

★★★★★
美国亚马逊五星图书

AMACOM
A Division of American Management Association
美国管理协会销售经典

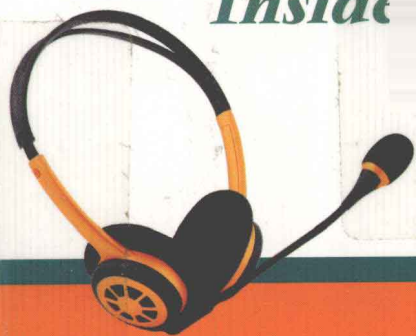
电话和网络 销售技巧

SMART SELLING

on the **PHONE**
and **ONLINE**

Inside

Gets Results



[美] 乔西安·费根 著 安定 译

销售2.0时代来临！道破销售本质，直击销售核心！

 经济科学出版社

电话和网络 销售技巧

SMART SELLING

on the PHONE

and ONLINE

Inside Sales That Gets Results

[美]乔西安·费根 著 安定 译



图书在版编目 (CIP) 数据

电话和网络销售技巧 / (美) 费根著; 安定译. —
北京: 经济科学出版社, 2011. 10
ISBN 978 - 7 - 5141 - 1038 - 8

I. ①电… II. ①费… ②安… III. ①销售 - 方法
IV. ①F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 186739 号

责任编辑: 周胜婷
责任校对: 刘 昕
技术编辑: 王世伟

电话和网络销售技巧

[美] 乔西安·费根 著 安定 译

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行电话: 88191613

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京东海印刷有限公司印刷

710 × 1000 16 开 18.5 印张 240000 字

2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 1038 - 8 定价: 42.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序言

吉尔·康耐斯^①

我的销售生涯是从出售施乐复印机开始的，当时每周都要打30~50个没有事先预约的电话。每天早上，我都驱车直达属于我的销售区域挖掘新客户。作为明尼苏达州人，我能切身体会到无约电话意味着什么。即使在零下20度的酷寒下我也经常上门推销，凛冽的寒风也不能使我的工作热情降温。敲开客户公司的大门就是推销自己的产品。那时，如果不能与客户面对面地交流，你的产品就销售不出去。

25年后的今天，销售流程发生了根本性的改变。工作繁重、日理万机的公司决策人把时间视为最宝贵的财富，他们不希望销售人员坐在他们的对面喋喋不休地介绍产品优越性能。

因此，他们为自己构建了一个可以免受打扰的坚固堡垒。他们拒绝会见打推销电话的人，他们也很少接听此类电话，而是把所有来电转接到语音信箱，而且很少回复推销电话和信息。一般的销售人员发现，他们一般很难直接联系上决策人，发送要求约见客户的短信息也很少得到回复。

^① 美国销售战略专家，著有《速售：“忙人”客户必杀技》（中华工商联合出版社，2011年1月版）——译者注

每个人对此或许都深有体会。互联网泡沫时代之后，我自己的公司倒闭了。后来，我又组建新的公司。在当前商业环境下，我掌握了企业在夹缝中生存的技巧。《大公司销售策略》是我为外部销售人员和企业家扩大业务而创作的。

电话和网络销售需要有专门的技巧，但很多销售人员并没有真正地掌握。以下是我对他们奋斗历程的总结：

- 缺乏客户的信息，因此难以吸引公司决策者的注意力。
- 与错误的决策人保持联系，而自己并没有发现，这会留给竞争对手一个盈利的机会。
- 忙于与客户建立私人般的信任和关系纽带。
- 销售滞后，因为他们不知道怎样有效地利用技能，并把技能有效地用于日常销售工作中。
- 需要管理大量的客户数据库、潜在的销售机遇和推动销售进展的相关任务。
- 联系和维护有潜力的客户，以确保第一时间掌握他们的动态。
- 以为成交的希望渺茫，而且没有制定一份合理、科学的销售流程。

正如你所看到的，电话和网络销售对任何人来说都困难重重。10年前，一些公司就开始着手建立一支专业的内部销售团队来扩增甚至取代直销人员。这些内部销售人员夜以继日地处理销售问题，然而却面临着严峻挑战。

内部销售人员想要获取成功，就需要掌握独特的或者与职业相关的技巧。我认为，TeleSmart 通讯公司的总裁乔西安·费根就是一位销售专家。她为内部销售团队量身定制了销售培训方案，帮助他们学会“如何在打电

话的同时思考和谈话”。或许你会感到滑稽，但是如果你像我一样，曾经被客户无数次的拒绝，你会明白这种技巧会有多重要！

3年前，我第一次打开乔西安·费根的博客，就立即被她关于内部销售团队工作的鲜明观点吸引。她是早期有关销售方面的博主之一，她的博客风格清新、坦诚。我发现，她的策略和技巧对销售成功至关重要，可100%攻克销售难关，而且是为内部销售人员量身打造的。

很少有人能够挑战我的观点，但是乔西安却能做到。我喜欢她的关于如何积极追踪目标客户、与客户保持密切联系和保持销售量的新观点。她关于怎样合理安排自己混乱的工作时间和怎样在竞争中获取优势的理论也非常有价值。我很钦佩她提出的实用技巧，这些技巧能够帮助你有条不紊、循序渐进地实现目标，完成自己的销售计划。在这本书中，她运用了独特的风格，巧妙地引导你成为一位精明而成功的销售人员。这本书就是你的好朋友、好军师。

内部销售经历了很长的路，大约20年前，我参加了“电话通信”的活动，那时，电话刚刚兴起，网络还没有问世。尼尔·雷克汉姆和约翰·狄温森提斯创作了《销售的革命》(McGraw-Hill, 1999)，这意味着专业销售诞生了，例如，如何安排约见客户、起草销售协议。但是我相信他们并没有想过，在过去的10年里，内部销售会变得这么重要、多产，而且能够带来巨大的利润。

如果你的公司设有内部销售组织，他们主要的工作就是为客户提供服务。为适应今天的发展，提升他们的销售技能势在必行。如果高成本的外部销售团队想要知道他们怎样才能减少差旅费用，这本书也会为他们提供帮助。

祝你获得销售的巨大成功！

鸣 谢

在此我特别感谢内奥米·卢卡斯，是她发现了我湮没在废墟中的真实声音，并为我提出建议和指导。我也特别感谢美国管理协会（AMACOM）的编辑鲍勃·尼尔卡恩德，在他帮助出版我的书之前，我对他一无所知。

在此我真心地感谢格温·瓦格纳——我的缪斯女神、合作者，她也是我所遇到的最有才华的指导设计师。我真心地感谢玛莎霍姆斯这些年来为我奉献的才能和智慧。我也要感谢我的启蒙老师布赖恩·威尔逊和莎伦·马克斯，他们分别教会我销售的经验技巧和销售中的培训、如何与客户交流。

内部销售空间充满了挑战和竞争，我非常感谢我从事电话工作的伙伴——萨里·杜比和安尼克·西里，他们为我的工作和生活带来了无限生机和欢乐。在写作这本书时，有个庞大的队伍在支持我——我的顾问专家团队——他们总是默默地站在我的身后，用他们广博的知识和独特的见解为我提供一个个解决难题的锦囊妙计。特此感谢珍妮特·鲍斯、安迪·克瑞克、艾雷尼·科恩、克里斯·罗林斯、米奇·斯图尔特、特雷西·沃尔顿、谢尔曼·胡、本杰明·纳克巴尔、帕布罗·拉德和雪莱·达文波特。

我觉得我是非常幸运的，因为我拥有世界上最优秀的客户；他们对我所有的工作给予充分的信任和支持。感谢我的内部销售勇士、管理人员和所有培训的参与者，他们远道而来听我的讲座，并学习和阅读我的博客，他们支持我提出的新技巧和观点，并在实践中尝试使用，没有他们，我就不能取得今天的成就。我保证我会时刻为自己注入新鲜血液，与时俱进、紧紧把握时代发展的脉搏。

我非常感谢我的家庭，特别要感谢我的两个妹妹，她们是我生命的全部。也感谢我的老父亲西德尼·施莱琪，他教会我读书识字。特别感谢我所有的挚友亲朋，在读完这本书后，他们现在更加理解我所做的一切。最后要感谢我的女儿布莱恩，她温暖了我的心房，是我向上的动力。

前言 我仅仅用了4分钟！

你刚刚从销售启动大会上返回办公室，就被公司的产品、设备、制度和
技术信息包围。你同各领域的合作伙伴打成一片，为完成公司指定的任
务奋力“厮杀”。你非常兴奋地看到你们的内部销售团队圆满完成了过去
一年的所有任务——然而，你却发现在新的一年，经理为你们提出了更
高的工作要求。此时，你回到你的小隔间内，面对一台电脑，高分辨率
的显示器，一部手机和一部台式电话。你的推销电话一个个被拒绝，也
没有人回复你的电子邮件，销售渠道好像是“死路一条”，你感到有些惆
怅迷茫，也有一些疲惫，你想离开出去透透气。打电话时，你总是听到：
“不用了，谢谢，我们公司不需要……”或者是“等下一季度你再和我联
系吧”。那么，在你的闲暇时间打开这本书吧。

恭喜你！你已经迈出成为一个精明的内部销售代表的第一步，并会
成为一个机智的销售2.0勇士，而且会远离忙碌、拥挤的工作人群。阅
读这本书，利用书中的销售信息，你不仅能在行业立足还能在此领域蓬
勃发展：你将学会如何介绍自己并能使用这种介绍吸引客户的关注；怎
样避免无订单并与有实力的客户建立业务关系；怎样展示你真正的销售
能力；怎样面对客户的拒绝并把危机转化为机遇；怎样作出健全精确的
销售预测。

最终！这本书为满足你的需要而创作

无论你是从事内部销售、电话销售、业务研发、业务拓展、资格认证或售后工作，还是一周内漫无目的、心不在焉地拨打客户电话，加班加点地花费 50 个小时，却仅得到 4 分钟的回答。如何利用这 4 分钟，这本书会告诉你答案。

如果你是一位日理万机的经理人，每周都要和你的内部销售团队开会，你一定很想知道是什么影响员工们拨打电话的动力，本书就是为你而创作的。

如果你有一个内部销售团队能够帮助你提高销售量和确认线索资格，你一定希望他们得到快速的技能培训，那么，本书就非常适合你。

一些销售人员潇洒地打着高尔夫，但同时办公室里摆满了巨大的奖杯；而另一些销售人员的名单却常出现在“耻辱墙”上。如果你对此倍感困惑，那么，这本书也非常适合你。

在今天的销售 2.0 世界里，强大而全面的十步销售体系包括了内部销售勇士们必须掌握的十种基本技能，以有效地进行电话和网络销售。内部销售人员以他们自己的方式追逐销售的波峰。这本书为你提供了有效的销售技巧，你需要做的是将技巧应用于实践。

销售 2.0 世界的销售

大约 10 年前，客户还会希望外部销售代表亲自到自家公司拜访。而在今天，经验丰富的销售代表已经在争做企业电子商务（B2B）的销售明星。内部销售人员这个曾经被忽略的销售群体，已经改变了传统意义上的销售。

如今商家利用内部销售团队可创造公司 50% 的利润。内部销售人员开发和维护客户凭借其顶级的销售技术，给世界知名公司的董事长、副总裁和决策者打推销电话。他们是业内精英，受过良好教育，了解各国文化，业务谙熟，而且拥有极为丰厚的收入，通过电话和网络销售赚取数百万的利润。

今天，市场、经济和竞争氛围使得销售领域更加复杂而又难以预测。这就意味着市场中的每个元素都处在千变万化之中，随后公司提供更多的工具、技术和体系以帮助加速销售循环和提高效率及生产，销售代表们完美地结合公司提供的有力工具、技术和体系，将其打入销售的流程，并且能赢得“销售骑士”的称号。

试想一下：内部销售人员每个星期平均拨打 200 个电话，发送 200 封电子邮件，还时刻面临被拒绝的风险。作为一个销售人员，每天在拥挤的小隔间内，与一部电话一起孤军奋战，有时候你会感觉到孤独、失意和迷茫。而这本书会成为你真诚的朋友，在小隔间内与你朝夕相处，或许时隔不久，因为这本书的帮助，你就会发现自己今非昔比，例如，具有了自己独特的打电话开场白，或是创建了一份新颖的电子邮件模板，或者你会绝处逢生——困境转化为一片光明前景，拒绝电话却意外达成了交易。

我创作这本书的原因

我认为内部销售人员能够做到从公司内部到达外部市场，从办公室的小隔间到洞悉客户的消费观。销售勇士们已对销售培训感到身心疲惫，对书海里的销售策略倍感厌倦。当人们误解他们，认为他们是微笑着拨打电话的“运动员”——“锲而不舍地打电话而又被拒绝伤害得遍体鳞伤”的同时，他们愤怒了。这本书反映了整个销售工作的构架：作为培训老师要传授给内部销售代表的销售技能；作为教练要知道怎样在最短的时间内达到最佳业绩，并指出个人的不足和提出正确建议；作为顾问要成为内部销

售人员的解惑者；作为思想领袖要预测市场和行业的发展动态；作为倡导者要相信内部销售组织是世界上最具才华的销售队伍；作为前任内部销售代表和企业家要懂得言必行、行必果，也要懂得怎样白手起家。

历经 15 年风雨，我创建了 TeleSmart 通讯公司，它是一家以洛杉矶为根据地的全球性培训机构，专门从事内部销售人员培训和咨询的业务。针对全球飞速增长的内部销售团队，TeleSmart 公司推出了“十步技能培训体系”，其连续被业内人士誉为销售方法的“旗舰”。大约在 25 年前，我就赢得了最具影响力和发展潜力的世界 1000 家高科技企业的部分市场。我增加了 100000 个团队和经理人来验证 TeleSmart 的方法论。

我也花费了 5000 多个小时参加销售培训，观察内部销售代表的工作，聆听双方的谈话。我们了解了你这些方面——你的工作态度、你的语言、激励你前进的因素、你的恐惧，你怎样做会无意识地破坏自己的成功。通过研究，我们了解到你的客户或者潜在客户，他们在另一端坐在办公桌前查看电子邮件、来电显示，而不是拿起电话与你联系。我相信销售 2.0 的前景会改变许多事情，包括传统的销售规则。

本书并不是为你安排的家庭作业：我知道你不会有很多的额外时间！本书是为你在工作时阅读和消化创作的——日常灌输销售技巧和解决方案，可以达到立竿见影的效果。我知道你没有耐心一口气把它读完，或者你可能会直接阅读第九章——“成交”，但是我建议你从头开始，有始有终。这是因为，每项技能都是循序渐进、步步为营的，去掉中间的环节，结果会有很大的不同。每一章提供大量的实用方法、新鲜的主张、动态信息以及洞悉你会这样做事的原因和客户做事的风格。其中也包含电话和电子邮件的销售方法，这种动态组合是今天的内部销售勇士们喜欢采用的方法。

关闭你的通信名单、停止发送信息、关掉电子邮件，去会议室，在老板可能允许的时间范围内，忙里偷闲阅读此书。

欢迎来到内部销售勇士俱乐部！我们已经为你准备好了一切！

本书导读

《战无不胜的内部销售》是 TeleSmart 公司关于技能销售的一本全面的培训指导手册：通过这些基本技能，你会获得成功。本书每一章都信息丰富，所包含的每个技能都能创造丰厚的利润。本书为你展现了一幅巨大的图景，所展示的内部销售周期一览无余——因为设计的这些技能配合整个销售周期，并不仅仅是一个独立的部分。本书将指导你在全新的销售 2.0 世界勇敢地运作销售方案，而且会改变你曾经的销售风格。

花费一点儿时间打开这个“饭后甜点”书目，仔细阅读每个章节——这是为你如何赚钱而精心打造的，它能帮你成为一个无敌的销售人员。

第一章 时间管理：工作动态控制

任何公司都会了解内部销售为公司带来的巨大利润，而公司老板希望所有销售人员保持他们的最佳战绩。因此公司会为销售人员提供大量的网络销售工具和销售技巧。但事实上，你会淹没在这些数据海洋里，各种新的网络销售工具让你眼花缭乱。搜索其他工具时，因为系统不同而造成电脑瘫痪。在商业机会面前，你希望能够合理地安排时间，高效地工作，但是总感觉时间不够用，而且工作起来没有精神。面对这些问题，这本书一开始就提出了时间管理的方法。在这一章中，你将学会：

- 结合你所在区域的销售安排，根据日常工作建立一份销售流程图表
- 每天保持拨打数小时电话，即使遭到客户的拒绝
- 在拨打电话之前，制定一个通话的目标
- 学会说“不”，精力保持集中并学会敏捷快速地工作
- 节约时间并保持精力集中的7种方法

第二章 介绍：用简短有力的语言销售

你有未接来电吗？这是电池的原因还是耳机的原因？或者是自己的原因？事实上这不是你自己的原因，而是因为你在一个吵闹、拥挤、步履匆匆的市场。另一方面，忙碌的决策者害怕市场风险，对销售人员缺乏耐心，并常常拒绝你打来的推销电话。但是电话和语音邮箱是可以利用的。怎样让自己的留言在超负荷的收件箱和电话系统里脱颖而出呢？在这一章节中，我们将学会：

- 掌握销售 2.0 如何影响电子通信
- 电子邮件和语音邮箱信息相辅相成，而且要有生动简短的介绍
- 在电子邮件中的重要信息
- 在电子邮件中如何让自己确立优势
- 开始打电话或者与客户开始谈话时，要有一个强有力的开场白
- 在努力开发业务时，大量地接触客户是非常有必要的

第三章 探索：避免与没有实权的客户联系

你的销售没有成功，因为你一直和一位没有实权的决策者保持联系，当你意识到这一点的时候已经太晚了。你以为客户会购买你的商品，他们有一定的权力，他们了解并喜欢你的产品，他们许诺看到产品的综

合分析后他们会购买，他们甚至要求你重新设计你的提议，但是当你充满热情地等待回应时，最后等来的是失败。事实上你们正在与一个没有权力的人联系，他们没有权力，也不会下达采购订单。这是在权力方面得到的教训——权力是隐藏的，移动的，无形的——你会从中学到经验。

- 为什么我们喜欢和没有权力的人联系，为什么我们会一直保持联系
- 识别没有权力的人的10种方法，并且教你怎样才能避免这种情况发生
- 建立组织结构图，帮你发现权力所在
- 识别一些前台人员，他们会帮助还是破坏你的销售
- 了解正在实施的政策，这会影响公司的决策流程

第四章 提问：建立信任，一次解决一个难题

你是否发现自己长期与一个电话保持联系，竟然忘记问一些重要问题？当电话接通时，你仅仅有数秒钟的时间，你问什么样的问题会迅速地推进事情的发展并赢得更多时间？强有力的提问技能会帮助你掌握对通话的控制，并引导销售走向成功。这些技能至关重要！当前的情况是客户已经对销售人员提出的问题失去了耐心——他们已经对相同的问题感到乏味并对过时的销售策略不屑一顾。我们要在深度上研究提出问题的技巧，并教你通过轻松提问获取重要信息，挖掘出客户潜在的需要，通过一个有力的计划方案引导销售方向。在这一章中，你将会学到：

- 了解有效地提问的次序、策略、风格、结构和标准
- 推销与倾诉的不同之处
- 使用建立的资格标准，来组织你提出的问题

- 学习分析质疑的技能
- 集中制定你需要答案的问题

第五章 聆听：让假设和怀疑静静走开

如果你认真地聆听客户的回答，你会理解：客户会厌倦销售人员告诉他们需要的是什么，客户对有任务压力的销售代表们的歪曲解释感到气愤。销售代表很少真正地关心客户，他们更多关注的是预约见面或者销售的成交。他们像你一样，需要一个解除他们压力和负担的供应商！唯一的方法是积极地聆听，然后发现他们的“症结”所在，无论他们是不是权威人士。聆听并不意味着只是听喜欢听的信息或者仅仅是一种交流的方式，而是意味着积极地聆听要更深层挖掘客户的信息，推动销售的进展。这一章讲述了积极和主动聆听的方法和技巧，鼓励销售人员凭借直觉思考，并通过聆听探索出新的销售机会。把你聆听到的重要信息记录下来！在这一章中，你将学会：

- 使用完整的数据并整合网络、笔录和文件巧妙地应用到探索客户需求中去

- 针对客户“病痛”的提问技巧
- 通过精确地提问和阐释积极地聆听客户的回应
- 打电话时，面对挑剔的客户，自己要充满自信

第六章 联系：向有实力的客户做推销

你准备与有实力的购买方通话吗？或者你花费了大量的时间和精力与一位没有实权的客户联系，这样做你无意识地破坏了自己的成功。如果你

与一位有权力的购买方联系结果会如何呢？如果不采用正确的方法，日理万机的负责人不会理你。没有引起客户关注的销售代表，会很快地被客户拒绝。但是你怎么吸引他们的注意力？他们想听到的是什么呢？你告诉他们什么信息，他们会感兴趣？在这一章中，你将学会：

- 联系有影响力的人
- 通过电话和电子邮件认识有权力的客户
- 与公司最高决策者们联系时应该如何融洽地处理关系
- 求助“A-级”影响力的人——行政秘书
- 通过组织结构图定位有实力的客户，并了解隐藏的权力
- 对公司不同职务的人，使用不同的语言和信息
- 每日要肯定自己，提高自尊心和自信心

第七章 产品演示：表现自我的时刻！

当今时代，忙碌的决策者们没有时间打开你发送的电子邮件的附件，或者坐下来参加一个长时间的网络会议。然而参加网络会议的人数却在成倍地增加。网络产品演示成为销售中最为重要的环节，尽管有些幻灯片的产品演示很快被客户拒绝。这一章讲述了各种产品演示的方法，并为你提供网络/视频会议的基本要素和其他网络销售工具。无论召开5分钟的电话会议或者30分钟的网络会议，你都可以完整、顺利地进行。在这一章中，你将学会：

- 设计和提供高效的在线、网络、视频演示和展示
- 选择使用幻灯片帮助你进行销售
- 结合你的产品或者服务简洁地教导、激励并影响你的客户