

# 电话销售

孙健◎著

实战  
白金版

# 话术模板 与应对技巧

深入客户的内心世界，大步迈向成交过程！

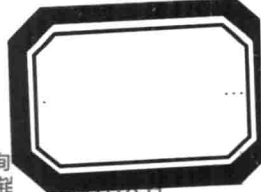
今天看一遍，明天就能见效的销售话术！  
教你掌握专业销售技能，快速提升电话销售业绩！

明确销售流程、关键问题与销售目标  
快速提升销售技能，增长销售业绩  
全面实施销售过程训练、指导和监督  
促进内部销售系统和培训课程开发

电话销售  
必备·实用  
手册

HUATONG  
专注于管理实践  
www.huatop.com

华通咨询  
微表情学



# 电话销售 话术模板 与应对技巧

孙 健◎著

实战  
白金版

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书内容涵盖了电话销售的各个阶段——开场白、前台或总机的阻拦、客户对产品的兴趣、客户的实际需求、客户提出的拒绝异议、价格异议、签单前的摇摆心理、签单、售后服务等。从这些方面的问题出发，本书结合顾客心理，给出了卓越的解决话术及相匹配的销售引导模式，使销售人员“不但知道怎么说，而且知道怎么做”。通过系统地学习和应用本书，将为销售人员提供全方位的销售技能指导，帮助销售人员快速掌握业绩倍增的销售方法。

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

电话销售话术模板与应对技巧：实战白金版 / 孙健著. —北京：电子工业出版社，2014.2

（华通咨询内训好课程书架·微表情销售力提升丛书）

ISBN 978-7-121-21678-7

I. ①电… II. ①孙… III. ①推销—口才学 IV. ①F713.3 ②H019

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第244627号

责任编辑：杨 雯

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

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：15.25 字数：286千字

印 次：2014年2月第1次印刷

定 价：35.00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zllts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。



中国企业从改革开放以来经历了三十多年的发展，现在正处于经济和产业结构的调整期。当下的经济形势严峻，全球性竞争格局正在进一步加剧，而中国企业不管是从研发、管理，还是从品牌、服务上来说，竞争力都有所欠缺，这是大部分管理者承认的一个现实，且多数管理者也深刻地感受到当下这个调整期的艰难。

素以“狼性管理”著称的华为掌门人任正非说：“华为没有成功，只是在成长。”在这位掌舵着世界排名第三位的通信企业经营者眼中，企业的成功必须如德国、美国、日本等国家的那些优秀企业一样历经市场检验，做到严守企业的经营理念 and 生存信条，与时俱进地提供高品质的产品和优质的服务。

而综观国内的大多数企业，除了经历过浮躁的市场拓展和粗放式的发展历程以外，真正用于锻炼内力、修炼品质的时间还很少。“中国制造”仍然是加工厂和低端产品的代名词，中国大多数企业仍然很难经得起风雨。

这是我们的底子较弱、管理水平较低所致。

毫无疑问，我们将会迎来一个新的未来，这是社会和经济发展的必然。经由结构性调整所产生的未来经济或产业格局中，也必将成就一批优秀的企业。但是，谁是未来的幸运者？我们能否安然无恙地踏上通向未来的发展之路，并且在未来的市场和经营格局中占据一席之地？或者，哪些企业最有可能在这种变化中被逐步边缘化，以致失去对未来市场的适应力？这些问题很重要，但这并没有现成的答案，需要我们在实践中敏锐地察觉变化，总结出科学的经营模式和管理方法。

我们要做很多工作，才能避免企业被边缘化。但有一条核心原则是不变的，那就是必须改变过去普遍存在的粗放式管理现状，寻求企业在各个关键资源、关键业务上的价值产出。过去，我们可能认为管理好客户或者做好产品研发是第一要务，今天，这两者同等重要；过去，我们可能认为在成本的基础上控制质量是关键，今天，质量、成本及产品创新等，都需要齐头并进。我们能够感受到的一个基本事实就是：在一个社会快速发展的时期，把管理的重心压到任何单一经营管理要素上，都是行不通的，都不可能保障企业通向未来。我

们需要以一种“全面管理”的视野来经营企业——市场位置的瞄定、竞争优势的形成与维系、应对变化的思路、业务流程的科学性、人与业务的整合、人才价值的深度挖掘等——这些关键要素都应该纳入系统整合、优化的范围。最终，我们需要用“全面管理”的原则和实践赋予企业强健的魂魄。

对管理进行全面优化涉及的不只是经营和管理理念，它更需要落实到具体的行动中去，落实到实际管理行为中去，它是对管理实践活动提出的最基本的要求。正因为如此，我们每一个管理者都必须有意识地发现有效的、更好的管理方法，有意识地去改变企业经营中落后的因素。

鉴于过去近十年时间里，华通咨询（全称“北京华通正元管理咨询有限公司”）一直在从事企业管理咨询和研究工作，我们有机会接触到各类型企业经营管理中常见的问题，也能够较深刻、全面地理解各类企业的管理需求。与此同时，华通咨询在过去近十年时间里，已经形成了较强的咨询与研究互补结合的能力。因此，华通咨询希望与更多具备前瞻力的企业经营者和管理者一起推动这项变革。基于这样的信念和目标，华通咨询确立了一项基本的使命，那就是推进管理思想和管理技术的实践应用与研究。

在过去一些年里，我们的研究人员、咨询师队伍满怀改善中国企业管理水平的使命感努力地工作，未来我们也将如此。您现在看到的这些图书产品，是我们依据管理实践的需求和企业普遍存在的问题，进行系统分析和总结的成果，也是我们对中国企业普遍存在的管理问题的系统解答。

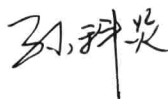
站在变革时代的风口浪尖上，我们满怀希望——希望中国的每一个企业都能够在剧变的经营环境中安然无恙，都能够找到自己的产业坐标。我们推进咨询与研究一体化的工作，并总结咨询研究成果汇集出版，其目的正如上述。

但是，除非管理者认识到企业的管理不足及自身的不足，意识到这些不足是迫切需要解决的问题，否则再正确的经营思路、再有效的管理方法都不可能产生实际的经营成效。企业管理水平的提升，首先面临的问题就是企业管理者思维方法和能动性的提升。麻木不仁或者满足于现状的管理者，是不适合当下及未来的经营管理需求的——管理者必须更加努力地学习新知识、新方法，必须更加努力地通过管理的优化为企业创造出更好的局面，这是管理者的使命。

当下是未来的序幕。我们今天的努力将决定我们的未来。

谨此，与读者朋友和管理同人们共勉！

华通咨询 总经理



# 前言

客户对电话销售有着各种各样的偏见，这严重地影响了电话销售工作的正常开展。**快速、有效地解决客户在电话销售过程中产生的异议，是电话销售工作的重中之重。**

许多销售员将电话销售理解为不间断地拨打电话，在他们的观念中，拨打电话的次数越多，成交的概率就越高。在具体实践的过程中，他们丝毫不讲究拨打电话的技巧，更不用说精心准备销售话术。渐渐地，在电话销售工作中出现了越来越多的问题，电话销售行业面临着严峻的考验。在这里，我想说，电话销售是一项双方互利的工作，销售员要尽快转变销售思路。

**在开展电话销售工作的过程中，销售员需要选择恰当的拨打电话的时机，通过客户的声音判断对方的心理活动及情绪状态，灵活地调整沟通话术，以客户喜闻乐见的方式开展营销对话，进而提高电话销售的成功率。**

为了帮助更多的电话销售人员掌握专业的销售技巧，华通咨询的销售力培训老师和咨询顾问一直进行着各类型销售团队、销售人员的话术设计、销售技巧训练，曾帮助数十家企业重新构建销售力系统，帮助他们在新的竞争环境下取得了良好的业绩。“微表情销售力提升丛书”正是基于这样的实践基础悉心研发而成的。

本套丛书系统地归纳了在销售过程中最常出现的各种销售场景，针对各个场景中需要重点应对的问题进行了深入的分析，并提供了专业的销售技巧指导。它根据销售原理，结合客户心理，给出了卓越的解决话术，以及相匹配的销售引导模式，使销售人员“不但知道怎么说，而且知道怎么引导客户说”，只要活学活用这些销售话术与引导技巧，就能与客户有效沟通，进而快速地达成交易。

鉴于本套丛书的定位，通过阅读和使用本书，我们将重点为读者解决以下问题并提供以下帮助。

（1）弄清楚每一项销售环节和销售场景，洞悉客户的心理特征，准确把握自己的销售目标，不再盲目地实施销售行为。

（2）以客户的声音及话语表现为依据，设计“即学即会，一用就有效”的销售话术和销售引导技巧，为销售人员与客户之间营造一种良好的沟通氛围。

（3）指导销售人员在合适的时间用合适的话术和态度影响、推动客户达成签单协议。

本书是本套丛书中的一本，内容涵盖了电话销售的各个阶段——开场白、前台或总机的阻拦、客户对产品的兴趣、客户的实际需求、客户提出的拒绝、价格异议、签单前的摇摆心理、签单、售后服务等，通过系统地学习和应用本书，将为销售员提供全方位的销售技能指导。

销售员在电话销售的过程中，经常遇到各种各样的难题，如果不能很好地加以解决，这些困难会阻碍电话销售的成功。本书罗列了73种常见的难题和销售障碍，通过提供专业的销售指导，帮助销售员快速掌握业绩倍增的销售方法。

参加本书编写工作的人员包括：孙健、孙科炎、陈智慧、李国旗、罗先凤、洪少萍、李瑞文、秦术琼、宋松红、孙东风、谭海燕、谭汉贵、王晓荣，在此一并表示感谢。

衷心地希望这本书能给广大读者带来帮助。若您发现书中有不足之处，请提出宝贵的意见和建议。

笔者



## 第一章 用精彩的开场白吸引客户

销售场景01 / 接通电话后, 客户沉默不语	2
销售场景02 / 你好, 请问你是	5
销售场景03 / 怎么又是你	8
销售场景04 / 你从哪里知道的我的电话	11
销售场景05 / 下班时间怎么还打电话	14
销售场景06 / 又是搞推销的吧	17
销售场景07 / 你们这些打电话做销售的都是骗子	20
销售场景08 / 你打错电话了, 这里不是采购部	23
销售场景09 / 我很忙, 请别打扰我	26

## 第二章 巧妙应对前台或总机的阻拦

销售场景01 / 请问你找谁	30
销售场景02 / 请问你有预约吗	33
销售场景03 / 他不在	36
销售场景04 / 经理在开会, 你稍后打过来吧	39
销售场景05 / 你直接同负责人联系吧	42
销售场景06 / 我不知道经理的电话	45
销售场景07 / 说一下你的个人资料, 我要登记	48
销售场景08 / 能不能不要一天到晚地骚扰我们	51

## 第三章 激起客户的兴趣, 赢得客户的信任

销售场景01 / 客户心不在焉地用“嗯”、“哦”敷衍	55
销售场景02 / 我对你们的产品没什么兴趣	58



销售场景03 / 把资料发过来一份	61
销售场景04 / 你们公司的产品合格率太低了	64
销售场景05 / 产品质量如何	67
销售场景06 / 我不想买, 也不想留下个人信息	70
销售场景07 / 别再花言巧语了, 我不想听	73
销售场景08 / 电话销售不可信, 我有我的购货方式	76

#### 第四章 创造并引导客户的需求

销售场景01 / 我们不需要, 谢谢	80
销售场景02 / 我没怎么听说过你们的牌子	83
销售场景03 / 暂时没有这方面的需求	86
销售场景04 / 公司的发展现状很好, 不需要补充	89
销售场景05 / 我们公司从未购买过类似的产品	92
销售场景06 / 别的公司有没有购买你们的产品	95
销售场景07 / 种类太少, 没有可供选择的余地	98
销售场景08 / 没有适合我的产品类型, 还是算了吧	101

#### 第五章 有效应对客户提出的拒绝

销售场景01 / 客户还未接听就挂断电话	105
销售场景02 / 以后不要打这个电话了	108
销售场景03 / 公司刚进了一批类似的产品	111
销售场景04 / 公司有固定的供货渠道	114
销售场景05 / 你说得再好听也没用	117
销售场景06 / 我还有事, 先挂了	120
销售场景07 / 公司没有关于培训方面的计划	123
销售场景08 / 现在还不着急做决定, 缓缓再说	126

#### 第六章 解决产品的价格异议

销售场景01 / 买不起, 我现在没钱	130
销售场景02 / 公司没有这方面的预算	133
销售场景03 / 与其他产品相比, 你们的价格过高	136

销售场景04 / 成本很低, 报价却这么高	139
销售场景05 / 产品性价比不高, 买的话不划算	142
销售场景06 / 再便宜点, 说个最低价	145
销售场景07 / 买得多的情况下有什么优惠	148
销售场景08 / 我不想要赠品, 换算成折扣吧	151
销售场景09 / 价格这么低, 质量有保证吗	154

## 第七章 有效化解客户的摇摆心理

销售场景01 / 我再考虑一下吧	158
销售场景02 / 留下你的电话, 需要的时候再打给你	161
销售场景03 / 我不是负责人, 无法做决定	164
销售场景04 / 比较之后再给你回复	167
销售场景05 / 我需要和老板商议一下	170
销售场景06 / 如果使用效果不好, 可以退换货吗	173
销售场景07 / 要是能够赊账的话, 我们就预订一批	176

## 第八章 顺势引导客户成功签单

销售场景01 / 未获得经理的批准, 原定的单子需要取消	180
销售场景02 / 新产品上市不好推广, 我们还是不买了	183
销售场景03 / 培训的周期太长, 会影响工作的进度	186
销售场景04 / 我不负责付款, 你找其他人吧	189
销售场景05 / 资金运转紧张, 恐怕无法按时结账	192
销售场景06 / 产品的实际效果太差, 尾款就不给你了	195
销售场景07 / 货还没到, 速度太慢了	198
销售场景08 / 怎么出尔反尔, 说好的优惠呢	201

## 第九章 维护与客户的长远关系

销售场景01 / 产品刚收到, 目前没有别的需要	205
销售场景02 / 产品卖不动, 我要退货	208
销售场景03 / 怎么又打电话, 上次的产品还剩很多呢	211
销售场景04 / 你们的产品效果不怎么样	214

销售场景05 / 以后不要再发送千篇一律的邮件了.....	217
销售场景06 / 恐怕无法与你们继续合作了.....	220
销售场景07 / 获得客户转介绍的技巧.....	223
销售场景08 / 同客户保持联系, 和他们也是朋友.....	226

## 参考文献

## 第一章

# 用精彩的开场白吸引客户



以精彩的开场白牢牢地抓住客户的注意力，让客户愿意倾听销售员诉说，引导客户做出积极的回应。

## 销售场景

# 01

## 接通电话后，客户沉默不语

### 客户心理活动

- (1) 陌生的电话打过来，是谁找我呢？
- (2) 现在正在开会，我不方便说话。
- (3) 正用手机打电话，固定电话又响了，我忙不过来了！
- (4) 有人打电话来，先等他开口我再说话。
- (5) 还没睡醒，谁在扰人清梦？

### 销售员的销售目标

说好第一句话。让客户开口说话是彼此沟通的开始，也是触发销售契机的机会所在，销售员要主动说好第一句话。

### 销售员的销售意识与行为准备

销售员说好第一句话，能为客户留下良好的第一印象，调动起对方的交谈兴趣，从而有利于销售过程的开展。

(1) **了解客户的个人信息。**尽可能掌握交谈对象的资料，直呼对方的姓名或尊称，拉近彼此之间的距离，营造一种亲切感，鼓励对方说话，让客户愿意开口说话。

(2) **保持积极向上的心态。**销售员只能通过声音传递信息和情感，而良好的心理状态能够确保声音富有感染力，在电话中营造一种愉悦的沟通氛围，让客户愿意继续通话。

(3) **选择适宜的话题。**选择恰当的措辞和语言，话题切勿过于突兀，突破客户的心理防线，逐步赢得对方的信任。

接通电话之初，客户往往是感性的，他们会根据第一印象决定心中的好恶，依靠个人感觉采取应对的方法。

## 电话销售话术模板

### 电话销售话术模板1>>

您好，李经理，你们公司需要的××方案我做出来了，现在方便向您汇报吗？

**话术要点：**先用卖点抓住对方的心理，再谦逊地询问对方是否方便听取汇报，抬高对方。

话术点评：汇报一词通常暗指上下级关系，把对方抬到领导的位置上，满足对方的虚荣心，借以打开对方的沟通意愿。同时询问对方是否方便，使客户比较轻松地接受电话问询，这样获得肯定回答的可能性就会较大。

### 电话销售话术模板2>>

您好，李经理，中秋节就快到了，我代表××（公司的简称）祝您节日快乐、合家欢乐！

**话术要点：**以节日祝福作为开场白，选择积极、向上的交谈话题。

话术点评：传递喜庆和快乐，面对陌生人的节日拜访，客户不会贸然地挂断电话，销售员至少赢得了继续通话的机会。

### 电话销售话术模板3>>

李经理，今天我给您打电话是因为我们公司的客户都反映您在××行业影响广泛，您的经营方法值得学习和借鉴，长久以来，我们公司致力于帮助客户改善经营状况，所以我希望能够请教您一些问题。

**话术要点：**解释致电原因，视客户为榜样，礼貌地请教问题。

话术点评：开启客户的“助人为乐”精神，精心设计问题，在问题中挖掘客户的潜在需求，最后不着痕迹地将产品介绍给客户。

#### 话术全景展开参考模板>>

电话接通后，客户沉默不语。

销售员：“您好，李经理，请问您现在方便接听电话吗？”

客户：“我正在开会，没空。”

销售员：“您下午有空吗？到时候我打给您？”

客户：“有空，下午吧！”

销售员：“好的，谢谢您，咱们下午聊，再见！”

### 常见错误销售行为规避

#### 01 / 您好，我是××公司的销售员××……

客户得知销售员的真实用意后，会迅速地建立起自我防备意识，不愿继续接听电话，客户直接挂断电话的做法会打击销售员的工作热情，不利于电话销售工作的开展。

#### 02 / 小心翼翼，唯恐客户会挂断电话。

在电话中，客户能够根据声音推断销售员当下的心理状态，不自信的表现只会让客户厌烦，使其不愿意浪费时间在不感兴趣的话题上，从而选择自动远离。

#### 03 / 喂，有人吗？

非专业的口吻加上陌生的电话号码，会让客户建立起警戒心，在这种情况下，客户倾向于选择挂断电话。没有了继续交流的意愿，电话销售也就戛然而止。

## 销售场景

# 02

## 你好，请问你是

### 客户心理活动

- (1) 虽然是陌生的电话号码，我仍会礼貌对待。
- (2) 你认识我吗，找我有什么事情？
- (3) 是不是打错电话了，我从未接听过类似的号码！
- (4) 朋友说过会给我打电话，难道他换号码了？
- (5) 没什么事情的话，我就挂了！

### 销售员的销售目标

做好自我介绍。客户想要知道销售员拨打电话的目的，我们要做好开头的自我介绍。

### 销售员的销售意识与行为准备

客户直接说出自己的疑问，销售员可以根据客户的声音判断对方的情绪状态，快速地调整好应对策略，尽可能延长沟通时间，赢得潜在的销售机会。

(1) **事先设计好自我介绍的内容。**自我介绍的重要性不言而喻，做好准备工作，设计一套完整的自我介绍方案，在回答客户问题的时候，快速地从中选择一项合适的方案。

(2) **坚持灵活性原则。**真实的销售意图有可能会“吓跑”客户，销售员要真诚地对待客户，也要灵巧地搭配好措辞，让客户看到我们的诚意，进而卸下戒备心理。

(3) **逐渐渗透销售思想。**保持耐心，不要急于做销售，试探虚实，了解客户的需求，循序渐进地采取销售策略。



销售员要做有利于电话销售的事，将客户视为贴心的朋友，以服务的姿态面对客户。

## 电话销售话术模板

### 电话销售话术模板1>>

我是××公司的陈×，麻烦你帮我找一下你们公司销售部的负责人！

话术要点：扮演管理者的角色，理直气壮地提出要求，语言要有威慑力。

话术点评：以“你”代替“您”，塑造一种较高的姿态，以强大的气场震慑客户，引起对方的重视，客户迫于心理压力，倾向于转接电话。

### 电话销售话术模板2>>

我是××，请问如何称呼您？

话术要点：询问客户的姓名，以亲切的语气打动客户。

话术点评：采取迂回策略，不急于展开销售，通过交流了解客户的个人特征，给予真诚的赞美，进而提出销售要求。

### 电话销售话术模板3>>

我是××公司的小蒙，前几天李总给我发了一封邮件，让我今天给他打电话，请你帮我转接到李总那里。

话术要点：客户公司准许拨打电话，给客户一个转接的理由。

话术点评：为了避免意外情况的发生，销售员需要事先掌握充足的客户信息，要求转接的理由合情合理，客户便无法拒绝转接要求。

### 话术全景展开参考模板>>

客户：“你好，请问你是……”

销售员：“我是小蒙，请问如何称呼您？”

客户：“你叫我小林就可以了。”