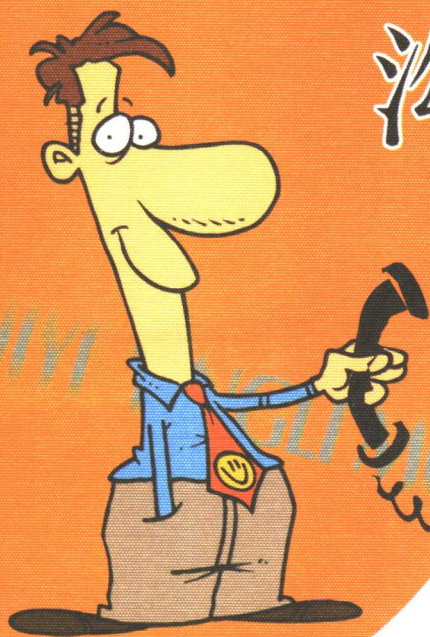


职场DIY系列

◎宿春礼 编著

商务电话 沟通技巧



中国国际广播出版社

职场DIY系列

◎宿春礼 编著

商务电话 沟通技巧



中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务电话沟通技巧 / 宿春礼编著.

—北京: 中国国际广播出版社, 2005. 2

ISBN 7-5078-2459-4

I. 商… II. 宿… III. 推销—语言艺术

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 124840 号

商务电话沟通技巧

编 著	宿春礼
责任编辑	何 清
版式设计	周 迅
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68053304 (传真))
社 址	北京复兴门外大街2号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	楠竹文化
印 刷	北京广内印刷厂
开 本	880×1230 1/32
字 数	112千字
印 张	6.5
印 数	6000册
版 次	2005年2月 北京第一版
印 次	2005年2月 第一次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2459-4 / F·312
定 价	14.00元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)



前言

电话是世界上最普遍、最迅捷的信息交流工具之一，是办公桌上的一个资源丰富的宝藏。电话通常作为商务接触的开端，并始终相伴，直到交易的结束。当电话成为商务沟通日常的联络工具时，如何使用好这个工具，同时不断提高效率，已经成为现今商业发展的焦点需求。

伴随着信息交换与传递的速度不断升级，商务电话沟通已发展成一门很重要的技术。如何驾驭电话这一强有力的营销工具，使其发挥最大效用，是现代商务人员必须熟练掌握的技能。今天，商务电话沟通已成为一个高度专业化的领域，它需要现代商务人员掌握许多技巧。毫无疑问，在电话里进行有效的沟通是一个特殊的技能，商务人员一旦掌握了它，就会事事顺利。

如何做好电话沟通前的准备？如何通过电话礼仪来宣传公司形象？如何针对客户的不同类型开展针对性商务公关？如何保持与客户的友善关系？如何越过沟通障碍？如何拨打陌拜电话？所有这些都是商务电话沟通链条上不可剥离的环节，单纯地讨论其中的某一种技巧是无益于最终成交的。

因此，所谓商务电话沟通技巧，实际上并不像它的名称所代表的含义那么简单；而要掌握其全部技巧，就必须以系统的思维去探求隐含在沟通中的细节。惟其如此，才有可能明白电话这座宝藏所蕴含的财富，才有可能通过一部小小的电话建立起商业帝国。

当你打开这本书认真阅读每一章节时，你都能够体会到上述观点的正确性。而当你实践中运用本书所提供的一整套行之有效的沟通技巧时，你已经开始了自己全新的商务生涯了。

然而，任何一本书都没有办法将技巧本身直接转化成个人能力。因此，阅读本书不仅要用眼睛去读，而且要结合自己的工作环境、思考方式、自身现状并通过实践转化成自己的能力。

编者

2004年11月



目录

CONTENT

.....

一、充分做好电话沟通前的准备工作 / 1

1. 桌上天地，左右护法 / 3
2. 掌握客户资料，灵活运用 / 8
3. 设想可能发生的情况并做好准备 / 14
4. 电话沟通的良好心态 / 22

二、注重电话礼仪，凸显公司形象 / 31

1. 把握接电话的时机 / 33
2. 正确应答电话 / 35
3. 给客户留下深刻印象的开场白 / 问候语 / 39
4. 强化声音的感染力 / 44
5. 认真倾听客户的心声 / 54

三、对不同类型的客户开展针对性商务攻关 / 63

1. 与客户建立融洽关系 / 65
2. 恰当提问，成功探询客户需求 / 80
3. 如何应对客户的异议 / 91
4. 与不同性格的人在电话中谈判 / 101

四、及时跟进，保持与客户的友善关系 / 109

1. 对不同类型的客户采取不同的跟进策略 / 111
2. 等待客户决策要有信心 / 118
3. 发展与客户的友谊 / 122

五、成功越过沟通障碍小贴士 / 129

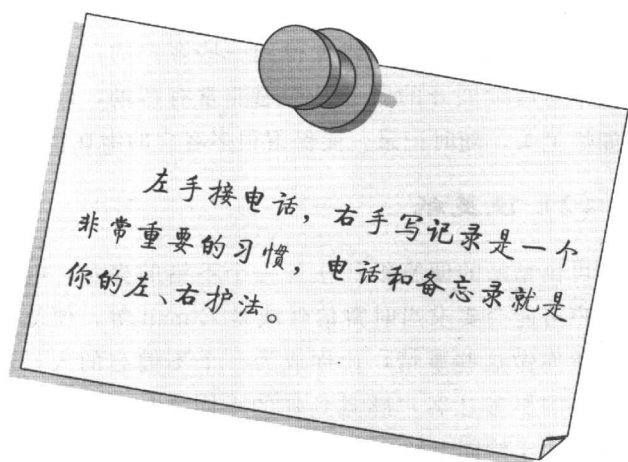
1. 五分钟突破秘书关 / 131
2. 电话预约客户成功新法 / 147
3. 与客户通话的时间管理 / 165

六、拨打陌拜电话须知 / 169

1. 陌拜电话的基本要素 / 171
2. 恰当利用“台阶” / 177
3. 掌握以第三方为例的电话和连环电话 / 180
4. 确认决策者的需求 / 184
5. 假设成交 / 186
6. 建立亲和力的五种模式 / 189
7. 陌拜电话如何留言 / 194

充分做好电话沟通 前的准备工作





1. 桌上天地，左右护法

在进行商务电话沟通前，需做好一些物品上的准备，这样能帮助我们做到更有效率地接打每一通电话。

(1) 三种不同颜色的笔

①削好的铅笔。通常用来书写日常的备忘录，或者记下传真的收件者姓名。铅笔字随时可以擦掉，方便作常规更新。

②红色的笔。工作人员一天可能会接到很多电话，轻重缓急各有不同，特别重要的或紧急的电话用红笔标识，就非常醒目。厚厚的电话记录里我们很容易找到红色标识的顾客。

③蓝或者黑色的笔。作平常记录用，通常在每一次电话过程中都会或多或少得到一些客户的信息；记录下来对后续展开的服务及沟通非常有帮助，好记性不如烂笔头，随时记录，能保留很多客户的潜在信息。

（2）便笺纸

可供粘贴的便笺纸往往是一个不错的提示，电话中客户可能会要求当时寄信件或是 E-mail 等，便笺纸会提醒你做这些事情，让你成为一个不健忘的人，及时快捷的服务让客户感觉到你的不同之处；另外，便笺纸还便于给同事留口讯。

（3）电话记录本

电话记录本，通常是业务人员日常的电话名录索引，同时又有利于公司人员内部的交流。格式如下：

①标注时间日期。当我们在后续跟踪时，能够准确无误地了解客户当时打电话的时间，不仅可以充分理解客户当时打电话的动机和原因，促成双方的沟通；而且客户也会因为你额外的关注而与你保持良好的关系，更愿意听你的电话。

②电话号码编号。这样可以清楚地知道每天打电话的次数，有利于公司掌握处理事件的次序及重要性，并制定相应的策略。



③空 5~10 行。每次和客户的沟通，细心的人总会有一些新的资讯加注到记录里，这样更容易掌握对方的消费心理和行为。



(4) 钟表

钟表可以让我们以最快的时间做好工作，掌握通话时间，实现拨打电话的掌控性。客户的每一分钟都是很宝贵的，钟表可以帮助我们随时做好时间管理。一般情况下，问候电话不超过 1 分钟，预约拜访电话不超过 3 分钟。

(5) 镜子

在电话中，客户看不到我们的形象和面部表情以及肢体动作，但他会想象电话线另一端的人的样子。声音传递的不仅仅是说话的内容，更重要的是客户对你的感觉和构思。所以你需要提醒自己，随时调整自己的状态，让客户有正面的联想。

(6) 备忘录

备忘录随时提醒我们及时处理客户的要求，以此建立良好的客户关系，而良好的客户关系可以提升我们接打电话的效率。

设想一下这样一种情况，电话铃响了，在杂乱无章的文件堆中终于费尽力气找到了电话。“喂！喂！”话还没说出口，就一不小心推倒了放在一旁的香醇咖

啡，顿时一大文件被那些乌漆麻黑的东西（这时咖啡在你心中早已是一滩污水）所糟蹋，令你忙中添乱，万分沮丧。

所以我们在做事之前，上述所有资料皆应准备齐全，尤其是桌子上的各种摆设。首先要把桌面整理得干干净净，再摆上电话、文具用品、各种资料、备忘录等。否则，一面歪着脑袋夹住电话，一面找资料，一面又得忙着记录电话内容，岂不手忙脚乱。

最佳放置方位——电话放在左边，备忘录放在右边。

接电话时，到底是右手拿听筒，还是左手拿听筒？有些人会觉得奇怪：“只要好拿就行！”其实不然，电话机的正确安放应该是在左前方，以坐着的姿势顺手伸出去正好可以拿到听筒为佳（而左撇子的人则相反），为什么呢？因为电话太近容易干扰工作，而太远了又容易推翻东西，起身弯腰的话又怕耽误了接电话。

接电话时可能要做相当多的记录，所以，应该在右边伸手可及的地方放置备忘录。在左手拿听筒的情况下，右手可顺利地取出纸记下重点，而不至于右手持听筒，要记录时，匆忙地说：“对不起，请稍等。”再慌张地放下听筒，寻找资料或找笔记录，这样，事情进

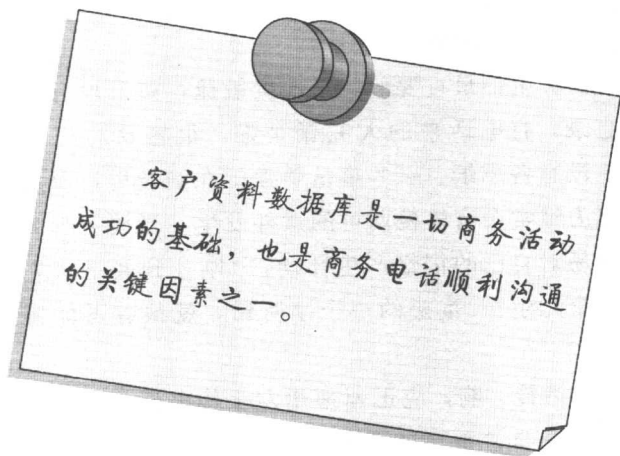


行的程序，一下子被中断，不仅思绪混乱，也会给对方留下不好的印象。

商务电话最重要的就是准确敏捷，如果没有做好备忘录，打电话来的人究竟是谁，很容易忘记或搞错。没有备忘纸，一些事情勉强记在脑袋里，而人的记忆力经常会有模棱两可的意外发生，当放下听筒时很容易对自己的记忆产生怀疑，“刚才到底是张先生还是李先生？”重要的一个字听错，就很有可能铸成大错。

电话铃一响，应迅速地用左手接电话、右手写记录是一个非常重要的习惯。商务电话讲究的是效率，只有从容应对快速无误地记住重点，才会有精湛的表现。电话和备忘录就是你的左右护法。





2. 掌握客户资料，灵活运用

所谓“知己知彼，百战不殆”，别误会，这不是在对待敌人，更不是与客户耍心计玩手段，而是在应付商机时的最好写照。公司新进的员工对客户名称、主要情况一般了解得不多，而每天接触的不会只限于一家客户、厂商，这时就得做一张“客户资料一览表”了。每个人所接触的客户不尽相同，内容性质也不同，所以就必须有属于自己的“客户资料数据库”，谨防张冠李戴，这不仅方便了自己，也可以使工作效率提升。

详细的客户资料将完善我们与客户沟通的细节，寻找给客户打电话的理由，以便在打电话过程中不至于太贸然。客户信息表是我们和客户有效沟通的

捷径。



(1) 客户名称、公司负责项目

准确记住客户姓名，以备我们寄信时不会把对方的名字写错，这是对客户的一种尊重。而且我们只有了解客户的职务，知道他负责什么项目，才可以决定是和他谈下去还是通过他找到购买的决策者。因此我们要在电话中了解对方的职务。

“请问，您在公司负责哪个部门的工作？”

“我是负责公关的。”

“噢，请问公司采购的业务通常是哪一位负责？”

“是我们采购部张经理。”

“请问您知道张经理的分机吗？”

“张经理的分机是……”

“噢，谢谢您。如果方便，下一次去您公司一定去拜访您。谢谢您告诉我张经理的电话。”这样，你下次打电话就很明确了。

(2) 电话号码

我们要准确地记住对方的电话号码。包括对方的直拨电话、分机号码、邻座的号码，还要记住他的手机，另外你还应当记住他的家庭电话。你如果能记住他邻座的分机，会让对方觉得你办事非常认真仔细。

“××先生，您的电话号码是多少？您邻座的电话号码是多少？”

“噢，您问我邻座的电话号码干什么？”

“假如我有重要的事情找您，恰巧您不在，您的邻座在，他会很及时地转告给您我要告诉您的事情。您说可以吗？”

“噢，是这样，当然可以，我的邻座是……”这样，客户会觉得你这是为他着想，以后的沟通也会更加顺利。

（3）负责相同性质的不同客户

对于电话营销者来说，要想卖给客户产品，就要充分了解客户需要什么产品，并且了解客户的业务范围，客户会感觉到你在关心他，在帮助他。客户之所以购买你的产品，是因为他需要这个产品。例如，客户觉得工作很辛苦想去旅游，你销售新马泰旅游给他，你就解决了他身体需要休息的问题。有些人推销电话营销课程给别人，是因为很多人打电话有恐惧症，这一课程可以帮助他解决打电话的恐惧，解除客户拒绝的问题。只有了解客户的业务范围，你才能了解从哪方面入手客户比较倾向你的产品，你才能更好地帮助客户解决他所遇到的问题。



同时，你应了解清楚客户的业务是服务类型、生产类型还是销售类型。不同的类型，有不同的特点，有不同的沟通方式。我们将不同