

# “新业务员成长计划”

## 培训教材



企业服务研究中心



# 目录

## 第一部分 了解工程销售

- 工程销售概况
- 建楼流程
- 涉及各方及其关注点
- 采购类型及应对策略

## 第二部分 工程销售操作流程

- 前期准备
- 寻找关键人
- 做好关系
- 决胜招投标

## 第三部分 注意事项

- 报价问题
- 收回款注意事项
- 交付货注意事项
- 售后问题

## 第四部分 人脉拓展

- 拓展人脉的方法
- 拓展人脉的技巧
- 线下活动的技巧
- 怎样找到自己适合人脉



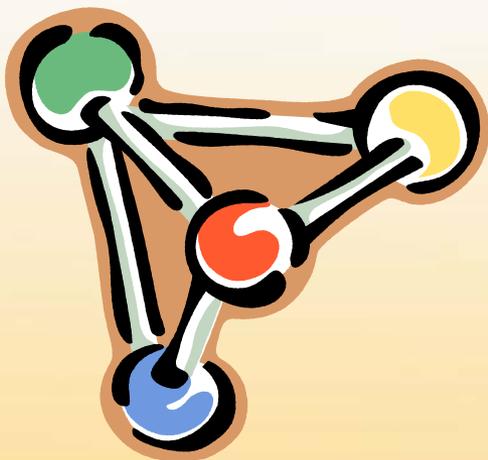
## (一) 工程销售概况

### 1. 工程市场特征分析

- 1、**“关系”是第一生产力**：因为工程销售采购量大，竞争激烈，选择熟人或信任的人合作，就可能会降低风险
- 2、**高风险**：销售周期很漫长，风险也随之增大，赊欠、坏账、拖款、公关费用高等
- 3、**采购比较专业**：普遍比较关注关系、性价比（质量、性能、价格）、服务、认证、样板工程等，对品牌、广告敏感度要远远弱于民用市场，理性程度高于民用市场
- 4、**决策模式错综复杂**：决策者、把关者、影响者、购买者、直接使用者、最终使用者相互分离，甲方、乙方、设计方、监理方及各方内部相互制约影响。但总体来说，**谁出钱、批钱，谁最重要！**



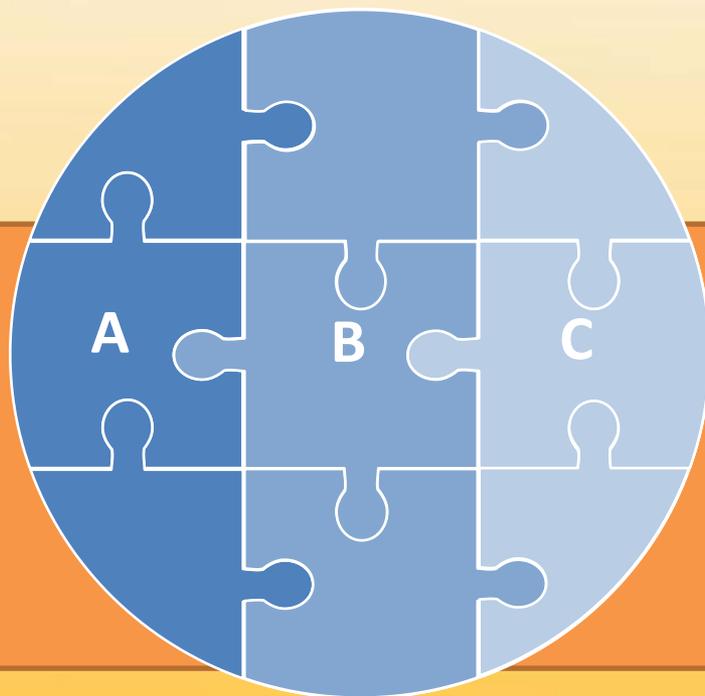
## 工程销售培训



## 2. 工程市场分类

### A. 业主

甲方自采自用工程  
对性能、质量关注度  
较高，容易接受新材  
料、高端材料



### B. 开发商/发展商/投资商

甲方采购的商业工程（以盈  
利为目的的工程）

对成本、价格的关注一般  
要高于对质量性能的关注

### C. 总承包商

乙方工程市场（乙方包工  
包料的工程市场）

只要能交差验收，越便  
宜越好



## (二) 建楼流程

### 工程筹备

- 做好调查研究确定一个项目的基本情况（选址，项目类型，投入资金...），进行可行性研究，然后拿到项目资料到政府相关单位进行审核报批
- 进行设计招投标操作，从而确定设计方

### 勘察设计

- 获得批准后正式立项开始前期的实地勘察和详细图纸的规划设计
- 整理出详细的项目资料进行项目施工、监理的招投标操作，从而确定施工方、监理方
- 进入基础施工阶段，进行主体施工所需材料的招投标操作，从而确定主体施工的材料商

### 主体施工

- 准备主体施工所需设备及材料，各单位进场开始进行打桩地基建设，由施工单位进行主体施工的各项工作分配及计划实施，监理单位监督工程施工安全，完成进度及质量，确保工程主体施工如期完成并验收通过

### 设备安装

- 采购相关设备安装材料，进行包括电气，给排水，消防，暖通等设备的安装

### 装修装饰

- 按照确定的装修设计方案，提前进行相关设备及材料的采购，然后由装修施工队进行施工作业，完成后进行验收

### 绿化竣工

- 对所在楼房周围环境进行清洁绿化操作，或者做一些园林景观
- 在工程整体验收通过后，投入使用前对楼房进行测试使用



## (三) 各方人员及关注点

### 1. 甲方（决策者）

**定义：**一般是出资方或投资方,也就是经营的主体,处于主导地位,简单说就是出钱的老板。也可请人代为负责管理工程项目,即代建

**类型：**业主、开放商、发展商、投资商、代建公司

**关注点：**品牌和质量及服务

**愿景：**花最少的钱做最好的工程,消除回扣

### 2. 设计方（专业角度推荐材料）

**定义：**设计房子,做方案的人。由甲方出钱通过设计招投标聘请。

**类型：**建筑设计师、结构工程师、暖通工程师、给排水工程师、电气工程师、设备工程师、室内设计师,机电、机械、幕墙、规划等设计师

**关注点：**注重品牌和利益

**愿景：**希望工程按照自己设计的方案如实完成。对业务员不是太感冒,只是有时候会去咨询一下当前材料行情



## 工程销售培训

### 3. 施工方（影响人）

定义： 施工方也叫承建方即盖房子的人。由甲方出钱通过施工招投标聘请

类型： 总承包商，消防、照明、装修等各分承包商

关注点： 一切只为利润

愿景： 少做事多赚钱甚至于偷工减料

### 4. 监理（有否决权）

定义： 由甲方出钱通过监理招投标聘请。监督施工方的工作（进度、质量、安全），保障甲方利益

关注点： 质量和安全

愿景： 希望工程安全地按时按质按量完成，也希望得到施工方的好处





## 工程销售培训

- ◆ **代建公司**：业主委托一称为建设经理的人/公司来负责整个工程项目的管理，包括可行性研究、设计、采购、施工、竣工试运行等工作，但不承包工程费用
- ◆ **勘察**：指根据建设工程的要求，查明、分析、评价建设场地的地质、地理环境特征和岩土工程条件，编制建设工程勘察文件的活动。勘察单位是受甲方所托，从事勘察作业的单位，一般在工程设计之前
- ◆ **招投标**：协助甲方找到合适的设计方、施工方、监理方和大型的设备材料供应商的单位



### (四) 采购类型及应对策略

- ✓ **甲方指定品牌、甲方采购：**采购行为相对规范。此种相对公关较为简单，找准甲方采购关键人，靠品牌、品质、价格、服务获得认可，并可邀请来我厂参观、做好参观人的公关工作，并对关键采购人进行差异化的公关，从而获取合作。
- ✓ **甲方指定品牌、乙方采购、乙方负责货款发放：**此种方法，既要做甲方采购关键人的工作，获取甲方认可和推荐，又要做乙方工作，靠品牌、品质、价格、服务获取乙方认可，若有需要，要对乙方关键采购人进行差异化公关。此种方式确保货款顺利回收的前提是要合理处理好甲、乙方关键采购人关系。否则货款很难回收。
- ✓ **甲方指定品牌、乙方采购、甲方明确某项材料款数额标准，并监督乙方采购相匹配的品牌：**此种方式，既要做甲方采购关键人的工作，获取甲方认可和推荐，又要做乙方工作，靠品牌、品质、价格、服务获取乙方认可，若有需要，要对乙方关键采购人进行差异化公关。此种方式确保货款回收的前提是务必处理好甲方关系，有了甲方的认可，乙方无论在价格、配送、货款支付方面都会很好配合。
- ✓ **甲方将材料全部总包给乙方，乙方自行采购，处理方法为：**对乙方采购关键人进行公关，形成某种利益合作伙伴，这样比较容易获得合作。
- ✓ **乙方定品牌、乙方下面的施工承包队自行采购：**承包队支付货款。此种方式，合作关键点在于：获得乙方的认可或者能跟乙方采购关键人形成某种利益合作伙伴关系，又要获得施工队老板的认可。



# 目录

## 第一部分 了解工程销售

- 工程销售概况
- 建楼流程
- 涉及各方及其关注点
- 采购类型及应对策略

## 第二部分 工程销售操作要领

- 前期准备
- 寻找关键人
- 做好关系
- 决胜招投标

## 第三部分 注意事项

- 报价问题
- 收回款注意事项
- 交付货注意事项
- 售后问题

## 第四部分 人脉拓展

- 拓展人脉的方法
- 拓展人脉的技巧
- 线下活动的技巧
- 怎样找到自己适合人脉



## (一) 前期准备

### 1. 找项目

**工程信息网站：** 轻松快捷、量大、筛选方便，但需付费

**扫街：** 耗时耗力、效率低下、还可能会吃闭门羹

**熟人、老客户、人脉介绍：** 量少但质优，成单率高，但新业务员人脉少

**政府，设计院等部门：** 量不稳定、需要长期的合作关系基础和时常跟进联系

**其它媒体及展览展会等：** 量少、信息少、时效低



# 2.前期电话沟通

**首**先在拨通电话之前一定要对项目及联系人有基本的了解（通过各种方法，越详细越好）

## 电话沟通中的注意事项

- 直抒来意，不要说太多（言多必失），也不要说一些无关痛痒的空话套话，这样会使他感觉在浪费他的时间
- 把自己公司及产品的特点及优势讲出来让他了解，有成功的案列更好，可以发资料给他
- 当问到一些技术或细节问题时，懂就是懂不懂就是不懂，切忌支支吾吾语无伦次，这样会使人感觉你不靠谱
- 因为联系他的人会很多，所以你要加深他对你的印象，可以通过各种途径多联系交流几次，但一定要向他表明你的目的或是找借口问：资料收到没有
- 在整个交流过程中都应该始终保持不卑不亢的语气，尽量做到谦虚礼貌

**电**话沟通结束后，就应该把你了解到的所有信息都记录下来，以备后用



# 3.各阶段工作计划

**通**过信息收集和电话沟通后，大体上对工程项目有了一定的了解。这时就应该及早的制定好之后的各个工程阶段的工作内容及重点

- 1、设计阶段：与设计方进行有效沟通，争取将产品设计到方案中并上图；
- 2、密切关注工程进展动态，不同产品需要找到自己最佳的跟进时机，找到项目的关键人、内线、做好攻关铺垫。
- 3、如果要招标了，需要提前做好标书，了解竞争对手的标书状况，甲方的关注重点等，根据这些情况做出突出优势，区别于竞争对手的标书方案。
- 4、适当时机，要邀请采购方来公司参观和样品测试，增加信任度。一路上要尽量陪同，打消顾虑，做好关系。



## (二) 寻找关键人

### 1. 初次见面的准备

**基本礼仪：** 穿着不一定非得要多么正式，但一定要整洁；表情一定自信，微笑，让别人看到你的真诚；要做到不卑不亢，文明礼貌；正视对方

**资料的准备：** 包括样品、样本、样本工程、产品资料、成功案例等的相关资料

#### 谈话中的注意事项

1. 谈话的内容要有针对性，针对不同层级不同岗位的人谈不同的内容
2. 不轻易的否定对方的观点
3. 注意观察每个人物的着装、性格、爱好及周围的环境，以备后期公关之用
4. 要有意识地留意竞争对手的情况
5. 赞美客户，在不同的场合和时机



## 2. 各方的关键人

- 甲方关键人： 老总、项目经理、技术部负责人、采购主任
- 施工方关键人： 总承包商、各分承包商、项目经理、采购主任
- 设计方关键人： 总建筑设计师、总结构工程师、各分项目设计师及工程师

### 寻找关键人

- 1、常在工地办公的人（直接到工地上去找）
- 2、不在工地现场办公的人
  - ①要到办公室所在地去找
  - ②通过各种途径获取联系方式预约拜访
  - ③到他们经常出入场合，守株待兔
  - ④找到他们的家庭住址，直接登门造访



# 3. 甄别确定关键人

## 从谈话中甄别关键人

- 1、听取对方的自我介绍。有很多直爽一点的客户往往会很直接的告诉你这个项目就是他在负责。
- 2、轻描淡写的询问其他人员。“说真的，我真觉得咱们张总这人挺有魄力的，这事不会就是他说了算吧？”这种问句一定要轻描淡写地问，以便让被问话的对象感觉不到你问此话的真实意图。
- 3、仔细而认真的询问本项目要走的流程，即哪个部门为使用部门，技术上由哪个部门出具最终意见，哪个部门负责采购等等，当然，对方的回答可不会这么明确这么有条理，他会很快的简单说一下，这时一定记住他的原话，之后好好的琢磨一下，把对应关系划上等号，然后把所涉及的部门名称和他们具体人员的名片加以对照，相信会有一个比较清楚的结果出来。

## 确定关键人的方法

- 1、通过业务员搜集的信息可以直接确定，但需要公司经理帮你指导确定
- 2、跟踪过程中通过多方面的接触，大家都提到的人
- 3、通过接触现场的人了解到他们经常打电话请示的人
- 4、敢于向你要价格的人
- 5、经常陪在老板身边的人
- 6、可以通过一些其他材料供应商了解他们所找的关键人
  - ①在工地上和其他材料供应商关系非常好，走得非常近的人
  - ②材料供应商圈子里的人
  - ③经常出入工地跟各个方面都有关系的人



## (三) 做好关系

做业务首先是做朋友，关系打好了业务就自然不在话下

- 一定要做到知己：自我（能力、性格、技术…）、公司（实力、资质、人员…）、产品（质量、档次、型号规格…），知彼：对方的性格、地位、心态、关注点、兴趣、喜好，知道了这些只要投其所好，关系就好做了

### 细心观察

- 人物的观察：年龄、穿着、饰品、行为
- 环境的观察：装饰风格、书架、盆景、花鸟鱼虫、古董
- 交流的观察：面部表情：起嘴角、摇头、点头，说明他在听，并已经有兴趣；肢体语言：身体前倾，或针对你的话题提出问题，说明你已经引起了他的兴趣；行为方式：对方手扶下巴或虽然看着你但眼神不集中，做其它的事情，说明他对你说的不感兴趣



# 做好关系的技巧

- 找他感兴趣的话题：从对他的穿着打扮，语言行为，办公环境来判断
- 吃人嘴短，拿人手短：适时地送礼或请吃饭
- 制造感动：有意地制造意外从细节上感动他，例如：生病探望，生日礼物祝福
- 多与其家人或周围的人进行沟通：为自己营造一个良好的环境，也能得到一些有用的信息
- 了解他工作，生活中所遇到的困难，帮助他解决问题
- 融入他的圈子中去：让他感觉你是自己人，融入了就能近距离的接触
- 营造生活气氛：有利于谈判的顺利进行，找出他的感情脆弱点，可以找到突破点
- 找到共鸣点：说话一投机，就能得到对方的好感，得到他的帮助



# 后续跟踪

**首**次交流获得预期效果后，继续跟进，适时的转换角色，做好关系投入感情，并时时分析对方的心理变化，及时调整策略。

这时你应该详细掌握以下情况，为以后的决策做出判断

## 1. 项目的进度安排

这是你在项目中前期做出所有行为决定时最为重要的依据，拿到准确的项目进度安排后，确定你的事务日程表，这样可以帮助你节约签单的成本和精力

## 2. 项目的预算

非常非常关键的一个问题，不下点功夫很难确定准确情况。如果你的价格超过预算，东西再好别人也不会选用

## 3. 采购形式

最有利也是最吃亏的方式就是不用招标，几个人随便一讨论就定下了。说它是最有利的，是指只要关系做到位，没什么突然的变数的话，安心等待签合同就好了。说它最吃亏，是指决策过程可变系数极高，看似牢不可摧的形势往往会因为领导的一句话或者别的一个很荒唐的因素就被搞垮了。比较正规的采购形式包括公开招标、邀标和议标。每种形式在每个项目中的规定细则可能不尽相同，但主要内容相差不大。详细的内容会在后面讲到

## 4. 决策人员的组成

确定各方关键人员的定位，列出组织结构图，便于后期的攻关决策

## 5. 竞争对手情况

也是一件非常重要的事情，如果能够准确的掌握竞争对手的情况，将使自己的准备工作变得更有针对性，主要从技术层面和非技术层面去了解。详细的内容会在后面讲到



# (四) 决胜招投标

## 1. 了解竞争对手

了解竞争对手可以通过长期的与客户打交道的过程中有意识地去观察分析，也可以从其它的材料商处获取相关信息。还有另外一种方法就是通过做好的客户关系，从自己安插的“内线”那里了解到更多更详细的竞争对手信息

- 具体的竞争对手信息分为技术层面和非技术层面的
- 技术层面的了解一般来说不需要通过客户，可以从你的老板那或者项目经验比较多的同事那里做一些了解，包括：竞争对手人员情况、竞争对手公司的整体实力及市场策略、竞争对手做过的历史案例、产品特征及服务
- 非技术层面主要指的是竞争对手的客户关系情况。不过要想准确的抓到这方面的情况没有那么容易，要在自己已经处理妥当的客户关系上多下功夫，问一问对手的关系已经走到哪个层面上了，另外通过自己的观察以及关键人物对自己的态度上去琢磨

了解之后一定要拿自己的情况与其做比较，知道哪些地方是自己的优势，哪些地方是劣势的，哪里是自己的独特卖点等等，这些问题很关键，了解清楚之后，再配合上你做的客户关系，就可以在招投标中形成一种对你非常有利的形势



# 2. 投标前的准备

## 基本礼仪

穿着要得体、整洁、最好系领带，在投标现场要严肃、稳重，切忌高谈阔论，尽量不要抽烟，手机调至振动或关机，注意聆听甲方的要求

## 标书的制作

制作标准：信息量齐全；脉络清晰；大方美观；针对性强

- 公司介绍
- 公司各种认证资料
- 产品的认证资料
- 针对该工程的产品介绍
- 主要供货产品与其他品牌的比较表
- 售后服务承诺
- 成功工程案例（照片）
- 报价表（报价要合理）



# 3. 招投标类型及应对策略

## 暗投

- 甲方有关人员已被我方公关，为了让其对上级有个交待。我方投标时应该考虑到甲方、甲方有关人员、乙方的相关利益，在报价方面，结合甲方有关人员提供情况，给出较合适的价格
- 在投标结束后，要与甲方有关人员保持一定的距离，以免引起甲方不必要的猜疑，同时做好乙方的工作，安抚他们的情绪
- 工程供货完后，要及时兑现给甲方有关人员的承诺。

## 邀标

- 该工程毫无希望，我方只是作为品牌厂家礼节性地受邀参加
- 该工程投标工作作为一项很正规的程序，不但我方难做，其他厂家也不好做，参与投标有希望中标
- 不管怎样，都要有整体动作的大局观，不管有无希望中标，既然受邀请，就要作为一项重要的工作来做。

## 公开投标

这种情况看似正规，实际上前期的攻关工作也是必不可少的。但因为是多家材料商面对面的较量，所以对投标员的素质及技巧有一定的要求



# 4. 投标技巧

- 1.造势：**首先要在气势上压制别人，一个工程往往有很多厂家都在“狼视眈眈”。所以工程投标中，一定要“狼性十足”：有咄咄逼人的气势
- 2.抢占先机：**要善于抓住机会，就座时千万不要谦虚，一定要想办法抢坐到靠近工程方的位置，避免第一个发言，出现问题就挽救不了，让别人先发言，自己可根据工程方的反应调整思路
- 3.说话的艺术：**投标时，工程方往往会提出一些技术上的问题或是一些额外的要求，我们要根据实际情况，适时回答“有”、“可以”、“行”，千万不要说“no”
- 4.介绍产品：**因为时间有限，所以产品介绍时一定要简明扼要，突出重点
- 5.评价产品：**既要强调自己品牌的优势，又要适时点出其他品牌的不足
- 6.报价：**多列出几种报价方案，根据现场情况临场选取
- 7.有备无患：**投标前最好备好几份针对该工程产品的合同书，把相关内容填好，一旦中标，就可在现场立即签字、盖章，避免之后甲方“变卦”



# 目录

## 第一部分 了解工程销售

- 工程销售概况
- 建楼流程
- 涉及各方及其关注点
- 采购类型及应对策略

## 第二部分 工程销售操作要领

- 前期准备
- 寻找关键人
- 做好关系
- 决胜招投标

## 第三部分 注意事项

- 报价问题
- 收回款注意事项
- 交付货注意事项
- 售后问题

## 第四部分 人脉拓展

- 拓展人脉的方法
- 拓展人脉的技巧
- 线下活动的技巧
- 怎样找到自己适合人脉



# 一、报价问题

**时机：** 只有当跟进工作进入一定程度，甲方有初步意向后方可报价；只有在充分了解了竞争对手的产品及报价和客户充分了解了公司的产品价值、费用水平时再单独面对关键人物进行报价

**回扣：** 报价范围根据甲方实际承受情况而定必须留有足够的回旋空间，以便乙方能有一定利润，同时还需考虑甲方回扣和可谈空间及其它应承的回扣部分

**对象：** 一般先报甲方，后报乙方，给甲方高报，给乙方低报

**差异化报价：** 从品牌、质量、价值及服务入手重视价值竞争，避免价格战。

**其它：** 尽量不要在有第三者在场时报价；尽量采用书面单价形式报价，另外，工程报价应有正规文本，尽量不要用价目表简单下浮；报价切忌“反复无常”，要注意第一次报价和最后定价，落差不要太大



## 二、交付货注意事项

在供货之前签订合同时，一定要对交货期、交货地点、付款方式、付款时间、违约责任，法律纠纷解决方式等等清晰地列出，以免产生纠纷不易处理

- ✓ 签订合同后，订货时应详细审核货物数量、型号、规格、安装方式等并详细记录
- ✓ 送货时必须带着合同和送货单、验收单详细审核并记录
- ✓ 所有货物送达现场后须甲方验收、库管验收，检查是否有货物损坏或丢失
- ✓ 交货日期要算好，考虑实际情况和自然环境，最好预留2-3天的机动时间交货。
- ✓ 做好货物的抽检和签收，要求有责任人，货到后要亲自跟踪，对验货签收时要核对数量、外观质量抽检并保留原始单据



### 三、收回款注意事项

所有的款项中一般包括：预付款、货到支付款、工程完工付款及后期的质保金  
这其中的支付比例都是可以谈的，不过在签订合同时一定要将它们写清楚  
在违约条款里，一定要加上“货款如未按时支付，付百分之多少的违约金”借此  
来约束对方，按时支付工程货款

- ✓ 收款是项目运作中非常重要的环节，应该引起重视
- ✓ 严格执行合同条款，提前做好铺垫，让对方看到你的决心
- ✓ 合同履行过程中，也可以按实际情况进行协调收款，随机应变
- ✓ 关键环节、人物需要介入相关关系及公关手段



### 四、售后问题

售后是项目运作的重要部分，关系到公司的形象也关系到以后再次合作的可能性，做好售后服务也有利于项目资金的收回

- ✓ 为了增加对方对我们产品的了解，增强其使用信心，我们可以与甲方单独签订售后服务条例。但是不能盲目的接受对方的要求，要是后面解决不了的话既失信于别人又损坏了公司的形象
- ✓ 在产品安装使用阶段，可以定期到工地与安装人员聊一聊，搞好关系，以便在产品出现质量问题时，能及时得到解决
- ✓ 工程结束后应该适当回访，有问题及时帮助解决，对投诉进行妥善及时处理
- ✓ 向对方提供保养维护方案、做好日常的维修保养等等



# 目录

## 第四部分 了解工程销售

- 工程销售概况
- 建楼流程
- 涉及各方及其关注点
- 采购类型及应对策略

## 第二部分 工程销售操作要领

- 前期准备
- 寻找关键人
- 做好关系
- 决胜招投标

## 第三部分 注意事项

- 报价问题
- 收回款注意事项
- 交付货注意事项
- 售后问题

## 第四部分 人脉拓展

- 拓展人脉的方法
- 拓展人脉的技巧
- 线下活动的技巧
- 怎样找到自己适合人脉



## 拓展人脉的方法

### 线上

- 1.qq群（例如天工网的行业qq群联盟）
- 2.各种大众社交网站，如：qq、微博、人人、开心网等等
- 3.建设行业垂直专业网站
- 4.针对业务员及销售人员的专门论坛

### 线下

- 1.线下活动（例如天工网的同城活动）
- 2.建设行业展览展会
- 3.建材交易博览会
- 4.行业聚会，老乡会等等
- 5.跑设计院、甲方、施工方、政府等等
- 6.同事、老客户、行业朋友等自身周边人脉



### 勇于开口

- 人脉资源来自于个人的工作、学习以及生活圈。如果你是个有心人，时时刻刻都有拓展人脉的机会。要敢于向陌生人说第一句话，把握结交朋友的先机。

### 善于微笑

- 建立人脉的不仅可以主动出击，也可以采取被动式。因此，你就需要将笑容挂在脸上，让别人不拒你于千里之外，让对方来主动接触你。

### 乐于助人

- 拓展人脉，结交朋友，要乐于助人，要学会雪中送炭，让对方知道你是个可以信赖值得珍惜的朋友。同时乐于助人，还可以让你通过朋友认识更多的朋友。

### 善于倾听

- 结交朋友，不仅要会将自己的快乐与他人分享，同时也要学会倾听。当他人有喜悦与你分享时你要会倾听；当朋友有烦恼与你述说时，你更要坐下来倾听，帮他分担烦恼。让对方觉得你是不可多得的朋友，可以更好地融入到他的朋友圈中，已建立更广泛的人脉。

### 定期联络，人脉也需要维护

- 随着你的人脉不断扩张，以及工作学习等客观因素限制，你或许会和某些人的接触越来越少。因此就需要对你的人脉进行梳理和维护，可以通过聚会、聚餐等形式定期和你的朋友保持联系。



- 虚心的学习心态，向资深前辈请教
- 诚实守信的真诚表现
- 抓住机会成为活动承办团队一员
- 大方，乐于分享
- 打开自己，善于倾听
- 积极主动，乐于助人，做些力所能及的事
- 做好上台演讲的准备
- 参加活动前准备：为什么来？



- 资源互补的人
- 性格，价值观等各方面适合你的人
- 相互认同
- 提前准备，注意观察，聆听
- 主动表现自我（演讲，...）
- 打动别人，让别人体会到你的诚意
- 积极主动，做好记录，多与跟进同类项目或关键人的其他材料业务员联系
- 多找到适合跟自己合作（老乡、校友、其他新手等）的人

祝各位早日成为一名优秀的销售人才

**THANK YOU !**



企业服务研究中心