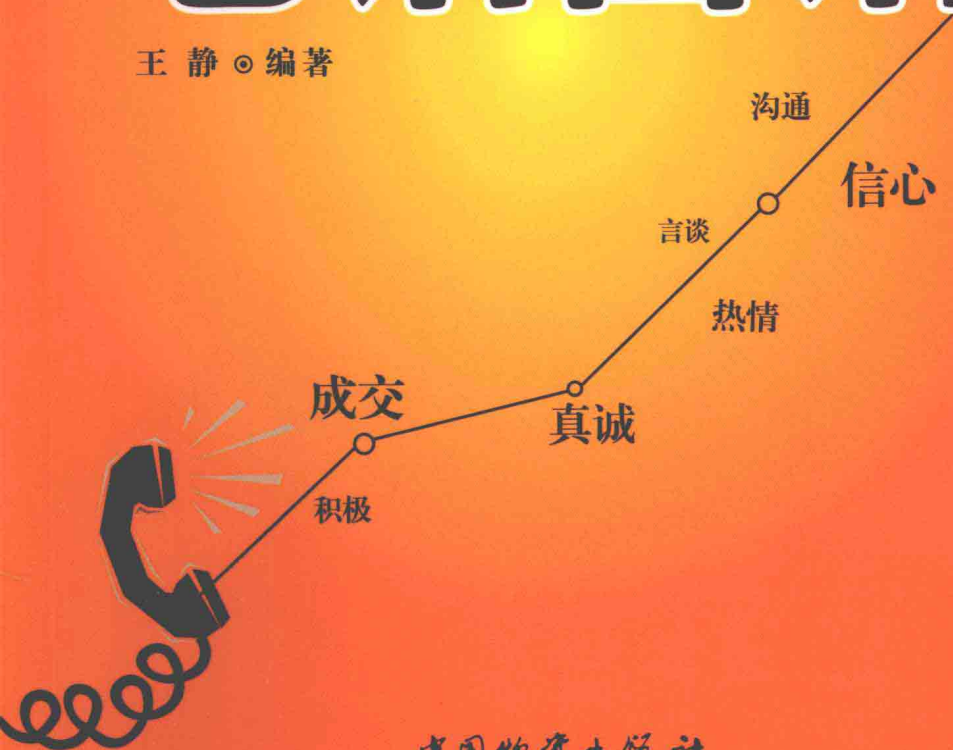


# 如何做 电话营销

王 静 ◎ 编著



中国物资出版社

# 如何做 电话营销



王 静 ○ 编著

沟通

○ 信心

言谈

热情

成交  
○

○ 真诚

积极



中国物资出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

如何做电话营销/王静编著. —北京: 中国物资出版社, 2008. 10  
ISBN 978 - 7 - 5047 - 2880 - 7

I. 如… II. 王… III. 推销—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 080319 号

责任编辑 秦理曼  
责任印制 何崇杭  
责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 880mm × 1230mm 1/32 印张: 10 字数: 242 千字

2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2880 - 7/F · 1194

印数: 0001—9000 册

定价: 22.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

# 前 言

## Foreword

随着中国经济的快速发展，企业面临越来越激烈的市场竞争，各种销售渠道的绩效遭遇到前所未有的挑战，企业纷纷追求以更低的成本和更便捷的方式获得更高的经营业绩。

电话营销作为一种销售渠道，符合科技优势以及现代人追求快捷、方便的消费形态，具有成本低、效率高的特性。而且，电话营销的应用范围相当广泛，包括电信、保险、银行、投资、报纸杂志、邮购、酒店、各式俱乐部、健康食品、图书、招聘、软件、国际快递、租赁、保养品等行业。因此，电话营销成为国内绝大部分企业重点考虑的营销手段之一。

电话营销看似简单，仿佛仅凭一部小小的电话，便可以足不出户打遍天下，从而带来丰厚的销售利润。但在企业实践中，利用电话营销取得成功的只是凤毛麟角。为什么？万事皆可归结于“人”这一个因素上。由于电话营销普及较晚，专业人才匮乏，导致企业难以顺利开展电话营销业务。

基于这种背景，我们特推出本书，试图为从业人员提供一本理论与实践相结合的基础性读物，帮助读者奠定扎实的电话营销基础，轻松掌握电话营销的基本技巧与方法，进而举一反三，在实战中取得骄人的业绩。

本书摒弃了枯燥无味的理论阐释，通过简洁流畅的行文，

结合生动有趣的真实案例，辅以小故事、小知识的点缀，让读者在阅读的愉悦中获取知识、得到启发。

本书共分十章。

第一章从理论的角度明晰了电话营销和电话销售的区别，从战略的角度为读者指明了前进的方向。

第二章和第三章属于电话营销前的准备工作。比如，电话营销人员的素质要求、心态准备和知识储备，电话营销目标的确定，客户需求的定义，相关物品和资料的准备，等等。力求帮助读者有备无患。

第四章至第九章重点关注利用电话赢得客户的关键步骤，包括电话销售的基本技巧，客户心理分析，开场白的设计，产品推荐技巧，客户异议的处理，直至最终促成交易。本部分包括大量案例，并对有关理论知识进行深入浅出地讲析，有效地解决了电话销售过程中的诸多难点和疑点，让读者快速了解和掌握通过电话赢得客户的种种技巧和方法，既可以帮助新手快速上手，又可以帮助老手进一步提升。

第十章介绍了客户跟进和客户关系管理的技巧，帮助读者更好地维护客户关系，防止老客户的流失。

本书适合使用电话进行销售的人员、服务人员、技术支持人员阅读，也适合对电话销售模式感兴趣，准备或正在使用电话销售模式的人员阅读。

由于学识和经验的局限，书中难免存有错漏，敬请广大读者和同行不吝指正。

编 者

2008年5月

# 目 录

---

## Contents

### 第一章 酒香也怕巷子深

#### ——走近电话营销

|                      |    |
|----------------------|----|
| 第一节 什么是电话营销 .....    | 3  |
| 1. 电话营销的定义 .....     | 3  |
| 2. 电话营销的职能 .....     | 3  |
| 第二节 什么是电话销售 .....    | 9  |
| 1. 电话销售的特性 .....     | 9  |
| 2. 交易型销售和顾问型销售 ..... | 10 |
| 3. 销售过程中所面临的问题 ..... | 11 |
| 4. 电话销售的优势 .....     | 12 |
| 5. 电话销售的挑战 .....     | 12 |

### 第二章 没有规矩不成方圆

#### ——从事电话营销的要求

|                 |    |
|-----------------|----|
| 第一节 心态要求 .....  | 15 |
| 1. 充满热情 .....   | 16 |
| 2. 自尊自重 .....   | 17 |
| 3. 积极而有耐心 ..... | 17 |
| 4. 乐观向上 .....   | 18 |



|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| 5. 体现自我价值 .....       | 19        |
| 6. 从零开始 .....         | 19        |
| 7. 充满勇气无所畏惧 .....     | 20        |
| 8. 坚持学习 .....         | 21        |
| 9. 自信心强 .....         | 21        |
| 10. 正确认识自己的工作 .....   | 22        |
| 11. 正确认识失败 .....      | 22        |
| 12. 真诚友好 .....        | 23        |
| <b>第二节 物品要求 .....</b> | <b>24</b> |
| 1. 电话机 .....          | 25        |
| 2. 铅笔和便笺纸 .....       | 25        |
| 3. 电话记事本 .....        | 25        |
| 4. 计算器 .....          | 26        |
| 5. 钟表 .....           | 26        |
| 6. 镜子 .....           | 27        |
| 7. 客户资料 .....         | 27        |
| 8. 电脑 .....           | 27        |
| 9. 音乐 .....           | 27        |
| 10. 传真机 .....         | 28        |
| 11. 饮料和茶水 .....       | 28        |
| 12. 电话录音系统 .....      | 28        |
| 13. 绿色植物 .....        | 29        |
| 14. 手机 .....          | 29        |
| 15. 发泄室 .....         | 29        |
| <b>第三节 知识要求 .....</b> | <b>30</b> |
| 1. 对产品或服务的认识 .....    | 30        |
| 2. 了解客户的渠道 .....      | 32        |

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| 3. 掌握大量客户资源并与客户取得联系 ..... | 33        |
| <b>第四节 素质要求 .....</b>     | <b>37</b> |
| 1. 动听的声音和语调 .....         | 37        |
| 2. 语速语调要与对方恰当地配合 .....    | 38        |
| 3. 善于倾听 .....             | 38        |
| 4. 有目标 .....              | 39        |
| 5. 分析事实的能力 .....          | 40        |
| 6. 具备一定的学习能力 .....        | 40        |
| 7. 具备把握周围信息的能力 .....      | 41        |
| 8. 及时总结的能力 .....          | 41        |

### **第三章 磨刀不误砍柴工**

#### **——电话营销前的规划工作**

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>第一节 确定目标 .....</b>     | <b>45</b> |
| 1. 主要目标 .....             | 46        |
| 2. 次要目标 .....             | 46        |
| <b>第二节 定义客户的需求 .....</b>  | <b>48</b> |
| 1. 什么是定义客户的需求 .....       | 49        |
| 2. 定义客户需求的五项原则 .....      | 49        |
| 3. 如何做好定义客户需求的工作 .....    | 51        |
| <b>第三节 其他准备工作 .....</b>   | <b>55</b> |
| 1. 熟悉产品和服务 .....          | 55        |
| 2. 确定产品或服务与客户需求的切合点 ..... | 55        |
| 3. 准备好相应的文件 .....         | 56        |
| 4. 准备好客户的基本资料 .....       | 57        |
| 5. 其他事项准备 .....           | 57        |
| 6. 态度的准备 .....            | 62        |



## 第四章 掌握十八般武艺 ——电话销售的基本技巧

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第一节 电话礼仪 .....         | 71  |
| 1. 通话原则 .....          | 71  |
| 2. 拨打电话 .....          | 74  |
| 3. 接听电话 .....          | 76  |
| 4. 代接电话 .....          | 77  |
| 5. 电话预约 .....          | 78  |
| 第二节 有感染力的声音 .....      | 82  |
| 1. 声音感染力的三要素 .....     | 82  |
| 2. 如何使自己的声音具有感染力 ..... | 90  |
| 第三节 如何说服客户 .....       | 96  |
| 1. 电话销售人员的自身要求 .....   | 97  |
| 2. 说服客户的技巧 .....       | 99  |
| 3. 如何说服客户 .....        | 99  |
| 4. 说服客户的口才训练方法 .....   | 101 |
| 第四节 如何做好心理调适 .....     | 106 |
| 1. 从事电话销售的心理历程 .....   | 107 |
| 2. 如何减轻心理压力 .....      | 110 |
| 3. 如何做好心理调适 .....      | 114 |

## 第五章 知己知彼百战百胜 ——电话销售中的客户心理分析

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 消费者心理对营销的影响 .....     | 123 |
| 1. 消费者的心理需要 .....         | 124 |
| 2. 消费者心理需求对其购买行为的影响 ..... | 124 |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| 3. 如何把握消费者心理 .....         | 128        |
| <b>第二节 消费者心理分析 .....</b>   | <b>132</b> |
| 1. 从众心理 .....              | 132        |
| 2. 面子心理 .....              | 133        |
| 3. 崇尚权威心理 .....            | 134        |
| 4. 占便宜心理 .....             | 135        |
| 5. 炫耀心理 .....              | 136        |
| 6. 攀比心理 .....              | 137        |
| 7. 懊悔心理 .....              | 138        |
| 8. 心理价格 .....              | 139        |
| <b>第三节 消费者购买行为分析 .....</b> | <b>142</b> |
| 1. 根据消费者性格来划分 .....        | 142        |
| 2. 按消费者对购买目标的选定划分 .....    | 145        |
| 3. 根据消费者的购买情感反应划分 .....    | 146        |

## **第六章 良好开端成功一半**

### **——电话销售中的开场白**

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>第一节 开场白的内容与作用 .....</b> | <b>155</b> |
| 1. 开场白的内容 .....            | 155        |
| 2. 开场白的作用 .....            | 157        |
| 3. 与客户建立融洽的关系 .....        | 157        |
| <b>第二节 别出心裁的开场白 .....</b>  | <b>159</b> |
| 1. 好奇心利用法 .....            | 160        |
| 2. 激起兴趣法 .....             | 160        |
| 3. 真诚赞美法 .....             | 161        |
| 4. 第三人介绍法 .....            | 162        |
| 5. 牛群效应法 .....             | 163        |



|                     |     |
|---------------------|-----|
| 6. 巧借东风法 .....      | 164 |
| 7. 与人为师法 .....      | 165 |
| 8. 老客户回访 .....      | 165 |
| 9. 其他别开生面的开场白 ..... | 166 |
| 10. 开场白案例分析 .....   | 168 |

## 第七章 王婆卖瓜自卖自夸 ——电话销售中的产品推介

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一节 了解客户的需求 .....     | 177 |
| 1. 聆听客户的需求 .....      | 177 |
| 2. 了解并理解客户 .....      | 180 |
| 3. 了解客户需求的基本流程 .....  | 183 |
| 4. 了解客户需求的方法 .....    | 183 |
| 第二节 产品推介的技巧 .....     | 187 |
| 1. 激发客户对产品的强烈兴趣 ..... | 187 |
| 2. 充满热情和自信 .....      | 190 |
| 3. 与客户谈论竞争对手的技巧 ..... | 195 |
| 4. 推荐高价产品时的技巧 .....   | 197 |

## 第八章 嫌货才是买货人 ——如何处理客户异议

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第一节 客户异议 .....     | 209 |
| 1. 什么是客户异议 .....   | 209 |
| 2. 客户异议的类型 .....   | 210 |
| 3. 客户异议产生的原因 ..... | 212 |
| 第二节 客户异议的处理 .....  | 215 |
| 1. 处理客户异议的原则 ..... | 215 |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| 2. 处理客户异议的三步骤 .....        | 220        |
| 3. 区别对待不同的客户异议 .....       | 223        |
| 4. 常见异议的处理 .....           | 228        |
| <b>第三节 处理客户异议的技巧 .....</b> | <b>231</b> |
| 1. 转折法 .....               | 231        |
| 2. 转化法 .....               | 232        |
| 3. 忽视法 .....               | 232        |
| 4. 补偿法 .....               | 233        |
| 5. 反驳法 .....               | 234        |
| 6. 不理不睬法 .....             | 235        |
| 7. 问题引导法 .....             | 235        |
| 8. 委婉处理法 .....             | 237        |
| 9. 合并意见法 .....             | 237        |

## 第九章 船到桥头自然直

### ——如何在电话销售中促成交易

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| <b>第一节 促成交易概述 .....</b>  | <b>245</b> |
| 1. 什么是促成交易 .....         | 245        |
| 2. 促成交易的障碍 .....         | 245        |
| 3. 成交环节中最易犯的错误 .....     | 247        |
| 4. 发现购买信号 .....          | 248        |
| 5. 成交法则 .....            | 252        |
| <b>第二节 有效成交的技巧 .....</b> | <b>255</b> |
| 1. 直接请求成交法 .....         | 255        |
| 2. 询问成交法 .....           | 256        |
| 3. 假设成交法 .....           | 257        |
| 4. 数字成交法 .....           | 259        |



|                   |     |
|-------------------|-----|
| 5. 避重就轻成交法 .....  | 260 |
| 6. 从众成交法 .....    | 261 |
| 7. 谦虚求教成交法 .....  | 263 |
| 8. 拒绝成交法 .....    | 263 |
| 9. 步步为营成交法 .....  | 264 |
| 10. 物有所值成交法 ..... | 265 |

## 第十章 买卖不成情意在

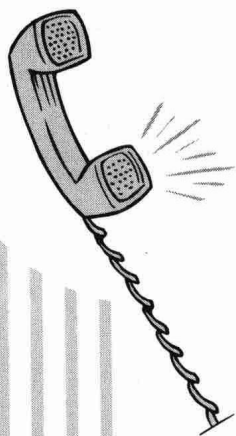
### ——客户跟进和客户关系管理

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 如何跟进客户 .....          | 275 |
| 1. 为什么要跟进客户 .....         | 275 |
| 2. 如何跟进客户 .....           | 277 |
| 第二节 成功跟进的技巧 .....         | 281 |
| 1. 成交以后至少再打三次电话 .....     | 281 |
| 2. 给客户发电子邮件 .....         | 282 |
| 3. 给你的客户寄感谢函或致谢卡 .....    | 283 |
| 4. 兑现曾经做过的承诺 .....        | 284 |
| 5. 持之以恒地进行联系 .....        | 284 |
| 6. 开发老客户 .....            | 284 |
| 7. 建立客户档案 .....           | 285 |
| 第三节 客户关系管理 (CRM) 简介 ..... | 288 |
| 1. 客户关系管理的兴起 .....        | 289 |
| 2. CRM 系统的典型功能 .....      | 293 |

# 第一章

## 酒香也怕巷子深

——走近电话营销





## 第一节 什么是电话营销

在激烈的市场竞争中，电话营销作为一种能够帮助企业获取更多利润的营销模式，正在越来越多地为众多企业所采用，且对社会发展具有深远的影响意义。作为一种营销手段，电话营销能使企业在一定的时间内，快速地将信息传递给目标客户，及时抢占目标市场。它是当今商业领域发展最快的一种行业，预计每年以 30% 的速度递增。

通过本节，让我们走近电话营销，了解电话营销的含义。

### 1. 电话营销的定义

电话营销，就是通过先进的电话技术和计算机技术，实现在多种情况下与客户的接触，从而与客户建立起信任关系，并在建立关系的过程中，了解和发掘客户的需求，并满足其需求，同时以高效率的双向沟通方法直接与目标客户接触、沟通并展开促销活动的直销方式。

其特点是及时、普遍、经济、双向，并能快速获利。

### 2. 电话营销的职能

广义上的电话营销主要包括以下十大职能：



## 广义电话营销的十大职能

- ★ 建立和维护营销数据库
- ★ 获取各种信息
- ★ 寻找销售线索
- ★ 组织研讨会或参加博览会
- ★ 直邮
- ★ 电话销售
- ★ 交叉销售
- ★ 扩大销售
- ★ 建立客户关系
- ★ 客户服务

### (1) 建立和维护营销数据库

客户营销数据库是一切商务活动成功的基础，当然也是电话营销的关键成功因素之一。正是由于准确完整的客户营销数据库，才保证了电话营销的其他职能得以顺利实现。可是，目前真正建立和维护客户营销数据库的工作还没有被大多数企业所重视。当然，也有一些做得比较好的企业，如戴尔、惠普、IBM等，他们每年都花费大量的投资在客户营销数据库的建立和维护上，他们非常清楚这些投资的回报。

其实，通过电话来建立和维护客户营销数据库，是最快和最省钱的方法。如果你现在在这个领域上是一个空白，也就是说你现在基本上还没有客户营销数据库，你所有的客户资料都