

方 劍 編著

电话一响

黄金万两

生意场上的电话艺术

纺织工业出版社



目 录

基础篇：打电话有学问

第一章 助君一臂之力

- 电话，你事业的好伙伴 1
- 一、电话助你成功 1
- 二、送你十大黄金规则 6
- 三、摸清对方的想法 10
- 四、把握好打电话的时机 13

第二章 商界电话联系三十招

- 打电话的基本礼仪与技巧 17
- 一、电话联系基本礼仪十条 17
- 二、电话联系基本技巧十项 23
- 三、打电话十大忌 28

第三章 别用电话捉迷藏

- 怎样冲破电话障碍 33
- 一、结束玩电话迷藏的妙招 34
- 二、确保找对人 36
- 三、对方不在怎么办？ 38
- 四、与接线员打交道的经验之谈 39

第四章 一言九鼎 话到成功

——追求高超的电话语言艺术	42
一、你怎么说,比你说什么更重要	43
二、培养融洽的气氛	45
三、打电话的语速与音量	47
四、肢体语言	49
五、秘诀:多用主动、肯定的说法	50

第五章、应对自如

——接听电话的艺术	55
一、切忌措手不及	55
二、听电话的学问	58
三、留住送上门的生意	61

推销技巧篇:电话一响,黄金万两

第六章 电话:超级推销员

——怎样用电话联系生意	65
一、选准客户	66
二、成功的开场白	68
三、推销与宣传	71
四、如何把握电话推销的进展	74

第七章 巧舌如簧 无往不胜

——怎样说服对方以赢得生意	76
一、对方谢绝的原因与借口	77

二、说服对方的技巧.....	80
三、对方拒绝约见怎么办.....	84
四、避免争执.....	88

第八章 迈向成交

——跨越最后的障碍	90
一、成交的信号.....	90
二、突破成交的障碍.....	92
三、促成交易的十大法宝.....	93

商海致胜篇:妙用电话作用大

第九章 步步跟进 锲而不舍

——对老客户开展连续推销	99
一、跟进电话作用大.....	99
二、跟进信:电话的补充.....	102
三、让顾客一百个满意	105

第十章 千里生意一线牵

——运筹帷幄的电话谈判术.....	109
一、电话谈判的优势与不足	109
二、电话谈判的基本技巧	111
三、谈判前的准备	114
四、电话谈判要诀	116
五、电话谈判的后续工作	121

第十一章 电话是最漂亮的公关小姐

——提高公司公众形象的艺术…………… 123

- 一、电话是公关利器…………… 123
- 二、塑造公司新形象从电话做起…………… 125
- 三、SOAR 电话公关战略…………… 129
- 四、SOAR 战略的实际效果…………… 132

第十二章 以柔克刚,化险为夷

——如何处理愤怒的投诉电话…………… 135

- 一、投诉电话:灾难还是机会?…………… 136
- 二、欢迎投诉…………… 139
- 三、处理投诉电话六步曲…………… 141
- 四、怀柔的措辞…………… 152

第十三章 智慧讨债术

——如何用电话催收欠款…………… 155

- 一、讨债催账“四板斧”…………… 156
- 二、电话催账前的准备…………… 159
- 三、小心对方的借口…………… 162
- 四、良好的开端…………… 164
- 五、推销你的计划…………… 166
- 六、不可忽视的后续行动…………… 168

第一章 助君一臂之力

——电话,你事业的好伙伴

一、电话助你成功

“您好!这里是北京方大公司。”

“您好!请找张经理接电话。”

类似这样的电话,我们每天都会接很多次。电话,作为一种最普通、最常用的通讯工具,已经摆上了我们的案头,深深地步入了我们的事业和生活。

当今世界是信息时代,没有通畅、高效的信息传递,也就实现不了现代社会的正常运行。所以有人说,“知识就是力量,信息就是财富”。正如远洋航行的巨轮离不开电讯系统提供的天气预报和导航信息一样,要想在现代社会商品经济的海洋中激流勇进,时刻都必须注意捕捉信息,利用信息。

而搜集信息最经济、实用的工具,沟通信息最方便、快捷的手段,利用信息最可靠、直接的方式,便是充分运用你案头的电话。这一部司空见惯的工具,具有在短短几秒钟时间内将世界上任何地方的两个人或企业连接在一起的神奇力量。

电话,使世界缩小了,生意场扩大了。

请看下面这则消息：

鄂西北土家苗寨新时尚

新华社武汉 1993 年 5 月 24 日电 地处鄂西北山区的恩施土家族苗族自治州兴起了安装私人电话热。

据邮电部门统计，到 4 月底，全自治州私人安装电话已超过 3000 台，占这个州电话总数的四分之一。

随着改革开放的深入和市场经济的发展，山里人渴求走出山沟与山外大世界连接。州政府有关部门近年投资数十万元，新装了两万门程控电话，使全州八个市县全部开通长途直拨电话。于是，土家苗寨人出现了安装私人电话热。

宣恩县上湖塘村农民杜其高曾在广西柳州联系到一笔药材生意，因家里无电话难以联系，眼睁睁让到手的 2 万多元生意跑掉了。

去年县里长途直拨一开通，杜其高便第一个装上了私人电话。菜农覃遵富自安了私人电话后，摸行情，找信息，猪生意做到广州、深圳。去年他把上千头仔猪贩卖到沿海，仅此一笔就赚了 2 万多元。

这则短讯表明，电话在商品经济中的魔力，已得到了广泛的认同。正因为如此，目前我国许多大、中、小城市都已出现了“装电话热”、“装电话难”的现象。可以确信，随着电话装机数的迅速增加，电话会在商界交往中扮演越来越重要的角色。

可惜，我们中的很多人并没有能充分掌握使用电话的方法。他们往往认为“电话人人都会用”，每天总在忙忙碌碌中不断地打电话，却从没有停下来想过是否还可以更有效地使用

电话,使用电话的技巧被严重地疏忽了。他们没有意识到,打电话也是一门学问,一门艺术,打电话水平的高低会直接影响到打电话的效果。而且,在现代社会的商品经营活动中,不能简单地仅把电话看成一种传递行情信息的工具。其实,在谈判、公共关系、推销、结交新客户、留住老客户和售后服务等方面,电话都大有用武之地。如果掌握了这门艺术,电话就会成为你最得力、最忠实的事业伙伴,助你一臂之力。

在欧美发达国家,人们对生意场上的电话艺术给予充分的重视,进行了多年的探索和研究。尤其是电话推销术,已成为促进市场营销最重要的手段之一,是所有推销员的必修课。

把电话引入推销,最早是在1962年。当时,美国福特汽车公司为了推销二万三千辆新车,挑选出购买汽车可能性较大的潜在客户,展开了强大的电话行销攻势。此次为招揽生意而打出的电话多达二百万人次,取得了良好的效果,从而开创了电话推销的先河。紧随其后,在美国西海岸11个州内,为了推销发行《纽约时报》,又打出了50万人次的电话。在这以后,美国各行各业针对一般消费者的电话推销日益盛行,连著名的诺曼出版社、《读者文摘》杂志、《生活》杂志,乃至钢铁、电梯等行业的大型公司,也都大量地采用了电话推销术,使电话营销广受社会刮目相看。

电话行销的构想自诞生以来,仅仅四十年的岁月,便已发展成为最吃香、最有效的商业媒体,得到商界人士的青睐。据美国直接销售协会的调查,美国八十年代初期通讯推销的销售总额已超过1千亿美元,这完全是靠大量的广告信函和电话所创造出来的。美国的每个家庭,在1983年平均要接到25次推销电话,目前则已超过30次,而且这一发展势头还在持

续下去。

为什么电话在生意场上会取得这样惊人的成果呢？

用电话开展推销或其他商业活动，至少有以下几个明显的优势：

(1) 经济性

与传统的销售方法相比，电话行销的成本要低得多。据统计，美国的推销员每进行一次上门推销活动，平均需花费 200 美元，而且这个成本还在随着交通费及人员工资费用的上涨而增加。如果用传统的方法开展象推销福特汽车那样的大规模活动，所付出的费用将是一个天文数字。

直接销售的另一种方式是广告信函，由于受到物价上涨的影响，挨户寄发的印刷品邮资也已涨了许多，而电话费却比较稳定。电话推销还有一个机动灵活的好处，即使推销内容有了变化，也不用追加新的制作费和印刷费，只需轻松自如地将电话稿修改一下就行了。

就如同制造业的生产自动化使成本降低了一样，用电话推销部分取代传统的推销手段，也会直接降低销售成本。

(2) 一对一的交流沟通

在商业界现存的媒体中，除推销员上门推销的以外，电话是唯一可以做到一对一交流沟通的媒体。现在，购买物品有决定权的人，无论是一般消费者还是企业部门，都希望得到个别服务。一对一的直接沟通，可以使对方体会到你对他的尊重，对你的优质服务产生信赖感。

运用电话进行信息交流具有双向性的优点，能及时得到信息反馈。对方在接电话时，肯定会当场有所反应。而我方就可以看反应的程度和性质，及时决定是否改变说法，甚至是否

更换推销的商品,以符合对方的需要和心理,从而取得更好的结果。另外,我方还可以事后对对方的反应加以分析,整理搜集到关于企业发展方向的最新情报。

(3)方便快捷

拿起话筒,拨出你选中的电话号码,几秒钟后,你的声音便会在对方的耳边响起。世界上还有比这更简便的推销方法吗?你只要充分运用你的电话艺术,尽可能地说服、打动对方,一旦对方说个“行”字,这笔生意就算成了。

(4)高效率

经过训练后掌握了电话推销艺术的推销员,会大大提高工作效率。据统计,一个训练有素的电话推销员,每小时至少可以和4到7名商业界人士通话,或跟8至15名一般消费者通话。

(5)可做为其它媒体的辅助手段

电话与其它商业媒体协同作战,更能充分体现其神奇的作用。例如,如果在邮寄了广告信后,紧接着用电话增强效果的话,订货率会增加2.5到10倍。请看这几个统计数字:

用广告信所得的订货率	2%
用电话推销所得的订货率	12%~14%
广告信加电话所得的订货率	20%~30%

电话推销的这些优势,使它具有其它推销手段无法替代的作用,具有强大的生命力。

可以说,在现代社会中,要发财致富,就得掌握市场和信息,也就得掌握使用电话的艺术。本书愿在这方面给予你帮助。

二、送你十大黄金规则

要使打出的电话有成效，应当遵循一系列最基本、最重要的规则。这些规则已经在广泛的商场实战中得到了证实，而且几乎每个成功的电话都会应用到它们。所以，这些规则当之无愧地被称为“黄金规则”。

当你在生意场上准备打出电话时，不可不先仔细研究一下这些规则：

黄金规则之一：不打无准备之仗

当准备推出新产品或开展大规模的公关活动时，没有一个企业不预先仔细制定出一个方案的。同样，当使用电话开展业务活动时，也决不能马马虎虎地处理，一定要制订出一份切实可行、周密细致的方案。在制定方案过程中，应充分考虑以下六个因素：

a：现状分析 b：希望达到的目标 c：潜在的客户名单 d：有利因素与不利因素 e：战略 f：预算 g：成果统计与分析方法。

事先还应把对方各种类型的回答方式及可能提出的拒绝理由尽可能想到，写进方案中。联系电话永远要依照准备好的方案进行。尽管对方不知道你有这样一份方案，但你在交谈中要努力遵循它，从而胸有成竹地控制住局面。

黄金规则之二：树立服务意识

在电话推销术中，最要紧的是树立服务至上观念。一心只想着赚别人钱的人，是赚不来大钱的三流生意人。按照正确的方案，为对方提供他所需的商品服务，这一点必须时刻记在心上，从而才能在言谈举止间使对方体会到你的诚意。为了不让

对方感到接电话烦人或个人自由权受到了侵害，必须强调电话推销术中的服务意识。

当你打出推销电话时，应立即明确告诉对方打电话打扰的理由，而且应尽量顺应对方的要求，采取灵活的反应。

黄金规则之三：与顾客在电话中交谈时，一定要面带笑容

在可视电话尚未遍及的今天，对方不会看到你打电话时的表情，但你仍不能吝啬你的微笑。微笑是一种有意识的放松，是自信心的体现。友好、礼貌的举止会通过电话线传递给对方，愉快的笑容能使你的声音自然变得轻快悦耳，使对方感受到你的可靠与友善，从而为谈话创造良好的氛围。反过来，如果接电话时板着臭脸，一副心不甘、情不愿的样子，声音自然会沉闷凝重，无法给对方留下好感。

黄金规则之四：尽快让对方进入到交谈中来

当你拿起话筒，你需要的是推销出你的产品或方案，而不是得到一个认真听讲的学生。所以，你决不能让顾客只做一名听众。如果仅听你口若悬河、滔滔不绝，对方会因无法忍受而不得不把听筒从耳边拿开，这样你就什么生意也做不成了。

黄金规则之五：要善于提问以了解对方

在初次电话联系中，你一定要设法了解顾客，努力摸清以下资料：

需要：顾客必须具备的东西；

希望：顾客希望得到的东西；

时间：顾客可能什么时候买你的商品；

财力：顾客目前有无财力订购你的商品。

如果联系电话的首要目的不是为了马上销售，而是为了约请顾客看样品，那就更应当留心了。假如对方根本无力购买

或无心购买,那安排约见还有什么意义呢?如果约见的结果不能促成交易,就纯粹是浪费时间。所以,首先要对顾客作个正确的评估,把不必要的约见减到最少。要正确评价顾客,最有效的办法就是在初次电话联系时对有关问题提问,摸清对方的底牌。

黄金规则之六:让对方对你的谈话内容感兴趣

你所提供的产品或服务可能是世界上一流的,但如果不符合电话线那端的人的兴趣和需要,推销活动可能只是水中捞月一场空。

顾客不会对任何事情都感兴趣。比如,他可能对足球比赛不感兴趣,对跳舞不感兴趣,同样也可能对你的推销宣传不感兴趣,哪怕是几句话都不想听。也许对方很讲礼貌,当你把电话挂过去时他不会立刻扔下话筒,但他耐心给了你一个展示口才的机会,并不意味着生意就能谈成。只有当对方聚精会神地听你讲话时,你的目的才有可能达到。当你们讨论的内容是有关他的需要或希望时,对方一定会集中精神的。

对此,你要掌握两点诀窍,一是在打电话前一定要选准对你的产品有兴趣的对象,二是在谈话中要根据对方的兴趣及时改变谈话的内容和方式。

黄金规则之七:要时刻记住你打电话的目的

天南海北的闲聊会使电话交谈变得轻松愉快,但这并不能保证交易成功。你必须时时刻刻控制住你谈话的内容,按照预定的方案一步步达到你的目的。

高效率是电话推销的优势,也是我们在打电话时应努力追求的目标。在电话交谈时,一秒钟都不能随便浪费,每个字、每个问题都必须有助于实现你的目的。

黄金规则之八：当顾客说“不”时，你就必须开始实质性交谈

“不”这个词是对你推销艺术的一种考验，并不见得是一道无法克服的难关。对方的“不”字可能以如下形式表达出来：

“暂时不要了……”

“资金紧张，手头没钱……”

“我们下次会买……”

“生意不太好……”

这种拒绝可能只是借口。对方或许确实对你的产品不太满意，可也可能是曲解了你所提供的资料。顾客所说的这个“不”字，并不是一个让你说声“谢谢你接电话”，然后就放下话筒的信号，而是意味着你应该加倍努力，弄清顾客的真正意图，并设法满足他。

黄金规则之九：说话要简洁

在电话联系中，简洁是一项重要的原则。商场如战场，分秒必争，时间是最宝贵的。即使你不珍惜自己的时间，也没有资格过长地占用对方的宝贵时间。一位伟人说得好：浪费别人的时间，无异于谋财害命。

和朋友聊天是一回事，在事业上沟通有用的信息完全是另一回事。生意场的语言讲究言简意赅，说得要中肯，讲得要利落。喜欢唠唠叨叨的人不适合在商场生存，否则只会给人思维混乱的坏印象。如果你问一位公司经理，他对那些从公司内部打电话出去以及从外面打电话进来的人有什么忠告，他们会告诉你同一句话：“请说重点。”

黄金规则之十：不要与顾客争执

我们都知道商场上的那句名言：“顾客就是上帝”，而上帝则永远是正确的。当电话推销没有取得预期的成果时，你一定要控制住自己的情绪。当顾客拒绝你订货或约见的建议时，总会想出一些借口来，这些借口可能是明显错误的。但是，你千万不要同顾客争执，因为这于事无补，而且会使你永远地失去这个客户。当然，说服对方也是必要的，但必须用能使对方感到有道理而又真实可靠、柔和而又不失绅士风度的说法才好。

三、摸清对方的想法

按照黄金规则之六，只有当对方对你的谈话感兴趣时，才有可能达到目的。那么，怎样才能探知对方的真实想法呢？“知己知彼，百战百胜”，黄金规则之五又要求你善于提问以了解对方的情况。那么，怎样才能在电话中巧妙摸清对方的底牌呢？

在这里，给你提供五个提问方式供选用，每个提问都能用来引出一个明确的回答。在每次打电话联系之前，你应准备好得体的提问。

中性封闭式提问

这种提问方式可以引出一个明确的、不容含混的回答，要么答“是”，要么“不是”。比如：

“请问贵公司是位于北京市海淀区吗？”

“您以前购买过我公司的产品吗？”

“您会说英语吗？”

这类中性封闭式提问一般只充当对话过程中一系列问题的一部分，虽并不能引发对方详尽的回答，但对分辨、排除那

些次要的内容很有帮助。然后,就可以进一步询问了。

卖方:“你们有没有出口美国的商品?”

买方:“没有”。

卖方:“贵公司的商品对出口美国有兴趣吗?”

买方:“有。”

卖方:“那好,我们现在有个进行合作的机会……”

于是,一桩生意就开始谈上了。

中性封闭式提问往往以下列几种形式开始:

“您会不会……?”

“您是否……?”

“您可否……?”

中性开放式提问

中性开放式提问的目的是为了获得大量的资料,其回答的形式并不由询问者来控制。只要对方愿意,他就可以提供详细的或简略的回答。比如,你可以问:

“请问哪些因素促使您作出了这样的决定?”

“请问您对这件事怎么看?”

“为什么订货会延期举行了?”

中性诱导式提问

这种提问方式使对方的回答受到一定的限制,使他的回答对你所关心的问题肯定有一定的参考价值。中性诱导式提问一般都涉及这几方面的问题:“何时……?”“谁……?”“……在什么地方?”如:

“你们什么时候发现机器有故障的?”

“请问贵公司谁负责进货?”

“我们什么时候当面谈一次呢?”

诱导式否定提问

在这种提问方式中，询问者以一种否定形式的提问给对方的回答施加了强烈的影响力，诱使对方作出否定的回答。这种提问的头几个字一般是这样的：

“您不会……吧？”

“您没有……”

“既然如此，您一定认为我们现在不需要继续供应这些货了，对吗？”

“您还没有决定停止从我这里进货，不是吗？”

诱导式肯定提问

如同中性诱导式提问一样，这种提问也能对回答起引导作用。询问者一上来就先把对方恭维、吹捧一番，然后在此基础上再提问。对方如果一不小心，意志不够坚定，则很难摆脱这种事先设计好的圈套。比如：

“钱工程师，您有多年从事这种工作的经验，一定会同意这是最妥善的方案，是吧？”

“刘经理，您是他们中威望最高的，一定可以出来劝劝他们，对吧？”

下功夫掌握和运用这些提问技巧会使你受益无穷，使电话交谈按照你所设计的方案顺利进行。下面，我们用一家针织品公司推销员与客户的对话，说明一下该技巧。

推销员：“张科长，您好，我是顺华针织品公司的方达。您要购买针织服装吗？”

买方：“要。”

推销员：“您要买男式针织服装吗？”

买方：“要。”