

THE SPEAKING OF TELEPHONE MARKETING

电话行销实际就是一个为顾客创造需求、制造梦想的过程。

一线真金 电话行销话术

李雯 编著

使用电话的真正目的在于搭建销售人员与顾客之间的桥梁。

80%的电话是用来约访的，只有20%的电话是用来成交的。

电话行销最重要的就是吸引顾客的注意力，

吸引注意力最重要的方法就是问对问题。



民主与建设出版社

一线真金

电话行销话术

李 雯 编著



民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一线真金：电话行销话术/李雯编著. —北京：
民主与建设出版社，2010. 1
ISBN 978 - 7 - 80112 - 966 - 6

I. ①—… II. ①李… III. ①推销 - 方法 IV.
①F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 239362 号

©民主与建设出版社，2010

责任编辑 闵 建
封面设计 王 超
出版发行 民主与建设出版社
电 话 (010) 85698040 85698062
社 址 北京市朝阳区朝外大街吉祥里 208 号
邮 编 100020
印 刷 北京东海印刷有限公司
成品尺寸 170mm × 240mm
印 张 15.5
字 数 210 千字
版 次 2010 年 2 月第 1 版 2010 年 2 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 80112 - 966 - 6/F · 410
定 价 28.00 元

注：如有印、装质量问题，请与出版社联系。

前 言

电话行销就是通过先进的电话技术和计算机技术（包括数据库技术和网络技术），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，了解和挖掘客户的需求，并满足其需求的过程。

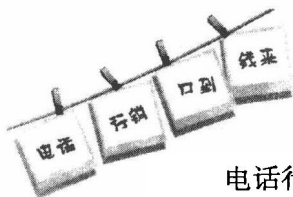
电话行销工作的任务之一就是赋予产品生命力，让产品与客户建立情感的联系，不仅要把产品卖到客户的手中，更要把产品卖到客户心中。

在电话行销的时代，“行销技巧”贯穿行销的全过程，是一个起决定性作用的因素。电话行销是用嘴巴来创造财富的过程，其技巧其实可以看作是一种话术。这种销售方式主要是通过电话进行沟通，而不是面谈，这样可以有效降低客户初次打交道时的防范心理。

电话行销区别于传统行销方式的最大特点是更有针对性、更具互动性。电话行销的成功，在很大程度上取决于人的因素——需要用正确的人做正确的事。此外，电话行销还要有好的客户名单和好的数据管理，因为一个成功的电话行销，必须精确地找准目标客户。

目前，由于电话种类和电话功能的增多，使电话行销由最初的简单通话推销开始向多元化、复杂化发展，由此开始变得网络化、视觉化、理性化，电话行销也越来越成为企业在相互竞争中不可忽略的一种行销方式，并呈现出做大、做深、做精的趋势。

本书分为十五章，以电话行销的实际操作步骤为切入点，由浅入深地讲解了电话行销的具体操作方法、操作技巧以及提升行销能力的训练，并辅助有大量的经典行销案例，力求帮助每一位电话行销行业人员向着金牌电话行销人的方向前进。



电话行销靠的是智慧和勤奋。编者希望那些细心研读本书的读者朋友，能够凭借智慧和勤奋在电话行销的道路上越走越远，早日实现自己的财富梦。

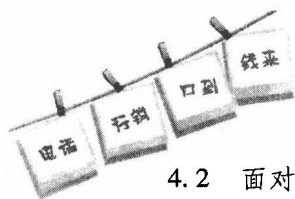
鉴于编者的水平有限，书中难免会有疏漏之处，还望读者朋友予以谅解并多多指教。

编 者

目录

CONTENTS

第一章 不打无准备的电话——电话行销的准备工作	
1.1 充分的准备工作是电话行销成功的敲门砖	2
1.2 全面了解产品是电话行销的起始点	6
1.3 详细划分客户种类,把握关键客户	11
1.4 寻找潜在客户的方法	17
第二章 电话行销中说出具有感染力的开场白	
2.1 给客户留下好印象的开场白是成功行销的关键	20
2.2 怎样设计开场白才更具吸引力	23
2.3 六法则帮你顺利突破秘书关	30
2.4 电话行销中哪些话是我们不该说的	34
第三章 富有感染力的声音是电话行销中的“撒手锏”	
3.1 通过增强声音的感染力对客户产生影响	40
3.2 提升声音感染力的王牌武器——措辞	47
第四章 电话行销中一种神奇的话术——有效提问	
4.1 有效的提问对电话行销有哪些好处	54



- 4.2 面对不同问题,面对不同客户,有不同的提问技巧 56
- 4.3 别说自己想说的话,要说客户想听的话 63
- 4.4 唤起客户好奇心,使他们成功“上钩” 65
- 4.5 提问后沉默,将压力抛给对方 68

第五章 用心倾听是决定成败的重要因素

- 5.1 电话行销术不光说很重要,用心倾听更加重要 70
- 5.2 积极倾听能获取到很多有用的信息 74
- 5.3 旁敲侧击地了解客户,听出弦外之音 77
- 5.4 电话行销中要注意哪些倾听事项 83

第六章 电话行销中巧妙引导谈话方向

- 6.1 如何引导谈话方向,达到最终行销目的 88
- 6.2 引导客户对产品的兴趣,针对客户需求采取不同的进攻策略 97
- 6.3 如何让客户的兴趣由不着急变得很着急 101
- 6.4 引导客户说出他们的实际需求 102

第七章 客户的需求才是“一线万金”的关键

- 7.1 电话行销人员需要了解客户的需求观 106
- 7.2 你是否了解你的客户,又该如何满足他们的需求 110
- 7.3 细节决定成败——用心发掘客户最感兴趣的细节 115
- 7.4 无论你持怎样的观点都请尊重客户的需求 117

第八章 由此及彼——同理心能让一通电话赢得客户的心

- 8.1 请在电话行销中表达你的同理心 122
- 8.2 教你如何如何才能具备同理心 124

8.3	电话行销中使用同理心需注意哪些问题	127
8.4	电话行销人员不同的同理心,客户不同的反馈方式	128
8.5	运用同理心,摆脱“为了处理异议而处理异议”的错误观念	133
8.6	电话行销中用同理心处理问题的自我测试	135

第九章 不要怕对方误会而收起赞美之辞

9.1	表达你的赞美会赢得客户的信任	138
9.2	怎样赞美才能让一线值万金	139
9.3	赞美与客户切实相关的方面更易使电话行销顺利进行	145
9.4	适度的赞美才能达到实效	147

第十章 良好的心态才能创造出“一线万金”的业绩

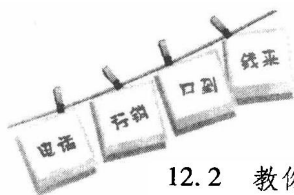
10.1	电话行销中可能出现的不良心态和情绪	150
10.2	如何克服心理障碍,建立正确的行销心态	152
10.3	永不放弃、热情和帮助客户成功是优秀行销人员应具备的心态	156
10.4	电话行销人员要做好的七项心理建设	159

第十一章 把握好客户这个“上帝”才能让电话行销成功

11.1	让客户从心底接受你,进而才能接受你的产品	168
11.2	积极应对客户的自我保护心理,打消他的顾虑	171
11.3	尊重客户的面子心理,坚持“客户永远是对的”	173
11.4	强调客户收益能成功应对客户趋利避害心理	176
11.5	分析客户的其他心理,从容应对	177

第十二章 电话行销中“跟进”的黄金法则

12.1	电话行销中的跟进率多少才算“刚刚好”	182
------	--------------------	-----



- 12.2 教你跟进客户的有效方法 184
- 12.3 针对不一样的客户,要学会不一样的跟进策略 189
- 12.4 行销制胜法宝之有效地维护客户 192

第十三章 见招拆招——成功应对客户的拒绝

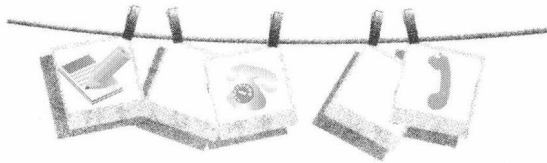
- 13.1 “谢谢,我现在不需要” 198
- 13.2 “对不起,我很忙,你先寄资料给我看看吧” 200
- 13.3 “不好意思,我现在没有资金” 202
- 13.4 应对客户拒绝的方法 204
- 13.5 客户拒绝的具体类型以及应对技巧 208
- 13.6 让客户无法拒绝你的13句话 212

第十四章 注重电话行销中的小细节是赢得客户的金钥匙

- 14.1 合理控制打电话的时间 218
- 14.2 结束电话时要注意哪些细节 222

第十五章 电话行销中的常见问题及其应对技巧

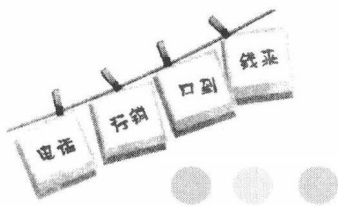
- 15.1 上演“阴差阳错”的电话行销剧目——打错电话,将错就错 228
- 15.2 不可避免地遭遇客户的抱怨 229
- 15.3 调动和控制自己的情绪、情感以影响客户 232
- 15.4 让善意的谎言在电话行销中助你一臂之力 233
- 15.5 成功应对电话行销中的特殊事件,完美收场 237



第一章 不打无准备的电话

——电话行销的准备工作

- 1.1 充分的准备工作是电话行销成功的敲门砖
- 1.2 全面了解产品是电话行销的起始点
- 1.3 详细划分客户种类,把握关键客户
- 1.4 寻找潜在客户的方法



1.1 充分的准备工作是电话行销成功的敲门砖

俗话说得好，“磨刀不误砍柴工”。

有一个伐树的工人，身体非常强壮，而且辛勤劳作，每天工作十多个小时，可是，他发觉自己的伐树数目却日渐减少。他开始忧心自己到底出现了什么问题。

他想，一定是自己的工作时间不够长，所以伐树的数目才会减少，于是他除了睡觉和吃饭，其他的时间都用来伐树。但是似乎于事无补，而且他每天伐树的数目反而有减无增。他更怀疑自己的工作能力了。

一天，他的管工看见他满脸愁容，便关心地问：“你为什么愁眉苦脸的呢？”

这个伐树工人说：“我对自己失去信心了，我以前每天伐树十多棵，现在每天在减少，但我真的没有偷懒，而且还增加工作时间，我真不明白这是为什么啊？”

管工看一看他，再看看他手中的斧头，心有所悟地说：“你是否每天都用这斧头伐树呢？”

工人认真地说：“当然啦！这是我从开始伐树工作以来，一直不离手的工具呢！”

管工又问他：“你有没有磨利这把斧头再使用它呢？”

工人回答他：“我每天勤劳工作，伐树的时间都不够用，哪有时间去磨利这把斧头？”

然后管工向他解释说：“你可知道，这就是你伐树数目每天递减的原因？你没有先磨利自己的工具，又如何能提高工作的效率呢？”

作为一个想取得一定成就的电话行销人员来说，不能像伐木工人一

样，因为过于沉溺于一个活动之中，而忘了应该采取必要的步骤使工作更加简单、快速。

做任何事情都要事先准备和计划，电话行销也同样需要事前妥善规划，进行各项准备工作。许多电话行销人员，往往接到工作任务后就开始手忙脚乱地拨打电话，进行行销活动，等到真正与客户进行沟通后，才会发现自己前期的准备工作不充分，不仅使客户很不满意，自己也失去了一次良好的行销机会。

可以说，好的准备工作是电话行销成功的敲门砖。因此，当电话行销人员开始进行一次电话行销时，应该静下心来仔细想想：自己的准备工作是否已经充分，能否马上开始进行一次行销呢？

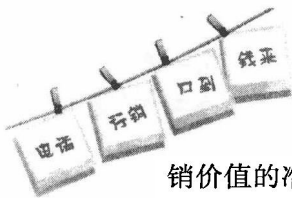
那么，电话行销前，行销人员应该做什么样的准备工作呢？

1. 日常工具的准备

“工欲善其事，必先利其器”，电话行销人员在进电话行销时，需要经常使用一些必备物品，来进行电话行销的辅助工作。如在客户需要自己的资料时，能及时、方便地传递给客户：各种颜色的笔，电话行销时，行销人员应该备有几只不同颜色的笔，来记录客户的相关信息、日常备忘、重要信息等，而且会避免因为笔色相同拿错记录的错误；便笺和备忘录应该是每个电话行销人员必须要有的随身物品，它可以粘贴在办公桌或电脑上等醒目的位置，用来提醒行销人员及时处理的问题；手表和时钟，能够保证行销人员充分地掌握自己与客户沟通的时间，使行销人员能充分把握好每一分钟，既不浪费自己的有效时间，又不致因为掌握不好时间导致客户产生烦躁心理；一杯温开水，当行销人员说话太久时，喝一些温开水，可以改变一下沙哑的声音，因为你在拿起电话的时候很可能预料不到这次电话会沟通多长时间。

2. 公司客户资料的准备

不是随随便便拿起电话，随手拨一个从网上搜集来的电话号码，就可以进行一次电话行销的行动。电话行销人员首先要明白谁才是具有行



销价值的准客户，如何去找到他们以及如何做好公司客户背景资料的收集并加以最大限度地利用。只有掌握了这些，电话行销的成功概率才会提高，电话行销人员才会节省大量不必要的时间，提高自己的工作效率。对公司和客户背景资料的调查包括公司的介绍资料、传真电话、公司负责人、相关人员的姓名、公司的组织机构、电子邮件地址、公司业务范围和行销业绩等，这些资料的完善准备将大幅提高电话行销人员的工作效率，并更好地使客户感受到行销员的专业精神。

3. 电话脚本的准备

设计电话脚本对于刚开始做这项工作的业务员来说尤为重要，因为如果这方面的工作准备不充分的话，你将会发现，你在拿起电话之后可能会语无伦次，可能就会没有机会把应该介绍对方的产品特性说出来，因为，对方很有可能会在第一时间就发现你是一个推销员，而拒绝与你继续通话。所以，你必须在这之前设计一个电话脚本来配合你的工作。

在电话脚本设计这方面，需要着重注意的是“问题的设计”。在整个通话过程中，电话行销人员需要提出一系列的问题，这样一来能掌握电话的主动权，二来能避免给客户造成强烈的推销感。

北京某文化公司广告部的业务主管孙先生，是从业务员中被提升起来的干部。在上任后的短短半年时间里，他将部门的业务成交额从季度业绩 10 万元提高了 170% 以上，他们的业务开展基本是从电话线开始的。

被问到电话业务有哪些技巧的时，孙先生说：“从小我就是快人快语，说话连珠炮。刚做业务时觉得自己伶牙俐齿没问题，可不知为什么老碰钉子。后来我学乖了，原来是我说了一大堆，人家根本没听。再后来，我打招呼，就稍作停顿，让人觉得谨慎些、正式些。为了降低语速、显出专心，有时还要适度地重复接线人讲的内容，用业务培训的话说就是用认同感吸引对方。最重要的是我学会了聆听对方。而不是任自己一路劝说引导。”

说到认同感，他说：“我的业务基本是从电话开始的，我对业务员

说，要在电话中与客户迅速建立起认同感，这里有很多技巧性的东西。但是要给对方一个好的认同，最简单的方法，就是制作脚本。”

脚本，会使你气定神闲、心中有数，会使你游刃有余、达到最佳状态。你的良好状态一旦感染了对方，对方就会听进去你说的话。制作脚本也就是整理你的态度，在电话业务里，态度决定了成功，而不是成功后才有的态度。这就是建立认同感的道理。

上面的方法，不过是强调业务员要做好工作准备。你必须在打电话之前做好准备。

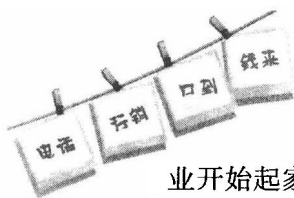
如果你不把应答的对话准备好，把已经了解到的资料准备好，把想要达到的目的事先想好，那么任何接线人都会成为绕不过的障碍。

孙先生说：“准备工作的另一个问题，我们强调要获得对方公司的必要信息，比如业务资料、营业记录等，这对我们绕障碍和与拍板人谈判最为有益。比如你拿着他们的产品说明书，用顾客的口气说一些术语和接线人交谈，这便是最方便有用的方法，你会很容易从接线人那里得到拍板人的信息。”

4. 行销人员的心理准备

在你拨打每一个电话之前，都必须有这样一种认识，那就是你所拨打的电话很可能就是你这一生的转折点或者是你的现状的转折点。有了这种想法之后你才可能对你所拨打的每一个电话，持有认真、负责和坚持的态度，而这种心态是成功的积极动力。在行销行业里流行这样一句话：“一流的行销人员能使顾客立即产生冲动；二流的行销人员能使顾客立即产生心动；三流的行销人员通过一次又一次的努力，能使顾客产生感动；四流的行销人员是自己被动，导致的结果是顾客一动不动！”所以，作为一名从事电话行销工作的人员，要想真正的成为顶尖级的电话行销人，就必须具备良好的心理素质，在拨打每一个电话时都做好以下三个心理准备。

(1) 要学会寻找动力的源泉。世界上90%以上的富翁都是从推销行



业开始起家的。如李嘉诚、宗庆后等人物。电话行销更是会让你成为成功的人。

(2) 要有自我肯定的心态。一个人首先要喜欢自己，要先把自已推销给自己，才可能很好地把自己推销给别人。所以，作为电话行销人员一定要有自信与热情的心态。你在电话里的每一句话都可以看出你是否有自信。其实，适当的声音修饰也可以让你更有自信，也就是说要有好声音。因为客户无法见到你的容貌，只能根据你的声音来判断电话那端的人。声音洪亮或是温柔都会令聆听的客户感到身心放松，心情愉悦，这也是好的开始。

(3) 要有坚持不懈的精神。在人生的道路上会有很多崎岖坎坷的路要走，有时不可能一帆风顺，这就需要你有坚持不懈的精神。好的开始是成功的一半，但是坚持却是成功的支柱。虽然有时坚持并不一定能够马上成功，但是不能坚持绝对是半途而废。前英国首相丘吉尔，在别人问他为什么能成为首相时，他只说了三句话来回答这个问题。他的这三句话是：“不放弃、绝不放弃、永远绝不放弃。”电话行销不是一件容易的事情，很多时候行销人员遇到的客户都没有心情去聆听你说的话，甚至是用粗暴的态度对待行销人，所以打电话的时候，行销人员一定要有遇事沉着冷静，遇到态度恶劣的客户能心平气和地进行交谈，千万不要用以暴制暴的态度去对待客户。



1.2 全面了解产品是电话行销的起始点

1. 了解产品相关情况是客户的需求

虽然不断增加的产品功能和不断细分的市场有助于满足客户全方位、深层次的需求，但是面对越来越多的同类商品，客户需求被满足之前恐

怕首先面对的是迷惑和困扰，也就是来自对产品各种情况的不了解。

任何一位客户在购买某一产品之前都希望自己掌握尽可能多的相关信息，因为掌握的信息越充分、越真实，客户就越可能购买到更适合自己的产品，而且他们在购买过程中也就更有信心。可是，很多时候客户都不可能了解太多的产品信息，这就为客户购买造成了许多不便和担忧。比如，不了解产品的用法，不知道某些功能的实际用途，不了解不同品牌和规格的产品之间的具体差异，等等。对产品的了解程度越低，客户购买产品的决心也就越小，即使他们在一时的感情冲动之下购买了该产品，也可能会在购买之后后悔。

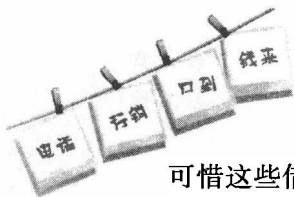
其实，很多人都有过这样的体验：到百货公司去买一些电器产品时，同一种产品总会有至少三种不同品牌的产品，价格不一样，商家着重宣传的功能和优势等也不尽相同。面对这种情况，消费者自然不会轻易决定购买哪种产品。此时，哪种品牌的行销人员对产品的相关知识了解得越多，表现得越是专业，往往越能引起消费者的注意，而最终，这类行销人员通常都会用自己丰富的专业知识和高超的行销技能与客户达成交易。

2. 了解相关产品知识是行销人员的基本职责

客户在购买产品之前有了解更多产品知识的需求，而且这也是他们的权利。面对客户的这一基本需求，身为行销人员自然有责任使之得到满足。

可是，尽管许多商家都把“满足消费者的需求”这一口号挂在嘴边，但是在实际生活中，仍然有很多消费者抱怨他们连最基本的了解产品相关知识的需求都不能得到满足。很多行销人员不能明确地回答客户提出的有关产品知识的问题，甚至有些行销人员对产品的基本使用方法都不知道。

有些电话行销人员声称公司没有对自己进行过专业培训，或者埋怨客户提出的问题过于刁钻古怪，或者说自己行销的同类产品更新速度过快……总之，他们总是有足够的理由说明自己为什么对自己行销的产品知之不多。这些理由显然都是某些电话行销人员不专注于工作的借口，



可惜这些借口最终都是自欺欺人之谈，真正品尝苦果的仍将是自己，因为市场不相信任何借口。

从某种意义上说，电话行销人员的工作是通过自己的商品知识为客户创造利益，协助客户解决问题。为此，电话行销人员必须坚持不懈地、全方位地、深层次地掌握充分而专业的产品知识。

3. 熟悉本公司产品的基本特征

熟悉本公司产品的基本特征，这实际上是电话行销人员的一项基本素质，也是成为一名合格电话行销人的基本条件。电话行销人员在上岗之初就应该对产品的以下特征有着充分了解：

(1) 产品的基本构成。

①产品名称。

②物理特性，包括材料、质地、规格、美感、颜色和包装。

③产品功能。

④技术含量，产品所采用的技术特征。

⑤产品价格和付款方式。

⑥运输方式。

⑦产品的规格型号等。

当客户问起产品的基本构成情况时，电话行销人员不必急于向消费者发出行销进攻，因为客户此时只是想了解更多的基本信息，而不想迅速作出决定。此时，如果电话行销人员表现得过于急功近利，反而会引起客户的反感，这将不利于彼此之间的进一步沟通。

所以，在分析产品的基本构成情况时，电话行销人员的表现更应该像一个专业而沉稳的工程师，应该客观冷静地向客户表明产品的构成、技术特征、目前的技术水平在业界的地位等。当然了，此时电话行销人员介绍产品的语言一定要力求简洁明朗，而不要向客户卖弄他们难以理解的专业术语。

此时，电话行销人员对产品的基本构成分析得越是全面和深入，表现