

一张巧嘴走天下，心态平和是最佳
签订技巧要捏拿，客户商谈需融洽
坚持不懈靠恒心，提升业绩是赢家



DIANHUA XIAOSHOU KOUCAI

电话销售 口才



|| 成败一张嘴，销售靠业绩，
|| 业绩靠能力，能力靠技巧。||

盛琳/编著



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

电话销售口才

盛琳/编著

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电话销售口才/盛琳编著. —北京: 企业管理出版社,
2008. 2

ISBN 978 - 7 - 80197 - 935 - 3

I. 电… II. 盛… III. 推销—口才学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 013455 号

书 名: 电话销售口才

作 者: 盛 琳

责任编辑: 赵 琪

书 号: ISBN 978 - 7 - 80197 - 935 - 3

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com / zhe@emph.cn

印 刷: 香河县宏润印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 160 毫米 × 220 毫米 16 开本 17 印张 150 千字

版 次: 2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 25.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换



前 言

什么是口才？通俗地讲，口才就是口语表达的才能，是口语表达的艺术和技巧。不管是什么人，只要想生存和发展，必定要走进社会，走入市场，要面对形形色色的人。欲与别人沟通，语言交流是首选的工具。古人云：“一人之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。”现代人说：“口才是玩转人脉、财路和官运的高效武器。”不管古者或今人是如何评价口才的威力，至少都说明一点：从古至今，口才在人类的文明发展史上起着举足轻重的作用！随着电话销售行业的迅速发展，口才在商务活动中的作用越来越突出。有位电话销售行业里的顶尖人物一针见血地指出：“发生在金牌销售人身上的奇迹，有80%是由口才创造的。一流的口才是金牌销售人建功立业的宝剑！”

是人才不一定有口才。很多人都羡慕电话销售人的口才好，形容他们是“见人说人话，见鬼说鬼话。”可也有人接到电话销售人打来的电话，就立即挂断电话，丝毫不肯让电话销售人再继续说下去，更别想他们买任何东西。为什么有的电话销售人能说会道，但还是会遭受到如此待遇？

原因在于电话销售是一门技术，也是一门艺术。其最大特点是综合性强，它融合了商业、口才、政治、心理、伦理、公关、传播等各种知识。天下事，皆一理。电话销售人虽然必须要“能说会道”，但并不等于要耍嘴皮子，或是夸夸其谈、哗众取宠。如果不懂得电话销售的艺术，那么任凭电话销售人说的天花乱坠，





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，电话销售人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。如果作为一名电话销售人，你想有出色的口才，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。

本书从电话销售的初步入门为起点，按照电话销售的实际操作步骤分为十二章，由浅入深的为读者朋友讲解了电话销售的具体操作方法，操作技巧、提升销售能力的训练，以及辅助大量的经典销售案例，让刚刚步入电话销售行业的新手可以循着本书学习成长为一名合格的电话销售人，让处于转折期的电话销售老手可以提高销售水平成为一名金牌电话销售人。只要读者朋友细心研读本书，编者相信读者朋友一定会从本书中得到启发，学到知识，锻炼了口才，有助提高销售业绩。

对于电话销售人来说，电话销售的道路既撒满鲜花，又遍地荆棘。只要你用心去做，就能得到鲜花满抱；得过且过，必定颗粒无收。电话销售靠的是智慧和勤奋。编者希望那些通过细心研读本书的读者朋友，能够用智慧和勤奋在电话销售的道路上越走越远，早日实现自己的金色梦。

编者





目 录

第1章 认知决定成败——电话销售使企业获得更多利润

- 1.1 什么是电话销售 / 1
- 1.2 电话销售的职能 / 3
- 1.3 电话销售组织结构 / 5
- 1.4 电话销售的四个阶段 / 6
- 1.5 电话销售的现状与发展 / 11

第2章 不打无准备的电话——电话销售的准备工作

- 2.1 电话销售人应具有六个理念 / 13
- 2.2 电话销售人必经历的五个阶段 / 17
- 2.3 充分的准备工作是电话销售成功的敲门砖 / 19
- 2.4 明确目标才能取得优势 / 22
- 2.5 全面了解产品是成功销售的起始点 / 24

第3章 磨刀不误砍柴功——电话销售的基本技巧

- 3.1 克服恐惧心理, 积极调整心态 / 29
- 3.2 掌握有效拨打电话的技巧 / 32
- 3.3 结束销售电话时应注意的问题 / 34
- 3.4 电话销售中应注意的沟通技巧 / 36



电话销售



- 3.5 电话销售时应谨记的礼仪 / 40
- 3.6 详细划分客户种类, 把握关键客户 / 42
- 3.7 寻找潜在客户的方法 / 50
- 3.8 怎样才能找到真正的决策者 / 52

第4章 电话诉衷情——成功的产品推介

- 4.1 如何在电话销售中说出具有感染力的开场白 / 55
- 4.2 常见六种经典开场白 / 58
- 4.3 开场白中应谨记的问题 / 62
- 4.4 利用有魅力的声音吸引客户 / 64
- 4.5 如何探明客户的需求 / 69
- 4.6 怎样吸引客户进行产品销售 / 73
- 4.7 怎样用产品说明打动客户的心 / 76
- 4.8 聆听客户的需求是成功销售的关键 / 78



第5章 我为订单狂——电话销售有效的成交技巧

- 5.1 邀约客户应有的四个心态 / 81
- 5.2 如何使用电话邀约客户 / 83
- 5.3 怎样成功的拜访客户 / 87
- 5.4 怎样引导客户提出问题 / 91
- 5.5 掌握有助于成功的谈判技巧 / 95
- 5.6 如何识别客户的购买信号 / 97
- 5.7 怎样掌握有效的成交技巧 / 100
- 5.8 如何把握好成交时机 / 104
- 5.9 常见的九种客户类型 / 107

第6章 将销售进行到底——巩固销售成果的技巧

- 6.1 成交后与客户必不可少的联系 / 111



- 6.2 持之以恒地与客户进行联系 / 113
- 6.3 销售人应谨记的原则 / 116
- 6.4 怎样妥善地维护和老客户之间的关系 / 117

第7章 不打不成交——如何处理客户存在的问题

- 7.1 怎样打消客户可能存在的顾虑 / 121
- 7.2 怎样消除成交后客户存在的消极情绪 / 124
- 7.3 怎样才能消除客户的异议 / 128
- 7.4 怎样应对客户的投诉 / 137

第8章 见招拆招——如何应对电话销售中遇到的问题

- 8.1 如何应对客户的拒绝 / 139
- 8.2 如何应对准客户拒绝电话约访 / 141
- 8.3 如何处理客户的不满 / 144
- 8.4 如何应对赖账的客户 / 146

第9章 更上一层楼——提升业务水平技巧

- 9.1 巧用认同感顺利进行电话销售 / 151
- 9.2 实例教你怎样让接线员说真话 / 153
- 9.3 巴里·法伯的电话销售妙计 / 157
- 9.4 电话销售人应该扮演的九种角色 / 159
- 9.5 四个环节教你提升自身销售能力 / 161
- 9.6 销售高手应具备的八种人格魅力 / 165
- 9.7 缓解销售压力的有效心法 / 167
- 9.8 销售人应忌的“七嘴” / 169

第10章 前车可鉴——拥有健康的销售心态

- 10.1 培养积极的销售心态 / 171



目录



- 10.2 培养永不放弃的销售心态 / 175
- 10.3 要保持良好的销售心态 / 181
- 10.4 要有“心中无剑”的销售境界 / 183
- 10.5 认清自身的销售心态盲点 / 187

第 11 章 篇外篇——由销售到营销

- 11.1 每个销售人员都应知道的 10 个问题 / 191
- 11.2 电话销售人由量变到质变的法则 / 194
- 11.3 金牌销售人常用的金牌推销招数 / 200
- 11.4 学习犹太人的销售高招 / 205

第 12 章 经典销售案例教你学会销售

- 12.1 “牛仔裤”风靡世界的秘密 / 211
- 12.2 截然相反的两份电报 / 213
- 12.3 “认养”布娃娃的创意 / 214
- 12.4 奇妙的汽车广告和手表广告 / 216
- 12.5 “欢迎您再来” / 217
- 12.6 克洛里销售的木材 / 218
- 12.7 好质量的阳画感光纸 / 220
- 12.8 踏进“雷区”的销售 / 222
- 12.9 小处着手的推销 / 225
- 12.10 重光武雄“借冕播誉”巧推销 / 226
- 12.11 迪巴诺推销面包有术 / 228
- 12.12 迂回推销的保险推销员 / 230
- 12.13 不卖打字机只卖办公系统的销售 / 231
- 12.14 乔·吉拉德的汽车销售 / 233
- 12.15 用微笑敲开陌生的门 / 234



附 录

100 个营销格言 / 235

电话销售技巧测试题 / 242

电话沟通技巧测试题 / 246

测一测你的销售能力 / 258





DIAN HUA XIAO SHOU KOU CAI

第1章

认知决定成败——电话销售使企业获得更多利润

1.1 什么是电话销售

作为当代市场营销体系的一个分支，电话销售是一种有效、专业、低成本的行销模式，它伴随着呼叫中心的发展而成长。电话销售最早兴起于20世纪80年代的美国，而最近，随着市场经济的发展，在我国也逐渐流行起电话销售这样简单便捷的销售方式了。电话销售是通过电话或传真等通信技术，对某一目标顾客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、顾客群，提高顾客满意度，维系客户关系的一种市场营销手法。它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。简单的打个不太确切的比方，电话销售类似于会议营销。

电话销售的目标就在于能以一种经济有效的方式满足客户需要、为客户提供产品或服务。电话销售的对象是公司现有或潜在的目标市场成员，通过与他们的沟通，可以维持与客户之间良好的关系，而且还可以为企业树立良好的形象。





电话销售并非仅是指打出电话，还包括所有利用电话进行行销的形式，直接销售、数据库营销、一对一营销、呼叫中心、客户服务中心等都包括在电话销售之中；电话销售也不仅是销售产品和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组成部分。作为直复行销的一种方式，电话销售还可以作为其他直复行销方式——直邮、目录、印刷媒体广告、广播电视广告、一线推销等的一种补充和支持。这些方式和电话销售结合时，虽然侧重的方面各有不同，但最终目的都是要充分利用当今先进的通信计算机技术，为企业创造更多的商机，增加收益。

电话销售也决不等于随机地打出许多电话，靠碰运气去推销产品。这样的电话往往不会达到电话销售的目的，反倒会引起客户的反感。成功的电话销售应该使通话双方都能从电话销售中获益。





1.2 电话销售的职能

作为一种营销手段，电话销售能使企业在一定的时间内，快速地将信息传递给目标客户，及时抢占目标市场。电话销售已经成为帮助企业增加利润的一种有效销售模式，其特点省时、省力、省钱，并能快速获利。那么电话销售具体职能有那些呢？

1. 及时把握客户的需求

在多媒体时代，电视、杂志等只能提供单方面的信息和数据，而通过电话能够在短时间内直接听到客户的要求和意见，通过双方的沟通，可以提供有针对性的服务。不管销售人员是打电话给客户介绍产品，还是客户打电话向销售人员投诉，企业及销售人员都能及时地把握客户的需求，同时让客户得到更好的产品和服务。

2. 保持与客户的密切联系

通过电话销售，可以建立并维持客户关系营销体系。据计算，赢得一个新客户的成本是留住一个老客户的成本的7倍，所以，企业应通过电话加强与现有客户的关系，将现有客户留住，与他们建立长久合作的关系。

3. 增加收益

电话销售可以扩大企业的销售量，缩小企业的运营支出，增加企业的收入。如宾馆、饭店的预约中心，不应只单纯地等待客户打电话预约，如果积极主动地给客户打电话，就有可能取得更多的预约，从而增加收益。而且，电话销售可使销售效率上升，机会成本下降；同时，可以使各个销售人员的特长得到发挥，相应地使企业整体营销水平得到提高。

4. 增强企业商业运营的保密度

电话销售是“一对一”式的销售，不易被对手觉察，因而保





密性较好。此外，电话销售便于企业对各种资源进行有效整合，包括销售资源和客户资源。企业有了自己的客户数据库，从而降低了风险，有利于对客户需求进行分析。

5. 便于企业控制成本

常规模式的面对面式行销，平均一个销售人员一周只能见三个客户，销售效率低，大大影响了销售的整体效果，而且成功率也很低，无形中增加了企业的销售成本；而电话销售便于企业有效控制销售费用，把销售成本压缩在预算内。

6. 便于企业培训新人

使用传统行销模式，企业依赖某个或某些销售人员，而对新员工的培训不到位，不能使新员工很快进入工作状态，并对企业产生信任，如果这一个或者这些关键销售人员离开公司甚至跳槽至竞争对手处，企业将面临巨大损失。电话销售可以快速及时地培训新人进入工作状态，使企业不断有新鲜血液补充，即使员工突然跳槽，也不至于伤了企业的元气。

除销售人员的访问销售外，电话是在商务界现有媒体中，惟一可做一对一交流沟通的媒体。两个人一对一交谈，销售人员可以根据客户的语气，为客户提供针对其独特需求的个别服务，满足客户的个性化需求。





1.3 电话销售组织结构

电话销售的业务流程可以简单概括如下：销售人员通过电话预约客户，在电话里给客户介绍产生，也可以在电话里预约，在现实中通过一些谈判和合作，达成最终的交易。而电话销售的组织结构很灵活，可以随着组织的扩大而不断细化增加，但是最基础也最有效的组织结构可以如下图。

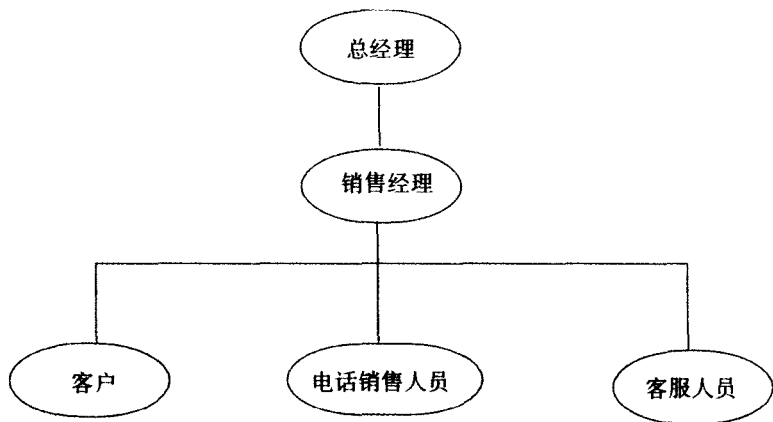


图 1-1 电话销售组织结构图





1.4 电话销售的四个阶段

一次成功的电话销售过程应该完整的分为：建立目标客户、挖掘潜在客户、锁定准客户和维护成交客户四个阶段。

1. 建立目标客户阶段

目标客户是指有产品需求，本身也有购买能力的客户。对于目标客户，由于是初次通话，电话销售的目的只有一个，让客户建立一个基本的良好印象即可。

目前，电话销售已成为了一个基本营销手段，已有越来越多的企业运用了电话销售，但目前有许多客户对推销电话讨厌。所以，要根据客户接电话时的反映来适当地控制初次通话的时间和内容。

电话销售是一个持久的过程，而不是一次通话就可以解决问题的。初次与客户通话时，电话销售人只需要简洁明了地介绍一下公司和产品即可。在介绍完产品后，可以把资料给客户寄一份过去，这里的资料可以是产品资料，也可以是其他的客户能感兴趣的资料，但这些资料一定要与销售员所卖的产品有关，可以展现公司的实力和特点的。

电话销售人要针对自己公司的产品特点选好目标客户，这里的目标客户应该是有购买需求的，同时又有购买能力的客户。电话销售是一个打持久战的过程，在建立目标客户阶段时应该加大与客户通话的频次，每次通话的时间不宜过长，不要急于求成，电话销售是一个自然的过程，水到自然会渠成。

2. 挖掘潜在客户阶段

潜在客户是指有产品需求，由于并没有对公司产生认同感，虽然有产品需求，但并不一定购买本公司的，也可以指对公司有





一定的了解，但并没有近期购买计划的客户。这个阶段，销售人应该注意挖掘客户潜在的需求，让客户把自己的需求说出来。在与客户建立了初期的关系后，就进入了挖掘潜在客户阶段，此时更应该主动挖掘客户的需求。

客户的需求是需要电话销售人挖掘的，这也是电话销售人的天职。客户就像是走在路上的陌生人一样，他们并不会把自己的需求告诉给销售人。而这个阶段，就是销售人要打破与客户之间的距离感，让他们把自己的需求说出来。

营销专家高普才先生曾经说过：“真正的营销高手并不在于他说的技巧有多么好，而在于他听的技巧有多么高。”电话销售人也应该转变这个观念，许多电话销售人在与客户通话时总是以自己说为主，其实电话销售人说的再多也是没有用的，电话销售人应该让客户成为电话的主角，多听他们的倾诉。

某知名企业在开经销商会时，把经销商请到公司来，企业的老板首先上去讲企业的风采以及企业在行业中的领袖地位，产品总监再去讲产品有多么的优秀，客服部经理再去讲服务体系有多么的完善，招商总监再去讲如果做了我们的产品你会有什么样的发展空间……一路讲下来，自己企业的老板和员工们讲的是热血沸腾。而经销商呢？虽然桌上摆了许多水果，服务人员殷勤为他们服务，可他们却只是像个学生一样老老实实地接受教育，一句话都没有说。

这家企业就是没有做到对经销商的尊重，也没有与经销商互动起来。所以作为电话销售人也应该转变观念，让自己少说，让客户多说。

现实中有些电话销售人认为客户接电话时都不怎么说话，说几句就想挂了。其实这是电话销售人自身的原因，是销售人还没有把客户的说话欲望给激发出来。销售人在业务销售中所接触的

