

●电话营销在当今的经济活动中，已成为营销领域中重要的一环，它的运用在增强沟通效果，提高营销效益等方面具有重要意义。

冯 章 主编

怎样扩大销售成果

最有力的直销工具

拨打和接听
电话的法则

电话营销
实用范例

配合电话营
销的有力工
具——DM

进行电话交谈的最佳方式

如何建立顾客资讯库

金牌营销员必备知识



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

电话营销

冯 章 主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

电话营销/冯章主编. —北京: 中国经济出版社, 2005. 1

ISBN 7-5017-6796-3

I. 电... II. 冯... III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 127043 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 刘晨 (010—68319110)

责任印制: 张江虹

封面设计: 红十月工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京市地矿印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 9.25

字 数: 208 千字

版 次: 2005 年 1 月第 1 版

印 次: 2005 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5017-6796-3/F·5422

定 价: 22.80 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876

68341879 68353624

前 言

在营销迅速发展的今天，电话作为一种最直接而有效的销售工具，已经为广大营销人员所普遍采用，并在广泛的社会各行各业及各领域中发挥着巨大的作用。

据国家信息产业部最近公布：中国固定电话与移动电话用户已达近5亿，如此一个庞大的数字，在一定程度上说明了电话与营销之间已经建起了众多的桥梁。电话营销以其及时性、双向性、经济性等独特的优点，渗透于各种营销活动之中，并日益显示出强大的功效。

那么，如何做一名出色的电话营销高手？如何驾驭电话，使其发挥出“一线万金”的效应呢？本书正是带着这种理念，为广大的电话营销员们作了最好的诠释。其主要内容如下：阐明了金牌营销员的必备知识；拨打和接听电话的要则；进行电话交谈的最佳方式；电话营销实用范例；配合电话营销的有力工具——DM；建立顾客资讯库；以及如何巧于促销等。

该书结构严谨、内容丰富，用简明通俗的语言，论述了电话业务员十天速成的精髓与秘诀，相信通过本书的阅读和学习必将使您在电话营销领域中游刃有余

余、出类拔萃，从而获得事业上的成功。

本书适合的读者是：所有业务人员、销售人员。如保险业务员、报刊广播、电视广告业务，广告公司业务员，礼品销售业务员，各种直销员，售后服务人员，客户服务人员等。

作者

2004 年 10 月

目 录

前 言	(1)
第一天 金牌营销员必备知识	(1)
为什么说电话是营销领域的重要法宝	(2)
电话营销的三种类型是什么	(6)
电话营销的主要效果与应用范围有哪些	(8)
电话沟通的优点以及电话促销的条件是什么	(9)
一个卓越出色的电话营销员应具备哪些素养	(10)
如何理解电话是日益重要的营销武器	(13)
适用于电话营销企业的营销组合主要是指哪些方面	(15)
怎样进行成本效益评估	(21)
进行电话营销为什么要重视营销策略及市场调查	(24)
第二天 充分准备 游刃有余	(29)
电话业务员的成功要素是什么	(30)
电话业务员应掌握哪些成功法则	(33)
电话业务员需要训练的重点内容是什么	(35)
电话交流中常常会出现哪几种情况	(39)
为什么打电话前,应将谈话内容拟成备忘录	(41)
为什么打电话前应先将必用的资料档案准备妥当	(42)

怎样选择新客户	(43)
打电话前是否一定要用信件铺路	(45)
有哪5种提问方式可供采用	(47)
怎样才能掌握自己成功的一天	(50)
电话营销口才范本举要	(52)

第三天 掌握拨打和接听电话的法则

怎样掌握打电话的最佳时间	(72)
怎样掌握通话时间的长短	(73)
怎样进行巧妙的应答	(74)
接听电话的规则是什么	(77)
怎样掌握打电话的频率次数	(79)
怎样才能获得较高的成功率	(80)
如何与接线人搞好关系	(83)
哪些电话联系的记录需要保存	(86)
如何提高听力	(88)
电话营销中的聆听法则是什么	(90)
免费拨线服务须知	(92)

第四天 怎样进行电话交谈

打电话的最佳方式是什么	(96)
如何激发客户的兴趣	(99)
怎样掌握电话谈话中的技巧	(102)
介绍产品可以运用哪些技巧	(104)

电话营销常用的 5 种技巧是什么	(115)
为什么在电话中需要把重点反复重述几遍	(117)
为什么在电话中,既要谈吐流利,又要注意条理性	(120)
怎样了解顾客的需要	(121)
如何在电话中得悉洽谈生意的成果	(122)
怎样提高电话中谈话的艺术	(124)
怎样在电话里说话更有感染力	(126)
怎样才能达到准确地交流	(128)

第五天 电话营销实用范例

为什么说头 15 秒是智慧的展示	(132)
怎样寻找可能的买主	(133)
如何洞察买主的采购动机	(137)
为什么说倾听买主的心声十分重要	(141)
为什么说营销人员应成为排忧解难的专家	(144)
怎样认识回电话的重要性	(146)
怎样在电话中找对人	(148)
怎样扩大客户群	(151)
怎样利用电话查询系统	(154)
如何利用电话寻找市场	(157)
怎样制作便于重点调查的脚本	(161)

第六天 配合电话营销的有力工具——DM

为什么说 DM 已成为现代促销的重要工具	(168)
----------------------------	-------

DM 的种类有哪些	(170)
DM 成功的要件是什么	(170)
DM 的基本形态及内容是什么	(172)
如何对电话促销的 DM 方案进行制作与执行	(175)
如何利用明信片配合 DM 作电话推广	(180)
电话营销与 DM 营销各自有哪些特色	(182)
电话营销与 DM 的结合应用	(184)

第七天 建立顾客资讯网	(187)
以电话营销拓展业务必须建立哪四项基础工作	(188)
为什么说建立顾客资讯网是电话营销的首要任务	(189)
设立顾客资讯网应考虑哪些因素	(193)
怎样收集顾客资料	(194)
怎样对顾客资料内容进行分类	(196)
怎样对顾客资料进行筛选与編集	(198)
怎样做好对顾客资讯库的充实与完善工作	(199)
运用电脑化作业对建立和使用顾客资讯网有哪些好处	(201)

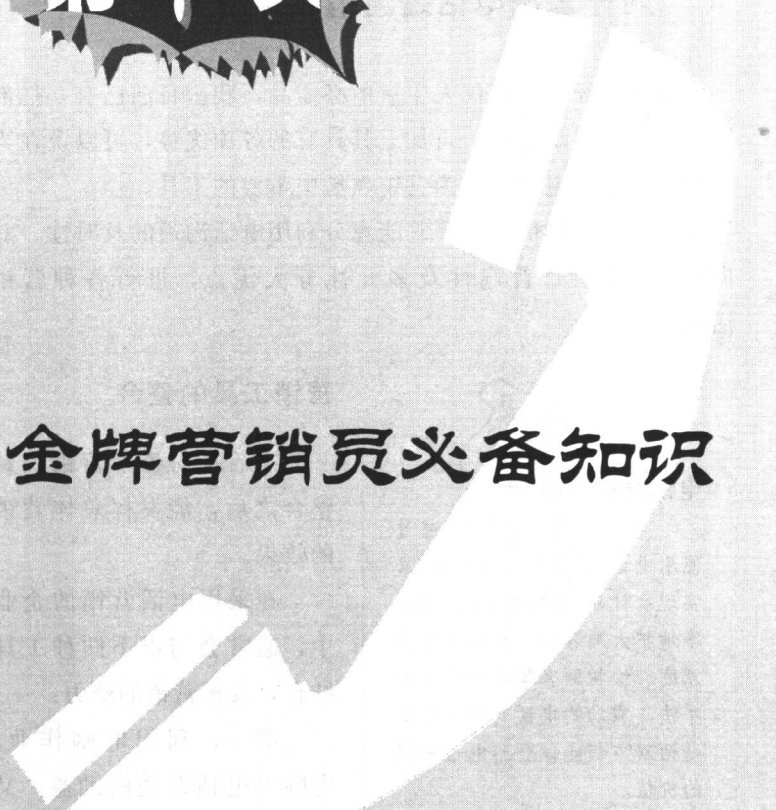
第八天 善于宣传，巧于促销	(203)
产品的宣传有哪两类不同方式	(204)
进行推销宣传的主要步骤是什么	(206)
介绍样品的主要方式有哪些	(208)
怎样展开电话促销的工作	(211)

电话促销的种类有哪些.....	(213)
商品促销有哪些要点.....	(214)
怎样提高促销成果.....	(217)
北京：王小姐电话促销的重要法宝.....	(220)
进行电话营销应规避哪些通病.....	(225)

第九天 怎样促使生意成交	(227)
在达成交易过程中会遇到什么障碍.....	(228)
成交的最佳方式有哪些.....	(229)
成交的最佳时间是什么.....	(235)
如果交易谈不成该怎么办.....	(237)
寒暄的正确方式是什么.....	(239)
同买主交谈应怎样进行有效的开场白.....	(240)
假如寻找的买主不在该怎么办.....	(242)
怎样应对对方的回绝.....	(243)
说服对方有哪些技巧.....	(246)
怎样避免出现争执的局面.....	(249)
怎样把握第二个机会.....	(252)
怎样形成卖点，达到事半功倍的效果.....	(253)
如何完成设定的目标.....	(255)

第十天 怎样扩大销售成果	(259)
为什么说做好售后服务是成功的关键.....	(260)
为什么说送货之后续打电话很有意义.....	(261)

怎样利用便捷电话, 采取挽救行动	(262)
为什么说勤于电话联系才能巩固贸易关系	(264)
如何区分重点客户并与之联系	(265)
跟进电话的意义是什么	(267)
跟进电话应有的 6 个步骤是什么	(269)
如何使顾客满意	(272)
怎样引导顾客正确地使用产品	(275)
怎样做好咨询与订货处理事项	(277)
怎样做好账款催收工作	(278)
如何处理顾客抱怨	(280)
怎样正确地处理投诉	(283)



第1天

金牌营销员必备知识

电话营销是近年来普遍运用的一种重要营销形式,它具有及时性、双向性、经济性、普遍性及多元性等优点,可以说,电话营销在当今的社会生活中,已成为营销领域中重要的一环。它的运用必将在增强沟通效果,提高营销效益等方面具有重要的意义。

为什么说电话是营销领域的重要法宝

电话已经成为现代人生活的必需品,我国目前已有5亿部固定电话和移动电话,再加上其具有的各项优势,可以说在当今的生活中,电话已成为营销领域中重要的工具。

电话营销的优点是,它能充分利用电话沟通的及时性、双向性、经济性、普遍性及多元性五大优点,进行各种营销活动。

电话营销概念

电话营销的定义为:通过使用电话、传真等通信技术,来实现有计划、有组织,并且高效率地扩大顾客群、提高顾客满意度、维护顾客等市场行为的手法。成功的电话营销应该使通话双方都能体会到电话营销的价值。



营销工具的整合

电话在与各种营销工具整合之后,能发挥总体营销的效果。

在采用电话营销的企业中,通常会与以下两种工具结合,发挥营销的威力:

第一,利用电脑作业。电脑对电话营销的助益,又可分为以下两方面:

1. 建立内容充实的顾客数据,以提供电话促销顾客对象及印制DM信封顾客名录,减少抄写时间及抄写费用。

2. 电话促销、网上销售和及时送货到家的一元化作业,能提供顾客最迅速、最简便的购物服务,形成智能电话营销系统(Intelligent Telemarketing System,简称ITS)。

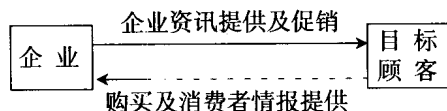
第二，利用直接邮递广告（Direct Mail Advertising，简称DM），传达企业讯息给目标顾客群，建立电话营销桥梁。

电讯营销

电讯营销（Telemarketing）为市场营销的一种，是企业坚持其企业经营营销执行方案，借由现代通信设备、现代通讯技术及电脑软件系统，采用直接营销手法，对个别目标顾客作诉求，使其购置企业所提供的商品或服务，并满足其购买意愿，进而完成企业的目标及使命。

直接营销是以个人营销为重点，它和以大量生产、大量消费为前提的大众营销截然不同；不过同样的，直接营销的企业，也必须在充分了解目标顾客群的购买属性之后，才能主动且持续地对目标群中的个别顾客展开直接的营销活动。

下图就是最简单的直接营销及促销概念图：



直接营销及促销

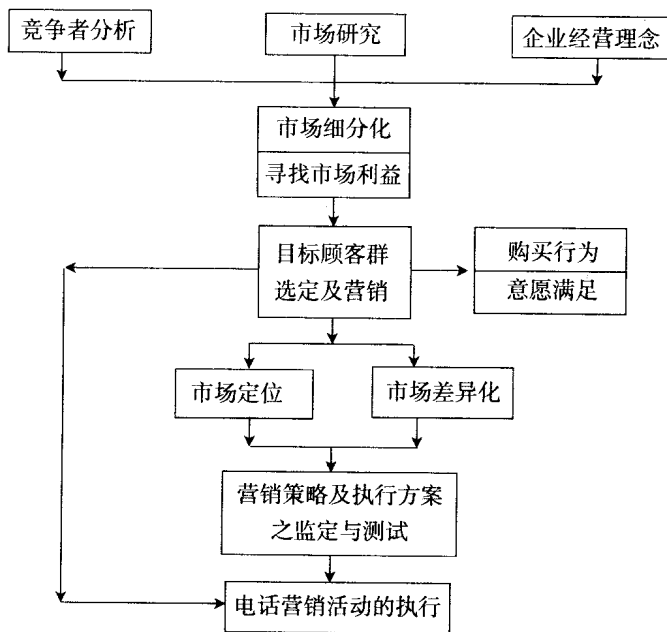
一般人很容易以企业将商品（服务）直接销售给最后消费者——如单纯的邮购或目录销售、单纯的工厂直销——视为直接营销，这是不正确的。

个人营销，是针对个别顾客的个别用途、个人特别需要或突出个人意识为诉求重点而进行的营销活动。它的主要促销手法有三：

- 让顾客做主角，吸引他来买。
- 让顾客发现他特别需要的商品（服务），让他来买。

- 商品（服务）比较难买，吸引顾客来买。

从下图中，我们可以得到完整的电话营销概念。



总体电话营销系统简图

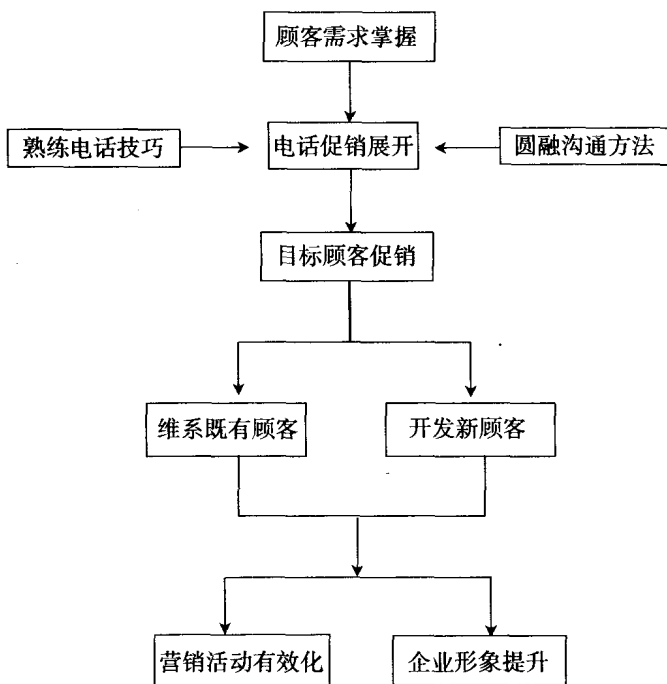
电话营销的功能

电话营销是电讯营销的一种，是企业坚持其经营理念，经过周详的研究分析，锁定目标顾客群由电话网络采用直接营销手法。由电话营销人员以纯熟的电话技巧，配以高效率的双向沟通方法，直接与目标顾客接触、沟通及促销，使顾客产生：

- 购买商品（服务）行为。
- 消除顾客对企业的抱怨及不满，增进对企业的忠诚度。

- 满意企业的售后服务。
- 提升企业形象。

电话营销的意义可用流程图表示，如下图。



电话营销的功能

因此，有效的电话营销，应由三大部分组成：

① 电话营销重点的决定

- 目标顾客群锁定。
- 电话营销的策略及执行方案的拟定与测试。

② 电话营销活动的执行

- 电话促销前置作业的完成。

- 电话促销的推展。

③总结作业的有效配合

- 送货到家。

- 售后服务。

- 公关促进。

电话营销的三种类型是什么

了解电话营销的意义和有效的电话营销组织之后，我们再来进一步认识电话营销的类型。

基本上，电话营销可以有以下三种划分方法：

依电话促销方式划分

1. 收听服务：企业设置人员专门接听客户电话，并适时给予客户满意的服务。

现在有不少的企业装置有受话者付费电话专线，如 800 号电话服务，顾客主动通过此免费电话，可以向企业订货、咨询产品讯息或抱怨申诉，企业也可适时掌握各种信息，采取有效行动，产生各种营销成果。

2. 拨线促销：企业促销人员以纯熟的电话技巧及沟通手法，主动以电话向目标顾客从事商品促销、顾客抱怨处理等电话促销工作。

为顺利完成电话营销成果，企业宜同时采用收听服务及拨线促销业务，使其相辅相成，然而为求电话营销有显著的成绩