

美国职业经理人必读丛书

巧用电话

——电话推销技巧

美国职业经理人必读丛书



[美] 多克·莫瑞 著

谭敏 译

湖南科学技术出版社

Power

美国职业经理人必读丛书

巧用电话

——电话推销技巧

美国职业经理人必读丛书

[美] 多克·莫瑞 著
谭敏 译

湖南科学技术出版社

Phone Power: Increase Your Effectiveness Every Time You're on the Phone by Doc Morey © 1998 by National Press Publication. Original English language edition published by Career Press, 3 Tice Rd., Franklin Lakes, NJ 07417 USA

Simplified Chinese Edition Copyright:

2001 Hunan Science & Technology Press

All Rights Reserved. Authorized translation from the English language edition published by Career Press.

湖南科学技术出版社获得本书中文简体版中国大陆地区独家出版发行权
著作权登记号: 18 - 2001 - 53
版权所有 侵权必究

美国职业经理人必读丛书

巧用电话

——电话推销技巧

著 者: 多克·莫瑞

译 者: 谭 敏

责任编辑: 戴 涛

出版发行: 湖南科学技术出版社

社 址: 长沙市湘雅路 280 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系: 本社直销科 0731 - 4375808

印 刷: 湖南省新华印刷一厂

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址: 芙蓉北路 564 号

邮 编: 410008

经 销: 湖南省新华书店

出版日期: 2001 年 10 月第 1 版第 1 次

开 本: 787mm × 1092mm 1/32

印 张: 5.5

字 数: 76000

书 号: ISBN 7 - 5357 - 3384 - O/F·358

定 价: 12.00 元

(版权所有·翻印必究)

前 言

电话是今日商界最普及的沟通工具，每天的实际通话量约 5 亿人次。由此，每天数百万的商业企业通过电话树立起自己的形象和声誉。客源的得与失就在第二声、第三声电话铃响还无人接听当中，在客户默念“别挂断”的漫长等待中，在缓慢的转接当中，以及通话时不经意的嘲讽声中发生。真是“成也萧何，败也萧何”。我们的通话方式必须既专业化，又个性鲜明，而且能满足高科技全球化社会中的客户需求。

我们既依赖电话这一主要通讯工具，同时又深受那些诸如喋喋不休的来话者、突然断线、留下的口信无人答复和一系列挫折的困扰。这些缺陷令人感到电话并不像其发明者贝尔先生所说的那



巧用电话——电话推销技巧

样“完美无缺”。自 1886 年电话首次投入使用以来，尽管依托飞速发展的现代科技，电话的方便性已能与迷你电脑相提并论，但是沟通不畅的问题仍然时有发生。

显然，在新的世纪，我们将更依赖于电话通讯，新的挑战 and 变革也将应运而生。

我们必须采取行之有效的通话方式、电话营销策略和沟通技巧来应付目前和将来的工作压力。请立即行动起来吧，开发您的电话沟通技巧，如接听电话、通过电话推销产品和服务、揣摩言外之意、满足客户及其需求、确保回电话和记录有效的口信等。这将节省您的时间——然后是客户的时间。

目 录

1	您的电话形象	(1)
2	接听电话	(11)
3	电话营销的基础理论与操作实务	(45)
4	行之有效的倾听技巧	(63)
5	12 种不同风格的买主	(81)
6	您的电话推介	(97)
7	您的电话营销推介	(119)
8	成交技巧	(149)
9	记录可靠的口信	(158)

1 您的电话形象



掌握了高效的电话沟通这门独特的技能之后，您将获得最大的成功。只需一些实践锻炼，这项专业有效的电话沟通技能即在您的掌握之中。

本书包括有效电话沟通的基本理论和操作实务，重点内容有：

- 倾听的艺术；
- 专业严谨的沟通方式；
- 对付困境以及与难以相处的人打交道的技巧；
- 电话会谈的控制技巧；
- 为自己和所代表的公司创造最佳形象。

让我们先看几种在那些给您和公司其他员工打电话的人心中留下好印象的办法。



创造最佳形象



告诉您

某些时候，我们都能自然而然地给对方留下积极的印象——当我们心情好时，热情地谈论自己的工作，或用令对方感到熟悉、友好的嗓音进行交谈时。关键是做到持之以恒，这样对方也会对公司的公司留下同样美好的印象。这要求一定的习惯，一种不受您情绪影响的习惯。

尽管我们多数人不承认，但我们确实经常迅速对别人产生印象。我们通常在2分钟内决定是否喜欢他们——假若我们可以选择——是否继续交往下去。

无论愿意与否，这种先入为主的意识也存在于电话交谈中。更重要的是，这种判断评估是互动的。销售人员、客户服务代表和接线生是公司的一线代



表,若您属于其中的一员,则必须时刻在意您给对方留下的形象。

每天我们都能促使电话交谈对象对我们产生好感和美感,大多数情况下,您给对方的形象影响着他(她)对公司的感受。全世界每天拨打的电话超过5亿次,每天都是我们树立最佳形象的机会。

学当演员

演员无论其心情是好是坏,都必须表演。当然,演技高低各不相同,但是即使最拙劣的表演也仍应让观众感到心满意足。

电话交谈何尝不是如此!如果您将之比作舞台表演,就不会把个人的感受和心情带入专业工作当中。

无论您的职业是什么,您都知道自己应该扮演的角色:接待员、亲善大使、客户服务代表、问题解决人、公共关系代表等。您应学会抛开个人感情,自动融入角色。

行动一致

连贯一致关系到良好印象的建立与维持。无论您是在通过电话销售还是在从事公司日常的电话接



听工作,从问候对方一直到问题的解决为止;请保持前后一致性。

自我评估

让朋友(或那些声音挺陌生的朋友的朋友)给您打电话,接着请他们将获得的印象反馈给您。您能否在电话的接听方式、提问、音调和语法等方面做进一步的提高?询问他们在接听您的电话后所获得的综合印象。

引进学习的榜样

如果您的工作需大量使用电话,或者您希望提升自己的电话形象,请寻找一位优秀的榜样。他(她)可以是您的同事,也可以是某位您在电话里与之交谈过、拥有极佳沟通能力的人。仔细倾听他(她)是如何处理对话的方方面面,研究他(她)的风格和技巧,然后尽可能地运用到自己的工作中来。

速接电话

避免让电话铃响了3~4次还无人接听。快速接听电话传达了一条强烈的信息——您和您的公司的



效率非常高。

尽量缩短“请稍候”的时间

最令来电者感到不满的事情之一就是被“晾”在线上等候很长一段时间。如果您找不到对方要联络的人，或者对方要联络的人正在给别人打电话，请每隔1分钟向对方通报一次，以了解其是想继续等还是想留口信。

给对方一定的调整时间

人耳对声音非常敏感，它需要10~30秒的时间来调整，从而适应电话中的噪声。开始问候前，请给对方“消化吸收”您的音质的机会。要养成说“您好！”的良好习惯。这样，在进行最重要的主题之前，对方就有一定的时间来适应您的声音。

如果您没给对方足够的调整时间，他（她）不会记住您所传达的信息。他（她）只是听到而已，而不会记在心里。

通名报姓

多数客户服务专家建议您将姓名告诉对方，这



便等于向对方说明“愿助您一臂之力”。但是,若您无能为力,通报姓名只能浪费时间,引起误会。

假如您接着将回答对方的问题,或提供更多的信息,请一定要自报家门,同时将称呼方式告诉对方:“琼斯女士”、“斯科特女士”等。意欲传达一种权威感时,请您采用正式称谓。如果您报出名字和姓氏(如比尔·琼斯、玛格丽特·斯科特),则表明您更倾向于非正式的称呼。

这些技巧是专业通话技能的基础,我们将在随后的章节中进行专门介绍。

改进您的通话风格

如果您拥有学习的榜样,您可能已经觉察到他(她)那有效的沟通方式、令人舒坦的电话风格以及其中所蕴含的成功要素。若您没有意识到这一点,下面是您在电话风格方面需要加强的重要方面。

用平实通俗的语言进行交谈

平实的语调能提高您的电话效率,无论是听还是说,最为重要的是您必须保持热情、令人愉悦的声



调,让对方相信他(她)是您关心的惟一焦点。即使您每天与800个人打电话,您的声音中包含的热忱关切之情将使对方对您和您的公司的态度大不一样。

作为听者,您应能意识到对方的音调变化。当您问“现在给您打电话合适吗?”时,对方即使不愿意,也不可能一口回绝地说“不”。于是对方会勉强地让话题进行下去。您必须仔细判断对方是怎样回复的,他(她)是放松地参与交谈,还是心情纷乱、不够耐烦?

若您拨打电话,请给对方更多的选择余地。不要提让对方以“是”或“不是”回答的问题,而应让对方作出选择。如:“现在交谈对您是否方便,或是我下午3:00再打过来?”而不要说:“我等一会儿再打过来好吗?”如果另行约定时间通话,一定要说出具体的时间。如果对方选择重新安排通话时间,就一定要按时打电话。

控制您的音调

音调是衡量一个人心情的晴雨表,对此,别人比自己更敏感,因为我们的声音在对方听来大不一样。

控制音调时,请特别注意高音部分。在一般的对



告诉您

您可以将平时的电话内容录下来,然后评估自己讲话的音调。下面列举了一些音调以及听者的相应感受:

平淡:乏味,对工作缺乏兴趣;

漠然:对打来电话的人或对话不感兴趣;

热情:对谈话感兴趣,热爱工作,乐于帮助对方;

关切:对打来电话的人感兴趣,渴望给予帮助;

冷漠:敌意。

话中,我们的音调高低一般只在数个“音符”之间变化。如果您说话的音高或音调的变化幅度更大一些,您的语言会更加生动。

完善音调的最好办法是说话时面带笑容,听者虽然看不见,但听得见。

评估您的音质

同音调一样,您的音质也会在听者心中产生印



象。思索一下您对两种不同声音的感觉：饱满、宏亮与尖锐、带鼻音，您可能对前者更有好感。

一位喁喁私语、声音性感的女士可能会讨某些人的欢心，便在商业界，许多人不会严肃、认真地对待她。委托人或客户不太相信她能处理诸如货物装船、修正账单错误、与卖主协商最惠价格之类的问题。

我们一般不太在意自己的音质，我们趋向于按不同的场合来调整嗓音。与亲戚朋友说话时，我们的音质比较明快、轻松，语气显得很亲密；而严肃、生气时，我们的声音则显得比较粗，嗓音也比较大。



告诉您

关键是学会使自己的音质与环境 and 言辞相协调。以明快、轻佻的语调与打来投诉电话的客户进行交谈显然不合适，这时您应该表现出经过精心润色、专业化的音质。它会将您的关切之情、高效的工作和尽快解决问题的良好愿望传递给电话线另一端的客户。



这种变化对每个人来说都很正常。为了评估自己的音质，您可以用磁带将您在不同场合——与客户、与委托人、与同事、与朋友、与家庭成员的谈话录下来，并站在听者的角度思考自己将会对磁带中的音质作何反应。您还可以让朋友听听磁带，让他们谈谈感受，并据此来检查自己的评估结果。

最后，请专心听您的模仿对象的音质，如客户、同事、老板、电视播音员和电台播音员。这些人应该具备一种共同的特质，即他（她）们都是高效的沟通人士。请好好研究练习一下他（她）们抑扬顿挫的转调方式吧。



2 接听电话

圆通灵活、颇具“外交手腕”地接听电话是商务活动中最重要的任务。研究表明,10位潜在客户中,有7位不会选择那种不太迅速、愉快地接自己第一个电话的公司。本章的内容包括处理客户服务电话、过滤电话和对付挑剔的来电人的秘诀。

客户服务

尽管客户服务部不能直接创造销售成果,但它可能是公司中最重要的部门之一。在此有必要提到几项统计数据。研究表明,在一家公司所有回答800免费电话的电话中,有15%~20%为投诉电话,而这些来电者当中的一半将绝不会再购买这家公司的产品和服务。这就相当于失去了7.5%~10%的基