

现代行销模式与技巧丛书

林健安 / 主编

电话行销 **宝典**



学会电话行销，万金千里一线牵

MARKETING

电话行销是企业建立一个互动营销中心，将售前、售中、售后各个环节整合在一起，和客户进行一对一的行销方式。这种行销方式在我国是一种常见而有效的行销方式。本书针对电话行销的实际情况，对电话行销策划和实战技巧进行了充分的阐述和深入的分析。相信读过本书后，你会攀上电话行销之巅峰！

北京工业大学出版社

现代行销模式与技巧丛书

电话行销 宝典

林健安 / 主编

MARKETING

北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电话行销宝典/林健安主著. —北京: 北京工业大学出版社, 2003. 11

ISBN 7-5639-1316-5

I. 电... II. 林... III. 推销-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 096940 号

现代行销模式与技巧丛书

电话行销宝典

林健安 主编

*

北京工业大学出版社出版发行

邮编: 100022 电话: (010)67392308

各地新华书店经销

保定市西城胶印有限公司印刷

*

2003 年 11 月第 1 版 2003 年 11 月第 1 次印刷

880mm × 1230mm 大 32 开 9 印张 200 千字

印数: 1 ~ 5000 册

ISBN 7-5639-1316-5/F · 147

定价: 22.00 元

前 言

“任何市场的竞争最终将回到终端市场。”经过市场经济的洗礼，更多的商家明白了终端市场的重要性，于是，华丽的商厦、精美的专卖店和更多时尚的大小店铺出现在我们的身边。同时，销售人员的铁饭碗被打破了。少了一个顾客就少了一份业绩，就少了一份赢利，就少了一份薪水！严峻的现实迫使每一个从事销售的人员不得不重新思考一个严峻的问题：**如何创造最高的业绩？**

社会在进步，在消费者将购物作为休闲方式的同时，理性和个性化的需求也同时产生，并在逐步增大。最终买到称心如意的商品，是消费者的根本目的。面对日益成熟的顾客，对站在市场前沿的销售人员来说是机会，也是挑战。所以，从某种意义上说，**作为销售人员，业绩控制在你的手里！**

壶中日月长，书中乾坤大。经过长期的最前沿的实践和写作，到今天，我们终于为大家献上了这套书。作为长期奋斗在营销一线的营销工作者，我们深知从事销售工作人员的压力和渴望吸收知识的心情。面对瞬息万变的市场和不同的顾客，我们坚信最前沿的知识是每一位销售人员最宝贵的财富。也正基于此，《现代行销模式与技巧丛书》与您见面了。在本丛书写作过程中，我们详细地了解了大多数销售人员的

困惑，努力使结合现代行销知识，阐述最实用的行销技巧成为本套书最大的特点。如果你正在为以下问题深感困惑，那么这套书将给你最满意的答案。

如何开发顾客？

如何接近顾客？

如何了解顾客需求？

如何促销？

如何介绍商品？

如何解决顾客异议？

如何促进成交？

如何进行售后服务？

如何拥有更多忠实顾客？

当然，任何一种知识都无法马上转化为生产力，每一位卓越人士都有这样的习惯：在接触到任何知识后，结合自己实际的生活、工作情况，通过仔细思考和实践，转化为自己的能力。同样，本丛书最大的特点是实用性，阅读后思考并结合实际情况运用，你会得到最大的收益！

我们真诚地希望每一位读者通过阅读本书后能够成功地开拓自己的职业生涯，也相信每位读者在认真阅读并仔细思考后会发现，你的生活是如此精彩！

目 录

第一章 电话行销基础

科技的发展带给了我们很多方便，也创造了很多商机。如今，电话行销作为一种行销工作，已被更多的商业人士接受。

电话行销及其要素	(3)
电话行销市场策略	(6)
建立电话行销体系	(11)
建立呼叫中心	(11)
电话行销的作用	(15)
电话行销体系支持	(20)
经典的电话行销案例	(29)

第二章 电话行销的业务管理

企业引入电话行销系统后，业务管理也是很重要的内容。

电话行销实施的三个阶段	(35)
-------------	------

电话行销实施的种类	(35)
电话行销的咨询和定货管理	(36)
账款管理	(37)
客户抱怨管理	(38)
绩效管理原则	(39)
电话行销的行为管理原则	(40)
电话行销的评估	(41)
电话行销后的处理工作	(42)

第三章 电话行销员的素质

美国积极思想之父诺曼·皮尔博士说过：“世界上有一个最具力量的词，它就是‘信念’，它的力量可以动摇山河。”销售工作本身是十分具有挑战性的，它需要销售人员有过人的素质和高超的技巧。

重视每一个电话	(47)
一定要充满热忱	(49)
一定要充满自信	(51)
不断学习、不断进步	(55)
要能扮演不同角色	(58)
一定要有成功的信念	(62)
正确面对拒绝	(64)

第四章 拨打电话前的准备

很多电话销售人员对通话前的准备不以为然，想把更多的时间放在与客户沟通上。当然，与客户沟通很重要，但电话营销最终的目的是提高业绩，所以，为了提高你的成功率，还是把打电话前的准备工作做好吧！

明确打电话的目的	(70)
准备好要问的问题	(74)
设想客户要问的问题	(76)
将谈话内容做成备忘录	(77)
设想可能发生的事情并做出决策	(79)

第五章 电话开发新客户的技巧

想要丰收必须适时播种。大多数的业务员都能够认识到开发新客户的重要性。然而，事实上，却仍有许多业务员没有去开发新客户，因为，许多人在成为资深业务员后……

收集客户资料	(83)
什么时间打电话最好	(86)
如何接近客户	(88)
好奇接近法	(93)
交谈中的黄金法则	(101)
打电话的合适次数	(104)
保存记录	(106)

第六章 电话约访的技巧

电话约访是电话行销很重要的一部分，当你找到了准客户，你并未与之谋面，你必须通过电话，来争取联系或面谈的机会，而事实上有很多业务员对于如何邀约未曾谋面的客户感到很恐惧。

确定联系对象	(111)
确定对方就是你要找的人	(112)
提问技巧	(112)
巧过秘书关	(115)
客户的疑虑	(118)
邀约的要点	(119)
用信件开路	(124)

第七章 介绍产品的技巧

一般而言，正式的产品说明应在销售人员完成事实调查后，能向潜在客户说明他提供的产品及服务能带给潜在客户何种利益，期望客户能购买。

产品说明是什么	(129)
产品说明一般要把握的三个步骤	(129)
介绍产品的要点	(132)
探寻客户对产品的看法	(133)
从另一面突破	(135)
不同形式的产品介绍	(136)

第八章 说服客户的技巧

如果将推销用一句简单的话来概括，那就是“说服对方买你的东西”。所以，说服客户是行销的关键。而让客户愉快地接受你的推销也不是一件容易的事。

在电话中分析客户需求	(141)
说服的过程	(143)
对方拒绝的原因	(148)
回应拒绝的技巧	(150)
避免争执的技巧	(153)
客户异议的回应技巧	(154)
客户拒绝托辞回应技巧	(160)

第九章 电话交谈的技巧

现代销售正经历着一场前所未有的革命，即打破仅仅出售产品、谈论价格的传统销售法。这场革命是由美国杰出的营销专家马克·汉南的磋商销售法带来的……

寒暄的正确方式	(165)
说话的顺序	(166)
用客户听得懂的语言来交谈	(167)
确定时间、地点、人物等重要事项	(170)
在电话中分析对方性格	(171)
对不同性格的客户采取不同策略	(175)
什么是交流	(177)

如何回答问题	(179)
如何应对“头疼顾客”	(181)
客户与电话行销人员的沟通障碍	(183)
何时放下话筒	(186)

第十章 接听电话的技巧

电话行销的主要工作包括打电话和接电话。

等多久再接电话	(191)
拿起话筒后的礼仪	(192)
确认对方的身份	(193)
个人无法负责的，尽快移交给你的主管	(194)
如何将咨询转换成生意	(195)
投诉的处理技巧	(199)
如果你另外有事，应该礼貌地说明	(205)
接听中电话出现故障的处理	(207)

第十一章 成交

业务员作出了很多的努力，最终的目的不外乎就是“成交”，不要以为成交是水到渠成的事情，成交也需要业务员去促进。

了解客户的需求	(211)
成交的金律	(213)
达成协议的步骤	(219)
在电话中发现购买信号	(221)

第十二章 跟进销售的技巧

无论你是一个推销新手，还是销售行家，要想使自己的销售业绩取得突破性的上升，并能每年持续增长，你就必须学会对重点客户进行跟进。

跟进销售	(227)
跟进电话怎么打	(227)
把新客户变成老客户	(231)
如何写确认书	(233)
如何写跟进信	(235)

第十三章 电话行销技能修炼

行销技能是需要不断学习、不断积累的。

牢记电话行销 80/20 原则	(239)
接打电话的 5W/2H 原则	(241)
完善你电话中的声音	(242)
时刻记住“礼貌”	(245)
学会聆听	(246)
训练你打电话的姿势和表情	(250)
改掉你的坏毛病	(252)
提升声音的感染力	(255)
消除紧张和恐惧、提升自信心	(256)

第一章

电话行销基础

DIANHUA XINGXIAO JICHU

科技的发展带给了我们很多方便，也创造了很多商机。如今，电话行销作为一种行销工作的被更多的商业人士接受。本章将着重讲述电话行销的基础概念，相信阅读完本章内容，您会对电话行销有个客观的了解。

电话行销及其要素

电话行销是一种随着现代技术的出现而发展的、直销人员用电话直接向消费者销售产品的行销方式。目前它已成为一种主要的直销方式。据有关资料显示，在电话行销发展较为迅速的美国，每分钟有 700 多人回应电视商业广告，直拨 800 免费电话，美国每年电话行销的总额达 1150 亿美元之多，显示了电话行销良好的发展前景。



电话行销是随现代技术发展而发展的一种运用电话、以高效率的双向沟通方法直接与目标客户接触、沟通，并展开促销活动的直销方式。

那么，电话行销是由什么要素构成的呢？经过对一些经典的电话行销企业的调查，采用电话行销作为行销手段应该包括以下几方面要素。

硬件设备

实行电话行销的企业要拥有一定的硬件设施，它们是进行电话行销的基础，没有一定功能的电话设备以及其他辅助设施，电话行销就根本无从谈起。硬件的完善主要包括以下几个万面。

电话设备 企业可以预先测算和估计接收电话和发出电话的频率，然后向电话通讯公司的专家和电话设备制造商进行咨询：什么样的电话设备才能提供各种各样特殊的用途并能充分满足企业和顾客的需要，而且又是在企业的财力许可范围之内，它们既经济又实惠的。一方面电话设备既不能太少，使企业的营销人员和外界联系时电话不够用、顾客往里打电话犹如打热线电话，永远是占线，失掉许多机会；另一方面也不能太多，超出了企业的需要，造成闲置和浪费，使成本增加。

办公附加设备 根据需要可以选择高效、方便地存储顾客信息和数据的电脑，选择业务所需的打字机、打印机、传真机、计算器等其他辅助设备，购置文件架、图表、坐椅、绘图桌、黑板等办公用品以及索引卡、响铃、备忘录等必备的东西。

顾客档案 对新老顾客的档案应该分门别类地摆放，以便所需之时及时查找，并准备价目表、宣传手册、市场情报以及竞争对手的动向，做到知己知彼。

电话跟踪报告 每隔一周、一个月都要进行记录，写出电话跟踪报告。电话跟踪报告一般包括跟踪日期、电话频率、顾客名称、通讯地址、办公或住宅电话、本次电话目标、上次购买时间、当前销售潜力、顾客推荐潜力以及跟踪总结等项目，这对于及时了解顾客情况，采取相应的促销策略都有重要的作用。

高效率的办公环境 要根据装潢设计人员、办公设施顾问等专业人员的建议而设置和布置电话总部，努力营造一个和谐的办公气氛。

行销范本

企业实行电话行销还要有效的、完善的电话行销范本，以配合电话行销人员进行销售；待电话行销完成，缔结交易时，更应有流畅、高效率的运送商品系统及售后服务系统，顺利完成顾客订货后的工作，以满足顾客需求。

训练有素的电话行销人员

电话营销实施的核心是卓越出色的电话促销人员。企业应当重点培养优秀的电话促销人员。通常一名优秀的电话促销人员应该具备以下几种素质。

拥有丰富的商品知识 对自己的商品有足够的了解，并了解市场上其他相关商品。这样才能以专家



训练有素的电话行销
人员是电话行销的基础。