

雷铠心◎著



# 金牌电话营销

做电话营销金牌培训师



掌握电话营销的精髓，创建一套属于自己的电话营销方法，使自己的销售业绩得到大幅度增长，实现财富自由。



中国财富出版社  
CHINA FORTUNE PRESS

# 金牌电话营销

做电话营销金牌培训师

雷铠心◎著

中国财富出版社



# 前 言

电话营销是一种高效率、低成本的销售模式，这种销售模式不仅可以快速接触到客户，而且可以通过更方便、更快捷的办法挖掘潜在客户，所以也更容易获取较高的经济效益，被广泛应用于各个行业。

电话营销说到底是一种声音语言的魅力艺术，而声音语言具有非常强大的功效。假若一个人善于驾驭语言，倚仗说话进行推销，不费吹灰之力就可以获取业绩，甚至可以不战而胜。语言就好比无形的刀剑，像风一般无孔不入，杀伤力与穿透力甚至比真正的刀剑更强。而电话营销就是将这种语言功效发挥到极致的“刀剑”。

那么，是不是不管是谁拿起电话都可以取得很好的营销业绩？当然不是。电话营销实际上也是一门学问，同样需要一定的技巧。只有弄明白了这门学问、掌握了这种技巧，才有可能获取突出的业绩。

作为一名电话营销人员，你在工作中是否遇到和思考过以下问题：如何快速找到目标客户？如何轻松绕过接线员？怎样的开场白最能激发客户的兴趣？如何了解客户的实际需求和底线？如何应对客户的拒绝借口？如何在最短的时间内搞定销售订单？如何提升销售业绩？以上这些问题正是本书所要解答的。

本书突破传统电话营销框架，全面升级电话营销，重塑电话营销流程，并精心提炼若干重要的谋略和方法，数十位销售高手的实战经验，真实场景的模拟实训，教你快速找到目标客户，了解客户的需求和底线，巧妙化解客户异议，有效赢得客户。本书适合电话营销从业人员以及电话营销团队管理者阅读，也可以直接作为电话营销培训教材使用。



衷心祝愿你通过对本书的学习，可以认识到电话营销的精髓，创建一套属于自己的电话营销方法，使自己的销售业绩得到大幅度提高，在最短的时间内成为客户无法拒绝的人！

作者  
2015年3月



## 准备篇

<b>第一章 好业绩是“打”出来的 .....</b>	<b>3</b>
岗位认知：知道什么是电话营销 .....	3
电话营销的目标和对象 .....	7
掌握电话营销的要点 .....	9
电话营销成功要素 .....	14
<b>第二章 获取完备的销售信息 .....</b>	<b>19</b>
全方位挖掘潜在客户 .....	19
详细的客户资料的内容 .....	22
筛选目标客户法则 .....	25
寻找客户名录的5种方法 .....	29
寻找客户信息的常用途径 .....	31
<b>第三章 打电话前的准备 .....</b>	<b>35</b>
熟悉自己推销的产品 .....	35
打电话前的3项准备 .....	37
设计电话营销脚本 .....	40

要有好思路：拿起电话知道该怎么说 .....	42
合理设定销售目标 .....	45

## 素养篇

<b>第四章 电话营销人员心态训练</b> .....	51
营销人员必备的“三心五态” .....	51
调整情绪的7种方法 .....	56
6招克服电话恐惧症 .....	60
<b>第五章 电话营销人员礼仪培训</b> .....	68
10个接打电话的沟通礼仪 .....	68
注意打电话时的姿态 .....	72
接电话礼仪的3个原则 .....	75
终极礼仪法则：选、等、转 .....	77
<b>第六章 电话营销人员声音训练</b> .....	82
润物无声，用声音去感染客户 .....	82
提高声音感染力的技巧 .....	84
魅力声音的6个关键因素 .....	86
声音的具体训练方法 .....	90
掌握4种练习气息的方法 .....	95

## 沟通篇

<b>第七章 开场白：第一句话很关键</b> .....	101
开场白的流程设计 .....	101
20秒抓住客户的6种开场白 .....	103

找准兴趣激发点，深入挖掘 .....	108
遭遇态度恶劣者的应对策略 .....	112
4 个情景再现，让顾客无法拒绝 .....	115
<b>第八章 洞悉“上帝”都在想什么 .....</b>	<b>120</b>
识别客户需求的 4 个问题 .....	120
识别大客户需求的 SPIN 模式 .....	125
识别客户需求的 2 个技巧 .....	129
<b>第九章 说服客户购买的说话技巧 .....</b>	<b>136</b>
5 秒钟轻松搞定预约 .....	136
巧妙应对“头疼客户” .....	139
面对拒绝时的办法 .....	142
认同是赢得客户信任的最佳办法 .....	145

## 成效篇

<b>第十章 报价：谈判成败的焦点 .....</b>	<b>151</b>
在行家面前报价不可太高 .....	151
常见报价方法 .....	153
得到承诺后再报价 .....	156
欲擒故纵之适时告退 .....	159
<b>第十一章 议价：决定成交后的议价技巧 .....</b>	<b>162</b>
巧用“阶梯降价法” .....	162
用详细明细淡化价格的“贵” .....	164
发挥礼品的最大价值 .....	167
客户常见异议及其处理方法 .....	170



第十二章 成交：促使产品成交的技巧呈现 .....	177
应对提出拒绝的5类客户 .....	177
提出成交请求的9个时机 .....	180
掌握8种成交方法 .....	184

## 售后篇

第十三章 成功跟进：让老客户为你介绍新客户 .....	193
成交不算完：重视售后，适时回访 .....	193
跟进客户不同方法与技巧 .....	195
让老客户为你介绍新客户 .....	199
与客户保持跟踪联系的七大工具 .....	203
第十四章 轻松化解客户不满 .....	209
处理客户投诉的黄金法则 .....	209
处理客户投诉的方法 .....	211
客户打电话抱怨怎么办 .....	214
真诚地处理投诉的几个有效技巧 .....	219

㊦  
准备篇



# 第一章

## 好业绩是“打”出来的

现在，市场竞争越来越激烈，电话营销作为一种可以帮助企业赚取更多利润的营销模式，正在慢慢地为众多企业所采用，且对社会发展具有强大的影响力。电话营销作为一种营销手段，可以使企业在一定的时间范围内，快速地把信息传递给目标客户，及时将抢占目标市场。

### 岗位认知：知道什么是电话营销

电话营销最早兴起于20世纪80年代的美国，而随着市场经济的发展，在我国也逐渐流行起电话营销这种简单便捷的销售方式了。电话营销是通过电话或传真等通信技术，对某一目标客户或目标市场进行一对一互动式的一种行销模式。目的是为提高公司形象，扩大企业知名度、客户群，提高客户满意度。它是维系客户关系的一种市场营销手法，是提升企业价值的一种手段，也是一种低成本、高效率的行销模式。

电话营销是一个需要较强的心理承受力及应变能力、流利的口头表达能力和一定技术含量的行业，不像一般人想象得那样简单、容易。

#### 1. 电话营销的分类

从功能上来看，电话营销可分为两种：一种是完全意义上的电话营销，100%的订单都是通过电话来完成的。另一种只起到挖掘销售线索、处理订单、跟进客户、服务等的作用，他们有外部销售人员来配合，共同完成订单。

## 2. 电话营销的特点

要掌握电话营销的技巧就要首先了解电话营销的特点。具体来说，电话营销主要有以下特点。

(1) 电话营销虽然是销售策略中的一个重要形式，但只有和其他的销售方式很好地结合起来才可以从优秀走向卓越

电话营销是在双方没有会面的情况下进行的纯粹语音交流。然而，并非所有的客户都可以通过电话搞定，因而电话营销员要根据双方沟通的具体情况来决定是否需要采取登门拜访、邮件传真等其他更为有效的沟通方式。

(2) 电话营销最容易找到客户也最容易被客户拒绝

电话营销能够花费最少的时间收集到最广的客户信息，客户能够轻易接起电话，电话的时间可长可短，也省去了赶路的时间。但是，并不是所有的客户都能够成为真正的客户，除非客户本身或潜在有这种需求，否则客户会很快挂掉电话。

(3) 电话营销的成功是小概率事件，所以不必患得患失

因为电话营销还未曾真正融入到人们的生活习惯中，因而人们总是本能地拒绝销售电话非常正常，这并非因为产品与价格不够好，而是由于双方缺少必要的信任基础。所以，电话营销人员应当养成一个不怕被拒绝的习惯才最好。

## 3. 电话营销的作用

电话营销作为现代一种重要的销售手段，除了成交之外，还可以帮助企业实现很多价值。

(1) 向客户宣传公司和产品，起到广告效应

电话营销是销售中的一种最为常见的方法，不过高明的电话营销人员是非常少的，而且大部分人的心理抗压能力很弱，成功概率较低，所以真正可以从事电话营销，并从中获取良好收益的人少之又少。哪怕电话营销没有成交、交易没有成功，你已经把你们公司的大致情况与产品向电话的另一方做了相关的介绍，这样当顾客再次听到公司名称或者产品名称时就

会有部分关于这个产品的意识，对公司与产品的宣传会起到一定的推动作用。

### (2) 配合和支持宣传推广活动

每个人都知道，要想做好一种产品，除去质量等“硬件因素”之外，宣传也是必要的，而电话营销人员在推销过程中就已经在给客户做出宣传了。尽管和平时做广告之类的宣传活动有所不同，然而这样的宣传活动也在人群中得以推广。再与正面的宣传相呼应，这样的电话营销行为，恰好起到了配合与支持宣传推广的作用。

### (3) 收集市场信息

电话业务涉及的行业面非常大，从产品到服务，从零售到批发，从大宗产品的推销到招揽规模性的商业服务，都有电话业务的涉及。作为一名电话营销人员，就需要从本地乃至全国手机资料、联系客户、拓展业务……不过也可以从电话营销过程中了解市场信息，了解客户哪些品牌使用得比较多，最看重的是哪项功能等。

### (4) 收集客户信息，寻找潜在客户

在电话推销过程中，可以通过每一次的电话营销过程，挖掘潜在客户。对于电话营销记录是很重要的，这个记录必须记载客户的原始资料、确认后的资料，以及每一位销售人员在每一次和客户洽谈时的具体对话要点。假如对方公司 A 女士说对这种产品不感兴趣，那么可以对该公司进行秘密追踪，找对方公司的 B 先生或许就完成销售了。根据客户的购买力与经济实力，会分解为 A、B、C、D 四级，只要完成销售的客户数据，立即转入 A 级、B 级客户名单中，C 级客户是正要开发中的客户，将淘汰掉的客户归入 D 级，以防止再次被进入潜在客户名单内。

### (5) 和有价值的客户建立联系

要想成为一名合格的电话营销员，必须懂得从销售过程中寻找到可以利用的一切消息。当你从销售过程中听到客户的“弦外之音”，得知这个客户可以列为有价值的潜在客户时，一定要与该客户保持联系，从而争取接下来的推销成功。

## 电话营销任务实施

那天李辉精神饱满地来到公司，做好一切准备后开始打电话，第一个电话是打给王小姐的，没想到他刚说“王小姐，你好，这里是万商保险公司……”对方就把电话挂了，他很沮丧。不过他没有气馁，继续给李先生打电话，虽然李先生接了他的电话，但一听是推销保险的，就很不高兴地说：“你以后不要再给我打电话了！”口气很粗暴且不耐烦。李辉放下电话很想骂人。但他调整了心态，继续给陈太太打电话，这位女士很耐心地听完李辉的介绍，然后很有礼貌地说：“不好意思，我暂时不需要。”几通电话下来，李辉感觉很受挫，不想再打了，这时主管过来安慰他，让他回忆在心理素质训练时所学的内容，李辉一下振作起来，又投入到工作中。接下来的几天，虽然有失败，但也有成功，而随着各方面技能的提高，李辉的业绩越来越好。所以，李辉认为心理素质训练非常重要，它能让你拥有克服困难的勇气和决心。

听完李辉的介绍后，小罗发现要做好电话营销，并不是一件简单的事，必须具备较好的心理素质和抗挫折的能力。对此，公司进行了相关培训。

首先，请你与小罗一起完成以下任务：

(1) 听完李辉的介绍后，请你谈谈对电话营销这个岗位的认识，并与传统营销方式做比较。

(2) 完成测试题（见第11页“电话营销员综合能力测试”），算出得分。判断并认清自己的性格类型，找出自己与电话营销员岗位心理素质要求的差距，指出自己在心理上、行动上准备不足的地方及今后的努力方向。

(3) 如果你打了一天的电话，近200通，却没有一单成功，你将如何调节自己的心态？

(4) 在电话中，你遇到了客户粗暴无礼的对待，你将怎样处理？

## 电话营销的目标和对象

很多人都羡慕电话营销人员的口才好，形容他们是见什么人说什么话；可也有人接到电话营销人员打来的电话，就立即挂断电话，丝毫不肯让电话营销人员再继续说下去，更别想他们买任何东西。为什么有的电话营销人员能说会道，但还是会遭受到如此待遇？原因在于电话营销是一门技术，也是一门艺术。其最大特点是综合性强，它融合了商业、口才、心理、公关、传播等各种知识。

电话营销人员虽然必须要“能说会道”，但并不等于要耍嘴皮子，或是夸夸其谈、哗众取宠。如果不懂得电话营销的艺术，那么任凭电话营销人员说得天花乱坠，也得不到客户的青睐，销售不出产品，拿不到订单也是枉然。其实，电话营销人员的职业修养与口才不是与生俱来的，而是需要经过后天的努力来培养的。如果作为一名电话营销人员，想有出色的口才、良好的修养，想在商务活动中实现你的金色梦想，就要不断地拓展眼界，吸收知识，调整思路，活跃思想，逐渐积累知识和经验，提升自己的口才、气质、修养和人格魅力。

要想成为一名优秀的电话营销人员，就必须先要明白电话营销的目标和对象。作为当代市场营销体系的一个分支，电话营销是一种有效、专业、低成本的行销模式，它伴随着呼叫中心的发展而成长。

电话营销的目标就在于可以以一种经济有效的方法满足客户的需要、为客户提供便捷的产品或服务。电话营销的对象一般为公司现有或潜在的目标市场成员，通过和他们建立沟通，可以维持和客户之间良好的关系，而且还能够为企业树立良好的形象。

电话营销并不是仅仅指打出电话，还包括所有利用电话进行销售的形式，如直接销售、数据库营销、呼叫中心、一对一营销、客户服务中心等皆包括在电话营销之中；电话营销也并非销售产品与客户服务的重要组成部分，还是企业整体行销规划的一个重要构成部分。作为直复行销（也就





是“直接回应的营销”，它是把赢利作为目标，通过个性化的沟通媒介向目标市场成员发布发盘信息，用来寻求对方直接回应、问询或订购的社会以及管理过程)的一种方法，电话营销还可以作为其他直复行销方式——目录、直邮、广播电视广告、印刷媒体广告、一线销售等的一种补充与支持。这些方式与电话营销相结合时，尽管侧重的方面有所不同，不过最终目的都是要充分利用当下先进的通信技术，为企业开创更多的商机，增加效益。

电话营销绝不能简单地认为是随机地打出许多电话，依靠碰运气去销售产品。这样的电话通常不会达到电话营销的目的，反而会引起客户的反感。成功的电话营销应当使通话双方都可以从电话营销中获益。

电话营销要求销售人员具有良好的讲话技巧、清晰的表达能力并掌握一定的产品知识，从而与客户达成交易，在此基础上，还可以向客户宣传公司和产品，配合和支持宣传推广活动。此外，电话营销还可以收集市场信息、寻找潜在客户，并和有价值的客户建立初步的联系。

优秀的电话营销员要懂得细心“观察”客户的反应，留心客户的一举一动，了解客户的需求信号和购买倾向，从而采取相应的对策来增加交易成功的机会。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。



### 打电话五大原则

打电话前首先要确定电话沟通的目标，以目标为导向。确定打电话的目标通常应遵循以下原则（见下图）。