

巧用电话 成功营销 培训教程

升级版

电话 营销技巧

侯 东 倪兴梅 编著

最成功的 一部培养杰出营销人员的优秀读本
一种简单实用能真正提升你的事业和财富的方法

Dian hua xing xiao ji qiao

电话行销技巧

侯东 倪兴梅 编著

中国盲文出版社

图书在版编目(CIP)数据

电话行销技巧/侯东,倪兴梅编著.

- 北京:中国盲文出版社,2001.5

ISBN 7-5002-1518-5

I. 电… II. ①侯… ②倪… III. 电话-推销
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 024200 号

电话行销技巧

编 著:侯 东 倪兴梅

出版发行:中国盲文出版社

社 址:北京市丰台区卢沟桥城内街 39 号

邮政编码:100072

电 话:(010)83891765

印 刷:北京星月印刷厂

经 销:新华书店

开 本:850×1168 1/32

字 数:190 千字

印 张:12.375

印 数:0001—3000

版 次:2002 年 10 月第 2 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-5002-1518-5/F·12

定 价:25.00 元

此书盲文版同时出版
盲人读者可免费借阅

版权所有 侵权必究
印装错误可随时退换

前 言

电话，作为一种成熟的信息工具，即便是 E-mail 这种流行的网上方式，也无法取代它的优势。

所谓电话业务，简单说，就是利用电话开拓业务。

在现代商务中，电话业务已成为一个专门的领域，我们在各类招聘启事中常常看到的“电话业务员”、“电话销售代表”即是这类业务人员的专业指称。

虽然，电话通常作为商务接触的开端，并始终相伴，直到交易的结束。但我们这里决不是泛泛地讨论一些如何在商务中接打电话的问题。

作为一种成熟的、越来越被公司管理者采纳的行销方式，在长期的业务实践中，电话业务已形成它专业较强的技术性。因此，所谓电话业务技巧，就是讨论这样一些策略和方法，即如何在电话里绕障碍，寻找拍板人，如何订单，通过电话与拍板人

交锋，直到最终赢得定单。

电话业务涉及的行业面很大，从产品到服务，从零售到批发，从大宗产品的推销到招揽规模性的商业服务，可谓无所不包。但作为电话业务员，他们必须从本地乃至全国收集资料、联系客户、拓展业务，这时，“电话技巧”就不再是什么常识问题了，而是他们商战中必须精通的兵法。

相信许多人接触过这类打到你办公室的业务电话。但是，无论是听销售人员向你推销保险、家具甚至锅炉设备，还是向你拉广告、兜售俱乐部的会员卡以及招揽赢利性展会、洽谈会、研讨会，情况似乎都是一样的，常常让你在听了十几秒后就想挂断。因为电话的那一头好像不具备职业销售人员应具备的水准。

当电话成为业务工作不可离开的商务工具时，电话商务技巧也就成为业务人员必须精熟的技能。

在笔者近二十年的销售生涯中，认识到一个事实，即推销要比一些谈判大师和作家企图证明的要简单得多。当然，我是凭着无数次的销售实践才敢这样说。

我曾经先是作为业务员，几年后即被聘请做讲师，把我的业绩当教材培训别人。在这段时间里，很多关于销售的不同观点呈现在我面前。销售部门首先把失败归于推销员缺乏献身精神或是培训资料的质量，失败的推销员则把失败归于坏运气。但我

的研究显示，推销是一份先难后易的工作，它主要涉及两件事，一是事前的准备练习，另一个就是事后的资料整理，任何有关推销技巧的讨论都不比这两个问题更复杂。

最明显也是最能说明问题的一个事实是，对同样的客户，不同的业务人员可以有迥然不同的业绩。考察他们最大的差别，不过是在沟通技巧上的差异。其中，失败者不能避免的就是样板化和程式化的语态，以及业务上的不成熟心态。

本书所着重论述的“业务电话”，即包含着这些销售业务的精髓。然而，打一个高效的业务电话并非易事。通常的情况是，想吸收一个潜在客户，电话里却很难奠定一个良好的开端，甚至不能达成一个见面的约定，更别说建立稳固的合作关系。本书揭示的一些技巧，有笔者多年在一线总结的心得，也有从其他资深业务员身上学到的相关经验。这里想要说明的是，电话业务，既是一种心理战，又是一种语言战；既是一项本职业务的检测，又是一种业务能力的发挥。因此，要打一个成功的业务电话，必须掌握三项最基本的技巧，即：（1）绕障碍，（2）与拍板人谈判，（3）提炼语言精华。

但考察现在的从业人员，在这三个基本点上，都或有缺失。一些从业者，尽管有着高学历和一定的工作经验，却因为不能灵活利用这一营销资源所带来的广阔机遇，以致操作起来竟也是阻力重重。

如何驾驭电话这一强有力的营销工具，使其发挥到最大效用，是现代商务人员必须通熟的技能。今天，电话业务已成为一个高度专业化的领域，它需要掌握许多技巧。然而，令人遗憾的是，考察市场上有关电话行销业务技巧的专业性书籍，却很难找到。

本书揭示的一些策略和方法，注重简单和实用，读者可以很轻松地掌握并在工作中加以运用。

希望这本书能给您带来成功！

目 录

第一章 绕障碍	(1)
1. 当你面对障碍时	(3)
2. 绕障碍的步骤	(5)
3. 绕过障碍的3个切入点	(7)
4. 如何礼貌获得对方接纳	(8)
5. 如何把程式化语句整理成令人感兴趣的话	(11)
6. 如何与非专业接线人打招呼	(13)
7. 如何使接线人感觉你是一流人物.....	(15)
8. 如何暗示出积极姿态的导入语.....	(17)
9. 如何利用业务电话推销自己	(19)
10. 如何克服语言中的停顿不当	(24)
11. 如何将繁复的内容陈述得令对方喜欢	(26)
12. 利用电话环境稳定心理优势	(29)

13. 如何防止泄漏业务底牌 (31)
14. 如何不露痕迹地摆脱刨根问底 (34)
15. 如何应付纠缠不清的局面 (36)
16. 如何与跟班联盟 (38)
17. 如何杜绝打追加电话 (41)
18. 如何确定接线人的身份 (43)
19. 如何让接线人道出真情 (47)
20. 如何建立认同感 (50)
21. 如何缩短与接线人的心理距离 (52)
22. 如何利用特征事件得到拍板人的全名 (54)
23. 如何对待总机说“不……” (57)
24. 如何使接线人产生好感 (60)
25. 如何利用既成事实, 解除第二障碍人的戒心
..... (61)
26. 如何轻松自如 (65)
27. 如何深入接触, 占有客户公司资料 (67)
28. 如何掌握电话缘由与电话目的 (69)
29. 如何制作滴水不漏的脚本 (70)
30. 如何煽情, 令接线人与你互动 (74)
31. 如何建立绕障碍顾客卡 (77)
32. 如何引导接线人说“行” (79)
33. 如何远离专业词汇, 改善第一印象 (81)
34. 如何提问, 以使接线人自动靠近 (83)

- 35. 如何迅速争取接线人信任 (86)
- 36. 如何做才不会被拒绝 (88)
- 37. 如何让同样的话产生不同的效果 (90)
- 38. 如何用声波塑造形象 (92)
- 39. 如何使通话产生有效作用 (94)
- 40. 如何最完美的进行电话“握手” (98)
- 41. 如何运用沉默, 以凭借气势突破 (100)
- 42. 如何用特色语言消除接线人的抵触 (103)
- 43. 如何让接线人获得美好感受 (106)
- 44. 如何妙用省略, 以提高效率 (108)
- 45. 如何误导接线人不要过多提问 (110)
- 46. 如何对粗暴的拒绝施行反控 (113)
- 47. 如何通过小目标的积累去实现大目标 (117)

第二章 与拍板人定约 (119)

- 1. 如何在初次交锋先说什么, 后说什么 (121)
- 2. 如何不让对方以“现在很忙”推脱 (123)
- 3. 如何先接近后陈述 (126)
- 4. 如何把握适时通话 (129)
- 5. 如何掌握通话分寸 (131)
- 6. 如何使用恐吓攻势 (133)
- 7. 如何拥有自信 (136)
- 8. 如何针对需求进攻 (140)

9. 如何给予对方尊重	(143)
10. 如何打好谈判电话	(145)
11. 如何在最佳时刻抖包袱	(148)
12. 如何克服毫无创意的陈述词	(151)
13. 如何掌握倾听的技巧	(154)
14. 如何明确约定, 更好地控制时局	(158)
15. 如何让约定明了	(161)
16. 如何避免惯性编造	(164)
17. 如何加强自我激励	(166)
18. 如何集中精力打攻坚战	(169)
19. 如何在钩中遣词造句	(172)
20. 如何从尝试到发展	(175)
21. 如何把握适可而止的时机	(178)
22. 如何做到胸有成竹	(180)
23. 如何巧妙说“不”	(183)
24. 如何在谈判中使用行话	(185)
25. 如何使开头更有吸引力	(188)
第三章 订单	(191)
1. 如何克服成交恐惧心理	(193)
2. 如何摆脱细节纠缠	(198)
3. 如何对待沉默中的 30 秒	(203)
4. 如何面对无人赞许	(207)

5. 如何争取最后的机会 (215)
6. 如何重视专业知识 (217)
7. 如何使游说尽于完美 (219)
8. 如何寻找顾客需求, 乘虚而入 (221)
9. 如何施展个性语言魅力 (225)
10. 如何运用初次交锋的要点 (229)
11. 如何运用 5 个 W 陈述 (230)
12. 如何在电话里介绍产品 (233)
13. 如何在工作中建立友谊 (235)
14. 如何把握独创性的 USP (237)
15. 如何准备打电话前的哪些资料 (239)
16. 如何把握话题——致命的钩 (241)
17. 如何为自己保留几分 (244)
18. 如何在电话中把问题谈透 (247)
19. 如何掌握业务电话中应注意的事项 (250)
20. 如何弄清楚自己要解决的问题 (252)
21. 如何克服模拟操作, 避免人为障碍 (254)
22. 如何掌握有效倾听的技巧 (257)
23. 如何把握对方的谈话要领 (259)
24. 如何用小的认同促成交易 (262)
25. 如何引发危机 (265)
26. 如何更能增加信任 (267)
27. 如何用选择成交法促使成交 (270)

- 28. 如何用误听试探法促使成交…………… (272)
- 29. 如何用缩小范围选择法促使成交…………… (274)
- 30. 如何引导拍板人说“是”…………… (276)
- 31. 如何用大送惊喜的机会成交法…………… (279)
- 32. 如何使用相对价格…………… (281)
- 33. 如何运用和博取同情的双向托底技巧…………… (284)
- 34. 如何运用绝不放弃的方法…………… (287)

第四章 与不同电话性格的拍板人谈判 …… (289)

- 1. 如何对待犹豫不决型的人…………… (291)
- 2. 如何对待恋眷不舍型的人…………… (294)
- 3. 如何对待爽快同意型的人…………… (297)
- 4. 如何对待悲观失望的人…………… (299)
- 5. 如何对待自高自大型的人…………… (302)
- 6. 如何对待蓄意敌对型的人…………… (305)

第五章 网络时代的电话业务 …… (309)

- 1. 情商, 哪条线更长…………… (311)
- 2. 电子在线的优势…………… (313)
- 3. 双线互补, 联袂出击…………… (315)
- 4. 电子邮件面临的诸多问题…………… (316)
- 5. 如何撰写才能配合电话业务…………… (319)
- 6. 发电子邮件不是做游戏…………… (322)

第六章 电话业务的收尾	(325)
1. 在电话中获得订单后	(327)
2. 拿到订单后该干什么	(328)
3. 发展同顾客的友谊	(329)
4. 是拒绝还是暴单	(330)
5. 调整暴单后的心态	(331)
6. 暴单电话的后续工作	(332)
 第七章 电话行销系统训练	 (335)
1. 快速学习成功原则	(337)
2. 第一天：绕障碍练习一	(341)
3. 第二天：绕障碍练习二	(346)
4. 第三天：绕障碍练习三	(353)
5. 第四天：与拍板人定约练习	(358)
6. 第五天：认同游说的练习	(365)
7. 第六天：时间效用的练习	(373)
8. 第七天：资料整理练习	(376)

第一章 绕障碍

1

当你面对障碍时

电话业务，目的就是寻找拍板人与之定约。多数情况下，我们不可能拿起电话就找到拍板人，我们也没有拍板人的详细资料，我们只能通过对方单位的职员、秘书、办公室主任等接线人的重重关卡，才会与拍板人取得联系。

为什么说是重重关卡？有些人以为简单地要求接线人将电话转过去，就可以找到拍板人。其实并不是这样。

一些公司和单位，在经历了各色推销电话的狂轰乱炸后，已经形成了习惯性反感和过敏的条件反射。他们一听到推销电话，就会本能地产生拒绝态度，或推托，或敷衍，或立即挂断。这实在是电讯业高速发展给电话行销带来的挑战。

也有一些单位，则采取专门措施，训练专职接线员，对电话进行过滤工作，由接线员应酬各类电