

企业与个人电话销售解决方案

电话行销

—— 景斓教您打电话

刘景斓 著



电话是一座宝藏



地震出版社

电话行销

景斓教您打电话

刘景斓 著



电话行销 速度致胜

地震出版社

图书在版编目(CIP)数据

电话行销: 景斓教您打电话/刘景斓著.—北京:地震出版社, 2006.3

ISBN 7-5028-2818-4

I.电... II.刘... III.推销-方法 IV.F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第006595号

地震版XT200600009

电话行销

——景斓教您打电话

刘景斓 著

责任编辑: 张友联

责任校对: 庞娅萍

出版发行: 地震出版社

北京民族学院南路9号

邮编: 100081

发行部: 68423031 68467993

传真: 88421706

门市部: 68467991

传真: 68467991

总编部: 68462709 68423029

传真: 68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经销: 全国各地新华书店

印刷: 大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

版(印)次: 2006年3月第一版 2006年3月第一次印刷

开本: 787×1092 1/16

字数: 120千字

印张: 13.375

印数: 00001~10000

书号: ISBN 7-5028-2818-4/F·299(3467)

定价: 28.00元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

前言

首先恭喜您做了一个非常正确的决定,决定拥有并阅读这本书!我承诺这是一本好书,是我持续多年从早上八点开始打电话一直工作到晚上十一点的心得和体会;同时也是我十年当中上过价值超过一百万的各种课程运用到工作中的感悟。这本书不仅与你分享如何成为电话行销高手,同时也传递给你更多销售的技巧与成功的方法!

当您打开本书的第一页,我相信就是成长的开始,就是我们共同学习与进步的开始,同时我也相信下一个电话行销高手就是您!

在当今,大量的资讯通过电话广泛传播,大笔的经济效益因为电话产生。人们对电话行销的关注与认识达到前所未有的高度,电话沟通所带来的价值,所创造的利润,它的方便性、快捷性和其独特性也越来越受到人们的青睐,而它的使用成本也远远低于其他方式。电话行销给企业和个人带来的益处是显而易见的。

电话行销顾名思义,就是通过电话这个媒介在最短的时间,以最快的速度,把您要销售的产品告诉更多的客户,因为只有更多的客户知道和了解您产品的资讯,了解您产品的好处,才有可能有更多的客户购买您的产品。所以,只要您善于运用电话行销,就一定可以帮您赚钱,省钱,节约时间,节省成本,并提高效率。

这本书是我在过去五年当中写的《电话行销教练》、《电话行销教程》两本书的基础之上,重新梳理了电话行销的知识与理论,添加更多、更新、更全面、更深入的策略与方法,同时也是近几年演讲教学服务了两百多个行业之后再一次对电话行销更深层次的研究与总结。本书中的内容更加丰富,详尽,其中的资讯新颖独特,如能正确的使用和领悟,必定能帮助您很好的提升电话行销的品质,创造更佳的性能。

因各种行业的电话行销业务开展,我个人也经常被邀请到全国各地,

为众多的企业做培训,去分享电话行销的资讯,每一次与他们的交流与沟通,都是我的荣幸和快乐。但有时我也感到力不从心,因为一个人的精力、时间是有限的,我无法做到——去解答每一个人关于电话行销的困惑。所以我想说,亲爱的读者朋友,希望能通过出版这本书而帮助您,以及帮助到更多需要打好电话的每一个人和每一个企业。

经常有人问我,景斓老师,我怎样才能最短的时间了解与学习到您更多的资讯,我都会告诉他们去登录:www.vyes365.com 这个网站,在这个网站里会有您要的资讯。我真的很高兴与大家分享,这个网站是北京人间远景文化公司与远景在线网络科技有限公司用两年多的时间,共同开发的非常好的一个学习平台,我要把它分享给每一位热爱学习、渴望成长的朋友。

今天我真的没有任何权力要求您怎样去使用这本书,但我有责任和义务与您分享,只要您认真用心地去阅读、去研究、去练习、去总结这本书里所有的方法、技巧,结合自己的工作、行业和职位提炼出适合自己的内容,并建立一套自己接打电话的系统和流程。您真的就会做到您所想要的结果,打好电话赚大钱,提升您的生命品质!请相信:您的成长是我莫大的喜悦与欣慰。

刘景斓

2005年12月22日

于北京回龙观

目 录

前 言

第一章 企业电话行销规划与管理

一、电话行销势不可挡

——探询电话行销的 5 大优势…3

二、观念指导行动——电话行销的 13 大核心观念…5

三、电话行销新定义及无与伦比的魅力…13

四、电话行销的团队建设…14

五、公司电话行销管理 3 要素…16

六、把员工变成“资产”的有效方法…17

第二章 电话行销的 6 大基本动作

一、端正态度…23

二、树立信心…28

三、驾驭情绪…29

四、制订计划…30

五、准备工具…32

六、建立档案…39

第三章 公司必修的 95 个电话行销礼仪

一、电话行销礼仪要遵循的 3 大原则…47

二、电话行销礼仪…49

第四章 公司电话行销流程的 10 大关键点

一、市场调查…63

二、训练行销心态…64

三、确立电话行销目标…65

四、制作专业的信函、DM…67

- 五、掌握产品知识…69
- 六、安排对话环境…72
- 七、获取电话名录…73
- 八、设计标准的电话脚本…76
- 九、打电话的客户服务…77
- 十、追踪比初次拜访更重要…79

第五章 开发客户的 10 大准则

- 一、每个工作日必须预留一小时来开发客户…83
- 二、集中时间打电话…84
- 三、打电话之前把客户资料准备好…84
- 四、打电话之前就应预知结果如何…84
- 五、通话内容要简明扼要…86
- 六、保障工作的连续性…86
- 七、如果常规时间内没效果,不妨变换时间…87
- 八、把一切管理得井井有条…88
- 九、别轻易放弃…89
- 十、练习,练习,再练习…92

第六章 电话行销高手——从陌生电话拜访开始

- 一、陌拜电话的 11 个基本流程…95
- 二、突破秘书关的 11 大策略…110
- 三、应对顾客拒绝的 23 个关键点…114
- 四、价格谈判的应对方略…121
- 五、回绝电话的技巧…123

第七章 电话行销的 3 大关键按钮

- 一、倾听有方…129
- 二、问对问题…132
- 三、建立亲和力…142

第八章 电话行销运用声音的魅力

一、魅力声音的 8 个要素…151

二、5 种练习声音的方法…152

第九章 电话行销档案——永远把顾客放在你的心中

顾客资讯 16 个方面的收集与整理…159

第十章 电话行销的词汇表达艺术

一、选择词汇的标准要从负面转为正面…170

二、如何选择我们的词汇…171

第十一章 电话行销的加速器

一、疯狂 DM 行销法…179

二、疯狂信件行销法…182

三、疯狂短信行销法…189

附 录

附录一…191

附录二…194

附录三…197

附录四…199

附录五…200

附录六…201

附录七…202

后 记…203



景澜老师在东莞演讲现场

第一章

企业电话行销规划与管理



一、电话行销势不可挡

——探询电话行销的 5 大优势

我们都明白和客户沟通的方式有很多种,比方说,你可以选择面谈、邮递信件、通过电话沟通。但无论是从节省开支,还是快捷性角度来看,电话将成为首选的沟通工具。

我们知道,每一个人在听到电话铃声时,一般都会去接听电话;而当一个人在看报纸的时候,他或许不会从头到尾一览无余,也就是说他有可能会跳过广告版内容进而去浏览其他内容;如果你是通过邮递的方式向对方销售产品,他可能对你的邮寄广告连拆都不会拆开就直接扔到垃圾桶里。这说明了一个问题:通过电话来找顾客的命中率是最高的,这也是为什么越来越多的企业及公司业务代表要采用电话行销这一销售模式的原因所在。

那么,到底什么是电话行销呢?简单地说就是业务员用电话来推销及服务的技巧,有计划、有策略、高效地拓展顾客群,并通过电话将产品或服务推销出去的一种销售方式。其实电话行销的功用还不仅限于此,比如它还可以被用来做业务邀访、邀请参加产品说明会,或者是产品告知、信息搜集……总之,电话行销是一种能为企业极大地创造利润与提升形象的最快捷的销售方式之一。

通过调查研究,我们发现了电话行销至少具备以下 5 大优势:

1. 以量取胜

包括准备在内,如果一个电话业务员每次给客户打电话平均费时 5 分钟的话,按这个标准计算,一小时就可以完成 12 次联系。在 4 个小时(除去中间的休息时间)全神贯注的通话过程中至少可以完成 40 次联系,那么一天就可以完成约 80 次的联系。据统计一个外勤员工每天可完成 6~7 次的拜访,也就是说通过电话每天可能联系的次数是拜访的 11 倍。

景澜寄语:坚持学习的人学到知识,坚持练习的人学到本领。

所以,我们可以肯定地说,或许除了直接上门推销外,没有谁能通过拜访每天完成 80 次的联系。

2. 经济实用

从成本核算角度来看,电话比其他销售方式的费用成本要低得多。据粗略估算,电话拜访的成本约是一次直接访问顾客成本的二十分之一。所以就费用支出方面而言,电话行销是最划算的。

3. 实时性

在所有的通讯工具中电话是最快捷的,通过电话我们可以即刻得到回复并继续安心工作。这一速度上的优势是其他任何沟通工具都无法比拟的。如果是直接拜访客户,我们不得不考虑行程和距离。从启程到抵达我们必须行驶一段路程,而且最为关键的是我们还一定得拜访到具有潜力的客户,不会使自己徒劳无功。但电话不受空间、时间的限制,我们在拨打电话的同时,就已经处于联系之中了,而且我们可以通过电话直接影响客户,并立即获得答复。所以再也没有比电话更快捷的方式了!

另外,电话实时性优势还产生了一个溢出效应:我们知道,可靠、及时是每位客户所期待的,通过电话我们可以很快给予对方答复,借此还可以显示出我们的可靠性。只有当客户觉得你可靠时,他才会信赖你,而只有客户信赖你时,他才有可能购买你的产品。

4. 电话是创造人脉最快的工具

人脉对成功来说是至关重要的一个因素,我们想要得到更多的人脉就要采取更多不一样的行为,而打电话是建立人脉最快的方法之一。比如,20 世纪 80 年代,美国进行总统选举,当时美国的总统卡特和他的竞选对手里根参与竞选,他们在竞选的前一段时间,两个人的民意测验结果显示双方的支持率都是 30% 多,可以说是势均力敌,到底是里根能获胜还是卡特能获胜? 结果在当时来说无法预测。在竞选的前一天,共和党的竞选班子想了一个主意,请全国 10 万位共和党的党员,打出 100 个电话,找出老同学、老战友、老客户,请他们第二天一定要投票,一定要投里根的票。第二天,竞选开始,结果出来了,里根先生最后获得竞选的胜利。在此





之前,里根和卡特的民意测验结果是不相上下的,之所以里根会获胜,完全是因为里根的竞选班子采用了电话行銷的策略,连电话行銷都能帮助里根先生竞选总统成功,我们就应该知道电话行銷在当今这个社会有多么重要了!

5. 打电话是创造业绩的通道

打电话是简单、有效的创造业绩的通道。很多西方国家,把电话当成一种媒体来看待,事实上,如果我们把电话当作一种新的媒体来看待的话,就会引发更多的准顾客和顾客的来源。现在有不少的高级俱乐部会所,在销售俱乐部会员卡时,就是通过电话策略的咨询,使他们的业绩“复活”的。

总之,电话具有快捷、价廉、灵活等诸多的优势,所以我们可以肯定地说,在所有的行銷工具中,电话几乎是最有效能的。电话行銷是一种能给企业带来更多利润的行销模式,是企业销路中不可或缺的角色。

二、观念指导行动

——电话行銷的 13 大核心观念

在这个世界上,准备得越充分的人,幸运的事情来到他身上的次数就会越多。在我们工作和生活当中,电话一直是我们身边的一个工具。有人把人与电话的关系当成人跟工具的关系,可是我们打电话很显然是打给人的,而不是打给工具的,所以打电话的过程不是人跟工具的关系,而是人跟人的关系。

在本书中,我只想和你一起系统学习一下电话行銷的课程,和你一同找更多方法。在找方法的过程中,我们需要了解一些更新、更好、更深入并且实用的观念。这是我生命中的经验,也是工作中体会感悟的部分。

1. 电话是你桌上的一座宝藏

事实上,每一个人在工作、生活当中,都把电话当成我们的一个销售

景澜寄语:学习无处不在,一切从用心开始。

工具,或是一种非常重要的沟通工具。没有把它当成一座宝藏来看待。假如今天我们把电话当成我们桌上的一座宝藏,或者是开启这个宝藏的一个钥匙的话,我们就会选择更多的策略、方法和系统。有很多大的酒店,他们在进行销售的时候,越来越觉得做广告的效果已经今非昔比,于是,他们大量地使用电话,频繁地运用电话来与客户沟通,结果使他们的业绩变得非常好。所以,我把“电话是你桌上的一座宝藏”这个全新的观念送给你,我想让你了解,这就是电话行销带给你的帮助。

有一个特别有意思的故事:

有三个人,他们犯罪了,都被判入狱三年。这三个人,一个是美国人,一个是法国人,一个是犹太人。这三个人在被判入狱前,监狱长对他们说,“我可以答应你们每人一个特别的要求”。

这个美国人一听说要在监狱里面呆三年,所以非常苦恼,也很痛苦。他说:“监狱长,我现在想每天都有雪茄抽,能不能提供三箱雪茄给我?”监狱长说:“没问题。”法国人听说要在监狱里关三年,他同样非常痛苦,就说:“这三年里能不能给我提供一个美丽的女子,跟我相伴,我就会觉得很开心了。”监狱长说:“没问题。”犹太人既不要雪茄,也不要美女,他跟监狱长说:“监狱长,您能不能给我提供一台能够时常跟外面取得联络的电话,我就能够跟外面时常沟通和联络了。”监狱长同样说:“没问题。”

就这样,这三个人各得其所,三年的监狱生活很快就过去了,就要被释放的时候,监狱长说:“你们有没有话跟我讲?”美国人手里拿着雪茄,跟监狱长说:“能不能马上提供火给我!”美国人因为太急躁了,进监狱前,只要雪茄,却忘记了要火;法国人不是一个人出来的,他右手拉着一个小娃娃,左手抱着一个小娃娃,后面跟着一个挺着肚子的一位女性,监狱长说:“你有什么话要讲?”他说:“你能不能帮我申请救济金,我发现养活不了这些孩子了。”第三个人,面带自信,神采飞扬,他跑到监狱长身边说:“监狱长,我要送给你一个礼物,一台劳斯莱斯汽车,由于你的帮助,让我有机会在监狱的三年时间里,时常能够打电话跟我的客户联络,跟我的同事联





系,让我的同事能够每天依照工作的进度持续不断地工作,让我的客户时常知道,我还在关心和持续支持他们的业务。让我的工作非常准确、有效的进行。让我的业绩不仅没有减少,而且还增至好几十倍,我觉得应该把我的收益分一部分给你。”监狱长一听,由惊而喜,直叹不可思议。

这个故事给我们一个启示是:在完全封闭的环境里面,只要你有一台能够跟外界时常取得联系和沟通的电话,就会让你有机会创造财富,所以我们有理由说:电话是我们桌上的一座宝藏。同时这个故事也给我们一个新的启示:你生命的现在,都是由于你过去所选择的结果。三年前,美国人选择雪茄,所以他得到了不能抽雪茄的痛苦;法国人选择的是美女,他得到的是一生的负担;可是犹太人选择的是能使他成为卓越者的通讯工具,他得到的是财富和人脉。

生命的结果是你所选择的。今天,相信你投资的这本关于电话行銷方面的图书的学习是物有所值的。学习电话行銷这样一种技能,一定可以让你创造更多的业绩和收益,创造更多的通路。

2. 电话是我们公司最好的形象代言人和公司最好的公关经理

为什么说电话是我们公司最好的形象代言人,公司的公关经理呢?在我们的工作当中,在每一天,我们都需要接到不同的电话,而这些电话打到公司来了,我们看不到顾客的表情,看不到顾客的形象,也看不到顾客的购买能力,所以我们只能透过电话里面的只言片语来判断对方的感受、形象以及特点。假如今天我们把电话当成我们公司的公关经理和形象代言人,就有可能把我们的工作做得更好,更标准,更有特点。

3. 所有的来电,都可能是潜在的财富

为什么这么说呢?例如今天有人打电话打到我们公司,或者打到我们手机上,或是打到我们家里,我们认为这些电话,有些也许是问价格的,或者有些是问产品品质的,或者有些问产品用途的,可能我们都认为这些不重要。假如我们公司设在北京最好的写字楼内,会不会有电话打到我们公司?前提条件是我们不做广告,不发名片,不请员工,或是不生产产品?答

景澜寄语:你越努力,你就越幸运,机会永远是留给愿意努力的人。

案是不会的。所以今天之所以有电话打到我们公司,是因为我们为此付出过时间、成本、精力等种种代价。

我们在《北京青年报》做一整版的广告,通常需要花 10 万块钱的广告费,投资这么多钱,通常只能得到 100 多个准顾客电话,所以每个电话的成本就高达 1000 块钱以上,公司的业务员要接好电话,才能把它转化为公司的利润。如果接不好的话,反而成为公司的损失,因所以说,所有的来电,都可能是潜在的财富,今天有人打电话咨询价格的是有钱的来电,咨询品质是有钱的来电,打电话问产品的用途的都是有钱的来电。

4. 广告的成败通常取决于业务电话沟通的品质

很多的企业为了行销产品,或是做销售,他需要花很多的时间,很多的精力,很多的策略来做广告。花很多钱投资广告,无论做何种广告,包括形象广告,产品的销售广告,还是策略广告,最终都需要客户打来电话,或是客户打来一个电话咨询,取得客户的信赖,与客户的沟通和最终取得客户的这样一个结果。所以,今天假如我们的广告打出这样的效果,完全取决于你今天电话接得好不好,电话接好,这个电话就可能为公司争取到新的客户,接不好,可能就成为公司的损失。我们要相信,广告的品质取决于业务电话沟通的品质。

5. 打电话是一种心理学的游戏

事实上,在电话这一头,我们需要在最短的时间判断出顾客的需求,了解到顾客的愿望,找到顾客的兴奋点。我们知道销售最初的流程是让顾客产生注意,进而有兴趣,顾客为什么在电话里面对你注意,为什么会对你的产品有兴趣,为什么会产生良好的回忆,这是你需要思考的一个重要问题,也就是你今天如何让顾客了解你的心愿,你如何通过电话了解顾客的意愿,打电话是一种心理学的游戏,你能不能在很短的时间内判断出顾客的心理需求至关重要。打电话有语境、语义、语言的环境和塑造打电话的氛围。所以语言的氛围和境界,或是语言的意义,都通过心理学的知识来形成有效的通路,所以打电话是一种心理学的游戏。





6. 打电话是一种体力劳动

我为什么这么讲呢？事实上，在专业的电话行销公司，要求每个人打电话的次数，每天超过 100 次以上，有一个很重要的法则，叫大树法则，每天打电话的数量非常多。假如要求你每天打电话超过 100 次，甚至 150 次，你就会发现打电话怎么这么辛苦，这么多的次数，当然会非常累。基本上你每一次打电话的时候都会改变自己的肢体动作。人都有一种习惯，人站着就想坐着，坐着就想躺着，假如今天你站着打电话，顾客会感觉到你比较有精神，如果坐着打电话就会比较倦怠。专业的电话公司，就是每个人的席位都是坐着很直的，而且是佩带耳机与客户通话。我每次在讲课之前一定要让大家活动活动。我相信，肢体动作是创造良好的电话业绩最重要的条件之一。打电话是体力劳动，当你们真的发现，原来打电话是一种体力劳动的时候，你会投入更大的精力和肢体动作参与，从而让顾客产生更强烈的信赖感。建立信赖感，你的声音只占很小的成分，而肢体动作的参与就会占更大的成分。

7. 打电话跟着感觉走

很多人觉得打电话这个过程是很理性的。事实上，客户的购买是感性的思考，理性的决定。我们打电话，有的人为什么打得非常好，是他的第六感非常好。第六感通常是一个人的直觉，直觉是潜意识在思考，很多的时候，我们在打电话时，在最短的时间要做一个决定。如果你的直觉很敏锐的话，就会立刻做出正确的选择。所以跟着你的感觉走，通常都会得到比较好的效果。

8. 打电话是一种意志力的表现

一个人的意志力越强，他就会得到更好的回应。生命就是一场感召，今天你不感召别人，就会被别人感召。所以在电话行销当中，也是这样子。今天你想要得到更多的回应，你要想办法在电话里面感召对方，感召别人对你个人的信赖。我们知道销售产品之前，就是在销售你自己。在销售产品之前，是销售你个人的生命的价值观，或是你个人看待事物的方法、策

景澜寄语：世上没有做不成的事，只有做不成事的人。