

普
华
经
管

正略钧策
管 理 丛 书

Upsales朴石

打遍天下

拿到订单的电话营销实战案例

李向阳 舒冰冰 著



揭示电话营销精髓

解决电话营销困惑



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

打

拿到订单的电话营销实战案例

遍天下

李向阳 舒冰冰 著

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

打遍天下：拿到订单的电话营销实战案例/李向阳，舒冰冰著.

—北京：人民邮电出版社，2006.10

ISBN 7-115-15116-4

I. 打... II. ①李... ②舒... III. 推销-案例 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2006) 第091644号

内 容 提 要

本书通过100多个真实的电话营销实战案例，详细阐述了电话营销人员必须熟练掌握的六个专业技巧——声音和语言控制技巧、四级提问技巧、用心倾听技巧、巧妙引导技巧、同理技巧和赞美技巧，总结了优秀电话营销人员必须培养的六个关键素质——专业、敏捷、勇气、谦虚、开放和创新，介绍了电话营销流程的六个阶段：轻松过关、了解与创造需求、卖点提炼、拒绝处理、促成成交和关系建立与维护，系统阐述了在电话营销过程中，电话营销人员如何综合运用专业的营销技巧，如何展示自身优秀的素质。本书所有案例都是各行各业电话营销高手智慧和灵感的再现。为了给读者更多的启发，本书还精选了100多个短小精悍的故事。

本书适合在呼叫中心或类似呼叫中心（如企业专设数部电话线）使用电话进行销售的人员、服务人员、技术支持人员，以及所有电话销售人员和销售管理人员阅读，也适合对电话销售模式感兴趣，准备或正在使用电话销售模式的人员阅读。本书既可作为团队培训教材，也可作为电话销售领域研究人员的参考资料。

打遍天下

——拿到订单的电话营销实战案例

-
- ◆ 著 李向阳 舒冰冰
责任编辑 汪 洱
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本：700×1000 1/16
印张：17.75 2006年10月第1版
字数：233千字 2006年10月北京第2次印刷

ISBN 7-115-15116-4/F · 828

定价：29.80 元

读者服务热线：(010) 67129879 印装质量热线：(010) 67129223

电话营销是一个朝阳行业，我们较早地进入了这个行业。

像很多从事该行业的朋友们一样，最初我们遇到了很多困难。我们辛勤地工作，收入却很少，但后来情况有了好转。现在，通过一部电话机，我们每年可以轻松完成1000多万元销售业绩。而有些从事该行业的人，还在苦苦摸索，每年完成20万元的销售业绩都很困难。

如何利用电话这个效率高、成本低的工具，实现每年1000万元的业绩？经过系统思索，并与行业中的高手广泛交流，我们总结、提炼了很多实用的经验和技巧，收集了100多个经典案例，奉献给希望快速提高业绩的读者。

做电话营销需要熟练掌握六个核心技巧

- 声音和语言控制技巧
- 四级提问技巧
- 用心倾听技巧
- 巧妙引导技巧
- 同理技巧
- 赞美技巧

电话营销人员要培养六个关键素质

- 专业
- 谦虚
- 敏捷
- 开放
- 勇气
- 创新

电话营销整个流程可以细分为六个阶段

- 轻松过关
- 了解与创造需求
- 卖点提炼
- 拒绝处理
- 促成成交
- 关系建立与维护

本书列举了100多个真实的实战案例，具体分析和剖析了六个核心技巧和六个关键素质，举例说明六个技巧及六个素质在电话营销六个环节中如何运用。

本书通俗易懂，方法容易操作，电话营销人员学了就会，会了能用，用了有效！

精华就在本书的案例里，仔细理解每个案例，相信你能实现1000万元的销售业绩！



李向阳

武汉大学毕业，获医学心理学硕士学位，阿拉莫国际职业培训师，PTT国际职业认证培训师。曾任被评为100强的某大型民营企业营销总监，奥康集团高级培训师、培训经理，北京森泰克信息技术有限公司呼叫中心电话营销培训经理。现任广州朴石咨询有限公司高级顾问，多家咨询培训公司特聘高级培训师。曾为数百家企业提供专业的电话营销技巧培训。从事电话销售技巧的实践、研究和培训，与多家教育机构在全国范围内合作创办“电话营销冠军”培训班。

授课风格：深入浅出 旁征博引 幽默风趣

著有畅销书：《一点就通——电话销售业绩倍增指南》



舒冰冰

从事电话销售一线工作长达5年，电话访问量平均每天超过100个，总电话访问量超过10万次，电话销售业绩从最初的零突破到每年1000万元。

现为广州朴石咨询有限公司合伙人、销售部经理，服务的客户包括中国移动、中国电信、中国联通，以及银行、保险、证券、IT等行业的数百家企业和机构。熟练掌握电话销售和沟通技巧，广泛受到同事、上级、客户、合作伙伴，甚至竞争对手的由衷敬佩和高度赞扬。

主讲课程：《实战电话营销》

真人 真事——真正精彩

专心 专业——专于此道

前言一

芥子纳须弥

唐朝文人李渤在任江州刺史时，有一次问得道高僧智常禅师：“佛经上说‘须弥藏芥子，芥子纳须弥’，未免太离谱了，小小的芥子，怎么可能容纳那么大的的一座须弥山呢？”

智常禅师微微一笑，反问道：“人家说你读书破万卷，人称李万卷，此事当真？”

“一点不假，我读过的书早已超过一万卷了。”李渤无不得意地回答。

“那么，请问你读过的一万卷书都到哪里去了？”

“全在这里。”李渤指指自己的脑袋。

智常禅师故作惊讶道：“那就奇怪了，我看你的脑袋顶多只有一个西瓜那么大，你是如何做到将一万卷书放进你那小小的脑袋中去的呢？”

李渤听后，当下顿悟。

智慧无处不在。

我将自己从事电话营销这么多年所经历的真实的精彩案例进行了分类汇编，以便能给广大读者一个非常直观的展示。但发觉仅仅是个人的案例远远不够，个人的经验是有限的。于是，我采访了在各行业做得非常优秀的电话营销高手。我给采访对象定了两个标准：第一，必须非常热爱电话营销，愿意让别人分享自己成功的经验；第二，有出色的个人业绩，在所在公司或行业内业绩突出。我顺利地得到了电信行业、咨询行业、IT行业、汽车行业、旅游行业等多个行业电话营销高手的帮助。在此对他们说声谢谢！

本书从结构上来共说分为以下三大部分。

第一部分阐述一名优秀的电话营销人员必须熟练掌握的六个核心技巧：



声音和语言控制技巧、四级提问技巧、用心倾听技巧、巧妙引导技巧、同理技巧和赞美技巧。

第二部分阐述一名优秀的电话营销人员必须培养的六个关键素质：专业、敏捷、勇气、谦虚、开放和创新。

第三部分将电话营销整个流程细分为六个阶段：轻松过关、了解与创造需求、卖点提炼、拒绝处理、促成成交和关系建立与维护。

每个部分均用真实具体的实战案例进行详尽的阐述，都具有很强的指导性和启发性。每个案例都来自各行各业的电话营销高手，都很精彩；这种精彩不仅体现在精彩的对白上，更体现在精彩对白中所蕴涵的灵感和智慧上。

读者阅读本书，至少可以获得以下三重喜悦。

第一重喜悦：阅读本身的喜悦，因为每一个案例都是真实的；而每一个故事都经过精挑细选。读者一边阅读，一边被感动。

第二重喜悦：顿悟的喜悦，书中的每一个案例或故事都有可能启发读者，从而为读者的工作注入灵感。

第三重喜悦：丰收的喜悦，100多个经典案例，100多个精辟故事，让每一位读者开卷有益。

俗话说：“一个人要成功必须做对两件事：选对行业与跟对人。”选择从事电话营销是一个十分聪明的选择，这已经无须多言；但跟随谁学习电话营销呢？答案当然是跟随成功的电话营销高手学习。拥有此书，你就拥有了无数个高手作为自己的老师了。

李向阳

2006年9月1日

前言二

一生只做一件事

鼯鼠是森林里一种非常可爱的动物，它会五种本领，它会飞、会游泳、会爬树、会跳跃，还会钻洞，它的本事在动物界绝对是独一无二的。但问题随之而来，它会飞，却飞不过鸟，最远只能飞行两棵树之间的距离；它会游泳，却游不过鱼，至多在水里待上几分钟就得匆匆忙忙上岸呼吸新鲜空气；它会爬树，却爬不过松鼠，一方面是它爬得不高，另一方面是它爬得很慢；它会跳跃，但跳不过袋鼠，袋鼠跳一下的距离，它要跳十多下才能达到；它会钻洞，但钻不过穿山甲，它只能在一些湿地钻一些比较浅的洞。

所以，如果动物界举行一场体育比赛的话，虽然鼯鼠可以同时报五个项目，但是它恐怕连个三等奖都拿不到。

看起来这是个笑话，然而悲哀的是，我们当中的很多人在不知不觉中有与鼯鼠一样的毛病。

我曾经就是一只鼯鼠。

中专毕业后，我怀着一个美丽的梦想，踏上了南下广州的列车，我告诉自己，一定要在这座据说满地都是黄金的城市找到属于我的“黄金”。在最初的两年里，我先后换了几份工作：做过保险，做过洗发水直销，做过保健器材推广，做过建筑工地发电机的销售，做过团体制服拉订单的业务，还做过酒店服务生，每个工作最长时间不超过几个月，最短只有不到10天，但最终都以失败告终。最后，我向自己的亲戚朋友借钱，租了一个门面做生意，还是失败。折腾到这个时候，我已经是筋疲力尽，不但没有挣到钱，还欠了一屁股债，更可怕的是，我的精神状况相当糟糕，身体健康状况也直线下滑，在最轻的时候体重只有不到35公斤。我对未来彻底失去了信心，



感觉前途一片迷茫，最糟糕的时候，甚至想到卧轨自杀。

梦醒了，希望破灭了，我什么都想做，结果什么都做不了。

幸好“天无绝人之路”，我有幸认识了著名培训师李向阳先生，他分析了的情况，给我指引了一条路：一心一意做电话营销工作。

我听从了他的建议，选择了电话营销工作。尽管刚开始时有些艰难，但下定决心只做一件事时，我发觉我能够克服所有的困难，心也不再那么浮躁。前后不到3年的时间，我当初的梦想便在我不懈的努力下实现了。

我现在个人的业绩做到了全公司第一，每年仅凭一部电话就能完成超过1000万元的销售业绩。1000万元，曾几何时，这个数字我连想都不敢想。

前国学大师钱钟书曾说过人的一生只要“精于一件事，读懂一本书”就可以了。想必他老人家早已悟透其中真谛。

湖南白沙集团近年来发展非常迅猛，仅每年上缴给国家的利税就超过2亿多元，白沙集团老总卢平女士在总结白沙集团的成功经验时，用了8个字“以此为生，精于此道”，这是对白沙成功经验的高度概括。

人的精力是有限的，做人就要像聚焦镜一样，要懂得将自己的能量集中起来，这样就可以痛快地发光发热。

这本书凝聚了我多年从事电话营销工作所积累的经验精华，如果你也和当初的我一样，下定决心要把电话营销以及销售工作当作一生的事业来做，并希望自己成为电话营销行业最专业、最优秀的一员，我可以很负责任地告诉你，这本书一定能帮得上你。

之所以敢如此肯定，是因为，首先，电话营销工作并不难，如果你觉得难，那是现在你还没有掌握其中的诀窍；其次，本书中的每一个案例都是真实的，其中大部分是我亲自经历过的，我用我在这些案例中所讲述的方法获得了很好的结果，当然也一定能给你一些启发。

要飞就要飞得最高，要跳就要跳得最远！不要再做一只“鼯鼠”啦！

将自己毕生的精力投入到一件事中去，你就没有做不好的事！

舒冰冰

2006年9月1日

目 录

第一篇 以此为生 精于此道 / 1

——优秀电话营销人员必须熟练掌握的六个核心技巧

1. 声音和语言控制技巧
2. 四级提问技巧
3. 用心倾听技巧
4. 巧妙引导技巧
5. 同理技巧
6. 赞美技巧

第一章 声音和语言——电话营销中的特别要求 / 3

案例1.1 话多无用 / 3

小故事 青蛙与公鸡 / 5

案例1.2 都是专业惹的祸 / 6

小故事 学者与农民 / 7

案例1.3 一笑值千金 / 7

小故事 12次微笑 / 8

案例1.4 她不敢相信这是真的 / 9

小故事 “我昨晚练习了一夜” / 10

案例1.5 “你想说什么” / 11

精彩演讲 比尔·盖茨中国之行演讲——让软件替你解决问题（节选） / 12

案例1.6 声音和语言方面多项技巧的综合运用 / 14

小故事 “找颗螺丝把这里拧紧就可以了” / 16

第二章 四级提问法——会提问是一种能力 / 18

案例2.1 移动“集群网”业务推介 / 19



- 小故事 仁道 王道 霸道 / 20
- 案例2.2 保险公司的“调查问卷” / 21
- 小故事 柴田和子的“奔驰话术” / 22
- 案例2.3 咨询公司“内训课”业务推介 / 23
- 小故事 一笔生意300 000美元 / 25
- 案例2.4 旅游公司“商务旅行卡”推介 / 26
- 小故事 老太太买枣子 / 28
- 案例2.5 IT行业“新款手提电脑”推介 / 29
- 小故事 一次失败的笔记本电脑促销 / 31
- 案例2.6 汽车行业“GSM汽车防盗器”推介 / 33
- 小故事 美女和女巫 / 35

第三章 用心倾听——生我者父母 知我者谁 / 38

- 案例3.1 送上门的生意也泡汤了 / 39
- 小故事 两则笑话 / 39
- 案例3.2 是“3个8”还是“388” / 40
- 小故事 价值100两银子的忠告 / 41
- 案例3.3 英雄儿子的电话 / 42
- 小故事 存货销完了，我们再考虑 / 43
- 案例3.4 “手机e杂志”服务推介 / 44
- 小故事 学会做一个好听众 / 45
- 案例3.5 “你们的卡根本不能打折” / 46
- 小故事 “是这样吗” / 47
- 案例3.6 投诉升级 / 48
- 小故事 “请您以后不要用手去摸发动机了” / 49

第四章 由此及彼 循循善诱——巧妙引导 / 52

- 案例4.1 开场白中的引导技巧 / 52
- 小故事 生命的价值 / 54
- 案例4.2 客户需求引导 / 55
- 小故事 请衣服“吃饭” / 57
- 案例4.3 产品推介的引导 / 57
- 小故事 什么是“气” / 59
- 案例4.4 交叉销售时的引导技巧 / 60
- 小故事 把防毒面具卖给驼鹿 / 61

第五章 人同此心 心同此理——同理技巧 / 64

- 案例5.1 “中国移动的服务的确是有口皆碑” / 64

- 小故事 魔术大师的失败 / 66
- 案例5.2 “您今天心情一定不好” / 67
- 小故事 黑子的悲剧 / 68
- 案例5.3 “王先生，我非常认同您的观点” / 69
- 小故事 让别人心甘情愿 / 71
- 案例5.4 用眼泪换来的订单 / 71
- 小故事 “桃子归我了” / 73
- 案例5.5 “被您这么一吓，我全忘了” / 74
- 小故事 “坦言失败”的成功 / 75
- 案例5.6 邮件同理 / 76
- 小故事 洛克菲勒给儿子的信 / 78

第六章 甜言蜜语——赞美的力量 / 81

- 案例6.1 赞美客户的声音 / 81
- 小故事 盛赞之下无怒气 / 82
- 案例6.2 赞美对方的经验和能力 / 83
- 小故事 一条腿的鸭子 / 85
- 案例6.3 “您真是一个精明人” / 85
- 小故事 理发师傅 / 87
- 案例6.4 “您的眼光真好” / 88
- 小故事 “你的爸爸是不是小偷” / 89
- 案例6.5 赞美让沉默的客户开口 / 90
- 小故事 多一句赞美 / 91

第二篇 除了优秀 别无选择 / 95

——优秀电话营销人员必须培养的六个关键素质

1. 专业
2. 敏捷
3. 勇气
4. 谦虚
5. 开放
6. 创新

第七章 样样通不如一门精——专业 / 97

- 案例7.1 电话中的礼貌用语 / 98
- 小故事 张良得奇书 / 99



案例7.2 电话营销技巧的综合运用 / 100

小故事 你必须有一种生存的保障 / 106

第八章 心有灵犀一点通——敏捷 / 109

案例8.1 瞬间反应能力 / 110

小故事 谁的字更好 / 111

案例8.2 “您在不久的将来就会是经理” / 112

小故事 少年吴王断冤案 / 113

案例8.3 “我不会去看垃圾邮件” / 114

小故事 晏子不辱使命 / 115

第九章 狭路相逢勇者胜——勇气 / 118

案例9.1 “您为什么不需要” / 119

小故事 1个人反对6个人 / 120

案例9.2 铁公鸡 / 120

小故事 价值900万美元的邮票 / 122

案例9.3 敢于说“不” / 123

小故事 “我是阿土” / 124

案例9.4 别具一格的自我介绍 / 125

小故事 第100个海星 / 125

第十章 山外有山 楼外有楼——谦虚 / 128

案例10.1 “想请教您一些问题” / 128

小故事 满招损 谦受益 / 130

案例10.2 “我应该怎样努力” / 131

小故事 最后的考试 / 132

案例10.3 “为您服务”与“由我负责” / 133

小故事 谦逊的贝罗尼 / 134

第十一章 公正客观 心无所羁——开放 / 136

案例11.1 “这的确是我们的错” / 137

小故事 给对手掌声 / 138

案例11.2 客观的态度 / 139

小故事 做一个真正值得别人尊重的人 / 140

案例11.3 说话不要太绝对，要公正客观 / 142

小故事 公正客观看人看己 / 143

第十二章 学我者生 似我者死——创新 / 146

案例12.1 培训模式创新 / 147

小故事 空城计 / 147

案例12.2 语言创新 / 148

小故事 只借1美元 / 150

案例12.3 创新无处不在 / 151

小故事 满分还是零分 / 153

第三篇 笨鸟先飞 天道酬勤 / 157

——六个核心技巧与六个关键素质在电话营销整个流程中的综合运用

1. 轻松“过关”

2. 需求创造

3. 卖点提炼

4. 拒绝处理

5. 促成成交

6. 关系建立与维护

第十三章 魔高一尺 道高一丈——轻松“过关” / 159

案例13.1 “请找肖化接电话” / 160

小故事 有勇气做别人没有做过的事 / 160

案例13.2 “怪不得你的声音这么甜” / 161

小故事 把斧头卖给布什总统 / 162

案例13.3 “我理解您的难处” / 163

小故事 100顶高帽子 / 164

案例13.4 “我们已经约好这个时候给他打电话” / 165

小故事 你总可以找到一个座位 / 166

案例13.5 “你接听电话都是这种态度吗” / 167

小故事 总会有人不喜欢你 / 167

案例13.6 “我们打算订购你们公司的产品” / 168

小故事 牛局长接电话 / 169

案例13.7 “我特地打电话过来问候您一下” / 170

小故事 松下未吃完的牛排 / 172

案例13.8 “有件事情想麻烦您一下” / 172

小故事 三人行必有我鞋 / 174

案例13.9 “我是海涛的朋友” / 174

小故事 从旧馆借出，到新馆还回 / 175



案例13.10 “我们的方案可以为贵公司每年节约20
万元开支” / 176

小故事 摩斯卖保险柜 / 177

第十四章 萝卜白菜 必有所爱——需求创造 / 179

案例14.1 创造客户需求 / 179

小故事 卖产品就是卖智慧 / 180

案例14.2 挖掘客户需求 / 182

小故事 年薪100万的农民 / 183

第十五章 不是卖房子 是卖樱桃树——卖点提炼 / 186

案例15.1 独特卖点“优质服务” / 186

小故事 狡猾的出版商 / 188

案例15.2 独特卖点“方便” / 188

小故事 痛失市场的蕨菜 / 190

案例15.3 独特卖点“吉祥数字” / 191

小故事 购买一个希望 / 192

案例15.4 独特卖点“愉快感觉” / 194

小故事 老农夫与服务人员 / 196

第十六章 兵来将挡 水来土掩——拒绝处理 / 199

案例16.1 “价格太高了” / 200

小故事 稀世之宝 / 202

案例16.2 “不需要” / 203

小故事 生命的出口 / 203

案例16.3 “考虑考虑” / 205

小故事 五元钱成交 / 206

案例16.4 “现在很忙” / 207

小故事 积极先生和消极先生 / 208

案例16.5 “领导还没同意” / 208

小故事 让别人保住面子 / 209

案例16.6 “我们已经有其他供应商了” / 210

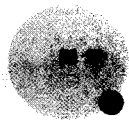
小故事 非洲羚羊 / 211

第十七章 临门一脚 势不可挡——促成成交 / 213

案例17.1 不确定成交法 / 213

小故事 大的便宜，小的贵 / 214

案例17.2 直接促成法 / 215



- 小故事 两家早餐店 / 216
- 案例17.3 危机成交法 / 217
- 小故事 贺龙智擒走私商 / 218
- 案例17.4 最后期限成交法 / 219
- 小故事 无药可救 / 220
- 案例17.5 少量试用成交法 / 220
- 小故事 13岁少年智劝项羽 / 221
- 案例17.6 “最后一个问题”成交法 / 223
- 小故事 这是我的耻辱，但我必须面对它 / 224

第十八章 不离不弃 真情相伴——关系建立与维护 / 226

- 案例18.1 用电话维护客户关系 / 227
- 小故事 阿木与阿瓜 / 229
- 案例18.2 开路先锋——手机短信 / 230
- 小故事 难以信任 / 231
- 案例18.3 巧解矛盾——电子邮件 / 232
- 小故事 误会 / 234
- 案例18.4 情真意切——书信 / 234
- 小故事 一位心酸父亲给儿子的信 / 236
- 案例18.5 小礼物 大学问 / 237
- 小故事 道“早安”的力量 / 237
- 案例18.6 超值服务 / 238
- 小故事 优质服务 / 239

第十九章 滴水藏海 妙手偶得 / 243

- 10个能给你新感悟的经典电话营销案例
- 案例19.1 “想向刘总问声好” / 243
- 小故事 触龙说赵太后 / 244
- 案例19.2 “这是××公司非常关注的培训课题” / 245
- 小故事 低级错误 / 246
- 案例19.3 “我建议您现在不用再做” / 247
- 小故事 只卖一件 / 249
- 案例19.4 “贵公司现在缺敬业的人吗” / 250
- 小故事 一句话救了一条命 / 252
- 案例19.5 “不好意思，我两位” / 252
- 小故事 “先生，您掉钱了” / 253
- 案例19.6 “这是个秘密” / 254