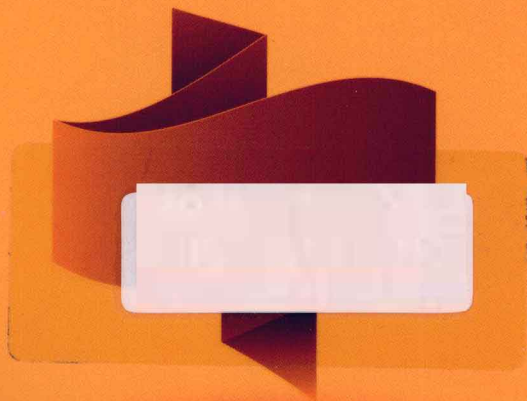


一线万金

(修订版)

电话销售的7阶秘诀

影响力商学院 编著



影响力商学院多位资深专家
根据中国本土企业岗位特点倾力打造



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

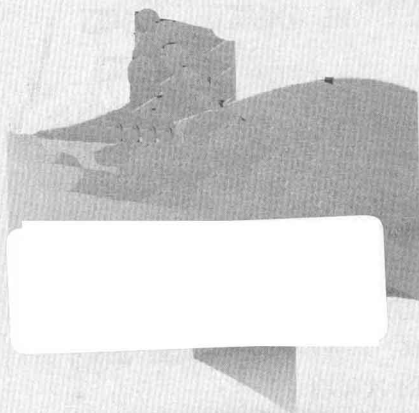
<http://www.phei.com.cn>

一线万金

(修订版)

电话销售的7阶秘诀

影响力商学院 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书是“影响力思想库·顶尖销售系列”之一。本书紧紧围绕电话销售人员的职位要求，按照电话销售工作的七个流程：前期准备、“说”好开场白、识别客户需求、成功进行产品推介、适时跟进、顺利成交和做好售后服务，配以大量的实战案例，详细阐述了在电话销售过程中，电话销售人员必须掌握的销售技巧。本书是一本非常实用的销售工具书和培训手册，既适合作为电话销售人员的培训教材，也适合准备从事电话销售职业的人士进行参考。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

一线万金：电话销售的7阶秘诀 / 影响力商学院编著. —修订版. —北京：电子工业出版社，2012.9

（影响力思想库·顶尖销售系列）

ISBN 978-7-121-17347-9

I. ①一… II. ①影… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 125162 号

责任编辑：李 静

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：12.75 字数：208 千字

印 次：2012 年 9 月第 1 次印刷

定 价：39.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。



总 序

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。

一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。

我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在 1977 年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在 1986 年又创办了全国第一个 MBA 班，亲眼目睹了中国培训业 30 多年的发展。我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

为什么会出现这种“其兴也勃焉，其亡也忽焉”的现象呢？细细思索，可归结为如下原因：

(1) 单纯学习西方，生搬硬套。西方的东西虽对中国企业有借鉴意义，但它再好也不会完全适应中国国情，一定会有些水土不服。

(2) 过分强调古代的经营谋略，又不能很好地联系实际，导致“看上去很美”，

却难以古为今用，创造效益。

(3) 笼统地介绍一些现代企业的经验，过于琐碎和感性，没有上升到理论高度，无法对众多企业产生普遍的指导意义。

针对上述弊端，影响力集团时刻警醒、苦心磨砺，终于挺过了 10 年风雨，跳出了“一红即死”的发展怪圈。它帮无数中小企业提升了管理水平，助其更稳、更快地在商海中昂首阔步、笑看浮沉。连续 10 年，影响力课程的客户满意度都高居全国培训机构前列，这是其“教育产业报国”承诺的完美兑现。

但是，一花独放不是春。为了让整个中国培训界实现新的跨越，影响力集团召集十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英，历经 3 年时间将 10 年的培训精华融入这套影响力思想库管理丛书。它不仅填补了国内培训界的教程空白，也为中国企业的建设与发展做出了贡献；它不但对培训者有益，也必能促进企业更快地发展，对我国的社会主义经济建设做出实质性的贡献。

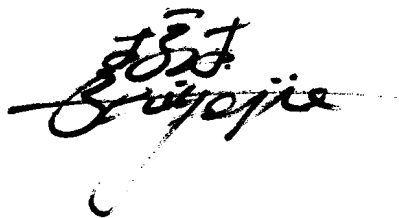
这个世界上，几乎所有的东西都越分享越少，唯有知识和爱，才越分享越多。这套由影响力集团奉献出来的、饱含无私分享精神的丛书，最大特点就是三多：工具多、方法多、案例多。而且这些内容大多是最新采集和研发的，对中国企业的发展，具有新鲜而重大的借鉴与指导意义。书中的内容，40% 现在能用，40% 明天能用，20% 将来能用；论述简单浅显，通俗易懂，翻开书本照做就行，谁都能上来就操刀。它注重实战，以解决问题为目的，更多地讲了“怎么做”，而不是“为什么”；它以有效、有用为己任，绝不搬弄深奥的理论和炫目的文字来难倒读者；它从企业的问题中来，为解决企业的问题而生，最终也必会回到解决企业的实际问题中去，实现其促进企业发展的终极目标。

我一贯讲：人生是多方面的，在任何场合，都要站在第一线战士的队伍里。中华民族要崛起，必须依靠一大批强大、精干的中小企业，而只有将所有愿为中小企业付出心血的人团结起来，才能在刀光剑影的世界商战中，飘扬起一面面中国的大旗。

这是一套既有厚重知识内涵、又有深刻实践价值的丛书，我愿倾情向大家推荐。这套丛书的出版，利在当代，功在千秋，功德无量。书中也许还有许多不足

之处，但我坚信在各方人士的关爱之下，这套企业培训大全，必能日臻完善。

作为一个年近八旬的老人，我愿在耄耋之年，和英雄们一道，为中国企业的崛起奉献全部力量。老树虽老，心仍炽烈。只要中国企业需要，我愿“苍龙日暮还行雨”，“化作春泥更护花”。



李燕杰

首都师范大学教授，著名教育艺术演讲家



前 言

如今，电话已经成为销售活动中不可缺少的工具，做业务、跑销售每天不免要拨出许多个电话，也要接听许多个电话。这些电话的交流对象也许是熟人，但更多的是陌生客户。一根细细的电话线，决定了电话销售人员的销售业绩，乃至事业的成败！

有的电话销售新人入行一两个月都没有业绩；有些电话销售人员由于对产品不了解，连电话都不敢打；有的销售人员每天不停地打电话，但就是没有成交的客户……

电话销售真的那么难吗？本书给出的答案是：一旦掌握了电话销售的流程、技巧、策略和工具，电话销售是最简单的工作！

与面对面销售不同的是，电话销售是一种心理战，也是一种语言战。想要电话销售达到“一线万金”的效果，必须在语言表达能力和对客户心理的把握上下工夫，对客户的购买决策加以影响。

本书紧紧围绕电话销售人员的职位要求，按照电话销售工作的7个流程：前期准备、开场白、识别需求、产品推介、适时跟进、成交和售后服务，通过深入浅出、点到要害、有说服力的实战案例解析，详细阐述了在电话销售过程中电话销售人员必须熟练掌握的销售技巧——心态塑造技巧、声音和开场白技巧、提问技巧、有效倾听技巧、产品推介技巧、同理和赞美技巧等。熟练掌握这些技巧，电话销售的成功率就会迅速攀升。

本书通俗易懂，注重实务化、工具化、方案化，是一本非常实用的销售工具书和培训手册，既适合作为电话销售人员的培训教材，也适合准备进入电话销售



这一职业领域的人士阅读。无论是经验丰富的电话销售人员，还是刚刚踏入电话销售领域的初学者，书中源自现实的实战案例对迅速提升销售业绩都会有很大帮助。

虽然电话销售工作具有很大的挑战性，但挑战越大，收获就越多，只要花点心思来提升自己的素质，就会越走越顺利，希望做电话销售工作的同行们，越做越开心，每天都会有新的收获！

感谢所有阅读此书的朋友，书中不当之处还望批评与指正。

目 录

第 1 阶 前期准备是关键	1
1.1 电话销售人员必备的“三心五态”	2
工具 正确销售态度测试表	9
案例讨论 刘小姐长舒了一口气	10
1.2 塑造积极心态的 7 种方法	11
工具 积极心态与消极心态对照表	17
案例讨论 夏目志郎是这样做准备的	17
1.3 寻找客户名录的 6 种方法	18
工具 寻找潜在客户的能力测试表	22
案例讨论 为何勤奋而没有业绩	23
本章小结	24
第 2 阶 “说”好开场白	25
2.1 增加声音魅力的 6 个要点	26
工具 声音魅力测试表	31
案例讨论 电话销售人员的 3 种语速	32
2.2 20 秒抓住客户的 6 种开场白	33
工具 电话成功开场白测试表	38
案例讨论 某公司电话销售人员的开场白	38

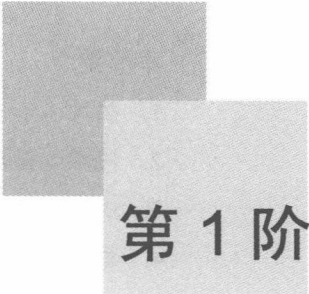
2.3 绕开电话障碍的 8 个策略	40
工具 与接线人互动关系测试表	46
案例讨论 怎样找到老总	47
本章小结	48
第 3 阶 识别客户需求	49
3.1 识别客户需求的 6 个关键步骤	50
工具 识别大客户需求的 SPIN 提问模式	56
案例讨论 节电设备的电话推销	56
3.2 判断客户的性格类型	58
工具 CSMP 性格管理工具	63
案例讨论 这样说服才有效	63
3.3 识别客户需求的 2 个技巧	65
工具 倾听与回应能力测试表	70
案例讨论 巧妙探询刘经理的需求	71
本章小结	72
第 4 阶 成功进行产品推介	74
4.1 产品推介前的准备工作	75
工具 产品知识了解程度调查表	81
案例讨论 产品推介时机不对怎么办	81
4.2 产品解说的 2 个主要方法	82
工具 产品与主要竞品的卖点对比表	88
案例讨论 卖点“吉利数字”	88
4.3 推介产品的 6 个技巧	90
工具 产品推介技巧测试表	98
案例讨论 节能马桶产品推介	98



4.4	产品推介中的 5 个注意事项	100
	工具 产品推介误区测试表	104
	案例讨论 客户为什么生气	105
	本章小结	106
 第 5 阶 适时跟进		107
5.1	客户有需求时的跟进	108
	工具 客户信息数据库补充信息	114
	案例讨论 谁是关键人物	114
5.2	不同客户的跟进策略	116
	工具 客户跟进能力调查表	122
	案例讨论 李大鹏是这样跟进决策人的	122
5.3	有效跟进客户的 5 个技巧	124
	工具 跟进客户计划表	130
	案例讨论 客户中途为何选择其他供应商	130
	本章小结	131
 第 6 阶 顺利成交		133
6.1	处理客户异议的 7 种方法	134
	工具 客户常见异议及其处理方法	139
	案例讨论 客户为什么拒绝	140
6.2	应对提出拒绝的 5 类客户	141
	工具 应对客户拒绝能力调查表	146
	案例讨论 客户说不需要	147
6.3	提出成交请求的 6 个时机	149
	工具 捕捉成交时能力调查表	153
	案例讨论 识别购买信号	153



6.4 8种成交法	155
工具 电话销售促成技巧的比较分析	162
案例讨论 步步为营，促成订单	162
本章小结	164
第7阶 做好售后服务	165
7.1 成交后的跟进策略	166
工具 老客户跟进表	170
案例讨论 建立软联系	171
7.2 处理客户抱怨的5个关键环节	172
工具 客户抱怨处理记录表	177
案例讨论 如此平息不满	178
7.3 与客户建立长期关系的7种有效工具	179
工具 成交后跟进电话的一般流程表	186
案例讨论 放长线，钓大鱼	186
本章小结	188
后 记	189
参考文献	191



第 1 阶

前期准备是关键

电话销售前的准备就像大楼的地基，如果地基打得不扎实，大楼很快就会倒塌。与客户电话沟通的效果，与前期准备工作有很大的关系。即使电话销售人员沟通能力很强，如果准备工作做得不好，也不可能达到预期的效果。

在准备工作中，塑造积极心态和准备客户名录是至关重要的两个方面。

首先，心态、技能、行动策略是电话销售成功三要素，其中心态的比例占 80%。其次，要准备优质的电话名单，也就是要搜寻有效的客户名录。据专业的市场调研公司所提供的数据：在第一年从事销售的人员中，80%的失败是来自对潜在客户的搜索不到位。可以说，在很大程度上，搜寻潜在客户决定着今后的目标与方向。

1.1 电话销售人员必备的“三心五态”



本节要点

1. 热忱心和自信心能够赢得客户信赖
2. 同理心是电话沟通中的润滑剂
3. 以给予和双赢的态度对待客户
4. 与客户成功沟通，需要不断学习的心态

1. 热忱心

热忱心是一种意识状态，能够鼓舞及激励电话销售人员。热忱是电话销售成功的最重要的因素之一。

热忱心会使销售人员的整个身心充满活力，事半功倍。对电话销售工作充满热忱的人，不论遇到多少困难，面临多大的压力，如果始终都以这样的心态面对，终将达成自己的目标。因为任何一个在电话销售中有热忱心、充满活力的人都可能感染电话那端的客户。

怎样才能具备十足的热忱呢？以下几种方法对电话销售人员会有很大的帮助。

- ① 制定一个明确的电话销售目标；
- ② 清楚地写下自己达成目标的计划与步骤，以及为此付出的努力；
- ③ 用强烈的成功欲望作为达成目标的有力支撑；
- ④ 立即执行计划；
- ⑤ 正确而且坚定地照着计划去做；
- ⑥ 如果遭到失败，应再仔细地研究一下计划，必要时应对计划加以修改；
- ⑦ 每天一早起来就做些体能活动，像柔软操、慢跑或骑自行车等，在增进身体健康的同时，也可以使自己保持充沛的精力；
- ⑧ 养成自我暗示的习惯：每天在开始电话销售前，进行积极的自我对话；

⑨ 强迫自己“做得”很有热忱，渐渐地你就会“变得”真的很热忱。

当别人问推销之神史丹利·柯特成功的秘诀时，他列举了许多特质，如能力、包容度、精力等，但他特别强调说：“我乐于见人兴奋。每当兴奋起来，也就感染了顾客，使他们跟着兴奋，这时生意就容易谈成了。”

热忱和活力帮助史丹利获得了成功，但热忱心不是天赋，而是后天培养的习惯。

以上这些培养热忱心的方法是电话销售人员必须做到的。因为热忱是战胜所有困难的强大力量，它给思想以力量，促使人立刻采取行动，直到把可能变成现实。

2. 自信心

自信心是一个人十分重要的精神支柱，也是一个人行为的内在动力。它能激励一个人下定决心克服困难以期达到自己的终极目标。一个人一旦有了自信心，那么不论在学习、工作还是在生活中，他都能成为强者。

同样是打电话，有的人声音洪亮，充满自信；而有的人则吞吞吐吐。通过电话的声波就可以分辨出一个人的心态好坏，所以在进行电话销售时，电话销售人员一定要沉稳、镇静，胸有成竹。因为自信可以传达给客户信心，可以传达出自己对所售产品的信心，也可以告诉客户自己是个值得信赖的人。

自信心可以通过一个人说话的语速和语调表现出来。自信者的声音往往既不过于激昂，也不过于低乏，而是抑扬顿挫、不卑不亢。自信者和不自信者的声音对比如表 1-1 所示。

表 1-1 自信者和不自信者的声音对比

评估内容	自信者	不自信者
语调	抑扬顿挫、具有热忱和活力	有气无力、缺乏活力
语气措辞	坚决有力、肯定，不卑不亢	否定、模糊，犹豫不决
语音	清晰、有力	紧张、声音发抖
音量	声音悦耳	音量小，显得怯生生

第1阶 前期准备是关键

续表

评估内容	自信者	不自信者
语速	适中	过快或者过慢
节奏	平缓有力	节奏过于急促

实际上,要获得自信的声音效果并非一件容易的事情,但也并非无章可循。方法如下:

① 回忆以前的某次电话沟通情景,模拟当时的对话,把自己的声音录下来,仔细播放,分析自己讲话的好和不好之处,然后加以改进。声音检查的要点有:语气是否自信友好,语调是否抑扬顿挫,语速是否适中,声音是否悦耳动听,表达是否准确明白等。

② 可以买些诗歌朗诵的磁带回来,跟着练习,能更好地领会对各种声音要素的控制要领。

③ 深呼吸有助于建立自信。具体做法是:深呼吸一口气1秒,然后闭气4秒,最后吐气2秒。根据实际情形,可以适当延长时间,会收到更好的效果,每次做3分钟。

3. 同理心

同理心是站在客户的角度和立场上思考问题,发自内心地为客户着想,是电话沟通过程中的润滑剂。成功的电话销售人员几乎都有洞悉人心的敏锐洞察力,通过表达同理心,从而成功地化解客户的防卫心理。

一般来说,向客户表达同理心分以下3步:

- ① 表示认可客户的观点,理解对方的感受;
- ② 举自己和其他人的事例来证明,如果别人遇到此种情况也会与客户有同感;
- ③ 把客户引导到另外一个问题上。

大部分电话销售人员只会在电话中这样讲:“是,嗯,就是,就是……”这

其实是对客户所讲内容的回应，并不是严格意义上的同理心。电话销售人员应使用以下语言来表达同理心：

我同意您关于成本优先的看法。

您这样做绝对是正确的。

您有这样的想法真的是太好了。

尽可能地降低成本，这对任何一个企业都重要。

如果成本没有办法降下来，那后果可真的无法想象。

电脑经常死机，确实会严重影响您的工作效率。

我可以理解您现在的感受，以前我也遇到过。

电话销售人员想让客户做出什么样的决定，取决于自己肯定的是客户的哪一部分想法。“肯定”落实在电话销售过程中，就是不断地用同理心认同客户：认同客户的主张、价值观。这样，客户在接收到这份认同与接纳的感觉时，才会放下警戒，进而建立一种彼此信任与融洽的关系。注意，不要太急于表达同理心，以免让客户觉得自己在故意讨好他。

4. 给予的心态

电话销售人员打电话给客户的最终目的是为了把产品推销给对方，但是目的不能仅仅停留在推销的层次上，更重要的是能够帮助客户，让客户通过使用企业的产品，解决自身存在的问题。有了这样一种给予的心态，电话销售人员打电话的态度就会改变——既不会因为客户拒绝而难过，也不会因为销售失败而伤心。通过表 1-2 可以测试电话销售人员是否具备给予的心态。

表 1-2 测一测电话销售人员是否具备给予的心态

题 目	您的答案	
	A	B
你打电话给客户的目的是什么	提供一次帮助客户的机会	把产品推销给客户
你了解客户存在哪些问题吗	了解	不了解