



安特管理文库

电话 营销技巧

宿磊·编著

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？
如何拨打陌生拜访电话？

DIANHUA
XINGXIAO
JIQIAO



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



安特管理文库

电话 营销技巧

宿 磊。编著

DIANHUA
XINGXIAO
JIQIAO

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

电话行销技巧/宿磊编著. —北京: 经济管理出版社, 2004

(安特管理文库)

ISBN 7-80162-998-1

I. 电… II. 宿… III. 推销—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 074601 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 中央党校印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 张 艳

技术编辑: 杨 玲

责任校对: 平 实

880mm × 1230mm/32

5.875 印张

99 千字

2004 年 9 月第 1 版

2004 年 9 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

定价: 18.00 元

书号: ISBN 7-80162-998-1/F·914

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

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，已经成为当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。

电话是一种非常有效的商务沟通工具，这一点已成为大多数销售人员的共识。但是，对商务电话沟通的技巧和策略的探索、研究以及开发却长期徘

徊在一个比较低的水平上。究其原因，主要是因为对商务电话沟通技巧的探讨还没有成为一门系统的、专门的知识。

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？如何拨打陌生拜访电话？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，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。惟有如此，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，你能够体会到上述观点的正确性。当你在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。

目 录

一、充分做好电话沟通前的准备 / 1

1. 乘上天地，左右护法 / 2
2. 掌握客户资料，灵活运用 / 6
3. 设想可能发生的情况并做好准备 / 11
4. 电话沟通的良好心态 / 20

二、注重电话礼仪，凸显公司形象 / 29

1. 把握接电话的时机 / 30
2. 正确应答电话 / 31
3. 给客户留下印象深刻的开场白/问候语 / 35
4. 强化声音的感染力 / 39
5. 认真倾听客户的心声 / 48

三、针对客户的不同类型开展针对性商务攻关 / 57

1. 与客户建立融洽关系 / 57
2. 恰当提问，成功探询客户需求 / 73
3. 如何应对客户的异议 / 83

4. 与不同性格的人在电话中谈判 / 92

四、及时跟进，保持与客户的友善关系 / 101

1. 对不同类型的客户采取不同的跟进策略 / 102
2. 等待客户决策要有信心 / 109
3. 发展与客户的友谊 / 112

五、成功越过沟通障碍小贴士 / 119

1. 5 分钟突破秘书关 / 119
2. 电话预约客户成功新法 / 136
3. 与客户通话的时间管理 / 153

六、拨打陌生拜访电话须知 / 157

1. 拨打陌生拜访电话的基本要素 / 158
2. 恰当利用“台阶” / 163
3. 掌握以第三方为例的电话和连环电话 / 165
4. 确认决策者的需求 / 169
5. 假设成交 / 171
6. 建立亲和力的 5 种模式 / 173
7. 陌生拜访电话如何留言 / 177

参考书目 / 181

一、充分做好电话沟通前的准备

.....

在商务电话沟通中，由于时间少、缺乏面对面的交流、双方容易产生误解等方面因素的存在，使得电话沟通前的准备工作显得非常重要。拨打电话前的准备工作，就好像建大楼的地基一样。一个电话成功与否，能否达到目标，与准备工作充分不充分有很大的关系。

一位智者曾经说过：在这个世界上，准备得越充分的人，幸运的事情降临到他身边的次数就越多。

.....

1. 桌上天地，左右护法

在进行商务电话沟通前，需要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个电话。

(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，便于做常规更新。

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蓝色或者黑色的笔。做平常记录用，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发送电子邮件等，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信。

(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，同时又有利于公司内部人员的交流。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，更愿意接听你的电话。

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，细心的公司人员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

钟表可以让我们在最短的时间里做好工作，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，但他会联想电话另一端的人。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、正泛着奶精的香醇咖啡，顿时一大堆文件被那些乌漆麻黑的东西（这时咖啡在你心中早已是一摊污水）所糟蹋，令你忙中添乱。

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

..... ← 一、充分做好电话沟通前的准备

然，电话机的正确安放位置一般应该是在左前方，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，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，应该在右手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，不仅使你的思绪混乱，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子里，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，很有可能铸成大错。

电话铃一响，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，才会有上佳的表现。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，这时就要做一张“客户资料一览表”了。各自的部分不同，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高。

详细的客户资料将完善我们与客户沟通的细节，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) 客户姓名、负责项目

准确记住客户姓名，以备我们寄信时不会把他的名字写错，是对客户的一种尊重。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？”

..... ← 一、充分做好电话沟通前的准备

“我是负责公关的。”

“噢，在媒介这一块。请问先生，公司的采购业务通常是哪一位负责？”

“是我们采购部的张经理。”

“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，你下次打电话的目的就很明确了。

(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 406。”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，是因为很多人对打电话有恐惧症，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，你才能了解通过什么样的出发点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。我们将不同性质的客户归类，更加有利于进行区别沟通。

没有详细做好“客户资料数据库”会使自己的运作不顺，也有可能使公司利益受损。而牢记客户及相关人员的姓名不仅可以了解客户的工作进程和业务内容，同样的也会给彼此间提供默契。总之，对于经常往来的生意伙伴或客户姓名、公司团体名称，要做一份完整的资料卡并加以灵活利用，以免造成困扰，从而使公司蒙受商业上的损失。

..... ← 一、充分做好电话沟通前的准备

客户资料数据库（包括潜在客户）是一切商务活动成功的基础，也是商务电话顺利沟通的关键性因素之一。正是由于准确完整的客户资料数据库，才保证了公司的电话沟通和销售等其他职能的顺利实现。有一位做公关咨询很成功的人曾经在一次演讲中间了一个问题：“在你们当中，有哪些人已建立了自己的客户资料数据库？”结果，没有一个人举手。可见，建立和维护客户资料数据库的工作还没有被大多数企业所重视。

而在商务电话沟通比较多的企业中，例如戴尔、惠普等公司，它们每年都投入大量的资金在客户资料数据库的建立和维护上，当然，它们也很清楚其投资会得到什么样的回报。

有一家成功的销售公司，就是一边着手整理自己现有客户的数据资料，一边从某管理咨询公司购买了自己的潜在客户数据库，现在已经有有了一个基本上涵盖了自己目标市场的客户资料数据库。而该公司的电话销售人员就是每天利用这个数据库保持与客户的接触，并随时把联系结果输入到数据库中，当然还包括决策信息、客户的态度、销售进度等重要信息。现在，这个数据库包含了 5000 个目标客户、30000 个联系人、近 50000 条联系记录。想像一下，假如企业拥有一个这样的数据库，一切营销活动、一切沟通是否会变得更容易？结果是否

会让管理者更满意？

而对个人来说，即使你有超凡的记忆力，要成为一名成功的电话营销者，仍需要有记录顾客信息的系统。

在电话营销过程中，与顾客通话的时间是有限的。对方可能记不住你以前打电话时提到的姓名或你的声音。因此，每次你与顾客通电话都必须记录顾客说些什么，这样才会让你记住顾客在上一次通话中谈论的是什麼内容。

戴尔公司将电话与电脑加以结合，以方便消费者使用，并提高服务质量。当你打电话到戴尔公司的服务专线时，与你交谈的不是那些低薪、心不在焉的电话行销人员或接线生，而是具有专业素养的“电话代表”。这些电话代表一进入公司，即须接受为期5周的训练课程，经过一年的救援服务训练及国际电话培训后，才可以接听顾客电话。除了电脑技术性训练外，同时他们还接受“如何倾听”这类的课程训练。

戴尔公司的工作人员必须通过考核之后，才能真正成为顾客服务的电话代表。这些电话代表除了具备完整的知识及训练有素的头脑外，还拥有一部巨大而又值得信赖的“大脑”——一部安置于电话代表座位前的电脑，储存有完整而充足的资讯。顾客的基本资料输入资料库后，他打来的每一次电