

FENGYAN FENGYU
HUA DIANXIAO

孙晓风 著

风言风语 话电销

——晓风老师手把手教你做电销高手

XIAOFENG LAOSHI SHOUBASHOU JIAONIZUO DIANXIAO GAOSHOU



中国地质大学出版社
ZHONGGUO DIZHI DAXUE CHUBANSHE

风言风语话电销

Fengyanfengyu Hua Dianxiao

——晓风老师手把手教你做电销高手

—Xiaofeng Laoshi Shoubashou Jiaonizuo Dianxiao Gaoshou

孙晓风 著

图书在版编目(CIP)数据

风言风语话电销:晓风老师手把手教你做电销高手/孙晓风著. —
武汉:中国地质大学出版社,2014.9
ISBN 978-7-5625-3520-1

I. ①风…

II. ①孙…

III. ①保险业务-销售

IV. ①F840.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 187609 号

风言风语话电销

孙晓风 著

——晓风老师手把手教你做电销高手

责任编辑:阎 娟

策划编辑:张 琰

责任校对:周 旭

出版发行:中国地质大学出版社

邮政编码:430074

(武汉市洪山区鲁磨路 388 号)

电 话:(027)67883511

传真:67883580

E-mail:cbb@cug.edu.cn

经 销:全国新华书店

<http://www.cugp.cug.edu.cn>

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32

字数:155 千字 印张:5.375

版次:2014 年 9 月第 1 版

印次:2014 年 9 月第 1 次印刷

印刷:荆州鸿盛印务有限公司

印数:1—8 200 册

ISBN 978-7-5625-3520-1

定价:30.00 元

如有印装质量问题请与印刷厂联系调换

谨将此书献给在电销行业奋
斗过和奋斗着的追梦者！

序一

大凡想起岁月的流逝,总令人感慨,所谓“年年岁岁花相似,岁岁年年人不同”。说到晓风,我尤其感到欣慰和喜悦。十年的时间,她从一线的销售人员和管理者,成功转型为在业内有一定影响力的高阶主管,期间凝聚了她无尽的努力和智慧。

2002年,我被美国大都会人寿(MetLife)委任为中国区总裁,负责筹建在华合资公司,希冀以国际上成功的运营模式促进大陆寿险业的良性发展,那时我们制定多渠道、本土化、区域化三大战略。在渠道建设方面,海(团险)、陆(顾问行销)、空(电销)齐头并进。其中,在电销渠道,我们引进中国台湾、香港成功的经验与技术,在北京建立了大陆第一支以第三方数据为目标客户的专业销售队伍。孙晓风是第一批进入公司的电话行销专员,没过多久,她的杰出表现便引起了我的关注。

时至今日,晓风著书传承经验,我不觉意外。电销行业现已成为国内异军突起的渠道,截至2014年8月,国内有33家内、外资公司,共雇佣了6万多名电话行销同仁,一年

新契约保费超过 120 亿元,约为整体行业的 1%。而依据国外成熟经验,未来还有二到三倍的成长空间。无疑,行业成就了晓风,晓风也是行业的翘楚。

2014 年,国务院发布保险“新国十条”,行业更健康的发展值得期待;从营销趋势来看,“网电合一”也为电销同仁创造了新机遇、新平台。

面对机遇,一线的营销和管理者惟有练好基本功,才可牢牢地把握。而晓风的《风言风语话电销——晓风老师手把手教你做电销高手》能够面世,正当其时。相信她详细解读的电话销售技巧以及标准化的管理流程精髓,一定会给读者很多的借鉴和启发。

齐莱平

2014 年 10 月



齐莱平

香港众智亚洲董事长、北京对外经贸大学保险学院兼职教授及多家大中华地区金融及学术机构的董事和顾问。中国社会科学院金融博士,美国芝加哥大学国际关系硕士,哥伦比亚大学经济学士。有30余年国际金融企业高管资历并在美国、中国台湾、中国香港、中国大陆及日本成功组建及改造多家内外资保险公司,是精通大中华地区金融保险经营的管理专家。曾担任日本索尼人寿大中华区总裁、中美大都会人寿董事总经理、香港大都会人寿董事长、台湾美林投资管理总经理、美国保德信人寿副总裁等职。

序二

2013 年的这个时候晓风老师说她要写本书，推动电销行业的专业化、合理化和精准化发展进程。不禁感慨她的强大！前几天接到她的电话说：“肖倩哪！我的书已经写好了，你写个序，总结一下这两年你作为金牌教练的收获和心得！”我欣喜若狂！

说起晓风老师，源于在 2005 年我大学毕业后加入的一家公司——中美大都会人寿（后称中美联泰大都会人寿）。那时我们都称呼她为“晓风姐”，这个称呼一直沿用至今。那时的她业绩是最稳定最轻松的，连续 125 周拿到了在保险行业推崇的“5W”奖项。我也亲眼见证了晓风姐在 3 个月内带出百万团队的振奋人心的时刻！一群新人，刚大学毕业的学生，3 个月内打造了电销神话！让新人快速成长不再是遥想。之后因为能力超强的原因，晓风姐游走在各个电销项目中间。凡是晓风姐参与的项目无一不火。无论团队大小，如果业绩差，只要晓风姐驻场一段时间就肯定能走上正轨，产能翻倍！我想这与晓风姐对电话团队超强的优化整合能力

息息相关！

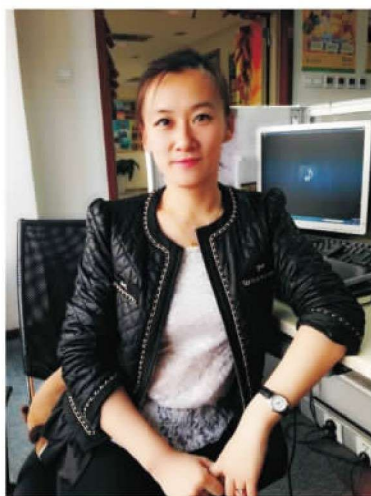
之后在我做教练的过程中，无论团队大小，都沿用晓风姐的管理方式。对于大团队，调整架构，严抓分时管理，注重单小时效能。在带团队做业绩的过程中更是沿用晓风姐的经典三部曲——拉绩优、带中层、培养新人。拿我最擅长的“拉绩优”跟大家分享一下。最近也有很多伙伴问我绩优要如何培养，让我想起晓风姐的话——“绩优不是培养出来的，而是打造出来的！”

所谓的绩优人员无非是业绩很好的员工，那这些员工应该如何地选择？我在任何一个团队选拔绩优人员的标准都是：①工作习惯好，每天都能够认真地打电话的销售人员；②有受教的心，培训后愿意去学去尝试着做；③品德良好。很多人不理解为什么品德也作为评判一个员工是否可以培养的因素，这也和我的老师晓风姐有关系。当初在她带组的时候，她的 TSR（电话销售专员）都不是最聪明的，但却都是品德良好的员工。记得每次在发生大的灾害或者做慈善的时候，她带的团队总是捐款捐物最多的！有次给灾区捐献衣物，我们在宣武门上班，她的员工从顺义打车过来就是为了能多捐点衣物！感动了我们很多人！也就是这群员工，到现在为止已经七八年的时间还在坚持打电话，每个 TSR 的平台已经到了百万！我们打造绩优就是要打造有感恩的心并且能对别人有正能量的人！这就是打造绩优的标准！

相信很多伙伴读了这本书以后会发现千里马就在我们身边！

肖 倩

2014 年 9 月



肖 倩

晓风老师的学生。十年电销经验，从一线电销坐席做起，拥有丰富的实战经验，连续多年为MDRT成员，转任管理职位带出百万团队，目前受邀于泰康人寿、太平人寿、中英人寿、中国人寿等多家电销中心做驻场教练，负责“绩优高手特训营”及“储备主管训练营”，“90天新人成长”，“15天主管成长”，“30天高手强化”等系列课程，对电销中心业务提升及长期发展具有立竿见影的效果。

序三

我与晓风姐结识于2007年,那时我刚刚迈出校门,踏入电销的大门。算算到现在已经8个年头了。在这8年中,她提出了很多电销理论,都是在实践中摸索,又在实践中被考证和复制。听说她要出书,我真为她高兴,同时也为我们广大电销同行高兴,因为这是一本电销的教科书。

晓风姐的电销观念,一直引领着我在电销这条路上前行。从我是一名新人开始,到后来我对新人的培养心得,很多都源于晓风姐的理念和经验。

第一步,塑形。

首先是思想准备阶段,新兵入营,第一,要让他了解保险行业,这是为了让员工对自己从事的工作有认同感;第二,让他了解公司,是为了让员工有归属感;第三,使其了解目前的工作,是为了让他们有追求、有目标;第四,指明未来方向,是为了让员工有规划、有动力。

其次是基础管理阶段,要提出指标和要求。基础管理首

推 TSR 的分时管理,让新人知道每一天每个时间段的工作内容,可以提高工作效率;同时给出工作指标,如:通时、通次、新介绍量、赠险量、月考核标准、晋升目标等。

第二步,培训。

通过培训的给予,来协助 TSR 达成各项目标。系统的培训对于新人是极其重要的,是让 TSR 提升技能和保持良好心态的最佳途径。

培训第一项内容是流程,因为流程是成交的关键,没有流程无法达到成交。

电销的五大流程:开场——产介——健康——核资料——成交确认。教会 TSR 主动带流程,在一个流程结束后主动带入下一个流程。TSR 只要会带流程即可,这个过程追踪 5~7 天。让 TSR 学会主动引领,掌握如何带流程。利用这 5~7 天的时间,切身领悟概率营销的含义,就是遵循大数法则打出销售概率。

培训第二项内容是流程与流程之间的衔接。首先是五大流程之间的衔接,如在产介后和核健康前,学会设坎。例:张先生,这个计划虽然好,但也不是每个客户都能加入,有很多人因为健康问题不能加入,所以您必须回答几个健康问题,通过了才能申请。

在核健康后和要资料之前需要热销来引起客户兴趣,新人不会热销,最简单易学的方法就是:介绍公司、增值服

务、举例子讲故事、产品亮点、渠道介绍。可将这几项内容排列组合,可用作热销、稳单、回答反对问题,任选 2~3 项即可。

在要完资料后和成交确认前是稳单动作,任选上述 2~3 项内容。

成交确认后记得自我介绍、热销自己。以上步骤追踪 5~7 天,线下对练、通关熟悉掌握。

培训第三项内容是简单反对问题处理。教 TSR 常见陈旧式反对问题处理,不用太多。对于客户提出此类问题的处理技巧就是简单提及并带入下一次沟通流程。固化时间一周左右。

培训第四项内容是热销结尾。在客户提出考虑或是商量的时候,要坚持三次,用晓风姐指导的促成三板斧。若三次还未成功,结尾热销,为下次通话做铺垫,以此提高二次回访的接通率。

以上培训全部结束后,还要针对 TSR 个性问题进行个别培训,1~2 周时间持续固化。

完成以上培训后,TSR 基本技能培训初步完成。

第三步,打造荣誉体系。

让新人先追求容易达成的目标,并给予奖励、鼓励、表彰。再帮他建立荣誉感,慢慢增加难度,让他追逐荣誉。最后让他慢慢习惯荣誉,以达成向绩优转化的标准。

新人的培养对于一名销售人员的成长来说有着至关重要的作用。如何能让新人更快、更好地成长呢？翻开晓风老师这本书，你就能找到答案！

李 蓓

2014 年 9 月



李 蓓

晓风老师的学生，有丰富的一线实战及管理经验。从事电销行业8年，销售坐席期间业绩平台在30万，主管期间打造百万团队。被评为全能教练。从“新人90天成长”到“高手打造”、“主管的育成训练”，再到筹建区部电销中心等都有丰富的教练经验。目前为泰康人寿、太平人寿、中国人寿、中英人寿等多家电销中心驻场教练，业界拥有良好的口碑。

序四

第一次见到晓风姐,是在公司的一次培训中,晓风姐是主讲师。短短几天的培训,我就完全被晓风姐的专业风范所征服。没想到,我和晓风姐很有缘分,过了没多久,晓风姐就被借调到我们中心兼任电销经理。接下来的日子,我才认识到,培训时我所了解的晓风姐,只是冰山一角。在和晓风姐并肩作战的一年时间里,亲眼见证了她是如何运用自己的专业知识,带领一家电销中心快速发展,并成为公司电销全系统的奇迹!

晓风姐来到我们电销中心后,很快就找到了团队的问题所在,于是采取了以下措施:梳理后援各岗位工作职责和 workflows;要求各团队统一执行分时管理;对人员进行分层管理;加强目标管理。这四个措施虽然看起来简单,但是作用却很明显,团队整体情况有了很明显的改善。第一个月,中心的业绩平台就提升了一倍!由以往的 200 万,提升到了 400 万!

就在所有人都觉得不可思议的时候,我们中心接下来发生的变化,更是让所有人都震惊!从2013年6月到12月,半年多的时间里,每个月平台都比上一个月有很大提升,到11月份,中心260销售人力月平台踏上了1000万!销售团队、后援团队、拨打的数据等,一切的资源都没变,就只因为晓风姐的加入,用她的专业指导让一个团队发生了如此大的变化!

身为晓风姐的员工,其实我更当晓风姐是老师。她帮助团队成长,从管理职位到一线销售人员,从销售前线到后援团队,每个岗位她都给予悉心的帮助和指导,她从来不会吝啬把自己的经验和心得传授给别人。此次出书,更是将她多年的经验总结分享给大家。

想知道晓风姐是如何创造了一个又一个奇迹吗?快打开这本书仔细阅读吧!从电销一线销售人员的销售技能技巧,到电销主管的管理和辅导,再到电销高阶管理者的管理方法和技巧,可谓应有尽有。更重要的是,书中的内容全部是晓风姐十年电销生涯的实战经验,相信对任何岗位的电销从业者,都会有很大的帮助!祝福每一位读者都能成为电销行业的佼佼者!

郭莹

2014年5月

XI



郭 莹

书稿整理者

目录

第一章 电话销售的十年历程	(1)
第二章 电话销售中的后台管理	(6)
第一节 电销团队管理	(6)
第二节 电话销售成功秘诀——手把手教你经营数据 ...	(10)
一、数据经营成客户	(10)
二、找到客户不能即刻线上购买的关键点	(12)
三、寿险电话销售话术流程	(13)
四、电销数据管理	(38)
第三章 电话销售的现场管理标准化	(45)
第一节 分时管理	(47)
第二节 录音辅导	(50)
第三节 走动管理	(52)
第四节 会议经营	(53)
一、会议内容的创新——每个人都是“主管”	(54)
二、会议主题的设计及流程安排	(55)
三、会议经营过程中的方法——头脑风暴	(58)
第五节 目标管理	(63)