# 2024年电话业务交流心得 电话沟通心得(三篇)

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-07-01

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。电话业务...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**电话业务交流心得 电话沟通心得篇一**

跟单是英文walkthrough的直译,意思是从业务的起始一直到业务的结束——一般都是到财务做帐结束——一整套业务流程。跟单就是跟着这些已经发生的业务所留下的证据——各种证据、单据、报表等——对业务流程进行重复模拟。

2、跟单员的定义(documentary handler)：

跟单员是指在国际贸易过程中，根据已签署的商务合约中有关出口商品的相关要求，代表公司选择生产加工企业，指导、监督其完成生产进度以确保合同如期完成的专职人员。(不能兼职，替代)所有围绕着订单去工作，对出货交期负责的人，都是跟单员。

3、跟单员的工作内容

跟单员的主要工作是在企业业务流程运作过程中，以客户定单为依据，跟踪产品(服务)运作流向并督促定单落实的专业人员，是各企业开展各项业务，特别是外贸业务的基础性人才之一。

4、跟单员工作的重要性

面对客户、面对订单开展工作的跟单员，在当今社会竞争日益激烈的市场经济环境下，重要性不断突显出来，在很多公司，跟单员成了老板们的“特别助理”。跟单员是企业与市场、业务员与客户之间联系的纽带，随着商品市场的多样化、小批量化以及节奏的加快，跟单员工作质量的好坏直接影响公司的服务品质和企业形象。

跟单员工作是一项非常“综合性”和“边缘性”的“学科”：对外要有业务员的素质，对内要有生产管理的能力。作为一个企业的接单、跟单、出货的窗口，跟单员不了解工厂生产环节的运作情况，那是难以想象的。在订单的生产来说，执行者是生产部门，跟单员对客户负责而追求的交期达成率就几乎“掌握在”生产部门的手里了。于是，沟通、跟催等能力就特别致命。这是跟单员工作的挑战性所在。有些时候，跟单员是业务经理的助理;有些时候，跟单员是业务部门所有业务人员的助理;有些时候，跟单员是老板的助理;更多的时候，跟单员是客户的助理。

二、对公司跟单岗位的认识

1、跟单岗位的工作内容

我公司的跟单岗位的工作内容包括：合同的制作、指令的制作下发、装船通知的制作、箱单和发票的制作、单证(植检证、产地证、提单等)的核对、单证的寄出、货款的回收;与客户及时的联系，通过邮件、电话或者传真的方式向客户提供有效的信息(装船通知、dhl号码、货物运输状况等)，根据贸易方式及时的催款;与销售经理及时沟通，每天更新工作序列表格和电子表格，向销售经理提供有效的信息(生产进度、客户提货和付款、客户要求)，按照销售经理的思路制作合同和指令;与同事及时的协调，和单证方面确认植检证和产地证，和海运方面确认船期，和货代方面确认提单。

2.如何更好的做好跟单工作

在做跟单的工作中对每一个环节都必须保持仔细，仔细，再仔细的的工作态度，因为如果我们在工作中出现的每一个失误都会带来非常多的麻烦和损失，例如我们在确认产地证，质检证，提单的时候出现失误，就会给公司带来一些不必要的损失，如果我们在做发票时出现数字上的错误，那么带来的损失将是不可估量的。所以在我们今后的工作中一定要做到认真，细致。

为更好的做好跟单工作我认为要从以下几个方面入手：

1)熟悉客户。熟悉我们客户的要货情况及其规律，如某个客户喜欢要什么样的货，什么规格的，有什么特殊的要求等等，这都是我们跟单必须了解并熟悉的。

2)深入了解产品知识。只有我们更好的了解我们的产品才能更有效的工作，减少一些低级的失误，如多少公斤的苹果装什么规格的，在一个集装箱里可以装多少箱，以及这个集装箱内的温度和通风，这也是我们必须要了解的基本常识。

3)合同与指令。当我们在做合同的时候一定要与销售经理多沟通，如客户所要货物的规格，重量，金额和船期。确保无误后再给客户发过去。在做指令的时候也是尤为重要的，指令上的每一项都要认真仔细的填写，因为公司的全体员工都是围绕我们所做的指令来工作的所以更不能有丝毫的失误。

4)在确认单证方面。我们一定要了解到单证对客户的重要性，可能在我们看来一个不起眼的错误到了我们客户那里将是一个非常的麻烦，甚至直接影响到客户的正常提货，所以也必须做到准确无误。

5)在做箱单，发票方面。在我们得到产地证的时候我们就可以做箱单发票，做好以后先放好，在给客户寄单证以前每天检查几遍，这样可以非常有效的减免失误率。

6)在给客户寄单证方面。当我们准备好客户所需的单证后，在确认可以给客户发件时更要慎重，根据我们客户的付款条件，有的客户我们可以直接发件(如dhl/tnt)有的客户则需要我们通过银行发件，在做银行发件时我们需要做一张《出口托收委托书》交与银行，其间一定要将代收行和付款人以及托收金额准确无误的填清楚再交与银行。

7)对货款及单证，货物的跟踪。我们每发走一批货，寄走一套单证都要及时的跟踪直到收到客户的货款，才算是完成了这一票的跟踪。

加入\_\_公司也有三个月时间了，回想起来时间过得还挺快的，从鑫帮来到\_\_感觉两个公司的工作模式有蛮大差异。不论是产品的专业知识还是管理与工作氛围都有很大区别。前一个月都感觉自己没有进入状态，找不到方向，每天都不知道要做些什么事，在\_\_领导的几次会议上，经过相互讨论与发言提建议，针对具体细节问题找出解决方案。

通过公司对专业知识的培训与操作，这才让我找到了方向感，慢慢融入到了这种工作环境与工作模式，后面的工作时间里我每天都过得很充实，从打样与接待客户是陆续不断，虽然附出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信，付出总会有回报的。努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望。成功是给有准备的人。

在\_\_各位领导及各位同事的支持帮助下，我不断加强工作能力，本着对工作精益求精的态度，认真地完成了自己所承担的各项工作任务，工作能力都取得了相当大的进步，为今后的工作和生活打下了良好的基础，现将我的一些销售心得与工作情况总结如下：

销售心得：

1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。

2、向客户请教。要做到不耻下问。不

要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。

3、实事求是。针对不同的客户才能实事求是。

4、知已知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所售产品非常熟悉了解，了解自己产品的优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自己与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势;才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。

缺点方面尽量少提，但是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足可以适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自己的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户去分析判断，建议客户通过实地考察。

5、勤奋与自信;与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自己，认同产品，先人品后产品。

10、注意仪表仪态，礼貌待人，文明用语。

11、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖水。

12、让客户先“痛”后“痒”。

13、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

**电话业务交流心得 电话沟通心得篇二**

很久以来，一直想写些什么，说些什么!自己做外贸的时间不算长，也不算短，属于半桶水又想晃两下的那种。特别是年前踏入论坛之后，越发有种冲动，想把自己懂得的和不懂的一起写出来，供大家一起探讨!

n年前的一个七月，一个莘莘学子从大学的校门踏出来了，怀着一股新鲜，一股憧憬，当年血气正旺的我毅然放弃了去银行工作的机会(财经类学校毕业，又有关系)，也放弃了去考公务员的想法，可能是受父亲的遗传(父亲一直以来就是一个商人，做过很多生意，只因时运不济，没能发达)，不过也幸亏父亲不是很发达，不然可能我连读大学的机会都没了，有可能早就坠落了，现在至少还算是个人吧!

5、说了那么多废话，进主题了--验货!先看单个产品的包装，是pb,还是pb/header,塑料袋的封口严不严，吊卡订的正不正，客人对订书针的位置有没有要求，对pb的材质有没有要求，pb袋上有没有印刷，印刷的内容有没有错误，要没要要求警告标，有没有要求upc码和货号标，有没有要求madeinchina等等，一定要注意与合同一致，所有与客人不一致的地方都要修改。看完包装以后看产品，拿出确认样进行对照，用目测的地方用目测，用工具的地方用工具，原则上是要同确认样一致!这里可能最麻烦的就是产品的品质上面出了点问题，如果严重的话那肯定是不能出货的，怕就怕的是哪些不上不下的货，出也可以不出也可以，这个时候就要凭经验来判断了，要根据客人的性质和对客人的了解来决定这批货的结果!如果自己没把握，多带几个出货样回公司，交给领导或者有经验的前辈来判断这批货的去留!

6、重复上面的3、4、5n次，直到你看的满意。

7、填写验货报告，验货报告也可以边验边填，写上验货结果，签上你的大名，然后叫工厂负责人签上大名。叫他们收拾残局，你则收拾包包，不要忘了东西哦!

大概的步骤就这些了，因产品不同可能步骤有所同，而且有很多环节也不一定会要的，象内盒彩盒之类的不一定是每个产品都要的!

验货三大宝----确认样，合同，还有最重要的经验，有些常识问题在合同中和样品不一定会出现的，因为太熟悉了，容易忘记了，而对于新人来说常识对他们来说可能根本不知道，所以新人验货还要多问，多学，多听!

**电话业务交流心得 电话沟通心得篇三**

“销售”是我们行业内谈论很多的话题，那么何谓销售呢?其实销售就是一个过程，一个介绍商品提供的利益，满足客户特定需求的过程。它更是一种积累，一种时间的积累，专业知识的积累，实战经验的积累，行业人脉的积累。

我们将负责这个过程的人员叫做业务人员或者销售经理，按不同的客户群体可以分为渠道销售、行业销售和终端销售等三种，当然还有网络销售和电话销售。不同的销售根据客户对象需要掌握不同的销售技能，主要通过电话沟通、网络沟通和面对面的沟通完成销售过程，其工作地点主要集中在电脑城内的各个柜台、店面及写字间内，通过将自己公司的产品销售给顾客为公司创造更多的利润，并让客户满意来实现自己的职能。

我把自己6年销售工作的经验总结为七个关键，拿出来与大家共勉。希望能帮助新的销售人员少走弯路，更快成长;希望对有经验的老销售也有启发，抛砖引玉，促进互相交流。

1.资料的搜集

内容：公司成立时间，公司主营业务，公司规模，公司盈利状况，企业法人年龄，资金状况，人员架构，老板个人资料(学历、年龄、个人爱好、家庭情况等越详细越好)，与上家的配合情况，公司的信誉，产品采购和付款流程，公司的近期设备功能或产品线需求，与竞争对手的接触情况和好感度。

方式：内部消息的掌握(掌握的信息最准切)，侧面了解(信誉，人脉，口碑，付款状况，公司实力)，网络查询(公司宣传手段，公司简介)。

2.资料的分析

企业法人如年龄非常大，常出现资金紧张，公司信誉不好，则需要着重考虑风险问题。掌握公司的人员架构有利于了解各自在公司的角色，知道谁负责决策，谁负责采购，谁负责付款，谁负责客户跟踪等，以便于有的放矢，针对性的展开工作，避免不必要的时间付出，提高工作效率。了解老板的学历、年龄、个人爱好则有利于找到共同话题加快与其建立关系的速度和成功率。

在进行人员架构分析三时可以采用卡片分析法或画图分析法，将决策层负责人、中间管理层负责人、基层操作层人员等用不同颜色进行标注，每张卡片或所画方框内写明每个层面负责人的姓名，职务，部门名称，采购角色，个人详细资料。将自己与所有部门负责人员的关系分为认识、熟悉、信赖、同盟几个等级，将各自的立场分为支持、中立、反对三种，然后针对性的展开工作(对行业销售来讲非常实用)

3.客户需求分析

掌握了客户的详细资料，分析了各层面人员担任的角色和相应的权限以及各自的立场还有每人，就要分析客户的近期设备功能或产品线需求，如客户通过采购产品需要实现什么功能，对产品有什么特殊要求，在什么地方环境下使用，使用对象，产品采购预算，售后服务等，根据以上情况确定自己产品符合客户需求的型号。当然也会遇到我们的产品不符合客户需求的情况，这样就需要展示个人能力看能否改变客户的采购计划。在需求分析中不能仅仅看到客户需求的表象而应看到内因，也就是客户真正想通过所采购的产品实现什么功能，记住客户的真正需求其实就是其燃眉之急解决。

4.产品价值体现

此项关键是说我们的产品能够客户带来什么?是产品拉力大能给客户带来更多的客户，利于此公司销售自己的其他产品;还是所销售的产品为海量产品利于提高其公司的知名度，是产品利润空间大，能给其公司带来更多的利润;还是产品质量好，让其公司省心，使客户放心;是我们的价格低有利于减少客户的先期投入，还是售后服务好避免客户购买产品后出现故障时无后顾之忧。 [1][2]文章来源：

个人转载本站内容，请务必保留上面文章来源信息!任何媒体未经许可不得任意转载!

5.人脉关系的确定和维护

维护代理商或者客户的关系关键是要保持“亲而有度，近而有疏”。如果关系太好就会出现对代理上队伍调整时就会出现狠不下心的情况，太疏远的话则无法和客户打成一片，当然也无法掌握他们真正的想法。千万不要让客户感觉销售你欠他情，如需对渠道进行调整我们用的最多的措辞应该是“根据公司领导的指示”、“根据公司的要求”，让客户感觉到是公司要调整，是业务需要调整，不是我们做销售的非调整不行，并且在调整之前打好招呼——“先礼后兵”。

在关系的维护总还需要讲求“有的放矢，投其所好，重视周边”。关系的维护这是一个长期性的工作，并体现在工作和生活的很多细节方面，对于客户决策层领导来说最关心的是现在的需求，希望迅速看到所采购产品功能的实现，也能引导客户的采购指标并说服采购，所以对决策层领导的关系最为重要。在对决策层领导做工作时，切不可随便采用一块吃饭、卡拉ok、洗澡按摩等低等打法，而应彻底了解其详细信息，从其喜好和最关心的因素入手，并充分利用其公司内其他部门人员，展开工作。但是这并不意味着与周边部门人员的关系不重要，相对于领导层来说，周边的部门的人员更容易接触，更容易得到真实信息，特别是他们对其领导有一定怨言时。

另外在处理行业销售的时候如果与竞争对手竞争同一个标单，而客户基本已经确定竞争品牌的产品时，我们是否在中标无望的情况下放弃单子呢?当然不能，自己公司即使中不了标也要积极地参与，因为毕竟参与就有机会，不参与则不可能有机会，因为即使这个单子中不了，客户在今后再采购产品时也会想到我们的，如果在前期中标的竞争产品的使用过程中出现合作不愉快地现象，我们的机会岂不来了?

6.价格的谈判以及交易过程的跟踪

在价格谈判过程中需要避免客户将自己的产品与比自己档次低的品牌之间的价格对比，要避免客户在已经确定用我们的产品时，在同一品牌的不同的商家的诈价现象，如果自己的经营品牌为大品牌，市场占有率很高，产品价格也比较高，则在于客户的价格谈判中需要重点强调我们的产品质量，市场拉力，产品的保值功能，产品稳定性等方面，让客户感觉到多投入的钱购买的产品物有所值。如果我们的产品知名度较低，价格低，售后服务时间长则需要抓住客户第一次投入资金方面的顾虑入手，强调前期投入少，售后服务时间长，弱化强势品牌的拉力作用，从性价比方面入手，来帮助客户下定决心，一旦价格客户已接受，就一定要客户签订采购合同，并交纳一定数量的定金，这样客户即使发生改单对我们也不会有损失。

交易过程的跟踪就相对容易了——产品已经确定，只需协调自己的上家和本公司资源保证产品的顺利交货，尽量避免并及时解决交货过程中的突发事件，万不可让客户对我们产生收完款就万事大吉的感觉，如有doa机器出现，需立即通知客户需要注意的事项，迅速走产品退换流程，保证客户所采购产品能够顺利地投入使用，让客户高高兴兴地接纳自己所采购的产品。

7.产品使用情况的回访

这一点非常的重要，曾有说法“销售过程完成之后才是销售的刚刚开始”，这是了解客户对产品的使用情况，对我们产品是否满意，还有什么需要改进的地方?让客户感觉到我们并没有因产品已经交付使用而忘记他们而是非常重视和关心他们的使用情况和面临的问题。经常性的联系能让客户对我们的联系方式和相关负责人非常地熟悉，当有需求时能第一个想到我们，当然也利于我们和客户建立稳定的相互信赖的客户关系，如再有采购计划时，会增加我们的胜率。

以上七点以“资料的搜集”最为费时，但是又非常的关键，产品使用情况的回访则对我我们的长期销售大有裨益。在和客户打交道的过程中，不用将自己的产品说的无所不能，将竞争品牌说的一无是处，否则有可能适得其反，如果自己销售的产品已经知名度很高，干脆就诚实一点，效果也许更好。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找