# 猎头顾问如何提高人选推荐的成功率

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-07-23

*第一篇：猎头顾问如何提高人选推荐的成功率猎头顾问如何提高人选推荐的成功率作为猎头顾问，我的工作目标是尽可能高效的满足客户的需要。通过工作实践过程验证，我的效率越迅捷，客户的满意率和忠诚度就越高。一、猎头顾问的基本功俗话说“磨刀不误砍柴功”...*

**第一篇：猎头顾问如何提高人选推荐的成功率**

猎头顾问如何提高人选推荐的成功率

作为猎头顾问，我的工作目标是尽可能高效的满足客户的需要。通过工作实践过程验证，我的效率越迅捷，客户的满意率和忠诚度就越高。

一、猎头顾问的基本功

俗话说“磨刀不误砍柴功”，对猎头顾问来说，每个单子虽然有各自不同的差异性，但其中对顾问的共性要求也不可忽视。需要时刻提醒自己在这些方面多下一些功夫。

1、沟通技巧

在猎头工作和其他专业服务工作一样,是和人在打交道。这里有我们的同事、客户、候选人等等。你把观点表达的越清楚（还要学会少说空话，那样只会适得其反）你得单子出现的失误率就越少。要达到有效沟通必须先学会聆听，除了要注意表面事实及具体内容之外，还要注意弦外之音以及对方的情绪。俗话说听话听音，作为一个职业的猎头顾问，应当具有敏锐的观察力，能不能从对方的言谈中判断出对方的真实需求，或者对方实际上是在表达什么，他为什么这么说。能从对话中察觉到对方的落脚点在什么地方，对方想要什么，关心什么。造成不良沟通一般是因为不能完全接收讯息和未注意发问者的说话技巧。我们往往忽略对方的原意，而只是不断地推敲，将自己的意思强加在对方身上，即使猜对了表面意思，但因未曾真正领会对方的说话，注意对方的表情，造成一些不必要的失误。

2、文字应用

我们接触的很多公司HR，他们用来衡量你专不专业的一项很重要的指标是你所提交简历、办公来往信函、书面报告的专业度。随着我们工作经验的增加，我认为应该不断地完善我们经常使用的信函、简历模板，尽可能的使它们看起来美观、专业、一目了然。与外企公司合作的过程中，我们可以通过信函往来学习到一些成熟的商业信函模板，而在与国营或民营企业中，我们能主动的提供给其HR没有想到的专业文字性帮助，例如正规的录用函、调查报告、人选简历等，会在无形中增加企业对我们的信任度及好感，有时候这比电话里说半小时的空话起到的效果好的多。此外，我工作的过程中电话沟通比较少，是因为我在接到单子后会周密考虑所需人选必须具备什么条件，这个企业有什么优势可以吸引人选，同时，人选入职或者答应面试时他最关注的问题是什么，例如待遇、住房、休息时间等等我会在邮件中一并发给他，这样我想知道的和人选想知道的都通过邮件一目了然，省去了许多电话的时间。

3、时间管理

猎头工作是一项高成就感与高挫折感并存的工作，竞争性非常强，非常残酷，想要在竞争中进步，必须做好时间管理工作。

很多时候，企业、人选、竞争对手，都在我们的可控范围之外，此时，时间是我们唯一可以控制的商业成本，一个具有一定职业性的顾问必须做到善于利用各种工具提高自己的工作效率。

例如，在开始任何一项工作或一系列活动前，你必须明确你的行动目的，你想要达到的主要目标，随后根据目标制订可行性计划。这其中包括将

重要任务归于首位，明确每个时间段的工作任务及工作量，不随意更改

（给自己规定一天内联系多少家企业多少个人选，既然这些是必须完成而且具有可行性的，就不要推到明天去做）。

又例如，尽量少做无用功，不要一有点讯息立即电话沟通，一定要先对

人选的工作背景企业背景个人资料做一定的了解，如此，才能最大限度的发挥你的影响力，才能是最节约时间的有效沟通。而如果给一位人选的电话已经蜕变成毫无疑义的又徒劳的闲聊，那么，就赶紧挂上电话，去拓展新的人选吧。也许有人会通过不懈的努力最终使态度坚决的人选

上岗，那我只能恭喜你用我推荐2-3个人选上岗的时间推荐了一位“刺

头”人选上岗，并同时忐忑不安得开始等待合作度不高的人选试用期内

出现的种种问题。

4、资源整合能力

猎头顾问需要不断的完善自己的专业人才网、社会交际网。我们通过自

己的真诚和努力，在单子进展的过程中，发挥着个人影响力，同时也与

人选、企业成为合作关系的朋友。得到这些人的认可，可增加自己在行

业中的影响力，从而扩展自己的专业人才网、社会交际网，这些，又对

以后的工作产生不可估量的作用。

5、学习能力

每个人的知识都是有限的，猎头涉及方方面面行业，所以必须具备快速

学习能力，能否在短时间内熟悉某个行业，了解其中专业术语，行业内

评定人选标准，关系到项目进展速度与成败。

此外，后天的学习力，不断补充必备知识，也是能迅速提高自己专业程

度，开拓思想，能与人选及企业平等交流的重要渠道。

个人以为，猎头应该涉猎的书籍有人力资源方面、心理学方面、管理类、哲学类、励志类等。

综上，就个人工作经验来说，我认为以上几点是需要工作过程中随时注

意提升的，以下再就项目进行中需注意的几点来谈一下自己的体会。

二、项目进行中的关键点

1、深度了解企业需求

每个项目开展中，真实探知对方需求，往往能节省更多的时间，少走很多弯路。再良好得关系，也无法让你把冰箱卖给爱斯基摩人。我在曾经的一个项目中，企业HR给出的职位要求是技术好、销售好、有行政管理经验的总经理。而在实际寻访过程中，发现在一个相当狭窄的行业中，具备如此几个方面的总经理人选及其稀少，经过与企业领导人的沟通，发现对方企业内已聘请一位精通技术的生产副总，职位要求其实只要符合有销售管理及行政管理经验，同时了解机械行业即可。

因此，我总结的经验是必须以专业的态度去倾听、理解、挖掘客户的真实需求，本着为企业解决问题的出发点，提供实实在在的解决方案。从而，优化我的寻访思路，提高寻访效率。

2、提高寻访能力

做猎头和做市场很相似，都是一些有巨大潜力的活动，但也有可能是在浪费时间。所以，不要把时间浪费在那些不符合条件的人选身上，就能极大的提高效率。

A、寻找资源的途径：其实往往我们的客户对在哪里能找到合适的人选有超乎寻常的感觉。换句话说，人选提名的最佳资源就是企业HR或者董事长。如果你不征求他的意见，就等于是在降低效率。面对一项艰巨的寻访任务时，任何一小步的前进都很重要。况且没有任何理由让你不在开始空座之前尽可能的寻求帮助。对于企业，我不仅想知道他们都面试过什么样的人，更想知道符合他们要求的人选最有可能在什么地方。所以，我通常在接单之后，追问企业人事部门这个职位之前情况，以往面试过人选情况，可能产生人选的公司，潜在人选资源等问题。此外，除了打电话，还有一些我常用到的途径，例如人才网查询、做过此类工作同事支援、行业目录和校友录及人和网、公司内部LIST、专利申请网站、论文发表网站等。

B、寻访台词的应用规律：我经常看到有刚入行的顾问，会在联系完目标人选后很沮丧的说人选都不适合对职位没兴趣，其实我在电话与人选初次沟通前下的功夫可能更多一些。没有什么台词可以保证所有人选都对你提供的职位产生浓厚的兴趣，每位人选对每个问题都有不同的反应，这取决于他的工作动机或者他的性格。但是，我总结一下有几条可以基本通用的规律：第一，人选感兴趣的是利益而不是职位描述，给人选描述职位的比较好的办法是让他感觉到这是最适合他的一个工作机会，而不是让他感觉在为猎头服务，不是你在想办法填补这个空缺。第二，对于一些敏感问题，选好提问时机及发问方式，例如我们问人选你还认识哪些这方面的人选，敏感的人选会立即警觉，未必会给你推荐高质量的人选。第三，不同的人选要用不同的风格去对待，精明的人选能力直接抓住谈话的要点，他能一边对比自身情况一边听你的开场白，而另外一些人需要你先建立亲善关系后才会继续沟通自身情况。耐心和换位思考在寻访工作中有非常重要的作用，但是不能一味闲聊，更需小心不要泄露本应该保密的信息，例如企业具体名称等。要适度的建立亲善关系，任何疏忽都有可能导致寻访失败。

很多的情况下，人选对你的职位没有兴趣，也无法给你提供线索，但不代表以后没有合作机会，也许是以客户身分，也许是人选，也许是推荐别的人选。像记者一样随时建立可以利用的良好人际关系和信息网络非常重要。你的信息资源和人际关系不仅能为你推荐人选，还能向你汇报行情，告诉你客户的有关传闻，每一位你寻访过的人，都有可能会成为你未来的行业信息来源，扩大你的行业范围。

3、把握人选

人选质量如何，是客户衡量猎头工作的重要一环。比较实际的说，“控制”人选的行为远比控制暴雨中打滑的路面上飞驰的汽车困难的多。但如果能对人选多一份把握，多一些影响，就能在项目进展中多一份主动权。

第一次电话沟通时我们往往要用一些有吸引力的介绍来打动人选，使对方愿意与你继续沟通。此时的交谈有可能是15分钟，也有可能是半小时，我倾向于将时间按专业技术考核、求职动机和配合程度进行划分。只有具备资格的人选才能继续占用我的时间。通常我会预先根据职位设计一些问题，同时在沟通的过程中，尽可能的去分析我面前的人他的性格、能力、关注点。在谈到业绩的时候，我会尽可能的要求他用数字化的语言描述，此时，我留意他的真诚度、语言组织能力以及严谨度。谈求职动机时，我倾向于分析是表面原因还是内在原因，同时

有没有其他隐藏原本，他的关注点又在哪里。配合度也是我非常关注的一个问题，如果配合度不够，即便他专业度足够，我也会放弃而进行下一轮寻找。在上述的这些沟通中，我们又可以判断出这位人选是否具有足够的成熟度，他的性格能否在企业中生存下去。

我认为，第一次沟通如果你的问题足够专业化，比和他闲谈家事更容易建立友善的关系，虽然有时候增加闲谈可以改善紧张关系，但有的放矢的讨论重点更能体现你的专业水平，从而树立权威的形象，增加对人选的把握度。

没有人选会因为和你关系看起来不错而买你的帐，你要做的是不停的展现你的专业度和你对他的利用价值，这些，才是合作的基础。

4、扩大简历的影响

简历是我们将人选推荐给企业时打得第一张牌，至关重要。

企业HR工作都非常忙碌，他们并不像我们一样了解人选的能力特质，只有最适合或最符合条件的简历才会使人选顺利进入企业面试，并影响到最终招聘结果。当我接到一份内容大致合适的简历时，我首先做的是验证简历的真实性，尤其关注学历、职位等问题，如果人选的简历造假，我宁可不推荐。因为不与人选合作，失去的仅仅是位人选，如果造假的简历被企业发现，损失的是与企业的长期合作及市场信誉度。

验证简历真伪可以使用学历网站查询、身份证查询、网络搜索、背景调查等各种方法。

还有一类人选能力及工作经验都符合我们的要求，但是简历却写得非常糟糕，我想原因也可能是这些人通常都不必写求职简历，可能在突出重点及调理方面未必符合我们的要求。但如果顾问不能及时地发现这个问题，可能这位人选就失去了面试机会。

猎头顾问都阅读过成千上万的简历，并且又知道客户用人的关键条件，因此想把人选的简历修改成自我推销的有力工具并不难。但绝对不可以违反职业道德，给人选伪造简历。

我目前用来解决这个问题一般用两个办法:一是时间紧迫时在权限范围内进行简单的调整，编排格式，更重要的是在我的推荐意见里强调人选的优势，尤其是对企业起决定性作用的那些优势。二是我重新编辑了简历模板，每一项后面都附带了简单说明，告诉他们这一项里需要填写什么才能将简历写的扼要出彩。通过这种方法，绝大部分人选都能将简历写的整洁、条例清晰、结构完整，同时又能将企业关注的一些信息作详细的阐述。第二个办法是我通常情况下采用的，个人体会非常有用，不仅节约了我大量的时间，在帮我建立起在人选心目中的专家形象。

5、提高人选的面试成功率

据说，拿破仑在帐篷里就已经赢得了战役，之所以这样说是因为战争的前一天他就已经拟订好了全盘的作战计划，以次应对任何有可能发生的情况。准备面试与战争也有异曲同工之处。我们和人选永远都无法预测面试时究竟会发生什么样的情况，但只要准备充分，人选旧能应对各种突发情况，知道该如何闯关。

A、行程安排：我会详尽的了解人选的车次、抵达时间，制作成表格发给企业，同时将企业接站人员姓名、职务、联系方式等及时发送给人选。在这个环节中，如果是异地面试，我甚至会将抵达地的天气及温度情况告诉人选，使人选有充分的准备。

B、企业情况：面试前我尽可能多的给人选提供企业相关信息。例如企业基本构架、面试人员是谁、职务是什么、企业关于面试的流程安排是怎样的。这样做的原因是可以让人选做好充分准备，避免人选面试时感到以外而影响发挥。例如，如果他原本以为和公司董事长见面，而实际上确是认识经理给他做了15分钟的面试，那他事先的准备可能用不到。

C、提高认同度：对于一些技术性人才，有时候我会给一些建议增加面试过程中的认同度。例如积极性（毫无疑问，人选必须表现出对这个职位的极大兴趣，因为在其它条件相当时，企业总是会选择积极性较高的一位，即便面试结束后回绝企业的邀请也比在刚开始面试时就被否决的好）、专业兴趣（老板总是在寻找热爱该事业的人，描述这个专业的前景会让他的接受度大大提高）、自信（妄自尊大的吹嘘令人厌倦，但恰到好处的自信却受人欢迎）、注意力集中（面试就是一战争，没有人会录用说话时像在梦游的人选）。另外，我会建议人选面试前做一些准备工作，例如再熟悉一下自己的简历，不要出纰漏、收集一些关于企业及职位的讯息，增加了解度。

6、解决薪资争议，成功结案

有句老话说：对方之所以说“不”是因为你没有给他足够的理由说“是”。如果你也觉得这句话有道理，那么在谈判的过程中就一定要不断地给对方提供有说服力的信息，直到解决所有的问题，达成协议。

虽然很多有事业心的人选不是只为了钱而选择工作，但人选对薪资情况犹豫不决绝对不是个非常容易解决的问题，对于寻访是否成功有举足轻重的作用。因为一个人的薪资水平是个复杂的主观问题，不仅会影响到他和家人的生活质量，而且影响到他的尊严、身份和升职的机会。

一般情况下，对于薪资问题，我与人选最初沟通时就会用对方容易接受的方式，问清楚他各方面的薪资构成，例如保险、分红、交通费、住房补贴、进修费用、奖金、通话补助等。这样做的目的是后期防止人选漫天要价，同时对企业提出薪资要求时有理有据，防止企业在不清楚市场行情的情况下对人选提出的薪资有抵触心理而拒绝录用。

当然，即便是这样，也还是会出现这样那样的情况，但面试过后，只要能巧妙的处理薪资差距，多数的案例都可以顺利入职。

**第二篇：猎头顾问工作总结2024**

猎头顾问工作总结2024

任何事情都不是一帆风顺的，猎头行业更是这样。客户着急要人时猎头着急，找到人选没有安排面试也着急，面试没有及时反馈同样着急，面试通过了，入职前会有很多变数不免让人担忧，入职后候选人和企业的互相融入也是一个关健问题。把猎头称为项目经理很贴切，项目的任何一个环节出问题都会有相应的反馈发生。2024年我和同事们有幸的经历了上述的很多情况的发生，还好我们经受了考验。

对待猎头工作的态度有些改变。刚开始做猎头时更多的是考虑找到合适的人选符合企业的需要，这种匹配更多的从JD表面的描述去研究，慢慢的发现在寻访中候选人和企业的文化和性格差异也很重要。也许一个侯选人在企业发展的某一阶段是符合的，但是脱离了特定的历史时期也许只能成为牺牲品了。时间，地点，人物，事件都要对才可以，正所谓天时地利任何。

金子终有一天会发光，付出都会有收获，只是早晚而已。去年推给A公司的候选人不合适，但是可能会适合B公司现有项目的候选人，和候选人保持联系沟通，候选人这个金子某一天就会发光。

没有难做和容易做的CASE，很多事情都是相对的。容易做的职位往往寻访范围比较大，客户相对比较挑剔，难做的职位往往人选很有限，但是只要进入这个圈子，事情也可以很好的解决。面对任何一个项目，冷静客观的分析很重要，不能一开始就给自己设限或者盲目的乐观。猎头行业也是一个培养心态的行业。

每周的读报和公司一定阶段的培训，让自己懂得猎头是一个不断进取和更新的行业，只有猎头顾问与行业同步了，才能和企业及候选人同步，才能成为真正意义的猎头顾问。让学习成为一种习惯很重要。

在期待的2024年，打算 在如下几个方面改善和努力:

一、加强猎头内功修炼，毕竟猎头行业从业经验有限，很多行业知识和专业技能有待学习提高和规范

二、巩固建立熟悉行业的渠道。根据个人推荐成功的总结，朋友推荐的准确度和成功率非常高，多向行业的候选人学习很重要，有他们的帮助和支持很重要。

三、提高候选人的深度和层次，做到真正的猎{头}。任何一个行业都是一门深不可测的学问，很多候选人穷其职业生涯都没完全了解它，更何况只是外围的猎头顾问呢。

四、加强BD工作，针对自己相对比较熟悉的行业进行有针对性的开发，使资源很好的优化和利用，希望能为行业的前几名服务的猎头合作者

五、有针对性的挑战一些难度系数比较高的职位，让猎头成功案例新年进行刷新

2024年受金融危机影响，猎头行业会有一些情况发生，但是还是值得期待的。因为任何危机发生，只能会对局部的行业影响较大，肯定会有新的行业诞生，新的行业必然需要人力资源去支撑和发展，这工作非猎头莫属。比如3G的出台就是一个很让人期待的行业。另外，世界发展越来越科学，人们面对自然灾害和经济危机，并不是坐以待毙，而是积极的采取措施防范或者是降低危害，相信人类的智慧。一起努力，2024!

好了，这篇猎头顾问工作总结的精彩内容就给大家介绍到这里了。

**第三篇：如何提高成功率**

1、顾客说：我要考虑一下。

对策：时间就是金钱。机不可失，时不再来。

（1）询问法：通常在这种情况下，顾客对产品感兴趣，但可能是还没有弄清楚你的介绍（如：某一细节），或者有难言之隐（如：没有钱、没有决策权）不敢决策，再就是推脱之词。所以要利用询问法将原因弄清楚，再对症下药，药到病除。如：您好，我刚才是哪里没有解释清楚吗？所以您说您要考虑一下？ 或者是不知道您要考虑什么样的问题呢？是价格方面的原因吗？或者是告诉她：“没关系，考虑一下没有问题，我能理解。我就喜欢和您这种慎重的人打交道，我想问一下您主要考虑的是哪方面的问题？是觉得我们的产品太贵？担心我们的产品没有效果？还是因为其他原因„„”

（2）假设法：假设马上成交，顾客可以得到什么好处（或快乐），如果不马上成交，有可能会失去一些到手的利益（将痛苦），利用这点迅速促成交易。如：您一定是对我们的产品确实很感兴趣。假设您现在购买，可以获得××（外加礼品），这是我们的新品上架，现在有许多人都想购买这款宝贝，如果您不及时决定，会„„

2、顾客说：太贵了。

对策：一分钱一分货，其实一点也不贵。

（1）比较法

① 与同类产品进行比较。如：其实淘宝上价格很透明，你随便一搜索比较就能得知了，既然你选择了小店，也就是认可了小店的价格和服务。

② 与同价值的其它物品进行比较。如：××钱现在可以买a、b、c、d等几样东西，而这种产品是您目前最需要的，现在买一点儿都不贵。

（2）拆散法： 将产品的几个组成部件拆开来，一部分一部分来解说，每一部分都不贵，合起来就更加便宜了。

（3）平均法： 将产品价格分摊到每月、每周、每天，尤其对一些高档服装销售最有效。买一般服装只能穿多少天，而买名牌可以穿多少天，平均到每一天的比较，买贵的名牌显然划算。如：这个产品你可以用多少年呢？按××年计算，××月××星期，实际每天的投资是多少，你每花××钱，就可获得这个产品，值！

（4）赞美法： 通过赞美让顾客不得不为面子而掏腰包。如：先生，一看您，就知道平时很注重××（如：仪表、生活品位等）的啦，不会舍不得买这种产品或服务的。

3、顾客说：能不能便宜一些。

对策：价格是价值的体现，正所谓是一分钱一分货，便宜无好货

（1）得失法： 交易就是一种投资，有得必有失。单纯以价格来进行购买决策是不全面的，光看价格，会忽略品质、服务、产品附加值等，这对购买者本身是个遗憾。如：一分钱一分货，质量、材质、做工、是否第一手货源等多方面因素都会影响到价格，所以差距也就产生了，也许有的宣传得天花乱坠，可是跟实际不相符，到时候损失的可是您的利益哦

（2）底牌法： 这个价位是产品目前在我能提供的最低价位，已经到了底儿，您要想再低一些，我们实在办不到。通过亮出底牌（其实并不是底牌，离底牌还点差距），让顾客觉得这种价格在情理之中，买得不亏。

（3）诚实法： 在这个世界上很少有机会花很少钱买到最高品质的产品，这是一个真理，告诉顾客不要存有这种侥幸心理。如：如果您确实需要低价格的，我们这里没有，据我们了解其他地方也没有，但有稍贵一些的××产品，您可以看一下。

4、顾客说：别的地方更便宜。

对策：服务有价。现在假货泛滥。

（1）分析法：大部分的人在做购买决策的时候，通常会了解三方面的事：第一个是产品的品质，第二个是产品的价格，第三个是产品的售后服务。在这三个方面轮换着进行分析，打消顾客心中的顾虑与疑问，让它“单恋一支花”。如：您说的情况，那可能是真的，毕竟每个人都想以最少的钱买最高品质的商品。但小店这里的服务好，可以帮忙进行××，可以提供××，您在别的地方购买，可能享受不到这么多的免费服务项目，这样又耽误您的时间，又没有节省钱，还是我们这里比较恰当。

（2）提醒法：提醒顾客现在假货泛滥，不要贪图便宜而得不偿失。如：为了您能有一个愉快的购物体验，优品质高服务与价格两方面您会选哪一项呢？你愿意牺牲产品的品质只求便宜吗？如果买了假货怎么办？你愿意不要良好的售后服务吗？有时候我们多投资一点，来获得我们真正要的产品，这也是蛮值得的，您说对吗？

方法是技巧，方法是捷径，但使用方法的人必须做到熟能生巧。这就要求我们在日常交易过程中有意识地利用这

些方法，进行现场操练，达到“条件反射”的效果。当买家质疑是什么情况时，大脑不需要思考，应对方法就出口成章。到那时，在买家的心中才真正是“除了成交，别无选择”！

话说起来很简单，总结一下好象也不新鲜，但要做下去却不易，在这里希望大家抓住每一个进店的顾客，用心聆听买家的心声，见招拆招，除了成交，别无选择，发单发到手软。

我总结了一下这几年从事销售的过程中的客户管理经验，感觉对于客户的管理无非也就是以下几个阶段：

1、客户信息收集；

2、客户划分；

3、客户跟踪处理。

这其中最关键的就应该是客户的划分和跟踪处理了。那对于客户的如何划分也就决定了怎么样跟踪处理客户信息了。

我们首先来看客户的划分，对于手上现有一个客户信息，我们可以从以下四个角度产生四种不同的划分方式。第一，我们可以从客户是否已经和我们成交的状态把客户分为：已成交客户、正在谈判客户以及潜在客户。第二，我们可以从客户的重要性（一般用可成交额度或者业务潜在量来衡量）来划分为重要客户和非重要客户。

第三，从需要处理客户信息的时间段上可以把客户分为：

①紧急客户（一般需要在一周内做出处理）

②缓急客户（一般指一周到1个月内需要对该客户作出处理）

③不紧急客户（1个月以上3个月以内必须处理的客户）

④可慢反应客户（3个月以后才可能发生关系的客户）

第四，我们还可以从客户的需求状况上把客户分为：目标客户（现在就有需求）、潜在客户（未来有需求）和死亡客户（不会有任何需求）

以上就是通常的四种划分方式，我前面也都说过了，不同的划分有不同的管理方式。像上面的分法，我们如何管理客户呢？我总结了以上的分法，将他们杂合，产生一种新的分法----客户等级划分。

我们现在就来看什么样的等级划分，客户等级划分总共将客户划分为A、B、C、D、E五个等级：A级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在一个月内成交；

B级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在三个月内成交；

C级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在半年内成交；

D级客户：有潜在的业务需求的客户或者有明显需求但需要在至少半年后才可能成交；

E级客户：没有需求或者没有任何成交机会，也叫死亡客户。

那现在有了明晰的客户分法，如何来管理这些客户呢？我这里提供一种管理的方式，就是建立客户追踪志，称为客户追踪志管理法。那到底建立什么样的客户追踪志呢？对于每个级别的客户又如何区分对待呢？我们现在先来介绍都有那些客户追踪志，客户的追踪志一般有以下几种：

①客户追踪日志：也就是需要每天将客户的信息重新跟踪处理，并刷新记录；

②客户追踪周志：就是每周内至少对客户的信息处理一次，并刷新记录；

③客户追踪半月志：也就是每15天对客户的信息处理一次，并刷新信息记录；

④客户追踪月志：也就是每30天需要至少对客户的信息处理一次，并刷新信息记录。

⑤客户追踪年志：也就每一年需要至少对客户的信息处理一次，并刷新信息记录。

至于信息的处理如何处理，我想大家都比我清楚了。

有了客户追踪志以后，我们只需要对相应等级的客户用相应追踪志做管理，那我们的客户管理就游刃有余了。一般来说，对于A级客户我们需要用客户追踪日志，对B级客户我们使用客户追踪周志，对C级客户我们使用客户追踪半月志，对于D级的客户我们使用客户追踪月志，而对于D级的客户我们则使用客户追踪年志。而且每次客户追踪以后就对客户信息重新定格划分等级，并且用新的等级所对应的管理方法来处理。仅剩一套法；今天特价法；明天涨价法；分期付款法；订金推动法；体验试用法；假设成交法；二选一成交法；激将法；最后异议法；

1.明晰打电话的主题和目的。

2.注意打给对方电话的时间、地点，环境。

3.注意电话沟通过程中的站姿和坐姿。

4.语气要具有亲和力。

5.注意声音的活力及节奏。

6.注意说话的逻辑性与严密性。

7.永远保持微笑 微笑微笑。

8.清楚的告知对方你是谁。

9.直接告诉对方沟通的主题，不要绕弯子。

10.想好先要说什么，然后再说什么，注意谈话的步骤。

11.提前为沟通障碍做好准备，例如对方的异议，各种突发情况等。

12.要致力于和对方建立信赖与友谊。

13.学会用事实与案例说话。

14.不要假设对方很了解或很理解。

15.学会确认对方的意见和观点。

16.学会倾听和理解。

17.注意你通话过程中的周围影响。

18.注意你电话中的收尾方式。

19.为下次电话或会面做好铺垫。

20.电话结束时，等对方先挂断电话。

对于小订单销售来说，电话营销是最好的营销方式，因为其不但能降低销售成本，也能让客户获得更低的价格，企业获得更多的利润，但是，由于电话营销沟通的单一性，使得电话营销的成交率非常低，那么，怎样才能提高电话营销的成交率呢?

要想提高电话营销的成交效率，我们应该抓住如下四个关键环节。

1、设计一个有效的电话成交流程。电话成交流程要按照客户购买的思维习惯而设计，并且配合相应的销售工具。当客户不能在第一次电话中被说服时，把客户导入电话成交流程，使客户逐渐认识和了解产品价值，并且，通过多次接触建立信任，最终达成购买。如果销售代表缺乏一次成交的冲击力，那么，电话成交流程能帮助他们大大提高最终的成交率。

2、做好卖点探测。通过电话销售的产品价格都不贵，客户不会、也不需要花很多时间去决策和考虑，你只要抓住客户一两个关键需求点，把相关卖点很有冲击力地说出去，就能帮助客户快速做出决策。因此，我们要抓的第二个环节就是如何进行卖点探测。首先要设计卖点探测问题，然后制定卖点探测策略，使电话销售代表能用1-2分钟的时间，迅速捕捉到客户的关键需求点。

3、立体化的卖点展示。在找到客户关键需求点之后，我们要把相关卖点做一个有冲击力、让客户印象深刻的展示。这种展示要做到：让客户容易理解、让客户信任、鲜活形象。为此，要实现为每一个卖点精心设计话术。

4、信任冲击。如果您的企业或产品知名度不是很高，那么，还要做信任冲击。电话销售代表能够用10-20秒的时间，通过几句话，迅速建立客户对你公司和产品的信任。

总之，电话营销员抓住以上环节，消除与客户沟通的障碍，就可以大大提高电话营销的成功率 我们知道，一个人的想法总会体现在某些肢体语言上。只要抓住这些相关的特征点，及时采取相应的行动或通过相应的语言表达，我们就能最大限度地提高成功率。

客户动了购买的心思，通常会有以下表现：

肢体反应

1、有积极的反应，一般是非常明显的表情变化，比如很兴奋;

2、眯着眼睛或眨眼次数减少，表示有兴趣和喜好;

3、开始认真地讲价，而非比较夸张地大砍价;

4、眼光注视某一点时，猝然沉默下来，表示正在思考。

语言表达

1、说“投资不知道怎么样，但是只要不亏钱就行了”，或者“冒点风险是不是也应该的”;

2、对项目进一步提出质疑，这种质疑是更深入地询问，而非仅仅针对产品的种类或品质;更为深入的甚至会涉及项目的发展战略等;

**第四篇：猎头顾问每月工作计划**

工作总结和计划

在这辞旧迎新的时间里，我们回顾过去，展望未来。以下是本人的工作总结：

在上个月的工作中，按照公司的要求和任务，努力的完成了个人的工作目标。且在收集通讯上有了一些新的突破，取得了一定的成绩。但还有有许多值得学习和反思的。

一、工作中做得还不够仔细，应该以认真负责的态度，细致去完成我们的工作，特别是编写推荐报告上，必须根据收集的信息真实、认真、细致的填写。

二、加强行业知识、业务技能的提高，不断的通过业内的沟通、后选人的交流、纸杂志及新闻等拓宽自己的知识面和增强自我的职业嗅觉。

三、这最后这段时间里，为了明年的工作能取得更优异的成绩，特在此制定1月份的工作目标如下：

（一）、KPI本月的总分值在25分。具体安排：

1、每周收集45位新的后候选人；

2、争取每月要作5份的候选人推荐报告。

（二）、为了强化个人的业务能力和业务技能上有新的进步和突破，特别安排如下：

1、每周收集地产公司的信息1到2个来加强自己的行业知识。

2、努力去收集一份通讯录。

3、与以前联系过的候选人保持联系，维护与候选人的关系。为明年取得好的成绩打好基础。

最后，我希望公司和各位同事都能在明年步步高升，取得更优异的成绩，也在此预祝公司的领导、全体同事，新年快乐、万事如意、合家欢乐，来年大展宏图！

**第五篇：怎样做好猎头顾问**

怎样做好猎头顾问

1、找到合适的候选人推荐是猎头顾问的核心技能。有时很快找到合适的人选上岗，并不代表你的能力很强。也许那是运气！客户让我们找的人都是市场上比较难觅的人才。关于如何找人，公司的培训或别人带你都只是告诉你思路。如何想尽千方百计找到吻合客户要求的人要靠你的悟性和努力。客户的挑剔都在所难免，我们不可能找到一个完美的候选人，但是我们一定要找到接近客户要求的有潜力的候选人。进而我们要学会管理客户期望值，给客户提供客观的建议，影响引导客户的选择。

2、猎头顾问从事的工作内容实际上是人力资源管理六大模块中最关键的环节-招聘环节。所需要的专业人才招聘、筛选、面试、评估、推荐的技能是人力资源工作中很重要的一部分-帮企业招到合适的人才创造价值。所谓：“伯乐识马、相马”，你必须具备伯乐的眼光。这种能力需要一定的知识和经验积累。在你不具备之前，要恶补学习。通过读书、培训，通过向高级顾问学习各种职位的分析、鉴别、面试技巧。多帮高级顾问做些职位的搜寻；多和高级顾问深入沟通每个职位的评估技巧和找人鉴别技巧；都是在锻炼积累你对各种职位的搜寻鉴别能力。直觉领悟力很强的人更适合猎头工作，因为快速的直觉分析、评估候选人将会有力地提高工作效率。职业特性要求猎头顾问拥有敏锐的直觉、对职位及候选人准确的判断、良好的心理分析能力、以及优秀的沟通能力，在既定的时间内，对候选人产生影响，从而为企业寻找到合适的人才。

3、猎头-在这个厮杀的行业，里如果你要生存、请准备好一颗强壮的心，调整好自己的情绪做好最坏的打算，但要竭尽全力做到最好的结果。所谓“天助自助之人”结果会在你的坚持努力中有所回报。所以要想在这个行业里发展必须要能抗压抗挫折，心理素质要好，要具有极强的挑战精神去面对去动脑突破困境，要有执着的干劲，自我激励不断的加油直到最后达成目标。这是成功者的秘密！但每个顾问都会面临成功与失败的循环；顺境与逆境的循环；我们所要做的是胜不骄、败不馁，继续从容地投入新的战斗循环。猎头工作便会成为你的专业生存技能支撑你到老。

4、猎头是一种高效率、高质量的结果生存模式。客户不可能等着你慢慢找人，所以接单后要快速行动、快速学习成长、快速找到合适候选人推进。这是一种紧张、快节奏的工作。尤其是在我们已进入市场竞争的今天。你慢别人一步你就会吃不上饭。尤其是对于刚入行的新人，更要快速成长才能达成结果生存法则。公司每引进培养一个助理到顾问都是有成本的，其结果必须是导向团队业绩收益后公司才能有利润去发展。每个顾问才能在公司中找到自己的价值和职业目标。站在企业的角度考虑问题，为企业的发展做出贡献。这是一个合格的优秀的人才顾问应具备的职业素质。

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