

用语言化解一切销售难题

电话销售情境实训 大全集

龚喜◎编著



情境化、模拟化
是迅速提升销售业绩的捷径

本书精选**98**个生动的电话销售情境案例，并加以步步深入的解析，
让你瞬间掌握实战中的电话销售技巧，成为令人刮目相看的电话销售达人。

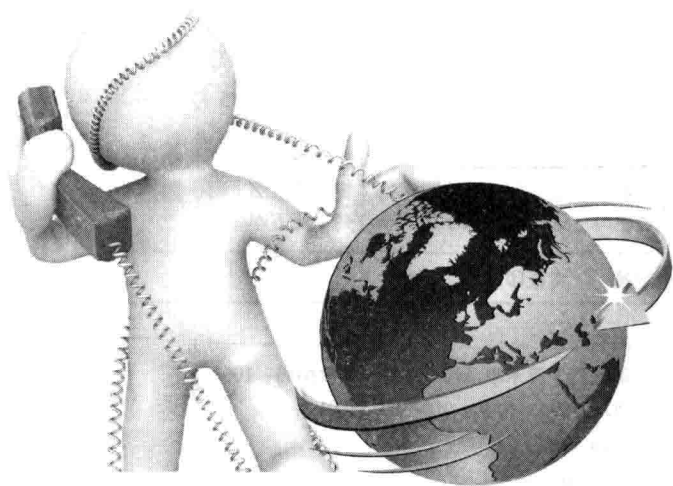


中国纺织出版社

用语言化解一切销售难题

电话销售情境实训 大全集

龚喜◎编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

在电话销售中,你是否遇到过或思考过以下问题:通话前应该做好哪些准备工作?如何在30秒内迅速激起客户的兴趣?如何与客户构建起信任关系?怎样去发掘引导客户的需求?怎样巧妙地推荐产品?客户拒绝应该如何处理?如何有效地促动客户签单?回头客的情感维护工作应该怎么做?客户打来的求购电话应如何接听?客户的投诉应该怎么处理?

如果您对以上话题正感到困惑,那么本书可以给你答案。全书的每一节都以“情境实录、情境点评、深入解析、反思与总结”逐层展开,对书中98个电话销售情境案例进行了深入分析和研究。本书内容简洁明了又充满实战性,既适合电话销售的相关从业人员和团队管理者阅读,也是企业培训员工的绝佳读本!

图书在版编目(CIP)数据

电话销售情境实训大全集/龚喜编著. —北京:中国纺织出版社, 2014. 7

ISBN 978-7-5180-0501-7

I. ①电… II. ①龚… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第046395号

编委会成员: 李 津 谢伟峰 宋军营 陶红旗 彭志宇 邓吴鹏
余新民 周晓兵 唐艳杰 刘 智 雷红英 舒 伟
谢艳玲 王 可 张小娟 李应菊 龚万军

策划编辑: 曹炳镝 责任印制: 何 艳

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—87155894 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

三河宏盛印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2014年7月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 20

字数: 298千字 定价: 37.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前 言

近年来，随着经济全球化的日益加强和全球经济激烈震荡，各种销售渠道的效率受到前所未有的挑战。信息和通信技术的飞速发展，更是改变了销售渠道的形态，这就决定了企业只有更好地依靠高科技手段，才能在这个世界中生存和发展。

在这样的社会背景下，“电话销售”应运而生。它依靠科技优势，而且符合现代人追求快速、方便的消费模式，再加上成本低、效益高的特性，理所当然地成为全球销售渠道的新宠，在某些行业或企业中甚至完全取代了传统的销售模式。

作为一种高效率、低成本的销售模式，电话销售不仅能迅速接触到客户，而且还能更加方便、快捷地发掘潜在客户，获得较高的经济效益，因此，如何驾驭好这一强有力的销售工具，使它发挥出最大的效用，就成为电话销售员需要面对的一个问题。

尽管电话销售可以更加方便快捷地为客户提供必要的产品和服务，不过，要想通过电话与客户达成良好沟通，并完成自己的销售意愿，也不是一件很容易的事。因此我们编写了这本书，以便为广大电话销售员更好地做好电话销售工作并获得理想的销售业绩提供有益的借鉴。

本书从实战角度出发，全面剖析了电话销售工作中的诸多环节。全书共分为十章，分别从通话前的准备训练、30秒抓住客户训练、构建信任关系训练、发掘引导需求训练、巧妙推介产品训练、客户拒绝处理训练、有效促动签单训练、回头客情感维护训练、求购电话接听训练、轻松处理客户投诉训练等方面较为系统地阐述了电话销售过程中会碰到的问题以及处理问题时需要的方法和技巧。

针对书中的每一节的内容，本书还设计了“情境实录”“情境点评”“深入解析”“反思与总结”四个板块，以求将书中每一个案例所反映的问题讲得更加

清楚明了和彻底：情境实录，挑选出了具有代表性的电话销售典型案例，供读者模仿、参考和借鉴；情境点评，即从每个案例中提炼出一个相应的关于电话销售方面的具体问题；深入解析，即对案例中提炼出来的问题进行深入的探讨和研究，比如问题形成的原因、注意事项以及应对策略等；反思与总结，即在对案例进行深入解析的基础上，告诉广大电话销售员今后在工作中遇到类似问题时具体应该怎么做等。

全书深入浅出地表现了电话销售工作取得成功的秘诀，书中大量关于电话销售的经典案例、深入细致的案例分析以及其所蕴涵的方法和技巧，让本书既适合准备进入电话销售这一行业的人学习，也适合公司培训人员对电话销售人员进行培训时使用。希望通过本书的学习，能对你的电话销售工作有所帮助和提高。

编著者

2014年1月

目 录 Contents

第一章 通话前的准备训练

“凡事预则立，不预则废。”无论做任何事情，若想成功，都需要提前做好充足的准备。电话销售工作也不例外。事实上，电话销售也不是从拿起电话才开始的，如果电话销售员想让自己的销售电话百发百中的话，就必须在拿起电话前做好准备。越有准备，便越有把握，越有把握，也便越有好的运气。因此，在拨通电话之前，下工夫做一番准备工作是绝对有必要的。

- 情境 1：进行清晰的自我定位/3
- 情境 2：学会战胜恐惧心理/5
- 情境 3：用坚定自信的语气说话/7
- 情境 4：善于筛选目标客户/10
- 情境 5：要有一颗诚挚的心/13
- 情境 6：事先确定合理的价格底线/16
- 情境 7：把握好与客户间的共同点/18
- 情境 8：用有感染力的声音去吸引客户/21
- 情境 9：通话前花一分钟作计划/24
- 情境 10：打电话之前先寄资料/27

第二章 30 秒抓住客户训练

一般来说，电话销售的成败往往在最初的 30 秒内就决定了。比如，你能不能迅速地找到与客户之间的契合点；你能不能迅速地将自己和产品的优势巧妙地讲给客户听；你能不能赢得客户的好感，从而给对方留下深刻的印象？不要小看这些问题，它们将决定你的电话销售工作是否能向更加积极的方向发展。因此，在通话刚开始的 30 秒内，尽一切努力去吸引客户对你的注意，让客户被你所吸引，愿意听你说话，你才有跟对方继续沟通下去的机会，从而为接下来的销售成功做好铺垫。

情境 11：掌握熟人推荐约见新客户的方法/31

情境 12：这样说开场白才算有效/34

情境 13：帮客户解决实际问题/38

情境 14：通过重要信息吸引客户/40

情境 15：巧妙地闯过前台关/42

情境 16：让态度不友好者不挂电话/44

情境 17：从激活客户的兴趣入手/47

情境 18：“赞”到客户心里去/50

情境 19：用幽默的语言拉近距离/53

第三章 构建信任关系训练

在电话销售中，要想取得客户的好感和信任并不是一件很容易的事，但它却是你取得销售成功的前提。很多时候，接近客户，与客户建立信任关系是电话销售成功的基础。为什么这么说？道理很简单，谁会和一个自己不信任的人合作呢？不论是什么业务，客户在获得产品或服务的过程中还要消费得放心、舒心。因此，电话销售员一定要重视这一点，才不会前功尽弃。

情境 20：客户的信任是谈判之本/59

情境 21：向客户巧妙表达善意/62

情境 22：以认同赢得客户的信任/65

- 情境 23：用专业素质赢得客户信任/68
- 情境 24：对产品的缺点不要隐瞒/71
- 情境 25：对客户要多一点耐心/73
- 情境 26：和你的客户成为朋友/75
- 情境 27：利用权威来增强客户的信任/78
- 情境 28：及时消除客户的排斥心理/81
- 情境 29：沟通时弱化营销氛围/84

第四章 发掘引导需求训练

销售大师乔·吉拉德说过，你可以把任何东西卖给任何人。如此伟大的销售其实只需要解决一个问题，即挖掘客户需求。因此我们说：“在完全、清楚地识别及证实客户的明确需求之前，请不要推荐你的产品！”一般来说，在电话销售中，即使客户有明确的需求，对方也很少会痛痛快快地说出来。由此可见，作为电话销售员，学会正确地发掘引导客户需求是件多么重要的事情。

- 情境 30：向客户提有效的问题/91
- 情境 31：快速发现客户的需求/97
- 情境 32：针对敏感问题加以引导/100
- 情境 33：强化客户兴趣点，发掘客户需求/102
- 情境 34：使用重复定律满足客户需求/105
- 情境 35：把握客户的心理动机/108
- 情境 36：用产品优势来引导需求/113
- 情境 37：学会因人而异诱导客户/116
- 情境 38：让客户接受销售观点有技巧/121
- 情境 39：挖掘需求的 SPIN 模式/124

第五章 巧妙推介产品训练

通过电话推介自己的产品和面对面地销售自己的产品是不一样的，因为客户看不到你，这就需要电话销售员掌握一定的技巧，这样你才能通过一张嘴或一条细细的电话线把产品成功地推介出去。比如，做自己所销售产品的专家、用通俗语言介绍产品、抓住产品价值进行解说、把握产品推介的时机、巧谈竞争对手产品等，这些都是非常不错的可供借鉴的方法和技巧。掌握好这样的方法和技巧，对于你取得产品推介成功是非常有帮助的。

情境 40：做自己所销售产品的专家/133

情境 41：扬长避短地介绍产品/135

情境 42：产品推介时保持清晰的思路很重要/137

情境 43：用通俗的语言介绍产品/140

情境 44：抓住产品价值进行解说/142

情境 45：不要给客户太多的选择/145

情境 46：把握产品推介的时机/147

情境 47：巧谈竞争对手产品/150

情境 48：以客户为中心推介产品/153

情境 49：产品推介的技巧和误区/155

第六章 客户拒绝处理训练

在电话销售工作中，遭遇到客户拒绝的概率是非常高的。要知道，成功的销售也都是从拒绝开始的。碰到这类情况，你能做到只有灵活地化解和处理。当然，在面对客户拒绝时，如果你能掌握一些方法和技巧，那么你被拒绝的情况就会大大减少。而很多时候，让客户学会自己说服自己，在其提出具体的拒绝借口时采取策略巧妙化解，这些都是帮你成功应对客户拒绝，进而与客户顺利签单的有效方法。

情境 50：成功的销售从拒绝开始/163

情境 51：怎样说才不会被拒绝/165

- 情境 52: 让客户自己说服自己/169
- 情境 53: 客户说“我需要跟太太商量一下”/171
- 情境 54: 客户说“价格太高了”/173
- 情境 55: 客户说“需要时再打电话”/176
- 情境 56: 客户说“我需要老板同意”/180
- 情境 57: 客户说“已有合作伙伴”/183
- 情境 58: 客户说“发份传真看看”/186
- 情境 59: 客户说“我想再了解一下”/188

第七章 有效促动签单训练

要想做好电话销售工作，你还得知道怎样有效地促动客户签单。在完成对客户的初步意向探测之后，如果你不想功亏一篑，就应该学会把握机会，适时促动客户签单。在这一过程中，有效识别客户的购买信号，不给客户拖延的机会，多为客户描述一幅成交后的远景，以及把控好客户的经济动机等，这些都是很不错的有效促动客户签单的方法和技巧。另外，学会让客户无法说“不”，在最后阶段盯紧决策人，以“最后一个问题”进行有效促单等，这些也都是非常有效的促单方法和技巧。只要做到了以上这些，你就能更好地促动客户签单。

- 情境 60: 识别客户的购买信号/193
- 情境 61: 善于使用关键促成句式/197
- 情境 62: 让客户无法说“不”/201
- 情境 63: 最后阶段盯紧决策人/205
- 情境 64: 用“最后一个问题”进行促单/208
- 情境 65: 不给客户拖延的机会/210
- 情境 66: 为客户描述一幅远景/213
- 情境 67: 双向托底法促成交/216
- 情境 68: 求同存异法促成交/218
- 情境 69: 把控客户的经济动机/221

第八章 回头客情感维护训练

通常情况下，电话销售都不是一蹴而就的，更不是一锤子买卖。有经验的电话销售员都懂得“放长线钓大鱼”的道理。作为一个电话销售员，当交易完成之后，你就得努力做好回头客的情感维护工作了。做到这一点非常重要，它将直接决定你未来的销售业绩如何。具体来说，成交不算完，重视售后，适时回访，同时，学习与核心客户建立长期有效的联系，积极为客户提供个性化的服务，虚心接受客户的批评，当产品出现问题时不推脱责任等，这些都是非常实用的回头客情感维护的方法和技巧。此外，积极让老客户帮忙介绍新客户，永远让客户先挂电话，守信重诺等，这些也都是非常不错的回头客情感维护方法。只有掌握了这些方法和技巧，你的回头客情感维护工作才能取得事半功倍的效果。

情境 70：成交后，适时回访/227

情境 71：与核心客户建立长期有效的联系/229

情境 72：积极为客户提供个性化的服务/232

情境 73：使用微信、短信、邮件加深联系/234

情境 74：用诚信留住回头客/237

情境 75：永远让客户先挂电话/239

情境 76：虚心接受客户的批评/242

情境 77：当产品出现问题时不要推脱责任/244

情境 78：与客户互惠互利，才能合作长久/246

第九章 求购电话接听训练

一般来说，客户打来的求购电话都是送上门来的绝佳销售机会。因此，在这种情况下，掌握有效的求购电话接听技巧，远比研究如何拨打陌生外呼电话来得重要。那么求购电话的接听技巧都有哪些呢？具体地讲，快速记下客户的信息资料，深度发掘来电客户的需求，报价不要含糊其辞，转接电话问清联系方式，学会利用网络搜索客户的信息，当客户决定再次购买时不要懈怠，以及对客户反映的信息要确认清楚等等，这些都是非常有效的求购电话的接听技巧。只有掌握了这些方法和技巧，才能使你与客户之间的沟通变得更顺畅，你才能将主动送上门来的销售变成实实在在的订单。

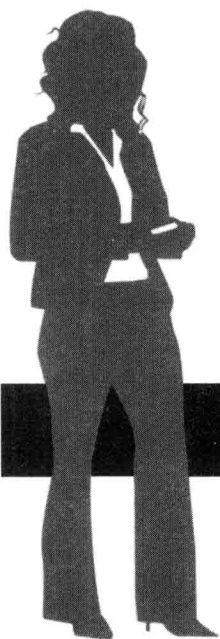
- 情境 79：快速记下来电客户信息资料/253
- 情境 80：深度发掘来电客户的需求/256
- 情境 81：报价不可含糊其辞/259
- 情境 82：先听后说效果会更佳/261
- 情境 83：以“少量试用”打消客户顾虑/263
- 情境 84：打错的电话里也有生意/265
- 情境 85：转接电话问清联系方式/267
- 情境 86：网络是搜索客户的信息的有效途径/269
- 情境 87：当客户再次购买时不要懈怠/271
- 情境 88：对客户反映的信息要及时确认/274

第十章 轻松处理投诉训练

在电话销售过程中，处理好客户投诉是非常重要的一个环节。一般来说，要想轻松处理客户投诉问题，首先你得消除客户成交后的消极情绪，要能化解客户的抱怨，与客户共商解决问题的方案，同时注意避免与客户争辩，还要懂得适时安抚客户的情绪等。很多时候，处理好客户投诉问题，你还能在投诉中找到成功的机会。

- 情境 89：消除客户成交后的消极情绪/279
- 情境 90：正确对待客户的抱怨/283
- 情境 91：处理投诉越快越好/286
- 情境 92：与客户共商解决方案/288
- 情境 93：永远不要与客户争辩/290
- 情境 94：绝不放任客户流失/294
- 情境 95：学会安抚客户的情绪/297
- 情境 96：在投诉中找到成功的机会/300
- 情境 97：用真诚化解客户的不满/302
- 情境 98：把客户投诉当成售后服务来做/305

参考文献/308



第一章

通话前的准备训练

“凡事预则立，不预则废。”无论做任何事情，若想成功，都需要提前做好充足的准备。电话销售工作也不例外。事实上，电话销售也不是从拿起电话才开始的，如果电话销售员想让自己的销售电话百发百中的话，就必须在拿起电话前做好准备。越有准备，便越有把握，越有把握，也便越有好的运气。因此，在拨通电话之前，下工夫做一番准备工作是绝对有必要的。

>>> 情境 1:

进行清晰的自我定位



电话销售员：“早上好！刘先生。”

客户：“你好，请问你是哪位？”

电话销售员：“我是王者电器公司的销售顾问谢磊，感谢的谢，光明磊落的磊。真诚地讲，我打这个电话的目的就是做销售。我想您一定不会挂断我的电话吧？”

客户：“最讨厌每天接到销售电话了，总是阴魂不散。”

电话销售员：“啊？不会吧！那我可得努力了，可别成为又一个阴魂不散的人。”

客户：“你这人说话还挺幽默的，看你如此诚恳，那就给你个介绍产品的机会吧！”

电话销售员：“真是太感谢您了！我给您简单地介绍一下：我们是一家家用电器生产厂家，我们产品的质量都是经过国家安全局质量检测的，我们的产品是……”



作为电话销售员，对自己的定位一定要清晰。明确地自我定位的第一步就是自我介绍，而这第一步对电话销售的成败将发挥着举足轻重的作用。因此，电话销售员对于自己是做什么的，自己所卖的产品是什么，能够给客户带去什么样的利益等方面的问题都应该有一个十分清晰的认识。既然这样，那么电话销售员应该怎么做呢？



通常来说,明确地定位自己,需要电话销售员学会用恰如其分的语言向客户介绍自己的身份和产品,这些都是电话销售员最常用的话术之一。

自我介绍的内容包括自己的姓名、自己所在的公司以及工作职务。这三项被称为电话销售中的“自我介绍三要素”,是自报家门时缺一不可的。销售员在打电话时要将自己的身份如实介绍给客户。

1. 姓名

在拨通客户电话的时候,电话销售员首先应该向对方做个完整的自我介绍。对于初次拜访的客户,最好不要说自己是小马、小李。因为,这样的称呼很难给客户留下深刻的印象,而且还会让客户觉得你这样说是对他们的不尊重。像案例中谢磊介绍自己的方法“感谢的谢,光明磊落的磊”,这种介绍就很好,很容易给客户留下深刻的印象。

2. 所在公司

在自报家门的时候,说到自己的公司,最好不要说公司的简称,而要将公司的全称告诉客户,以便客户能够明确自己公司的相关情况。至于自己的工作部门,必要时也可以告诉客户,这样能够增加客户对你的信任。

3. 工作职务

作为电话销售员,如果你在公司的职位比较高,那就最好直接报出来,这样做能让你获得客户的信赖,客户也会因此而有被尊重的感觉。即使你在公司的职位不值一提,最好也能够稍微对自己进行“美化”,或者避重就轻只说明自己从事的工作即可。比如,电话销售员可以这样对客户说:“您好,我是太平人寿公司的××。”



案例中,电话销售员谢磊在客户接起电话的第一时间就报出了自己的名字,然后又坦率地说自己是一名电话销售员,并用机智幽默的语言引起了客户的好感。明确地定位自己,用恰如其分的语言向客户介绍自己的身份和产品,可以

说，这是一个非常成功的销售电话。

对于电话销售员来说，清晰的自我定位能够迅速抓住客户的心。因此，在开场之前，电话销售员应该做好准备，先对自己和自己的产品作一个准确的定位，并以这一定位为中心展开接下来的销售工作，只有这样你才能够成为优秀的电话销售员。

>>> 情境 2:

学会战胜恐惧心理



情境实录

“喂，王总您好，我是××商报的刘冰呀。昨天我给您传真的一份资料您看过了吗？”

“哦，材料……商报的材料，对吧？哦，我只是大概看了一下，还没来得及详细了解。你打我电话有何事？”

“是关于一个会议的事情，材料上已经说得比较清楚了。我们希望您能到北京来参加这个会议，与各地方政府领导、企业领导共同探讨我国经济的走向……”

“这个问题我们已经开会研究过了。哦，对了……会议什么时候开？”

“8月初，这次会议的主题是跟西部大开发有关，你们公司正好在西部，需要引进技术与资金，这次到北京开会就是一个很好的机会，您说是吧？”

“嗯，这的确是个好机会！”

“这次会议我们将安排一些部委的领导同志来作报告，对我们的工作是很有指导意义的。另外，我们还安排了一系列活动，所有活动内容都将被登在商报上，同时还会刊登您的一些事迹……”

“嗯，关于这个问题，我觉得我们还需要再开会研究一下，这不是我一个人能决定的。……刘同志，我们再研究一下，就这样吧。”