

工作过程导向的项目课程
高职高专系列规划教材

电话营销实战教程

TELE-MARKETING

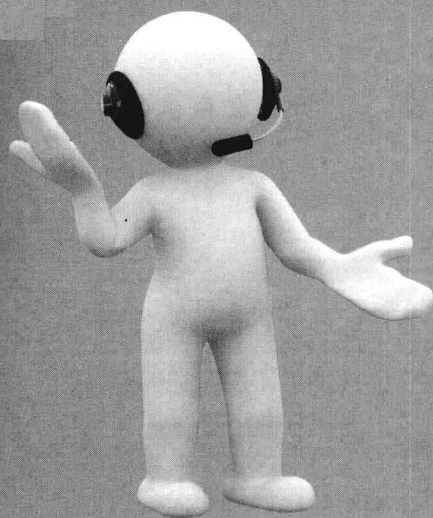
徐秋霓 郑志军 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

工作过程导

高职高专



电话营销 实战教程

TELE-MARKETING

常州大学图书馆
藏书章

徐秋霓 郑志军 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

电话营销实战教程/徐秋霓, 郑志军编著. —广州: 暨南大学出版社, 2012. 5

(高职高专系列规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0153 - 1

I. ①电… II. ①徐… ②郑… III. ①推销—方法—高等职业教育—教材
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 046442 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 10.375

字 数: 180 千

版 次: 2012 年 5 月第 1 版

印 次: 2012 年 5 月第 1 次

印 数: 1—3000 册

定 价: 28.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

教材编审委员会

主 任：黎德良

副主任：王 德

委 员：侯勇志 王晓沛 汪立极 周蔚红 徐伟雄 朱爱群
郑志军 李勋贵 赵玉林 成亚萍 汤湘林 朱文韬
任 茜 陈耕夫 宋 强 冯兆凯 吴 军 程 森
王秀峰 许 惠 杨国兰 邢 艳

企业顾问：

徐国庆 项目课程改革专家

陈振明 深圳市金翰林教育培训中心主任

丛 安 康王集团董事长

费 勇 深圳南方网通科技有限公司总裁

蒋佩君 深圳市振宇医疗器材有限公司总裁、高级营销师

陈 江 深圳市深家网络信息服务有限公司副总经理

尚国芬 深圳中企创管理科学研究院院长

吕海滨 深圳市场营销协会副会长

序

中国的职业教育正处于课程改革的重要阶段。传统的学科型课程逐渐转型，以岗位实际工作能力为导向的课程正在逐步建构起来。在这一转型过程中，出现了两种看似很接近，而在理论方面存在重大差别的课程模式，即任务型课程和项目化课程。二者的表面很接近，是因为它们均强调以岗位实际工作内容为课程内容。国际上已就如何获得岗位实际工作内容取得了完全相同的基本认识，那就是以任务分析为方法。这可能是二者最为接近之处，也是人们容易混淆二者关系的关键所在。

然而极少有人认识到，岗位上实际存在两种任务，即概括的任务和具体的任务。如对商务专业而言，联系客户是概括的任务，而联系某个特定业务的特定客户则是具体的任务，工科类专业同样存在这一明显区分，如汽车专业判断发动机故障是概括的任务，而判断一辆特定汽车的发动机故障则是具体的任务。当然，许多有见识的课程专家还是敏锐地觉察到了这一区别，如我国的姜大源教授，他使用了写意的任务和写实的任务这两个概念。美国也有课程专家意识到了这一区别并为之困惑。他们提出的问题是：“我们强调教给学生任务，可现实中的任务是非常具体的，我们该教给学生哪件任务呢？显然我们没有时间教给他们所有具体的任务。”

意识到存在这两种类型的任务，是职业教育课程研究的巨大进步，而对这一问题的有效处理，将大大推进以岗位实际工作能力为取向的课程模式在职业院校的实施，项目课程就是为解决这一矛盾而产生的课程理论。它主张在课程设计中区分两个概念，即课程内容和教学载体。课程内容即要教给学生的知识、技能和态度，它们是形成职业能力的条件（不是职业能力本身），课程内容的获得要以概括的任务为分析对象。教学载体即学习课程内容的具体依托，它要解决的问题是如何在具体活动中实现知识、技能和态度向职业能力的转化，它的获得要以具体的任务为分析对象。实现课程内容和教学载体的有机统一是项目课程设计的关键环节。这套教材设计的理论基础即是项目课程。教材是课程的重要构成要素。作为一门完整的课程，我们需要课程标准、授课方案、教学资源、评价方案等，但教材是其中非常重要的构成要素，它是嫁接课程理念与教学行为的重要桥梁，是综合体现各种课程要素的



教学工具。如好的教材既要体现课程标准，又要能为寻找所需教学资源提供清晰的索引，还要能有效地引导学生对教材的学习和评价。可见，教材开发是项非常复杂的工程，对项目课程的教材开发来说更是如此，因为它没有成熟的模式可循，即使在国外我们也几乎找不到成熟的项目课程教材。然而，除这些困难外，项目教材开发还面临一项艰巨的任务，那就是如何实现教材内容的突破，如何把现实中非常实用的工作知识有机地组织到教材中。

本教材在以上这些方面都进行了谨慎而又积极的尝试，其开发经历了一个较长过程（约4年时间）。首先，教材开发者们组织企业专家，以专业为单位对相应职业岗位上的工作任务与职业能力进行了细致而有逻辑的分析，并以此为基础重新进行了课程设置，撰写了专业教学标准，以使课程结构与工作结构更好地吻合，最大限度地实现职业能力培养。其次，教材开发者们以每门课程为单位，进行了课程标准与教学方案开发，在这一环节中尤其突出了项目载体的选择和课程内容的重构。项目载体的选择要求具有典型性，符合课程目标要求，并体现该门课程的学习逻辑。课程内容则要求真正描绘出实施项目所需要的专业知识，尤其是现实中的工作知识。在取得以上课程开发基础研究的完整成果后，教材开发者们才着手进行了这套教材的编写。

经过模式定型、初稿、试用、定稿等一系列复杂阶段，这套教材终于得以诞生。它的诞生是我国项目课程改革中的重要事件，这既是因为它很好地体现了项目课程思想，无论在结构和内容方面均达到了高质量教材的要求；也是因为它所覆盖专业之广，涉及课程之多为以往类似教材之所无，其系统性将极大地方便教师对项目课程的实施；还是因为其开发遵循了以课程研究为先导的教材开发范式，一个国家、一个专业、一门课程，其教材建设水平其实体现的是课程研究水平，而最终又要直接影响到其教育、教学水平。

当然，本教材也不是十全十美的，我想教材开发者们也会认同这一点。来美国之前我就抱有一个强烈愿望，希望看看美国的职业教育教材是什么样子，因此每到学校考察必首先关注其教材，然而往往也是失望而归。在美国确实有许多优秀教材，尤其是普通教育教材，设计得非常严密，其考虑之精细令人赞叹，而职业教育教材也往往只是一些参考书。美国教授对传统职业教育教材也多有批评，有教授认为这种教材只是信息的堆砌，而非真正的教材，教材应体现学与教的过程。如此看来，职业教育教材建设是全球面临的共同任务。这套教材的开发者们一定会为这一任务而继续努力，因此他们定会欢迎老师和同学对教材的不足之处不吝赐教。

徐国庆

于美国俄亥俄州立大学

2012年2月

前 言

随着中国经济的快速发展,企业之间面临的市场竞争越来越激烈,各种销售渠道的绩效遭遇前所未有的挑战,企业纷纷追求以更低的成本和更便捷的方式获得更高的经营业绩。

电话营销(Telemarketing)作为一种销售渠道,具有科技优势,能满足现代人追求快捷、方便的消费需求,具有成本低、效率高的特性。而且,电话营销的应用范围相当广泛,包括电信、保险、银行、投资、报纸、杂志、邮购、酒店、俱乐部、健康食品、图书、招聘、软件、国际快递、租赁、保健品等行业。因此,电话营销成为国内大部分企业重点考虑的营销手段之一。基于此,让高职高专的学生学习这种先进的营销方式对于培养学生技能、增强社会适应能力是很有必要的。

本教材是在任课教师多年实践、积累一定教学经验的基础上编写而成,全书分三个项目:电话营销售前准备、电话营销售中实战、电话营销售后管理。每个项目又分解成若干任务,教材的项目设计思路是根据项目课程的要求,打破传统的以传授理论为主的方式,取之以项目带动教学,以电话营销人员的工作过程为主线贯穿全书。其复杂程度由易而难、由简而繁,工作重点有明显差异,这样的编排体例使得本教材具有很强的教学针对性,既涵盖了电话营销的重要性、电话营销人员的素质培养、电话营销的物品准备、公司产品和业务介绍、开场白的设计、接打电话技巧,也包括了客户异议和投诉处理、怎样在电话中与客户达成协议、如何对客户资料进行分类、怎样对客户进行售后服务、设计公司组织结构优化方案、电话营销公司的简单绩效管理等工作内容,使学生明确并学会每个对应岗位具体的工作任务,从而能够胜任电话营销员的工作。

本教材采用工作过程导向的项目课程编写方法,这样完全贴近现代企业电话营销岗位实际工作流程,对接相应的工作情境。每个工作项目的完成包含了引导案例、项目目标、项目重点、项目背景、项目分解、思考分析、项目评估、项目总结八个环节,每个任务又设有任务描述、任务实施、知识链



接、拓展训练、小故事五个环节，这样可有效地培养学生的电话营销能力，并提高相关职业素质。

本课程最重要的一个特点是经常下企业现场教学，真正做到让学生“学中做，做中学”。

本书不仅可作为电话营销课程的教材，也可作为电话营销相关从业人员专业学习、提高的指导书及培训教材。

电话营销是一门较新的学科，项目课程的教学尚在探索之中，由于编者水平有限，不足之处在所难免，敬请批评指正。

徐秋霓 郑志军
2012 年 3 月于深圳

目 录

序 / 1

前 言 / 1

电话营销课程背景 / 1

岗前自检 / 3

项目一 电话营销售前准备 / 6

任务一：电话营销岗位认知 / 9

任务二：电话营销物品准备 / 22

任务三：电话营销产品介绍 / 31

任务四：模拟电话营销 / 42

项目二 电话营销销售中实战 / 53

任务一：电话营销脚本设计 / 57

任务二：电话营销销售中实战 / 68

任务三：电话营销异议处理 / 84

任务四：电话营销交易达成 / 98

项目三 电话营销售后管理 / 115

任务一：电话营销售后服务 / 118

任务二：电话营销团队管理 / 129

任务三：综合电话营销 / 141

附录：心理素质测试题 / 157

参考文献 / 159

后 记 / 160

电话营销课程背景

电话营销是一个较新的概念，出现于 20 世纪 80 年代的美国。它是一种新型的营销策略。随着通信技术的发展，电话营销业务日益成为企业客户关系管理的一种行之有效的模式，是企业维系客户关系的重要手段。它给企业提供了一个最快速、高效率、低成本的通道去主动接触目标客户，并与客户保持良好的联系。通过电话营销的方式，企业在“非典”、“甲流”时期也能安全、广泛地与客户保持联系，这不仅提升了企业的品牌形象，也提高了企业自身的竞争实力。在信息时代，电话营销给企业带来的益处是显而易见的，因此许多企业纷纷采用这种新型的营销模式。

例如：××公司于 2003 年 8 月在深圳成立，目前在全国拥有 6 家分公司和 1 家营销服务部，员工总数 1 967 人，注册资金 3.6 亿元。2009 年 1 月—9 月，公司共实现原保费收入 58 060 万元，市场份额占 0.09%，在全国 28 家外资寿险主体中列第 13 位。公司开业仅 37 个月就实现当月盈利，用 55 个月完全弥补以前年度累计亏损。2007 年实现净利润 6 359 万元，2008 年实现净利润 7 964 万元，2009 年 1 月—9 月实现净利润 11 175 万元，保持了较好的盈利能力。该公司之前是通过人员推销的模式开展保险业务，销售人员队伍庞大，人力资源成本高。近年来电话营销作为一种新兴的营销方式，具有成本低、效率高、易管控和地域覆盖广等优势，成为该公司最重要的销售渠道，取得了较好成效。自 2004 年开始，电话销售渠道实现保费占公司总保费比例稳步提高，从最初 30% 上升到目前 80% 以上，客户数量占到公司总客户数的 97%。

客户李京（化名）承认，当她接到电话营销人员打来的电话时，感到非常新鲜，网络购物、网络竞拍对于她来说并不陌生，但李京还从未有过电话购物的经历。在与电话销售人员进行了一番交流之后，她投了一份月缴 100 多元的意外伤害和住院收入保障综合保险。几天之后，她收到了快递来的保险合同。整个投保过程中，她没有离开自己的办公室，也没有接待登门拜访的保险业务员。“我感觉这款保险保障范围明确，条款比较简单，完全可以在



电话中说清楚,”李京说,“以前接到保险业务员的电话,总想约时间面谈,但因我工作忙,没有时间,所以投保的事情就耽误了。今天用一个电话就搞定了保险,我觉得这样便捷的投保方式更加符合现代人的生活节奏。”

电话营销因便捷的投保方式,正被越来越多像李京这样的中国老百姓接受,而且正广泛运用于各行各业,如携程、凡客诚品、淘宝等电子商务公司都组建庞大的客户服务电话联络中心来维持运营,这充分证明了电话营销在市场营销多元媒介领域中的重要价值。

在众多的互动媒介中,电话由于同时具备了“及时主动销售”与“及时解决客户疑虑”的特点,越来越受到企业的青睐。从媒介互动性的角度来看,目前还没有哪个媒介可以完全代替电话的独特作用。虽然现在人们也看到了互联网电子商务具备上述特点,但目前在电子商务平台的信任度尚未完全成熟的条件下,电话在互动媒介中所处的核心地位仍然不可动摇。

以下是几组有关电话营销的数据:

- 中国:电话营销解决诸多就业问题,《北京人才市场报》80%的职务来源于电话营销人员。
- 英国:超过5 000家专业电话营销中心,电话营销就业人数达到35万。
- 美国:广义的电话营销相关产值高达5 000亿美元,拥有650万从业人员。1994年美国有2.5万家电话营销公司,1999年达到23万家之多,1993年美国新闻报刊调查显示电话营销是本世纪成长最快的工作,达到800万,超过其他19项之总和。
- 深圳:仅从深圳技师学院商务系来看,每年都有毕业生就职于深圳金翰林集团、南方网通、康王集团、海纳培训中心、深家网络信息服务有限公司等企业的电话销售岗位。企业专家表示只要学生肯吃苦、能坚持,两三年后一个从电话营销基层做起,又熟悉电话营销操作系统的人员,将是各大呼叫中心及相关岗位争相聘用的人才,月收入可达到上万元。

可见,电话营销行业及电话营销人员的前景还是比较乐观的。

本教材以大学毕业生刘欣在金翰林集团的工作实践为背景。金翰林集团是一家从事电话营销业务的公司,该公司代理培训、电信、保险、金融、地产等业务。刘欣在公司通过培训,从最简单的编写手机短信到推广保险,最后到产品销售,业务水平由浅而深、由易而难,项目由小到大,将理论知识巧妙地贯穿于项目实践中,最后水到渠成地完成了各项任务。

岗前自检

电话销售自测题

这项测试目的是让你更好地了解你在电话销售方面的潜质与技巧，请根据自己的情况作出相应的选择，答案没有对错之分，根据实际情况回答即可。

内容	选项			得分
1. 我有记录电话沟通过程的习惯	经常	有时	从不	
2. 在我打电话时，我需要的资料都备齐在手边	经常	有时	从不	
3. 如果可能，我会立刻回复电话	经常	有时	从不	
4. 我的笔、纸和工作日记都在手边	经常	有时	从不	
5. 我会选择适当的时机给客户打电话	经常	有时	从不	
6. 我通过第一次电话获得了所有的信息，避免了不必要的回电	经常	有时	从不	
7. 如果某个电话需要很长的时间或问题较复杂，我会事先和对方约好时间	经常	有时	从不	
8. 打电话之前我会做充分的准备	经常	有时	从不	
9. 我在与客户沟通时总是微笑着	经常	有时	从不	
10. 在回答对方问题前，我总是稍停顿一下，准备好回答时再说话	经常	有时	从不	
11. 我在接听电话时，从来不会被其他事情分散注意力	经常	有时	从不	
12. 我从不同时接听两个电话	经常	有时	从不	
13. 挂机时我会和对方确认是否还有事情，并让对方先挂机	经常	有时	从不	



(续上表)

内容	选项			得分
14. 我请对方报出姓名	经常	有时	从不	
15. 遇到发怒的客户, 我会先向客户道歉	经常	有时	从不	
16. 我不会让客户在线上等候超过 30 秒	经常	有时	从不	
17. 电话结束以后, 我会对客户说谢谢您的来电或答复	经常	有时	从不	
18. 帮助同事或朋友留言时我会问得很详细, 并再次确认	经常	有时	从不	
19. 我很有耐心地回答客户的问题, 即使是再简单的问题	经常	有时	从不	
20. 在情绪很糟糕时, 我会先调整情绪, 再给客户打电话	经常	有时	从不	
21. 挂机前, 我会总结一下所谈内容或请对方总结一下	经常	有时	从不	
22. 我说话准确、简洁	经常	有时	从不	
23. 我通过充分的提问来搜集所需的信息	经常	有时	从不	
24. 我能直截了当地切入主题, 但不会让人觉得粗鲁	经常	有时	从不	
25. 我说话清晰, 语速较慢, 对方很容易听懂	经常	有时	从不	
26. 我主动、耐心地倾听	经常	有时	从不	
27. 我把握合适的机会赞美客户	经常	有时	从不	
28. 我从不边吃东西边打电话	经常	有时	从不	
29. 我会在铃响三声前接听	经常	有时	从不	
30. 我认为电话对我的工作至关重要	经常	有时	从不	
31. 我相信电话交流能像面对面交流那样有效	经常	有时	从不	
32. 我在电话中很友好、有礼貌和乐于助人	经常	有时	从不	
33. 我喜欢通过电话与人沟通	经常	有时	从不	
34. 我替别人把未讲完的话讲完	经常	有时	从不	
35. 当我知道对方要讲的内容时, 我会打断他	经常	有时	从不	
36. 我很少有耐心与不同意我观点的人讲话	经常	有时	从不	

(续上表)

内容	选项			得分
37. 在和一个与我的谈话方式不同的人交谈时, 我会感到不耐烦	经常	有时	从不	
38. 当与人交谈的时候, 我却在想其他的事情	经常	有时	从不	
39. 对方说刚刚告诉过我某事, 但我没有印象	经常	有时	从不	
40. 对于其他人的不同观点, 我感到不可思议	经常	有时	从不	

计分: 根据以下评分标准, 算出你的分数。

1~33 题评分标准	选项	数量	分值	合计
经常 1 分				
有时 2 分				
从不 3 分				
34~40 题评分标准	选项	数量	分值	合计
经常 3 分				
有时 2 分				
从不 1 分				
总计				

【总体评价】

- 100 分以上 你从事电话销售的素质较差, 但可以补救, 请尽快改善。
- 75 分~100 分 作为电话销售人员, 你素质一般。要想成为出色的电话销售人员, 你应该接受长期和系统的培训。需尽快提高, 可用这份问卷来帮助你改善。
- 50 分~75 分 不错。你基本上具备了一名电话销售人员所需的素质, 只是你还必须向优秀人员学习, 在理论和实践上更上一层楼。可以用这份问卷来提高打电话的有效性。
- 50 分以下 最佳。你具备了一名优秀电话销售人员所需的素质, 只要坚持不懈地学习, 加强理论基础, 你会成为一名成功的电话销售人员。

在学习完本教材的所有内容后, 请再做一遍以上自测题, 看看自己的得分是否有变化。

项目一 电话营销售前准备



引导案例

术业有专攻

在湖南一个偏远的村庄，有一位小姑娘因为家里很穷，没有读完初中就辍学了。因为没有文化，找工作就成了一件非常困难的事。后来，她好不容易在一家湘菜馆找到了一份在厨房里打杂的工作。

小姑娘非常珍惜这来之不易的工作机会，工作特别卖力，也很主动，常常在完成自己分内的工作后，主动帮厨师雕一些萝卜花（主要用来放在装菜的盘子里作为装饰品）。久而久之，小姑娘迷上了这份业余工作，经常买一些萝卜放到宿舍里，下了班后就如痴如醉地研究如何雕萝卜花。不知不觉三年时间过去了，小姑娘雕萝卜花的水平也达到了出神入化的境界：一个小小的萝卜，她随便就可以雕出 100 多种花的姿态。

有一天，一位外商到小姑娘打工的湘菜馆吃饭，被桌上美妙绝伦的萝卜花深深吸引，执意要见雕萝卜花的人。

小姑娘的好运气终于来了。这位外商特地为小姑娘的独特手艺开了一家很有创意的星级酒店，小姑娘只负责雕花，并拥有整个酒店 20% 的股份。酒店开张后，前来吃饭的人络绎不绝，来光顾的大都是很有名望的成功人士。酒店生意异常火爆。当很多记者争相采访小姑娘时，小姑娘只说了一句话：

“命运对我其实非常偏心，因为它只给了我一个萝卜。”

白沙集团老总在接受媒体采访时，也说了一句非常经典的话：“白沙集团每年都能更上一层楼，是因为我们自始至终都奉行一个原则，就是：‘以此为生，精于此道。’”

古语说，“闻道有先后，术业有专攻”、“七十二行，行行出状元”。电话营销在中国还是一个新兴行业，要想在这个行业出人头地，作出辉煌的业绩，并不是一件十分困难的事。



项目目标

一、知识目标

1. 了解电话营销的定义
2. 了解电话营销人员应具备的基本素质
3. 熟悉电话营销的物品准备及客户资料收集方法
4. 熟悉公司产品和业务
5. 熟悉手机短信编写方法

二、能力目标

1. 能按照公司的要求进行素质训练
2. 能进行电话营销前的物品准备工作
3. 能运用相关软件收集客户资料
4. 能介绍公司并推荐产品
5. 能编写简单的营销短信

三、项目总目标

通过编写短信将产品推销给客户



项目背景

刘欣刚大学毕业，形象良好、声音甜美，她在报纸上看到以电话营销为主的著名跨国公司“金翰林集团”的招聘广告：

金翰林集团	
公司简介	金翰林集团欢迎您加盟！ 不用走街串巷，在办公室里也能成为销售精英！ 金翰林集团成立于 2006 年 9 月。公司总部在深圳诺德金融中心，北京、杭州、广州有分公司，还将在多个城市设立分公司。公司热忱欢迎有激情、立志成就一番事业的人员加入。主要业务是通过电话营销代理电信、手机、地产、家政、保险等业务。公司注册资金 500 万元，现有员工 150 人。现因业务需要，扩建电话营销部门，特招聘电话营销人员。
基本要求	工作地点：深圳 招聘人数：40 人 工作年限：一年以上 语言要求：普通话良好 薪水范围：1 800 ~ 5 499 元



(续上表)

金翰林集团	
工作职责	以电话营销的方式推荐公司相关代理产品
任职要求	1. 普通话标准, 沟通能力强, 乐于从事销售工作, 有良好的抗压能力 2. 专科及以上学历, 专业不限, 金融、保险、市场营销专业优先考虑
薪酬福利	1. 月工资: 无责任底薪 1 800 元 + 津贴 200 元 + 高提成; 年底双薪 2. 现有员工平均月收入 3 500 元以上 3. 标准“五险一金”(即养老、医疗、工伤、失业、补充意外险及住房公积金) 4. 享受国家法定节假日(元旦、五一、十一、春节、妇女节等); 带薪年假 12 天 5. 补充带薪假期: 婚假 3 天, 产假 3 个月(男士有陪产假), 晚婚可以多享受十天婚假
晋升机会	1. 电话销售专员—高级销售专员—销售主管—助理经理—经理 2. 电话销售专员—行政专员或质量监控员或培训师
工作时间	周一至周五 9:00—15:00 或 14:30—20:30 周六(隔周) 9:30—18:30
简历投递	略
联系方式	略

刘欣知道电话营销是一个充满挑战的职业, 有位学长曾经告诉她: 如果你做过电话营销, 并获得成功, 那么你将胜任任何其他岗位。她觉得自己作为职场新人, 很想通过这个岗位锻炼一下自己, 所以她就前去应聘。虽然没有什么工作经验, 但由于诚恳的态度, 她最终成功地被录用了。刚上班那几天她心中忐忑不安, 因为她对什么是电话营销、如何做电话营销心中一点底都没有。庆幸的是, 公司对新入职的人员安排了一系列培训, 包括电话营销员心理素质训练、物品准备、产品介绍等。经过培训, 小刘对电话营销的基础知识、电话营销的重要性、电话营销人员基本素质及如何设计话术有了初步的认识。

该公司主要代理的电话营销业务有金融、地产、手机、保险、保健等产品, 由于处于第一阶段, 所以公司准备让刘欣等新人经过简单岗前培训后由浅而深、由易而难, 先做最简单的电话营销业务——电信产品的手机短信营销。