



识别客户真实需求，匹配公司产品，明确盈利点

确定客户需求后，需要向客户介绍自己的产品/方案/服务

- 我们提供的产品/服务有哪些基本属性?
- 相比较竞品 (如果有) ,我们具备哪些领先的优势?
- 我们的产品/服务可以给客户带来哪些好处?
- 什么可以证明我们的优势?客户案例、证书、排行

收场，主要目的在于获取客户承诺，以便后续拜访。

访后记录
每沟通完一名客户，应当为客户在CRM中建立完善的资料档案，并安排客户服务计划。

- 对销售主管：将更清楚每一名销售的实际跟进情况
- 对销售人员：可以形成有效记忆，记录后续拜访安排，持续跟进客户
- 对其他部门如设计人员：方便查询客户信息，针对性做出方案设计
- 对团队：形成良性数据资产，销售离职时可以避免两眼一抹黑的情况