

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告精选

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告精选篇一

虽经过了两次实训，但第一次未能起到实训作用，真正起作用的是第二次。

在操作中，根据以往经验，企业要想在激烈的市场竞争中立足，首先要有明确的市场定位，目标市场要明确，据原有资料显示，在三个细分市场中，传统家庭占市场第一位，随后是时尚家庭，企业用户次之。

在第一季度中□ele公司原有产品elea面向大众市场，未经行市场细分，为满足消费者需求，我公司特推出了新品牌bx□其目标受众是时尚家庭，产品定位高，定价为2700元，属于高端产品，为了提高该品牌的知名度，在广告宣传，渠道支持都做了充分部署，第一季度经营成果也充分显示取得了不错的效果，市场占有率由7%上升到9%，销售量达101,769，股指为110，股价贡献98,951，销售收入183,514。

在第二季度，由于决策失误，公司总体利润下降究其原因，一是忽视了产品创新的重要性，没有推出新品牌；二是盲目跟随市场，降低了原有品牌的价位，为以后企业发展带来不利因素；三是预测失误，对前景过于乐观，最终导致库从增多，增加了库存开支；四是由于una公司的大幅降价，并获利

丰厚，从而导致市场出现价格战，但不容置疑的是，这不是长远之计，由una公司后来的业绩可以看出，此举所冒风险之大可以拖垮一个公司！

进入第三季度，为了挽回公司整体下滑趋势，我公司开发了新品牌——就选我，该品牌定位为低端产品，以传统家庭为目标受众，并迎合消费者需求，定价在1,600元左右，该品牌的推出，一方面填补了我公司在该细分市场的市场空缺，开拓了市场，另一方面也满足了消费者“便宜买好货”的需求，顺应了市场发展潮流。该季度的运营结果显示，传统家庭所占市场份额上升，进而使得该季度总销量上升，销售收入提高，股价上涨，公司总利润增加，总体呈上升趋势。也是从该季度开始，公司运营顺利，一直呈上升趋势。

在第四季度，我公司又开发了一新产品——one[]是针对企业用户特意打造的新品牌。在市场细分中，传统家庭所占市场份额一直名列前茅，同时也是竞争最激烈的细分市场，针对该细分市场出现的品牌多，价格战激烈，并愈演愈烈，使得公司利润在该市场下降，因此适时的转移目标市场是准确的选择，而企业用户市场成为首选，经调查显示，该市场有广阔的市场前景，有发展空间，因此，我公司推出了该品牌，并大力宣传，人员促销做到位，最终取得了良好效果，企业用户市场占有率上升，占总市场的30%多，也使该季度的市场占有率上升，股价，销售收入，净贡献增多。当然这也与我公司其他产品降价有关。

进入第五季度，根据前四季度的运营结果发现，针对传统家庭推出的bx品牌市场反应并不是很理想，虽该市场竞争激烈，但为了在该市场获得利润，又推出了新品牌——xuan[]为了取得良好效果，限度的满足消费者需求，在产品方面下了很大功夫。无可厚非，该产品促进了公司销量的增加，也是该季度整体利润增加的重要因素，当然各品牌价位的调整也提升了公司的总体利润。虽说达到了预期目的，但也出现了

不足与失误。

在第六季度，考虑欠周到，只是一味的提高市场占有率，未从长远利益出发。通过全方位的大幅降价，销量增加，市场占有率也在冰箱市场排行第一，但公司总利润，股价指数均下降。

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告 精选篇二

营销心得：

- 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、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的营销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，营销产品先要营销自己，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”。

工作总结：

一、认真学习，努力提高

因为所学专业与工作不对口，工作初期遇到一些困难，但这不是理由，我必须要大量学习行业的相关知识，及营销人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作

需要，唯一的方式就是加强学习。

二、脚踏实地，努力工作

我深知网络营销是一个工作非常繁杂、任务比较重的工作。作为电子商务员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是电子商务不可推卸的职责。要做一名合格的网络营销员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习营销员的规范。

总之，在工作中，我通过不断学习和不断摸索，收获非常大，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首20xx[]展望20xx!祝在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在在新的一年里业绩飚升!

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告

精选篇三

1、区市场分析预测

区近几年来随着市政府、省政府各级机关的办公楼的落成使用，国际会展中心投入使用，附近的高级、豪华住宅区相继交付业主使用，使得本区商业活跃，经济发展迅速，目前酒店业十分看好，在市内，区酒店的入住率和平均房价是最高的。现在的情况是高星级酒店较少，只有大富豪大酒店等四家四星级酒店，另一家按五星级酒店标准设计和三家四星级酒店标准设计的酒店最快的可以在 20年6月份完工试业，其余为三星级中下档、抵挡饭店、娱乐企业，大约有140家，从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高星级酒店在两年内竞争不算激烈，可以从容采用各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在区甚至在本市称得上本店的竞争对手的不是在市区的五家五星级酒店，而是附近的四星级大富豪大酒店和没有评星的银座国际公寓会馆。

大富豪大酒店是一家按五星级酒店标准设计的和本酒店同时开业的，评上四星级的高星级酒店。该酒店以前卫的娱乐业和多变的饮食风味，利用互联网进行营销，赢得了本区域豪华住宅区比较富有的商业人士、香港、中国台湾和南洋华侨华人商人青睐。该酒店的优势在于娱乐业和饮食方面，该饭店被列为竞争对手另一个主要原因是该酒店按五星级标准设计，只是由于试业时期，出现部门之间合作配合不顺畅导致服务质量下降而被评为四星级，现在他们经过整改，经营日趋成熟，市场占有率不断上升，目前正为评五星级而努力，顺利的话，20年年底就可以评为五星级的了；他们的不足是太

注重娱乐和餐饮业(也是他们的优势),称不上严格意义的商务酒店,而本区旅游业是以商务活动为主,导致他们客源不稳定,也由于娱乐业和餐饮业容易模仿,酒店要不断对娱乐业和餐饮业进行创新才能保持客源。

银座国际公寓会馆是一家国际知名财团控股的商务型国际公寓,虽然没有参加评星,但其按五星级标准设计的商务套间,拥有十万多平米高级写字楼,商务设施一应俱全,类似于有家的感觉的长住型饭店,却兼有完善的商务作用,该公寓除了拥有国内外30多家国内外知名企业进驻外,在散客方面很博得西方商务客人的欢心,因此,在商务方面,银座国际公寓牢牢掌握着一部分成功的事业型客人,原因是这部分客人偏执于工作,对于娱乐和饮食方面却不讲究,独立自主惯了,有一个完善的服务环境就很符合他们的心意了。他们的优势是商务服务周全,家居式公寓服务体贴入微,他们的不足是缺乏娱乐恶化餐饮方面的服务,加之上帝式的服务标准化缺乏一种亲切感,使人如住后有一种莫名的压抑感,不符合中国人的生活习惯,至少会缺少本市政界和政界相关客人。

3、本酒店竞争能力分析

本酒店的优势:现今是区唯一的五星级酒店,在品牌和档次上就有一定的独占性和排他性,拥有庞大的高级、豪华商务活动场所和完善的商务服务,可以招揽到商务、展览、学术会议方面的顾客;拥有齐全的高档娱乐餐饮场所,可以招徕商界、政界、文化界等各界宴请和高级、豪华住宅区的客人;由于政府微妙关系,吸引了31家国内外知名企业进驻。此外,酒店营造的龙文化特色氛围很获得政界人士、商界名士、海内外华人华侨的认同。

酒店不足:高处不胜寒,有些散客对酒店有一种畏惧心理而不敢入住,而我们的宗旨是“让每一位顾客慕名而来,满意而归”,在公关上陷入了托大误区;在娱乐和餐饮上项目虽精品不少,但创新不多、更新不快,在与大富豪大酒店竞争中,

在价位和项目创新上处于劣势;在商务方面，本酒店虽然服务设施完善，但在宣传方面，却不能体现出来，在广告策划上没有反映出我们的品牌和优势，在与银座常住型客户竞争上处于守势。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模式，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能;然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围;接下来制定满足目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同;第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务;第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意最大化;最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、20年本酒店客源预测

20年稳定客源依然是政府部门关系户，酒店写字楼长租户，回国观光华人华侨，参加商业、贸易会展的商务客人和各种各类会议客人，这部分客源稳有70%以上;机会客源，节假日、节庆日本市重要企业举行的庆功会和庆祝会，附近高级、豪华住宅小区住户举行的各种宴请，三个黄金周的旅游者，这种客源占到15%;潜在客源是换了口味，改变观念的其他酒店的客人(包括市市区酒店的)，根据过去经验，大约有10%。这就是酒店几年入住率来一直达到95%以上的原因，因为5%用于控房调剂。

二、20年市场定位和目标确定

1、20年本酒店市场定位

我们的定位是走e-hotel智能酒店的道路。什么是智能型商务

酒店呢?众所周知,从事商务活动的人士对于互联网的依赖性越来越强,对于酒店在这方面要提供的服务要求也越来越高。目前,在这一方面我店跟其他的竞争酒店在功能方面并没有突出优势。我们跟其他竞争对手所能提供给客户的互联网的服务仅限于客房的宽带接入,然而人家除了这方面之外,在娱乐和餐饮方面都比我们强。要争取竞争优势,我们只能在商务服务方面做一个更深层次提高。其实,智能型e-hotel除了宽带之外,还应包括无线宽带上网、大容量的免费邮箱的提供、店内无线电话的使用、网上实时查询、预订、每个客房,甚至酒吧、酒廊、餐厅都有配备供客人上网工作的电脑,而这些恰好是所谓的商务型的我们的竞争对手所不具备的。我们酒店开创了本区星级酒店的先河,我们曾是本区酒店业的龙头,但正如美国一样,随着西欧、日本的崛起,冷战过后俄罗斯还有一定实力,中国和平崛起,世界格局出现了多极化,它还保着超级大国的地位,影响力却大大降低了,随着众多酒店的出现,我们的所谓龙头的地位和影响力大大降低了。所以我们必须抱着敢于创新的态度,用国际性的商务型酒店的理念来重新打造我们的酒店,我们要做本区一流的智能化商务型酒店,只有这样才能保证我店在本区龙头酒店中的地位。

2、20年本酒店营销目标

20年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导(包括商务散客、商务会议、宴会),旅游市场为辅。商务市场的开发,我们必须着力拓展商务会议团队,不但只是附近地区的,而且要把触角发展到其他省区和国际上的,提高酒店的知名度和美誉度,把酒店打造成为国内外知名商务品牌。努力扩大和保持现有的政府部门关系户,酒店写字楼长租户,回国观光华人华侨,参加商业、贸易会展的商务客人和各类会议客人,保持顾客的忠诚度,为今后五年内竞争打下基础。

根据淡旺季不同月份、各黄金周制定了不同的价格,月日团队、散客比例,每天营业收入,月度完成任务及各月份工作

重点和目标。(实际上我们酒店每天都顾客盈门)

(1)、旺季：1、2、3、4、5、10、11、12月份

一月和二月做好春节客房、餐饮、会议和娱乐的销售工作，使客房入住率继续稳定在95%左右，按照今年酒店在餐饮和娱乐方面的一直以18.5%左右的发展速度算，餐饮每天营业额在去年同期平均每天50万元的基础上增加20%达到60万元，娱乐销售每天比去年同期增长20%，这是完成有可能的。实际上20年全年目标均是这样的。

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告 精选篇四

现在进入公司已经将近有半年的时间，这半年的学习过程对我来说是至关重要，在这段时间里我学到了很多新的东西，比如业务上的谈判，产品知识的实际运用以及新环境下同事之间的和睦相处等等，现就本周的一些心得与体会写一下。

总结：

x月份截至目前出了六单的成绩，完成了自己的初步任务目标，在这里我要感谢，帮忙。没有她们的帮助这个单子是不会这么顺利拿下来的。

经过半年的电话销售，自己也总结了一下小小的心得经验：

1. 首先确定产品的使用目标，在和客户沟通之前，要充分的了解客户，因为我自己认为不能为了打电话而打电话，是为了成单而打电话。针对不同的客户侧重讲不同的内容，正如每个人的心态不同，与我同年这一辈多是自傲的人，他们的虚荣心不允许他们在别人面前承认自己某方面缺陷，因此他们对保健品十分排斥，或者他们本身十分健康，根本不需要这些。此刻作为最大的消费人群，我们要换个角度，从父母

下手，百善孝为先，可以以情动人。

2. 其次要有正确的决策者。在工作中能找到一个真正的决策者也是需要下一番工夫的, 在没有确定接电话的人是否是决策者时轻易不要暴露自己的身份, 可以从旁去询问出哪些人有决策权, 要出电话与姓名, 这时需要的我的说话艺术, 对大数的人来说, 他(她)们在不是很忙的情况下会很热心的告诉你一些情况, 如果在工作烦忙时会很暴, 这时就不易过多的谈话, 并表示出你的感谢马上挂电话。

3. 再者要有积极地心态和正确的话术。虽然平时会受到许多质疑甚至侮辱, 但我明白, 自己必须承受压力和调节好个人情绪的变化, 每天工作时都要保持一个很热情很积极的心态, 用你的热情去打动对方。

4. 对于意向客户。对于意向客户要时时及时的跟踪, 坚持不懈的跟踪。目前我的客户中自己感觉有意向的, 有30个。我认为自己目前所做的是了解这些人, 获悉他们徘徊的缘由, 从根本下手, 争取一举拿下。

5. 但经过长期的训练, 本人认为要做到取舍。对于钉子户, 要敢于放弃, 也许一个人的时间可以换来二个客户。同时不能气馁, 心态摆正, 卖不出, 不一定永远卖不出。

接下来的时间, 每天还要继续的保持电话量。在即将到来的最后一周我的计划是期望自己有新的突破, 能够锻炼好自己的口才, 向前人学习经验。争取能够全额完成目标。

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告 精选篇五

20xx年已经过去, 在这一年的时间中我通过努力的工作, 也有了一些收获, 临近年终, 我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训, 提高自己, 以至于把工作做的

更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是去年9月份到公司工作的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏对汽车行业销售经验和产品知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教各品系经理和领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方发和对一些比较难缠的客户进行应对方针，取得了明显的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对我们现在处的市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也成功谈成了一些用户购买我们的产品，在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的流程应付一些突发事件。对于一整套流程可以完全的操作下来。

还有我的20xx年工作重点是二线兼销售，二线的工作环节是十分关键重要的，在我们dfac销售的每台车都要经过二线的手。二线这个岗位是销售一线和用户之间的桥梁，一是，把一线的工作进行补充和完善，二是给用户进行指导和维系。在20xx年里我在二线的岗位上工作了一年，对我的全年工作满意度基本上是良好，我服务的用户，全年计算来可以说至少有一百多个!这么多用户是我感觉有些自豪感!8月底去总部进行模压训练，做一名合格的销售人员，10月份在我们的二级中兴公司进行据点销售和市场考察，在中兴我也学到了很多竞品的业务知识，这对我们产品销售十分有利。

本年度存在的问题

在20xx年7月1日国家实施“国三”政策，被迫我们把库里的大部分车进行了提前上牌，我们根据上半年销售的车型，进行了总结。用到了提前上牌的车上。我们也可以预测到，上半年的车型在下半年消化肯定不是很好，因为上半年的车型基本接近饱和，所以提前上牌车型选择有误。

在7月1日和6月30日，一天只差车价相差一万，用户有些接受不了，导致我们的产品到下半年库存量比较大，资金压力也比较大。到十月份又碰到全球性的金融危机，使市场一天比一天差，我们的日子更难过。

我在20xx年中坚持销售人员的三项基本原则，最守纪律，执行命令，完成任务，做好此岗位的工作。再希望公司多给我一些学习和受训的机会是自己的知识更加丰富和充实！

我希望再20xx年里我能从二线的岗位进到一线的销售岗位，成为一个完整的销售人员，我在20xx年的全年中我已经熟练的掌握了一整套操作流程.再加上我从事销售工作一年多的经验，应对和处理一些突发事情有自己的一些办法，我相信自己能做好一名合格的销售人员。如果我能进入到一线销售的岗位上，我会努力使自己的销量和利润化。

已上是我在20xx年的工作总结，写的有什么不足之处，望领导谅解！

2023年国网营销部工作内容 市场营销工作总结报告 精选篇六

一通话前，最好事先把有关资料（如报告文本）寄去或电传过去，使对方能有所准备。通话时，双方可对照资料交谈，以便节省时间。采购人员可事先先去“意向函”，扼要说明基本建议，让对方加以考虑，甚至标明有疑问的地方，以便讨论时作参考。

通话时，要把本方意见分为若干个部分，每部分之间稍作停顿，使对方能及时作出反应。不要长篇大论，到头来却发现原来对方已经另有想法，白费工夫。

通话前应写出发言要点，不可临时想想，致使说话缺乏逻辑性。开始时应扼要说明通话目的和存在的问题，提出可供选择的方案，指出双方的分歧所在，最后稍加归纳，解决问题。

10、用心听——在电话中交谈时常有听不清的时候，所以应特别注意集中注意力。有人打电话常爱东张西望，动动桌上的东西，心不在焉。这种习惯很不好，容易影响通话的效果。最好边谈边作笔记。

11、注意 自己的语言——措辞及语法都要切合身份，不可太随便，也不可太生硬。

称呼对方时要加头衔。如：“博士”、“经理”等。有的妇女喜欢被称为“小姐”，就不要用“夫人”来称呼。切不可用“亲爱的”、“宝贝”之类轻浮的言语。无论男女，都不可直呼其名，即使对方要求如此称呼，也不可用得过分。

听话时，最好插用一些短语以鼓励对方。如“嗯，嗯”、“我明白”、“我理解”或“好，好”等。

对对方的要求作出反应或对方提出要求时，态度应积极而有礼貌，比如：“我会注意那件事的”或“请别忘了……”等等。

12、适时结束通话——通话时间过长意味着滥用对方的善意。你以为对方听得津津有味，也许他正抓耳挠腮，揉眼睛，恨不得早点挂下话筒。爱在电话里夸夸其谈的人，最好在桌上放一台闹钟，以便控制通话时间，及时提醒自己：“该结束了。”打电话，已成为我们日常生活和商务交流中最普遍的方式之一。作为一名管理者，你的大部分信息交流和业务都

是通过电话来实现的。

语言运用的技巧也是节省金钱和时间的有效途径。掌握打电话的技巧能够有效地防止你进行没有必要的交谈。

养成随时记录的习惯——在你的办公桌上，应时时放有电话记录用的纸和铅笔。一手拿话筒，一手拿笔，以便能随时记录。

2、报出本人的姓名和单位名称——说：“你好！我是某某公司的某某某。请问某先生在吗？”如果是秘书接的，等本人来接时，还需再报一次姓名和单位。为使对方能听清楚，说话节奏应比交谈时稍慢些。

即使是经常通话的人，也不可省去自报姓名这一道手续。不应想当然地认为对方定能听出自己的声音，以致对方在接电话时还得分神猜想是谁打来的电话。

报名字时也不可只说“我是小李”，因为天下姓李的不知有多少。所以在自报家门时应报出全名。这实际上是一种自我推销的方式，可以使对方加深对你的印象。

“您现在接电话方便吗？”

“您现在忙吗？”

“您现在有时间同我谈话吗？”

“这个时候给您打电话合适吗？”

“您能抽出点儿时间听听我的话吗？”等等

如果你想定期和对方进行这种讨论，应征询对方定在哪一天、哪一个钟点更为方便。这样做，既是为了使对方能定下心来与你从容讨论，同时也是个风度问题。在别人正忙时去电

话打扰是不礼貌的行为。

有时你可能只是为了和对方约定一个对双方都方便的时间再去电话，但如果对方说“现在不行”，则不宜再推迟。

如果不得不在对方不方便的时候去打搅，应当先表示歉意并说明原因

6、道歉应该简洁——有时，你不在的时候会有人给你打电话，并且要求他人记下电话转告你。当你回这些电话的时候，不要在一些繁文缛节上浪费时间。

7、不要占用对方过多时间——当你主动给别人打电话时，尽可能避免占用对方时间过长。如果你要求对方查找一些资料或说出某个问题的答案，就可能占用电话时间过长。因为大多数情况下，对方不一定马上就能替你找到资料，或者立即给你作出一个肯定的答案，你必须给予对方一定的时间。如果你给他人打电话时间过长，对方可能十分反感。因为也许他正等着处理某一事情，他内心期望你立即放一电话。因此，当你考虑到对方可能要一段时间才能给你答复时，你可以先挂上电话，要求对方回电告知你，或者你过一会儿再打过去，这样就不会过长时间地占用他人的电话线，以影响他人的正常业务。

8、如果想留言请对方回电，切记要留下自己的电话号码，这是最基本的礼仪——即使对方是熟人，双方经常通话，这样做，也至少能使对方不必分神再去查电话号码簿。同时别忘了告诉对方回电话的最佳时间。在你有可能外出时，记住这一点尤为重要。如果对方是在外地，则最好说明自己将于何时再挂电话，请其等候，切不可让对方花钱打长途来找你。

9、妥善组织通话内容——通话前，最好事先把有关资料（如报告文本）寄去或电传过去，使对方能有所准备。通话时，双方可对照资料交谈，以便节省时间。采购人员可事先先

去“意向函”，扼要说明基本建议，让对方加以考虑，甚至标明有疑问的地方，以便讨论时作参考。

通话时，要把本方意见分为若干个部分，每部分之间稍作停顿，使对方能及时作出反应。不要长篇大论，到头来却发现原来对方已经另有想法，白费工夫。

通话前应写出发言要点，不可临时想想，致使说话缺乏逻辑性。开始时应扼要说明通话目的和存在的问题，提出可供选择的方案，指出双方的分歧所在，最后稍加归纳，解决问题。

10、用心听——在电话中交谈时常有听不清的时候，所以应特别注意集中注意力。有人打电话常爱东张西望，动动桌上的东西，心不在焉。这种习惯很不好，容易影响通话的效果。最好边谈边作笔记。

11、注意 自己的语言——措辞及语法都要切合身份，不可太随便，也不可太生硬。

称呼对方时要加头衔。如：“博士”、“经理”等。有的妇女喜欢被称为“小姐”，就不要用“夫人”来称呼。切不可用“亲爱的”、“宝贝”之类轻浮的言语。无论男女，都不可直呼其名，即使对方要求如此称呼，也不可用得过分。

听话时，最好插用一些短语以鼓励对方。如“嗯，嗯”、“我明白”、“我理解”或“好，好”等。

对对方的要求作出反应或对方提出要求时，态度应积极而有礼貌，比如：“我会注意那件事的”或“请别忘了……”等等。