

业务员电话营销培训教程

顶尖业务员

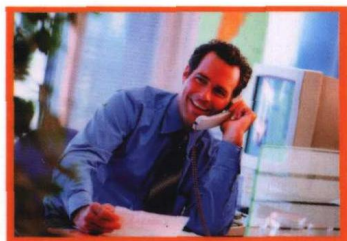
电话行销速成手册

7天打造冠军业务员

YeWuYuan

电话是你桌上开启宝藏的金钥匙

生命的奖赏远在旅途的终点，而非起点附近，我不知道要走多少路才能达到目标，踏上第一千步的时候，仍然可以遭到失败，但成功就藏在拐角后面，除非拐了弯，我永远不知道还有多远。面对人生目标，我要持之以恒！面对人生目标，我要全力以赴！



**顶尖业务员电话行销
速成手册**
——七天打造冠军业务员

王士军 编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

顶尖业务员电话行销速成手册/王士军编著.-北京:
中国商业出版社,2003.10
ISBN 7-5044-4929-6

I.顶... II.王... III.推销-方法 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 092750 号

责任编辑:陈李苓

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
新华书店总店北京发行所经销
首钢总公司印刷厂印刷

*

880×1240 毫米 32 开 11.6875 印张 250 千字
2003 年 11 月第 1 版 2003 年 11 月第 1 次印刷
定价:23.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

序

朋友周涛现在已是某公司的业务经理，回想2年前她第一次做电话业务员时的情景，感慨万千。

刚刚走出校门，对她而言，一切都是那么陌生，那么“险恶”。当时，她带着满腔的激情，应聘了第一份工作——电话推销业务。实战前，她犹豫了足足15分钟，最终还是用颤抖的手拿起了沉重的听筒。

电话铃声响过以后，另一头拿起了电话，是一个中年妇女不耐烦的声音。周涛“做”了个笑脸说：“我、我是××广告公司的，请问您有……”。那妇女就通过电话不耐烦的一声：“做业务的，没有！”

“砰”，电话挂上了。

当她艰难地拨第二个电话的时候，一位女士接起电话，警惕地问她来干什么，当周涛说出原由时，她说声“不做”，也顺势把电话挂上了。

.....

就这样，从早上到中午，周涛遭到了无数次的拒绝与打击。所有的电话，都毫不留情地对她挂上了，只剩下最后一个电话号码，周涛这时反而不再害怕。不知为什么，她心头莫名地涌起一种悲壮，两手不再颤抖，从容地微笑着。

最后一个电话接通了，是一位少女微笑着的声音。她说：

“这是你打的第几个电话啊？”

“我今天所有电话号码的最后一个。”

“真是不容易！”

而实际上，在打第一个电话时，周涛就紧张得喘不过气来，甚至结巴得话都说不出来。

周涛十分感动，因为少女用同情嘉奖了她的最后的努力，并给了她信心。而她在下班的时候，也对所有被挂掉的电话心怀感激。

她心怀感激，而不是诅咒，因为从某种意义上说，是它们激发了她的斗志，从而战胜了羞怯，强化了信心。

记得一位医生曾经告诉我一种现象：一年里不患一次感冒的人，患癌症的概率是患感冒的人的6倍。这似乎有点奇怪，但却是真理。据观察，一条鱼独自在一个鱼缸里，没几天就死了，而三条鱼放在同一个鱼缸里，可以活一年多，因为它们在一种“竞争氛围”中，越活越有“战斗力”！

正如周涛所概括的那样：正是那些未能摧毁我的东西，使我变得更加强健。

可见，电信业务是个先难后易的事情。现在从业的绝大多数电信业务员，尽管有着高学历和一定的工作经验，却因为不能灵活利用“电话”所带来的无数机遇，以致操作起来阻力重重。

如何驾驭电话使其发挥到最大效用，本书着重论述的“七天打造顶尖业务员”，就包含了这项业务的全部精髓。精髓主要涉及到两件事：一是事前的准备工作（第一天）；二是善始善终（第七天）。通常的情况是，想吸收一个潜在客户，电话里却很难奠定一个良好的开端，甚至不能达成一个见面的

约定,更别说建立稳固的合作关系了。本书揭示的一些技巧,是无数的电话业务员集体智慧的结晶。其实,电话业务既是一种心理战,又是一种语言战;既是一项本职业务的检测,又是一种业务能力的发挥。因此,要打一个成功的业务电话,必须掌握以下五个方面的技巧:一、千里“姻缘”一线牵(第二天);二、建立超强的亲和力(第三天);三、拒绝不等于结束(第四天);四、好事多磨(第五天);五、煮熟的鸭子别飞了(第六天);七、善始善终(第七天)。同时,每一节的后面,都附有世界顶尖电话业务员的经典案例和技巧,读者可以很轻松地掌握并在工作中熟练运用。

望所有的电话业务员都成“顶尖”的!

编 者

2003年9月于京西



目 录

第一天:做好岗前的准备工作

在传统的营销方式中,面对面的销售是最有效率的一种。但是,随着e时代的到来,这种方式已变得奢侈低效,机动性高的“电话业务”成为运用广泛的营销形式。为成为顶尖电话业务员,你是否做好了准备?

顶尖业务员需要准备什么物品 /3

详细的客户资料都包括什么 /9

怎样多渠道获得客户资料 /14

你了解客户的需要吗 /19

如何塑造产品的优点 /25

电话行销需要什么心态 /30

如何拥有绝对自信 /35

如何控制自己的情绪 /40

在电话里怎样说话更有魅力 /45

正确的电话提问有哪些方式 /50

如何有效地接听电话 /55

如何增强自己的听力 /60

第二天:千里“姻缘”一线牵

秋天的收获,是春天种下的种子得来的;只有改变自己的思想,才能改变自己的未来。站到新的起点,虽然你们陌生,但你应该坚信客户能成为你的朋友,所以勇敢地拿起电话。

通话的基本步骤是什么 /67

如何与接线人搞好关系 /71

怎样赢得接线人的认同 /76

怎样争取接线人的信任 /81

如何与外行接线人打交道 /85

如何做到以一当十 /89

怎样摆脱纠缠不清的局面 /93

如何对接线人进行引导 /98

怎样进行电话“握手” /102

怎样判断接线人的身份 /105

怎么解除接线人的戒心 /109

怎样避免误入歧途 /113



第三天:建立超强的亲和力

你的成功并不取决于其他人的态度,而是取决于你自己的心情:你必须先喜欢别人,让电话另一头的人感受到你的亲和力。

如何拉近与接线人的心理距离 /121

怎样避免三番五次的打电话 /125

如何使拍板人感觉你很棒 /130

怎样做拍板人会获得美感 /135

怎样塑造良好的第一印象 /140

如何利用业务电话推销自己 /144

如何通过演习克服障碍 /148

电话里进行业务谈判如何听 /153

业务电话的聆听法则是什么 /158

怎样才能做到先亲近后洽谈 /162

包袱为什么要抖在最佳的时刻 /168

第四天:拒绝不等于结束

打电话的时候,拒绝你的大有人在,你会因此而心灰意冷吗?你会因此而选择退却吗?你会因此而沮丧吗?当然你可以改变你的推介角度,你可以改正你的态度,你可以点燃你的热情,你也可以在客户需要你的时候抓住时机,客户还会拒绝你吗?

怎样对接线人的拒绝进行反控 /175

电话里说什么才不会被拒绝 /180

怎样把握谈判的话题 /185

如何突破客户拒绝的防线 /189

陌拜电话被拒接时怎么办 /196

怎样做才不被“我没空”推脱掉 /201

如何集中精力打攻坚战 /207

怎样通过积累去实现大目标 /212



第五天:好事多磨

不能将一张订单无限期地拖延,你必须讲究时间效用。怎样提高时间效用,最有效的方法就是摸透拍板人的性格,揣摩不同拍板人的办事作风,针对他们不同的性格特点对症下药。

与拍板人初次通话应注意什么 /219

怎样运用五要素法陈述观点 /224

怎样和反复无常的拍板人谈判 /229

谈判如何开头才能魅力四射 /233

如何与优柔寡断的拍板人交涉 /238

怎样与拍板人进行讨价还价 /243

如何应对若即若离型的拍板人 /248

纠缠不清的谈判如何应付 /253

遇到无病呻吟型的拍板人怎么办 /257

如何应对自以为是的拍板人 /262

如何与莫名其妙的拍板人通话 /266

第六天:煮熟的鸭子别飞了

你在完成对拍板人的初步意向探测以后,不要功亏一篑,需要不断回访,不断敦促他签单成交。因此,怎样多角度地劝说拍板人接受你的产品或服务;怎样掌握不拘于形式又能灵活适度的劝说,是今天的培训内容。

怎样使约定明确 /273

怎样捕捉成交的良机 /278

怎样运用折扣成交法 /283

如何运用不隐瞒缺陷成交法 /288

如何敦促拍板人才能尽快成交 /293

如何运用双向托底法 /297

怎样运用激将法成交 /301

如何用求同存异促成交易 /306

如何乘虚而入达成交易 /309

怎样运用小范围选择法 /315

如何运用机不可失成交法 /321

如何在沉默中达成交易 /326



第七天:善始善终

任何一次电话业务都是为了建立一种人际关系,所以,在电话业务的每个阶段——即使是结束语也是十分重要的。无论与拍板人的谈判成功与否,你都应做到善始善终。

如何才能做到永不放弃 /333

在电话中获得订单后做什么 /339

电话成交后该干什么 /344

无论拍板人如何选择 /348

电话暴单后该干什么 /353

怎样调整暴单后的心态 /357

第 1 天

做好岗前的准备工作



在传统的营销方式中,面对面的销售是最有效率的一种。但是,随着e时代的到来,这种方式已变得奢侈低效,机动性高的“电话业务”成为运用广泛的营销形式。为成为顶尖电话业务员,你是否做好了准备?



顶尖业务员需要准备什么物品

顶尖电话业务员不仅可以给你带来丰厚的收入,而且可以帮助客户解决实际问题。只有帮助客户解决了实际问题,你才超出了普通业务员卖东西的境界,体现了“顶尖”业务员的真正价值。

要想成为顶尖的电话业务员,你首先要做的就是保证你与客户以及准客户信息交流的畅通。因此,你需要准备:

大多数人都只会梦想如何拥有一个超凡品质的人生,而你已经开始付诸行动了。

——[美]安东尼·罗宾

电话机

一到两部电话机是电话业务的基本组成部分。电话行销市场在资讯行销的今天,掌握资讯、传递资讯、处理资讯是个人成功与否的关键因素,任何回馈资讯的处理都归结到电话及其服务人员。



顶尖论评

你可以发现,电话有它独特的优势:
态度可以强硬;
可以轻易地说“不”;
完全可以忽视身份的差异;
充分扮演角色,而不必担心后果;
保留所说内容的最终解释权。

铅笔和便笺纸

铅笔和便笺纸用来做日常的电话记录,主要包括:收发传真者的姓名、单位、内容、日期等一些相关的客户信息。它

不但可以让你的记忆力超长，而且可以为客户提供及时快捷的服务。不用的时候可以擦去，或者做常规更新。

冠军絮语

有了铅笔和便笺纸，你还愁记性不好吗？

备忘录

备忘录是日常的电话名录索引，有利于电话行销人员的查阅。具体的记录格式如下：

(1)日期和时间。在回访时，我们准确无误地说出当时的通话时间，可以调动客户追忆当时打电话的动机和原因，促成电话业务的成交。同时，客户因为你额外的关注，更愿意听你的电话。

(2)电话号码。我们清楚地知道每天打电话的次数，有利于公司监督和执行电话行销的整体目标，以及制定相应的策略。

(3)电话号码后加注。细心的电话业务员在每次与客户沟通后，把相关的信息加注到电话号码后，这样更容易掌握客户的消费心理。

手表或时钟

它们让业务员以最快的时间做好工作，掌握通话时间，实现对拨打电话的掌控。例如：开场不要超过30秒，预约拜访电话不要超过2分钟。

冠军絮语

保证与客户信息的畅通：
任何时候都不要关机；
要及时的充电、换电池；
对手机要及时充值；
手机要随身携带。