

成功电话营销

SUCCESSFUL
COLD
CALL SELLING

SUCCESSFUL COLD CALL SELLING



[第 2 版]

Second Edition

(冷静型)

[美] 理·博安◎著

张 燕◎译

超过100个新观点、手稿和案例
源于全国最著名的销售培训师

中国商业出版社

SUCCESSFUL
COLD
CALL SELLING

成功的电话营销

SUCCESSFUL COLD CALL SELLING



[第2版]
Second Edition

[美]理·博安 ◎ 著

张 燕 ◎ 译

超过 100 个新观点、手稿和案例
源于全国最著名的销售培训师

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成功的电话营销 / [美] 理·博安著 张燕译. —北京: 中国商业出版社,
2005.1

ISBN 7-5044-5304-8

I. 成… II. ①理… ②张… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 137789 号

Successful Cold Call Selling

Copyright © 1989 Lee Boyan & Associates, Inc

Chinese Translation (Simplified Characters Only) © 2004 by China Commercial
Publishing House

Published by Arrangement with AMACOM.

ALL RIGHTS RESERVED

责任编辑: 龚凯进

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店北京发行所经销

北京市北七家印刷厂印刷

2005 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

850mm×1168mm 1/32 10.875 印张 225 千字

定价: 23.80 元

* * * * *

凡购买本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

这本书能为你做什么

你将要学到既强有力又可靠的技巧，无论是向潜在客户通过拜访营销还是电话营销，这些技巧都能使你发挥出最好的水平。你将掌握赢得强大购买欲望的顾客的本领，就像在自己最想购物的条件下，随心所欲安排一样；同时，你将在以前从未发生业务的地方设计出营销方案。

能够自信和不间断地做这些是营销工作必要的技巧。掌握这些技巧的人会有永不知足的欲望。

在我做营销、销售培训师、研究会领导、职业演讲员和管理顾问的 35 年的经历中，这些工作为我提供了能够结识各行各业不计其数的销售执行董事的无数次机会。我和他们的交往经常不仅仅是很随意的认识。很多时候，我们紧密合作，制定销售活动、销售会议和培训课程的计划，或者提出运用于我的销售和管理研究会的新观点。

与这些执行董事在一起，我已经从我的协会学到了许多。如果我必须挑出这些男士或女士身上的最宝贵的一项技巧，那么这项技巧就是创造新的业务而不仅仅是继续使老客户订购。

订购商品的买者正准备在某个价格上购买，只要营销



人员运用普通技巧,就能使交易完成。通过能够创造新业务的营销人员的天才努力,他们将得到最高的回报,既有金钱上的,也有精神上的。

当你无论是采用电话营销还是以拜访营销方式向一个新的潜在客户介绍产品的时候,你是否曾经感觉不安?

你是否更喜欢向老顾客和熟悉的潜在顾客进行电话营销,而不是向陌生人做营销?

你是否感觉做“陌生的电话营销”效率不高?

你是否曾经因为一个突然的回绝而失去心理平衡?

当一个预约取消了,或是一个电话结束得比预想的要快,你是否经常发现自己没有足够的电话营销的潜在客户?

你是否经常在说服接待者或秘书的时候遇到困难?

你是否经常必须向没有购买欲望的人做产品介绍?

当一个潜在的拒绝者答应了你的一个约见,你是否曾经发现自己话不对路?

你是否曾经希望自己能够获得留下特殊第一印象的第二次机会?

你是否经常发现赢得忙于其他重要事情的潜在客户的注意很困难?

对于处理这些情况,你是否有一个有效的策略?

如果除了最后一个问题之外,你对其他任何问题都回答“是”,你将在《成功的电话营销》里发现独特的方法,这些方法能够在很大程度上提高你的营销能力。

如果对于最后一个问题,你回答“不是”,这本书将帮



助你设计一个营销策略，这个策略能够使你的销售业绩提高一次，甚至是永久性的提高。

我已经获悉很多销售人员的工作发生了巨大的、可喜的变化，他们中的一些人在学习了这本书中的几个技巧后，取得了两倍或者三倍的销售业绩。有的时候，他们甚至原来是一些被称为内向的人，然而，现在他们通过给高层管理者带来数额巨大的商品和服务单据而获得了高薪，再外加上新近找到的自信。

当你掌握了这本书中揭示的技巧，你将也能获得巨大的自身和经济上的保障。你将永不会失业。凭借自身的能力，你可以在你想要的任何时候提高自己的收入。同时，你也能够拥有一份最具实力的筹码和一种掌握自己生命方向的信念——这份筹码不仅仅体现在营销业务上，而且也体现在个人人际交往的整个范围。

如果你练习做销售顾问，在这本书里你可以发现很多确保你成为明智的决策者，并能够成功地完成会见顾客的技巧。再者，这本书所描述的这些技巧，能够帮助你避免把时间和精力浪费在那些仅仅属于看门人身上。

除了许多新的阐释和对于原来内容的扩展，本书还包含了 116 条新观点、手稿、案例和见解。例如，当必须面对类似于有声邮件等狡猾的、高难度的回答装置时，你就学会了如何拨打陌生的营销电话。

在本书中，你将学到：



- ✧ 分析恐惧的原因
- ✧ 控制自己的情绪
- ✧ 战胜拨打陌生营销电话的恐惧
- ✧ 获得自信
- ✧ 消灭勉强电话
- ✧ 形成拨打陌生营销电话的正确思维框架
- ✧ 决定你想要发生什么并使之发生
- ✧ 为取得新的业务设计一个战略
- ✧ 计划你的扩展意向
- ✧ 决定接近的方法
- ✧ 创造有利的开业局面
- ✧ 把正确的话语组织起来
- ✧ 避免俗套、无用的词句和短语
- ✧ 从经常忽视的各种各样的资源中找到前景
- ✧ 赢得和利用推荐人
- ✧ 决定由谁来做决策
- ✧ 避免陷入坏人的圈套
- ✧ 处理低层次的权威
- ✧ 与接见者和秘书对话
- ✧ 创造无法抗拒的宣讲邀请
- ✧ 接近大型组织
- ✧ 赢得通向前所未有的前景
- ✧ 坚持达到自己目标的进程



- ✧ 创立理想的营销环境
 - ✧ 使用有魔力的开门者
 - ✧ 在超前思维中定位自己
 - ✧ 消除通向目标的障碍
 - ✧ 在迈向艰难目标中放松
 - ✧ 使目标符合实际
 - ✧ 避免消极的偏见
 - ✧ 获得有前途的波长
 - ✧ 快速建立和谐氛围
 - ✧ 开创一个封闭思维
 - ✧ 消除敌意
 - ✧ 创造信任的高峰
 - ✧ 为一个成功的初次合同询问恰当的问题
 - ✧ 使用在交谈中经常被忽视的、有震撼力的工具
 - ✧ 把一个不利环境转变为有利的环境
 - ✧ 使用邮件预约电话
 - ✧ 做必要的分析
 - ✧ 挑选出关键的问题
 - ✧ 揭示隐藏的需要
 - ✧ 应对冷漠、怀疑、拖延、满意、重复拒绝、先前的不满
- 顾客和“仅仅发送小册子”
- ✧ 避免逃避责任
 - ✧ 保持自我放松
 - ✧ 避免失约



- ✧ 在压力下应对期望
- ✧ 在命运中保持可能的机会
- ✧ 机智地问“为什么”
- ✧ 结束约会
- ✧ 保证最好的演讲环境
- ✧ 从竞争中获取业务
- ✧ 提高你的电话技巧
- ✧ 避免重复的探测方法
- ✧ 保持永恒的进取心
- ✧ 建立反馈系统
- ✧ 应对自己的沮丧和压力
- ✧ 享受营销专业人员的丰厚收入
- ✧ 把所有收入放入银行

如果你是一个新的营销员，这本书将帮助你快速地完成成为经验丰富的老手，并且尽快进入状态。而经验丰富的老手通过阅读本书，将能够提高自己的技巧，并且有动力开拓新的业务。对于销售经理或者销售培训师，将能够获得很多有助于培训和激励营销人员开拓新业务的观点。而对于小型业主，将确保获得持久的销售业绩和利润。

按照正确的顺序来阅读和理解每一章节都是很重要的。在下面的章节里，你将获得特定的技巧与掌握简明的词句和短语，用在介绍新产品给新客户的时候，从而可以确保为你打开新业务的大门。但是只有当你完全理解和坚持了



前面章节中所提到的原则时，这些词句和短语才能显示出它们的正确性，技巧也才能发挥它们的魔力。尽管这些原则中的一部分适用于营销的所有阶段，但是这本书主要包括了它们在业务开创阶段最为重要的方面。

现在让我们开始创建成功的电话营销战略的第一步吧！

理·博安

目录 CONTENTS

- 1 / 第一章 多么陌生才算是陌生
电话
- 7 / 第二章 战胜恐惧
- 41 / 第三章 你想要发生什么
- 59 / 第四章 到哪里寻找潜在客户
- 83 / 第五章 为什么潜在客户希望我们
进入他们的世界
- 107 / 第六章 计划公开的活动
- 137 / 第七章 极具魔力作用的开场白
- 153 / 第八章 探测需求
- 179 / 第九章 倾听——一个问题的另一
方面
- 189 / 第十章 解 释
- 215 / 第十一章 打通采购决策人
- 237 / 第十二章 看门人
- 251 / 第十三章 调整好你的方法
- 271 / 第十四章 提高打电话的技巧
- 299 / 第十五章 遇到的更多障碍
- 329 / 第十六章 让它为你工作

第一章

多么陌生才算是 陌生电话





参加研讨班的成员经常问我的一个问题是：“理，你曾经做过什么营销？”

很普通的问题。让我来这样回答这个问题吧——姑且认为这本书的读者就是我培训班上的成员。

在很早些的时候，我直接营销炊具给顾客。炊具并不是最容易销售的商品，但销售炊具的环境最适合于学习营销技巧。你学习得很快，因为如果你不学习，当仅仅根据销售业绩来领取薪水的时候，销售业绩不佳则可能无钱吃饭。

第一个月我销售的很少。我只好卖掉了我的小船、二手车和滑雪橇。

然后，我开始做广播广告的营销。广播广告是一个你能营销的最难以琢磨的商品。如果广告商不听取具体背景，那么所有客户在月底得到的仅仅是一张发票。我的工作职能是要发展新的业务。因而我做了大量的陌生电话营销。

在最后的 25 年里，我一直在从事营销，并且我仍然在营销，主要讲营销培训课程和从事销售顾问服务。当我向一个高层管理者做陌生的电话营销时，我会说：“董事先生或小姐，我今天打电话给您的特殊原因是想告知您一个观点，这个观点是我的委托人告诉我的，能帮助营销人员创造更



多新业务的好方法。”我并不在现场。因为我只是想独自证明,当我宣讲的时候,我是在演练我的宣讲词。

我不是在鼓吹自己,但我因此说明自己不是首席教授。我们很想让我们自己掌握了被真实的世界证明了的的原则和基本条件。

我获得了这本书和我的研讨班的有趣的反应。人们说:“我们不接听陌生的电话。我们能从广告上找到疑问的答案。”或者,“我们从商品展销上获得指引。”或者是,“我们通过提醒来正确地使用。”

即使你使用这些方法,在某种程度上你还必须通过电话或拜访营销来试着接触新的客户。这就是这本书所要讲述的:怎样成功地初次接触客户。

也许有些人会说:“我们不用做陌生的电话营销,因为我们只需要跟老客户做业务。”销售人员在老客户做电话营销的时候,通常要犯的一个错误是不能很好地开始谈话。当然不用说,很多时候他们倾向于说:“现在让我来再次介绍一下吧。”于是他们由顾客确定了谈话语气和谈话主旨。但是,在某种意义上,每一个营销电话都是一个陌生的电话。客户一般都是在你接近他们的时候被吸引。你必须帮助他们实现由他们所想的,向你想让他们所想的方面来转变。如果营销人员没有这样的错误观念,那就是他们不愿给老客户做电话营销,如果采用成功的电话营销的方法和技巧,那么这些营销人员就能有效地拨打更多的营销电话。

跟老客户做业务的营销人员需要经常采用新的账户。



由于市场的变化,通常会带来 20%的营业额变动。同时,这个变动的营业额是随着市场规模缩小、企业合并、提前退休和就业频繁变动而变化的。那些你多年来可靠、友善、熟悉的客户可能因此而不复存在,你可能必须开始给旧名单上的新买者打陌生的营销电话。

我们策划类似商品和服务的市场竞争,但是对于获得潜在客户的竞争时间也是一个同样重要的问题。设想你想竭力接触一个高层次消费水平的潜在客户,在过去的几个星期里,他被一队营销各种各样条格纺织品的人所围绕,现在你也尾随这些营销人员之后,那么你很可能不会成功。

看看商场上将会发生什么。当我们从烟囱转换到经济信息台,更多新的商品和服务将被出售。想一想微小的芯片也诞生到这个世界。目前银行也违反常规,银行、储蓄和信贷机构都在雇佣营销人员销售他们新的产品和服务。现在贝尔已经被拆分,电信业务开始大量出现。经常有律师和持证上岗的会计师在我的学习班里:他们也需要开拓新的业务。这是因为比过去更多的营销人员在开拓业务和做电话营销。无论其他人在销售什么商品和服务,你正在和这些营销人员竞争,竞争的是时间和所做电话营销的潜在客户的注意力。

对于很多营销人员来说,也许这个情况本身就是使得电话营销难度增大的部分原因。词典里列出 cold 的同义词有:不客气的、不擅长交际的、不欢迎的、禁止的、不友好的、不亲切的、不热忱的、难以接近的。我仅仅了解到一些人正



区分这些定义,也许他们会下意识地考虑,这个不值得浪费自己过多的时间和精力。

一个需要扫清的障碍

问题在于大多数的营销人员不仅仅更喜欢轻松地做业务。一般的微妙现实是恐惧。在这种情况下,可能被拒绝的恐惧心理很像遭受不客气、不会交往、不欢迎、被禁止、不友好的攻击。恐惧是在没有想到的亲自碰面时表现出的尴尬和不自在。

在我和营销人员一起工作的经历中,我遇到了无数掌握了工具的表现出色的营销人员。他们智商很高、外表出众、性格乐观、知识渊博,但是由于恐惧心理,他们不能很好地运用自己的天赋。他们更喜欢向熟悉友好的客户做电话营销,这些客户可能不会购买商品,并且更难得碰面。他们在办公室浪费了不必要的时间打营销电话、胡乱发送宣传卡,或者在汽车里一个接一个地打营销电话——在路上给各种友好的客户打电话。舒服地坐在转椅上,听着随身听,看着路边的风景,比与潜在客户亲自见面和面对可能的拒绝要容易得多,这也证明这种业务的前景,即使效率不高,也会比较容易。我曾经经常听到:“唉,我早上都是7点离开家门,直到晚上9点才回来。”但是绝大部分时间都用在了开车上。以开车来挣钱的人只有司机和出租车司机,而且



他们通常挣钱不是很多。当然,从打营销电话到潜在顾客准备购买的必要距离也许决定了行驶路程。但是这里的问题是自己要对自己诚实——我们是不是正在回避被察觉到的拒绝冒险,或者我们不是在和谐的氛围中谈话,而是把胆子吊在了嗓子眼上?

在我们思考营销电话的技巧时,我们必须想出中和恐惧心理负面影响的办法。因为如果恐惧存在,做电话营销将显得很勉强。再者,如果电话营销做得很勉强,那么对于技巧的任何探讨都属于严格意义上的理论性探讨。