

林訓民／專文推介

菲力浦・曼佛德／著 林 誠／譯

實戰智慧

叢書

146

李仁芳博士策劃

提供實戰經驗

啟發經營智慧

電話行銷

解析成功個案的溝通關鍵

*Teleselling: High Performance Business-to-Business Phone
Selling Techniques by Phillip E. Mahfood*



實戰智慧叢書 ⑭⑥

電話行銷

——解析成功個案的溝通關鍵

林 誠／譯

Teleselling

by Phillip E. Mahfood

F713-3
L598

TELESELLING

Copyright © 1990, Phillip E. Mahfood

Chinese language edition arranged with Probus Publishing Company
through Big Apple Tuttle-Mori Agency

Chinese edition copyright © 1994 by Yuan-Liou Publishing Co., Ltd.

All rights reserved

實戰智慧叢書⁽¹⁴⁶⁾

電話行銷

——解析成功個案的溝通關鍵

原 書 / *Teleselling : High-Performance Business to
Business Phone Selling Techniques*

作 者 / Phillip E. Mahfood

譯 者 / 林 誠

策 劃 / 李 仁 芳 博 士

主 編 / 胡 芳 芳

責任編輯 / 郭 恆 祺

封面設計 / 唐 壽 南

發行人 / 王 榮 文

出版者 / 遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號七樓之五

郵撥 / 0189456-1

電話 / (02) 365-3707 傳真 / 365-8989

發行代理 / 信報股份有限公司

電話 / (02) 365-1212 傳真 / 365-7979

排 版 / 普辰電腦排版有限公司

印 刷 / 優文印刷股份有限公司

□ 1994(民83)年 1 月 1 日 初版一刷

□ 1994(民83)年 7 月 1 日 初版二刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 160 元 (缺頁或破損的書, 請寄回更換)

本著作之中文版本經大蘋果股份有限公司授權出版發行

版權所有・翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN 957-32-2101-2 (英文版 ISBN 1-55738-167-4)

□ 李仁芳策劃／胡芳芳主編 □

實戰智慧叢書

◆ 遠流出版公司

F 713.3

《實戰智慧叢書》

出版緣起

王榮文

在此時此地推出《實戰智慧叢書》，基於下列兩個重要理由：其一，臺灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小商戰，積存了點點滴滴的實戰經驗，也確實到了整理彙編的時刻，把這些智慧留下來，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，能有所憑藉與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭對手強而有力的挑戰與壓力之下，爲了求生、求勝而擬定的種種決策和執行過程，最值得我們珍惜。經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠著參與者小心翼翼、步步爲營而得到的。我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。「智慧」是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。在實戰中，若缺乏智慧的導引，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能

建立起榮耀的殿堂。孫子兵法云：「兵者，詭道也。」意思也指明在競爭場上，智慧的重要性與不可取代性。

《實戰智慧叢書》的基本精神就是提供實戰經驗，啓發經營智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，爲未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧叢書》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。一方面請專人蒐集歐、美、日最新有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國人累積的經驗智慧，作深入的整編與研究。我們希望這兩條源流並行不悖，前者在汲取先進國家的智慧，作爲他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。臺灣經濟的前途，或亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，爲明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書的前五十三種，我們請到周浩正先生主持，他爲叢書開拓了可觀的視野，奠定了紮實的基礎；從第五十四種起，由蘇拾平先生主編，由於他有在傳播媒體工作的經驗，更豐富了叢書的內容；自第一一六種起，由鄭書慧先生接手主編，他個人在實務工作上有豐富的操作經驗；自第一三九種起，由輔大管研所教授李仁芳博士擔任策劃、胡芳芳小姐擔任主編，希望借重他們在學界、企業界及出版界的長期工作心得，能爲叢書的未來，繼續開創「前瞻」、「深廣」與「務實」的未來。

策劃者的話

李仁廿八

企業人一向是社經變局的敏銳嗅覺者，更是最踏實的務實主義者。

九〇年代，意識型態的對抗雖然過去，產業戰爭的時代卻正方興未艾。

九〇年代的世界是霸權顛覆、典範轉移的年代：政治上蘇聯解體，經濟上，通用汽車（GM）、IBM虧損累累——昔日帝國威勢不再，風華盡失。

九〇年代的台灣是價值重估、資源重分配的年代：政治上，當年的嫡系一夕之間變偏房；經濟上，「大陸中國」即將成為「海洋台灣」勃興「鉅型跨國工業公司」（Giant Multinational Industrial Corporations）的關鍵槓桿因素。「大陸因子」正在改變企業集團掌控資源能力的排序——五年之內，台灣大企業的名勢將出現嶄新次序。

企業人（追求筆直上昇精神的企業人！）如何在亂世（政治）與亂市（經濟）中求生？

外在環境一片驚濤駭浪，如果未能抓準新世界的砥柱南針，在舊世界獲利最多者，在新世界

將受傷最大。

亂市浮生中，如果能堅守正確的安身立命之道，在舊世界身處權勢邊陲弱勢者，在新世界將掌控權勢舞台新中央。

《實戰智慧叢書》所提出的視野與觀點，綜合來看，盼望可以讓台灣、香港、大陸乃至全球華人經濟圈的企業人，能夠在亂世與亂市中智珠在握、回歸基本，不致目眩神迷，在企業生涯與個人前程規劃中，亂了章法。

四十年筭路藍縷，八百億美元出口創匯的產業台灣(Corporate Taiwan)經驗，需要從產業史的角度記錄、分析，讓台灣產業有史為鑑，以通古今之變，俾能鑑往知來。

《實戰智慧叢書》將註記環境今昔之變，詮釋組織興衰之理。加緊台灣產業史、企業史的記錄與分析工作。從本土產業、企業發展經驗中，提煉台灣自己的組織語彙與管理思想典範。切實協助台灣產業能有史為鑑，知興亡、知得失，並進而提升台灣乃至華人經濟圈的生產力。

我們深深確信，植根於本土經驗的經營實戰智慧是絕對無可替代的。另一方面，我們也要留心蒐集、篩選歐、美、日等產業先進國家與全球產業競局的著名商戰戰役與領軍作戰企業執行首長深具啟發性的動人事蹟，加入本叢書譯介出版，俾益我們的企業人吸取其實戰智慧，作為自我攻錯的他山之石。

追求筆直上昇精神的企業人！無論在舊世界中，你的地位與勝負如何，在舊典範大滅絕、新秩序大勃興的九〇年代，《實戰智慧叢書》會是你個人前程與事業生涯規劃中極具座標參考作用的羅盤南針，也將是每個企業人往二十一世紀新世界的探險旅程中，協助你抓準航向，亂中求勝的正確新地圖。

【策劃者簡介】

李仁芳教授，一九五一年生於台北新莊。曾任輔仁大學管理學研究所所長兼企管系系主任，現為管研所教授，主授「組織理論」與「競爭策略」；並擔任聲寶文教基金會與聲寶工業研究所董事，以及管理科學學會大專院校管理學術促進委員會主任委員。近年研究工作重點在台灣產業史的記錄與分析。著有《管理心靈》、《產權體制、工作組織人間關係與組織生產力》等書。

專文推介

林訓民

「謝絕推銷人員進入！」相信讀者一定常在各社區，住宅大廈及辦公室大樓門口，看到類似的標示。由於工商社會發展，人們居住生活型態的改變及人與人之間關係的日趨冷漠與疏遠，人員拜訪直銷的形式正面臨了更大的困難，如何應用親切且富有人性，又不受空間限制的媒介，以改善人員拜訪直銷被接受率降低及行銷成本大幅提高的情況呢？無庸置疑的，「電話行銷」將成為未來行銷界的新寵兒。

電話行銷與傳統人員拜訪直銷最大的不同點，除了以電話為媒介，不受空間限制與消費者溝通以降低拜訪成本外，和客戶名單資料庫搭配應用整合效果，更是其最大特色。完善的電腦客戶名單資料庫，記錄了客戶的基本資料、購買記錄、方便聯絡的時間，甚至上一次通話的內容。如此貼心滿意的服務，使電話行銷人員及客戶之間，建立起電話朋友的長久情誼，而這正所有銷售行為中，成功的最大利基。

許多國內資深的電話行銷業主管都表示，該單位電話行銷的業績正快速的提升，但目前面臨

較難解決的問題，包括開發名單及建立完善的客戶名單資料。有意開發電話行銷的業者則表示，電話脚本及人員的訓練是最難的課題，不知是否有合適的書籍可參考？讀完本書，將得到滿意且實際可用的答案。

《電話行銷》是由美國電話行銷界資深成功的業者所撰寫，內容包括了電話行銷成功的重要關鍵因素探討：

- 一、如何開始關鍵的十五秒對話（使對方不至掛電話）？
- 二、如何結合電話行銷（廣告型錄搭配電話行銷）？
- 三、電話行銷的組織建立（客戶名單的紀錄）。
- 四、設定成功的一天（計劃、製表和執行）。
- 五、如何發掘新客戶（有效率的開發過濾名單）？
- 六、如何疏導特殊的拒買理由（回應客戶的拒絕）？

此書與坊間同類書最大的不同，亦即其最大特點，是其實務操作具體的呈現，舉凡電話行銷脚本、顧客資料記錄卡、電腦顧客資料檔案格式、銷售預估表及工作時程表，所有實務作業所需要面臨的工具均提供無遺。而電話行銷脚本，是針對銷售各種狀況模擬正確與錯誤的對話。電話行銷雖具提高拜訪成功率、降低行銷成本及被拒絕時較無挫折等優點，但非面對面的溝通，無肢

體語言實際解說產品的幫助，如何說服客戶購買，即是其困難所在。本書的電話行銷脚本，提供了最逼真有效的演練機會。

在第九章「如何發掘新客戶」中，作者針對名單使用及過濾，提出何時雇請接洽員的最佳建議。「什麼樣的人是您潛在客戶群？」是任何銷售管道最重要的課題。傳統人員直銷以人員拜訪遭拒絕方式過濾，郵購銷售以名單挑選過濾，電話行銷則可雇請接洽員做第一次的過濾，搭配廣告型錄的寄發，再建立客戶資料檔案，轉由電話行銷人員進行推銷工作。此種靈活組合他行銷方式，不但節省專業推銷人員工時，整合行銷的最大的效益，更是電話行銷的魅力所在。

「推銷員永遠不會是失業的一群」，「推銷是一種技能，沒有行業別的限制」。對資深的推銷人員，此書將讓您如虎添翼般，順利吸取電話行銷的精髓，利用電話行銷使推銷技能更精進；而對於有心開發電話行銷管道的業者，此書是最好的規畫參考資料及人員教育訓練教材。本人企盼《電話行銷》一書的出版，使國內的直銷業者，在面臨銷售媒介趨勢改變的同時，能參考國外成功的案例，無行業別的限制，並快速吸取電話行銷成功的規畫關鍵，使整體直銷系統更爲完善強勢，蓬勃發展。

【推薦者簡介】林訓民，亞洲管理學院企業管理碩士。現任台灣英文雜誌社及陳氏圖書公司執行

副總經理，暨中華民國直銷協會秘書長。

關於本書

本書將帶領你了解電話行銷的策略和技巧，從實務中發現開發潛在市場的關鍵所在，迎接源源不斷的訂單。

從事電話行銷就好像騎乘大象，而進行正規銷售則類似高空走繩索——兩者均不是容易的工作，但是兩者均可透過時間和努力而得以精進。

本書提出電話銷售中的兩個要素。首先我們將檢視個別電話行銷員的實際銷售策略。我們將透過實例來了解如何改進銷售業績。羅伯特，一位替虛擬的塞爾摩公司工作的電話銷售員，將充當我們的嚮導。我們將加入他的每日抗「敵」戰役，了解他的成功以及挫折。

我還將詳述如何將電話行銷與其他的行銷方法搭配使用的技巧。書中的實例只消少許的修飾即可適用於任何企業。

我的目的是要引領您對這個目前行之於各國、各產業，每日頻繁進行的工作作一番排演。這

本書將教您如何開始進行銷售？如何和一個陌生人談話？如何使顧客覺得自在？並且，最重要的是，如何完成交易？

設若明日我發現自己置身於曼哈頓的核心地帶，或是醒來時發現自己處在堪薩斯州的一個小鎮，我將不僅能夠謀生，而且還能謀得一個良職。理由何在？因為我知道如何透過電話進行銷售。不論生產什麼，不論競爭多麼激烈，我均可將產品售出，而且還是計噸地出售，當然你也能。一旦你精通了基本策略，產品種類實際上是可隨意替換的。

在美國，買賣交易很少是不仰仗其行銷部門所做的種種努力來達成的。隨著我們的經濟繼續逐漸脫離以旅行的推銷員爲主流，而日益趨向以透過電話銷售作爲主要的收入來源，電話行銷也成了電話銷售——一種真正爲美國公司所使用的重要銷售方式。

電話行銷不僅僅是拿起話筒，請求對方訂貨而已。編寫本書的目的是要使讀者在讀完最後一個章節時，他便已準備好應付任何接踵而至的行銷挑戰了。記住，在電話行銷這一行中永不缺乏機會，只可能缺乏合格的從業者。

前言

電話行銷有某些準則，若能加以遵循，必可使業務量不斷增加；當然，你得先積極的找到答案。

近十年來，電話行銷已成為一個家喻戶曉的名詞，而事實上也應如此。實際上，透過電話並不能出售任何產品，並且，隨著全球通用的信用卡及大範圍電話服務(Wide Area Telephone Service)的應運而生，電話行銷的時代也於焉到來。

以電話買賣投機性股票的方式(boiler rooms)已被更精密複雜的方法所取代，而那些以往曾一度被視為油嘴滑舌的推銷員(pitchman)的人，目前也成了電話行銷的專家。簡而言之，以往被視作銷售業中較不體面的行業，目前已成為受人尊敬，甚至人人想爭取到的一個行業。

本書的目的，乃是要解開何以某些人得以在電話行銷業中成功，而某些人卻失敗的秘密。實則在電話行銷業中並無秘密的儀式或慣例，也沒有神奇的咒語，是受神殿的狗所保衛而僅能在月

圓之夜吟誦的秘密咒語；不過卻有某些準則，這些準則若能加以遵循，則可使業務量增加，無論產品是玩具、電池、公司股票、溜冰鞋或是皮革製品。

當我在十五年前開始從事電話行銷業時，很少人聽過這個行業，而聽過的人則都對電話行銷持負面看法。自那時起，我便完成了無數次的電話行銷交易。出售的東西涵蓋了從電子設備到汽車零件，從墓地藍圖到政治捐獻金，以及馬戲團表演入場券。我曾在佛羅里達州以及德州教授過延續教育的課程，目前我在自己公司任執行長，一九八九年本公司收到的訂單的金額超過美金一百九十萬元，其中的每一筆交易均透過電話來達成，我們甚至連一個外務員也沒有雇用。

強力推薦

行銷專書系列二

⑥ 鼓舞：推銷之神原一平奮鬥史

- 推銷界人士的在職進修書

②3 賣手

- 傑出人物的推銷方略與
模式剖析

⑤9 推銷贏家

- 在業務競爭中脫穎而出的秘笈

⑦7 如何做個行銷高手

- 12個成功步驟／144條行動
準則／卓越行銷人的最新
解析

⑧1 傑出的銷售人

- 以卓越的技巧贏得顧客心

⑪1 實用促銷手冊

- 輔助行銷的12個利器

⑪4 游擊行銷

- 以寡擊衆的新行銷戰略
與戰術

⑫3 小廣告V.S.郵購行銷

- 如何選擇銷售商品、
目標市場、廣告設計

⑫6 抱怨處理讀本

- 化「抱怨」為利潤的法則

⑭4 推銷學

- 做個成功推銷家的實用手冊

目 次 建 名 借 申 証 號 備 注