一、招商部战前准备

[不打无准备之仗——如何战前准备](http://www.xtgsxxw.com/)

**（一）为什么要进行充分准备**

在操作项目之前，我们不要忙着去拉广告赞助，有一项非常重要的工作要注意，什么工作？准备工作。谈起准备，很多人会不以为然，我知道。但是很多人并没有做到。

我们有些人没有准备好，或者根本就没有准备，就仓促上阵，结果是找一个就死一个，找二个就死一双，找一串就死一片，被碰得头破血流，败下阵来。为什么会这样？就是没有准备好。好的准备就是成功的开始，结果不好就是准备不好。

拉广告赞助的准备工作非常重要。做任何事情准备工作都非常重要。很多人拉的效果不好，结果不好，就是因为准备的不好。

在拜访前，对客户的情况作了全面的调查，进行了认真的研究，对他们可能提出的问题作了各种设想和演练。如果你真正准备好了，你在台面上就能从容不迫，对答如流，就不会丢三拉四，手忙脚乱。你在操作过程中，就会减少很多的麻烦、节省很多的时间。"磨刀不误砍柴功！"这句话请大家一定要记住。

那么，我们拉广告赞助到底准备什么呢？从什么地方准备？

**（二）准备一份充足的名录**

作为一个业务员手上拥有充分的名录是最基本的，也是非常重要的。如果想成为一名金牌业务员，掌握大量的名录更是不可少的。那些拉不到广告的业务员都有一个通病：就是潜在客户不多。而金牌业务员之所以能源源不断地拉到广告，拉到赞助，首先就是因为他们掌握了大量的潜在客户的名单。谁拥有了终端客户，谁就拥有了财富，"人脉就是钱脉，资源就是财源，"这是目前商场上最流行的一句话了。

有些业务员手里为什么没有客户？

一方面是因为业务员懒，不愿意去开发；另一方面是因为他不知道怎样去开发，平时没有做好这方面的收集整理工作。可想而知，一个业务员手上没有一个客户，你要想拉到广告或赞助，要想把公司的业务做上去，简直是天方夜谭，这就叫"巧妇难为无米之炊"！

所以开发客户的工作是重中之重，它和谈判、签约不相上下。你只有找到客户，才能有用武之地，才有发挥的场所。那么，如何寻找、开发客户？

1. 你的客户在哪里?

要知道，你的目标市场是什么？你的客户范围是什么？如何寻找到这些客户？比如，A级、B级、C级......你要在本子上把他列出来，重点的先做，把80%的时间用在A级客户上。

比如说：某法制报拉赞助、拉广告、做专题，客户就是：公检法单位、有钱的单位、经常打广告、想出名的单位、搞得不太好出过问题的单位、与"法"挂得上钩的单位、愿意跟记者交朋友的老板、私营企业等等。你的客户在哪里呢？请你好好地想一想。

2. 寻找客户的方法.

当你明确了业务的方向、范围之后，就要知道通过什么样的方法途径寻找这些客户。现介绍几种常用的方法：

●查阅各种汇编资料。这些汇编资料有统计资料、名录资料、报章资料等等。

统计资料是指国家有关部门的统计调查报告、行业协会或者主管部门在报刊上面刊登的统计调查资料、行业团体公布的调查统计资料等。名录资料是指各种客户名录（包括现有客户、旧客户、失去的客户）、同学名录、会员名录、协会名录、职员名录、名人名录、电话黄页、公司年鉴、企业年鉴等。

●查找广告黄页。

●到图书馆查阅行业出版物。

●上网查找。 互联网是个信息的聚宝盆，上面有你所需要的全部信息，尤其是一些比较大的企业公司，你需要的有关信息在他们的网页上都能找到。

　　●注意收集各种媒体上的广告报道。 经常在媒体上登广告、做报道的单位，说明他们都有做广告、扩大知名度的需求，或者说明他们企业的经济效益比较好。

●通过亲朋好友、同学、同事介绍。

如果能够通过一些有实权单位的朋友介绍，那就更好了。比如，工商税务、公检法等部门的朋友、一些单位的一把手或部门头头等，通过他们的介绍，你可以结交一些高级客户。因为我们拉广告赞助，绝大多数都是与单位的领导打交道。有关系有面子会胜过一个公章；有时他的上级领导一出面，可以胜过你的千言万语，可以免去你很多的周折和程序，并且对方更容易信任你，接近你，使你的业务成功性更大。

对这点，我要提个醒：对帮忙的人，你要给别人相应的报偿。虽然朋友帮忙是出自友情，但我们要学会感恩，成功的人，都是善于感恩的人！

●到专门卖名录的机构去买。

●名录互换 一些名录你用了多次，你的这个名录就基本没有什么价值了，但别人拿到你这个名录就是新的，不影响什么。所以，你可以与其他公司的业务员互换名录。

●快速建立人脉的方法——出席各种会议

各行各业召开的会议很多，如各种研讨会、说明会、展览会、洽谈会、培训会，各种活动等等，特别是一些精英人才的大小型聚会。总之，凡是已获得的大小会议（活动）信息都不要放过，要珍惜这样的机会，要千方百计去参加。

因为会议期间人群集中，各种层次、各个领域的人你都有可能认识。这样，你能够在比较短的时间内，快速地建立起大量的人脉关系，建立起一些高层的、各个行业的人脉关系。不但如此，还能够充分利用这样的机会，获得各方面的资讯和信息，同时还可以提高自己的社会知名度。

　　3. 如何了解你的客户? ——了解客户什么？在你要接触客户之前，你一定要对对方的情况有所了解。

●了解客户本人的基本情况。比如，客户的单位、职务、籍贯、所学专业、脾气性格、兴趣爱好、主要家庭情况、社会关系、如子女，爱人、亲戚，与企业其他负责人的关系，他有过什么突出的成绩或近期有什么值得谈的事例，如某报纸、杂志、电视台是否曾采访报道过，或在某项活动中他讲过话等等。

●了解客户所在企业的情况。比如，主要商品的质量、价格、功能，与同类商品比较，有什么特点和缺点，社会对其企业的评价，企业的知名度、美誉度，与同类企业比较，该企业的突出特点是什么？

●了解客户最近的状况。比如，最近在做什么工作，近年来有些什么成功的经验，失败的教训，获得过什么荣誉、奖章等等。

为什么要了解这些情况？主要目的是为了便于沟通，拉近彼此的距离。如：听说你是属虎的，我也是；听说你当过兵，我也当兵；你是围棋高手，我来向你请教；你孩子今年考大学，我这里有一个内部资料......；你的爱人身体不好，我给你带来了一些保健品，你试试；你最近在某场合说过这样一句话：......我非常有同感；我发现，你们的广告有一个显著缺点，你们单位存在......问题，我认为应该......；你们最近在开展......活动，我认为这个活动应该......； 每个人都有一个电台，什么时候才收听？当谈到自己的时候，当谈到与自己利益相关的事情的时候；每个人对什么最感兴趣？对自己、对与自己息息相关的人和事；从这个角度看，人们更多关心的是自己。你了解他越多，你在接触中，共同语言就会越多，就会越主动，你们之间的距离就会拉得越近。

——如何了解对方情况？

●翻阅能反映该企业经营情况的有关材料和文件，如近一两年的工作计划、总结、经验汇报、典型人物介绍、先进事迹报道等。

●还可以通过一些人际关系了解到，如，和本单位的员工，或者与熟悉本单位情况的有关人员或该客户的朋友聊天交谈。

●观看该单位的网站、宣传栏、橱窗、墙报、简报等。

**（三）准备一套最得体的台词**

最成功的业务员都是一套很得体的台词。要去拓展业务，事先一定要有一套台词，这套台词包括：

●见面的台词——开场白；

●介绍项目的台词；

●反对问题的应对台词；

●对一些情况的了解和见解的台词。

如何熟悉这套台词？ 这套台词，搞出来之后，你一定要反复练习。怎样练？可以两个人对练，也可以在小组会上练，让大家提提意见。然后，找一些小企业试一试，检验检验，检验一下这套台词还有哪些不够完善？还有哪些问题没有考虑到？还需要做哪些补充，或发展哪些新的卖点？等等。

如果通过几次使用都失败了，这时，你就必须马上停下来，大家坐在一起分析原因，进行脑力激荡，共同商榷应对的话术，最后归纳总结，形成一个应对的样本，整理成一套最得体的台词。这套最得体的台词一旦形成，我们就要背得滚瓜烂熟。

**（四）准备好所需的道具**

1.一张有吸引力的名片。

要精心设计制作你的名片！一张好的名片，可以帮你很大的忙！

然而，当你经过包装以后，当你的名字后面挂上"某某长"的时候，或者是冠上一个知名品牌的时候，人家对你就是另外一个样子了，对你就会刮目相看，格外重视与尊敬，而你的名片也会受到好的待遇，他会好好收藏保管起来，有的为了弦耀自己还把他夹在玻璃板下，或时刻带在身上，在某种场合他还可能时不时拿出来炫耀一番，或叫你一起吃饭喝茶，为他捧捧场，光光面子。 "人不带长，放屁都不响。" 社会上流传的这一说法，还真有点道理。因此：

●根据业务需要，你要适当给自己的名片上冠以一些头衔，罩上一层光环。

●名片的内容要精彩。

●印刷档次不能太低。

总之，一张名片，就是一张广告，一张宣传你自己（公司）的广告。你的特长、你的地位、你的品位、你的影响力等等，对方都可以从你的名片上看出来。 如果你的名片能够吸引对方的目光，能够引起对方仔细观看的兴趣，那你的名片就是一张好名片——一张能够吸引人的名片。

2.一台笔记本电脑。

有条件的话，你一定要准备一台笔记本电脑，这样既可以提高你的身份和档次，又可以携带大量的资料，便于演示图文资料，效果非常好，并且可以省去很多话。如果你经济条件不太好的话，也可以到二手市场买一台二手笔记本电脑，价格在2000元左右，而且质量好，非常实用。

有了这个笔记本电脑以后，你还可以在网上发资料、传图片，与客户联系沟通，既方便快捷，效率又高。

对方如果需要一些资料，你可以从电脑上考贝下来或发E-mail给他，这样，你也不用背很多很重的资料出去，可以轻松上阵，而且效果好。

一台笔记本电脑，能让人觉得你品位高、有实力；工作起来省时省力省口舌，并且效果好、效率高——不可不备。

3.一枝钢笔和圆珠笔及其他。

钢笔、圆珠笔不需要名牌，但一定要过得去。书写一定要流利，事先一定要检查，不要到用的时候，写不出来，那就大刹风景了。

根据身份包装和工作需要，我们还要准备好：公文包、光盘、磁带、文件、计算器、软盘、稿纸、所需票据、相关资料等。

出发前一定要认真地检查一下，看看是否带齐了。

另外，东西摆放的顺序、位置，都要考虑好，以方便、顺手为原则。在需要时，顺手就能拿到，不要在场上东找西找，半天拿不出来，影响效果，影响心情。

4.确定好操作的路线。

具体操作的路线原则是：先近后远；先亲后疏；先重点后一般；先大后小；先团体后个人。把80%的时间花在20%的客户身上。要列出图表。

团队中所有的业务员，兵分几路，分条分块，一个一个单位压过去。每天下午五点碰头，交换情况，以免撞车。有时为了赶时间，该乘出租车的要乘车，该骑车的要骑车，一切以约定时间为准，以提高工作效率为原则。不要为省几个路费，走路、挤公交车，为了那点车费，时间浪费了大半天，结果呢，人累得要死，对方也早已等得不耐烦，甚至有事出去了，你两头扑空，真是得不偿失！既浪费了自己的时间和精力，又得罪了客户，更糟糕的是搞坏了双方的合作关系，让人觉得你不守信用，从而失去合作的机会。 不要说在北京、上海、广州这么大的城市里不能这样做，就是在一些小城市，按你走路或挤公共汽车的做法，一天也跑不了几个单位。要想得开，不要吝啬那几个车钱。你拉到一个单，什么都在里面，什么都有了。

小结：你准备的越充分，越细致，你的结果就会越好。千万不要忽视这一环节。请记住这句话：好的准备就是成功的开始！