



Eliminate the Fear, Failure, and
Rejection from Cold Calling, Second Edition

[美] 亚特·索布查克 (Art Sobczak) 著
刘艳霞 译



如何打电话，客户不再拒绝你呢？

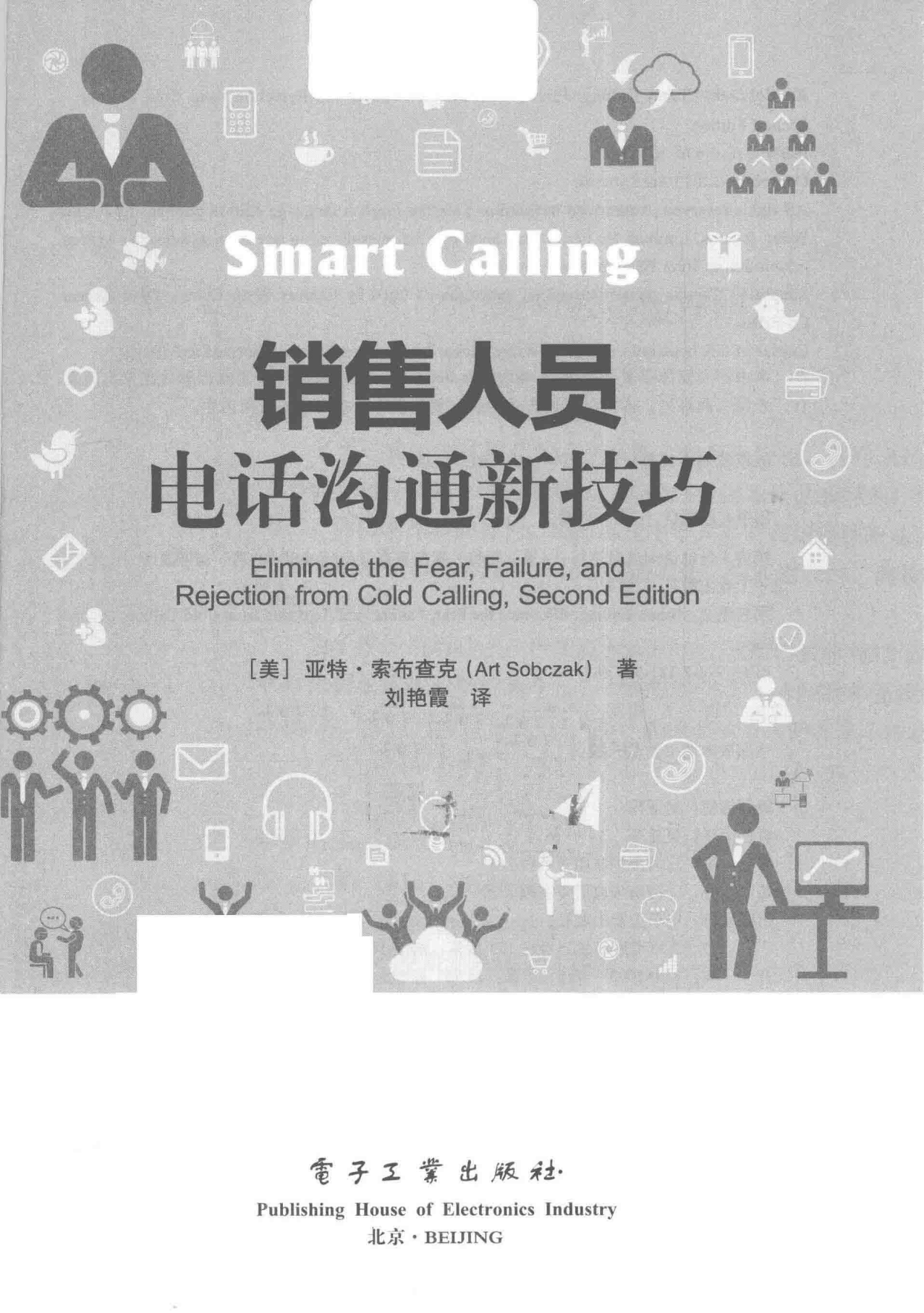
国际大咖帮你摆脱销售误区，
逐步教你如何给陌生人巧打电话，
实现终极成交。



中国工信出版集团



電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



Smart Calling

销售人员

电话沟通新技巧

Eliminate the Fear, Failure, and
Rejection from Cold Calling, Second Edition

[美] 亚特·索布查克 (Art Sobczak) 著
刘艳霞 译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Art Sobczak: Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling,
Second Edition

ISBN: 978-0-470-56702-9

Copyright ©2013 Art Sobczak

All rights reserved. Authorized translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Limited. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons, Limited.

Simplified Chinese translation edition copyrights © 2014 by Century Wave Culture Development Co-PHEI.

Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书中文简体字版经由 John Wiley & Sons, Limited. 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2013-7221

图书在版编目(CIP)数据

销售人员电话沟通新技巧 / (美) 亚特·索布查克 (Art Sobczak) 著; 刘艳霞译. —北京: 电子工业出版社, 2017.3

书名原文: Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Second Edition

ISBN 978-7-121-30979-3

I. ①销… II. ①亚… ②刘… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 032584 号

策划编辑: 吴亚芬

责任编辑: 吴亚芬

印刷: 三河市华成印务有限公司

装订: 三河市华成印务有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本: 720×1000 1/16 印张: 15.75 字数: 233 千字

版次: 2017 年 3 月第 1 版

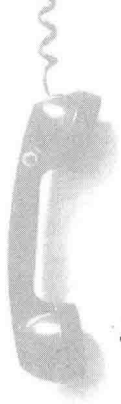
印次: 2017 年 3 月第 1 次印刷

定价: 45.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: (010) 88254199, sjb@phei.com.cn。



译者序

销售培训师或销售经理常告诉销售人员：“打出的电话越多，成功的机会越多！”“不要害怕被拒绝！每被拒绝一次，你就离成功更近一步！”于是，销售人员盲目地拨出一个又一个号码，机械地一遍又一遍重复着背好的台词，遭遇一次又一次的拒绝，同时为偶尔侥幸获得成功欣喜若狂。

殊不知，电话销售并不是流水线上的工作，而是一门艺术，它不是数量游戏，而是质量的竞争。只有掌握必要的技巧和策略，才会有的放矢、收获更多成功。

本书正是为了满足销售人员的需求，教销售人员如何通过打电话获取新业务，并通过一定的电话沟通技巧，收获更多的成交额。

书中对下列问题给出了详细的解答：打销售电话时，如何化解对方的抵触情绪？在遭遇拒绝时该如何回应？在对方不给予明确答案而只是敷衍应付时，该果断放弃还是再试一次？该如何锁定客户，挖掘客户语言背后的信息？如何摆脱程式化的电话开场白，说出漂亮、吸引人的开场白以取得销售佳绩？如何克服电话销售过程中消极情绪的影响，把销售过程转化为构建人际关系、成就高销售额的愉悦过程？

在翻译本书的过程中，我学到了许多电话沟通的技巧，这使我受益良多，感谢作者给予我这样奇妙的人生体验。



Smart Calling

在此，感谢我的姐姐刘艳云、同学万靖云女士，她们负责了部分翻译工作，并帮助对全书进行了统稿。

祝本书读者在阅读的过程中享受其中乐趣，并收获宝贵的知识！

天津商业大学

刘艳霞



前言

3年前，开始写本书的第1版时，我胸有成竹，这本书会卖得不错，对此我很有把握。毕竟我已从事公开培训和企业定制培训多年，我要写的都是早经过实践检验的东西，但本书的真实销售状况远超出了我的预期。

本书面市当天就进入亚马逊网站销售类书籍排行榜的第一名，并且在之后的相当长一段时间内保持着这个名次。在随后的3年内，它的销量一直不错，与此同时，市场上有数百本销售类书籍销量惨淡、乏人问津。后来，这本书击败若干知名作者写的优秀销售类书籍，夺得最佳销售大奖——2010年度最佳销售书籍奖。许多读者将书中介绍的电话流程运用于实践并获得了成功，他们写给我的意见反馈和成功故事令我感到欣慰和满足，也令我更加谦卑。

如果这是你第一次阅读本书，那么我向你表示热烈欢迎！如果你曾阅读过第1版，那么欢迎回来！在第2版中，我加入了若干新例子和技能、技巧，此外，我还把来自第1版读者反馈的成功故事加了进来。第2版保留了第1版中的销售电话流程。在第5章可以读到许多新内容。之所以决定出版新版，是因为在过去几年内有一个因素已经发生变化，那就是，我们巧打销售电话的能力已经有所提高，我们也因此距离成功更近了。

那么，这本关于巧打销售电话的书，到底是怎样的呢？

让我们先回到若干年前，不，应该是许多年前——时间过得真快。1982年，刚刚迈出大学校门的我成为AT&T公司的一名销售人员，从事我人生第一份企业销售工作。假如当时有这本书的帮助，我本可以无须遭受那么多痛



苦折磨，当然我的收入也可能大增。

不过说实话，本书中的部分内容并不切合当年的实际，因为当时互联网和个人电脑才刚刚崭露头角。如果想要获得销售知识，必须到图书馆查阅资料；如果想要找到企业名录，只能寻求相关行业协会的帮助，因为只有它们保存有企业名录。但是话说回来，即使在没有像今日般先进技术协助的30年前，书中介绍的关于电话销售的知识、流程和技能也一样适用，正如在30年后的今天一样。

在高中和大学期间，我曾陆续从事过许多销售工作，早在那时，我便已明白通过陌生拜访电话（Cold Calling）的方式推销产品的效果并不好，而且颇让人感到痛苦和折磨。因此多年来我总是试图寻找更有效的方法。我通过阅读、听录音和参加研讨会等方式坚持学习，并不断改善自己的实践方式。幸运的是，我的销售工作一直做得不错，但我自认为还不完美，因为总是有更多东西要学。毕业后我从事了若干企业销售的工作，后来创办了自己的顾问和培训公司，我不得不依靠电话销售来为我羽翼未丰的公司争取客户。因此，这些年来，我从未停止对电话销售的思考和探索。

后来，我终于发现了一种更好的电话销售模式，之后我便一直对这个模式进行研究和调整。现在你手上拿着的（或者眼前电脑屏幕上显示的），就是它：前景广阔的巧打销售电话之术。我把这一模式总结为文字、写在书中，按照这一模式进行操作，电话销售的效果会更加理想，而且还可以让你免于沦为人们口中的“讨厌的骚扰者”。作为电话销售人员的你，并不一定非得需要低声下气、穷尽甜言蜜语之能事，才能做成生意、赚到钱。

本书是一本渐进指南，它向你逐步介绍该如何与在电话那一头的陌生人沟通、与其开展对话并最终令其发生购买行为。作为电话销售员，我相信你经常遇到这样的尴尬时刻，电话终于接通了，可是你刚一开口，便被对方拒绝，从而令自己毫无进一步发挥的机会。这本书会告诉你该如何避免这样令人沮丧的时刻发生。顺利通过第一关，是取得电话销售成功的必要前提。

在过去的30多年里，凭借非常具体的电话销售战略战术，我创立了自己的事业，并且在这一行内获得不小声誉。很多人，包括销售培训人员和销售书作者在内，会跟你说在电话中该如何表现才是正确的，比如应该首先引起对方的兴趣、突破电话接听员的防线、给对方留下令其无法拒绝的电话留言等。听众和读者或许会说：“知道了。”但是到底该怎么做才能实现这些目标呢？他们依然感到困惑。没关系，让我来告诉你怎么做。在本书中，我将献上详细的销售电话操作指南，为你实现目标助一臂之力。

本书注重介绍实践方法，而绝不用诸多笔墨描绘宏大的战略战术。我这人一向直率，喜欢直接进入正题，讨厌拐弯抹角，从这本书中你会有所体会，相信你会因此而受益。从过去举办1300多场培训会议得到的经验及多年来对人类行为和学习风格的研究中，我深刻体会到只有把知识和学习者生活着的现实世界联系起来并令其感到乐趣，才能达到最好的学习效果。因此，在阐述理论的同时，我附上了许多真实的故事。

我将用我独创的巧打电话方法来指导你对电话销售进行合理创新和实践。我把教授给参加我培训班的学员的流程和技能写在了这本书中，如今这些流程和技巧正在被世界范围内的人用于构建可最终转化为利润的人际关系。已有成千上万名读者在读完这本书后把所学知识纳入日常销售流程，相信你会和他们一样，对此我很有把握。

和有些销售界导师不同的是，我不想自诩为销售界的革命者，而且我也不敢说我已掌握驰骋销售界所需的全部要领，当然也并不认为我的方法是实现成功的唯一途径。正因为如此，我在书中所举的例子中，有些用词非常具体、明确，只适用于某个特定的销售领域，而有些则是概括性的，适用于不同销售领域，之所以举这些例子，是希望它们能够使你有所借鉴。

你也许并不完全赞同我的全部观点，这无所谓。其实这样反而更好，因为这意味着你正在结合自己的实际情况来思考这些内容，这是非常有益的做法。当不同意我的观点时，希望你可以问自己一个问题：“真实情况是怎样的



呢？或者说，什么才是适合我的方法呢？”在思考答案时，可以想象你在某次电话推销时遭到了拒绝。



谁会从本书中受益

当然，本书主要是为在销售岗位上的人而写的，尤其是面向企业销售产品或服务的销售人员。不过本书的读者并不局限于传统意义上的销售人员，任何有可能拿起听筒给陌生人打电话的人都可能从书中受益——假如他们的目标是劝说对方采取某个行动，包括：

- 各种自由职业者
- 独立从业的专业人士
- 运动招募人士
- 寻找出版机会的作家
- 求职者
- 资金筹集人士
- 其他人士

无论你是依靠电话进行业务拓展的专职人员，还是只想说服某个人接受你的理念，这本书都将帮你找到正确的做法。



行动必不可少

我总是和来参加培训班的学员说：“如果你们不把我教授的东西付诸实践，那么它们将一无是处、毫无意义。这些知识非常实用，但前提是必须付诸行动。”

我的朋友拉里·文杰特是一位励志演说家，他的脾气有些火爆，他在 *It's Called Work for a Reason—Success Is Your Own Damn Fault* 一书中提到，许多人是“旁观者而非行动者”。我同意他的观点。许多销售人员从来不采取自我改善的行动，哪怕别人已把相关资源送到他们眼前。我曾见证过太多这样的销售人员，他们来自不同岗位和级别，希望你和他们不一样。阅读本书，是你迈出行动的第一步，但是只有切实行动起来，才会真正获得回报。

书中附有若干练习，涉及研究、写作和实践活动。每章结束时，还会请读者思考学习过该章内容之后应该采取的其他行动。

找到机会、卖出产品就像打高尔夫球一样，阅读能让你掌握充足的理论知识，但是只有经过亲自实践才能成为高尔夫球能手。我知道这么说是陈词滥调、毫无新意，但我还是不得不说：你花在本书上的时间是值得的。

准备好了吗？好吧，现在就让我们携手为提升你的电话销售技巧而努力吧，帮你掌握富于智慧的电话销售技巧！



目录

第 1 篇	什么是成功的电话销售	1
第 1 章	电话销售对发掘潜在销售机会必不可少	2
第 2 篇	打电话前的准备	15
第 2 章	创建可能的价值主张	16
第 3 章	电话销售之前的信息收集	34
第 4 章	利用社交工程收集资料	56
第 5 章	确定电话销售的目标	64
第 6 章	打电话前的好建议	73
第 3 篇	如何打销售电话	87
第 7 章	电话留言	88
第 8 章	如何应对电话接听员、接待员和助理	101
第 9 章	开场白：规避令对方产生抵触情绪的言辞	112
第 10 章	以开场白激发兴趣	126
第 11 章	应对电话销售中的抵触情绪	136
第 12 章	电话销售中的提问技巧	146



第 13 章 问题的更重要一面——倾听	162
第 14 章 提出下一步行动建议	169
第 15 章 获得下一步行动的承诺	179
第 16 章 结束通话并启动下一步行动	190
第 4 篇 电话销售技巧整合	201
第 17 章 如何实现有效的电话沟通	202
第 18 章 保持斗志	207
第 19 章 更多电话销售的成功技巧	220
第 20 章 电话销售案例分析	227

第 1 篇

什么是成功的电话销售





第 1 章

电话销售对发掘潜在销售机会必不可少

电话销售？很多人一听到这个工作便会觉得头皮发麻、精神紧张。

也许你也和他们一样，也许正因为如此你才决定要阅读这本书。如果可以选，大多数人宁愿双手指甲全部被人用钳子夹掉，也不愿意给完全陌生的人打电话劝说他买东西。

仅是提到电话销售这个词，也会让人产生恐惧。这种恐惧的结果是，大多数人不愿意从事这个工作。而且许多电话销售人员缺乏必要的知识和能力，在他们的概念里，要想卖出东西，只能对对方低声下气，说尽甜言蜜语，而且还要使用很专业的销售语言。诸如此类的“电话销售技巧”多年来一直像病毒一样在业内传播，使得电话销售人员的恐惧感和挫败感与日俱增，尤其是在电话中频繁遭遇拒绝之后。

是的，冷冷的电话销售让人讨厌和无奈，建议你以后不要再打这种电话。希望在读完本书之后你会把这个词从你的电话销售专业词典中抹掉。

但是怎样才能知道不重复错误的行为方式？让我们先来界定陌生电话的定义。

陌生电话是指向互相不认识的人打电话，机械性地拨打一个又一个号码，

并向接听电话的人重复同样的销售内容。

当然，这样的电话销售注定会失败。为证明陌生电话的荒谬性，我们来看看下面的故事。

一位杂志撰稿人受命采访布拉德·皮特。在采访中，他用下面的语言开始了与这位世界知名电影明星的对话：“您好，布拉德，这次访问的第一个问题和我曾做过的数百次访问是一样的，你到底是做什么的？”

这不合常理，不是吗？在真实的访问中，从来不会发生这样的事情。

现在请按照下面的提示进行想象。一位销售代表打电话给一家企业，她觉得接电话的人应该是该企业内的一名决策人员，因此她说：“您好！我是 Able 设备公司的艾琳·尼尔森，我们公司的主要业务是出售维修设备。我想向您介绍我们公司的产品，我们愿意成为贵公司的供应商，贵公司是从从事什么业务的呢？”

是不是也很荒谬？不过，这样的对话却每天都在发生——毫无准备的销售人员盲目地拨出一个又一个陌生的电话号码，然后使用老掉牙的销售技巧劝对方掏钱买东西，心中憧憬着能快点遇到愿意听他们介绍并购买产品的人。

但是，仅仅有憧憬是不够的。

用电话开发潜在销售机会是重要的、可实现赢利的

我们已经彻底摒弃了陌生电话的概念，那么让我们来确定这样一个事实：使用电话来开发潜在销售机会是实现业务增长的重要手段。

是吗？

是的。电话销售是获取新业务并实现业务增长的必要手段。

理论上讲，电话销售并不是唯一的销售方式，但是它是一种重要的销售方式，只是被动等待客户主动来电、网友发邮件订货或单纯依赖现有客户业



务的企业，与主动出击、利用电话寻找商机的企业相比，业务明显逊色。

不难想象，每个企业都会因各种原因流失客户，如客户破产、缩减经营规模、更换供应商、人员变换等。无论原因如何，企业必须不断开拓新业务，才能保持经营稳定性，并且获得增长。电话销售可以迅速帮助企业开拓新业务。

当然，电话销售的方法必须得当才能达到理想效果。可以采用的恰当方式是有技巧地打销售电话（Smart Calling），很快我将专门讨论这个技巧。

有些人对电话销售的作用不以为然，他们声称电话销售是死路一条。虽然这些人口中使用的是陌生电话这个词，但是其实他们指的是普通意义上的电话销售。也有些所谓的“陌生电话大师”，他们为自己赢得了大师的称号，通过克服打陌生电话的恐惧获得销售成功，在这里我简单列出在过去数年内出版的书籍：

- 《陌生电话已经过时》；
- 《不要再打陌生电话》；
- 《永远告别陌生电话》。

这些资源告诉我们，或者通过创建社交媒体和内部营销的方法，找到引荐人把你引荐给企业购买决策者，或者用传统的直接营销方式吸引客户主动前来购买。听起来，这两种方式似乎都很有道理，当然效果也好于陌生电话销售。如果你财力雄厚，时间和人力资源充足，有实力开展各种营销项目以吸引客户关注，那么我当然建议你这么做，因为这些营销项目确实效果不错。但一个车轮不可能只靠一根辐条支撑，新业务可以来自不同渠道，聪明的企业深知这个道理。我本人在经营企业时也使用常规营销策略。事实上，通过传统的广告宣传方法，我个人已实现数百万美元的销售额。有些客户从来没和我见过面，只是通过给我打电话、发信件或电子邮件的方式下订单和支付货款。

然而，本质上，所有这些形式的营销都属于营销人员的工作职责。当销售代表（主要职责是销售）把宝贵的销售时间用于发送信件、撰写电子邮件、

张贴海报、在社交网站上发帖或从事其他行政事务时，他并没有在履行自己最重要的岗位职责：与人交流。我见过许多销售代表认为发送邮件令他们的销售额大增。其实，他们这么做只会让自己显得很忙碌而已。很多时候，由于害怕打销售电话，他们误导自己，认为自己是在从事销售行为，实际上，他们是在逃避销售行为。

我热爱当今的销售环境。在这个时代，发达的智能社会使得巧妙地进行电话销售成为轻而易举的事情，在后文中我会更详细地探讨这一点。各种社交媒体的出现，让陌生人之间可轻松取得联系，但这并不是销售，现代技术只是为你带来了新希望——也许某个人会主动与我联系。

迈克·温伯格是优秀书籍 *New Sales. Simplified.* 的作者，他的话一针见血：“销售是一个动词。”他补充道：“顶级销售人才不会被动等待任何事物或任何人。”“顶级销售人才是行动者。”“被动等待是新业务失败的关键原因。”

对于他的见解，我完全赞同。如果你知道某个潜在客户很有希望成为你的客户——与他合作对你好处巨大，很可能你会被动等待他对你的营销活动做出回应。但是要是没人能为你们的相识搭桥呢？此时，拿起电话打给他无疑是迅速与之取得联系的最佳手段。

Marketing Sherpa 研究机构对 4 658 家业务技术的购买者进行了研究，结果发现，50%以上的购买者在接到时机合适、产品符合要求的销售电话之后把对方的产品列入了购买名单中。

那些已经通过电话销售成就财富和正走在成功路上的人们用亲身经历证明，用电话来寻找商机是有效的。一旦方法得当，它的利润非常丰厚，而合适的方法，便是我在本书中推荐的打销售电话的技巧。

在《写给胆小者的电话销售书》(*Cold Calling for Chickens*)中，销售培训师鲍勃·埃瑟林顿写道：“事实是，85%的新业务是由5%掌握成功的电话销售秘诀的销售人员开拓的，在任何市场都是如此。”虽然埃瑟林顿使用了陌生电话这个词，正如大多数教授成功电话销售方法的培训师一样，其实他口中所谓