胖又瘦，没钱没房没车没能力，早点放弃。

建议：天涯何处无芳草，何必单恋一枝花，实在不行，没她活不了，在梦中追她吧，思恋梦中的她.。

11、真真假假，假假真真，退一步海阔天空

事实上，不要以为每一个外商的询盘都是手上有订单才发，我们注意到，不小比例的外商询盘本来就不是“实盘”，他们发布的原因或是为考察市场，或只是为了摸摸行情，等等，这种外商自然回复不多、也不快，你接不到此类外商的及时回复也就很不奇怪，我们想，这类外商不回也罢。

建议：退一步海阔天空，外面的世界也精彩.。

12、对不起，你不是我喜欢的类型

客户对你的产品不感兴趣，别去烦她了，只会让她更加讨厌你。

建议：忘记她吧，也许有一天，她会回来找你的。

13、你从来不是她真正要找的人

呵呵，同行扮作客户发邮件向你套价，你从来不是她要找的人，怎么可能爱上你。

建议：学会分析她接近你的动机，做一个聪明的你。

开发新客户“巨难”，我的一点心得

发布人：圣才学习网 发布日期：2010-10-27 17:23 共 6 人浏览[大][中][小]

就本人经验和分析来看，外贸最难的应该是开发新客户！

1.寻找新客户渠道太少，效果最好的当然是各种专业性的展览。但一年展览只有那么一两次，国外的展览不少，但是真正舍得投入的老板并不多，况且，事实上也的确是一件比较冒险的事情，运气好一点吧，遇上一两个好的客户，并有实力把他们给稳下来，那你就不用愁了，呵呵，坐着等单子吧，以后什么票子阿，车子阿，房子阿都会有的，嘿嘿，美吧。继续作美梦吧。当然，现在网络发达了，很多人试图通过网络寻找客户，这不是说完全不可能的事情，但是，就目前的情况来讲，网络起的作用还是不能让人恭维。

A：真正有用的句盘太少，天天去发布信息，一个月就收那么几条好的十来条句盘，效率和成本实在是太差，我想如果光把希望寄托在网络上那还是不划算的。

B：网络客户质量太差，好的客户一般都有供应商在操作了，忙都忙不过来，哪有什么心思像我们这些没业务的闲人一样天天上网找啊。况且，一般的客户是不轻易换供应商的，尤其是不会轻易换成从网络上找来的供应商——不放心。

网上客户的一般情况是：正准备从商的个人，或者以前做别的产品，现在想做新的产品，或者偶尔需要新的产品一时找不到供应商的贸易公司之类。当然，不同的产品不同的情况，也有不少通过网络能够做得好的，主要是一些比较简单的产品，或者说变化不大的产品还有一些其他的渠道，像什么朋友客户介绍阿，通过商会上门拜访啊~~~等等，前者一般是建立在已经有客户在做的基础上，后者则比较不太实际，而且如果出国的话，成本太高

2.一般的客户非常的不愿意轻易的换供应商。这点刚才已经提到了，真正的优质的大的客户一般情况下都是已经作了很长时间的了的，和以前的老供应商已经建立了比较稳固的关系，没有几个客户会轻易的换自己的供应商的，一来，彼此熟悉磨合要一段不短的时间，二来，不愿意冒质量风险，双方都不熟悉，很容易出问题。第三嘛，已经和供应商多多少少有感情了，什么话都好说。所以，一般客户换供应商的情况无非是老的供应商质量太差，或者价钱太高，或者合作中感觉不是很愉快，这个情况下才会去考虑换供应

商。这就是为什么在各种交易会上你会遇到很多很多潜在客户，甚至很多客人会要求你打样之类的，但是真正成交的却不多的原因。

3.外贸对个人综合素质要求很高首先就是外语，外语有优势，能够做到和老外沟通就和国人沟通一样的外贸人员比一般的人优势更明显，更容易把握住机会。其次，就是要求对产品和整个行业状况比较熟悉，这两个方面的知识都不是那么简单的，其中大有学问。对产品你要了解从原材料到工艺，包装以整个程序。对行业情况那你了解的就更多了，价格市场行情。著名的领头公司等实在太多了，还有就是要求外贸人员具有异常宽广的知识面。国际化的思维，国际化的知识，甚至国际化的生活习惯，这些在和客户交流的时候都用得着，哎，的确挺难的。

综上所述，开发新客户是最难得，只要有了一两个好客户就好了，这里面运气成分也挺重要的，呵呵，大家努力吧，祝大家好运另外致那些刚参加工作的新手们，不要太着急，慢慢等待机会吧，一年之内能够找到好客户已经不错了。慢慢积累吧建议先到有客户的公司先干，了解这个行业，积累和老外打交道的经验，甚至积累潜在客户，等你出来了，说不定以前的客户能给你介绍几个。

4.在 B2B 网站上获取讯单就是太辛苦了，得发布很多信息才有可能找到意向客户。

解析四种最难缠的客户及应对方法

发布人：圣才学习网 发布日期：2010-10-27 17:21 共 4 人浏览[大][中][小]

1、固执的怪人

这种客户不关心解决问题，而是“为了投诉而投诉”。他们的座右铭是“我是对的，你是错的。”他们尽全力去证明自己是正确的，而对方是不合格的客户服务者。

照片冲印店的职员就遇到过这种情况，一个客户指责没有把他的照片冲印好，曝光不足，尽管后来他承认是自己没有运用足够的灯光造成的，但依然投诉为什么不在冲洗时替他修正！固执的怪人占难缠的客户中的 36%。

2、唠叨者

这种客户只会不停地唠叨。完全不理睬什么解决方案，他们对表达自我有着异乎寻常的强烈需求。唠叨者占难缠的客户中的 17%。

3、妄自尊大者

这类客户总是期望你立即放下所有的事情去为他解决问题。如果你已经帮他把问题提交到处理程序中，他打电话过来催问的次数比一般人多三倍。妄自尊大者占难缠的客户中的 34%。

4、我要找你老板！

这类客户遇到问题总是立即要求找你的主管，让你觉得好像自己是个白痴。“如果你不能给我想要的，

那么我肯定你的老板会给我的。”他们总是问“你老板在吗?”或“你来这家公司多久了?”这类人占难缠客户中的 11%。

另外还有 2%的人是在遇到某些偶发事件和非常状态时很难缠。

解决方案:

当你遇到以上这些客户时,请采用以下 3 个步骤。

第一步、管理对方的期望

告诉对方需要等待一段时间,因为在他前面有事情在忙着。在迪士尼乐园,如果游乐玩具前面排起长龙,那么计时器就会显示最后一位等候者到可以玩上游戏需要等多久,而这个时间往往比真实情况多出 10 分钟。高级餐厅服务生在点完菜后会说:“请您稍等片刻。”在酒店里,你会被告知:“您的房间将在 11 点打理好。”

第二步、给他一个理由

研究表明,人们更容易接受被告知缘由的问题,而很难接受连起因都不知道的问题。一家电脑打印机厂家的客服是这样处理一个投诉的:一个客户打电话来抱怨打印机打出的颜色不对,这种情况已经持续 3 天了。客服代表告诉他是因为天气的原因,客户很不满意,他要求一个明确答复,什么时候可以解决他的问题。这时客服代表继续解释道,造成这种情况是因为打印机周围的湿气太大,如果他希望尽快解决这个问题,去购买一台空气干燥机就可以了。你有这种简单易行的回答去解决客户的一般性抱怨吗?

第三步、称赞他们的耐心

告诉对方你感谢他的合作。当你感谢某人或者称赞某人的时候,你就打开了合作的大门。

开发新客户的 6 个绝招

发布人: 圣才学习网 发布日期: 2010-10-27 17:19 共 6 人浏览[大][中][小]

当您拥有了丰富的客户资料后,如何去开发呢?这里结合我们的经验和体会提供一些技巧方面的意见,仅供参考。

1、结合自己的产品特点和优势,仔细选择资料中的客户,挑选出可能适合你的客户群。你的产品特点和优势是你吸引新客户的最大亮点。而新客户愿意与您接触,无外乎几种情况:

一是你的产品是新开发的,客户需要增加这样的新产品,产品本身对客户很有吸引力;二是客户对原来的供应商不满意,而您正好有同类产品可提供;三是客户对产品的需求量增加,原来的供应商无法满足客户对量的需求,客户本身需要寻求新的供应商;四是您的产品正好是客户在进口的,而您的质量相同或更好,价格上具有明显的竞争优势。所以面对几百家甚至几千家进口商,您的选择是非常重要的。千万不要每家都联系一下,希望广种薄收,而事实上一家也深入不下去。同时选择客户一定要客观,千万不要在

自己没有足够的条件和实力的情况下去联系超级进口商。生意还是有所谓的“门当户对”的。WALMART 的生意谁都希望做，但 WALMART 对供应商的选择还是有比较高的门槛的。相反，一些中小型的进口商可能更容易接触和接近。

2、联系客户的心态一定意义上决定新客户是否愿意和您深入接触。千万不要给新客户一种急于求成的感觉。不要让客户觉得您的企业必须马上有新的订单才可以生存。生意也是一种姻缘，只有双方都觉得合适的时候才有真正的生意。一定要给新客户这样一种感觉：我们有稳定的销售渠道，但我们的企业是进取和开拓的，与您联系是同时给你我一种新的机会。

3、联系方法上，如果您有比较好的英语条件，我们建议首次联系尽量采用电话和传真相结合的方式。通过电话，尽量找到这家公司的具体与您的产品相对口的部门的采购经理或具体人员。知道他的名字和他的传真是第一步，如果您发出去的传真上有具体负责这类产品的收件人和您的产品的简要介绍以及您的产品网址，而采购商对您的产品也有兴趣，那么他一定会回复您的。在以后的联系中，您就可以与具体的人员进行 E-MAIL 往来了。千万不要采用邮件群发或传真群发的方法联系客户，群发的结果可能就是永远没有回复。目前国外对垃圾邮件甚至垃圾传真已经相当反感，这也是大多数进口商特别是采购经理不愿公开电子邮件地址的重要原因。

4、建立专门展示产品的英文网站对联系和开发新客户非常重要，既可以给新客户详尽的产品介绍，又可以避免过早的产品传递带来的昂贵费用。网站中的产品内容越专业，越详尽，越具体越好。甚至最好做到对产品的包装，装箱尺寸和毛重，净重的介绍，使客户一目了然。

5、在网上找客户的时候尽可能多用几个搜索引擎，如果不了解，可以上“多美丽买卖搜索”看看

6、对于一时没有下定单的新客户，千万不要急于催促，更不要轻易放弃。可以过一定时期给客户传递一些新产品图片。只要您比别人做得好，客户最后是属于您的。

八大武器巧妙“拿下”客户

发布人：圣才学习网 发布日期：2010-10-27 17:09 共 5 人浏览[大][中][小]

如何接近客户，给客户留下良好的首次印象继而一鼓作气拿下客户呢？综观五花八门的推销活动，可归纳为八种接近顾客的方法。

接近客户的方法

现代营销理论认为，推销产品首先是推销自己。如果顾客对销售人员不信任，他就不可能相信你的产品，更谈不上购买你的产品。在通常的印象中，能说会道总是推销的最有利武器。多数公司热衷于招聘口若悬河的销售人员。事实上，口才与销售成功与否并不存在正相关的关系。好的销售人员懂得什么时候该说，什么时候该闭嘴。国内外许多研究报告中提出，人们对销售人员的评价和看法，总是先入为主，有“首

一位文具销售员说：“本厂出品的各类账册、簿记比其人厂家生产同类产品便宜三成，量大不可优惠”

这种利益接近法迎合了大多数顾客的求利心态，销售人员抓住这一要害问题予以点明，突出了销售重点和产品优势，有助于很快达到接近顾客目的。

演示接近法

“我可以使用一下您的打字机吗？”一人陌生人推开门，探着头问。在得到主同意之后，他径直走到打字机前坐了下来，在几张纸中间，他分别夹了八张复写纸，并把这卷进了打字机。“你用普通的复写纸能复写得这么清楚吗？”他站起来，顺手把这些纸分发给办公室的每一位，又把打在纸上的字句大声读了遍。毋庸置疑，来人是上门推销复写纸的推销员，疑惑之余，主人很快被复写纸吸引住了。

这是出现在上海浦东开发区某家誊印社的一个场景。

这是一种比较传统的推销接近方法。在利用表演方法接近顾客的时候，为了更好地达成交易，推销员还要分析顾客的兴趣爱好，业务活动，扮演各种角色，想方设法接近顾客。

送礼接近法

销售人员利用赠送礼品的方法来接近顾客，以引起顾客的注意和兴趣，效果也非常明显。在销售过程中，销售人员向顾客赠送适当的礼品，是为了表示祝贺、慰问、感谢的心意，并不是为了满足某人的欲望。在选择所送礼品之前，销售人员要了解顾客，投其所好。值得指出的是，销售人员赠送礼品不能违背国家法律，不能变相贿赂。尤其不要送高价值的礼品，以免被人指控为行贿。

赞美接近法

卡耐基在《人性的弱点》一书中指出：“每个人的天性都是喜欢别人的赞美的。”现实的确如此。赞美接近法是销售人员利用人们希望赞美自己的愿望来达到接近顾客的目的。这一点以女性更是如此。

在优美的旋律下，一位漂高的女士让你颇想与她共舞一曲，可惜“她”的身边已经有个“他”。如何实现这个心愿而又不得罪那位护花使者呢？你不妨试试对那位绅士说：“先生，你的舞伴真漂亮，如果您不介意，可以请她跳曲舞吗？”

当然，赞美对方并不是美言相送，随便夸上两句就能奏效的，如果方法不当反而会起反作用。在赞美对时要恰如其分，切忌虚情假意，无端夸大。不论如何，作为一个销售人员或者是销售经理，时时要记住，赞美别人是对自己最有利的办法。对下属的表扬比批评更能激发下属提高工作质量，如果你不是想炒掉谁的话，表扬是最好的提高工作效率的办法。

11 种好行为让外贸客户立马爱上你

发布人：圣才学习网 发布日期：2010-10-27 17:07 共 5 人浏览[大][中][小]

经常会有新人问，面对外贸客户时我如何才能打动他们，让他们愿意购买我们的货运险产品？抱着要

七、让每一个外贸客户都觉得自己很特别。

有的客户总认为自己是个性格非常特别的人，如果业务员能把他当作特别的人来处理，客户会认为遇到了知己，更愿意花更多的时间和你相处，也更愿意相信你的产品和服务。

八、注意倾听客户的话，了解客户的真实需要。

有的客户对他希望购买的货运保险产品有明确的要求，注意倾听客户的要求，切合客户的需求将会使销售更加顺利。反之，一味地想推销自己的产品，无理地打断客户的话，在客户耳边喋喋不休，十有八九会失败。

九、你能够提供给客户提供什么样的良好服务，请说给客户听，做给客户看。

客户不但希望得到你的售前服务，更希望在购买了你的货运保险产品之后，能够得到良好的服务，持续不断的电话，节日的问候等等，都会给客户良好的感觉。如果答应客户的事千万不要找借口拖延或不办，如及时送保单、及时收续期保费等。

十、不要在客户面前诋毁别人。

纵然竞争对手有这样或者那样的不好，也千万不要在客户面前诋毁别人以抬高自己，这种做法非常愚蠢，往往会使客户产生逆反心理。同时不要说自己公司的坏话，在客户面前抱怨公司的种种不是，客户不会放心把保单放在一家连自己的员工都不认同的公司里。

十一、当客户无意购买货运险时，千万不要用老掉牙的销售伎俩向他施压。

很多时候，客户并没有意向购买你的货物运输险产品，这个时候是主动撤退还是继续坚忍不拔地向他销售？比较合适的做法是以退为进，可以转换话题聊点客户感兴趣的东西，或者寻找机会再次拜访，给客户一个购买的心理准备过程，千万不要希望能立刻一锤定音，毕竟这样的幸运是较少的。

接近客户的八大黄金招

发布人：圣才学习网 发布日期：2010-10-27 17:16 共 4 人浏览[大][中][小]

如何接近客户，给客户留下良好的首次印象继而一鼓作气拿下客户呢？综观五花八门的推销活动，可归纳为八种接近顾客的方法。

接近客户的方法

现代营销理论认为，推销产品首先是推销自己。如果顾客对销售人员不信任，他就不可能相信你的产品，更谈不上购买你的产品。在通常的印象中，能说会道总是推销的最有利武器。多数公司热衷于招聘口若悬河的销售人员。事实上，口才与销售成功与否并不存在正相关的关系。好的销售人员懂得什么时候该说，什么时候该闭嘴。国内外许多研究报告中提出，人们对销售人员的评价和看法，总是先入为主，有“首次印象效应”在起作用。如何接近客户，给客户留下良好的首次印象呢？综观五花八门的推销活动，可归

纳为八种接近顾客的方法：

一、问题接近法

这各方法主要是通过销售人员直接面对顾客提出有关问题，通过提问的形式激发顾客的注意力和兴趣点，进而顺利过渡到正式洽谈。

有一位推销书籍的小姐，平时碰到顾客和读者总是从容不迫的、平心静气的提出两个问题：“如果您送给我一套关于经济管理的丛书，您打开之后发现十分有趣，您会读一读吗？”“如果读后觉得很有收获，您会乐意买下吗？”这位小姐的开场白简单明了，也使一般的顾客找不出说“不”的理由，从而达到接近顾客的目的。

二、介绍接近法

销售人员与顾客联系接近采用的形式，可分别有自我介绍、托人介绍和产品介绍三种。自我介绍法是指销售人员自我口头表述，然后用名片、身份证、工作证来辅佐达到与顾客相识的目的。产品介绍法也是销售人员与顾客第一次见面时经常采用的方法，这种方法是销售人员直接把产品、样本、模型在顾客面前，使对方对其产品引起足够的兴趣，最终接受购买的建议。有时，销售人员采用托人介绍的方法接近顾客，这种方法是销售人员利用与顾客熟悉的第三人，通过电话、信函或当面介绍的方式接近顾客。这种方式往往使顾客碍于情面不得不接见销售人员。

三、求教接近法

销售人员利用顾客好为人师的心理来接近顾客，往往能达到较好的效果。在一般情况下，顾客是不会拒绝虚心讨教的销售人员的。

四、好奇接近法

这种方法主要是利用顾客的好奇心理来接近对方。好奇心是人们普遍存在的一种行为动机，顾客的许多购买决策有时也多受好奇心理的驱使。

一位英国皮鞋厂的推销员曾几次拜访伦敦一家皮鞋店，并提出要拜见鞋店老板，但都遭到了对方的拒绝。后来他又来到这家鞋店，口袋里揣着了一份报纸，报纸上刊登一则关于变更鞋业税收管理办法的消息，他认为店家可以利用这一消息节省许多费用。于是，他大声对鞋店的一位售货员说：“请转告您的老板，就说我有路子让他发财，不但可以大大减少订货费用，而且还可以本利双收赚大钱。”销售人员向老板提赚钱发财的建议，那家老板会不心动呢？

五、利益接近法

销售人员着重把商品给顾客带来的利益放在第一位，首先把好处告诉顾客，把顾客购买商品能获得什么利益，一五一十道了出来。从而使顾客引发兴趣，增强购买信心。

一位文具销售员说：“本厂出品的各类账册、簿记比其人厂家生产同类产品便宜三成，量大不可优惠”

这种利益接近法迎合了大多数顾客的求利心态，销售人员抓住这一要害问题予以点明，突出了销售重点和产品优势，有助于很快达到接近顾客目的。

六、演示接近法

“我可以使用一下您的打字机吗？”一人陌生人推开门，探着头问。在得到主同意之后，他径直走到打字机前坐了下来，在几张纸中间，他分别夹了八张复写纸，并把这卷进了打字机。“你用普通的复写纸能复写得这么清楚吗？”他站起来，顺手把这些纸分发给办公室的每一位，又把打在纸上的字句大声读了遍。毋庸置疑，来人是上门推销复写纸的推销员，疑惑之余，主人很快被复写纸吸引住了。

这是出现在上海浦东开发区某家誊印社的一个场景。

这是一种比较传统的推销接近方法。在利用表演方法接近顾客的时候，为了更好地达成交易，推销员还要分析顾客的兴趣爱好，业务活动，扮演各种角色，想方设法接近顾客。

七、送礼接近法

销售人员利用赠送礼品的方法来接近顾客，以引起顾客的注意和兴趣，效果也非常明显。在销售过程中，销售人员向顾客赠送适当的礼品，是为了表示祝贺、慰问、感谢的心意，并不是为了满足某人的欲望。在选择所送礼品之前，销售人员要了解顾客，投其所好。值得指出的是，销售人员赠送礼品不能违背国家法律，不能变相贿赂。尤其不要送高价值的礼品，以免被人指控为行贿。

八、赞美接近法

卡耐基在《人性的弱点》一书中指出：“每个人的天性都是喜欢别人的赞美的。”现实的确如此。赞美接近法是销售人员利用人们希望赞美自己的愿望来达到接近顾客的目的。这一点以女性更是如此。

在优美的旋律下，一位漂高的女士让你颇想与她共舞一曲，可惜“她”的身边已经有个“他”。如何实现这个心愿而又不得罪那位护花使者呢？你不妨试试对那位绅士说：“先生，你的舞伴真漂亮，如果您不介意，可以请她跳曲舞吗？”

当然，赞美对方并不是美言相送，随便夸上两句就能奏效的，如果方法不当反而会起反作用。在赞美对时要恰如其分，切忌虚情假意，无端夸大。不论如何，作为一个销售人员或者是销售经理，时时要记住，赞美别人是对自己最有利的办法。对下属的表扬比批评更能激发下属提高工作质量。如果你不是想炒掉谁的话，表扬是最好的提高工作效率的办法。

接近客户的要项 A-I-D-M-A-S

发布人：圣才学习网 发布日期：2010-10-27 17:10 共 5 人浏览[大][中][小]

第一，Attention 快速地进入，通过寒暄进入主题并表现你的专业水平，让客户对你的第一印象就感觉到非常不错，这叫做引起注意。

证等，有这也需要一定的过程，如果此类情况属实，则也会有希望；

 4、此客仅是想收集样品，已经找到了更好的替代品或将您的样品放入他们的档案做收集资料并无其它意思，故会找借口来搪塞你，无任何希望；5、可能你的样品是比较满意的，但相关的交易条件令人不满意，有些客户不会说。因他要样品也不只你一家。

总之，碰到这样的事，则要有耐心，能有订单则最好，若没有，也很正常。但你要努力去跟催客人的情况，以求得到最好的效果。如果本次不成功并不意味着没有希望，经常保持与客户的联系和沟通，如果他是最终客户可能在经后的接触中会另外选择您。您要做好您的潜在客户资料档案

分享 B

对于一些小客/新客，我建议可向客人说明我们很乐意随时免费推荐最新潮的产品款式给他们，以吸引更多的客户和生意。但我们又面临负担大数目快递费用的困扰。如果客人愿意为我们分担快递费的话（例如提供到付账号），将是对我们工作极大的支持。这样我可以多推荐一些有新意的样品给客人。当然，为帮助客人节约快递费，我们推荐新东西给客人都会从实用性考虑，在寄出之前都会通知客人（照片给客人看），客人看过确定需要后才寄出。我想这种方式对于一些真正有意开拓生意的客户会有一定的效果。而对于那些大客老客，尽管他们每年和我们的生意额很大，我一般还是会出以下这封信件给客户的。

Dear Sirs,

Firstly thank you for your continuours supports in the past years, we wish both business snowballing in the coming years.As per the summing-up made by our financial department in the last half year, the statistics showed that we had a very heavy burden on sample cost, Just as you know, during the past years we supplied the small qty samples to our customer free of charge, in this way, we not only had to pay the samples cost in our factory, but also pay for the postage to express courier, such as UPS, Fedex, however, our profit is getting smaller and smaller, Under the above-mentioned situation, we find it is getting difficult to run business in this way. In order to solve this matter in a reasonable way, we hope our customer could help to share the cost by paying the postage, So could you please inform us your account number of UPS or Fedex or other express by return? So that we could send samples by your account number, while we will supply the samples which are free of charge in normal small quantity as before.

We believe this will do favor to develop the business between us, most of our customers is doing in this way now, we sincerely hope it will be also workable to you. Please kindly comment the new way and advise us your A/C no. Thank you for your cooperation.

Looking forward to hearing from you soon 客人收到此信后，就算还是不肯负担邮费，也会不再是随

等；

(5) 经营能力，每年的营业额、销售渠道、经营方式以及在当地和国际市场上的贸易关系等。此外，对客户资信进行调查后，应建立档案卡备查，分类建立客户档案。总之，要善于利用不同类型客户的长处，为我服务。

客户资信调查的途径

客户资信调查的途径：

(1) 通过银行调查，这是一种常见的方法，按国际习惯，调查客户的情况属于银行的业务范围；在我国，一般委托中国银行办理。向银行查询客户资信，一般不收费或少量收费；

(2) 通过国外的工商团体进行调查。如商会、同业公会、贸易协会等，一般都接受委托国外厂商调查所在地企业情况，但通过这种渠道得来的资信，要经过认真分析，不能轻信；

(3) 通过我驻外机构和在实际业务活动中对客户进行考察所得的材料，一般比较具体可靠，对业务的开展有较大的参考价值。此外，外国出版的企业名录、厂商年鉴以及其它有关资料，对了解客户的经营范围和活动情况也有一定的参考价值。

客户关系建立的途径

客户关系的建立。建立国外客户关系，一般可通过以下渠道：

(1) 自我介绍。通过查阅国外出版的企业名录、报刊杂志的广告、以函电或发送资料的方式，自我介绍建立关系；

(2) 请国外银行介绍客户；

(3) 请国内外的贸易促进机构或友好协会介绍关系，如我国的贸促会也办理介绍客户的业务；

(4) 请我驻外使馆商务处或外国驻华使馆介绍合作对象。一般讲我驻外使馆对当地主要厂商的经营范围、能力和资信较为熟悉了解；

(5) 通过参加国内外展览会、交易会建立关系。这类活动的优点是能和客户直接见面，联系的范围广；

(6) 利用国内外的专业咨询公司介绍客户。国内外都有许多专业咨询公司接受委托代办介绍客户，他们的业务关系中有许多具有一定影响、专业经验和能力的各种类型的客户，请他们介绍客户，一般效果较好。

(7) 利用电子商务网站获取客户信息。