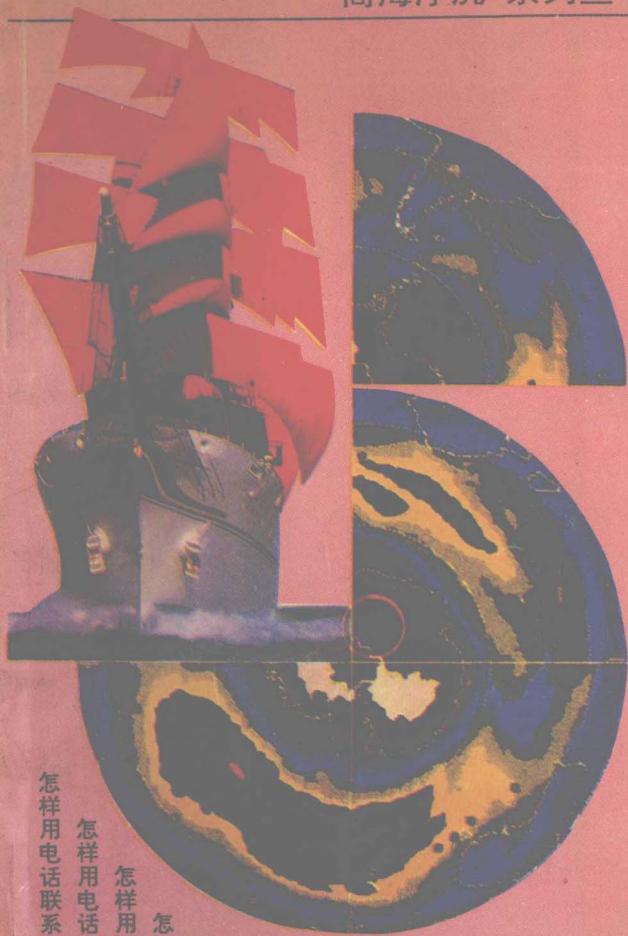


“商海浮沉”系列丛书

下海经商的「救生圈」◎游弋商海的「护身符」

经商的新武器

怎样用电话做生意



怎样用电话联系业

怎样用电话促进生意成交

怎样用电话约见客商

怎样用电话联系生意

怎样在电话里交谈贸易

怎样听商务电话



山西经济出版社

F713.3

109-6549

<47>

电话生意经

陈蓉 编



20210625



山西经济出版社

(晋)新登字 4 号

电话生意经

陈蓉 编

山西经济出版社出版 (太原并州北路 69 号)
山西省新华书店发行 太原红星印刷厂印刷

*

开本:787×1092 1/32 印张:5.5 字数:118 千字
1994 年 12 月第 1 版 1994 年 12 月太原第 1 次印刷
印数:1—4000 册

*

ISBN 7—80577—741—1

F·741 定价:5.90 元

8438201

(34)	找更详细资料
(35)	大衣露出内衣
(38)	要讲
(39)	章主系理出用并珍
(30)	久客请客
目 录		
(33)	一个电话
(36)	模疑
(40)	茶话
(41)	更
(42)	要讲
		第 1 章 怎样接听商务电话
(43)	以防措手不及 (1)
(47)	生意是如何溜掉的 (4)
(48)	讲, 还是不讲 (7)
(51)	商战公关禁忌 (9)
(52)	摘要 (12)
		第 2 章 怎样在电话里交谈贸易
(56)	电话交流所传递的信息 (13)
(57)	如何在电话中抓住本想打发你的顾客
(59) (14)
(59)	克服打电话时紧张心情的诀窍 (16)
(59)	回答顾客提问的最佳方法 (18)
(62)	摸清客户的真实想法 (20)
(62)	一天中何时打电话最佳 (21)
(67)	达到目的后需尽快结束电话 (22)

如何做得更好	(24)
掌握电话交流的正确方式	(26)
摘要	(28)
第3章 怎样用电话联系生意	
电话优选新客户	(30)
如何查找客户的电话号码	(32)
一个电话便能达成交易的秘诀	(33)
有备而战的黄金规则	(36)
不容忽略的电话记录	(40)
更为成功之道	(42)
摘要	(45)
第4章 怎样用电话约见客商	
(1) 直接了当地询找经办人	(46)
(2) 自然而亲切地找准经办人	(47)
(3) 吸引对方感兴趣的提问	(48)
(4) 怎样对待电话接待员	(51)
(5) 自信令你闯过秘书长	(52)
(6) 买主不在时不要立即挂断电话	(54)
(7) 寒暄的正确方式	(56)
(8) 有效的开场白	(57)
(9) 买卖不成话中铺路	(59)
(10) 先打电话还是先寄信件	(62)
(11) 摘要	(63)
第5章 怎样说服对方以取得胜算	
(12) 避免回绝而做好充分准备	(65)
(13) 说服客户的几种技巧	(67)

不可在电话中与顾客争执	(70)
(81) “方格游戏”与忍耐力	(71)
(81) 摘要	(73)
第6章 怎样准备打出销售电话	
(82) 敲定生意	(74)
(83) 下一步怎样做	(76)
(83) 挽救行动	(77)
(83) 建立长期贸易关系	(79)
(83) 该给谁打电话了	(81)
掌握恰当的时间	(82)
(83) 重建联系	(86)
(83) 摘要	(87)
第7章 怎样用电话介绍产品	
(88) 见机行事	(90)
(90) 善于表达	(91)
(90) 铺平交易的道路	(92)
买方的意见	(96)
(94) 买方的动机	(97)
(94) 摘要	(99)
第8章 怎样用电话促使生意成交	
(99) 试探与观察	(101)
(99) 三种毁灭性障碍	(103)
成交的最佳方式	(105)
(99) 成交的最佳时间	(110)
(99) 千万不要放弃	(112)
(99) 摘要	(114)

第9章 怎样用跟进电话扩大销售	
(117)	跟进电话的意义..... (116)
(117)	改变传统作法..... (118)
	跟进电话的六个步骤..... (119)
(117)	满意的顾客..... (122)
(117)	如何使顾客满意..... (123)
(117)	产品的正确使用办法..... (126)
(117)	电话处理投诉的四项基本定律..... (128)
(117)	摘要..... (131)
第10章 怎样用跟进信巩固电话效果	
(117)	跟进信的功能..... (132)
(117)	确认订单..... (134)
	关于联系信件..... (135)
(117)	怎样写联系信..... (136)
(117)	定多少信封..... (140)
(117)	摘要..... (142)
第11章 怎样用电传和传真联系业务	
(117)	选择..... (144)
(117)	电传的优越性..... (146)
	传真的优越性..... (148)
(117)	怎样发电传..... (149)
(117)	摘要..... (150)
附录:	
(117)	全国统一的特种业务电话号码..... (152)
(117)	全国长途自动电话区号表..... (153)
(117)	国际港澳台直拨电话国家和地区代码表..... (159)

1 怎样接听商务电话

以防措手不及

问题：电话联系中最忌讳的是什么？

答案：最忌讳的是，顾客打电话来时，你毫无准备。

各种类型的联系电话均应在事前做好准备。电话联系的主要技巧就是对交谈的各个阶段进行认真细致的准备。但对方打来的电话你是无法控制的。

问题：对意想不到的问题该如何准备？

答案：首先你必须意识到：对方打来的电话有可能把你搞得措手不及；第二步，你要针对各种可能出现的情况做好充分准备。

顾客打来的电话多种多样，只有当接电话的人与对方开始交谈之后，才有可能搞清对方的目的。顾客的电话可以分为如下几类：

1. 顾客希望获得产品资料

如果供货方对产品很了解，一切都会顺利进行。但如果供货方不了解产品的情况（这些情况是应该了解的）则会出现麻烦。经理或推销员的首要任务就是要在顾客心中建立起信誉。假如顾客发觉接电话的人对产品缺乏必要的知识，他对此人或这间公司的信任就会降低。公司员工的培训做得不够，顾客会由此认为该公司在其他方面的工作也做得不到家。

如果你不知道怎样回答顾客的问题，你应该向顾客保证，迅速了解情况后应立即告知他。假如这个办法行不通，也决不能对顾客撒谎，这样做是于事无补的。你应尽你所能去帮助顾客。如：

“马先生，您是要问后操纵板上的小旋扭的功能吗？您大概不知道，您跟我想着同一个问题。我吃午饭时一直在考虑机器的运转问题。我不太清楚的也正是这些旋扭的功能。今天下午的会议中间我有点时间，我准备利用这个机会去请教一下有关专家。我下午晚些时候会给您去电话的，你看这样行不行？”

2. 顾客要了解送货情况

虽然不能指望供货公司的每个人都了解有关送货的详情，但假如顾客问到你，而你又不清楚的话，你应该请顾客

稍候片刻，给你一点时间去了解有关情况。在可能的情况下，将电话转到一位可以立即提供资料的人那里。

3. 投诉

处理顾客投诉，主要的几项规则是：

- (a) 留心倾听对方的意见。
- (b) 要讲究策略。
- (c) 摸清情况，向顾客提供解决办法。
- (d) 在小问题上向顾客让步，在大原则上则要坚定不移。

4. 要求你作出决定

顾客致电来要求你作出明确的回答或决定。在这种情况下，没有中间道路可走，回答方式也没有灵活的余地，只有两个选择：

- (a) 公布你的决定；
- (b) 要向顾客解释清楚，在没有作出决定之前无法立即回答。

5. 你正忙得不可开交，但顾客却在电话里同你东拉西扯。

这种情况每个人都会遇到，一位和蔼、本意良好的人同你在电话中聊起天来，但你却没有奉陪。怎样才能既不伤害对方感情，又能结束谈话？其实说什么理由都不如坦白地向顾客讲明情况好。你可以告诉他你正忙于某项工作，抽不出时间。你应该向对方作出许诺，保证一有时间就会回电话。这样就能自然地结束谈话，而对方也能接受。

生意是如何溜掉的

问题：为什么在电话在会谈不成生意？

答案：有两个主要原因：

- (1) 对各类打来的电话缺乏足够的准备；
- (2) 回答顾客的话缺乏说服力。除了提供产品资料外，还应向顾客宣传产品的优点。

有些顾客如果打定主意同你做生意，他们会一开始就明确告诉你。同这类顾客打交道不会碰到什么麻烦，对方了解详情之后就会与你成交。

有些顾客会先提一些问题，目的是了解一下情况。他们可能会根据你提供的资料，作出购买的决定。顾客所提的问题大致有三个目的：

1. 了解你公司的经营情况
- “我们去年一直向贵公司购货，请问现在您那里还有什么尺码？”
- 顾客希望了解有关过去或现在所谈生意的情况。他们出于什么原因来询问呢？这是不是购买的信号呢？他们目前需要的是什么呢？回答这些问题时必须考虑顾客的需要。

顾客：“我们去年一直向贵公司购货，请问现在您那里还有什么尺码？”

推销人员：“我们现在的存货同去年一样，包括各种规格

的货，尺码齐全。从三厘米到三十厘米的都有。您能告诉我准备用这些垫子来做什么吗？”

规则

回答顾客询问公司的情况时必须考虑顾客的需要。

2. 作出购买决定

如果顾客需要某种产品或服务，他往往会产生两方面的疑问：

(a) 顾客不知道该公司的产品是否货真价实。

(b) 顾客还不清楚该公司是否有能力满足他们的需要。

回答这类询问时，一定要尽力提供最详尽的资料。有时，这方面的资料过于复杂，且涉及面很宽，光凭记忆是不够的。

规则

价目表、产品介绍书及其他有关资料应该时刻放在电话旁。

你手头一定要时刻备有准确、翔实的资料。如果对方表示愿意买你的货，就应该立即采取行动。任何形式的拖延，包括利用邮件或事后回电话等，都是绝对要不得的。任何拖延都会让竞争对手有机可乘。另外还有一个可能：“夜长梦多”。

3. 作出不购买的决定

顾客向你提出问题，你向顾客提供资料，但这份资料却使顾客对你的产品失去了兴趣，于是他决定不买你的货。而且他会认为自己的决定十分明智。但实际上顾客的问题可能并没提到要点上来。你的产品可能还有其他优点，而这些优点恰恰可以满足该顾客的需要。

规则 1

提供资料之前，尽可能摸清顾客的需要。

“是的，我肯定能回答您的问题。但在回答之前，你能告诉我您使用这种机器的目的吗？该机器的性能对不同的用途也有所不同。”

顾客的提问很可能就是成交的前奏。所以回答不应局限于商品知识介绍，应该藉此机会对产品进行充分的宣传。

第一种回答：

顾客：“我听说您能提供万能牌的套装工具，这种产品怎么样？”

推销人员：“噢，是这样的，我们这种套装工具包括有 14 支扳钳，价钱是 220 元。”

顾客：“我明白了，不过这种货我不想要，谢谢。”

第二种回答

顾客：“我听说您能提供万能牌的套装工具，这种产品怎么样？”

推销人员：“噢，是这样的，这种套装工具经过精心设计，包括有 14 支扳钳，它适合市场上任何型号的螺栓、螺母。而且，所有扳钳都经过磁化，可以将螺母从人手拿不到的地方吸出来。这套工具的保用期为 5 年，而卖价仅为 220 元，如果靠自己来配齐这套扳钳，至少要花约 340 元。”

规则 2

向顾客提供资料的同时，尽力推销你的产品。

问题：接听电话的规则是什么？

答案：根据不同类型的电话，分别向顾客报上电话号码、公司名称或者你的姓名。

当电话铃声一响，多数人会拿起话筒，然后说声“喂”，这样做是很友好的，且没能提供足够的资料。不同类型的电话应有不同的接听方式：

1. 外线电话

规则

拿起话筒后，应报上自己的电话号码。

2. 电话用户是家公司，而这条线路由该公司专用。

规则

报上公司名称。

有些大公司拥有总机，接线生均采用一种标准接听方式：“7329876，朗宁工具公司，早上好。”

3. 内线电话

如果电话是通过总机转进来，就没有必要向对方报上公司名称或电话号码了。因为，接线生已经替你做了这项工作。

规则

接听的人向对方报上自己的名字。

推销人员的办公室一般都装有多部电话分机。在一天的工作时间内，推销人员要大量使用电话来推销。从外面打电话来的人，不外乎就是那些顾客或是未来的顾客。推销人员在接听电话时必须尽力向对方推销自己的产品，仅仅让顾客得到他希望获得的资料是不够的，要让顾客就下列任何一项作出承诺：

- (a) 购买；
- (b) 接受样品；
- (c) 正式下订单；
- (d) 拍发电传或电报来正式下订单；
- (e) 寄来发票；
- (f) 接受产品宣传材料；
- (g) 亲自到公司或陈列室来拜访；
- (h) 回电话；
- (i) 写明需要了解的详细情况；
- (j) 同意约见推销人员。

规则

千万不要把那些无关紧要的资料提供给打电话来的人，要设法获得对方某项与成交有关的承诺。

4. 接电话时应做和不应做的事

应做的事：

讲话要清晰；

- 至要有礼貌；
 - 要有条理；
 - 手头要时刻备有记录簿和铅笔；
 - 要记住对方的电话号码；
 - 要自信；
 - 要记住对方的姓名，并在交谈中用名字称呼对方。
- 不应做的事：
- 讲话不要含含糊糊；
 - 不要让对方拿着话筒等很长的时间；
 - 不要偏离原定的计划；
 - 打电话时不要吃或喝东西；
 - 不要大声叫嚷。

商战公关禁忌

问题：电话联系与公共关系有何关联？
答案：任何与外界的口头联系都是一种公共关系形式。使用电话的人一定要小心，不要因为漫不经心而破坏与外界的联系。

而广告的功能很奇特，它能改变顾客的态度，能在顾客决定是否购买时起正面作用，能在顾客已经决定购买时巩固其想法。而公共关系则具有不同的功能。

这家公司所从事的公关活动可以使公众了解及注意该公司及

其一切经营活动。小公司往往只间歇地从事公关活动，甚至根本不当它为一回事。但随着公司规模扩大，公共关系则变得越来越重要。这时就需要专门委派一个人来负责这方面的工作，为公司建立形象。公关负责人通过传媒来发布有关公司及公司发展的消息，藉此提高公司的知名度，吸引外界的注意。这种宣传的对象可能是社会各界，也可能是某一特定行业，或者是二者兼而有之。

通过传媒做广告是要花钱的，而公关方面的宣传却可以免费，在电话上向顾客做类似的宣传也是免费的。这种宣传可以说是公关功能的一部分，每天都要进行。在一般情况下，公司很少注意自己的雇员是怎样在外界树立公司形象的。因此，这个问题需要在这里强调一下。

可以通过两方面来树立公司形象：

1. 打电话时的态度

讲话清晰、有条理、和蔼可亲会给对方留下深刻的印象。同样，动不动就起誓，讲话支支吾吾，或者对自己公司的事一问三不知，也会给对方留下深刻印象。

对顾客来说，雇员的形象就是公司的形象。并不是那位雇员喜欢发誓，谈吐不清，糊里糊涂，而是该公司办事效率不高，令人不满意。

规则

要时刻紧记：每次打电话时，你并不仅仅代表个人，而且还代表公司。讲话要清清楚楚，有条不紊。

2. 打电话时所讲的话

与对方交谈时，可宣传自己公司，推广公司形象，这种