

有礼才有单，小礼成大单

生客 卖礼貌

熟客 卖热情

一本书学会销售礼仪

礼仪培训专家 李国辉◎著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

有礼才有单，小礼成大单

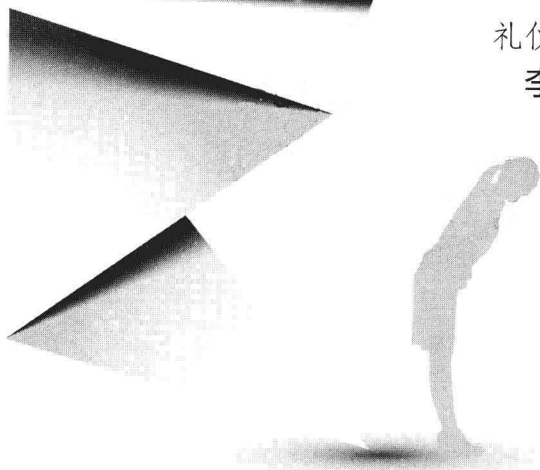
生客卖礼貌

熟客卖热情

一本书学会销售礼仪

礼仪培训专家

李国辉◎著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

面对客户，如何在第一时间树立形象？介绍商品，如何提高客户的兴趣？商务谈判，如何掌握说话的分寸？觥筹交错，如何促成签约意向？举手投足，如何让客户对你陡增欣赏，进而愿意进一步合作？……种种疑问是时时困扰销售人员的问题，也是金牌销售员业绩飙升的秘密。

本书围绕上述问题展开，以销售流程为线索，先后对电话预约、当面拜访、商务谈判、酒会应酬等过程中需要注意的礼仪要点进行逐个解读，并有话术示例和专家支招，帮助读者在与客户的交流中巧用礼仪，赢得尊重和信赖，从而提升销售业绩。

图书在版编目 (CIP) 数据

生客卖礼貌 熟客卖热情：一本书学会销售礼仪 /

李国辉著. —北京：机械工业出版社，2012.11

ISBN 978-7-111-40059-2

I. ①生… II. ①李… III. ①销售—礼仪 IV.

①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 245270 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑：廖 岩 责任印制：乔 宇

三河市宏达印刷有限公司印刷

2012 年 11 月第 1 版·第 1 次印刷

180mm×250mm·14.75 印张·1 插页·213 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-40059-2

定价：38.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售一部：(010) 68326294

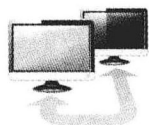
机工官网：<http://www.cmpbook.com>

销售二部：(010) 88379649

机工官博：<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版



前言

PREFACE

销售是世界上最具挑战性的职业之一，谁能在销售中游刃有余，谁的人生就会有美好的前景。有调查显示，世界上 80% 的富翁都曾经做过销售员。在商品呈现多元化、客户选择余地极大的今天，销售人员如何在激烈的竞争中，赢得客户的信任、成功签约呢？答案是注重销售礼仪、礼貌，用热情去销售。

销售行业有句俗话，叫“生客卖礼貌，熟客卖热情”。这句话很好地表明一个观点，那就是对待客户要礼貌热情。常言说得好：“礼多人不怪。”作为一名销售人员，不但要更多地表现出礼貌，而且要正确地表现礼貌。这样才能让客户感到受尊重，感到愉悦，从而对你产生好感和信任，继而愿意购买你的产品、与你合作。

为什么对生客要礼貌呢？因为生客与你不熟悉，初次见面，他们通常会以你的外在表现来判定你是怎样的一个人。比如，通过你的着装，判断你的能力；通过你的谈吐和举止，判断你的素质。如果你在这些方面不注意，对生客有所怠慢，那么就很容易失去对方的信任。所以，在与生客打交道的时候，要牢记俄国思想家赫尔岑的一句话：“生活中最重要的是礼貌，它比最高的智慧，比一切学识都重要。”

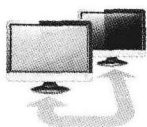
为什么对熟客要热情呢？因为很多销售人员认为，都是熟客了，彼此都熟悉了，所以想当然地省略了很多礼貌环节，省略了嘘寒问暖，省略了微笑、握手等礼仪环节。其实这种做法对销售非常不利。因为人的感情是非常微妙的，熟客也希望被尊重、被热情招待。如果你认为熟客是你的老客户，跑不掉的，而对他不冷不热，那么你可能失去再次与之合作的机会。所以，在与熟客打交道的时候，你需要牢记法国作家梅里美的一句话：“礼貌经常可以替代最高贵的感情。”

很多销售员总希望掌握一套放之四海皆准的销售技巧，其实，最好的销售技巧是礼仪、礼貌，尤其是在细节上注重礼貌。因为良好的礼仪能体现销售人员的素

质，能有效地减少人际交往中的摩擦，最大限度地避免与客户发生冲突，使销售成为一件愉快的事情。

销售人员应该牢记，礼仪、礼貌要贯穿销售的每一个环节，包括与客户通电话、与客户见面、与客户共餐、与客户谈判等；销售人员应该牢记，礼仪、礼貌要运用到每一个销售细节，包括穿着、打扮、握手、说话、站姿、坐姿等。只有在这两方面始终如一地注意礼仪、礼貌，才能赢得客户的好感、信任和合作。

《生客卖礼貌 熟客卖热情》一书阐述了礼仪在销售中的重要作用，围绕整个销售过程中的不同礼仪规范、标准和细节，对销售人员可能碰到的常见的各种问题进行了详细的解析。全书注重从细节入手，通过销售中的情景再现，多角度、立体地展现了销售人员应该具备的礼仪。书中穿插了大量销售礼仪不当的故事，生动形象地诠释了为何某些销售人员业绩不突出、签单不成功，在此基础上给销售人员提供实用的建议。



目 录

CONTENTS

前 言

第一章 掌握电话礼仪，一线价值万金

1. 打电话之前做好充分准备 | 2
2. 选择打电话的恰当时间 | 5
3. 拨通电话后说好最重要的前三句 | 8
4. 以最佳状态接打电话 | 11
5. 预约电话应礼节与高效并行 | 14
6. 为有疑问的客户提供简洁贴心的回答 | 17
7. 遭遇特殊情况的礼貌处理 | 21
8. 挂机之前有效提升客户满意度 | 24

第二章 讲究服饰礼仪，塑造专业形象

1. 销售人员着装基本准则 | 30
2. 根据身份选择合适的面料与款式 | 34
3. 销售人员商务正装与便装的注意要领 | 37
4. 鞋、袜、包等必要装备的搭配 | 40
5. 领带最好天天换，质量款式与正装相配 | 45
6. 其他小配饰的合理使用 | 48
7. 一些服饰绝不要在商务场合轻易穿戴 | 51

第三章 精心装扮仪容，维护自身“门面”

1. 整洁是客户心灵的第一块敲门砖 | 56
2. 头发的养护与修饰不容一丝马虎 | 59
3. 保持面部仪容清新，令客户感觉自然舒适 | 62
4. 细节与整体形象统一，五官修饰不可小觑 | 65
5. 讲究卫生要周到，别让小指甲坏了大事情 | 67
6. 参加重要活动，有必要进行专业化妆 | 70
7. 保持得体微笑，比任何妆容更显魅力 | 73
8. 好的精神面貌能让一切不那么糟糕 | 76

第四章 注重行为仪态，增加印象分数

1. 站：选合适位置，分男女姿势 | 82
2. 走：体态自然、神态自信、不疾不徐 | 85
3. 坐：入座轻、身摆正、坐姿端 | 89
4. 看：自然直视，不过分紧盯 | 92
5. 手：合理使用，动作不过多，幅度不过大 | 95
6. 出入电梯有秩序，迎来送往有风度 | 98
7. 递送、交换名片，配合礼貌言行 | 101
8. 保持礼貌距离，不表现得过分亲密 | 104

第五章 精通说话礼仪，保障沟通顺利

1. 玩转最基本的交际用语 | 110
2. 选择最恰当的说话时机 | 113
3. 发现客户感兴趣的话题 | 116
4. 合理控制沟通节奏 | 119
5. 巧妙转换沟通主题 | 122
6. 不唐突打断客户说话 | 125
7. 保持说话声音沉稳柔和 | 128
8. 多听多笑巧回应 | 131

第六章 巧用谈判礼仪，说服有理有力

1. 提前准备所需物品，绝不马虎大意 | 136
2. 组织合适谈判人员，保证谈判实力 | 139
3. 合理布置谈判场所，营造谈判氛围 | 142
4. 熟知商务礼节，掌握握手要领 | 145
5. 谈判桌前坐对座位，为谈判成功打好基础 | 148
6. 拒绝客户无礼条件，也要保持风度 | 151
7. 面对生气客户，更要保持理性和礼貌 | 155
8. 正确化解谈判僵局，不让僵局变结局 | 157
9. 无论谈判结果如何，都应得体结束 | 160

第七章 通晓餐桌礼仪，增加饭桌效益

1. 周到迎接每位客人，做知礼真诚的东道主 | 166
2. 席位安排是学问，心中有数临阵不乱 | 169
3. 宾客民族风俗要谨记，点餐之前问禁忌 | 171
4. 夹取食物干净利索，各种餐具运用恰当 | 174
5. 饭入口中不忘礼，练就一副好吃相 | 177
6. 适度关照年长客，邻座女宾礼周全 | 180
7. 喝酒敬酒讲究多，热情够高礼节也要讲 | 183
8. 小动作巧解决，切勿引起客户不悦 | 186
9. 临走结账安排妥当，恭送客户满意而归 | 189

第八章 关注公关礼仪，实现客户满意

1. 招呼只在瞬间，影响却能久远 | 194
2. 重视自我介绍，配合礼貌言行 | 197
3. 细观客户需要，及时提供周到服务 | 200
4. 提问应有“礼”有“距”，以免客户尴尬 | 203
5. 及时与客户互动，不让客户唱“独角戏” | 206
6. 巧妙提醒客户疏漏，争取印象加分 | 209
7. 适时结束拜访，不让沟通拖拉无序 | 211
8. 送礼更要讲“礼”，拉近客户关系 | 214
9. 成交并非生意结束，售后拜访稳住客源 | 217



第一章

掌握电话礼仪，一线价值万金

1.

打电话之前做好充分准备

精心准备本身就是一种礼仪，因为任何一次随意、随性的致电，都是对我们的客户极大的不尊重，谁都不会喜欢别人草率对待自己。

每个人都怕被打扰，怕别人浪费自己的时间，都会对不尊重自己的人怀有“抵触情绪”，我们的客户当然也是如此。因此，在给客户打电话的时候，要选择恰当的时间，尽可能避免打扰到客户，引起对方的反感。尤其当你准备给生客打电话时，更要注意这一点。

因为你不了解生客的个性，生客也不熟悉你，你的贸然来电如果碰上对方正处在烦恼或忙碌中，那么你在对方眼里就是失礼之人。在这种情况下，你所提出的任何想法，都很难被对方所认同和接受。

更为重要的是，由于对方是生客，你不能确定对方是否有决定权，是否是你想要的谈话对象，你也根本不了解他对你的项目是否有兴趣。你的盲目来电，会让对方觉得你毫无诚意，也不懂得尊重他，这本身就是一种有失礼数的行为，所以你的失败就是必然的。

因此，销售人员拿起电话前，一定要考虑这些问题，如：“我为什么要给客户打这个电话？我打算和客户谈些什么？面对客户的疑问我应如何应对……”诸如此类，必须做好充分的准备。俗话说，“不打无准备之仗”“有备而无患”，就是这个道理。

由此看来，电话销售的要求远远不只是正确拨通电话号码就可以的，充分的准备会让你表现得有礼貌，这一点在拜访生客的时候尤其重要。有“礼”有“备”才是叩响成功销售之门的“金钥匙”。如若不然，就会像下面这位销售员一样，吃足客户的“闭门羹”。

刘强是某公司的一名业务员，在公司里不可谓不敬业，公司规定每天要给准客户打15个拜访电话，而小刘每天至少能打25个电话。然而，他的业绩却有些不尽如人意，甚至不如打电话数量远远不如他的王铭。

这是为什么呢？从小刘的一次电话销售就能看出其中的端倪。

小刘给一家公司的老总打了几次电话，这是一个新客户，小刘非常重视，可是每次电话接通总是被告知老总不在。有一天，当他再次拨通那个号码时，他又像之前一样表达自己的想法。

小刘：“您好，我找×总。”

客户：“我就是，请问你是哪位？”

一听说是×总，小刘顿时没了主意，反倒不知道该说什么了，整个人都显得十分紧张，声音也明显地颤动着……

小刘：“啊……啊……您就是×总啊，我是××公司的小刘，我打电话给您就是，啊……就是……”

一阵语无伦次的表达，连他自己都搞不清楚自己讲的是什麼，也不知道该问些什麼问题，他甚至紧张得忘了自己打电话的目的。

客户：“我很忙，以后再说吧。”

小刘还没缓过神来，就听见电话里面传来了“嘟嘟”的忙音。

沟通是每个销售人员在入职时就要求具备的基本能力，大多数销售人员也自信满满，觉得自己在这方面很优秀，但很多时候他们的电话还是被客户“无情”地挂断了。这是为什么呢？是沟通技巧出了问题？当然不是，问题的关键就在于他们不以为然的礼仪，有“礼”才能行遍天下。

也就是说，在给生客打电话之前，要做足准备工作，并尽可能表现出礼貌，才有可能赢得对方十的好感和信任，才有可能顺利达到销售目的。如果你没有把准备工作做好，没有有的放矢，结果就会像上面案例中的小刘一样，使电话沟通以失败告终。

充分准备就是对客户最高的礼遇，谁都不会对一个懂礼之人漫不经心。那么，在打电话之前，销售人员在做好充分准备的同时，应该注意哪些礼仪问题呢？

◎ 做好心理准备，重视每位客户及每次通话机会

心理上不要有松懈情绪，以为接电话的不是重要人物，就可以随意怠慢，以为本次通话没有找到关键人物，就可以随意搪塞，这样对别人是不礼貌的，也是对自己不负责任的表现。成功往往来源于一些礼貌细节的累积，因此，在你拨打每一通电话之前，都必须有这样一种认识，那就是你所拨打的这通电话很可能就是你这一生的转折点或者是你的现状的转折点，你必须抱着十二分的诚意去重视它。有了这种想法之

后，你才可能对你所拨打的每一通电话持礼貌态度与对方交谈，并且将这种友好的态度传递给客户，从而与客户产生共鸣，引起对方的重视。

重视、诚意、认真、负责以及坚持，对于客户来说，才是最有价值的见面“礼”。

◎ 要目的明确，尊重客户的时间

漫无目的地闲谈，对生客和熟客都是最不礼貌的行为，也是最惹人嫌恶的举动。因为浪费客户的时间，就是对客户最大的不尊重。因此，在拨通电话之前，一定要清晰地理出本次通话的目的，比如，第一次给生客打电话是为了争取见面的机会，而第二次、第三次以及以后的电话都会有不同的目的，有的是向客户介绍服务，解决客户的疑问，有的是进一步与客户沟通操作的策略等。

目的不同，所要准备的内容也会有所不同。作为一个成功的销售人员，最应该遵循的就是，打每一个电话都要有明确的目的，这样才能为客户节省时间，提高交谈的效率。

◎ 专业精通，为客户提供最有效的解答

电话销售最大的价值就是，通过解答客户的疑虑，让客户简明地了解你的服务或者产品，从而实现最终的合作。因此，销售人员在打电话（尤其是给生客打电话）之前，必须在专业知识方面有充分的准备，以便准确、细致地回答客户提出的每个问题，让客户感觉到你的专业性，对你产生良好的第一印象，从而对你产生信任感。

小沈是一家汽车配件公司的销售员，他在电话里向一名生客推销自己的产品时，对方问他：“你们的配件通过了哪些国际认证？”小沈说：“当然是最权威的认证了。”客户：“那你能举例说一下吗？”小沈：“哦，那您等一下，我去拿资料，马上告诉您。”结果，电话被挂断了。

试想，作为一名专业的汽车零件销售员，连最起码的专业知识都不懂，客户还会信任他会为其提供更多的专业服务吗？因此，专业方面准备不充分就去打电话，就是对客户的不负责，就是对客户最大的打扰，是既不合情、又不合“礼”之事。

只有专业、专注，才能打动客户，让他们真正放心你的推销。

◎ 准备好客户档案，及时、准确地说出客户的信息

一接通电话，你就能准确地叫出客户的名字、称呼及职位等；当客户一说出某个问题，你就会告诉他上次你是如何回答的，让客户及时从你的提醒中想起上一次的通话内容……这是什么感觉？这肯定让客户感觉到你对他的重视。

反例 | 小葛再次接通×公司的电话，当对方问他找哪位时，他说：“我找一下林副总。”对方：“你打错了，我不姓林。”“啪！”电话被挂断。

因此，在与生客通话之前，不妨准备纸笔，以便将重要的客户信息记录下来。待到下次再通话时，你就能准确地说出客户的信息。每个人都期待自己在他人心中有独一无二的位置，如果客户感觉到他在你心中的分量很重，自然对你的提议也会格外重视。

正例 | 电话接通，小乔亲切、自然地说：“李总，您好！上次您说让我这周二再给您回个电话，进一步谈一下合作事宜，今天刚好是周二，不知道您现在是否有空，我们好好聊聊！”小乔的言语充满了热情。李总笑呵呵地说：“当然、当然，难得你对我们的约定还记得这么清楚。”

2.

选择打电话的恰当时间

打得早，不如打得巧，在恰当的时间给客户打电话，既可以降低被对方拒绝的概率，也可以让事情顺利地进行下去，这也是对他人尊重的一种体现。

每个人的工作时间、生活习惯都不同，因此你要选择一个对方心情好并有空的时段去电，这样才能保证对方既不烦你、又有时间和你沟通。为了做到这一点，致电之前的充分准备就帮了你的大忙，因为根据客户档案资料，你才能分清到底该什么时候拨通他的电话。

通常情况下，不同职业类型的客户，其作息时间也不同，自然适宜致电的时间段也应有所区别，如表 1-1 所示。

表 1-1 不同类型客户的作息时间安排

客户职业类型	适宜致电时段
普通员工	应尽量避免在周一电话拜访,因为公司周一通常会安排例会等,通常都很忙,此时致电很可能找不到人
财务工作者	应该尽量避免在月底拜访,因为月底各个公司都忙于结账、报税等,此时财务工作者最为繁忙,加之财务工作需要与大量数据打交道,最忌讳中间被打断,此时去电无疑会招致对方反感
咨询人员	一般上班时间比较繁忙,需要接待大量来访人员,因此最好在午休或者下班之后与之联系
私营业主	电话拜访时间安排在上午 10~11 点、下午 4~5 点就比较合适,因为上午 8~10 点他们忙于开门营业,下午 2~4 点他们忙于手头的事情,很可能无暇接电话
公务员	上班时轻松,适合联系,下班时也可以联系,但是公务员习惯午间休息,因此,午休的时候最好不要联系
学生或老师	上课时间打电话他们也无法接听,上学前、放学后打电话比较恰当
医生	上班时比较忙,一般午休,下午下班后联系比较方便
律师	上班时比较忙,中午午休,下班后联系比较方便
公司领导	下班之后或者晚上应酬多,上班时联系反而更合适
年长已退休者	一般没有太大的时间限制,不过打他们的家庭电话好过打手机

掌握了你的客户的职业特点之后,再以此为依据,进行致电,被拒绝的概率就会大大降低,毕竟没有人会毫无原因地对别人的致电产生厌烦。只要你没有碰触到他们的“禁区”,对他们礼貌和热情,成功的概率就会大大提升。

否则,就会像下面这位销售人员,白白错失了一次拿大单的机会。

苏珊是一家计算机公司的业务代表,工作勤勤恳恳,就是性子有点急。有一次,她的一位老客户透露给她一个重大的消息,说是客户的一个朋友要采购一大批个人计算机,用于公司办公,且正好苏珊所在的公司有这个型号的计算机。

苏珊一听这可是一个天大的好消息啊,对那位老客户是千恩万谢,之后,便迅速拿起电话拨通了对方的电话:“喂!请问是××公司吗?我是×总介绍来的,说是贵公司要……”还没等她说完,对方就十分生气地说:“你打错了,我根本不认识×总。”随即挂断了电话。

苏珊一头雾水,心想:“×总是不会告诉自己一个假消息的啊!对方怎么会说不认识他呢?”

实际上，×总并没有告诉苏珊假消息，对方和×总也的确是多年的好朋友，只是苏珊忘了，当时人家告诉她的时间已经是晚上7点多，而她想都不想就拨通对方的电话，那时对方正在与一位重要客人就餐，她此时去电，突然打乱了人家的气氛，你说对方能不生气吗？在这种场合下，会和她谈生意吗？

俗话说，心急吃不了热豆腐，在做任何事情之前都应该考虑一下，看是否合适、可行。任何冒冒失失的举动，都不会被对方接受，更何况电话沟通本来就是隔着很大一段距离，对方无法第一时间感受到你的表情，无法判断你是善意还是恶意。尤其与生客打电话时，更应该注意致电的时间，避免打扰对方，引起对方的反感。

选择恰当的时间打电话，不仅是电话营销的一种技术层面的要求，更是考验一个人是否懂礼数的重要的标准。一个不懂得尊重对方时间观念的人，往往对自己的时间安排也不会太周到，试想，有谁愿意与一个对时间漠视的人打交道？

确定一个恰当的时间去电，是叩开客户心灵之门最好的“礼物”，所以当你决定给客户去电时，首先应确定此刻打电话给对方是否合适，也就是说，要考虑此刻对方是否方便听电话。充分为客户着想，也是销售礼仪的重要课题之一。

因此，在选择恰当时间之前，应该注意以下几个礼仪方面的问题。

◎ 电话造访尽量避开对方的私人时间

每个人都希望自己的私人空间和时间受到尊重，在工作之余希望有一定的时间享受家庭、休闲时光。如果销售人员在这个时间段拨通客户的电话，那无疑是碰触了对方最不愿意让人打扰的部分，其效果可想而知。

李总经营一家房地产开发公司，平日里工作很忙，和家人相聚的时间十分有限。不过，他还是尽量安排每个周日和家人共进晚餐，在此期间他一般都会关掉手机，避免外界的干扰。多年来，和他有过业务往来的人基本上对他这个习惯都十分清楚。

小冯通过熟人介绍，得知李总需要购买建筑材料，于是拨通了李总的电话。可是李总的手机总是处于关机状态，实际上此时李总正在和家人聚餐。不明就里的小冯通过熟人找到李总的家庭电话拨过去，李总在接到电话，几句敷衍便挂断了电话。

不要把尊重客户挂在嘴边而不去付诸行动，实际上，当你决定拨出一通不合时宜的电话时，就是对客户极大的不尊重、不礼貌，这是与生客打交道的大忌。

◎ 电话造访一定要避开的几个时间段

通常情况下，以下几个时间段，最好不要轻易拨通对方电话。首先，早晨8点以前，晚上10点以后，这时给客户家里打电话是不合适的；其次，最好不要在星期一大早打过去，因为，经过一个周末，客户要处理的事务会很多；最后，不要在对方快要下班的前几分钟打电话，因为快要下班了，大家也许有些事情要处理，处理完后直接回家。

反例 | 周一早上8点，小薇急匆匆地拨通了老客户乔总的电话，告知对方公司又出新产品了，希望对方能够订购，结果，乔总说：“我现在要去开会，这件事情以后再说吧！”啪一声，挂断了电话。

不要以为对方是你的老客户，就随便在周一早上给他打电话，因为大多数公司都会利用周一早上的时间来安排新一周的工作，此时，对方往往没有时间和你“畅谈”，哪怕是再熟悉的客户，也会被你这种“故意而为之”的举动惹恼，从而影响你们的合作。

正例 | 上午10:30分，小刘拨通了葛总的电话：“喂！葛总，您好！先祝您新一周工作愉快，这周的工作计划出来了，我们这边已经按照您的进度备好了货……您看这样安排可以吗？”葛总：“谢谢，谢谢！我们刚刚开会讨论过，你们真是效率太高了，就按你说的办吧！”

一次切中时间要害的致电，比上门跑多少次冤枉路都要有效。切记！在适合的时间做恰当的事情，才能事半功倍，让你的业绩飙升！

3.

拨通电话后说好最重要的前三句

拨通电话后的前三句话效果如何，即便对最终的销售结果不会起决定性作用，但一定会影响你展现给客户的风度和形象，乃至决定你与客户之间基本的沟通基调。

通过前期的不懈努力，终于确定了目标客户，并有幸找到了与客户进行电话沟通的机会，这对于销售人员来说确实算是不错的开始。然而漫漫销售路，征途苦且长，好机会并不等于好结果，若想让自己与客户拥有真正美好的开始，关键还要看销售人员如何把握住这难得的电话沟通机会——拨通电话之后该说什么话，话要怎么说？

电话刚一拨通该说什么话？虽然实现交易是销售人员打出电话的根本目的，但初次与客户接触，销售人员自然不能拿起电话就大谈具体的销售事宜，这样既不合情也不符礼，而且还必将引起客户的厌烦导致销售失败。电话一拨通，销售人员需先与客户打招呼，介绍自己并说明沟通目的，如：“张总，我是××公司的销售代表，我叫×××，我今天给您打电话是想约您谈一下关于××××的事宜……”

虽然销售电话内容大致如上，但如何将这些内容奉至客户，还需销售人员认真思量。话要怎么说，客户才更爱听，关键看销售人员是否懂得必要的电话礼仪，并能将电话礼仪熟记于心、巧用于行。相同的内容，不同的表达方式，带给客户的感受就不同，最终的效果自然也大不相同。

某公司为了体现专业形象、统一内部人员礼仪规范，专门对销售人员进行了专业培训。针对电话礼仪，特制定如下语言规范，要求销售人员在以下内容的基础之上与客户进行沟通：

您好，张先生。我是××公司的×××，现在全国有3 000多家电子企业都与我们公司合作密切，因为我们公司能够帮助这些企业每年至少减少四五万的生产成本。今天特地打电话是想和您预约个时间，我相信，您一定希望拥有最低的生产成本和最高的销售额，您说是吧？

上面的话表达专业，而且经专业培训师培训，表达重点也尽可能突出客户利益，目的自然是希望得到客户的认同。但稍加分析便不难发现，如上说法太过死板，且销售味道太浓，很难让客户有耐心继续听下去。下面换一种更显礼仪风范的说法，效果自会大大不同：

上午好，张先生，我是××公司的×××，请问您现在方便听电话吗？我们有最新的××技术，想请你们公司体验。我今天打电话不会占用您太多时间。经我们在其他大型合作单位得出的数据，会在正常情况下节约成本四至五万。我希望这个全新技术信息能够帮助到贵公司。（下面再询问客户的时间）请问您这周的时间安排，我们是否约个时间详谈？