

销|售|员|业|务|禁|忌|丛|书

电话销售的

80个禁忌

周志刚 逯毅君 等 / 编著



找到**一线万金**的秘密

学会接打电话的**实用技巧**

超级**有用的案例**

教你**不再犯错误**

瞬间掌握电话销售技法!



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

销|售|员|业|务|禁|忌|丛|书

电话销售的 80个禁忌

周志刚 逯毅君 等 / 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

给客户打第一个电话，是成交的起始；给客户留下的第一个声音印象，是签单的关键。看似简单的电话销售，却有着不凡的奥妙。您意识到自己和客户进行电话沟通时存在用词不当、应答不畅、反应迟钝等问题了吗？这些问题的存在，都会影响到电话销售的最终结果。本书对处理在电话销售中遇到的各种问题，给出了可操作的解决方案。要想做一个高效的电话销售冠军，就从阅读本书开始吧！

图书在版编目（CIP）数据

电话销售的 80 个禁忌/周志刚等编著. —北京：机械工业出版社，
2011. 8

（销售员业务禁忌丛书）

ISBN 978-7-111-35788-9

I. ①电… II. ①周… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2011）第 181083 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：曹雅君 责任编辑：曹雅君 李 宁

封面设计：柏拉图 责任校对：侯 灵

责任印制：乔 宇

三河市宏达印刷有限公司印刷

2011 年 10 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm × 242mm · 13 印张 · 149 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-35788-9

定价：32.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：(010) 88361066

门户网：<http://www.cmpbook.com>

销 售 一 部：(010) 68326294

教材网：<http://www.cmpedu.com>

销 售 二 部：(010) 88379649

读者购书热线：(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

在现代社会中，销售是一项充满挑战与艰辛的职业。而在所有的销售模式中，电话销售所蕴藏的成功却是无可限量的。有人说：“电话销售人员对销售技巧了然于胸就可以叱咤职场！”这种说法大错特错！在市场竞争日趋白热化的今天，拥有一套娴熟的销售技巧是每名电话销售人员所必须具备的技能，但是仅仅拥有一套娴熟的销售技巧显然是远远不够的。要想成为一名顶级的电话销售人员，除掌握正确的销售方法之外，还要避免禁忌的发生。

其实，现代社会中的每个人都应该了解自己什么能做、什么不能做，尤其是电话销售人员，掌握必要的销售技巧固然非常重要，但是在销售中，客户才是真正拥有话语权的人。所以想要说服客户，使其购买你的产品，电话销售人员一定要避开销售各个环节中的禁忌。

在给客户拨打陌生拜访电话的时候，你是否因没有掌握好时机而使客户尴尬呢？

在与客户联络的时候，你是否因没有好的应对之道而被客户的秘书所阻拦呢？

在向客户推介你的产品时，你是否因不了解客户的需求而遭遇其拒绝呢？

.....

在向客户进行电话销售的时候，一旦触犯客户的禁忌，客户就会不满意，这单生意便会失去，电话销售人员便与这次宝贵的电话销售机会擦肩而过。

在电话销售的每个环节中，充满了各种各样的禁忌，了解并绕开禁



忌，是电话销售人员成功与客户达成交易的保障。

本书详细讲解了在电话销售各个环节中的各种禁忌，浓缩了众多电话销售精英的成功之道，吸取了他们宝贵的经验。全书的11个章节涵盖了销售的每个环节，归纳了电话销售人员在向客户推销的时候，需要避开的禁忌，主要包括沟通禁忌、拨打陌生拜访电话的禁忌、突破前台的禁忌、探寻客户需求时的禁忌、防止准客户流失的禁忌、推介产品的禁忌、拜访客户的禁忌以及处理客户异议的禁忌等。

更重要的是，全书总结了触犯客户禁忌的后果，揭示了禁忌是由哪些因素造成的，更提供了避开禁忌的解决之道。

本书语言通俗易懂，引人入胜。本书从销售中的禁忌入手，指导电话销售人员怎样在职场上趋利避害，题材新颖。本书并没有枯燥地简单罗列理论知识，而是辅以案例介绍，使电话销售人员对销售过程中的禁忌表现有更为直观的认识。

在电话销售的过程中，只有采取“灵活运用销售技巧”和“绕开禁忌”两步走，才可以保证电话销售人员拥有可观的业绩。

谨以此书，献给那些正在电话销售行业冲锋陷阵的未来精英们，希望他们能在自己的岗位上拥有卓越的表现！

在本书的写作过程中，有很多朋友参与，他们是张德全、李世忠、周长厚、董本冬、许红、于淑玉、周志强、荆进、周宝秋、张万菊、李铮、张万洪、邓青红、张玉英、张忠生。他们做了大量的编写工作，在这里谨向他们的辛勤工作表示感谢。由于编者学识浅陋，书中难免有错误和疏漏，请读者不吝赐教。

编 者

目 录

CONTENTS

前 言

第 1 篇 必备基础篇

第 1 章 语音使用的 8 个禁忌..... 3

 忌发音不流畅 4

 忌说话语速不正常 6

 忌说话时没有停顿 10

 忌语言没有感染力 12

 忌语气不耐烦 16

 忌语调呆板..... 17

 忌说话音量过小或过大 18

 忌用鼻音说话和尖叫 19

第 2 章 11 个沟通中的禁忌 21

 忌说话没有自信 22

 忌弄错客户的姓名或性别 24



忌过于直白.....	26
忌语言不够简洁	27
忌介绍不专业	28
忌电话终止时间过长	31
忌言辞中充满不敬	32
忌只顾自己说	34
忌与客户争辩	35
忌不会提问题	37
忌打断客户的说话	39
 第3章 自我调节情绪的8个禁忌	41
忌不知道压力的形成	42
忌忽略压力对健康的影响	44
忌忽略压力的积极作用	46
忌不会正确化解压力	48
忌被电话销售所控制	53
忌被消极心理束缚	54
忌不会摆脱焦虑情绪	57
忌不会调节生活解压	60
 第2篇 操作指导篇	
 第4章 准备工作要克服的6个禁忌	67
忌没有为流畅的通话创造条件	68
忌不了解产品的功效和独特卖点	69

忌客户信息不全	71
忌电话目的不清晰	74
忌电话目标不确定	75
忌没有客户档案	76
第 5 章 拨打陌生拜访电话时的 8 个禁忌	79
忌时机不当.....	80
忌没有掌握好通话时间	82
忌问候欠缺礼貌	84
忌没有与客户建立良好的关系	86
忌不会阐释产品的价值	87
忌忽视沟通质量	89
忌不会使用耳朵	92
忌举止不当.....	96
第 6 章 突破前台/秘书关的 9 个禁忌	99
忌直接告诉对方你是销售	100
忌不理解前台	101
忌不关注前台	102
忌不会赞美前台	104
忌没有礼貌，不能感染前台	105
忌不够自信	108
忌没有确定再次拜访的时间	109
忌直接回答前台的问题	110
忌没有灵活机智的应对之策	112



第7章 成功探询客户需求的5个禁忌	115
忌不会真正倾听客户的心声	116
忌忽视提问的重要性	120
忌不会提问题	123
忌打无准备的仗	129
忌主观猜想客户的需求	132
第8章 推介产品的7个禁忌	135
忌不了解产品	136
忌不能吸引客户	137
忌过急介绍产品	140
忌言过其实	141
忌强迫推销	144
忌没有树立专业形象	144
忌忽略客户的利益	145
第9章 电话、电子邮件、手机短信结合做销售时的6个禁忌	149
忌忽视电子邮件和手机短信的辅助销售功能	151
忌不注意时间	154
忌内容无趣	155
忌回访过勤	160
忌没有预约客户	160
忌发“垃圾信息”	162
第10章 接听电话的7个禁忌	163
忌对产品不了解	164



忌没有掌握时间	166
忌回答客户不敬	168
忌使用消极用语	173
忌接听三心二意	174
忌接听状态欠佳	176
忌不做信息记录	178
 第 11 章 电话销售流程应用的 5 个禁忌	181
忌不了解客户的需求	182
忌不能抓住客户注意力	183
忌忽略客户购买信号	185
忌报价环节出现差错	188
忌不及时发出成交邀请	191
 参考文献	193



第1篇

必备基础篇



第 1 章 语音使用的 8 个禁忌

电话销售已经成为现代社会成单率颇高的销售方式之一，每个人都会打电话，但是通过打电话达成销售目的，却不是一件简单的事情。声音是人的“第二外貌”，可以说电话销售是声音与语言的艺术。让声音有魅力的 8 个禁忌如图 1-1 所示。

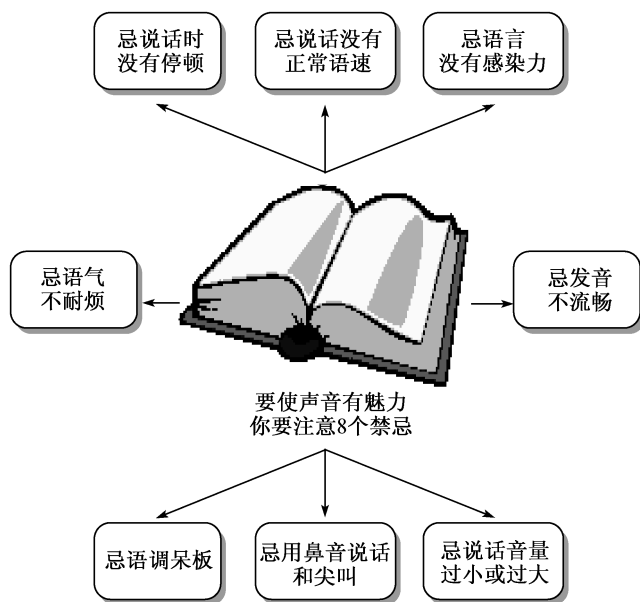


图 1-1 声音有魅力的 8 个禁忌



不要犯错误，否则电话销售将遭遇尴尬……

梁旭在一家旅行公司做电话销售，其工作的重点就是向客户推销公司的旅游产品。梁旭的业务非常棒，头脑清晰，可是业绩却不理想。

梁旭：“先生，我们公司下半年的旅游产品主要有……”

客户：“哦，已经介绍完了？”

梁旭：“是的，先生，我已经介绍完了！”

客户：“不好意思，我没有听明白，你再介绍一下好吗？”

梁旭：“好的，我们公司下半年的旅游产品主要有国外7个线路游和国内6个线路游，请问您对哪个行程最感兴趣？”

客户：“谢谢你的介绍！听完你的介绍，我发现行程好像都一样，没有什么特别的地方，我想我还是取消这次旅游吧！”

梁旭很苦恼，她十分向往电话销售工作，可是不止一位客户说自己的介绍毫无新意，她不知道这是为什么。她向上级反映过这个问题，上级给她的解释是：“你的声音没有吸引人的对方。”声音也能吸引人吗？

其实在电话销售的过程中，销售人员只能靠听觉去“观察”客户，判断其是否具有购买意向。相对的，客户在电话的另一端是无法看到销售人员的肢体语言、面部表情的，只能凭借自己听到的声音来判断这名销售人员是否可信。那么在电话销售中，对于销售人员的声音有什么禁忌需要注意并怎样克服呢？

忌发音不流畅

在电话销售过程中，你不能清楚明白地表达自己的意图，怎样说服你的客户购买你的产品呢？

声音语言是公司形象与销售人员的自我形象的统一体，通过声音语言可

以体现公司的企业文化，展现自己的文化修养，达到自己与客户的和谐并达到销售成功的目的。

在日常生活交流中，我们说出的每一个词、每一句话都是由最基本的语音单位构成的。

清晰且正确的发音，能够使你准确地表达出自己的意思，不会出现词不达意的反效果。对于一名电话销售人员来说，这一点尤为重要。



失败案例

药品推销员付爽正在给客户打电话，向客户推销自己公司研发出的药酒。药酒的功效很好，可是她的介绍却存在问题。

付爽：“我们公司的药酒是……是经国家食品药品监督管理局……批准的 OTC 非处方药，主要功效有……嗯……”

客户：“主要功效有什么？”

付爽：“主要功效……包括祛风除湿、补气通络、舒筋活血、健脾温肾。”

客户：“那适用于什么病症啊？”

付爽：“病症？什么病症？”

客户：“对啊！什么病适合喝这种药酒啊？”

付爽：“主要适用……啊！这个……风寒湿痹、筋骨疼痛、脾胃虚寒、肾亏腰酸及妇女气虚血亏等。”

客户：“算了，你的介绍这么不连贯，声音又不流畅，我不得不对你



的药酒产生怀疑。”

随即挂了电话。

要知道，不良的发音会阻碍销售。在电话销售的过程中，如果你发音错误或者是含混不清，则表明你思路不够清晰、观点不够明确，给人一种缺乏自信的感觉，这时你的客户不会对你产生信任，他很难购买你的产品。

良好的发音要求吐字清晰、流畅、变化自如。清晰、流畅的表述可以给人一种专业的感觉，使客户跟着你的思维思考。所以在电话销售的过程中，一定要禁忌不流畅的发音。



忌说话语速不正常

节奏是在说话的时候，因不断发音与停顿而形成的强弱有序且周期性的变化，很多人在平常的交流中根本不考虑说话的节奏。而对于电话销售人员而言，在推销的时候没有节奏是一大禁忌，通过不断改变节奏以调节单调乏味的语速是相当重要的。

实战支招



节奏体现在语速和停顿两个方面。

电话销售是一项快节奏的工作，在销售的过程中，语速起着关键的作用。过快或过慢的语速都很容易导致客户听不清楚你的表述，有损销售效果，不利于销售的最终达成。所以电话销售人员一定要控制你的语速。

长期从事这项工作导致大多数电话销售人员说话的速度偏快，语速偏快和音调过高都会给人一种紧张和焦虑的感觉。

例如，有的人这样介绍自己：

“你好！我是威达公司的蒋飞！”

客户也许会在电话那边问：“什么？什么？你说什么？”

显然客户根本没有听清楚你在说什么，一旦他产生不耐烦的情绪，效果可想而知。



如果你表述过快，造成某些词汇模糊不清，很容易造成客户听不清楚你在说什么，很多时候需要你再重复一遍，这样不只会影响你的心情，最消极的效果就是打乱了你的销售计划，影响销售效果。

既然语速不能过快，那么是不是语速过慢就一定可以达到成功销售的目的呢？乍一听好像的确如此，放缓你的表述语速，可以使客户充分理解你的意图，但其实不然。

语速过慢，表明你思维不清晰、反应迟钝，或者是经验尚浅，不值得



信任；还有可能导致客户产生不耐烦的心理，一旦这种心理通过电话线传达给你，也会影响到你，对你的销售业绩会产生很大的影响。

过慢的语速还会让客户感觉你没有激情，要知道在销售的过程中，如果你不能带动客户的情绪，很容易被对方打断，一旦给予客户思考的时间过多，很容易滋生出很多棘手的问题。

在打电话的时候，表述语速一定要适中。一般情况下，销售人员应将语速保持在120~140字/分钟较合适。

当然，如果能够根据客户的语速而调整自己的语速，那样效果更好。



成功案例

林澜是一名电话销售员，在刚开始工作的时候，她发现自己无法把想要说的话在限定的时间内说完，主要的原因就是她不知道怎样将准备的表述组织完善。后来，她请教一位语言专家，语言专家听了她对自己的困惑描述之后，建议她从学会调整自己的语速开始。

在她开始练习之前，其他人只需10分钟便可向客户介绍自己的产品，她却需要花15分钟。通过训练，她可以自主地加快或放慢自己的语速并达到销售目的，业绩蒸蒸日上。

一天，单位新来的小郭请教她：“林姐，我的语速过快，很多时候我已经将我的项目介绍完了，等着客户的反应，可是客户往往需要我再重复一次。你说说，我应该怎么办啊？”

林澜听后，开始“谆谆教导”起来：“小郭，你知道吗？语速过快会

给人激进的感觉，所以你应该适度放缓你的语速。你可以回家的时候练习一下，很简单的！”

小郭拿笔记下：

1. 在闲暇的时候，从一数到十，每次用时不同，第一次用5秒钟数完、第二次用10秒，比较每次的差别及效果。
2. 在阅读报纸、杂志的时候，练习高声朗读上面的文章，用铅笔先将你认为有必要连贯的字、词做上记号，朗读的同时移动铅笔，引导你的语速放缓或加快。
3. 有意识地录下自己平时与朋友的对话，在播放的时候，对比自己与他人语速的差别，并检查自己的语速，是流畅还是缓慢，哪些地方需要停顿。
4. 看新闻报道的时候，录下一些较好的片段，试着自己播音，找出差别，加强自己对语速的灵活运用。



语言专家的练习方法貌似简单，其实非常系统，电话销售人员可以按



照以上4点进行练习。假如你说话的速度太快，该练习可以帮你减慢，反之亦然。

一旦你学会控制自己的语速，它就会乖乖地被你驾驭。针对不同地域、不同阶层、不同年龄段的客户来调整自己的语速，达到销售的目的。

电话销售人员说话的速度既不能太快，也不要太慢，重点是要通畅明晓，这一点你得根据自己的实际情况及工作经验来总结调整。

当然，一般情况下较慢的语速会使销售人员的表述相对清晰一点，所以在销售过程中宁可语速尽量放缓一些、多用一些时间进行电话销售。



忌说话时没有停顿

在电话销售的过程中，恰到好处的停顿可以使客户有机会参与到谈话中，避免在整个过程中销售人员只顾自己说、说完了就挂电话的现象发生。

有经验的电话销售人员可以根据客户的语言节奏来改变自己的节奏，使客户参与到电话销售中来，以达到双方谈话非常投机的目的。

例如，在讲了一分钟之后，就应稍微停顿一下，切忌一直不停地讲下去。虽然你讲了很长时间，但是客户是否一直在听呢？客户听了你说的话之后有什么样的想法呢？适当地停顿一下可以更有效地吸引客户的注意力，如果客户示意你继续说下去，那么可以侧面反映出他在认真听你说

话。停顿的另一个好处就是客户可能有问题，如果停顿下来，他才有契机向你提出问题。

❶ 失败案例

某公司有一名电话销售人员叫周礼，她口齿伶俐，能说会道，大家都公认她口才好。可是她的业绩却总是不理想，她自己也非常苦恼，不知道问题的症结在哪里？自己的语言组织得很好，平时在销售的时候，很注重语速的快慢。

一天，上级主管张仪把周礼叫到办公室，让她当着自己的面给客户打两个电话。在听完她的销售过程后，张仪在一张纸写下了一行字，说：“我给你提个建议，你回去好好看看。”

周礼回到了座位上，打开纸，原来这个建议只有两个字——“闭嘴”。周礼啼笑皆非，自己不明白，电话销售必须用嘴进行说话啊！主管让我闭嘴是什么意思呢？

下班的时候，周礼请教主管。虽然周礼对“闭嘴”这两个字很难接受，但是不可否认的是对她的心灵冲击特别大。主管的主要意思是希望周礼在今后的电话销售沟通中适度停顿，对客户和自己来说都是一种缓解。

从此以后，每当周礼想滔滔不绝地说话的时候，都会强迫自己克制一下。

实战支招



在实施停顿的时候，其频率一般保持在每说两句话停顿一两秒钟比较适宜。



忌语言没有感染力

无论是与客户“当面锣、对面鼓”地面对面交流，还是通过电话与客户沟通，不可否认的是，感染力都是影响沟通效果的一个重要因素。

要知道，语言的感染力主要来自于3个方面：身体语言、声音和措辞。

当我们通过电话与客户沟通时，我们与客户互相之间是看不到的，而这种感染力更多地体现在我们的声音和措辞上。

这时有一点我们一定要注意，虽然电话中我们与客户双方彼此看不到，可是这并不等于说我们的身体语言不会影响我们语言的感染力。

1. 积极的心态增强语言感染力

对于电话销售人员来说，饱满的声音感染力会使你的客户很快接受你、喜欢你，并且信任你，对你与客户之间建立亲和力和有很大帮助，这就要求我们在电话销售的过程中抱有积极的心态。

实战支招



积极的心态会使你的声音听起来很有活力，积极的心态对任何一种形式的销售来讲都很重要，尤其是电话销售。

在电话销售中积极的心态会形成积极的语言与行为。积极意味着无论什么时候，在你给客户打电话进行电话销售的时候，你都会站在对销售有利的、推动销售进展的高度上思考问题。

成功范例

电话销售人员苏攀正在与一位很重要的客户谈一笔很重要的业务，谈

判已到达客户最后决策的关头，他很想打个电话给这位决策者，想要知道自己的销售目的是否达成。但是他又不敢。为什么呢？他担心自己所得到的结果不是他心中所盼望的结果。

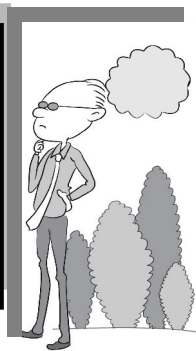
在长时间的精神煎熬之后，苏攀鼓足勇气给客户打了个电话。结果发生了什么事情？在电话的那一端，客户很热情地告诉他：“我们已经决定与你合作了，苏先生。”

苏攀听后长长地舒了一口气。

这个例子很简单，它说明：作为电话销售人员，在很多情况下，我们的那些消极想法都是自己幻想出来的，都是自己施加的压力所致，而事实上我们应抱有积极的心态。

成功学大师拿破仑·希尔花了25年的时间，对全世界500名各行各业的顶尖成功人士进行分析和比较，归纳出17条成功定律，发现在众多的成功原因中热情是排在最前面的，可见保持热情的重要性。

如果你以前经常采取消极的心态面对客户，那么从现在开始，请你积极一些，以此来感染每一个客户吧！



2. 饱满的热情感染客户

毋庸置疑，热情也可以感染客户。只有那些从心里热爱自己工作的人，才会在心中燃起一团火焰，这团熊熊燃烧的火焰使充满热情的人具有非凡的影响力。



同样作为电话销售人员，如果你没有一种发自内心地对自己工作的热爱，在推销的时候说话有气无力，即便你拥有整套的推销技巧和方法，也是毫无用处的，热情的销售员最容易成功。

成功范例

有一位顶尖销售人员，他很特殊，因为他是一位盲人。在他刚进入销售行业的时候就因为车祸而导致失明，但是他并没有因此而自怨自艾，也不曾放弃。他出院后，便立刻返回工作岗位，请秘书为他打电话安排拜访。他认为即使眼睛看不见，他还能说，还能和客户进行沟通，还能和其他人举行会谈，所以失明并不会妨碍他的工作。

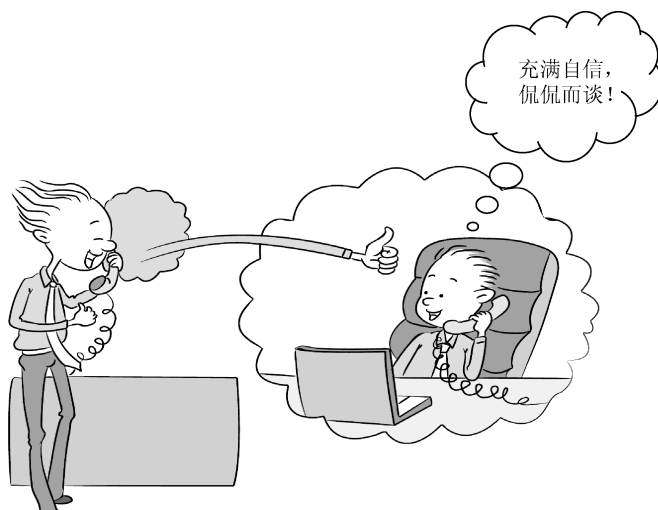
当他出去访问客户的时候，他的秘书也会陪同他前往。秘书引导他坐在客户对面，然后秘书坐在他身边。因为他看不见，所以他就想象这位客户一定非常乐意见到他，并且愿意购买他的产品，因此他说话的时候非常兴奋、热情、信心十足。

在拜访的过程中，如果客户拒绝或质疑任何问题，他都假设这是对他所推销产品的一种观察评论，所以会更为积极且完整地予以回答。

拜访结束后他会请求客户下订单，但是根据秘书的说法，很多次，客户对他的产品并不感兴趣，因为客户们的肢体语言和面部表情都不是非常积极，他们有时会看手表，眼睛飘向别处，轻敲手指，甚至还一面签署信件一边听他说。

但因为这位失明的销售员根本看不见客户的一举一动，所以他一直假设客户对他说的每一个字都很有兴趣，而继续不断地陈述下去，他的产品陈述很精彩，把产品的特点和功效淋漓尽致展现，最后他的热忱和信心征服了客户，终于向他购买产品。

如果当客户问起产品时，你简单地说：“我给您发一个报价，您看一下。”表明你没有工作热情，而且非常不尊重自己的工作，怎能达到销售



的目的呢？

只有从内心真正地喜欢自己的工作，从内心感激自己的每一位客户，我们说出去的每一句话才能饱含感情、富有生命，也只有这种有生命、有感情的语言才能从内心深处感动我们的客户。

在我们与客户面对面交流时，一定要注意自己讲话是否有热情，要知道我们的热情是可以自然而然地传达给客户的，这是一个十分自然的过程。

但在电话销售中，做到这一点是有一定难度的。说实话，产生热情并不难，难就难在全天的任何时候都保有高度的热情。

实战支招



电话销售人员要想在电话中始终保持高度的热情，可以试着在打一段电话之后休息几分钟，喝一杯自己喜欢的饮料，四处走走或者活动一下，等等。



忌语气不耐烦

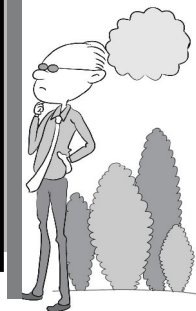
失败案例

小刘是一家电话销售公司的员工，从事电话销售工作不久。

这天，她在工作的時候遇到一位客户，在向他第一次介绍自己产品的时候，客户没有听清楚，此时小刘的语气还可以，开始第二次的介绍；而介绍完第二次的时候，对方还没有听清楚，此时小刘心想：“你怎么这么笨呀，都跟你讲两遍了，你还不清楚。”语气也开始不耐烦起来；当第三次介绍结束的时候，对方还是不清楚自己的产品，还把电话给挂断了。

小刘很火大，她很委屈，不知道问题所在。实际上很多电话销售人员都会遇到这种情况，这都是语气惹的祸。当介绍到第三次的时候，小刘明显表现出不耐烦的语气了，而这种语气一旦流露出来，就会把客户吓跑。

语气是电话销售人员心态的晴雨表，我们始终要保持平和中有激情的心态，而且要耐心，杜绝产生不耐烦的语气。



电话销售人员语气要不卑不亢，即不要让客户觉得我们是在求他们，如在打电话的过程中一定避免出现这种话语。

“您看，这件事情全靠您了。”

这种唯唯诺诺的语气只会给客户传达一种消极的印象，而且很不利于



建立专业的形象。当然，我们也不能让客户觉得我们盛气凌人，如“你不知道我们公司啊？”

忌语调呆板

在与客户电话交流的过程中，所使用的语气也很重要，语气不能过于平淡，太过平淡的语调会使人分散注意力，尤其是在阐释一个问题症结的情况下，在重要的词句上，有必要使用重音。

例如，有的电话销售人员说：“我建议我们现在就采取行动。”在这句话中，“行动”是重点，要用重音来强调。当然，我们也应当注意客户所强调的重要词汇。

语调有高、中、低之分，在推销的过程中不要过于机械化，要富有变化，避免呆板。有些电话销售人员用一种语调跟所有的客户交流，好像是录音机播放的一样，总是一成不变，最后导致自己的语言缺少生气。

值得注意的是，对于男性销售人员来说，语调不能太高，低沉、有力的声音会更具吸引力，切记不要太尖，或娘娘腔。同时，讲话时抑扬顿挫的语调更具节奏。

“余音绕梁，三日不绝”的故事大家都知道。

战国时期，一位叫韩娥的女子来到齐国，因为断粮已好几天了，于是在齐国临淄城西南门卖唱求食。她美妙而婉转的歌声深深地打动了听众的心弦，给人们留下了深刻的印象。三天以后，人们还会听到她的歌声在房梁间缭绕，人们都说韩娥之歌“余音绕梁，三日不绝”。

相声演员姜昆也曾在自己的相声里这样描述过经典歌曲：“经典歌曲刚开始时就像平地行走，音调较平，然后开始爬坡，音调往上走，爬到最高处时，突然往下，音调骤降，到结尾时，翻几个跟斗，音调也跟着绕几个圈。”

这样的歌曲唱出来后同样也是“余音绕梁，三日不绝”，可见歌曲是



一种声音的艺术。而电话销售同样也是一门声音的艺术，电话销售人员同样可以通过“余音绕梁”的演绎，给客户一种“三日不绝”的效果，那就需要销售人员多下工夫来修炼自己的语调。

实战支招



带有微笑的声音很甜美、动听，更具有感染力。在声音中融入笑容，如果还能笑出声来，这一定是很有杀伤力的。

人们常说“伸手不打笑脸人”、“相逢一笑泯恩仇”，可见笑容的威力很大。面对面可以展现笑容的威力，而在进行电话交流时，客户看不到电话销售人员的脸，应该怎么办呢？

那就需要让客户听到电话销售人员的笑声。

众所周知，人是追求美和快乐的高级动物。而笑声则恰恰传达出一名电话销售人员的快乐，电话那端的客户能不愿意和一个快乐的人交谈吗？

忌说话音量过小或过大



失败案例

程刚是一家大型金融企业投资研究部门的经理。在平时的工作中，为了让部门的每一名员工都能听到他所说的话，他总是大声喊叫。更有甚者，当他打电话的时候，隔着好几个办公室都能听清他所说的每一句话。同事们对他的这种行为感到很疑惑。

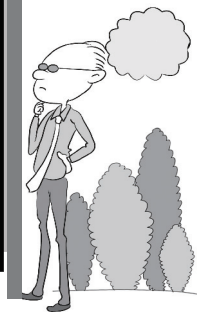
问题的症结是程刚误以为语言的威慑和影响力与声音的大小具有很大关联。其实，两者毫无关系。对于电话销售人员来说，大喊大叫不一定就

能说服我们的客户。声音过大只能迫使客户厌恶我们说话时的声音。

音量就是声音的大小，电话销售是一份室内工作，所以电话销售人员的音量既不能太小也不能太大。试想一下：打电话的时候，说话的声音太小了容易使客户听不清或听不完整，可能会导致客户误解了我们的初衷，更会传达给客户一种我们并不是很自信的感觉；说话的声音过大难免会影响周围同事的工作，对客户来说更是一种噪声，会显得对客户不太礼貌，更会严重扰乱客户的正常情绪，使其烦躁不安。

其实我们每个人说话的声音大小是有范围的，我们应该试着发出各种音量大小不同的声音，并仔细听听，找到一种最为合适的声音来工作。应尽量保持音量正常，如果你自己掌握不好的话，可以请自己的同事协助，让同事帮你听听自己的声音大小是否合适，然后进行调整。

音量的大小能够反映出
一名电话销售人员的素养，音量
过大容易给人一种缺少涵养的
感觉，音量过小又会给人一种
自信不足的印象。



忌用鼻音说话和尖叫

失败案例

谢婧是一家广告公司的业务经理，十分关注推销业绩，而且她总是乐于帮助部门的其他同事解决难题。但是她的声音却不太好听，而且听起来也会让人觉得讨厌，她尖叫的声音就像一个小女孩发出的叫声。她的老板私下里对别人说：“其实我很想提拔她，但是众所周知她的声音又尖又孩



子气，让人对她所说的话缺乏认同，我不得不找一个声音听起来比较成熟果断的人来担此职责。”

乍听起来，谢婧的老板的说辞比较牵强，可是事实上谢婧就是因为说话音调不合适而失去被提升的机会。在生活中，如果我们想使自己的话题引起他人的兴趣，便会提高自己的音调；也会为了获得一种独特的表达效果，而故意降低音调。

而对于电话销售人员来说，要想增加声音魅力，需要掌握一些技巧并刻苦训练，我们必须在自身音调的上下限度之间找到一种恰当的平衡，才能有显著的效果。

在工作的时候，一旦我们用鼻腔说话，发出的声音一定会让听者十分难受。在日常生活中，我们总能听到“嗯……哼……嗯……”的发音，这些都是鼻音，甚至有些人将“哼嗯”这种鼻音视为一种时髦的说话方式，对于电话销售人员来说，这是一大禁忌。



作为一名电话销售人员，如果你希望自己的讲话更加富有魅力、更能吸引和说服客户，那么从此就别再使用鼻音了。

每个人的音域范围极广、可塑性也很大，有的高亢、有的低沉、有的单纯、有的浑厚。说话的时候，我们必须控制自己不要高声尖叫。

高声尖叫意味着紧张、惊恐、兴奋、激动等情绪。相反，在电话销售的时候，说话的声音也不能过于低沉、有气无力，这样会让人感觉你缺乏激情，没有生机。

第2章 11个沟通中的禁忌

电话销售中有很多禁忌，一旦触犯这些禁忌，失败的可能性非常大。那么究竟避开哪些禁忌可以让你在与客户沟通的时候战无不胜呢？



不要犯错误，否则电话销售将遭遇滑铁卢……

电话销售人员：“先生您好，这里是闻达公司个人终端服务中心。我们在搞一个调研活动，可以耽误您几分钟的时间吗？我们想问您两个问题。”

客户：“可以，你问吧！”

电话销售人员：“请问您平时经常使用电脑吗？”

客户：“是的，我的工作没有办法离开电脑。”

电话销售人员：“那么，您用的是笔记本电脑还是台式机呢？”

客户：“在办公室用台式机，回到家里使用的就是笔记本电脑了。”

电话销售人员：“我们公司最近对于笔记本电脑有一个特别优惠的促销活动，您是否有兴趣了解一下？”

客户：“你这不是搞调研，是在促销笔记本电脑吧？”

电话销售人员：“其实……是，但是……”

客户：“算了，你别说了，我对笔记本电脑暂时没有更换计划，现在



用的这台很好。”

电话销售人员：“不是，先生，您听我说。我的意思是这次机会非常难得，所以我……”

客户：“你做电话销售时间不长吧？”

电话销售人员：“是的，不到一个月。”

显然，这次电话销售没有成功。

忌说话没有自信

如果一个人对自己都没有信心，别人怎么会对你有信心呢？

作为一名电话销售人员，我们一定要自信。我们的自信是凭借专业知识传递给我们的客户的。

如何建立自信呢？

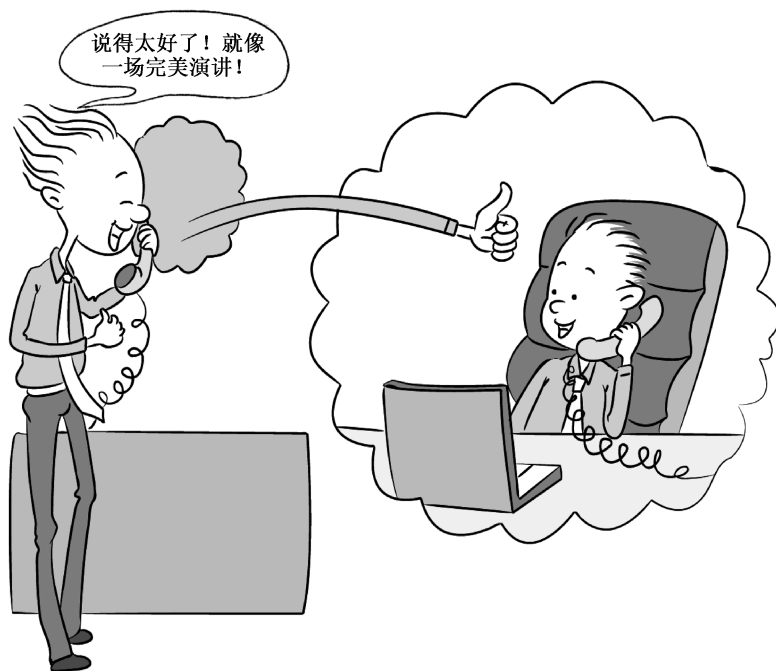
首先，我们要了解自己销售的产品，并且要相信自己的产品能给客户带来便利；其次，要相信自己的公司，最重要的是相信自己是在帮助客户。

我们要将自己定位在“客户的顾问”这一层面，当然这些都要在我们与客户的通话中体现出来。

自信更是赢得客户信任的前提。在工作的时候，我们要想赢得客户的信任，就要喜欢销售工作，同时揣摩客户所讲的每一句话，表现出自己很认可对客户所说的话，流露出的是发自内心的、真心实意的感觉。

每笔生意的达成，都是从喜欢自己开始的，都发源于对自己的爱、对自己充满信心。如果你没有自信、你不喜欢自己打电话的声音，你的电话怎么能带来业绩呢？

下面我们详细讲解电话销售人员缺乏自信的原因及应对之策（见图2-1）：



1) 姿态过低，即电话销售人员以为自己低人一等。其实完全没必要，要知道我们的产品对别人来说非常重要，消除这种心理有利于自信的建立。

2) 害怕，即惧怕失败与被拒绝。其实这种心理是由于自己期望值过大造成的，只要每天工作之前放平心态，就不会那么容易害怕了。

3) 经验不足。每一个职场新人都是经验不足的，会缺乏应对突发状况的处理手段，只要在以后的工作中留心积累经验就可以摆脱经验不足的处境。

4) 准备不充分，包括对自己所销售的产品资料不熟悉、对客户没有足够的了解等。只要在打电话之前多了解一下客户就可以了，最重要的是要了解客户的需求是什么。

5) 效率低下，一旦在工作中出现懒惰的情绪，就会在工作中失准，更坏的结果就是导致另一个恶性循环。试想一下，在这样恶性循环的影响



下，谁还能拥有自信呢？

所以在工作的过程中，要合理规划时间，提高效率。

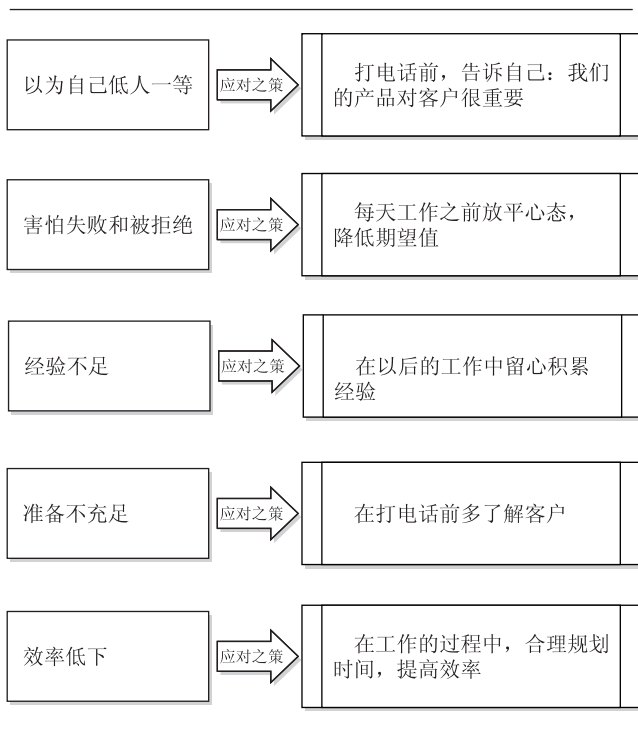


图 2-1 缺乏自信的原因及应对之策

忌弄错客户的姓名或性别



失败案例

张先生：“您好！哪位？”

电话销售人员：“您好，李先生！这里是……”

张先生：“等等，李先生？”

电话销售人员：“您好，李先生！我是××公司的×××，前天给您打过电话，您考虑得怎么样了？”

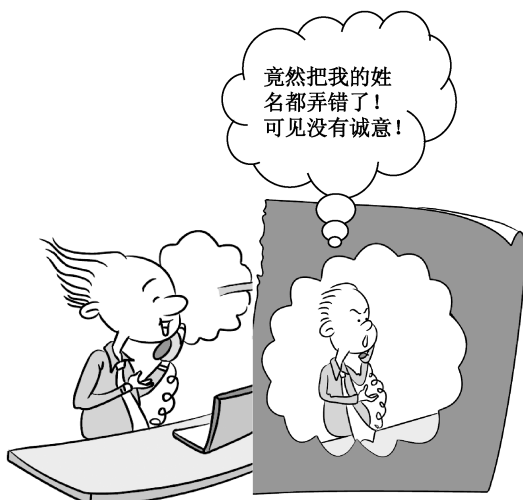
张先生及其不耐烦地说：“不好意思，这位先生！你是不是把我的资料弄错了呢？”

电话销售人员：“什么？您说什么？”语气中透露着困惑。

张先生接着说：“我是张先生，不是什么李先生！”

电话销售人员：“对不起，张先生，请您原谅！我今天打您电话是想确认一下什么时候给您送货？”

张先生：“我考虑过了，贵公司的产品，我不需要。再见！”



在电话销售过程中，电话接通之后，一旦我们忘记了客户的姓名、职务或身份等一些基本资料，后果是很严重的，会使客户觉得对他不尊重，更会导致这单生意做不成。

在与顾客交谈的过程中，选择正确、适当的称呼，可以反映出你对客户很尊敬，这样有利于拉近彼此之间的距离，促使生意成功达成，给客户留下好的印象。除此之外，也彰显了你所在公司的形象，有利于今后工作的顺利完成，因此我们应重视对顾客称呼的使用。

作为销售人员，手里一定要有一份客户的详细资料，包括客户公司的



规模、产品使用量、购买意向、现有产品的优劣以及客户对此类产品的认识等（见图 2-2）。总之一句话，越详细越好。多了解客户，对销售人员来说是百利而无一害的。

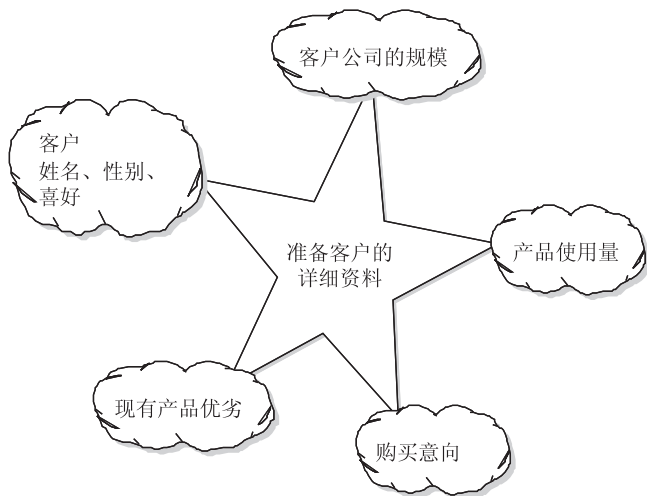


图 2-2 客户的详细资料

需要注意的是，如果你可以在自己的客户资料上注明每位客户的声音，对今后的销售工作也是有帮助的。比如热情、冷漠，通过分析他们的声音，我们可以了解他们的个性。以便下次再打电话时做好相应的准备，效果会非常好！

忌过于直白

在电话接通之后，一定要先向客户问好，如上午好、您好，是××先生吗？等。然后说明此次打电话的意图，不要在客户还没有反应过来就非常着急地介绍业务，这样不给客户反应的时间对接下来的销售非常不利。

例如，电信的业务代表小孙每次都是这样打电话的。

小孙先问候，再介绍自己，寒暄过后直入主题，很少有人能拒绝这样连贯的说辞。这样连贯的说辞，通常都会取得较好的效果。

电话销售人员要掌握与客户沟通的艺术，各阶层、各方面的客户存在着千差万别，他们的知识架构和见解都不完全相同。那么我们在与他们沟通的时候，如果发现这位客户在认知上有不妥的方面，我们应把握谈话的技巧，委婉告之，避免因口舌之快导致生意的夭折。



“章先生，您好！我是电信的业务代表小孙，最近我很荣幸为您的好友陈先生服务，为他的互联网作了合理的规划。在服务过程中，他提到您年轻有为、事业有成，而且对人也非常热情。

我们公司最近正在做一份市场调查问卷，我现在能不能利用 5 分钟的时间跟您谈谈呢？”

忌语言不够简洁

简洁是一种力量，特别在当今这个讲究效率和速度的时代。现代社会，每个人都是来去匆匆的，时间对于每个人来说都很宝贵。没有哪一个接听我们电话的人不希望我们通过最短的时间，把我们的想法传达给对方。

现在对于从事电话销售的人员来说，公司都规定电话销售人员每天要完成电话额，如有的公司要求电话销售人员每天必须打 100 个电话，那么在这个时候，就要求我们的语言表达必须简洁，语言组织必须有条理。

做到这一点其实也不是没有窍门，我们可以用下面这个小窍门。

如果没有这个提纲，那么在打电话的时候我们一定是想起什么就说什么，这样会使客户感觉我们思路不清晰、说话很啰唆，等待我们的也就只有拒绝了。



实战支招



每次打电话之前，我们需要将自己要表达的核心思想写一个提纲，然后在打电话的时候，尽量用最短的时间简单明了地表述出来。

忌介绍不专业

成功范例

客户：“您好！是打印机服务部吗？”

电话销售人员：“是的，请问有什么能帮助您？”

客户：“是这样的，我前年在你们那里买的 2860 型号打印机出现故障了，你们什么时候过来修理一下？”

电话销售人员：“好的，先生，请把您的具体地址告诉我。”

客户：“××××”

电话销售人员：“先生，我们会派人尽快到您那里修理。”

客户：“好的！那就这样！”

电话销售人员：“请等等，先生。是这样的，我想提醒您，因为我们公司这款 2860 型号打印机已经停产了，所以导致配件比较贵，所以维修费就相对贵一些。”

客户：“哦，是这样啊？”

电话销售人员：“是的，我本人建议您购买一款新的打印机，其实价钱差不了多少，而且性能会有所提高。”

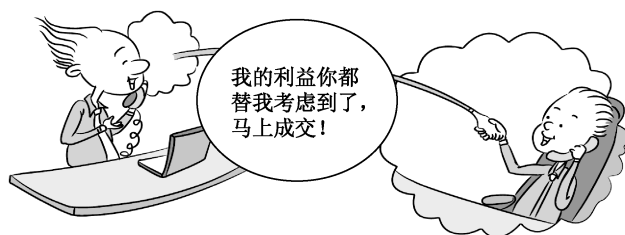
客户：“那现在购买一台全新的打印机大致什么价格？”

电话销售人员：“要看您平时打印多少张了？”

客户：“最近的量开始大起来了，大概超过10000张了。”

电话销售人员：“如果是这样，我建议您考虑3900型号这一款，3900型号的建议使用量是15000张，而2860型号的建议使用量是10000张。我看过了，您是老客户，如果现在购买还会有优惠活动。您考虑一下，再联系我，好吗？”

客户：“好吧！我现在就派人过去买！”



电话销售人员是否对自己公司的产品熟悉、电话销售人员在打电话的时候语言表达是否专业、发音是否专业，尤其是在处理问题的时候是否专业等都会给客户留下非常深刻的印象。

其实电话销售高手和一般电话销售人员，有90%的工作任务是同样的，而差别往往就产生在最后的业绩上，这往往是面对剩下10%的工作的态度不一样而造成的。

曾有一位非常有名的外科医生说过一句话，耐人寻味。他说：“通过我几十年外科医生的工作经验，我发觉，我90%的工作甚至是在医院里扫地的大妈都能胜任，而只有10%的工作才能真正体现我的价值。”

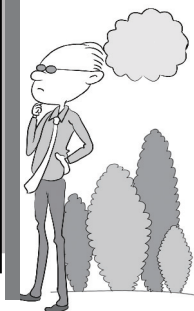
其实这位外科医生和电话销售人员一样，都是从那与众不同的10%的工作中彰显出所谓专业素养的。

要向客户推销这件产品，肯定要了解自己的产品，如果自己对产品都不了解，肯定不会获得客户的信任，产品怎能推销出去呢？



比如客户提出关于产品性能的问题，一旦你回答得结结巴巴，试想一下客户还会跟你进行对话吗？

作为电话销售人员一定要多花时间和心思在产品上。至少客户问起的时候不会口拙，留个好印象为以后的合作做好准备。



有的客户非常繁忙，根本没有时间接听电话销售人员的电话，因此一旦你表现得不够专业，他可能就会产生戒心了，对接下来的销售工作非常不利。

当今社会，每个人的分工越来越细，沟通越发显得重要了。对于我们电话销售人员来说，“专业”会使我们高人一筹。这个“专业”指的是我们在推销产品的时候要将自己的专业素质表现出来，来辅助我们的销售工作顺利完成。

需要注意的是，在电话销售的时候，不要过多地使用专业术语，因为每个行业都有一定特殊性，专业术语固然可以凸显出我们的职业化，但如果客户不能理解，他听得云山雾绕的，那么在他的感觉里电话销售与行骗没有任何区别。





忌电话终止时间过长

失败案例

孔女士半年前在某品牌旗舰店购买了一台计算机，谁知买了没多久，计算机出现了故障，孔女士想要找售后维修部维修一下。

可是孔女士忘记了该计算机售后服务的电话，于是拨打店里总台询问，希望可以找到这家公司的售后服务电话。

一位小姐接听了孔女士的电话，说：“您好！有什么可以帮助您？”

孔女士说：“请你帮我查一下售后服务部的电话。”

客户代表说：“好的，请稍等！”

谁知这一等就是几分钟，孔女士竟然听到电话里传来了办公间嘈杂的声音，“喂”了好几声，哪位客户代表也没有接电话。

孔女士非常生气，对这个品牌的印象大打折扣。

很多电话销售人员都有这样的经历，在进行电话销售的过程中，总有客户问一些你暂时无法回答的问题，那么这个时候你需要终止电话而查阅资料来应对。这时要注意了！这个动作我们一定要迅速，要避免电话终止的时间过长。

你可以礼貌地跟客户说：“您是稍等一会儿，我去查资料，还是过一会儿我给您把电话再打过去呢？”

让客户等候的时候，你可以按下等候键；如果你的电话没有等候键，就把话筒轻轻地放在桌子上。

如果查阅资料的时间超过你的预期，你可以每隔一会儿拿起电话向客户说明你的进展。

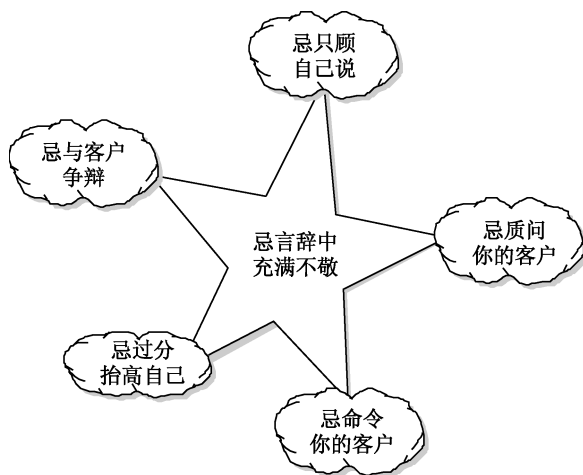
比如你可以说：“××先生，请您稍等一会。”当你查找完毕，重新拿起电话的时候，必须要对客户说：“对不起！让您久等了。”



这么说是一种礼貌，传达的是一种对客户的尊敬。

忌言辞中充满不敬

有些从事电话销售行业的人员在遭到客户拒绝后会采取报复，如发短信骂客户、换个号码回拨骂总机，一旦客户说不需要就直接挂电话或骂脏话，等等。



其实这种心理是完全可以理解的，但是从道德的角度上来讲，这种行为是极其不应该的！长远来看，还有谁敢接这种电话销售人员的电话？

要知道我们在向客户推销产品的同时更是在推销自己，往往一单生意成功了，今后的销售工作会更加顺利。其实尊重客户就是在尊重我们自己！

既然如此，在以后的工作中，哪怕有的客户咬牙切齿地拒绝了你，你也要忍。首先要排解自己的不良情绪，其次要站在客户的立场上为其考虑一下，也许客户拒绝我是因为我的态度不够真诚，或者是在我打电话的时候言辞不敬了。

出言不逊、言辞不敬不但会导致销售失败，也会损害销售的长远利

益。具体而言，在销售过程中哪些不敬是我们在工作的时候需要克服的呢？

1. 忌质问客户

作为电话销售人员，必须要知道与客户交谈的过程中要尊重客户的想法，不能把自己的想法强加给客户，不能强求。

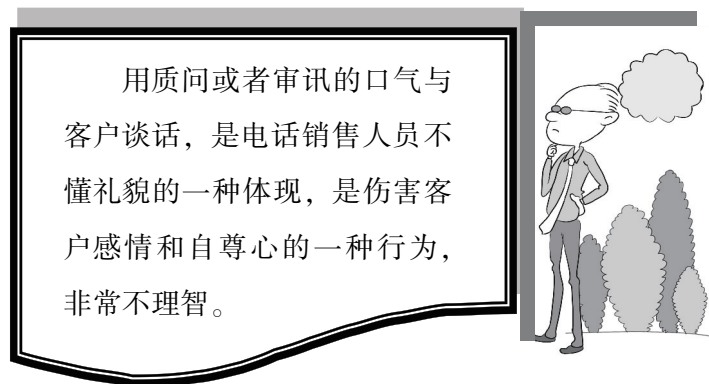
无论客户买不买你的产品，都不可以用质问的口吻与他对峙，避免出现以下的话语：

“您为什么不买？”

“您有什么资格说我们的这款产品不好？”

“您这是对我们的产品有成见，为什么？”

诸如此类。



2. 忌过分抬高自己

在工作的时候，如果在与客户的谈话中涉及自己，要实事求是地介绍自己，尽量低调，更多的是抛砖引玉，让客户多表达。

如果我们过分地赞美自己、忘乎所以的话，会让客户对我们产生隔阂和距离。

3. 忌命令客户

在向客户推销的时候，我们始终要保持态度和蔼、语气柔和，要多征



询，尽量采取协商和请教的口吻与客户交流，千万不要有命令的口气。

要知道我们不是客户的领导和上级，没有任何权利对客户下任何命令或指示。

忌只顾自己说

在向客户电话销售时，如果你的谈话时间等于或大于客户的谈话时间，那么你是比较失败的。销售在某种程度上就是与客户沟通思想，这种沟通是双向的。不只我们自己要讲，更重要的是要鼓励客户讲话，我们一定要专心而认真地听客户讲话，一定要带有目的地去听，这样才能从中发掘客户无意间流露的对我们的销售工作十分有利的信息。

在这个听的过程中，我们有必要适时地提问，来表达了对客户的重视，这样更有助于我们正确理解客户所要表达的理念，对了解他们的需求很有帮助。例如，通过与客户交谈，我们可以了解客户的个人基本情况，包括他们的工作、收入、喜好、家庭情况等。

如图 2-3 所示，双向沟通是了解客户最有效的工具，电话销售人员切忌一个人唱独角戏，个人独白。试想一下，谁愿意跟一个喋喋不休、口若悬河，全然不顾自己感受的人交谈呢？更别提买这个人的产品了。

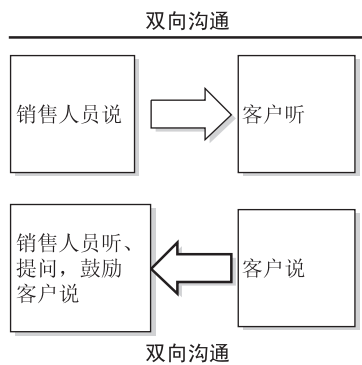


图 2-3 双向沟通

忌与客户争辩

成功范例

胡德斌是一家电器公司的电话销售人员，两个月前，他成功地向一家工厂销售了几台发动机。这一天，他接到了厂长老孙的电话，他兴奋地接起电话说：“老孙，你好啊！怎么样？我们的发动机不错吧？”

“什么不错啊？我再也不会购买你们厂的发动机了。”

厂长老孙几乎在电话那头吼了起来。

胡德斌一听这话，赶紧询问：“什么情况？难道是我们公司生产的发动机有什么问题吗？”

厂长老孙接着说：“你卖给我们的发动机太烫了，烫得我的手都不敢放在上面。”

胡德斌听出老孙这是在找借口，世界上哪台发动机不发烫呢？这是最起码的常识。

但是胡德斌知道跟老孙争辩对自己毫无益处，因为胡德斌还想与老孙长期合作下去呢！于是应声道：“我说老孙呐！我完全同意您的意见！如果那些发动机过于发烫，别说买了，我觉得应该给你退！对不对？”

“是的！”老孙答道。

这时胡德斌接着说：“其实老孙你是知道的，发动机一定是要发热的，只要不超过全国电工协会所规定的标准就可以，对不对？”

“对。”老孙对胡德斌的话给予肯定。

“那既然如此，电工协会规定一台标准的发动机可以比室内温度高出42℃，你不否认吧？”胡德斌继续问道。



老孙说：“是的，可是你要知道你的发动机却比这个规定温度高很多。”

胡德斌没有和老孙争辩，只是冷静地问：

“那么你们工厂的车间温度是多少？”

老孙想了想，说：“嗯，大约43℃。”

胡德斌继续说：“这就对了。工厂车间的温度是43℃，再加上42℃，一共是85℃。老孙，我问你，如果你把手放在85℃的热水里，难道不会烫手吗？”

瞬间的冷静之后，老孙说：“你说的不无道理啊！”

这时胡德斌给老孙提议：“以后发动机运作的时候，你别用手碰发动机，那不就行了！”

老孙接受了这个建议，说：“我想你说得对。”

在之后的半年里，胡德斌陆陆续续地做成了几笔大生意。他说：“做了电话销售这么久，失去了许多订单之后，我才发现争辩是划不来的。在争辩的时候，我是解恨了，可是也失去了客户，丢掉了订单。所以，在以后的销售工作中，再遇到棘手的客户时，我都不会与之争辩，只有站在他们的角度上思考问题、解决问题，才可以赢得客户信任，使自己的销售业绩多起来。”

与客户发生了激烈的争论，即使我们胜利了，得到的结果却是失去客户，丢掉生意，后果非常严重。

我们要理解：客户来自社会的不同层面，他们对产品有不同的认识和理解，我们要允许顾客发表不同的意见，变相地考虑问题。客户的不同意见是促进我们完善自己的重要的辅助手段。

实战支招

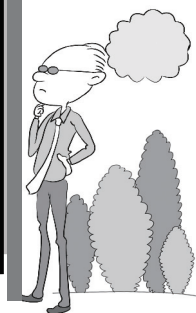


在与顾客沟通的时候，我们要时刻提醒自己：我们是在推销产品，不是参加辩论。如果与顾客争辩，不但纠缠不清且解决不了任何问题，还会招致客户的反感。

忌不会提问题

电话销售的关键在于电话销售的沟通模式，如何能够在最短的时间里了解到顾客的最大需求，对于电话销售人员来说至关重要。通常电话销售人员会采取提问题的方式了解客户内在的需求。也就是说，在通电话的时候会提问才能保证每通电话都是高质量、高效率的。向客户不断提问有效的问题，是销售获取更大利润的保障。

多问少说永远是销售的黄金法则。



在电话销售的过程中，获取一些基本信息之后，适当地提问对销售工作很有帮助，它可以帮助电话销售人员了解客户的需求、客户的顾虑以及影响客户做决定的因素等。在沟通气氛相对停滞的状态下，如果电话销售

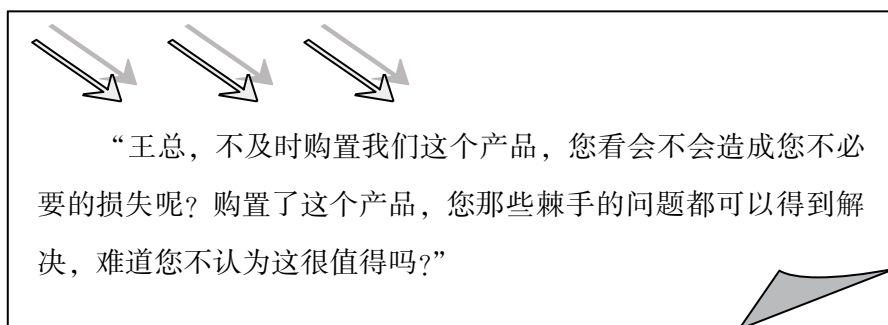


人员问一些客户感兴趣的问题，则可以使气氛活跃起来，使双方轻松起来。

世界潜能大师安东尼·罗宾说过：“成功者与不成功者最主要的区别是什么呢？一言以蔽之，那就是成功者善于提出好的问题，从而得到好的答案。”如果你想改变客户的固有购买模式，那么你就必须改变客户固有的思考模式。

提出一些好的问题，完全可以引导顾客的思维。因为推销人员提出什么样的问题，客户就会做出什么样的反应。专业的电话销售人员从不告诉客户任何结论，而总是向客户提问题。

一旦时机成熟，电话销售人员需要问一些引导性的问题，步入正题，渐渐激发客户对自己所推销产品的兴趣。在电话销售的过程中，完全可以触及到这样的提问。



这时电话销售人员只要从客户那里得到一个结论性的答复就可以了。

但是一定要提有效的问题，提能够稳定顾客思维方式的问题。在向客户提问之前，一定要明确你的提问目的。

在提问的时候一定要热诚，问题要让客户感兴趣，这样客户才会对你的问题仔细思考，回答之后得到的信息才更具效力。要知道客户回答问题的好坏程度，在一定层面上是取决于你的提问水平与方式的。



忌打断客户的说话

❶ 失败案例

电话销售人员陈阳给一位客户打电话。

陈阳：“刘总，在我给您打电话之前，已对贵公司有了一定的了解。我发现贵公司都是自己维修出故障的设备，但是费用却远比雇用我们替您维修的费用要多，是这样吗？”

刘总：“是的，小陈，情况是这样的。其实说实话，我也认为这样不太合算。而且我承认你们的服务不错，但是在技术方面……”

还没等刘总说完呢，陈阳说：“不好意思，刘总，让我插一句。我想说明一点，任何人都不是天才，而维修设备有时是需要特殊的设备和材料的！”

刘总：“是的，这点我明白。但是你好像误解了我的意思，我是想说……”

陈阳：“其实我明白您的意思！但就算贵公司的员工再聪明，也不能保证在没有专业设备辅助的情况下，马上修整好设备的。”

刘总有些不高兴了，说道：“我觉得你还没有搞明白我的意思，我们公司负责维修设备的员工是来自……”

陈阳：“刘总，稍等一下，我再说一句！如果您认为……”

刘总：“对不起，小陈，还有些重要的事情等着我去处理，今天就谈到这里吧。”

说完，刘总就把电话给挂了。当陈阳再次给刘总打电话时，都被前台挡驾了。原本有望成交的准客户，陈阳却无法与他通话了。

很显然，这次谈话非常失败，电话销售人员陈阳三番五次地打断客户



刘总的谈话，是导致刘总最后挂电话的主要原因。要知道，打断客户说话是电话销售中的一大禁忌。如果电话销售人员采取这种沟通方式，根本没有成交的希望。

实战支招



作为电话销售人员，我们一定要学会倾听，倾听既可以彰显自身涵养，又能表达出对客户尊重。倾听是电话销售人员与客户实现良好沟通的重要途径。

第3章 自我调节情绪的8个禁忌

电话销售工作充满了各种各样的不确定性，对从业人员来说具有非常大的挑战，工作也异常辛苦。在工作中不可避免地会产生压力，如果电话销售人员面对压力毫无对策的话，将会直接影响工作业绩。



如果犯错误，电话销售将遭遇尴尬……

梁珊刚刚从事电话销售工作，面对客户各种各样的问题，她总是不知道怎样面对。支支吾吾地回答，更会招致客户的不满，甚至是谩骂，梁珊很苦恼。

针对梁珊的问题，上司总是教她应对的策略，如客户反映电话销售的产品是骗人的，梁珊应该怎样回答；面对客户的异议，梁珊应该怎样劝解等。

可是梁珊并不能及时调整说辞，由此产生了很深的焦虑感。梁珊每天在去上班的路上总是焦虑不安，总会想：

如果客户再刁难自己，怎么办？

如果再遭到客户的拒绝，我应该怎么处理啊？

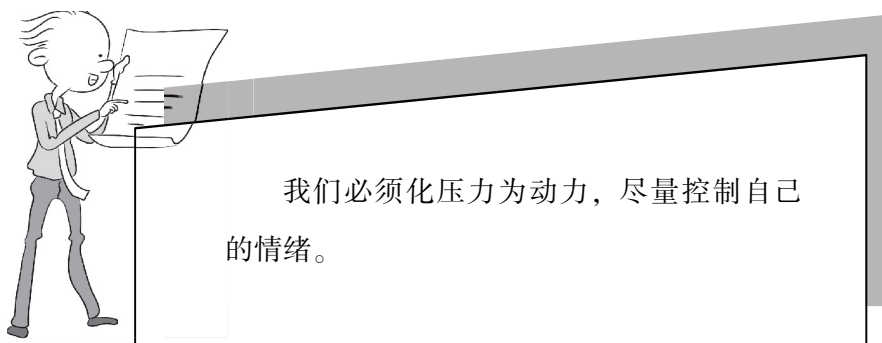
……

梁珊在工作之前，总是想着诸如此类的问题。导致工作时都不能进入



工作状态。长此以往，根本没有业绩，甚至上司几次三番地找到梁珊，发出最后通牒：“如果这个月再没有业绩，直接走人！”

梁珊的心理压力更大了，每天回到家里吃过晚饭，就躲进自己的房间里。梁珊的父母看在眼里，想开解一下她，都没有机会。甚至连朋友的聚会，梁珊也不想参加。每日每夜萦绕在自己脑海中的只有一个问题：业绩，怎样有业绩？



什么方式才能有效释放自己的压力并控制自己的情绪？

其实很简单，每个人都有对付坏心情的小诀窍，理发、化妆、运动、吃零食……心理学家告诉我们，只要能重拾你的笑容，哪怕是最细微的生活细节，都是缓解压力的“灵丹妙药”。

如图 3-1 所示，电话销售人员要学会会有意识地走出自己的不舒适地带，去挑战压力，从而使自己的抗压能力，也可以说是规避风险的能力不断增强，而由此带来正面效应——顺利和成功！

忌不知道压力的形成

无论从事什么职业，从业人员都会遭遇压力的侵袭，电话销售人员也不例外。对于电话销售人员来说，压力是必须要化解的，否则会直接影响业绩，更会间接造成心理负面影响。

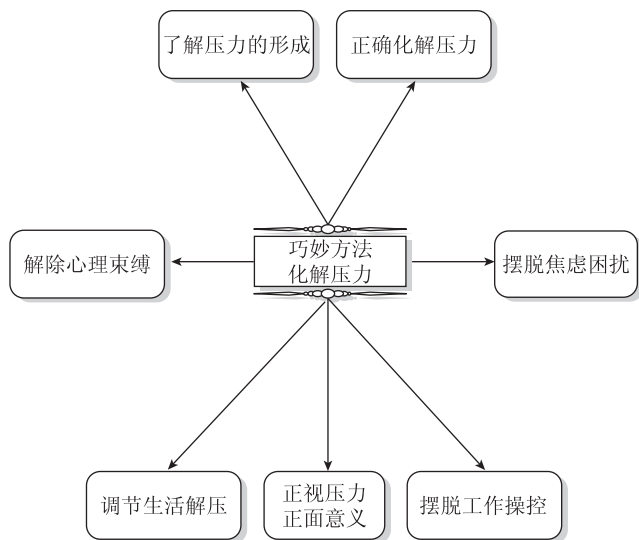


图 3-1 电话销售人员怎么化解压力

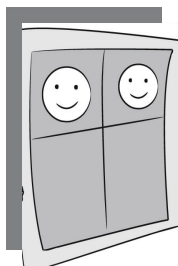
想要成功化解压力，电话销售人员第一步要做的就是认识和了解压力，这样才能找到有效的方法将其消除。

想要认识和了解压力，电话销售人员一定要知道这个问题的答案。“究竟是什么压垮了我？究竟是工作，是家庭生活，还是人际关系呢？”其实来自工作、家庭生活、人际关系中的重大事件，包括每天的琐事都会给电话销售人员带来诸多问题（见表 3-1）。

表 3-1 压力源

极大压力	如亲人病故、失业等
高压	如离婚、工作变故等
中压力	如降职或撤职、债务增加、与同事或上司关系恶化等
低压力	吵架、罚款、被误解等

意识不到压力的来源，却常常会被它击垮。如果电话销售人员不能识别压力的来源，那么完全可以求助于一些专业人士，如心理医生。



只有找到压力的来源，才能很好地将其控制。

忌忽略压力对健康的影响

❶ 失败案例

唐琪在一家行销公司做电话销售，刚刚被提拔为销售部经理，工作压力非常大。记得初任这个职位的时候，面对上级下达的销售任务，唐琪已经焦头烂额了，可是还要在工作的时候面对刁钻的客户、精明的同事以及业绩很差的下属……面对工作，唐琪真是一筹莫展。

虽然业绩一直名列前茅，可是唐琪渐渐地被压得喘不过来气了，唐琪的业绩开始下滑，工作变得力不从心。

一年以后，唐琪的部门不再有大客户，更别说业绩了，于是唐琪主动辞职，离开了公司。

要想成为像乔·吉拉德那样的顶级销售大师，就要求电话销售人员必须尽心尽力地满足客户所提出的要求；想方设法地延长与客户的合作周期，促成与他们的二次合作；如果客户可以为电话销售人员介绍更多潜在客户的话，那么电话销售人员才可以源源不断地从客户身上得到利润……

但是，在这个过程中，强大的压力一直与电话销售人员如影随形。压力的双重意义如图 3-2 所示。

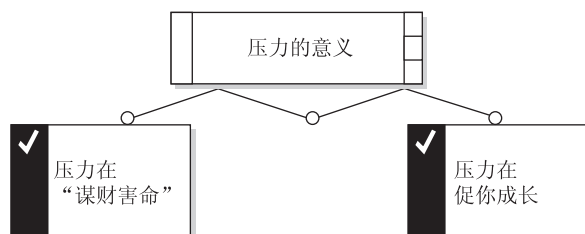
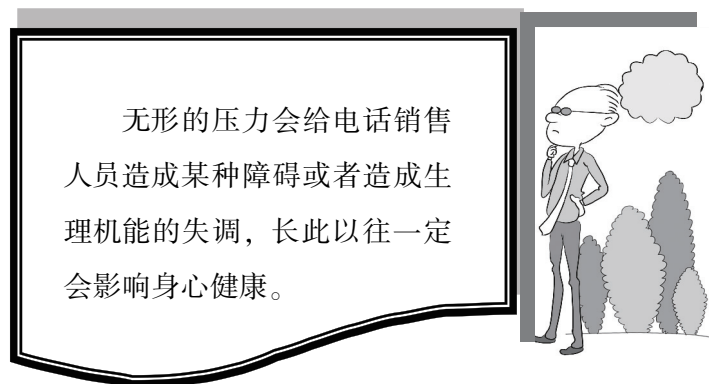


图 3-2 压力的双重意义

压力在“谋财害命”

相信每位电话销售人员都会对自己所要完成的销售额感到窒息，甚至发誓这一天一定是自己职业生涯的最后一天，因为有很多因素在干扰着自己的工作。面对客户的需求，电话销售人员常常绞尽脑汁都不知道应该怎样去满足。

而真正忙了起来，有的时候连吃饭的时间都没有，每天萦绕在脑子里的都是销售、工作、客户、产品以及业绩……于是，压力悄然来到了电话销售人员的身边，开始影响电话销售人员的健康。



为了“赢”在职场，电话销售人员被要求保持“随时、随地”地全天候销售状态，这就为自己带来了精神压力。虽然说精神压力是社会文明前进的一种自然产物，但是无形的压力会在生理和心理等诸多方面引起不良反应，长此以往一定会给电话销售人员造成某种障碍或者是引发生理机能



的失调，从而影响身心健康（见表 3-2）。

表 3-2 压力对健康的危害

压力对健康的危害	头痛、疲劳、失眠、颈椎痛；抵抗力差导致感冒；三餐时间不定造成消化不良等
压力对行为的影响	不能端正工作态度；工作时不能集中精力，时常出错；过于敏感于上级的批评；孤僻、玩世不恭；不能良性处理人际关系等
压力对情绪的副作用	紧张、消极、悲观、焦虑、易怒、意志消沉；抑郁，严重的可导致神经衰弱等

忌忽略压力的积极作用

虽然压力具有一定的危害性，但是有句话却说：“压力是动力！”

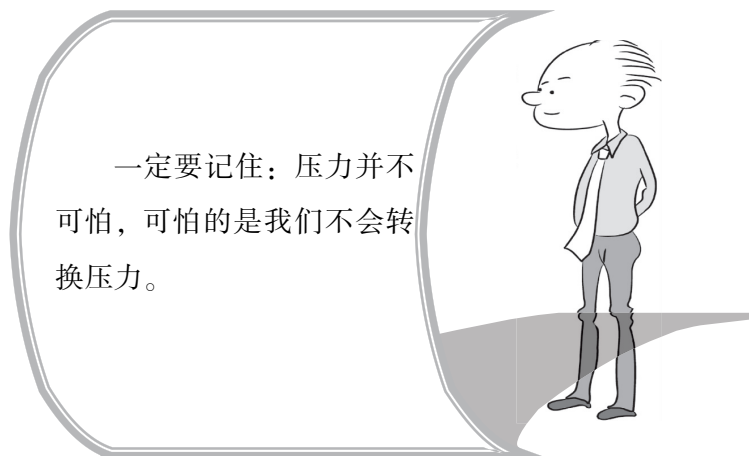
诚然，压力好像一柄双刃剑，虽然压力给电话销售人员的健康带来了一定的危害，但是如果电话销售人员可以换个角度来思考的话，压力正是一种促进自己成长的积极向上的力量。

加拿大医学教授赛勒博士曾经说过：“压力是人生的燃料。”赛勒博士在提醒我们：不要片面地认为压力只会给我们的人生带来不良影响，应该多去开发压力的有利因素。



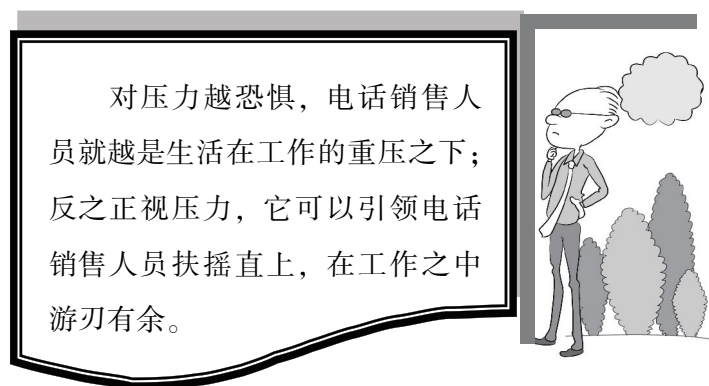
例如，遭遇客户棘手的要求，电话销售人员都会感到不安和惶恐。但是当电话销售人员帮客户解决问题，客户给予电话销售人员肯定的话，相信电

话销售人员的心底一定会有有一种兴奋感；当一位不了解产品的客户，怒气冲冲地进行投诉的时候，如果电话销售人员能够心平气和地为客户指点迷津使客户满意，听到客户的那句“感谢”，电话销售人员一定会很欣慰。



人类的肌体对压力有一种天生的“吸收——缓冲”的机制，所以当面对压力的时候，一般会被身体转化为激情与动力。如果这个人生活在适度的压力之中，那么他的身体一定是富有能量的，精神一定是非常矍铄的；压力过小的生活很容易让人消极，更会造成机体懈怠、思维缓慢。

我们一定要警惕这两种压力：一是突如其来的过大压力，二是持续不变的低量的压力。





忌不会正确化解压力

● 成功范例

李晋从事电话销售工作，销售的是益智书籍，面对上司派给自己的业绩要求，李晋一开始真是一筹莫展。不同于一般的消费品，益智的书籍给人的往往是长久的享受，所以在进行电话销售的时候，一定要注意技巧的使用，压力便应运而生。

对于化解压力，李晋拥有自己的一套小方法。即使压力产生了，李晋也不会被过多地影响，依旧是保持常态地工作。在李晋的认知里，如果自己被压力影响了，自己的工作表现和业绩一定会大打折扣。

在此基础上，李晋在私人时间向自己的朋友“诉苦”，都说“分享一份快乐，快乐将变两份；分担一份忧愁，忧愁将变半份。”李晋很认同这句话，往往会将自己的压力找人分担。

此外，无论是何种压力，李晋一定会对其进行分析，了解压力是从何而来的。李晋一直相信：发现问题——研究问题——解决问题，只有在了解的基础上才能找到解决之道，成功消除自己的压力。

在销售工作中，长期被压力笼罩，会使电话销售人员精神萎靡，不能全身心地投入到工作中去。只要成功化解压力，电话销售人员一定可以完成很高的销售业绩。

1. 保持常态

在压力来袭时，保持平时的工作常态是最重要的，这样才会使自己身处条理清晰的状态之下，对局面的掌控也会非常顺利。

如果深陷压力的状态，电话销售人员便开始对自己分内的事情手足无措，那么就完全陷入到“多米诺骨牌”之中，生活、工作将陷入混乱，后果难以想象。

电话销售人员一定要记住，无论任何时候，自己都不能被压力牵着鼻子走，要保持常态。



2. 学会倾诉

当电话销售人员身处压力之下的时候，总会感到孤独，而且在他们看来，这种痛苦不会被人们所理解。

在遭遇压力时，电话销售人员一定要学会倾诉，倾诉对象可以是亲人、朋友，也可以是一些专业人士。分享个人感受，是化解压力的有效途径。



拥有可以推心置腹倾诉压力的对象，可以让朋友或者亲人帮自己减轻压力。与他人讨论问题，他人可以站在更为客观的角度上，就某个问题向电话销售人员提出建议。不可小视这个过程，这个过程可以舒缓电话销售人员的情绪，透过他人的意见多角度地看待自己所面临的问题。

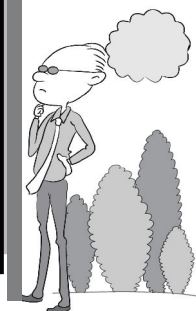
在压力之下，如果电话销售人员认为自己有足够的力量、责任和智谋来应对，并且喜欢自己解决问题而不是寻求别人的帮助，那么毫无疑问，电话销售人员将会在“坚强”中遭受痛苦。独自处理难题只会增加自己的



压力，并不能缓解压力。

具有倾诉对象的电话销售人员，比其他人能更能处理压力。当面临无法改变困境的时候，那些善于倾听和提供情感支持的朋友们对电话销售人员来说是非常有帮助的。而当困难亟待解决的时候，那些真正能够提供信息和帮助的朋友尤为重要。

在选择倾诉对象时，一定要记住：最好不要和同事倾诉自己的委屈。向同事倾诉，可能会招致负面效果。



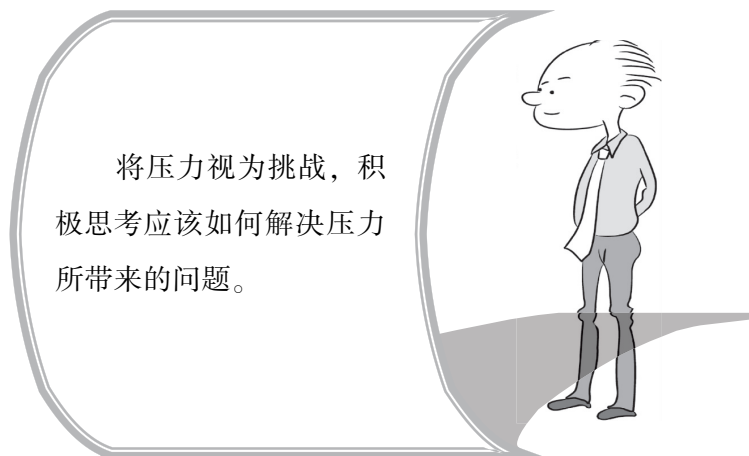
3. 将压力视为一种挑战，着力于解决问题

面对压力，电话销售人员不能将其视为“问题”，应将其转化为挑战，这是一个非常重要的观念转变。

试想一下，如果电话销售人员将压力当成一个问题来看待，那么他的注意力一定会集中在压力所带来的负面影响上，如此一来，将不可避免地受到负面压力的侵扰。

如果将压力视为一种挑战的话，自然而然地，他的注意力很可能从负面冲击上转移，而去思考应该如何解决压力所带来的问题。

如果问题可以圆满解决的话，那么在这个过程中，电话销售人员会得到前所未有的满足感。这种满足感会带领电话销售人员从压力圈中跳出来，便能找到并抓住整件事情中所暗藏的机会。这样一来，原来的压力反而成了成功道路上的助推器。



4. 化解压力

对于电话销售人员来说，最主要的压力还是来自于工作。要想缓解压力，一定要学会分解压力。



实战支招

电话销售人员可以选择团队工作，即将工作进行分摊，这样一来既可以分解工作压力，又可以保证最大限度上降低销售人员的工作强度。

电话销售人员一定要避免出现这种心理，即认为自己是唯一可以将这项工作做好的人。

5. 学会呼吸

呼吸也能减压？谁不会呼吸啊？是的，学会呼吸可以帮助你化解压力，具体方法如下。

1) 深呼吸：吸气的时候，依次鼓腹，扩张胸部，扩张上胸部，使胸、



腹腔处于“饱和”的状态，然后再逆序呼出气体。

2) 节律呼吸：走3步或4步用鼻吸气，再走3步或4步用鼻呼气，要保持步速与呼吸的节律刚好吻合。

3) 强烈呼吸：先吸足气略憋片刻，然后将嘴噘成圆形向外急速呼气3次，其动作似吹口哨。

4) 胸式呼吸：深吸气，使胸不断扩张，然后不间断地慢慢把气呼出。

5) 上胸式呼吸：将两手掌按在锁骨上，然后上胸部扩张吸气，待吸气后再向外呼气，注意在此过程中，呼吸要均匀，节奏可逐渐加快。

6) 腹式呼吸：缓缓吸气，使腹部鼓起，然后再把气慢慢呼出，要保证动作从容舒适，像熟睡之态，具有安神的作用。

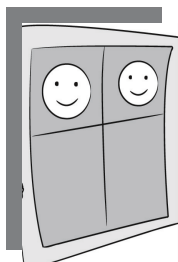
当压力来袭时，可以做以下几种简单的呼吸解压：

- 1) 深呼吸。
- 2) 节律呼吸。
- 3) 强烈呼吸。
- 4) 胸式呼吸。
- 5) 上胸式呼吸。
- 6) 腹式呼吸。



6. 寻找乐趣

电话销售人员每天面对繁重的工作，常常是筋疲力尽，此时需要的正是工作之外的乐趣，如短期旅游、爬山远眺等活动，都能开阔视野、缓解精神压力。



在工作之余，电话销售人员可以忙里偷闲，去听听音乐、跳跳舞、唱唱歌或者是逛街，这也是消除疲劳、让紧张的神经得到松弛的有效方法和良药。

忌被电话销售所控制

● 故事

培训师蒋川在课堂上拿起一杯水，问台下的受训人员。

“同学们，你们认为这杯水有多重？”

话音刚落，台下的学员们开始议论起来。于是，有的人说是半斤、有的人说是一斤……这时，培训师蒋川说：“同学们，其实这杯水究竟有多重并不重要，重要的是在座的各位同学，这杯水你们能拿多久？”

台下的同学们又开始议论起来，有说能拿一分钟的、有说能拿半个小时的……

等大家不再议论的时候，蒋川说道：“拿一分钟，谁都能够做到；如果是拿一个小时，在座的各位可能会觉得手酸；但是如果各位同学拿一天这个水杯，可能大家就都得住院了！”

台下的学员们开始议论起来，纷纷表示不可能。蒋川接着说：“不知道台下的学员们有没有注意到，其实这杯水的重量是不变的，但是你拿得越久，就越感觉沉重。

在我们的生活和工作中，这杯水就好像是我们所承担的压力，如果我



们一直把压力驮在身上，就会觉得压力越来越沉重，最后压得我们喘不过气来，导致我们无力承担。这个时候，我们要做的就是放下这杯水，休息之后再拿起这杯水。这样的休息是必不可少的，这样我们才会拿得更久。

各位，当你的生活或者工作被压力围绕的时候，请你适时地放下，并且好好地休息一下。保证在你重新将其拿起的时候，能承担更久。”

一名优秀的电话销售人员，每天一定都在想怎样提高业绩。但是如果每天无时无刻不在思索工作，工作压力便因此产生了，并且会牵制电话销售人员的生活。

这个时候，适当地娱乐可以解除牵制和化解压力。选择娱乐项目可以使电话销售人员换个思维，松弛精神以达到振作精神的目的。

实战支招



经常参加娱乐活动，可以充分利用呼吸和放松的技巧来抵抗压力，提高睡眠质量。

忌被消极心理束缚

失败案例

孙海做电话销售已经在业界创出一片自己的天空了，可是自从一位老同事罹患癌症去世之后，人到中年的孙海近半年荒废了自己的事业，得了疑心病，总是怀疑自己也得了癌症，于是三天两头就往医院跑。总是向医生抱怨自己的心里堵得慌，每次言辞凿凿地说：“毕医生，我身上一定是出了毛病！我总是觉得累，而且早上还不爱起床。”

毕医生说：“孙先生，现在是秋天，浑身乏力属于正常现象……”

还没等毕医生说完话，孙海着急地打断了他的话，说：“不对不对……浑身乏力的症状我了解，我不是浑身乏力。我现在工作一会儿就头疼，在家看会儿电视总觉得眼睛发酸……要不你再给我检查检查吧！看看我是得了癌了，还是心脏出了问题啊……”

毕医生对孙海束手无策，这倒不是说孙海病入膏肓，而是因为孙海完全是自己吓自己。所以毕医生对孙海说：“孙先生，听我说，你的心脏一点问题也没有。只要你试着放松就可以了！”

孙海一听医生的话，跳脚说：“放松？怎么放松？家里不能离了我，单位的事儿稍有懈怠，业绩就下滑。怎么放松啊？你说说怎么放松……”

面对孙海，毕医生彻底无奈了，不知道应该怎么做才能化解孙海的压力。

面对压力的侵害，电话销售人员不能逃避，只有选择积极地面对压力，学会与压力和平相处，才能给予心灵上的释放（见图 3-3）。这就要求电话销售人员学会调节自己的心理，给自己的心放一个假。

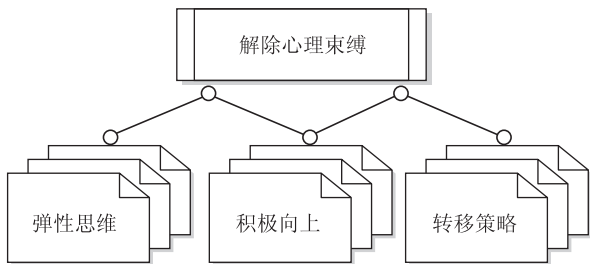


图 3-3 解除心理束缚

1. 弹性思维

在工作中，电话销售人员一定要学会运用弹性思维，秉持“车到山前必有路”的信念，为自己创造一个积极、有序、宽松、和谐的工作环境。



实战支招



通过跟踪研究，心理学家发现，一个富有弹性思维的人往往能够冷静应对各种变化，完全有能力化逆境为顺境，变压力为动力。

2. 积极向上

现代心理学家研究发现：当人心情愉快的时候，整个身体的新陈代谢情况就会得到改善；而烦闷、懊恼、愤恨、焦虑、忧伤的情绪正是导致压力产生的催化剂。

由此看来，想要化解压力，电话销售人员就一定要时刻拥有愉快的心情，培养自己坚强、乐观、开朗、幽默的性格，还要具有广泛的爱好和兴趣，最重要的是始终保持积极向上的生活态度。

与此同时，电话销售人员应加强磨炼意志和培养魄力的训练，以达到“不畏强手、勇于拼搏”的目标，这样才能不断提高自己的承压力。

3. 转移策略

被压力压得太重了，当“背”不动的时候，电话销售人员就应该采用“转移”的策略，即不去想它，把注意力转移到能使自己轻松愉快的事情上。休息片刻，呼吸一下新鲜空气，便是化解的过程。一天中，多进行几次这样短暂的休息，多进行深呼吸，可以放松大脑，防止压力情绪的形成。

千万不要放任压力的发展，那样后果将不堪设想。一旦心态调整平和以后，已经坚强起来的你，还会害怕压力吗？

实战支招



千万不要任压力发展，应采取有力的措施，如面对压力，“转移”不失为一条良策。

忌不会摆脱焦虑情绪

很多电话销售人员的压力都是产生于焦虑的困扰，本章首例子中的梁珊之所以工作状态不佳，即是遭受到焦虑症的困扰。工作压力导致得焦虑症的人群正在渐渐扩大，专家称焦虑症状主要来自于职场和生活。对于梁珊来说，她的焦虑即来源于工作。

虽然这种焦虑和担心完全是一种正常的现象，但是过犹不及，过度的焦虑将会影响电话销售人员正常的工作和生活。摆脱焦虑困扰有下面两种方式（见图 3-4）。

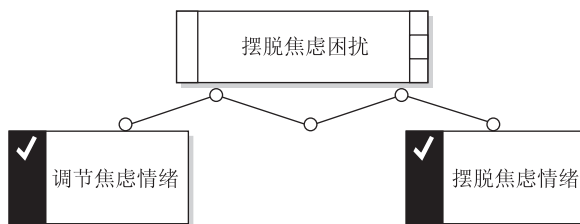


图 3-4 摆脱焦虑困扰

1. 调节焦虑情绪

虽然焦虑是一种常见的心理疾病，但是它还是会对我们的工作和生活造成或大或小的影响。所以，在被焦虑侵扰的初期，我们应该进行自我调节，防患未然。



实战支招



面对焦虑，如果电话销售人员没有及时调节的话，将会致使焦虑的负面影响越来越大。想要成功调节焦虑心理，可以采取接受、缓解、思考、转移以及暗示5个步骤。

1) 接受——想要摆脱焦虑的困扰，首先要接受生活中那些不利于自己的变化，并且忍受它们带给我们的不适。

2) 缓解——在接受的基础上，随着时间的推移，配合积极的自我暗示，慢慢缓解焦虑的程度。我们应冷静、客观地评估现实情况，将那些负面的想象从现实剥离。

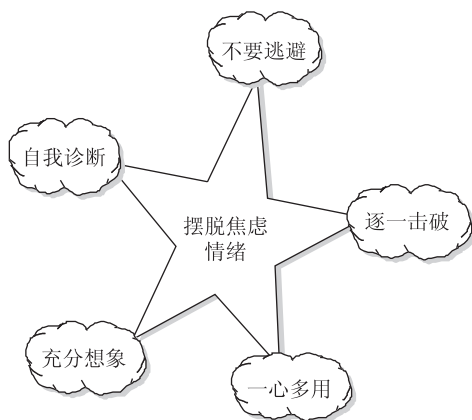
3) 思考——所谓“思考”，即思考哪些事使我焦虑？为什么我要焦虑？即使我所焦虑的那些事情真的发生了，甚至出现了我所预想的最坏的结果，是不是真的很可怕？在这个思考的过程中，焦虑者的焦虑不安心理将会得到有效的缓解。

4) 转移——在工作时，如果你的注意力无法集中，心情异常烦躁，先不要着急，试试“冷处理”，先放下手头的工作，千万不要强迫自己继续做事。可以试试将注意力转移，当你的情绪得到缓解，再继续自己的工作。

5) 暗示——暗示分为积极暗示和消极暗示两种，前者是一种调节焦虑的心理现象。当我们心情不佳的时候，一旦对自己进行消极的暗示，只会使焦虑的危害扩大；但是如果我们采取积极的心理暗示，则不会出现“雪上加霜”的结果，相反会使自己的焦虑得到缓解。

2. 摆脱焦虑情绪

在工作与生活中，电话销售人员一定要避免过分地苛责自己，过分的自责是导致电话销售人员深陷焦虑与不安情绪的最大原因。如果深陷焦虑与不安的情绪之中，选择正确的方式方法是摆脱焦虑不安情绪的有效途径，如图3-5所示。



逃避是焦虑不安的重要标志，当我们逃避某种困境的时候，一开始我们也许会感觉到我们的焦虑正在逐渐地减少。可是在我们遭遇同样的困境之后，不难发现我们的焦虑会越来越重。

实战支招



想要成功摆脱焦虑情绪，电话销售人员一定要勇敢，不要逃避。在某种程度上，逃避是致使我们焦虑与不安的隐患。



有些焦虑的产生原因是某种情绪波动或者欲望没有得到实现，一直处在压抑中。被压抑的时间久了，以为自己已经没有这种情绪或者欲望，可是实际上它并没有消失。长久无意识的压抑一旦被激发，将会导致焦虑与不安的产生。

在这种情况下，我们必须学会自我诊断。只有了解真正的自我，才能摆脱焦虑和不安。当感觉自己陷入焦虑的情绪之中的时候，可以展开发散性思维，想象一些宁静的景象，放松一下。

你可以按照自己的意愿，去想象一些虚拟的景象，沉浸在自己所乐见的景象中，可以使自己的心态得到放松，从而摆脱焦虑情绪。



忌不会调节生活解压

● 成功范例

长期从事电话销售工作的老白，工作干得风生水起，许多晚辈都会询问其化解压力的良策，老白就一句话：调节生活方式。

原来老白在刚刚从事电话销售的时候，也因为遭遇非常大的压力而苦恼，一开始自己束手无策，直到后来学会调节生活方式之后，才慢慢化解了压力。

遭遇压力，老白的工作态度开始改变，他不再把工作当做生活的全部，上班的时候兢兢业业，充分利用工作时间，工作效率很高；下班之后也很享受自己的私人时间。

工作状态之下的老白秉承“健康生活”的理念安排自己的起居生活，营养搭配饮食，坚持早睡早起，利用周末时间到近郊旅游运动……保证自己的精神永远都是神采奕奕的。

老白总说：“调节生活方式，轻轻松松化解压力。”

通过调整生活方式，也可以帮助电话销售人员舒缓压力。电话销售人员可以试着调整睡眠时间、调整运动量以及调整饮食摄入等（见图3-6），对于排解压力的好处是不言而喻的。

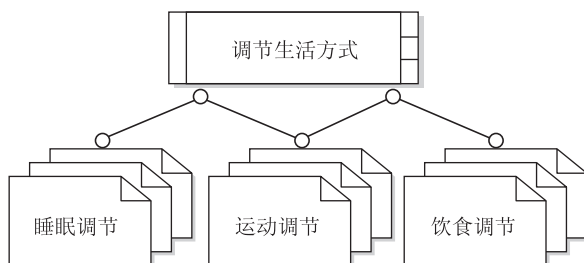


图3-6 调节生活方式

1. 睡眠调节

睡前避免剧烈运动，应做一些放松精神的小运动，如肌肉收紧再放松、深呼吸等。睡不着的时候，千万不要生气或灰心，因为消极的情绪往往会使睡意消失。睡觉前不要喝含咖啡因的饮料或吃巧克力，以及烟酒等刺激中枢神经系统的物质。

实战支招



养成早睡早起的好习惯，尽量在固定的时间就寝和起床。只有在规律之下生活，人的精神状态才是最好的。



养成午休的好习惯。关上办公室的门，不接电话，趴在桌上睡 10 分钟。10 分钟的午休可以换回近两个小时的高生产力时间。

2. 运动调节

运动是压力机制，也是恢复机制。运动的时候，几乎全身的细胞都会受到影响，脑部的压力会被冲刷掉，肾上腺素和脑内啡的分泌可扫除愤怒、恐惧、悲哀或沮丧等负面情绪。

实战支招



任何运动都比完全不运动好，简单的运动也会起到舒缓压力的作用，如走楼梯替代乘电梯、有氧运动代替机械健身等。

走路是非常好的运动方式之一，要知道人类花了漫长的时间从猿到人，人体结构就是为步行设计的，所以步行是非常好的运动方式。



每天坚持运动，一次至少 20 ~ 30 分钟，如散步、慢跑等，但是在睡前两个小时一定不要做运动。一是影响运动效果，二是影响睡眠质量。

对多数人来说，一天中下午四点、五点至傍晚之间做运动有益于睡眠，这样工作了一整天，积累了一天的压力通过运动得到释放。在这个时

间段运动往往比早晨运动效果更好，更会给晚上睡眠带来好处。每周做三四次间歇性运动，如先快步走、再慢步走，游泳，跑步或骑自行车等。

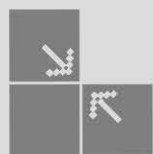
3. 饮食调节

饮食肯定会影响人的精力。现在吃什么、喝什么，必然会影响到你几小时后的精力水平，而平时的饮食习惯也会决定你的综合精力水平。

实战支招



应该在饮食习惯上遵循：早吃多、午吃饱、晚吃少，更要放慢吃饭速度。



第2篇

操作指导篇



第4章 准备工作要克服的6个禁忌

在电话销售中，由于时间少、客户易挂电话等因素的存在，使得准备工作显得尤为重要。



不要犯错误，否则电话销售将遭遇尴尬……

周一早晨小刘兴冲冲地到了办公室，到了办公桌前他就急不可耐地打电话。

今天他有望和一个客户达成初步的订购意向。他的客户李敏，是某集团公司负责采购办公用品的副总。小刘和李总就传真机的购买已经洽谈了一个月，在上周五和李总通电话的过程中，李总要他这周一再致电细谈。

“您好，李总，我是星愿商贸公司的小刘，您上周五……”

“哦，小刘啊！我等会儿要开会，咱们长话短说吧，我要订购100台传真机。”

“好的！”小刘心里一阵狂喜！

李总接着说道：“另外，还要订购20台IBM计算机，5台配置是5000元的，12台配置是3000元的，3台配置是10000元的，还有100部松下无线电话，50个电脑椅……”小刘脑袋嗡地大了，他没想到李总一次会购买如此多的商品，他在桌子上到处翻，也没找到一支笔，他想用计算机记



录，可是计算机没有开机，他努力记着李总的话，可是越着急，脑袋越是一片空白。

放下电话，小刘除了记得 100 台传真机，其余的什么都想不起来了。



忌没有为流畅的通话创造条件

在打电话前，尽可能地把工作环境安排得妥善一点，也尽可能地把工具、资料准备齐全，以保障通话过程流畅，而且舒适的工作环境会使自己心情愉悦。



很难想象一个人在嘈杂的环境中能随时找到自己想要的资料，也很难想象一个人在资料不全的境况下能保证通话流畅。

以下事项必须在通话前准备完善：

- 1) 检查电话是否有故障，通话是否清晰。
- 2) 笔和纸放在触手可及的地方，以便于随时记录电话内容。

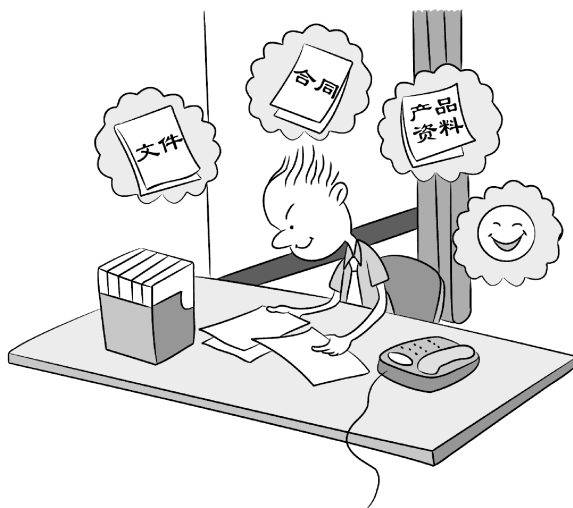
3) 手边有必要的产品说明或服务信息，当客户提问时，能迅速及时地找到答案。

4) 在通电话时，确保不被干扰。

5) 办公桌面整洁，保证通话时心情愉悦。

6) 文件分类摆放。文件、合同、产品说明资料，分类摆放整齐，并标有清晰的标记。分列清楚对你的工作大有帮助。

7) 将此次电话目标贴在醒目位置，让目标可以时刻提醒自己。



忌不了解产品的功效和独特卖点

电话销售人员不能面对面地给顾客演示产品，只能利用声音和语言向客户介绍产品，因此充分掌握产品的利益和特征就显得尤为重要。

例如，在介绍婴儿驱蚊液产品时，应说：“这款驱蚊液，让宝宝夜晚安然入睡，不再被蚊子叮咬！”介绍孕妇防辐射衣时说：“它能有效屏蔽计算机、手机辐射。”



消费者最关心的是产品能否为自己带来实际所需的利益，而不是产品具有什么样的特征。因此，在向客户介绍产品时，应清晰而简意赅地介绍产品的功能和客户利益所得。



失败案例

刘冉收到欣欣公司的产品宣传资料，对一套十二生肖的形状的香皂很感兴趣、她给该公司打电话咨询。

刘冉：“您好，是欣欣公司吗？”

电话销售代表：“您好，我是欣欣公司销售代表，有什么可以帮您！”

刘冉：“十二生肖的形状的香皂还有货吗？多少钱一套？可以单卖吗？”

电话销售代表：“还有货，240 元一套。单卖是 20 元一块！”

刘冉：“哦，这么贵啊，用这套香皂洗手太浪费了！造型这么可爱的香皂洗手真有点可惜！”

电话销售代表：“这套香皂非常耐用，一块香皂可以用一年！”

刘冉：“是吗，那给我订购一套，要分开独立包装，我要给每个朋友送一块！”

过了几天刘冉收到了货物，她打开包装，见说明书上明确写着：“本香皂可吊在浴室里，利用水蒸气让香皂慢慢挥发，从而达到满室芬芳的效果。”

刘冉面对说明书，惊呆了，原来这套漂亮的香皂根本不是用来洗手的，她有种被愚弄的感觉，于是愤然找该公司退货。

在打电话前，电话销售人员要对产品的以下 4 个方面做到心中有数。

- 1) 产品价格。
- 2) 产品功能简介。
- 3) 与同类产品的区别。
- 4) 产品能带给客户什么样的好处。

忌客户信息不全

❶ 失败案例

销售人员小刘看了一眼客户资料，只有客户的姓名和手机号。

小刘打电话说：“您好！”

对面传来一个女性声音说：“您好！”

听到女声，小刘脑子突然有点乱了，客户资料上写着“刘凯”，自己根据姓名判断客户是男性，可是此时是一位女士接电话，小刘想也许自己判断失误了，刘凯可能是位女士。

小刘说：“您好，是刘凯女士吧？刘女士，我是……”小刘对自己机智应变能力有点自豪。

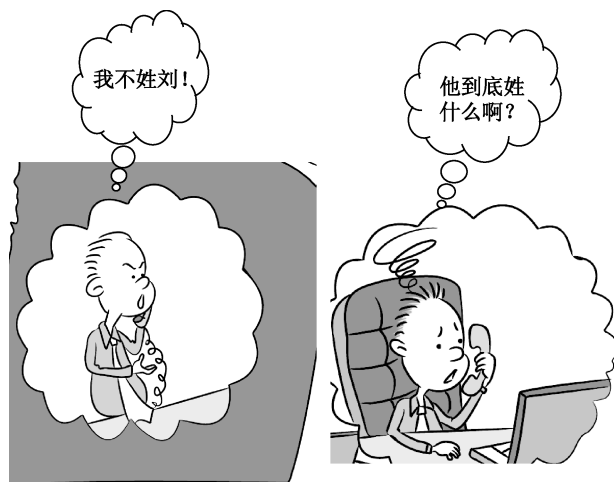
对方冷冷打断说：“我不姓刘，你找哪位？”

小刘慌了，急声应道：“我找刘凯！”

对方说：“他不在！啪地挂断了电话！”

知己知彼，才能百战百胜。在打电话之前，应该对客户有一个大概的了解，其中下面列举的客户基本信息是必须要掌握的。

- 1) 客户的姓名。
- 2) 客户的性别和年龄。



3) 客户所从事的职业和行业。

如果能知道客户的姓名，将在更大程度上提高电话销售成功的概率。



每一个客户的需求各不相同，因此电话销售人员不但要全面地真正了解产品，还要了解客户，达到对号入座的目标，通过有效地赢得客户好感的方式与之接洽。

成功范例

世界著名的销售大师哈维麦凯是销售信封的，他仅靠销售信封就成为亿万富翁。

他把客户的所有信息一共分成66项：客户的年龄、地址、信仰、身高、体重、学历、工作、他喜欢什么样的运动以及音乐、喜欢读什么样的书、以前做过什么样的工作、接受过什么样的训练、爱人在哪里工作、爱人有什么兴趣、喜欢参加什么活动、他是否有孩子、孩子是否上

学、在哪里上学、孩子喜欢什么等内容。客户本人甚至都没有哈维麦凯知道得多。

在做电话销售之前首先要真诚地关心客户，了解客户，分析客户，对客户进行有效地剖析。

通过以下例子，你可以学到如何详细地掌握客户的信息。

情景案例

向一个公共公司的老总电话推销一台复印机，可以用闲聊的方式了解客户的信息：

“听口音您是北方人吧？”

“最近天气比较好，不知您是否喜欢体育运动？”

“周末您带孩子去吃麦当劳？”

可以问以下问题，以便了解客户的需求：

“请问您是要进口的复印机还是国产的复印机？”

“请问您要的复印机是价格低一点的还是稍微高一点的？”

“您是希望复印机速度比较快一点还是希望耗材稍微少一点？”

“您对复印机的体积有要求吗？”

通过以上的问问题充分了解客户的需求，你才有可能与他谈成一笔生意。

掌握客户的信息越多，越有利于成交。很多电话销售人员每天定了目标：打80个陌生电话，20个老客户的电话。80个陌生电话里，希望成交20个。事实上你若不了解客户（见图4-1），就不能在电话中与客户找到契合点，客户就没有兴趣与你谈生意。

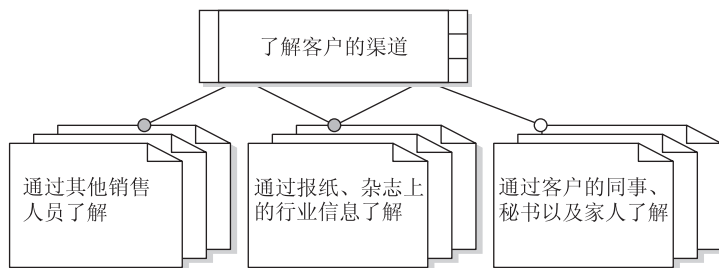


图 4-1 了解客户

忌电话目的不清晰

电话目的就是指你为什么要打这个电话给你的客户，而客户的电话目的则往往是指客户为什么打电话给你。



至于你为什么要打电话给客户，在电话销售中，电话目的通常有以下几个：

- 1) 你想判断这个客户是否是你的目标客户。
- 2) 你需要确认对方有没有收到你的资料。
- 3) 你想找到负责你所销售产品的主要负责人。
- 4) 你想进一步明确客户的需求。
- 5) 春节到了，你想向他拜年。

一般来讲，对于你为什么打电话给客户，你会很清楚，但你的客户呢？他为什么要打电话给你？

客户不会无缘无故地打电话给你，他可能是出于好奇，也可能是想了解你产品的信息，也可能就是为了达成生意。

当然，也有些客户打电话是为了与你聊天，或者其他。总之，客户可能出于很多原因打电话给你，这一切都需要你来作判断。

忌电话目标不确定

电话销售人员一定要有电话目标。电话目标的意思是电话销售以后，你希望所达到的结果，换句话说就是你希望看到客户所采取的行动。

电话目的和电话目标有所不同。例如，你初次给一个客户打电话，你的电话目的是向客户介绍产品，电话目标是希望客户听了你的产品介绍后，对该产品产生购买意向。

你给一个有购买意向的客户打电话，你的电话目的是强化客户的购买意向，与客户达成成交协议，电话目标是客户与你成交。

电话目的是指你打电话要做什么，而电话目标则是指电话产出的结果。

电话目标很重要，它给电话销售人员努力的目标，电话销售人员为了完成这个目标而做好各项准备工作。同时，电话销售人员也因此增加自信心，因为他知道努力之后的前景所在。





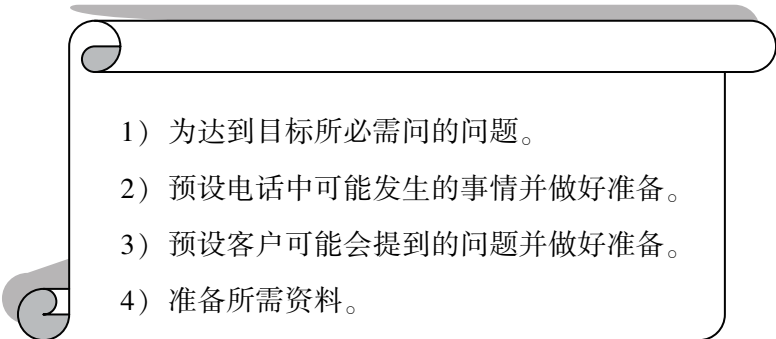
客户打电话给我们，他也有一个目的。所以，电话销售人员在接听客户的来电时，要猜测并判断客户要达到的目标，如果我们能判断出来，并让客户达到他的目标，他就会感到满意。

在制定电话目标时，你需要考虑以下两个问题：

- 1) 在通话结束时我希望客户做什么（电话目标）？
- 2) 为了达成电话目标我需要做什么？

明晰了这两个问题，你就能为自己制定切实可行的电话目标了。当你有了电话目标后，在每一次打电话之前，你都要进行有效的准备工作。

在进行电话销售之前，根据电话目标你需要进行以下准备工作：

- 
- 1) 为达到目标所必需问的问题。
 - 2) 预设电话中可能发生的事情并做好准备。
 - 3) 预设客户可能会提到的问题并做好准备。
 - 4) 准备所需资料。

忌没有客户档案

在完全没有任何记录的情况下，一般人在打完第五个电话之后，就已经记不清第一个电话的内容了，更不可能记清楚客户的特殊要求。

也可以事先制作好客户档案表（见表4-1），放在电话机边，在通电话的过程中，把了解到的客户信息记入客户档案表中。

简单的客户档案包括客户的姓名、职务、电话、公司名称和地址、电话销售的时间、推介过程中客户的反应、是否提出异议、有什么特殊要求、约定拜访的时间和地点等。各项内容要分别详细记录，作为下次电话

销售或拜访的参考内容。



一名电话销售人员每天也许要打 50 ~ 70 个电话，如果完全没有记录，就相当于一直在做“无用功”，通过客户档案随时作记录，就会避免做“无用功”。

表 4-1 客户档案表

名 称	主要内容
客户名称	
客户联系方式	
客户负责人	
电话销售的时间	
推销的产品和内容	
对产品是否感兴趣	
客户的意见和要求	
客户的特殊需求	
约定拜访的时间和地点	

第 5 章 拨打陌生拜访电话时的 8 个禁忌

陌生拜访的电话打得是否成功，决定着销售人员的销售工作做得好坏与否。“好的开始是成功的一半”，了解并规避打电话的禁忌，是电话销售人员获得成功的前提（见图 5-1）。

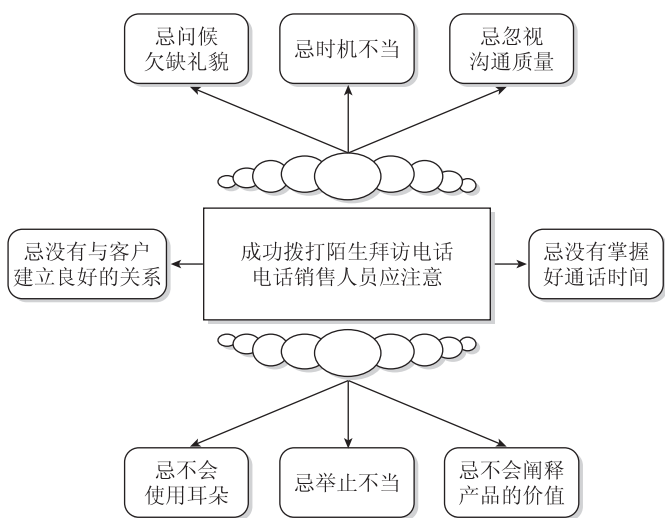


图 5-1 成功拨打电话的 8 个禁忌



不要犯错误，否则拨打电话将遭遇滑铁卢……

电话销售人员小吴：“喂，给我找一下王显东。”



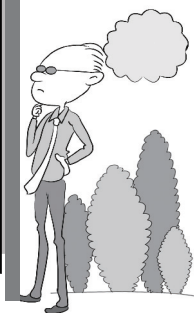
小吴因为有急事找他的客户王总，于是拨通电话的时候高声地让王总的秘书林小姐去找客户，语气非常生硬。

恰巧林小姐当时心情也不是很好，再加上听到这种语气，心里更是生气。她知道王总正在开会，不能接听小吴的电话，于是冷言冷语地对着话筒咕哝一句：“王总不在！”随即便挂掉了电话。

小吴并不知道王总在忙什么，更不知什么时候再打电话找王总比较合适，急得像热锅上的蚂蚁，心里还埋怨林小姐冷言冷语呢！

其实小吴并不知道，造成这种结果的原因只有一个，那就是自己打电话的时候，没有与“礼貌”同行。

拨打陌生拜访电话是销售的开篇动作，所以电话销售人员一定要对陌生拜访电话的每个环节都谨小慎微。



忌时机不当

对于电话销售人员来说，要想完成业绩，在打电话的时候就一定要掌握好时机。

避免在正常吃饭的时间段内与客户联系，如果此时把电话打过去了，电话销售人员一定要礼貌地征询客户现在是否有时间或者是否方便接听。

当客户恰好有约会要外出，或者是刚好在接待客人，那么此时电话销售人员应该礼貌地与客户敲定再次通话的时间，再挂掉电话。

如果客户此时不在，需向接电话的人索要客户的联系方式，无论是手

机号码，还是电子邮箱地址都可以，不过电话销售人员最好能得到客户的传真机号码。因为客户往往会排斥电话销售人员的销售电话，此时销售人员可以先将产品的信息资料传真给客户，之后就有充足的理由给客户打电话了，询问其是否收到传真，接着进行电话销售以达到销售的目的。



实战支招

电话销售人员还要切忌不要在客户休息的时间给客户打电话，如上午7点之前、晚上10点之后以及午休的时间。

在给海外客户打电话的时候，一定要先计算时差，否则很可能会骚扰到客户。拨打陌生拜访电话，应该掌握正确的时间。

作为一名电话销售人员，如果你不能在适宜的时机给客户打陌生拜访电话，那么就别指望能给客户留下一个好印象，更别奢望将销售进行到底。

失败案例

电话销售人员小马个性非常急躁，经常想到就做，根本不计后果。

一天公司加班，小马走出公司的时候已经比正常下班晚了将近两个小时。走着走着，小马忽然想起来，还没有给客户付经理打陌生拜访电话呢！心里实在是怕错过了这位大客户，于是拿起手机就给付经理打了过去。

小马：“您好！请问是付经理吗？”

付经理：“我就是，请问你是哪位？有什么事情吗？”

小马：“付经理，我是××公司的客户代表小马。我们公司新研发的一款产品非常适合您，我们约个时间详细聊一下，怎么样啊？”



付经理：“小马是吧？先谢谢你！不过……已经晚上8点了，我现在不方便，改天可以吗？”

小马：“那我什么时候再给您去电话呢？”

付经理：“我在陪客户，你跟我的秘书约时间。就这样吧！”

然后挂断了电话。

忌没有掌握好通话时间

给客户打陌生拜访电话，电话销售人员一定要掌握好通话时间（见图5-2）。

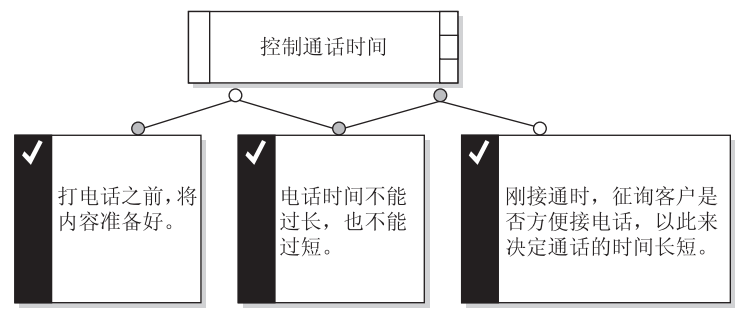


图 5-2 控制通话时间

如果电话销售人员的陌生拜访电话时间过长，会让客户觉得拖沓，毫无价值，这对销售产品没有任何好处。

相反，一旦电话销售人员给客户拨打陌生拜访电话的时间过短，也许电话销售人员会觉得这是一种非常有效率的行为，为客户节省了大量的时间。可是客户就会想，这名电话销售人员性格过于急躁，产品的质量可以得到保障吗？最后的结果很可能是客户并没有对你所销售的产品产生认知，更别谈购买你的产品了。

正确的做法应该是，在电话刚刚接通的时候，电话销售人员必须征询客户现在是否方便接电话，以此来决定此次陌生拜访电话的时间长短。

一旦客户的时间不太充裕，那么电话销售人员切忌长时间地向客户灌输毫无价值的信息，让客户对你的专业性产生怀疑。你应该将产品的主要信息介绍一下，表示不打扰客户的工作，约定下次通话的时间之后，结束这一次的通话（见图5-3）。

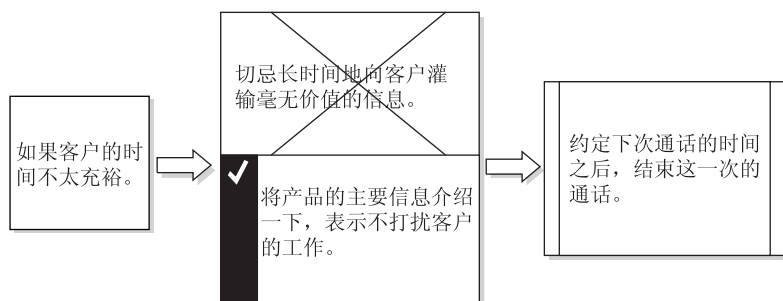


图 5-3 电话流程之一

如果客户的时间允许，电话销售人员即可按照事先的计划向客户展开销售工作，询问客户近期的采购计划、下一阶段的工作思路等信息。之后便可以从产品的各个角度向客户介绍产品，如产品性能、同类产品中的优势，以及在哪些方面更适合客户。这样做，除彰显自己的专业技能之外，更多的是让客户觉得舒心（见图5-4）。

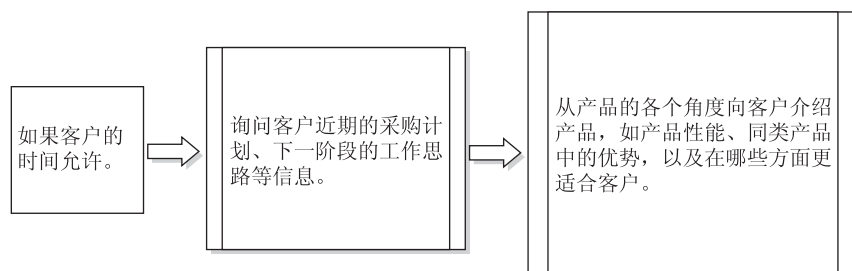


图 5-4 电话流程之二

一般来说，电话销售人员给客户打陌生拜访电话的时间不宜过长，避免客户下次拒接你的电话。这就要求电话销售人员在打电话之前，一定要



将陌生拜访的内容准备好，避免在电话中东拉西扯，说些毫无作用的话，浪费客户的时间。

如果有必要跟客户进行时间比较长的会谈，那么电话销售人员最好约客户面谈，这样比较妥当。

忌问候欠缺礼貌

失败案例

电话销售人员：“您好！”

客户：“你好！”

电话销售人员：“我想请问一下，贵公司是做化妆品的吗？”

客户：“是啊！有什么事？”

电话销售人员：“那你们的厂房多大？有多少人？”

客户不耐烦地说：“请问你有什么事吗？”

电话销售人员：“哦，我就是想问一下，你们克明公司一个月的采购量是多少？还有……”

还没等这位电话销售人员说完话呢，客户那边已经挂断电话。

在整个通话的过程中，电话销售人员自始至终都应该以礼待人，尊重客户。在通话之初，“您好！”是必不可少的，问候对方之后，自报家门来让客户知道你是谁。然后，再开始介绍产品。千万不要上来以“喂”称呼客户，或者一开口就对产品进行介绍。

1. 问候语因时间、对象的差异而不同

普遍的问候语是“您好！”，但是相对单一，没有新意，并不能使电话销售人员给客户留下较为深刻的印象。其实，电话销售人员给客户打陌生拜访电话的问候语完全可以根据时间的不同和客户的差异而改变。

实战支招



电话销售人员给客户打电话，只有一个目的，那就是销售自己的产品。所以在打电话的时候，电话销售人员切记要有礼貌（见图 5-5）。

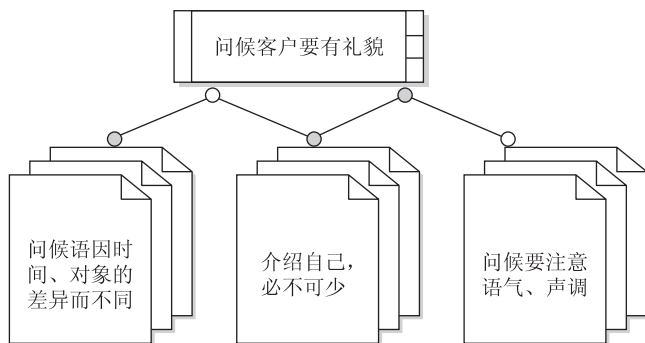


图 5-5 问候客户要有礼貌

例如，早上 10 点之前，可以以“早上好！”开始陌生拜访电话；10 点～12 点之间可以向客户表示“上午好！”；12 点～14 点这段时间以“中午好！”开场比较合适；14 点～18 点之间向客户问声“下午好！”；而 18 点～21 点已经是晚上了，说声“晚上好！”相对合适；21 点以后，显然已经是私人时间，所以如果电话销售人员没有什么急事，就不要再给客户打陌生拜访电话了，以免打扰客户的正常休息。

此外，打陌生拜访电话之前，电话销售人员有必要弄清楚客户的性别、职位，以便称呼客户。

电话销售人员一定要注意，在给客户打陌生拜访电话时，如果是前台



秘书接的电话，那么你一定要礼貌地称呼对方“小姐”；如果是客户直接接的电话，最好应该称呼其姓加上客户的职位，以表达对客户的了解和尊重，如“王总”、“张老师”、“李代表”等。

2. 介绍自己，必不可少

给客人拨打陌生拜访电话，问候之后应马上介绍自己，主要包括自己的姓名以及所在公司的名称。得到客户的反应之后，再进行下一环节。

销售过程是一个环环相扣的过程，尤其是对于电话销售，因为不能直观，所以每个环节都是必不可少的。如果电话销售人员在问候之后，缺少了自我介绍的环节，势必会给客户造成困扰，甚至反感。

3. 问候要注意语气、声调

电话销售主要依靠的就是电话销售人员的声音魅力，来达到销售的目的。所以，给客户拨打陌生拜访电话问候时的语气要平稳、不卑不亢，声调要适量。语速过快或者过慢、声音过大或者有气无力的问候，都会引起客户的不满，影响整个陌生拜访电话的效果。

忌没有与客户建立良好的关系

做销售就是和人打交道，尤其是电话销售，电话那边是不同类型的人！如果电话销售人员能与不同类型的客户建立良好的关系，把客户变成自己的朋友，那么对今后的销售工作十分有利，会给电话销售人员带来意想不到的效果。

那么对于电话销售人员来说，在电话销售的过程中，与客户建立良好的关系要注意3点（见图5-6）。

1. 不要与客户抬杠，应尊重客户

在现代生活中，每个人都需要得到他人的尊重及认同，客户也不例外。

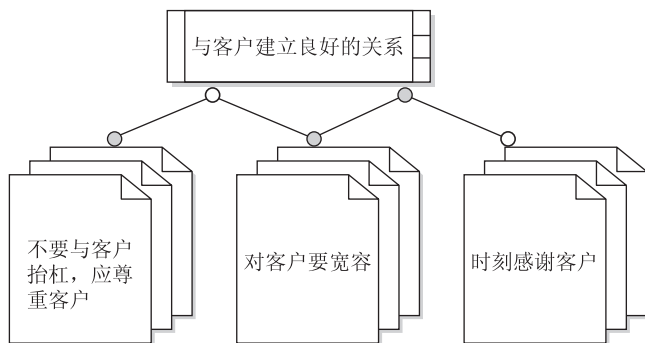


图 5-6 与客户建立良好的关系

针对与客户之间的合作，电话销售人员一定要对客户表示感谢，更要尊重客户，因为客户能帮助你完成业绩。如果电话销售人员对客户冷嘲热讽、抬杠，不利于与客户搞好关系，更会影响今后的销售工作。

2. 对客户要宽容

客户是电话销售人员的上帝，所以对于客户的任何过失，我们都应表示出宽容，不应该是责备。与此同时，电话销售人员应立即与客户进行探讨，找出可以解决问题的最佳方案。

3. 时刻感谢客户

对于电话销售人员来说，客户是我们的衣食父母，所以我们应该时刻感激我们的客户。客户的意见对电话销售人员来说非常重要，是电话销售人员不断提高业务水平的重要途径。

忌不会阐释产品的价值

对于电话销售人员来说，职责就是在电话里向客户介绍自己的产品。

如果一位电话销售人员不会在最短的时间内，向客户阐释产品的价值，那么客户会怀疑你的职业技能，更会对你所在的公司给予否定。

在介绍产品的时候，通过两种方式阐述产品的价值（见图 5-7）。

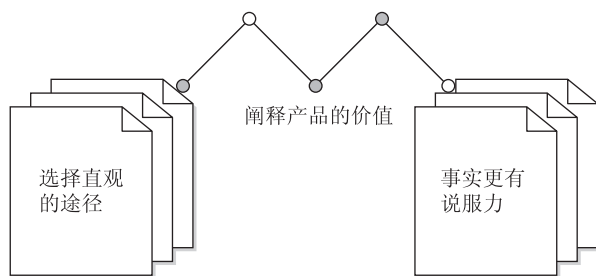


图 5-7 阐释产品的价值

1. 选择直观的途径

电话销售本身并不直观，只能靠电话销售人员的声音去打动客户。所以，在此基础上，电话销售人员应该选择一些相对直观的途径来加强自己的介绍效果，如数字。

数字比较直观，这是众所周知的。在销售的言辞中，适量地加入一些有说服力的数字，可以让客户对产品有一些更为清晰的认识，如可以涉及产品年销售额、受众群有多少等信息。

2. 事实更有说服力

姜太公曾说：“宁向直中取，不向曲中求。”而在销售工作中，往往“曲中求”要比“直中取”更有效力，不失为一条良策。

在电话销售的过程中，为了说服客户购买自己的产品，很多电话销售人员都会给客户讲冷冰冰的道理，可是效果却是事倍功半的。其实，他们忽视了事实的力量。

如果在介绍产品的时候，电话销售人员在讲道理的同时，辅以一些事实，效果也许会更好。例如，销售洗涤用品的小张，经常在销售的过程中，拿自己的妈妈举例。说自己的妈妈自从使用自己销售的产品做清洁之后，手上的皮肤都变细腻了。

也许讲道理是“直中取”，那么辅以事实就是“曲中求”，往往摆事实比讲道理更有说服力。

忌忽视沟通质量

陌生拜访电话的质量直接影响电话销售人员的工作业绩，打电话之前没有做好准备，打电话的过程中没有围绕“产品”这个主题进行沟通，都是电话销售人员给客户拨打陌生拜访电话的大忌，电话销售人员一定要规避这些。保证沟通质量如图 5-8 所示。

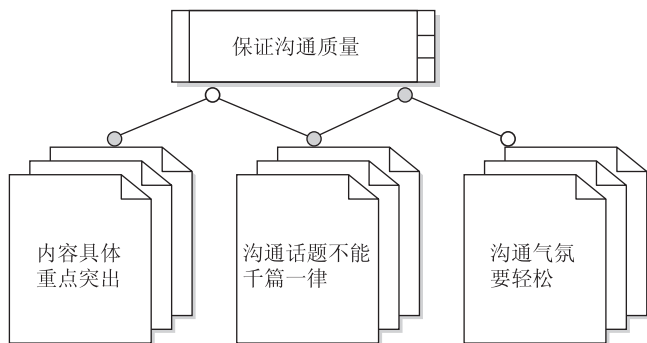


图 5-8 保证沟通质量

失败案例

电话销售人员：“先生，您好！这里是信泰公司，我们在搞一个市场调查活动，方便占用您几分钟的时间，询问您两个问题吗？”

客户：“可以，你问吧！”

电话销售人员：“请问您对自己现在使用的手机还满意吗？”

客户：“还可以！”

电话销售人员：“‘还可以’是什么意思？”

客户：“我的手机功能非常多，但是相对的性能差一些。”

电话销售人员：“那么您使用手机听音乐吗？”

客户：“偶尔听……”

电话销售人员：“先生您真有趣，我们公司最近推出一款手机，听



音乐的功能非常棒，而且性能也很好……”

客户：“你不是搞市场调查的吗？怎么又开始推销手机了啊？”

电话销售人员：“是……可是……”

没等电话销售人员说完，手中的话筒那头已经传来了忙音。

1. 内容具体，重点突出

在给客户拨打陌生拜访电话的时候，电话销售人员与客户的沟通内容一定要真实、具体，这是销售的先决条件。

这就要求电话销售人员在推销产品的时候，不单是以产品的外在质量、功能为主导，更多的是要了解自己所推销的产品具有哪些更深层次的优势，以便更全面、更详尽地向客户介绍产品。



销售的时间非常宝贵，电话销售人员一定要让客户明白你此次打陌生拜访电话的重点是什么、目的是什么。

电话销售人员给客户打陌生拜访电话，重点就是为客户服务，所以一定要让客户知道你是来满足客户需求的，这样客户才能跟着你的思路走。

假如你与客户谈话的内容重点不突出，那么客户很难了解你的目的，反而会以为你对他不够重视。

2. 沟通话题不能千篇一律

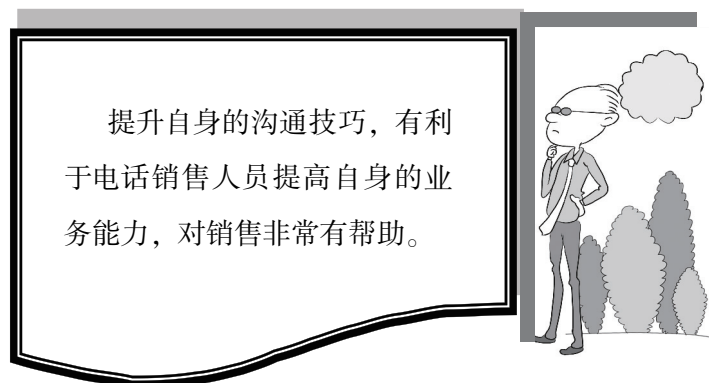
客户拥有不同的身份以及不同的性格，在给这些有差异的客户拨打陌生拜访电话的时候，电话销售人员所选择的话题一定不能千篇一律，要因人而异。

每位电话销售人员的客户可以说涵盖了社会的各个阶层。所以，在给客户打陌生拜访电话的时候，电话销售人员一定要掌握客户的性格特点，



并且了解他们的兴趣喜好。这样，以他们感兴趣的话题为契机开始沟通，更容易实现沟通的目的。对不同的客户采取不同的沟通话题，是实现沟通目的的关键。

总之，沟通的质量影响着这次陌生拜访电话的质量，而高质量的沟通是实现沟通目的的首要条件。如果可以熟练地运用沟通技巧，提高沟通质量，一定会取得事半功倍的效果。



3. 沟通气氛要轻松

毋庸置疑，气氛轻松的谈话可以吸引客户，没有哪一位客户愿意在沉重的气氛中，接听推销电话。只要是沟通的气氛相对轻松，即使电话销售



人员与客户之间偶有意见不同，一句诙谐的过渡要远胜于十句苍白无力的辩解。

要想使沟通的气氛相对轻松，就需要电话销售人员具有一定的幽默感，来化解尴尬。而这份幽默，要求必须非常自然，多一分便显得过于做作，显得世故；少一分则分量不够，反倒更加尴尬。

忌不会使用耳朵

失败案例

电话销售人员：“您好！”

客户：“你好！”

电话销售人员：“请问您那里是满意装修公司的采购部吗？”

客户：“是的，你是哪里？你有……”

电话销售人员：“我是洁皓洁具公司的，我们公司生产的洁具造型优美、质量上乘。贵公司是做装修的，肯定能用得上我们公司的洁具，如果我们能长期合作，对我们双方来说，将会达到一种‘双赢’局面！”

客户：“你们公司什么时候成立的啊？产品种类都有……”

电话销售人员：“我们公司产品的种类涵盖了整个家居生活，我们与高质装修公司和兄弟装修公司都有合作，而且每个月交易额都在五位数以上。”

客户：“……”

电话销售人员：“如果我们能合作的话，我保证给您的价格和给他们的两家公司的价格是一样的。关于质量，您大可不必担心，我们使用的制材都符合国家的标准，而且现在提倡环保，所以……”

客户根本插不上嘴，只能被动地听电话销售人员一个人“演讲”。在

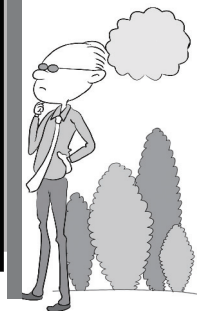
电话销售人员正演讲得起劲时，发现对方早已挂断了电话。

“使用耳朵”的意思是要求电话销售人员学会倾听。倾听是一种十分重要的技能，它贯穿了整个销售过程。

一名优秀的销售人员，想要达到推销的目的，就要学会倾听。在探寻客户需求的时候，更要学会倾听；向客户介绍产品的时候，不会倾听，就得不到来自客户心底的反馈……尤其是对于电话销售人员来说，电话是我们的武器，如果在销售的时候不会使用“耳朵”，试问怎样达到销售的目的呢？

其实，给客户拨打陌生拜访电话，是一个与客户双向沟通的过程。电话销售人员一定要牢记一点，在给客户拨打陌生拜访电话的时候，如果电话销售人员的谈话时间不少于客户的谈话时间，那么这位销售人员是比较失败的。

在给客户拨打陌生拜访电话的时候，学会倾听更是重中之重。要知道，每一个陌生拜访电话对电话销售人员来说都是一个全新服务的开始。



1. 倾听，态度要诚恳

在拨打陌生拜访电话时，电话销售人员一定要诚恳地倾听客户的反馈，因为你的情绪完全可能通过电话传递给客户。倾听态度的重要性如图5-9所示。

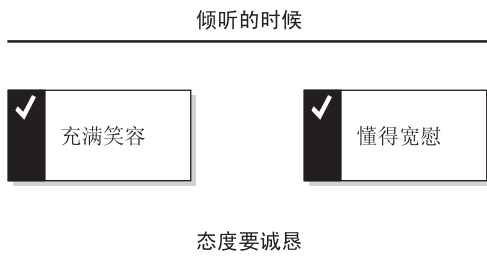


图 5-9 倾听态度的重要性

(1) 充满笑容

销售的时候，推销人员可以用笑容来打动客户，但是电话陌生拜访的时候，怎样用笑容来感染客户呢？其实，做法很简单，那就是在整个过程中保持微笑。

在给客户的陌生拜访电话打通之后，电话销售人员一定要保持笑容，无论里面的声音是男的还是女的、阳光的亦或是深沉的……你一定要微笑着向客户打招呼，而且在整个陌生拜访电话的过程中都要如此。

当听不清楚客户在说什么的时候，一定不要在心底思考：“他在说什么呢？”那样的话，你的语气中一定会透露出“埋怨”和“责怪”，会影响整个陌生拜访电话的质量。

(2) 懂得宽慰

客户层次不同，接电话的态度也不尽相同。在给客户拨打陌生拜访电话的时候，电话里也许会传来愤怒的语气，所以在面对这种客户时，电话销售人员一定要对客户宽慰。

此时，电话销售人员更应宽容地去倾听客户，其实当你第一次给客户拨打陌生拜访电话的时候，客户并不知道你是谁，显然客户的怒火并不是针对你的。

如果你能成功地了解客户的问题，并且能够积极地给予解决，客户会对你产生深刻的正面印象。这种印象对你销售产品，百利而无一害。

一次成功的陌生拜访电话，完全可以让客户对电话销售人员及其销售的产品有一定的了解。而一次不成功的陌生拜访电话沟通，会使电话销售人员失掉耐性和信心，更会导致客户的反感。



2. 规避不良倾听

既然倾听贯穿在整个电话销售的过程中，那么电话销售人员一定要了解有哪些因素可能会影响倾听的效果。

下列两个因素会妨碍你有效倾听（见图 5-10）。

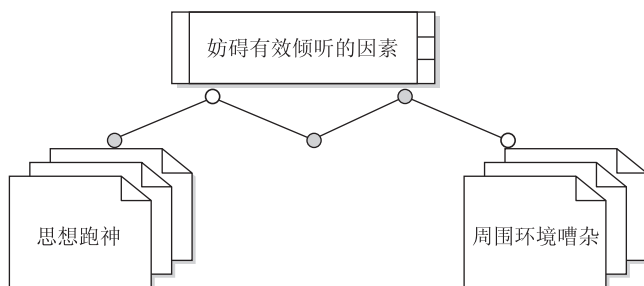


图 5-10 妨碍有效倾听的因素

（1）思想跑神

在给客户拨打陌生拜访电话的时候，往往自己没有留神儿，电话销售人员的注意力已经悄悄地被自己生活的琐事所吸引，尤其是在倾听的时候。例如，工作一周，非常劳累，周末去哪里放松一下？家里的下水道堵了，一会儿要找人修理……

其实，给客户拨打的陌生拜访电话直接影响着自己的业绩，所以电话销售人员在打电话的时候一定要注意倾听客户，下班之后再去思考那些与



工作无关的事情。

(2) 周围环境嘈杂

给客户拨打陌生拜访电话，一定要保证周围环境没有其他声音干扰。例如，在电话销售人员的工作环境里，充斥着同事们谈话的声音、走动的声音，或者是窗外自然界的声音等。

电话销售人员一定要规避这些来自客观环境的声音干扰，才能达到给客户顺利拨打陌生拜访电话的目的。

忌举止不当

提起电话销售，很多人都认为电话传达的只有声音，在销售的过程中，只要别出现过激的言论就行，因为客户并不可能从电话中看见电话销售人员在做什么。可是，事实却不是这个样子的。

谁都会有这种经历——自己在接电话的时候，完全能从电话传达过来的声音里，判断出电话那头是一个什么样的人。当然，外貌上的特点也许我们捕捉不到，但是至少打电话的态度，显然是可以通过电话传达给我们的。

所以，电话销售人员在进行电话销售的时候，举止要适当。

打电话应举止文明，千万不要以为客户看不见你。其实，很多细节都可以将你不文明的举止暴露无遗。

那么，在电话销售的过程中，电话销售人员应该注意哪些问题呢（见图5-11）？

1. 正确的姿势

在电话销售的时候，要使用正确的握电话姿势和坐姿。不要将话筒夹在脖子下面，更不可趴在桌子上、坐在桌角上或者干脆将双脚架在桌子上，这些不正确的姿势都会影响你的发音。

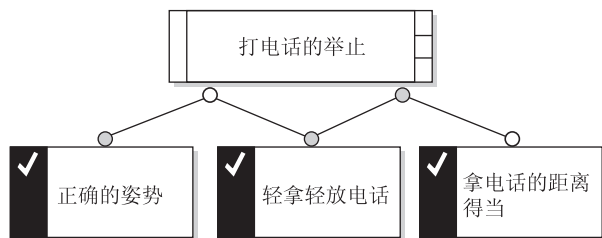


图 5-11 电话销售人员打电话的举止

2. 拿电话的距离得当

在通话的时候，尽量使嘴与话筒保持 3cm 左右的距离，这样你的声音才能清晰，才不会产生含糊的感觉。切忌千万不要“吻”话筒，这样只会让客户觉得你的表述一塌糊涂。

3. 轻拿轻放电话

现代生活节奏快，给大多数的人造成了这样的困扰，那就是非常敏感。

在电话销售中，很多电话销售人员都不注意这一点，销售的每一个环节都是按照自己设计的步骤进行。挂了电话之后，自己感觉非常好，认为这单一定能成，高兴得忘乎所以，狠狠地将电话挂断。可是结果却大跌眼镜，当自己再次拨打那位客户的电话，希望其确定购买的时候，得到的却是那位客户已经购买了竞争对手产品的结果。

在挂电话的时候，应该将电话轻轻放下，切忌用力过大，使敏感的客户起疑。

第6章 突破前台/秘书关的9个禁忌

在电话销售中，很多电话销售人员打向客户的电话，都会被前台或者是秘书拦下。这个时候，即使电话销售人员的心中有再多的技巧都不能施展。所以，必须突破前台，才能实施销售（见图6-1）。

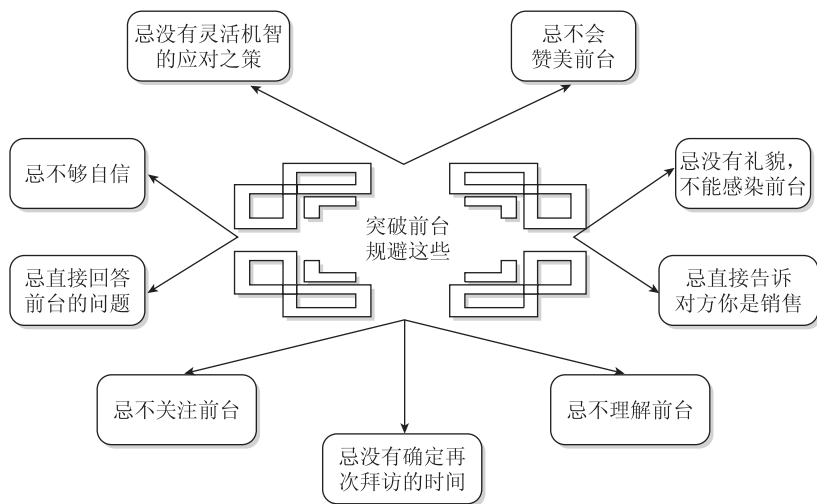


图6-1 突破前台需克服的9个禁忌



不要犯错误，拨打电话将如履平地……

薛晶拨通了达维公司陈总经理的电话，信心满满地想向其推荐自己代理的保健品，却遭到了陈总经理秘书的阻拦。



秘书：“你好！达维公司！”

薛晶：“您好，请问陈总经理在吗？”

秘书：“你好！我是她的秘书。”

薛晶：“请您帮我把电话转到陈总经理，谢谢！”

秘书：“请问你找陈总经理有什么事情吗？”

薛晶：“是这样的，我前几天刚跟陈总经理联系过，是他让我今天给他打电话的，说想跟我谈一下我们之间合作的具体事宜。”

秘书：“好的，请稍等！”

薛晶：“谢谢。”

.....

忌直接告诉对方你是销售

失败案例

一位电话销售人员拨通了智达塑钢门厂的电话，前台接起了电话。

前台：“您好，智达塑钢！”

电话销售人员：“您好，麻烦转一下采购部！”

前台：“请问您是哪位？有什么事儿吗？”

电话销售人员：“我是力安玻璃厂的客户代表，想找贵公司的采购部经理洽谈合作事宜，麻烦您转一下电话。”

前台：“客户代表？合作？做销售的吧？”

电话销售人员：“是的！有劳了！”

前台：“不好意思！我们采购部经理出差了，没在公司！”

电话销售人员：“那他什么时候能回来呢？”

前台：“这个我不太清楚！”

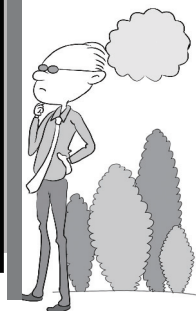
电话销售人员：“那能不能请您把他的手机号码告诉我呢？”

前台：“不好意思，我没有！再见！”

电话销售人员：“……喂……”

在拨打推销电话的时候，遇到前台或秘书的过滤是每名电话销售人员都会遇到的情况。虽然她们不是我们的客户，对我们来说并不重要，但是毋庸置疑，她们却成了我们与客户直接交流的障碍，所以电话销售人员一定要选择灵活的应对策略。

突破前台首要的一点就是：
切忌告诉她们，你是来推销的。
告诉前台你是来推销的，你会
直接遭到她们的阻拦。



忌不理解前台

失败案例

凌源拨通了韩企 CA 中国总公司仇董的电话，自己向这位仇董推销儿童益智课程有一段时间了，仇董一直不点头，可是记得第一次打陌生拜访电话的时候，仇董还说很需要这份课程。接电话的是仇董的前台秘书。

秘书：“你好！CA 中国总公司。”

凌源：“你好，麻烦转一下仇董事长。”

秘书：“请问您是哪位？”

凌源：“让你转你就转！”

秘书：“不好意思！请问先生您有什么事情？”

凌源：“我说你就是一个做前台的，职责不就是转电话嘛……”



电话销售的80个禁忌

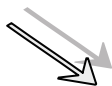
秘书：“这位先生，请您听好！做前台的职责就是问明来电者信息，这是第一；第二，如果您这么看不起前台，请别让我们给您转电话！”

凌源：“……”

电话销售人员常常被客户的前台阻拦，这种现象是很正常的，电话销售人员切忌不理解前台。因为这是前台的职责之一，试想一下，如果前台没有进行阻拦，一旦老板接听了销售人员的电话，那么前台很有可能被辞退。

所以，在与前台交流的时候，不要出现傲慢的口吻。试着表现出理解，可以成功地突破前台。

例如，在遭到前台的拒绝时，可以说：



“说实话，我知道您很为难，每天都会接到各种各样的电话，我很理解您！但是，我给赵总打电话对贵公司是有好处的，所以必须马上和赵总沟通，麻烦您帮我转一下赵总的电话，好吗？谢谢您了！”

忌不关注前台



成功范例

电话销售人员：“喂，您好！请您帮我找一下李冰，谢谢！”

前台：“你好，我就是。你是哪位？”

电话销售人员：“您就是李冰啊！我是刘牧歌啊！”

前台：“刘牧歌？我好像不认识你啊！”



电话销售人员：“你不认识我！我可听我的大学哥们总提起你啊！”

前台：“你大学哥们？”

电话销售人员：“对啊！聂良润啊！他总向我提起你啊！”

前台：“是吗？哈哈……”

电话销售人员：“我想请你帮忙！”

前台：“什么事啊？”

电话销售人员：“能不能帮我把电话转到行政部去啊？”

前台：“好的！你等等！”

电话销售人员在拨打电话时，仅仅把前台当做一个助理人员，不关注前台的姓名等相关信息，直奔主题或者迂回前进的话，很容易被熟练专业的前台辨认出陌生电话的意图，遭到排斥和拒绝。

在拨打电话之前，如果电话销售人员能够从各种途径获得对方公司秘书或前台的姓名，在打电话时，直接称呼对方的姓名，然后要求转接电话，成功的几率就会很高。



直接称呼对方的姓名，有一种亲切感，而在称呼对方姓名的时候，将“您”改为“你”时，对话就在同一平台上，拉近了双方的距离。它可以使电话销售人员在极短的时间内，让对方对电话销售人员产生信任关系，从而进一步得到对方的帮助。进而电话销售人员可以说出自己的姓名，然后可以立即要求对方帮忙，掌握了对话的主动权，最终得到负责人的电话。



忌不会赞美前台

成功范例

电话销售人员：“您好，请问是戴尼公司吗？”

前台：“是的，请问你是哪位？”

电话销售人员：“我叫冀爽，我应该怎么称呼您呢？”

前台：“叫我范琳就行！”

电话销售人员：“范琳！很好听啊！听您的口音……您应该是东北人吧？”

前台：“是的！我老家是黑龙江的。”

电话销售人员：“东北人很豪爽呢！直来直去的！我就喜欢和东北人打交道。”

前台：“呵呵……哪里哪里……”

电话销售人员：“不瞒您说，我就认识几个东北人，人长得漂亮不说，还非常会照顾人呢！”

前台：“真的啊？有机会给我介绍介绍吧！”

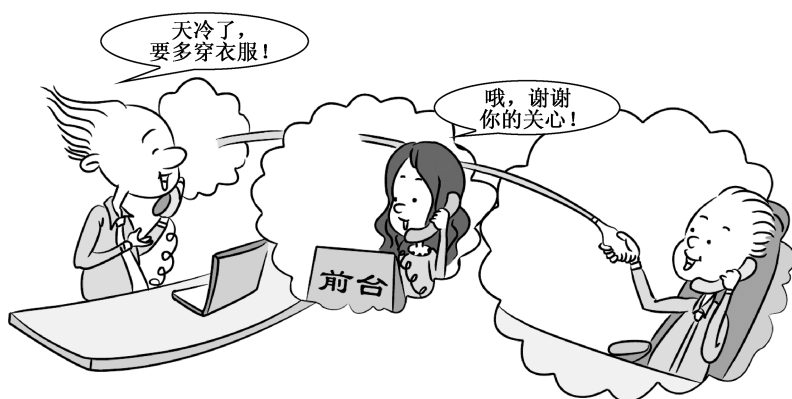
电话销售人员：“好啊！没问题！不过，范琳，今天您先帮我个忙，怎么样？”

前台：“啥事？说吧！”

电话销售人员：“我就是想问问您啊！你们公司哪个部门负责装修这一块的工作啊？是采购部还是行政部？”

前台：“当然是行政部总经理了，你等等，我帮你把电话转过去吧！”

电话销售人员：“好的！真是太谢谢你了！”



其实, 前台和秘书在公司里属于基层行政人员, 他们的工作内容比较繁杂, 尽管前台和秘书工作很忙, 但是通常不太受他人关注, 因此当前台听到对自己的关心和赞美之词时, 内心会充满感动之情。

实战支招



当电话销售人员和前台或秘书沟通的时候, 做到并不急于和客户通电话, 多花点时间与她们进行沟通, 在了解她们的优点之后, 发自内心地去赞美她们。这个时候再请她们帮忙, 往往都能如愿以偿。

忌没有礼貌, 不能感染前台

失败案例

电话销售人员: “你是雷众网络公司吗?”

前台: “是的, 请问您有什么事?”



电话销售人员：“给我找一下刘羽。”

前台：“请问您找刘总有什么事？”

电话销售人员：“让你转你就转呗，怎么那么多话啊？”

前台：“请问您是哪家公司的？”

电话销售人员：“我是艾氏办公设备公司的，找你们刘总有事情。”

前台：“不好意思！刘总出差了，有什么事您可以先跟我说吗？等刘总回来的时候，我可以帮您转告给他。”

电话销售人员：“我想亲自跟他说！”

前台：“那你过两天再打吧。”

与前台沟通往往是电话销售人员必须面对的第一步，在这个过程中，一定要有礼貌。在开始的几秒钟，电话销售人员的语气、态度往往决定了留给前台的印象，所以如果电话销售人员开始的态度很恶劣，语气生硬没有礼貌，极易导致失败的结果。电话销售人员要感染前台，让她愿为你做事，如图 6-2 所示。

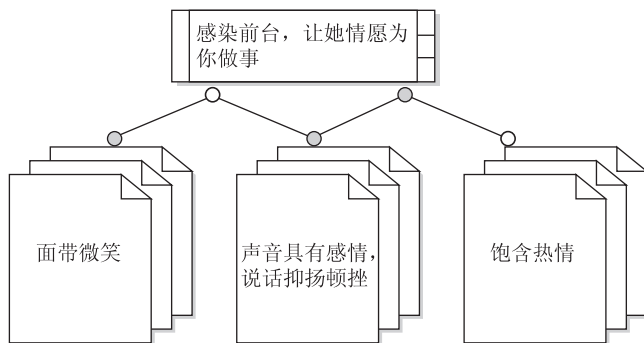
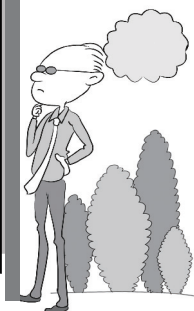


图 6-2 感染前台

1. 面带微笑

不要以为前台看不到你的微笑，其实在电话交流过程中，前台是可以听到声音来听出电话销售人员是否面带微笑与其交流的。

微笑是一种放松、友好和礼貌的表情。当电话销售人员微笑的时候，是可以通过电话传递给前台的，能够让前台感觉到电话销售人员的真诚。



2. 声音具有感情，说话抑扬顿挫

在与前台进行电话交流的时候，电话销售人员应该使自己的声音具有感情，并且说话的时候要抑扬顿挫。

如果面对的是语速较快的前台，电话销售人员一定要突出自己每句话的力量；如果面对的是声音温柔的前台，电话销售人员就一定要抓住其敏感点，清晰、有力地说出此次电话的目的，这样才能够成功突破。



3. 饱含热情

电话销售人员在与前台沟通的时候，一定要热情，这样才会感染对方。前台才会对你有好感，甚至热情地帮助你。例如，“您好！我是××公司的××，有一个非常好的信息要传递给你的老板，能帮我转接一下吗？真的很谢谢你！”



忌不够自信

成功范例

电话销售人员：“您好，请转蔡董事长！”

前台：“现在董事长那头电话是忙音，待会儿你再打过来吧！”

电话销售人员：“这位小姐，好像您并没有帮我转，怎么就知道是忙音呢？”

前台：“你这个人很啰唆啊！跟你说‘待会儿你再打过来’听不懂吗？”

电话销售人员：“小姐，请问您贵姓啊？”

前台：“与你无关！”

电话销售人员：“您接听任何电话，使用的都是这种态度吗？”

前台：“……什么……”

电话销售人员：“您难道不知道吗？您采用这种态度接听电话，会使贵公司损失很多客户的。”

前台：“这……这与你无关！”

电话销售人员：“是与我无关！既然您不愿意帮我转电话，我不勉强。但是等会儿你们蔡董事长把电话给我打过来的时候，我一定会把我们之间这段小插曲讲给他听的，让他对您的工作情况有一个真实的了解。”

前台：“……嗯……这位先生，不好意思！你稍等一下，我现在就给你把电话转给蔡董事长！”

很多电话销售人员的心理素质不是很好，直接导致的结果就是，在遭到前台习惯性地询问后，产生抵触情绪。被前台几句生硬的盘问问得不知道该怎么回答，这是每个电话销售人员都会面临的尴尬，他们往往不知道怎样应对。这是电话销售人员切忌的，无论面对的是谁，电话销售人员一定

要充满自信，这样才能感染前台。

在推销的过程中，电话销售人员还会遇到不礼貌的前台或者是秘书人员。前台不礼貌，有两方面的原因：

第一个原因很可能是一些不愉快的事导致前台或者秘书人员的心情非常糟糕，而恰巧电话销售人员这个时候把电话打了过来，于是她们发泄出自己不愉快的情绪。

第二个原因很可能是这位前台或者秘书人员本身的素质就比较差，对谁都是一副爱答不理的样子。

实战支招



遭遇前台或者秘书的不礼貌，电话销售人员完全没有必要产生消极心理，应该克服自己的内心屏障，让自己充满自信，并及时抬高自己的姿态，不卑不亢。

电话销售人员一定要知道自己为什么在面对前台的时候会失去信心，并及时树立信心，建立正面的积极的心态，克服拨打陌生拜访电话的恐惧，不去想没有发生的事情。

忌没有确定再次拜访的时间

❶ 失败案例

电话销售人员：“您好，请问是中泰网络公司吗？”

前台：“你好，有什么可以帮助你？”

电话销售人员：“我是佳驰公司的，我想找一下你们人事部经理。”



前台：“你有什么事吗？”

电话销售人员：“哦，我们公司是做培训的。”

前台：“你是想推销培训课程，是吗？”

电话销售人员：“是的，所以我想和人事部经理洽谈一下培训的具体合作事宜。”

前台：“贵公司有宣传资料吗？”

电话销售人员：“有！”

前台：“这样吧！你先发一封电子邮件给我看一下，如果我们公司有需要的话再跟你联系吧？”

电话销售人员：“当然可以！但是在发电子邮件之前我想与人事部经理谈谈，因为我坚信我们公司的课程对贵公司一定能大有帮助。”

前台：“先谢谢你！我非常理解你的心情！但是你可以先发电子邮件，如果有需要，人事部的人会主动联系你的。”

电话销售人员：“嗯，我想，我应该……”

前台：“对不起，先生，我需要接听一个重要电话！”

电话销售人员：“哦……”电话被挂断。

这位销售人员之后并没有接到这家公司的电话。

在电话销售中，电话销售人员一定要掌握主动，如果此次拨打客户电话被前台拦截，并不等于此次拜访失败。但是如果此次被前台拦截之后，没有约定下次拜访时间，就表示与这位客户失之交臂。所以，在这个时候，电话销售人员一定要与前台约好下次拜访的时间，如图 6-3 所示。

忌直接回答前台的问题



成功范例

前台：“您好，这是新世纪婚庆公司，请问您找哪位？”

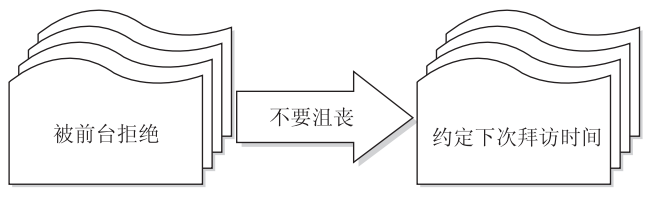


图 6-3 电话流程

电话销售人员：“你好，你们在发泰大厦办公，对吗？”

前台：“是的！请问您是哪位？”

电话销售人员：“我是网络公司的，由于我们的疏忽，给贵公司造成了网络使用障碍。”

前台：“哦，是吗？那怎么办？”

电话销售人员：“请你把电话转到行政部门，好吗？我们会尽快帮助你们解决问题。”

前台：“好的！”

电话销售人员在拨打电话的时候，一旦被前台察觉出此电话与公司业务无关，特别是推销电话，她们就会立即过滤掉。因此很多电话销售人员都觉得难以应付，挫败感随之产生，失去了打电话的信心，从而错过了与有效负责人谈判的机会，这就需要我们说话的时候不能太直接。

打进电话，前台问你是谁的时候，电话销售人员尽量不要向前台说明自己的来意和身份，把你真正的目的隐藏起来，告诉对方别的理由，以客户或咨询者身份来应对，如想购买某种商品、咨询信息或者应聘某种职位等，然后在和负责人谈话过程中透露你的真正意图。

目的明确是心理素质良好的必备的条件，但在表达上要相应地婉转些，做到审时度势。

婉转的表达方式，如：假装是客户的老同学或者是朋友；假扮客户，



咨询公司的产品，等等。

忌没有灵活机智的应对之策

对于电话销售人员来说，给客户打电话是为了洽谈业务，所以当遭遇前台或秘书阻拦的时候，要讲求方式方法，一定不能硬碰硬，这样方能“四两拨千斤”。

电话销售人员在突破前台的时候，还要注意以下几点。

在查找客户资料的时候，不要只知道目标公司的资料信息，最好了解到客户的名字等信息。在给客户打电话的时候，直接称呼客户的名字，这样与客户直接对话的机会更大。

实战支招



手头备有目标公司不同部门的电话，这样做的目的是：不同部门的负责人接电话，会有不同的反应，得到的结果也会不尽相同，如果备有不同部门的电话，那么可以保证成功的几率更大。

在拨打电话的时候，可以转到该公司的分机进行销售，也许会转到人事部，这样就轻而易举地躲过前台了。

此外，还应注意下面3种情况。

1. 当前台问“你是哪里”

当前台问“你是哪里”时，电话销售人员可以根据实际情况，灵活应答。表6-1列出了几种解决方案及注意事项。

表 6-1 应对前台询问的答辞之一

回 答	注意事项
我找朱总 请转朱总	语言要精练
刚才这个号码给我打过电话，你那里是什么公司	要假装很迷茫、很困惑的样子，语气中有时可以透露出不耐烦
快给我转你们李总的电话！告诉他我是亨氏老张，他知道的	声音要有威慑力，语气中透着权威和自信
姐姐你好，我陈叔叔在吗？我是他侄女啊	比较适用于女性电话销售人员，声音中透着天真
你好，这里是×××部，受上级委托，找一下你们公司总经理	声音要有威慑力，语气中透着权威和自信
我是×××	简洁地直报姓名，显示出和要找的人很熟悉的感觉
你们邢总刚给我打电话了，我开会，没接到。你给我转一下	语言连贯。声音没有情绪变化，显示出和客户很熟、要聊家常的感觉

2. 当前台询问动机的时候

通常前台都会问几个问题，识别来电者的身份。当前台问完“你是哪里”时，会接着问“你有什么事情”，来进一步识别来电者的身份。

“你有什么事情”是电话销售人员最头疼的问题，针对此问题，表 6-2 列出了几种解决方案及注意事项。

电话销售人员可以根据实际情况，灵活应答。

表 6-2 应对前台询问的答辞之二

回 答	注意事项
这里是×××，下周要举办一个非常重要的×××会议，通知你们公司负责人参加。你把电话转给他，我们要给他布置任务	语气中透着公事公办的感觉
我是××银行的钱主任，刚才核账的时候，发现贵公司的存款出了问题，要与金总商量，给我把电话转过去	语气中透着一些生气和不耐烦，甚至有些焦虑感，让对方感觉到问题有些严重
我是××××公司的老张，现在有一个订单出了点问题，找你们公司刘经理谈一下，你们刘经理在吗	语气显示出自信和志在必得的感觉
××××报社，找你们公司董事长洽谈业务	语气中透着权威和自信



(续)

回 答	注意事项
我是×××服务中心的，你们公司委托我们投放广告。现在情况有点变化，请问贵公司法人是哪一位？有些细节还需再细谈	语言简练，语气中显示出权威和专业化
我找张翔！什么？我是谁？我们昨天还一起喝酒呢！	语气中显示出大大咧咧和狂放
您好！给我接一下你们程董电话！昨天给他发了一份传真，不知道他收到了没有	语气透露出紧急和担心

3. 当前台表示客户不在的时候

即使来电者已经自报了身份，并表明了来意，前台依然会对陌生来电搪塞，说“他不在”，面对这个回答，电话销售人员只有无奈地放弃了。其实，前台说“他不在”时，可能有两种情况，一是客户的确不在；二是前台无法辨别来电是否重要，需要请示领导。

所以，当前台说“他不在”时，电话销售人员要以事先准备好的应对之策，进行成功突破。表 6-3 列出了几种解决方案及注意事项。电话销售人员可以根据实际情况，灵活应答。

表 6-3 应对前台询问的答辞之三

回 答	注意事项
是吗？麻烦再帮我看。我们说好今天要谈一个很重要的项目。时间已经很紧迫了	语气中透着焦急和真诚
这位小姐，这件事真的很重要，你能做主吗？出了问题你能担起责任吗？为了贵公司的利益，马上把我的电话转给你们公司孙董事长那里去	语气中透着焦急
不在？要是我有私事，他在不在啊	语气中显示出生气
他不在？他嘱咐我今天这个时候给他去电话的，怎么不在呢？这事特别重要，他那手机是 138 还是 139 的？你说，我记一下	语气中显示出惊讶和无奈
你们黄总出发到我公司来了吧？ 怎么还没到啊？你把他手机号告诉我！我打电话问问！	语气中显示出着急和担忧

第 7 章 成功探询客户需求 的 5 个禁忌

探询客户的需求是电话销售活动中非常重要的一环，电话销售人员的价值就是发掘并满足客户的需求（见图 7-1）。

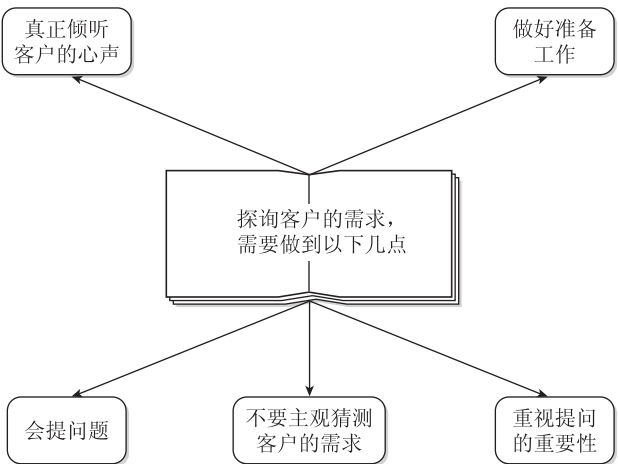


图 7-1 成功探询客户的需求



如果不犯错误，电话销售将如履平地……

电话销售人员：“您好！这里是易达通信公司，我们公司正在促销手机，请问您喜欢什么款式的手机？”

客户：“我想要购买一款直板、大屏、按键稍微大一些的、操作相对



简单且价格比较便宜的手机。”

电话销售人员：“除了以上的要求，您还有其他的要求吗？”

客户：“没有。”

电话销售人员：“能冒昧地问您一句，为什么您需要这样的手机呢？”

客户：“手机是买给我母亲的，她眼睛看东西有些费劲，所以要买大屏的、功能简单、方便使用的手机！”

电话销售人员：“好的，先生。我们公司有一款手机特别适合您母亲用，G301 的按键大且按起来特别舒服，2.8 寸的超大屏幕，比一般手机屏幕都要大，非常适合您的母亲使用。”

客户：“这些都合适，那价钱呢？”

电话销售人员：“这个您不用担心，价钱公道，现在购买还赠送原厂电池，而且保修，这下就等于说您得到了质量保障。先生，您看我介绍得这么完善了，您是不是支持一下我的工作呢？”

客户：“好的。”

电话销售人员签单成功，虽然往往了解客户的需求要用很长的时间，但是如果销售人员能够全面了解到客户的需求，那么对客户的服务将会更加完善，而且对后来的销售也非常有帮助。

忌不会真正倾听客户的心声

失败案例

电话销售人员：“先生，您好！您对手机的要求是什么？”

客户：“我喜欢翻盖的手写的手机。”

电话销售人员：“我们公司现在正在促销一款触摸屏手机，款式新颖、功能全面，现在购机赠送……”

客户：“不好意思！我现在不方便。”

客户说完，随即把电话给挂了。

电话销售人员的失败是不了解客户的需求，只是一味地去推销自己的产品，不顾及客户的需求。

日本销售大王原一平曾经说过：“对销售而言，善听比善辩更重要。”意思就是说，销售人员只有倾听才能了解客户的需求。电话销售亦然，如果电话销售人员不能真正倾听客户的诉求，那么试问怎么可能推销成功呢？

当与客户交流的时候，如果你没有站在客户的角度去认真倾听客户对你所推销的这类商品的需求，那么导致的结果就是你很难激起客户讲出他内心对于商品更多的想法。只有设身处地地为客户着想，了解他的需求，紧接着为他选择最适合他的产品，客户才能接受你的建议，购买你的产品。



实战支招

在与客户交流的过程中，如果你经常打断客户的谈话，对自己的销售工作是百害而无一利的。

你一定要秉承这样的理念：你打电话给客户最主要的目的是销售。只有在了解他们的需求基础上，才能为客户带来利益。而要实现这个目的，你必须使你的客户充分表达出他最真实的想法，只有这样你才能满足他的需求。

其实，要想掌握客户真正的想法，电话销售人员一定要端正自己的态度。只有我们的态度真诚、友善，客户才会将我们视为知己，才会把他们真实的需求告诉我们。否则，如果你的态度恶劣，那么客户就会对你敬而远之，他们甚至会用借口或者是一些根本不存在的理由来搪塞你。要知



道，如果客户不配合你的工作，可是一件处理起来非常棘手的事情。

在面对客户异议的时候，作为电话销售人员，千万不能偏激，这样会招致客户的反感，对成功推销也没有好处。所以，我们不能排斥客户所说的话，特别是当客户说到有关我们产品的时候，我们更应该虚心接受。



那么，在电话销售的过程中，我们应该怎样去倾听客户的需求呢（见图7-2）？

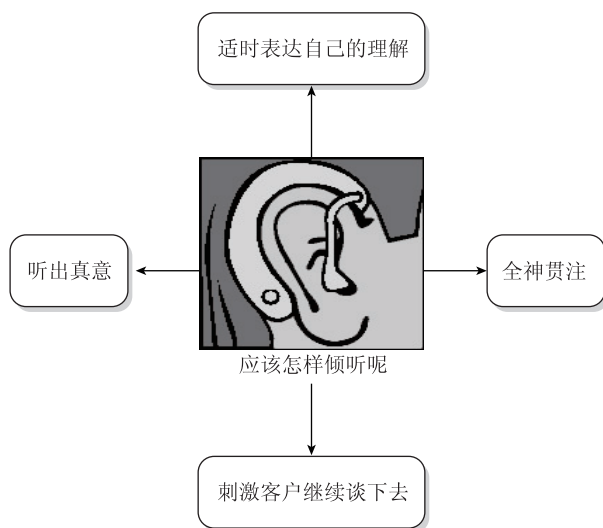


图7-2 倾听客户的需求

1. 我们应该全神贯注地去倾听

这种倾听指的不单是用耳朵来听，更重要的是要研究对方话语背后的

隐含需求，往往客户在不经意间说出的某个词汇恰恰就关系着他的需求。在电话销售的时候，要细心聆听客户所讲的每个字，要用心留意客户的措辞和语气、语调，这些都会为你带来线索，对你发现客户言语背后所隐含的需求十分有帮助。

我们一定要鼓励客户多说一些，
以便我们多了解一些。一旦电话销售
人员在倾听的时候漫不经心，客户就
会怀疑我们到底有没有在听，更有甚
者会怀疑电话销售人员推销的诚意。



2. 要在谈话的过程中适时地表达对客户的理解

你一定会有这样的经历，在推销的时候，你对着电话另一头的客户侃侃而谈，从产品的性能到优势，介绍得十分详细，可是客户却没有一丝反应。这个时候的你是不是很困惑，不知道自己的介绍到位与否，更不知道，接下来的工作应该怎样进展下去。

所以，换位思考一下。在这次的电话销售中，你来充当“倾听者”。这种倾听不是要你单纯地听，必要的时候还要有一些反馈性的表示。

3. 要刺激客户继续谈下去

刺激的方法有很多，有时候反驳更能激励客户继续谈下去。当然，这个“反驳”指的不是轻易地打断客户的谈话，更不是与客户针锋相对，而是当客户征求你意见或客户停顿的时候，对其进行恰当的反驳。

4. 要透过表象，听出客户的真实意图

听出真意指听出客户的潜台词，如当你向客户报价之后，有的客户就会说“这个价钱太贵了！”几乎每位客户都会说这句话来对抗销售人员的



报价。

例如，在客户讲话的间隙你不要只用简单的字眼来表示自己对客户的认同，可以在客户停顿的时候适当地复述客户刚刚说过的一些重要句子，或者提出几个对方关心的问题，来表示自己与客户拥有同样的想法。这样，客户就会因为你如此专心地倾听而愿意更多地讲一些自己的观点了。



乍听起来，客户好像是在说“我没有那么多钱，我买不起！”而这句话的真正含义是“我不想出这个价钱来购买，你便宜点吧！”如果电话销售人员不能听出这句话的潜台词，往往就以为客户真的买不起，而错失客户和一单生意。

所以，只有真正听懂客户的话，才能明白客户的真实意图，从而调节销售策略，将销售工作圆满完成。

忌忽视提问的重要性

● 成功范例

电话销售人员：“李经理，您好！快过端午节了，祝您端午节愉快啊！”

李经理：“谢谢！谢谢你！”

电话销售人员：“别客气！这是应该的！贵公司可是我们电信的集团客户呢！是这样的，这次我给您打电话，是想向您推荐一款我们公司刚刚研发的一款产品——业信达。”

李经理：“业信达？不好意思！我现在比较忙，暂时不需要！”

电话销售人员：“对，李经理您希望贵部门提高工作效率，加强内部管理吗？”

李经理：“嗯？”

电话销售人员：“是的。既然您忙，我长话短说。据我所知，贵公司有两三百名员工，那么贵公司的内部消息是通过怎样的方式传达给员工的呢？”

李经理：“这个，当然是打电话进行通知啊！”

电话销售人员：“您觉得打电话通知浪费时间和精力吗？”

李经理：“的确是有些浪费时间和精力！”

电话销售人员：“您觉得打电话通知是否有可能遗漏一些信息呢？”

李经理：“确实有员工反映过没有接到公司的通知。”

电话销售人员：“漏掉一两个电话，后果很严重吧？”

李经理：“这是当然了。”

电话销售人员：“既然严重，您有什么解决之道吗？”

李经理：“说实话，暂时还没有想到。”

电话销售人员：“那么希望我们电信的产品可以帮助到您。”

李经理：“你的产品是？”

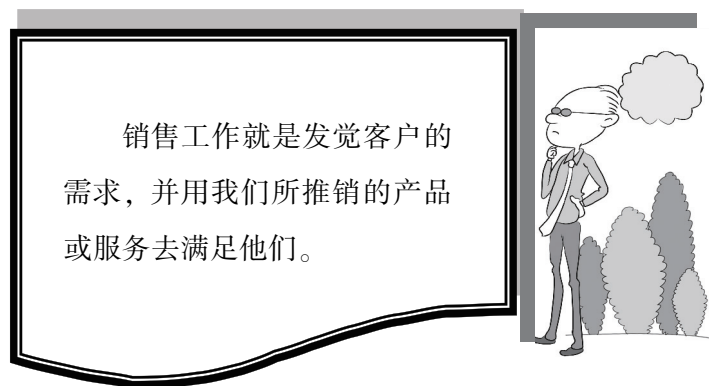
电话销售人员：“业信达可以按照您的需要，即时或者是定时发送短信，具有短信群发的功能，非常适合行政部门使用，简直是给行政部门量身定做的。今后贵公司再有重要信息想发送，采用我们业信达的业务，一律是短信传达，这样即使是关机的员工也会收到，就不会出现遗漏通知的现象。而且，只要一名行政人员将短信编辑好，既可以及时发送，也可以定时发送，关键还可以群发。您想想，这将为行政部门节省多少资源啊？”



李经理：“是啊！这样将会使行政部门的压力不会太大，对我们的帮助的确很大。”

上文中的电话销售人员很会提问，用一个问题就打开销售的局面。众所周知，电话销售是一种发现客户需求并说服其购买我们所推销产品的活动。

我们推销的产品一定是客户所需要的。毋庸置疑，不是处于需要而发生的购买行为是强买强卖，甚至是欺骗行为，因为它偏离了销售的本质。



而客户的需求，有的时候是显而易见的，如客户打电话到广告公司一定是拜托广告公司为其制作一个平面广告，而有的需求往往是隐形的。那么，电话销售人员应该通过怎样的方式来了解客户的需求呢？其实，答案很简单，那就是提问。

很多电话销售人员会忽视提问的作用，认为打电话给客户只要将产品的特性等基本状况介绍清楚就可以了，客户买不买与我们有什么关系呢？其实不然，首先提问可以获取客户的基本信息，而且巧妙地向客户提问可以完全了解客户的需求，如图 7-3 所示。

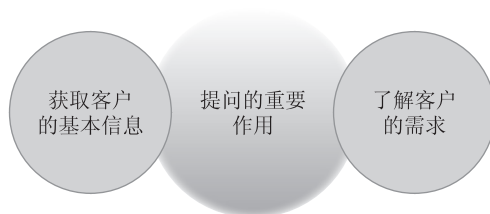


图 7-3 提问的重要作用

忌不会提问题

既然提问是了解客户需求的重要途径，那么究竟电话销售人员应该怎么提问呢？需要准备什么呢？

其实，提问是一种技巧，简单的问题可以帮助电话销售人员了解一些相对简单的信息，而我们需要通过纵深提问来挖掘客户深层次的需求，或者说作为电话销售人员的我们应该多提一些激发客户需求的问题。

1. 提问的类型

提问是一种技巧，深层次地说，提问更是一个缩小范围的过程，为什么呢？

你给客户打电话销售你的产品或服务，一开始你也许并不知道什么是客户的真正需求，所以可以先问一些相对容易的问题。但是，在与客户交谈时，一旦你发现客户的话语中有价值的线索，这时你便找到了一个方向，这个时候你就应该多使用一些限定式的语句来肯定这个方向了。接着，顺藤摸瓜，沿着这个方向去突破客户，达到销售的目的。

问题的大致类型主要有 5 种（见图 7-4）。

1) 开放性的问题，可以最大限度地获得客户的信息，但同时也容易跑题。如果电话销售人员提出开放性的问题，可以使客户不会感到约束，从而自由表述自己的观点，销售人员就可以获得大量信息。

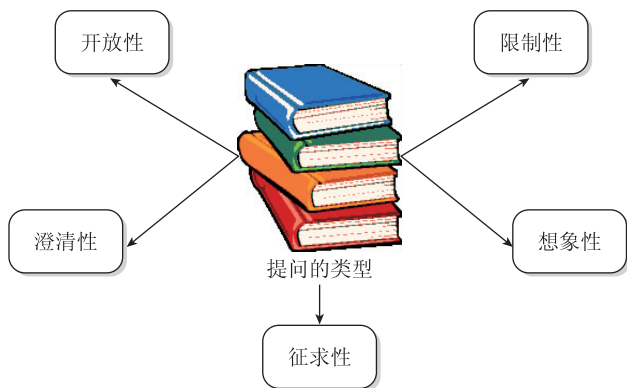


图 7-4 提问的类型

其内容可以概括为“5W1H”，即 What——什么事、When——什么时候、Where——什么地方、Who——谁、Why——为什么以及 How——怎么办。开放性问题一般分为两大类：发现事实和征求意见。

2) 限制性问题，是一种弄清问题和确认事实的最佳方法。限制性问题即答案很简单的问题，答案通常为“是”或“否”。目的是确认客户的想法、观点或反映的情况，问这种问题可以更快地找出问题的症结所在。当电话销售人员需要获得准确的资料时，或者需要控制讨论问题的方向时，一般会提出限制性问题。

实战支招



电话销售人员可以通过提出限制性问题来引导与客户的谈话方向，但是很容易使客户产生被盘问的感觉。所以，在向客户提出限制性问题的時候，电话销售人员切忌使客户产生被盘问的感觉。

3) 想象性问题,是指引发客户思考或者想象的提问,它的目的是给对方一个思考或想象的空间,经对方思考后,对预测的结果有强烈的感受。

4) 征求性问题,是指通过客户描述的情况,研究客户的想法、意见以及观点,以此来了解客户的兴趣。例如,询问客户对所提供的服务满意与否?是否有改进的需要?提示客户,表达我们的诚意。

5) 澄清性问题。对于客户所描述的情况,有些是需要澄清的。此时,以委婉的询问来澄清一些诸如规定、政策等,有助于解疑释惑、澄清事实,减少不必要的争论。



实战支招

在电话销售的过程中进行提问,电话销售人员一定要注意“多开少限,先开后限”,即多问开放性的问题,少问限制性的问题。在提问的过程中,最初的几个问题通常都涉及相关事实,这样比较容易回答,也不会给客户造成紧张。

2. 具体电话销售过程中的实施

在打电话的时候要分阶段地询问(见图7-5),如在电话刚刚接通的时候,大家还处于寒暄阶段,这个时候电话销售人员需要了解的应该是客户基本环境的问题。因为客户的需求大多是来自于他的工作和生活两个方向,正是这两个方向促使客户产生了对产品的需求。

在与客户开始谈话时,电话销售人员可以问一些有关客户身份方面的问题,包括对方姓名、电话号码及公司状况等,目的是了解客户的基本信



息以及客户所处的环境条件，以便我们更好地发掘客户的需求。

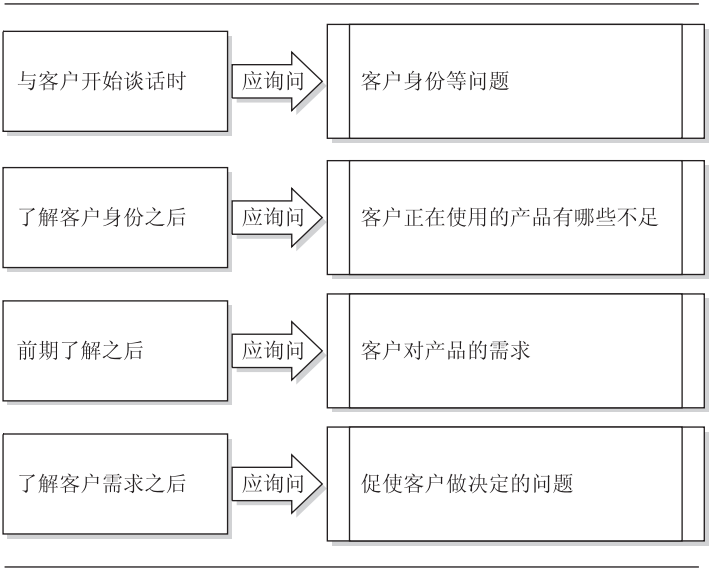
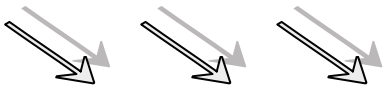


图 7-5 分阶段地询问

例如，下面几个提问。



“本机是您的电话吗?”

“您目前最关心哪些问题?”

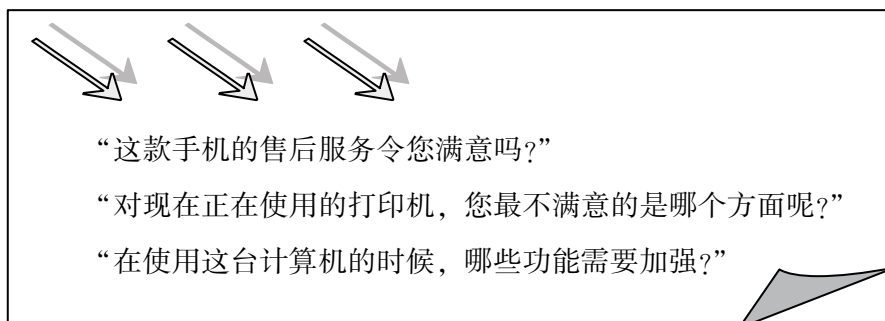
“贵公司目前有多少名员工?”

“贵公司目前有多少台计算机?”

“贵公司的主要业务包括哪些?”

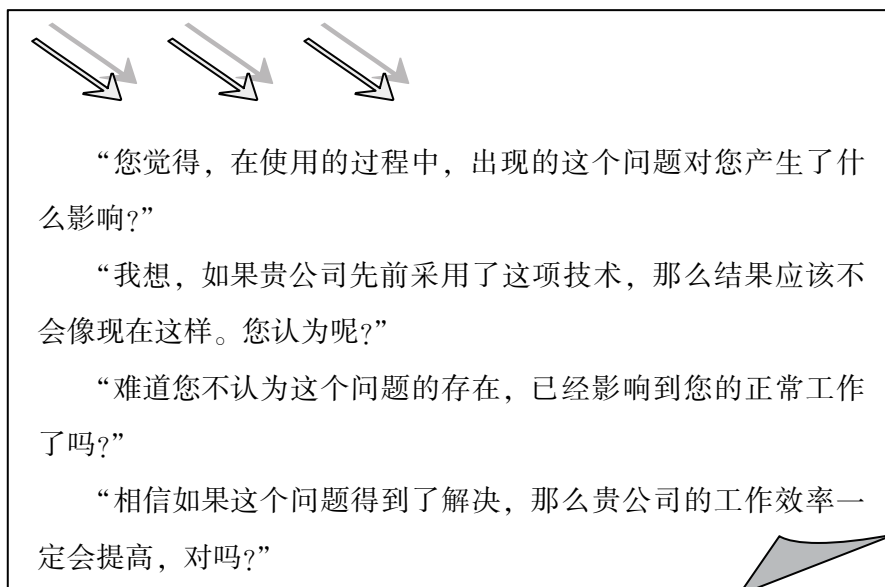
在了解客户的基本状况之后，销售人员的下一步动作，就是要知道客户对现在正在使用的产品或者服务有没有不满意的地方，从中了解自己的产品或服务的优势，以利销售成功。

客户对某种产品或服务产生需求，其原因正是需要弥补差距。如果电话销售人员在此时能够了解这种需要，将非常有利于之后激发客户说出自己的需求。这时，你可以问下面几个类似的问题。



在前期的了解与调查结束之后，电话销售人员已经找到了客户对现阶段所使用的产品或服务的不满，此时电话销售人员应该将话题适时引入到引导式询问阶段，以激发客户明确自己的需求并且引导客户尽快解决此时的需求。

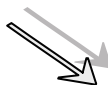
例如，下面几个提问。





电话销售的80个禁忌

一旦客户明确了自己的需求之后，电话销售人员就一定要注意了，一定要尽快地了解客户对产品的具体要求，这样做更有利于推荐自己的产品。这时，你可以问客户下面几个问题。



“购置这台计算机，您需要用它来做哪些工作呢？”

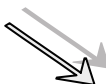
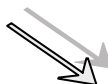
“这台计算机的哪些方面吸引了你呢？”

“除了对这一点很感兴趣，您还对哪个方面倾心呢？”

“您希望得到一台什么样的计算机呢？这对您为什么很重要？”

“详细说明一下您的具体要求，好吗？”

往往电话销售进行到这个阶段，电话销售人员已经对客户的需求有了具体的了解，就不需要再被动地等待客户向我们提供信息了。这个时候，需要电话销售人员主动出击，替客户做抉择。可以选择提下面这些问题，来促使客户及早做决定。



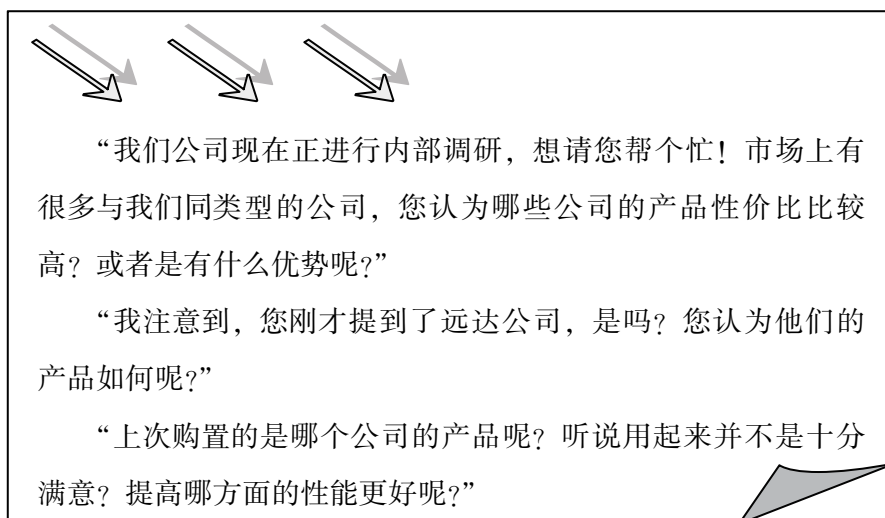
“我已经将我们的产品介绍得差不多了，您看您下一步的打算是什么呢？”

“如果我们公司的产品可以完全满足您的要求，那么现在我们谈谈具体的细节问题，可以吗？”

“还需要我做些什么，才能得到您的支持？”

进行销售的时候要注意，如果在电话中，电话销售人员能够从客户的

口中敏感地捕捉到竞争对手的信息，对签单是非常有利的。如果有这样的机会，应该提出下面这些问题。



忌打无准备的仗

询问在电话销售中扮演着极重要的角色，作为电话销售人员可以利用询问来获取客户的需求，如果你能够做好准备工作，继而在电话销售的过程中主导与客户谈话，那么说明你离销售成功已经只有半步之遥了。

提问题不是即兴发挥，需要电话销售人员在给客户打电话之前做好准备工作，以避免自己的销售工作盲目进行，没有计划。

- 1) 打电话之前，最好根据手里的资料准备好有利于销售的问题。
- 2) 客户电话接通之后，要循序渐进地提问，不要过早地直入主题，一定要避免通话一开始就询问过于具体的问题，这样会阻碍销售的继续。
- 3) 要将几种形式的问题巧妙结合，多管齐下，确保我们掌握更多的信息，方便我们寻找更有价值的线索。
- 4) 对自己所销售的产品或者服务有全方位的了解，只有这样，我们



才会在客户的谈话中捕捉到蛛丝马迹。如果我们可以巧妙地通过这些线索联系到所销售产品的某种性能上，就不会使客户觉得很突兀，这样对我们接下来销售工作的开展十分有帮助。

实际上，每位客户对产品的需求都不尽相同，而电话销售人员的存在价值就是把客户的需求发掘出来，并且通过我们的产品使之满足。

实战支招



只要电话销售人员在销售之前多做准备工作，不打无准备之仗，而且在与客户通电话的时候有效地运用提问方法，一定可以使我们顺利将产品推销给客户。

成功范例

王鸣刚到一家西装推销公司，经验不足。这一天，经理安排她向一位钟先生推销公司的新款西装，王鸣心里很没底。但是她了解到，钟先生是品达西装的忠实粉丝，可是虽然品达西装有品质保证，却不可以根据客户的身材修改尺码，而钟先生的身材对西装号有特别的要求。了解了这一情况，王鸣开始了自己的工作。

.....

王鸣：“钟先生，据我了解，您想要挑一套合适的西装不是那么容易。对不对？”

钟先生：“嗯，是这样的。”

王鸣：“因为西装对身材的贴合度完全彰显着一个人的品位，对于您来说，至少西装的腰围就需要修改。其实，想要挑选一套自己喜欢，并且

适合自己身材的西装非常困难。我知道，钟先生一直是品达西装的忠实拥护者。”

钟先生：“呵呵……小王，这你都知道，看来你做了不少的准备工作啊！”

王鸣：“是的，钟先生。不瞒您说，我非常喜欢品达西装的款式，可是品达西装不可以修改尺码，我想这一点也非常让您头疼吧？”

钟先生：“对的！对于这一点我非常头疼。”

王鸣：“那您为什么不考虑定做西装呢？买成衣哪有定做的西装穿着舒心呢？我们公司有4000余种布料和款式供您选择，而且价钱公道。您穿的西装都是什么价位的呢？”

钟先生：“一般是2500元左右。”

王鸣：“钟先生，我们公司的西装价位从1500元到5000元不等，其中涵盖了您平时购买西装的价位。钟先生，您可以考虑一下定制西装！我相信定制西装以及我的服务一定可以为您带来方便。”

钟先生：“我希望你可以为我带来方便，毕竟没有人会不喜欢具有良好服务的厂商。可是你也不能否认现在这种具有良好服务的厂商越来越少。”

王鸣：“钟先生，本公司就具有一套很完善的服务计划以及售后服务。比如说给您定制的西装有了破损或者不巧烧坏了，这个时候您只要打一个电话，我会立即上门为您服务。其实，钟先生，我希望您能给我业务上的支持。”

钟先生：“这样吧，王鸣，咱俩也别在电话里聊了，你什么时候过来一趟让我看看你们公司的样品，好吗？”

王鸣：“好的，钟先生。”

在开始电话销售以前，做好准备工作很重要，以此才能了解客户的需求，达到销售的目的。



忌主观猜想客户的需求

失败案例

电话销售人员：“您好！女士，这里是明星化妆品公司。”

客户：“你好！给我打电话有什么事情吗？”

电话销售人员：“是这样的，女士。我们公司现在正在促销旗下系列产品，以此来回馈广大的新老顾客。请问女士贵姓，是哪年出生的？”

客户：“免贵姓李，1963年。”

电话销售人员：“李女士，是这样，根据您的信息资料，现在向您推荐一款明星除皱产品，可以有效去除岁月在脸上留下的皱纹……”

客户：“不好意思！我不需要除皱产品……”

电话销售人员：“李女士，不要这样讲，其实面部衰老是不可避免的自然现象，您这个年纪的女性都会有皱纹生成的现象。但是只要及早护理，一定会显得比其他同龄女性要年轻。”

客户：“真的不需要，你能向我推荐一下祛斑的产品吗？”

电话销售人员：“啊！好！您等一下！”

上文中的电话销售人员就是凭借自己的主观想法来猜测客户的需求，自己将销售方向搞错。

在电话销售过程中，这种现象屡见不鲜。

实战支招



在挖掘客户的需求时，一定要“对症下药”，主观地猜想客户的需求无异于将骨头扔给猫吃。

在电话销售中，找出客户关心的利益点和关心点，以此来了解他们想得到什么，这样才能成功地发现客户的需求。

正确挖掘客户需求是顺利完成销售的重要保证。很多电话销售人员局限于客户的表面陈述中，并不能真正地了解客户的真实需求，这样不利于销售工作的顺利完成。想要真正了解客户的需求，往往需要挖掘客户需求背后的需求。

“5W1H”法是一个比较有效的方法，当客户提到一个需求时，要向其询问“五个什么和一个为什么”（见图7-6）。

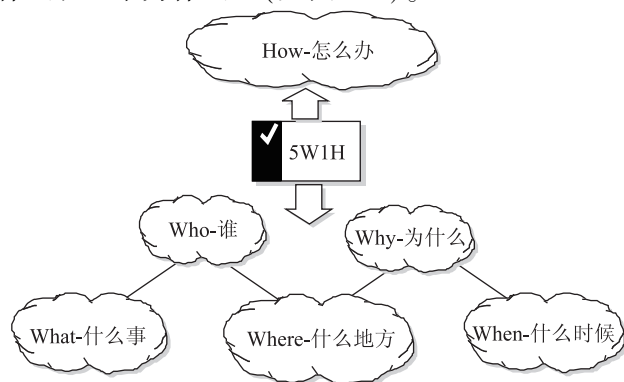


图7-6 5W1H的具体含义



例如，当电话销售人员给客户打电话寻求继续合作时，客户表示：“我们公司几个部门对贵公司新业务的使用效果并不是很满意。”这个时候，电话销售人员一定要问一下为什么，这对之后的处理很有帮助。也许客户会说：“部门普遍反映，操作不是很方便。”

往往在这个时候很多电话销售人员会就此停住，认为已经找到了问题的症结所在。其实这是错误的，你只是问到了问题的表层，并没有深入肌理。如果就此停住，那解决之道是什么呢？“操作不是很方便”指的究竟是设计部门出现了纰漏，还是其他部门的疏忽呢？

所以，电话销售人员应该继续问第二个“为什么”，来得到更为深刻的缘由，这样有助于继续合作。

第 8 章 推介产品的 7 个禁忌

作为一名电话销售人员，即使前期的工作做得非常好，但是在向客户介绍产品的过程中触碰“雷区”，那么你之前所做的工作都将前功尽弃。究竟克服哪些禁忌，才能成功地向客户介绍新产品呢（见图 8-1）？

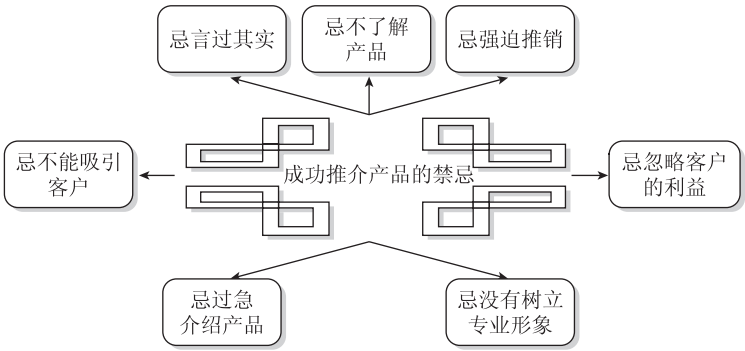


图 8-1 成功推介产品的 7 个禁忌



不要犯错误，否则电话销售将遭遇尴尬……

李佳与孙晗是大学同学，一个宿舍的兄弟，关系很要好。两人毕业之后应聘到一家公司做电话销售人员，几年下来，都积累了丰富的经验。可是说来也怪，两人销售的是同一种产品，用的是相同的销售术语，不过业绩却差距不小。



原来李佳是利益主义者，他认为销售的最终目的就是把产品卖给客户，然后拿提成。所以每次李佳给客户打电话，说的都是产品质量过硬，技术含量非常高。可是客户给予李佳的都是非常敷衍地回答。

而孙晗则不同，他认为作为一名电话销售人员，要想实现销售的目的，第一要解决的就是满足客户需要，实现其利益。所以，孙晗每次给客户打电话都先让客户明白，如果购买了自己所推销的这件产品，客户可以获得多少利益，节省多少资源。

能不能帮助客户创造利益是两人造就不同业绩的重要因素之一。显然不会帮助客户创造利益，是电话销售人员介绍产品时的一大禁忌。

忌不了解产品

我们反复提到电话销售人员要了解产品，只有了解了产品才能开始销售，可见了解产品在销售过程中具有非常重要的作用。

那么为什么电话销售人员必须要了解产品呢？

首先，了解产品知识是电话销售人员的基本职责。对于你的客户来说，在购买你所推销的产品之前，他们有权利了解产品的更多信息。一旦你阐述不清，很显然他们没有办法了解哪些产品才是自己所需要的，也很难作出购买产品的决定。

但是在实际电话销售过程中，很多电话销售人员并不能明确回答消费者提出的有关产品信息的问题，甚至连产品的基本使用方法都不知道。

电话销售人员的工作就是通过自己对商品的了解为客户创造利益，协助客户解决问题。因此，电话销售人员必须对自己推销的产品有足够的了解。

其次，了解产品的相关信息也是客户的需求。没有一位客户在购买产品之前不希望自己掌握尽可能多的产品信息，因为掌握的信息越充足，客



户对产品就越有信心。

如果客户在购买之前，不了解怎样使用、不知道产品的规格等，那么客户的购买意愿就会很小。

最后，了解产品可以使你对所推销的产品充满信心。如果电话销售人员对自己所推销的产品没有信心，那么你的客户对产品自然也不会有信心。

实战支招



只有对自己所推销的产品充满信心，才能将它的性能、规格、优劣完美地介绍给客户，从而展现你的专业性。

忌不能吸引客户

任何人在购买活动中都从注意开始的，而客户集中注意力的时间是非常短的。如果在短暂的时间内，你不能将客户的注意力集中到产品介绍当中，不能使客户跟随你的思维并产生共鸣的话，那么接下来的销售计划是很难实施的。那么怎样才能吸引客户的注意力呢？

1. 好的开始是成功的一半

为了吸引客户的注意力，在电话销售的过程中，开场白十分重要。开场白的好坏，很大程度上可以决定一次电话销售的成败。

在很多时候，电话销售人员往往对自己的第一句话处理得不是很理想，如说很多废话，对销售根本没有什么作用。一旦开局失利，接下来要开展的推销活动必然会困难重重。

为了防止客户走神，电话销售人员一定要在开场白上多动脑筋，开始



的几句话必须是非常重要并且是非讲不可的。表述的时候一定要生动、简练、语速适中以及声调略微高一些，千万不可支支吾吾、不知所云。

实战支招



专家指出，在电话销售开始的30秒钟内，信息对客户刺激要比之后整个销售过程得到的信息刺激强烈得多，也就是说电话销售的前30秒最为重要。

2. 以客户的喜好为中心

成功范例

惠能公司主营计算机，内部有许多电话销售人员，他们最近都在议论小陈是怎么把张总这个大客户搞定的。

张总的公司规模很大，旗下的员工很多，对计算机的需求量特别大。惠能公司的刘经理不知道通过什么渠道得知张总要将公司的计算机更新换代，这将为公司带来一笔可观的利润。于是派公司的销售骨干给张总打电话，希望得到这个机会。可是很多业务精英都被张总拒绝了，理由都是搪塞的话。

就在刘经理要放弃的时候，小陈居然拿下了这个订单，这令很多人费解。于是纷纷请教小陈，小陈也不含糊，将原因告诉了大家。

小陈第一次给张总打电话的时候，也是“铩羽而归”，但是小陈却捕捉到了一个信息，其实张总本人对计算机没有什么要求，就是比较喜欢那种摁起来掷地有声的键盘，因为他认为那种键盘很有质感。小陈认为这是个契机，于是找到一款质地比较坚实的计算机键盘。

在第二次给张总打电话的时候，主要向其介绍这款键盘，凭借这款键

盘拿下了张总公司的这张大订单。

当小陈说完的时候，有的电话销售人员捶胸顿足，说自己也听到过张总这个喜好，但是没有当回事。

实战支招



每位客户的兴趣爱好均不相同，所以不同的客户沟通时，要选择不同的沟通方式。

在向客户介绍产品的时候，一定要因人而异，最好可以迅速归纳出客户喜欢的解说方式，以此来向其介绍产品。

3. 以询问的方式获得客户的认可

在电话销售的过程中，要适时地询问客户。



“对吗?”

“您看呢?”

“您觉得呢?”

“您也这样认为吧?”

这样询问，既可以抓住客户的注意力，又可以得到客户的认可。这种认可越多，客户与我们的产品认知就越发的一致。换句话说，客户对我们的认可越多，意味着购买我们产品的可能性就越大。

在整个电话销售的进程中，会有这样的情况，即当电话销售人员极力



地向客户推销的时候，有的客户会提出关于价钱的问题。这个时候，电话销售人员一定要注意，价钱永远要放在最后谈。并且，一定要让客户知道你的产品物超所值。

忌过急介绍产品

失败案例

杨晓敏刚刚从事保健品推销工作，她的声音甜美，是做电话销售的一大优势。因为她是新人，特别想成单，所以在电话销售的时候总是操之过急，造成一直没有业绩。

杨晓敏：“您好！贺小姐，您一定知道蛋白质是我们人体中最重要的物质之一，也是含量最多的物质之一。而我们公司生产的蛋白质粉可以维持人体中细胞的正常功能，并且促进新陈代谢。”

贺小姐：“现在市面上的蛋白质粉大致都是这些保健功能，你们公司的产品没有特别的吧！”

杨晓敏：“的确是这样的，蛋白质粉的成分都一样。但是我们公司成立于1994年，至今已经有十多年的历史了，我们公司能一直在保健品市场上屹立，是产品质量的最好保障。我们公司在业界声誉非常高，在群众中的口碑也非常好。”

贺小姐：“哦，这个我知道，所以……”

杨晓敏：“所以准备买几个系列的呢……”

贺小姐：“嗯……”

杨晓敏：“别的保健品也买一些吧？”

贺小姐：“嗯……这个不太需要！”

杨晓敏：“钙镁片以及维生素B、维生素C要不要也来一些？”

贺小姐：“哦，不需要，现在我什么都不需要了。”

在电话接通之后，有很多电话销售人员不管接电话的人是不是有决策权的人，就向其大力推荐自己所销售的产品，这无异于做“无用功”。



实战支招

电话销售人员一定不要急于向接电话的人介绍产品。
一是过早了解产品信息，会让客户产生抵触的情绪；二是防止因你没有找对决策人而浪费时间。

电话销售人员所面对的客户有的是个人，有的是公司。如果我们的客户是公司的话，那么公司内部不同部门的不同职员对于你所推销的产品，都是根据各自的需求来关注的。

例如，在公司内部，财务人员最关心的一定是产品价格，技术部人员最关心的必定是产品技术方面的兼容性是否达标，而使用部门最关心的肯定是操作起来是否便捷，运维部门最关心的是运行的稳定性和售后服务是否健全。即便是一个部门的同事，对产品的在意方向也不尽相同。

这就需要推销人员推销的时候，不要急于介绍产品性能，重点是了解更多的背景信息，再做进一步的打算。所以，只有客户觉得是时候深入了解产品了，你才可具体说明，这样客户会对产品更感兴趣。要知道，一味着急推销，只会让客户怀疑你以及产品的价值。

忌言过其实

❶ 失败案例

程辉在一家公司做电话销售，公司主营电子学习机。



程辉：“田女士，是这样的，我建议您购买 N1866 这款学习机，因为它的电池容量非常大，我向您承诺这台学习机可以连续使用两个小时以上……”

田女士：“是吗？你保证吗？我上次买的那台学习机就是电池容量比较小，每次使用的时候总是断断续续的……”

程辉：“是的，我向您保证。而且如果您购买的话，我向上级领导请示随机赠送您一块电池。您看怎么样？”

田女士：“好吧！”

一周后，程辉的上级接到了田女士的投诉电话。

田女士：“你是李经理吗？我要投诉！”

李经理：“是的，我是！您先别着急，慢慢把话说明白。”

田女士：“是这样的。今年4月12号你们公司的销售人员程辉推荐我购买了这部 N1866 电子学习机，他说电池容量大，这个优点吸引了我。但买回来之后，我发现这部学习机并不像程辉说的那么好，他说电池能连续使用至少两个小时，而实际的情况是电池都不能保证连续使用 10 分钟。你是知道的，电池的使用时间过短导致的直接结果，就是我儿子学习的时候机器总是断断续续的。你知道我现在这个学习机的用途是什么吗？”

李经理：“非常抱歉，用作什么用途呢？”

田女士：“我现在就拿这个学习机当 U 盘使。你们这种失实的宣传可让我浪费了一个月的工资啊！我想请你帮帮我，我该怎么办呢？”

李经理：“您放心！我们公司会补偿您的！”

提起电话销售人员，许多客户都埋怨其“奸诈”，因为这种销售形式制约着客户，导致他们与销售人员不能“当面锣，对面鼓”地对话，所以客户的警惕心理非常强烈。不排除这种情况，就是很多客户都被电话销售人员欺骗过，直接的结果就是他们一听到“推销员”，尤其是“电话销售



人员”，就产生不好的联想。

而事实上，的确有一些电话销售人员因为追求一时的销售业绩，不考虑顾客的实际需求对其“坑蒙拐骗”，对产品的性能介绍言过其实。

实战支招



孔子说：“其言之不忤，则为之也难。”意思是说如果一个人说话办事不符合实际，那就是言过其实了。销售工作同理，如果过于夸大产品的性能，只会造成过犹不及的反效果。

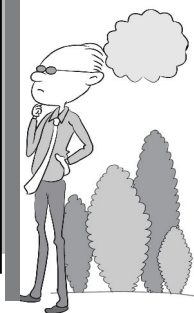
在销售团队中，有很多电话销售人员的口才很好，销售技巧了得。但是，很多产品介绍内容是失实的，所以往往会给客户造成一种言过其实的感觉。而这些言过其实的行为，肯定不会有利于销售工作的顺利完成。所以，千万不要在电话销售的时候，夸大产品的性能与优势。

虽然夸大产品的优势有利于这次销售，但是客户在使用产品之后，一定会发现你所说的话是“有水分”的，对今后的长期合作也会有影响。如果想要一时达到销售业绩，就夸大产品的功能，这无异于埋下一颗“定时炸弹”，一旦产生纠纷，后果是很严重的。

任何一件产品都有两面性，即好的一面和相对不足的一面。推销人员一定要站在客观的角度，绝不隐瞒或欺骗客户，忠于产品，凸显其优点的时候绝不过分地吹嘘，而是真诚地向客户分析产品的优劣，帮助客户找到产品中符合其需求的部分。



提醒电话销售人员要谨记，推销的时候，避免使用不明确的语言，如“听说”、“也许”、“可能”、“大概”之类不确定的词语。



忌强迫推销

电话销售人员强迫推销的行为，会使客户怀疑你的动机，因为害怕受骗，客户会警觉起来，特别是那些个性强烈的客户更会产生逆反心理。

向客户介绍产品，必须建立在尊重客户、客户自愿的基础上，并且应了解客户需求，根据他的需求有针对性地向其介绍产品，切忌软磨硬泡，向客户强迫推销。

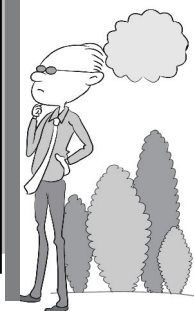
强迫推销在违反职业道德的同时，更损害了客户的正当利益，最重要的是还损害了电话销售人员自己的利益。其结果只有一个，那就是你的销售工作事倍功半，很难有业绩。

在推销产品的时候，一味地想通过语言去征服客户，不见得能够达到销售的目的。如果客户对这种被迫购买的介绍方式产生了烦感，更会断送长期的合作关系。

忌没有树立专业形象

无论从事的是何种形式的销售工作，对自己所销售产品的用途、性能、特色、产品优劣势等都应该非常了解，熟悉产品性能是每个销售人员必备的基本素质。

电话销售人员在推销产品时一定要照顾客户的感受，切忌不要强迫推销。



除了了解产品最基本、最重要的信息，如果还能在销售的过程中给客户分析利弊，使客户了解到自己的产品在哪些方面比同类型的产品更能满足其需求的话，对成功推销非常有帮助。这就需要销售人员具有较高的专业水平。

对于电话销售人员来说，掌握同类型产品经销商的数量及每家经销商的成长轨迹、每月销售量、公司管理层对行业的熟悉程度等对树立专业形象有辅助作用。

实战支招



一定要让客户觉得你是一个值得信赖的推销人员。

只有将自己提升到权威的位置，对产品的特征、功能、用途要详细说明，千万不要忽视向客户介绍产品能满足客户的哪些需求这一环节，才会增强介绍时的信服力。

忌忽略客户的利益

优秀的电话销售人员以客户利益为出发点，始终坚持从客户的利



益出发。只有赢得客户发自内心的敬重，客户才会帮助你完成销售业绩。

世界上没有人会忽略自己的利益，对于电话销售人员来说，抓住客户的利益就等于抓住了客户的心。所以，一定要时时刻刻为客户着想，帮助客户实现利益的最大化。某种程度上讲，这是一种双赢。

成功范例

小吴在捷迅电子公司做销售，主要销售音箱设备、耳机以及 mp3 之类的音效产品。工作的几年间，小吴的业绩一直不错，可是最近她却比较犯愁。原来公司最近搞重组，希望能把积压的 mp3 尽快处理。这让小吴感到为难，不知道应该怎么推销。

小吴看过这几款 mp3 的说明书，她发现这些产品最大的弊端就是功能性相对较弱，但是性能很好、音质完美而且质量有保障，她准备以这个为突破口推销。

打电话推销的第一个客户是一位妈妈，她表示自己的孩子正准备迎接高考，想要购买 mp3，方便孩子上下学的时候听英语。小吴马上向其推销：“马女士，孩子的高考可是能影响其一生的转折点啊！所以，一定不能马虎。我向您推荐这款 mp3……”

马女士：“什么？mp3？现在谁还在听 mp3 啊？我打算为孩子买一部 mp5，这样孩子可以听英语，学习累了的时候还可以看看电影，解解乏。难道你不觉得 mp3 的功能特别少吗？”

小吴不急不躁，接着说：“如果孩子把时间浪费在用 mp5 看电影上，难道不会对学习产生影响吗？”

马女士：“这倒也是！”

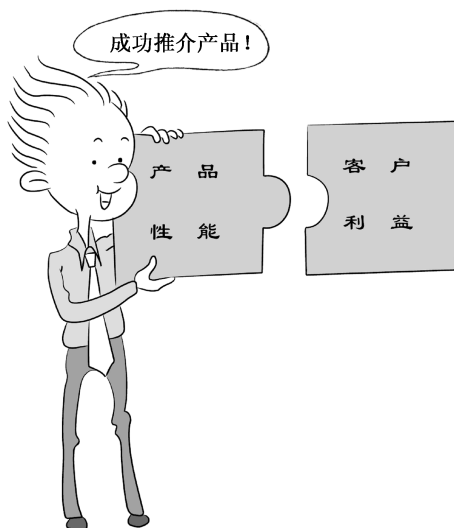
小吴：“对啊！刚才我们也说了，孩子的高考特别重要，每一环节都不能松懈啊！而且，功能多不代表每项功能的质量都过硬，听英语对音质

的要求非常大，我向您保证这款 mp3 的音质非常好，而且耗电量也非常小。”

马女士：“真的吗？有的时候你们销售人员的话不能全信啊！”

小吴：“您放心，有问题，尽管来找我！先祝您家孩子高中啊！”

小吴推销成功，正是将产品过硬的音质效果转变为满足客户需求的有效途径。



客户关心的不是产品的特性，而是产品给自己带来的好处。所以电话销售人员在介绍产品的时候，一定要把产品的特性与客户的需求相联系。换句话说，就是从客户的利益出发来介绍你所推销的产品的特性。

电话销售人员应该把精力放在客户的利益点上，最大限度地挖掘产品能为客户带来的利益，这样才会使客户对你的产品产生浓厚的兴趣。因为客户购买你的产品，一定是为了追求最大利益。如果你对客户的利益视而不见，他们便会选择漠视你以及你的产品，我相信这是所有的电话销售人员不想见到的。



实战支招



电话销售一般遵循3个步骤，即介绍产品性能、产品特点，最后联系到客户的需求。

反之，如果你时时站在客户的角度上考虑问题，一旦你的销售遭遇瓶颈，客户也愿意帮助你渡过难关。

实战支招



对于电话销售人员来说，关注客户的利益点，从客户的角度出发，满足客户需求才是王道。

第9章 电话、电子邮件、手机短信 结合做销售时的6个禁忌

现代社会强调快节奏、高效率，做销售也不例外。优秀的销售人员往往不需要见面拜访客户，就可以做成一笔大买卖，采用的方式就是电话、电子邮件和短信。那么通过电话、电子邮件、手机短信相结合的方式销售，需要克服哪些禁忌（见图9-1）？

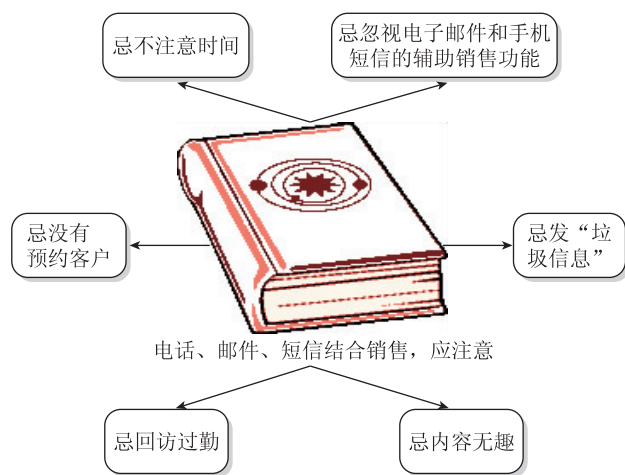


图9-1 电话、电子邮件、手机短信结合销售的注意事项



如果不犯错误，销售将如履平地……

邱颖大学毕业之后，并没有投入到应聘大潮之中，而是选择自己做个



体户。凭着自己对时尚的触角，邱颖开了一家服装店。邱颖的店面不大，却因为经营得当，生意一直很火。

一天中午，一位女白领走进店里，邱颖上前进行推销。

邱颖：“小姐，您好！您是在这附近工作的白领吧？”

客户：“你好！是啊！老板真是好眼力啊！”

邱颖：“哈哈……那您随便看看！”

……

客户：“哎！老板，这件衣服有小号的吗？”

邱颖：“有，您稍等一下，我给您找一件……小姐，您试一下！”

客户：“嗯。”

……

邱颖：“小姐感觉怎么样？这件衣服小姐穿着挺合适的！”

客户：“是吗？”

邱颖：“当然了，像您这样的白领对衣服的要求很高吧？”

客户：“还好吧！只要样式适合工作场合就行了。”

邱颖：“这件就不错，设计简洁大方，而且你看到没有腰身的设计还很独到呢！”

客户：“是啊！就是因为这个设计，我才特别喜欢的！老板，给我开一件吧！”

邱颖：“好的，谢谢您！小姐，贵姓？”

客户：“免贵姓金，有什么事吗？”

邱颖：“金小姐，简单登记而已！方便留下电话吗？如果有新款到店，可以给你发一条手机短信通知您吗？”

客户：“呵呵……可以！你店里的衣服都很有特色。”

邱颖：“那请您拿好衣服，欢迎下次光临！”

.....

隔周新货到店之后，邱颖用相机把每件衣服拍了下来。然后邱颖拿出自己的客户资料，将适合客户的衣服图片发到客户的电子邮箱里。

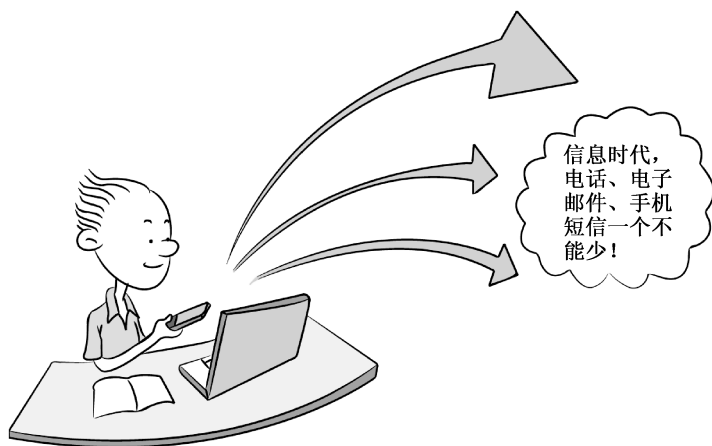
对于没有留下电子邮箱的客户，邱颖会根据客户购衣的风格，将其适合的款式通过手机短信的形式告知客户。

比如这位金小姐，邱颖为其编辑的短信是这样的：

“金小姐，您好！我们店里新到一批服装，很适合像您一样的成功白领。诚挚欢迎光临本店！××小店的邱颖。”

没想到，发完手机短信的当天中午，金小姐来到邱颖的店里，又买了几件衣服。时间久了，金小姐成了邱颖服装店的常客，也陆陆续续为邱颖带来了不少自己的同事。

长此以往，每当新货到店的时候，邱颖总是通过电子邮件或手机短信的形式告知客户。



忌忽视电子邮件和手机短信的辅助销售功能

对于那些主要以电话销售产品的销售人员经常会遇到一个问题，那就是没有办法准确地确定客户的实际需要。对于电话销售人员来说，往往由



于不了解客户的情况，没有机会与客户建立最起码的信任，所以很容易被客户拒绝。

有的电话销售人员被拒绝之后还会对客户纠缠，结果跟单自然而然地变成了骚扰，使客户感到很厌烦。此时，别说是电话销售人员谈业务了，客户就是看到你的电话号码，听到你的声音，都会反感，显然电话销售人员走进了“死胡同”，这样很容易导致客户流失。

其实，解决这些问题的关键，在于学会利用电子邮件和手机短信进行辅助销售。

1. 电子邮件的功能

网络时代的到来使电子邮件成为方便快捷的沟通工具之一，通过发送电子邮件，可以与客户建立并保持一种较为密切的联系，优秀的电话销售人员更会将电话、电子邮件、手机短信结合销售，以达到签单的目的。

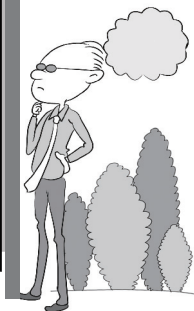
实战支招



电子邮件辅助销售指把产品的资料以及多媒体信息发送到客户的电子邮箱里，使客户对产品的信息有一个更为直观的了解。

此外，电话销售人员还可以将公司简介通过电子邮件发给客户，通过这种方式，让客户对公司有一定的了解，更会使那些暂时对公司产品没有需求的客户记得自己，一旦日后有需要就会想到。

只有根据自己的产品、服务特点并结合客户的心理，写出一封完美的电子邮件，才会有效地提高产品的销售额。



2. 手机短信的功能

在手机高度普及的今天，手机短信已经成为电话销售人员的主要销售武器之一，很多公司也在利用手机短信做广告。使用手机短信，使销售人员与客户的联系更加密切。

对客户的问候，包括节日问候和生日祝福。长此以往，客户会被你的真心打动，这时再打电话给客户，向他推销你的产品，即使他不需要，也会非常客气地拒绝。日后当他对这种产品有需求的时候，你一定会成为他的首选。

发手机短信是与客户建立和谐关系的手段之一，电话销售人员一定要坚持。

在客户对电话销售人员产生信赖的基础上，手机短信就成为电话销售人员推销产品的桥梁了。有的客户非常想购买你的产品，却有点犹豫。这时，只要电话销售人员通过手机短信来宣传产品，才会使客户下决心购买。

销售最重要的目的不是销售产品，而是与老客户保持长期的联系，保证老客户不流失。在这个时候，手机短信自然而然地可以完成这个使命。利用手机短信问候老客户，会使老客户感觉销售人员一直记得他，也许还会为你带来更多的潜在客户。



实战支招



手机短信是电话销售中的重要组成部分。让客户认可你，可以给他发手机短信；在报价的环节中，选择通过手机短信将你的报价发送到客户的手机上，可以快速取得进一步销售的机会。

忌不注意时间

发电子邮件或者手机短信同样也要注意时间，不要任何时间都发。一旦掌握不好时间，导致的结果就是客户感到非常厌烦，这对销售工作非常不利。

实战支招



电话销售人员无论采取哪种方式进行销售，都应该注意时间的安排，不要在任何时候都要与客户联系。

通过手机向客户发短信的最佳时间是 10:30 ~ 12:00、15:30 ~ 18:00，因为一般情况下，人们比较容易在这些时间段接受你的手机短信。当然，一定要在不影响客户吃饭和休息的情况下。周末如果没有特别的预约，不要给客户发手机短信，因为周末是休息时间。

总之，如果手机短信运用得好，一定会成为电话营销和传统营销的好帮手，因为手机短信可以一直贯穿在整个销售过程中。

在电子邮件的营销中，电子邮件发送时间也是影响电子邮件营销成败的主要因素之一，而关于电子邮件发送的日期一直颇受争议。电子邮箱一般更具主导性，客户想什么时候打开电子邮箱就什么时候打开，不像手机那样被动地接受。所以，原则上讲，全天的任何时候都可以给客户发电子邮件，客户一般会在上班的时候打开电子邮箱，看见电子邮件。但是一周哪天给客户发电子邮件比较有效率呢？

一般认为，一周中周一是发送电子邮件的最佳时间，因为这一天的开信率和点击率是最高的。周三是邮件发送的高峰期，而周五的电子邮件发送成功率则低于平均发送成功率。一周内，周六是一周中发信成功率最低的日子，其次是周日。

忌内容无趣

要想销售成功，电话销售人员一定要出奇制胜，电话销售更多是靠语言上的技巧来吸引客户，如果想要通过电子邮件或者手机短信来征服客户，电话销售人员一定要保证自己编辑的内容足够吸引人（见图9-2）。如果你编辑的电子邮件、手机短信内容毫无新意的话，谁会继续往下看呢？吸引客户注意力的电子邮件如图9-3所示。

1. 称呼恰当

中国是礼仪之邦，在电话、电子邮件和手机短信结合销售的过程中，电话销售人员更要注意遵循必需的礼节和规范，切忌没有礼貌，给客户留下不好的印象。

在使用电子邮件和手机短信销售过程中，如果称呼得当，会使客户感觉这份资料是专门写给他的，客户必定在众多的信息里详细阅读这份资料。

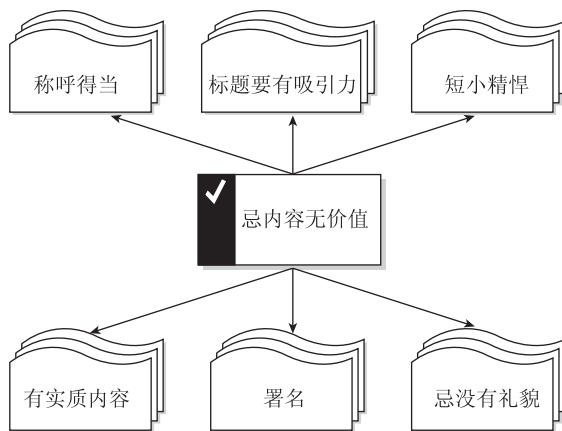


图 9-2 避免发送无价值的内容

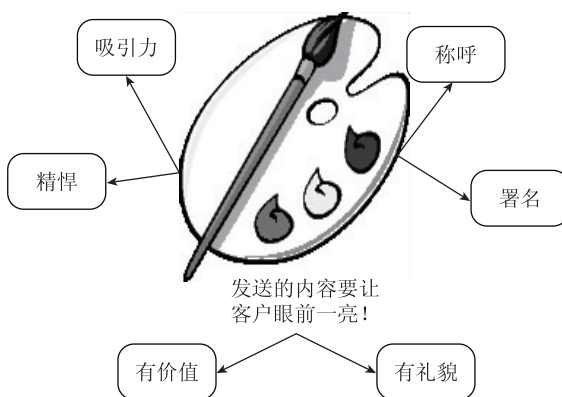


图 9-3 吸引客户注意力的电子邮件

无论是电子邮件，还是手机短信，都具有群发功能，不可否认的是，这种群发功能的确为我们的生活带来了便捷，包括很多电话销售人员在内，在给客户发电子邮件或者手机短信销售的时候为了省一时之力，都会群发。殊不知，这时候的省力无异于走弯路。

每位客户都希望自己得到重视，如果你希望你的电子邮件、手机短信能够脱颖而出，就一定保证在开头有一个合适的称呼，这样你的客户会认为这封电子邮件、手机短信是发给他个人的。

这就需要电话销售人员平时做好管理客户的工作，对每位客户的基本资料了解得越全面越好。

实战支招



值得注意的是，具有称呼的客户资料一定不能群发，无论通过哪种渠道得到的客户资料，都应该尽量让客户认为是“一对一”的模式。

2. 短小精悍

在传统营销中，往往推销的说辞是越长越有说服力。但是如果将电话、电子邮件和手机短信结合销售的话，一定都要保证内容短小精悍。篇幅小，才易于客户阅读、理解。

实战支招



如果你的介绍过于冗长，很容易使客户产生逆反心理。面对过于冗长的资料，谁都不会乐意阅读的。

俗话说：“好的开始是成功的一半。”如果在一开始，客户对你的电子邮件或者手机短信都不关注，又怎么可能购买你的产品呢？如果你不想让潜在客户成为其他人的准客户，那么一定要保证发送的电子邮件、手机短信短小精悍。



3. 标题要有吸引力

文章的标题起着提纲挈领的作用，在销售中也有着同样的作用。每当客户收到电子邮件或者手机短信的时候，映入眼帘的首先就是标题。如果标题不够鲜明的话，怎么可能吸引客户的注意力呢？

电话销售人员给客户发送的电子邮件、手机短信的标题拟定得富有吸引力、新颖，往往可以加大客户的好奇心，从而详细地查阅电子邮件以及手机短信，并且让客户眼前一亮，激发他们购买产品的兴趣，当有购买意向时，客户首先会青睐于你。



4. 有实质内容

成功范例

辛军跟女朋友经营一家饰品店，主营手工的牛皮制品和水晶，由于饰品款式新颖，生意很好。其实，最主要的还是辛军经营得当。

辛军大学学的是营销，对电子邮件、手机短信辅助营销非常有研究。所以，每当女友进货之后，他都会给老客户发电子邮件、手机短信，希望他们有时间可以光临、购买。

女友最初对这种行为嗤之以鼻，认为不会有成效。后来，她转变观念了。

原来，无论是发电子邮件，还是手机短信，辛军发的内容对客户来说，都很有价值。比如，给一位喜欢水晶的老先生的短信是这样的：“本店新到扁粒黑发晶，款式小巧，适合您的太太。”

而给一位追求原生态的摄影师发的邮件是：“牛皮饰品，雕琢甚少，欢迎选购。”

.....

诸如此类，辛军总会针对客户的特点，编辑那些最吸引客户、对客户最有价值的内容。

内容是一封电子邮件或者手机短信的灵魂，如果说标题是吸引客户的手段，那么内容才是销售真正的杀手锏。内容一定是对客户非常有价值的信息，才能销售成功。资料的内容不要像流水账一样，否则客户会觉得销售人员没有条理。

电子邮件的内容一定要精彩，同时要清晰地分好段落，具有层次。电子邮件内容要和你的产品息息相关，最重要的是给客户一个充足的理由让客户去买你的商品。



5. 署名

不要认为你所发的电子邮件和手机短信很完美，就会使客户对你印象深刻。有一点不能忘记，就是要有署名。电子邮件或者手机短信都要以署名结尾，这是一种礼貌，更重要的是客户记得电话销售人员的名字，才会去购买你的产品。如果你所编辑的电子邮件、手机短信使得客户有意购买你的产品，但是你忘记署名了，即使客户想要购买你的产品，也无法与你联系。

署名的时候要注意，销售人员自己的名字在前，公司的名字在后。自



己的名字在前面，会使客户产生一种亲切感，向他介绍产品的是活生生的人，而不是冷冰冰的公司。公司的名字在后，是为了显得正规。

忌回访过勤

回访在销售中起着推动的作用，尤其是在电话销售中，在客户了解产品的基本资料之后，回访电话才是诱导客户的法宝。

实战支招



当今社会，将电话、电子邮件、手机短信结合销售，一定避免回访的时间间隔过短，这样会使客户感觉厌烦。

每名销售人员都在争分夺秒地完成自己的业绩，加强回访的力度，对成功推销很有帮助。为了更好地跟踪客户、搜集客户的信息，常常做一次回访是不够的。销售人员需要进行多次回访，才能成功地将产品推销给客户。

而站在客户的角度来说，推销人员一定要把握好回访的时间和频率。电子邮件或者手机短信最好在拜访的第二天之前发出，然后在第四天给客户打电话，问其是否收到了手机短信，这样的结合才是完美的。收到回访短信的客户一般会为销售人员的这份用心感到宽慰。这样销售人员在推销产品的时候也不会显得过分唐突，气氛会很融洽。

忌没有预约客户

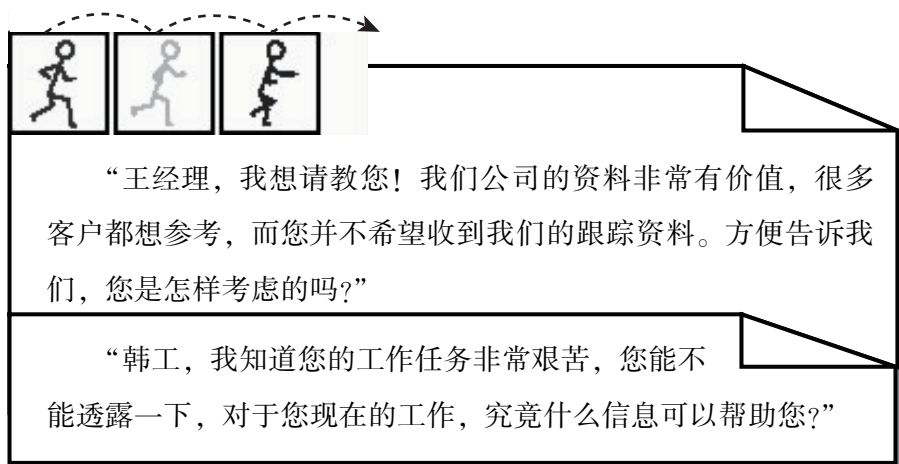
接到推销电话的客户，并不是每个都希望能够收到有关其推销产品的信息，即使这些信息对客户非常有价值，要知道现在“垃圾邮件”和“垃

圾短信”实在是太多了。

当电话销售人员准备给客户发送电子邮件或者手机短信的时候，最好预先告知客户。电话销售人员完全可以在给客户打电话的时候询问一下客户是否介意收到关于产品介绍的电子邮件或者手机短信。如果征得客户的同意，对推销也是很有帮助的。例如，“章总，我们公司每周周末都会将我们产品的资料发给客户参考。不知道您是否介意接受？这样方便您随时跟踪我们产品的动态。”

如果答案是肯定的，电话销售人员就可以继续推销。

当然，如果客户不同意，反而给电话销售人员一个更多了解客户的机会，可以进行类似下面的询问。



接下来，电话销售人员需要做的就是认真聆听客户的看法、最感兴趣的话题究竟是什么，并从中寻觅新的机会。了解到这些，电话销售人员才可以与客户共同探讨客户最关心的问题，一定要寻找自己的产品与客户最关心的问题两者共通的地方。其实最主要的目的，依旧是希望电话销售人员可以加强与客户之间的关系。



忌发“垃圾信息”

现在很多公司都使用电子邮件的形式与客户保持联系，但是如果盲目地进行电子邮件销售，发送大量的“垃圾信息”，不但不能带来销售额，反而有可能遭到客户的排斥。

销售人员一定不要给一个并没有征得同意的客户发电子邮件或者手机短信，这对销售工作毫无帮助。在销售工作中，一定要避免给客户发送“垃圾信息”。

实战支招



发送“垃圾信息”不是有效的营销手段，而是浪费时间、降低效率的行为。

要知道，“垃圾信息”浪费的不仅是销售人员一个人的时间，而且还有客户的时间。这不仅是一种没有礼貌的行为，更是一种不够专业的行为。没有客户会喜欢“垃圾邮件”，发送“垃圾邮件”或“垃圾短信”是效率最低的营销方式。

更糟糕的是，发送“垃圾信息”对公司也有负面影响。

第 10 章 接听电话的 7 个禁忌

对于销售人员来说，接听任何一个来自客户的咨询电话，都有可能成交。因此，销售人员一定要克服禁忌（见图 10-1），掌握接听电话的技巧和礼仪，力争促成每一笔交易。

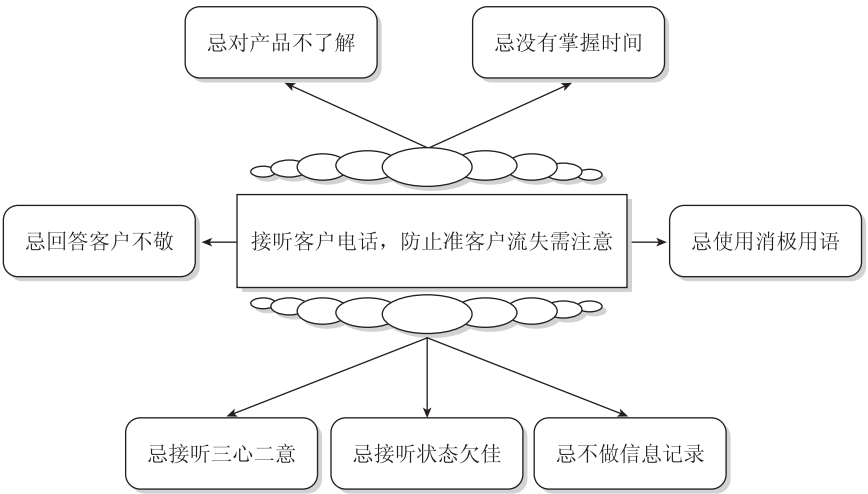


图 10-1 接听电话的 7 个禁忌



如果犯错误，会导致客户流失……

销售部内，电话铃声响起“铃铃……”
电话销售人员吴佳立刻拿起电话，右手把听筒夹在脖颈处，说：“您



好！远达电视销售，麻烦您稍等一下！”

然后双手在桌上堆放的资料里找了很长时间，终于翻出一张材料之后，才继续对着电话说：“您好！远达电视销售，请问有什么可以帮助您？”

电话那头的客户本来很着急，这样等来等去，已经很不耐烦了，对电话销售员吴佳的印象大打折扣。

客户：“我想咨询一下你们公司现在正在销售的 AK 按摩拖鞋，给我简单介绍一下吧！”

吴佳：“哦，好的。我们公司现在销售的 AK 按摩拖鞋是一种特殊的拖鞋，不同于普通的拖鞋，它具有按摩的作用。因为拖鞋上相对足底穴位的地方，装有按摩点，所以人们在穿着 AK 按摩拖鞋的时候，就是在按摩脚部穴位，来刺激血液运行，加快我们人体的血液循环……”

客户：“等一下，你说的这些都是电视广告上的内容啊，我想听一些别的功效。”吴佳：“我说这位客户，你询问我们的产品，告诉你的不都是功效吗？”

客户：“我说你这位小同志，态度怎么这么恶劣啊？什么态度？”

说完，吴佳只听“砰”的一声，那边随即传来了忙音。

忌对产品不了解



失败案例

客户：“你好！请问你那里是爱牛电动车销售处吗？”

电话销售人员：“是的，女士！这里是爱牛电动车销售处，请问有什么可以帮助您？”

客户：“我在电视上看到你们爱牛电动车的广告，想咨询一下。”

电话销售人员：“那不知道女士相中的是哪一款啊？”

客户：“价格是 998 元、黑色的这一款。”

电话销售人员：“啊！这一款啊……这一款电动车呢……是用蓄电池来辅助能源的……”

客户：“喂！你说什么？我想了解这款车的耗电量！”

电话销售人员：“这一款车在自行车的基础上，安装了那个……”

客户：“……”

电话销售人员：“安装了电动机、控制器、蓄电池等操纵部件和……”

客户：“好了！这位销售人员你别说了！你给我讲的那些都是什么啊？”

电话忙音。

客户在对产品的信息全面了解之后，经过反复的研究，觉得完全符合自己的需求了，才会购买一件产品。但是，在研究的过程中，往往会对某个或某些关键的问题，仍存有疑虑，此时便会拨打销售人员的电话进行咨询。

显然，面对客户的问题，电话销售人员只有对答如流，才能征服客户，购买产品。这就需要电话销售人员对产品的信息了如指掌、如数家珍。

当客户询问产品基本构成的时候，电话销售人员应该像一位专业的产品设计师，客观、冷静地向客户阐述产品的构成、技术特性等，如果这些东西客户已经了解过了，那么电话销售人员可以适当地介绍公司的情况和产品在受众群中的口碑等。

实战支招



在接听客户的来电时，电话销售人员对客户的问题回答得越全面，表现得越专业，客户购买产品的概率越大，客户流失的概率就越小。



要注意，在回答客户对产品提出的问题过程中，如果能涉及产品可以为消费者带来的额外价值（见表 10-1），客户流失的概率将会更小。

表 10-1 产品信息及产品价值

产品构成	产品的额外价值
产品的名称、规格以及型号等	产品的品牌价值
物理的特性，如材质、外观等	性价比
产品的功能，技术含量	产品的售后服务
产品的价格及运输方式等	产品的特殊优势

忌没有掌握时间

这个时间包括两个方面的内容：一是电话铃响了之后，电话销售人员用了多久去接电话；二是电话销售人员要控制整个咨询过程的时间，如图 10-2所示。

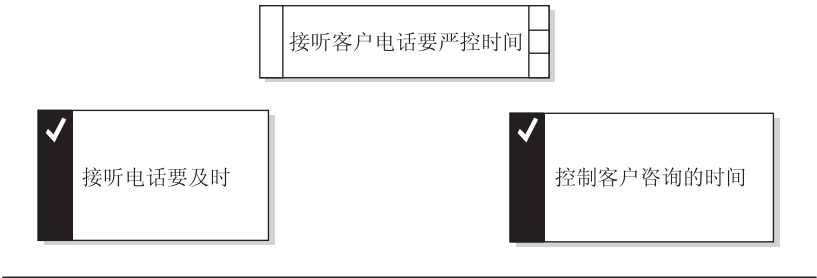


图 10-2 接听电话要掌握时间

1. 接听电话要及时

客户咨询电话对每一位销售人员来说，都是一次机会，所以在客户拨打销售人员的电话进行产品咨询的时候，如果没有特别要紧的事情要处理，电话销售人员一定要及时接听。

电话铃响第二声之后，电话销售人员必须马上接听。上班期间，故意挂话筒、无故不接电话等行为都是不礼貌的。

一般电话铃响 3 次，是接电话的最佳时机，销售人员拿起电话，说：

“您好！这里是×××公司。有什么可以帮助您？”

要注意，在接听被叫电话的时候，问候语、公司名称和愿意热忱为客户服务的态度要马上从电话里体现出来，避免出现下面情况。

电话铃响3次甚至更久之后，电话销售人员才接电话，而且是从鼻子里哼出了一句：“喂！什么事儿？”

这样只会让客户十分不满，给客户留下极其恶劣的印象。客户拨打公司的电话，说明客户对公司的产品有需求，并且对公司的产品产生极大的兴趣，有意购买。

如果客户的电话响了很久，电话销售人员接起之后应该先向客户表示抱歉：“您好，这位先生（女士）！不好意思，让您久等了！”之后才是自我介绍，为客户服务。



有时，客户要寻找的是另一位电话销售人员，如果客户要找的人在的话，应对客户说：“请稍等，××马上过来！”然后去把那位电话销售人员找来为客户服务。如果客户要找的人不在，接电话的人可以礼貌地向客户解释并提出解决方案，以免浪费客户的时间。

2. 控制客户咨询的时间

电话销售人员必须将客户咨询的时间控制在3~5分钟之间。

咨询的时间过短，客户也许会听不明白销售人员要表述的意思；而咨询的时间过长，客户又会产生厌烦心理。



在咨询的过程中，有关客户咨询的重点问题，电话销售人员可以适当重复，进一步阐释。但是，无论如何，电话销售人员一定要将客户咨询的时间控制在3~5分钟之间。



忌回答客户不敬

失败案例

韩娜大学毕业不久，应聘到一家外企的销售部工作，因为是新人，主要工作就是接听客户拨打的咨询电话。韩娜以为这活儿特别轻松，可是真正做起来，全部门出纰漏最多的就是她。

部门电话响了，韩娜接起来说：“您好！BD公司销售部，请问您找哪位？”

客户：“你好，我找一下销售部齐爽。”

韩娜：“这位老先生，您要找谁？齐爽啊？您等等……”

韩娜也没捂着话筒就扯开嗓门，喊了起来：“齐爽啊！有个老头找你，快过来接电话！”

然后拿起话筒，对那边说：“老先生，请您稍等啊！喂……老先生……”

一阵忙音，对方已经挂断了电话。



一名电话销售人员有没有最基本的涵养，很大程度上就是体现在接听客户咨询电话的过程中（见图 10-3）。在接听客户电话的时候，切忌电话销售人员的语言中出现不恰当的语句，那样会出现尴尬。

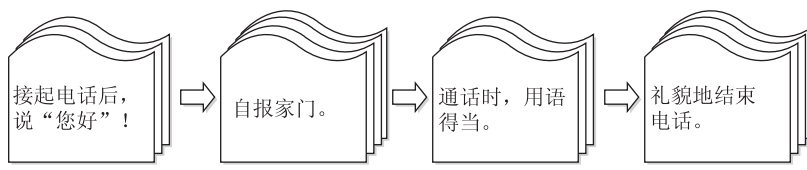


图 10-3 接听电话流程



实战支招

在电话中出现不敬的语言，是导致客户流失的重要原因之一。

1. 接听电话伊始

电话销售人员在接起电话之后，说的第一句话应该是：“您好！”然后必须自报家门，要知道主动表明身份是销售成功的第一步。有的时候，客户为了确认接通的是否是他要找的部门，往往在你接听电话之后，问一



句：“请问这里是××公司的销售部吗？”

这时你应该回答：“是的，这是××公司销售部。我是销售部的客户代表×××。我能为您做什么呢？”

电话销售人员要切忌在刚刚接起电话的时候，一张口就问客户：

“喂，找谁？”

“喂，干吗啊？”

.....

更不能像查户口一样地询问客户：

“你谁啊？”

“有什么事儿啊？”

.....

这些都是一种很不礼貌的，甚至是冒犯客户的语言。

2. 接听电话过程中

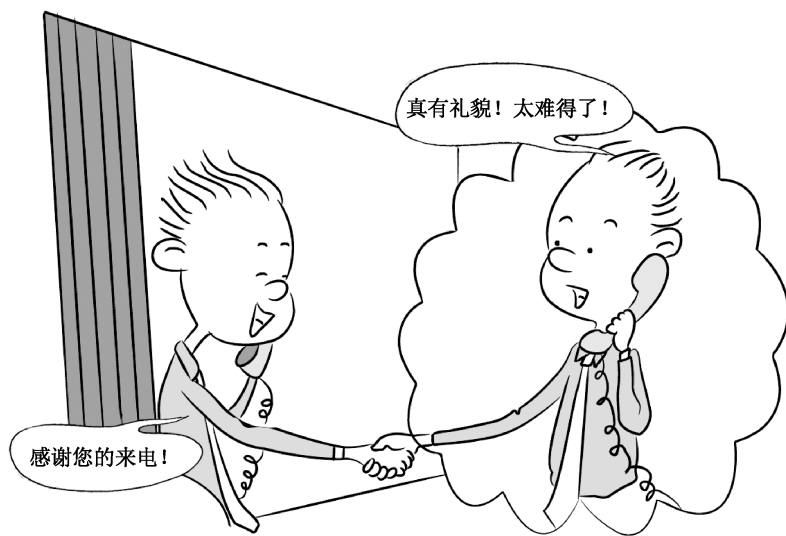
在接听电话的过程中，电话销售人员要用语得当，这样才会使客户被愉快的氛围包围、感染，从而轻松地进入到与电话销售人员的沟通中。

此外，在接听电话的过程中，电话销售人员一定要对每位客户一视同仁，不能戴有色眼镜。

3. 结束通话

在电话咨询结束之后，电话销售人员要适时感谢客户的来电。一定要注意，千万不能因为接待的是电话客户，并不是直接面对的客户，就对他们爱答不理。

实际上，客户是销售人员的上帝，更是销售公司的衣食父母，销售人员、销售公司的成长与盈利都有赖于客户，因此销售人员对客户应该时刻心存感激。



实战支招



在结束通话的时候，电话销售人员一定要请客户先挂电话，因为如果是电话销售人员先挂电话，那么客户一定会先听到一声“咔嗒”，这或多或少会使客户感到些许的不舒服。

如果在电话沟通的过程中，遇到了交流起来没有时间概念的客户，那么此时电话销售人员可以委婉、含蓄地表示：

“吴女士，我不再占用您宝贵的时间了!”

“郑先生，下次得多向您讨教讨教!”

以此来引导客户挂断电话。



成功范例

广州周先生打电话给远桥公司广州分部的林董洽谈业务。

接待人员：“远桥公司广州分部，您好！请问您找哪位？”

周先生：“林董在吗？”

接待人员：“请问您是哪里？”

周先生：“我是广州丽金广告公司的周博。”

接待人员：“现在我帮您转接，看一下林董现在在不在。麻烦您稍等一下，好吗？”

周先生：“好的，谢谢你！”

.....

接待人员：“很抱歉，周先生！林董刚刚出去，现在还没回来！请问您有什么事，我帮您转告一下？”

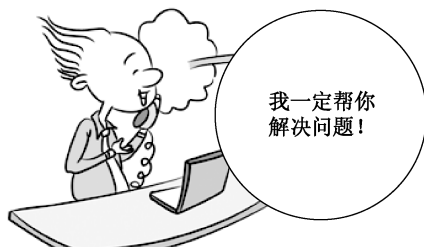
周先生：“那好吧！今天致电给林董，是想告诉他，这一期公司的广告企划案已经发到他的电子邮箱里了，请他看一下哪些地方需要修改。你帮我转达一下吧！”

接待人员：“好的，我一定会转告林董的。”

周先生：“谢谢！”

接待人员：“不客气！再见！”

周先生：“再见！”



忌使用消极用语

成功范例

电话销售人员：“您好！这里是闰春伞业，有什么可以帮助您的？”

柯先生：“你好！我听说闰春伞业推出了一批采用纳米材料制作的雨伞，是吧？”

电话销售人员：“是的，先生！这款雨伞采用纳米材料，而且价钱不贵，可以说是一款性价比非常高的雨伞。”

柯先生：“我想购买，可是买不到啊！”

电话销售人员：“是这样的先生，这款雨伞的市场需求量非常大，我们公司正在加快生产。我想下周您就可以在市内各大商场买到了！”

柯先生：“是吗？那挺好的！”

电话销售人员：“这位先生，可以把您的名字告诉我吗？还有住址！”

柯先生：“可以，柯宇，家里住址是……”

电话销售人员：“谢谢先生！先生再见！”

柯先生：“好的，再见！”

在接听客户的咨询电话时，电话销售人员应该保持积极的态度，选择相对积极的方式，尽量使用体现正面含义的词汇与客户进行沟通。



例如，向等候多时的客户致歉的时候应说“非常感谢您的耐心等候”，而不是“抱歉让您久等了”，因为前者传递的是一种感谢，后者更多的是



强调“久等”。

再如，关于同一问题，客户几次三番地咨询你怎么解决，如果电话销售人员表示“您不能再犯上次的使用错误了”，客户并不能感觉到电话销售人员是想帮他解决问题，反而感觉到埋怨的意思。所以，在这个时候，如果电话销售人员表示“我相信这次一定可以帮您解决这个问题”，效果会更好。

在表 10-2 中左侧一栏是消极的用语，右侧一栏为积极说辞。

表 10-2 消极用语与积极说辞

消极用语	积极说辞
您说的那件产品，我们店已经卖完了	市场的需求很大，我们店暂时没货
你怎么总对我们公司的产品有疑问啊	您的问题提的很有水准
我不能把他的手机号给您	我想您应该向他本人要手机号
您叫什么名字啊	可以把您的名字告诉我吗
您还是没弄明白，您听好我再说最后一次	可能是我没表达明白，我再给您解释一下

此外，有很多销售人员在挂断客户的电话之后，有说脏话的习惯，来表示对客户的不满。这种习惯是不允许电话销售人员养成的，否则长此以往，坏习惯会影响到销售工作。

忌接听三心二意

失败案例

在琳达化妆品公司，销售部经理正在批评销售人员冯兰，原因是冯兰上午接听老客户纪女士的咨询来电的同时，还在跟男朋友通电话，遭到纪女士的投诉。

冯兰：“您好！这里是琳达化妆品公司。”

纪女士：“你好！我是纪华！”

冯兰：“是纪姐……请问有什么可以帮您的？”

此时，冯兰的手机响了，冯兰边说话边打开手机查看，原来是男朋友

的电话。冯兰按了接听键：“喂！什么事儿？工作呢？”

男朋友说：“家里的水电费该交了啊！你下班的时候给交了吧！”

冯兰刚想拒绝，就听这边纪女士说：“现在不是换季了嘛！我想换一套精华乳液啊！小冯啊，你给我推荐一个吧！”

冯兰：“什么？纪姐，您刚才说什么？”

纪女士：“我是说啊！现在……”

趁纪女士说话的空当，冯兰跟男友说：“我下班的时候已经过了交水电费的时间了，还是你去……”

男友说：“不行啊！今天要加班啊！”

冯兰：“早不加、晚不加，怎么就今天加啊？是不是去鬼混啊？”

男友：“……”

纪女士：“哎！小冯！你说谁鬼混呢……小冯，在听吗？”

冯兰：“没有！纪姐！我没说您！我在说我男朋友！”

纪女士：“你男朋友？你怎么能在这个时候跟男朋友通电话呢？我要投诉！”

在接听客户咨询电话的时候，电话销售人员切忌三心二意，去做其他的事。例如，在接听电话的时候查看电子邮箱、回复短信等，都是在接听客户电话的时候应要避免出现的行为。



在回答客户问题的过程中，经常会遇到自己手机铃响的时候，此时电话销售人员如果同时拿起两个电话讲话，造成电波干扰，导致声音交

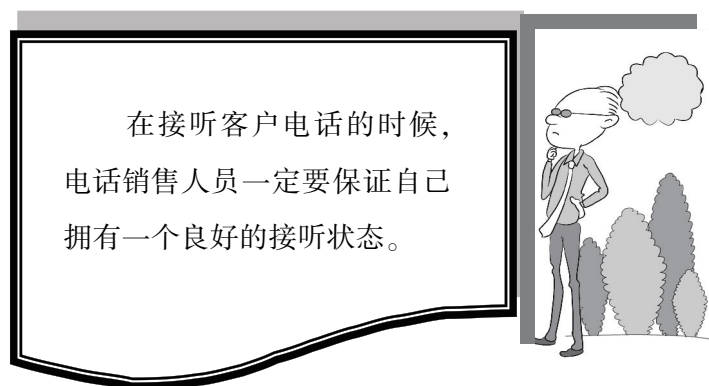


错，最终的结果就是两个电话都听不清楚。电话销售人员一旦遇到这种情况，应该分清两个电话孰轻孰重，理性地选择应该先接听谁的电话。

此外，在接听客户电话的过程中，电话销售人员不要对着话筒打哈欠，更不能吃东西，并且严禁电话销售人员与同事说话。如果同事的事情不是很急的话，电话销售人员可以做手势请他稍等，结束与客户的电话之后再帮同事解决。

忌接听状态欠佳

对于电话销售人员来说，客户拨打你的电话，就是有意购买你的产品，如果电话销售人员的接听状态欠佳，很可能影响客户的心情，导致客户流失，影响自己的业绩。



电话销售人员接听客户电话的注意事项如图 10-4 所示。

1. 心情

在接听客户来电的时候，电话销售人员要保持良好的心情。虽然客户看不见你，但是他却能被你欢快的语调感染，这样客户便对你产生了极佳的印象。

2. 声音

在接听客户电话的时候，电话销售人员的声音要温文有礼，声音不能

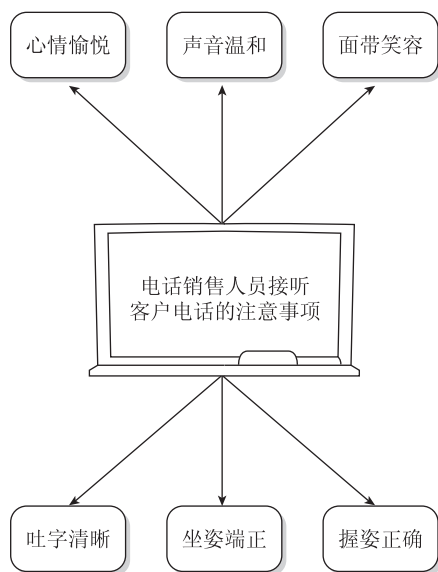


图 10-4 接听客户电话的注意事项

过大也不能过小。声音过大，在客户看来也许是一种没有教养的表现；声音过小，很容易被客户解读为没有底气、没有自信。

3. 笑容

当电话铃响时，电话销售人员一定要面带笑容地拿起电话，这样你的声音将会充满热忱。永远不要以为“笑容”只能以脸为载体，表现在脸上，其实它是会隐藏在声音里的。如果绷着脸接电话，那么电话销售人员的声音将会变得冷冰冰，给客户的感觉就是赶紧挂电话。

4. 吐字

接听电话时吐字一定要清晰，要不然客户会听不清楚你在说什么。而且应避免口头禅，否则会给客户造成一种过于随便的感觉。在回答客户问题的时候，更不能使用不耐烦的口吻。

5. 坐姿

很多电话销售人员认为，在接听客户咨询电话的时候，客户看不见自



己的姿势，便在接电话的时候出现一些不雅的姿势。其实，客户是可以在咨询的过程中，“听”到这些不雅姿势的。

在接听电话的时候，如果电话销售人员弯着腰躺在椅子上，那么传递到客户耳朵里的声音将是非常懒散的，给客户的感觉就是你无精打采，这是对客户不尊重的表现。

但是如果电话销售人员现在坐姿端正、身体挺直，那么传递到客户耳朵里的声音将是亲切悦耳的，给客户的感觉就是你全身充满了活力，非常愿意为客户服务。

6. 握姿

握姿指电话销售人员接电话的姿势。很多电话销售人员选择用右手拿话筒接听客户的咨询电话，其实这是一种不专业的表现。

因为在回答客户关于产品的问题的过程中，电话销售人员一定要做一些文字记录，在写字的时候一般都会将话筒夹在肩膀上面，这样比较方便记录。可是如果夹不好，电话就会掉下来，一旦发出刺耳的声音，就会让客户感觉不舒服。

所以，为了避免这种现象发生，提倡电话销售人员养成用左手拿话筒的习惯，以使用右手写字或操作计算机，这样就可以自如地回答客户的问题了。

忌不做信息记录

客户拨打电话咨询产品问题，电话销售人员一定要有效接听，才能对答如流。只有这样，才能防止客户流失。

在客户的电话刚刚被电话销售人员接听的时候，电话销售人员首先应确认客户的身份，了解其来电的目的，这样有助于了解客户对产品有哪些需求。

其次，电话销售人员应该耐心地倾听客户提出的问题，这样才能有的放矢地解答，进一步去销售。在此过程中，电话销售人员一定不能打断客户讲话，尽量让客户多讲话，这样才方便电话销售人员准确理解客户的意思。



实战支招

防止准客户流失，从记录客户来电记录开始。

成功范例

晶瞳眼镜销售中心内，木晨正在接听一位客户的电话，此时电话已经接近尾声。

木晨：“先生！刚才您反映的主要问题是佩戴框架眼镜时眼镜会不舒服是吧？”

客户：“是的！所以我想配一副隐形眼镜，都说你们中心的产品质量上乘，佩戴无涩感……”

木晨：“哦，是这样啊！先生，建议您什么时候有时间，亲自到我们中心来一趟，请我们中心的医师为您做一下测试，看看您适合什么类型的隐形眼镜。您看可以吗？”

客户：“好的！我这周日休息，会有时间！”

木晨：“那么，先生就给您约在这周日上午十点整，您看方便吗？”

客户：“好的！”

木晨：“先生贵姓，在哪里工作？”

客户：“请问有什么事儿吗？”



木晨：“先生，请放心！只是做一下登记而已！”

客户：“哦，好的！免贵姓倪，倪克，在大华公司任人力资源专员。”

木晨：“好的！谢谢先生！我们周日见！”

在接听客户电话的时候，电话销售人员一定要备有纸和笔，以便做来电信息记录。做好来电信息记录，方便电话销售人员了解客户，针对客户反映的问题给予回答并提出有效的解决方案，而且对日后的销售工作也是很有帮助的。

电话销售人员有必要设计一款专门记录来电信息的表格（见表 10-3），这样做不至于漏掉一些非常重要的内容。

表 10-3 记录客户信息

客户的姓名	
客户的职务及公司名称	
客户的来电号码	
客户的来电时间	
客户询问的主要内容	

第 11 章 电话销售流程应用的 5 个禁忌

电话销售的模式相对轻松，但是需要销售人员掌握其中的核心技巧，才能将电话销售的优势发挥得淋漓尽致，取得更多的利益。



掌握核心技巧，电话销售将如履平地……

电话销售人员：“您好！麻烦您转一下行政部黎经理的电话，谢谢！”

前台：“您好！请问您是？找黎经理有什么事情？”

电话销售人员：“我是金泰公司的业务部经理杨克明，今天给黎经理打电话，主要的目的就是想跟黎经理讨论一下，关于贵公司提高文书归档效率的技巧问题。”

前台：“好的！请您稍等！”

电话销售人员：“谢谢！”

前台：“不客气！”

……

黎经理：“您好，杨克明是吗？”

电话销售人员：“是的，黎经理您好！我是金泰公司业务部经理杨克明，我们公司是处理文书归档的专业公司。现阶段我们公司新研发出一款产品，能使贵部门的任何人在 10 秒钟之内就能找出档案内的任何资料，



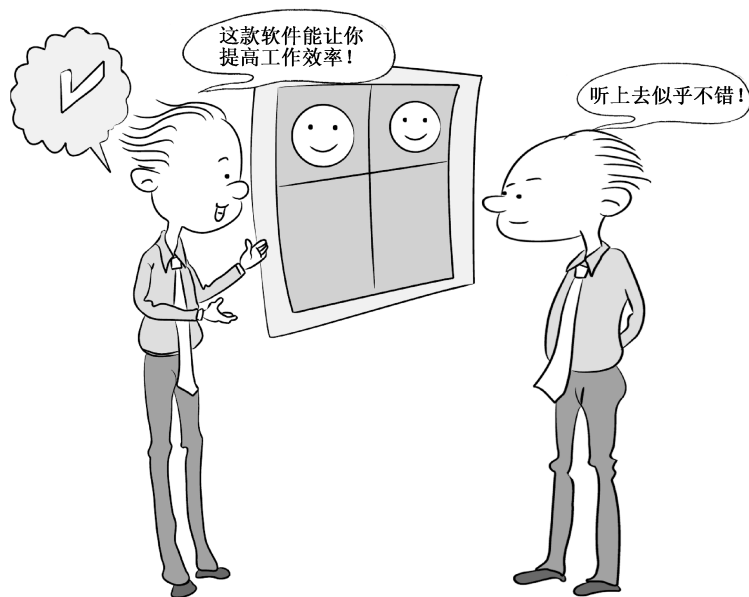
相信一定可以提高贵部门的工作效率。”

黎经理：“10 秒钟？你保证？怎么可能这样快？”

电话销售人员：“我相信黎经理的时间非常宝贵，电话里始终说不明白。您看，今天周三，不知道您这周四有时间还是周五有时间，给我一个拜访黎经理的机会，当面向黎经理介绍这个产品。你看可以吗？”

黎经理：“就明天吧！明天下午三点，好吗？因为周五全公司要开会！”

电话销售人员：“好的！谢谢黎经理，我们明天下午三点见！”



忌不了解客户的需求

电话销售人员只有探明客户的需求，才能对客户进行分析，采取最有效的方法向客户进行销售。了解客户需求要注重“听”和“问”（见图 11-1）。

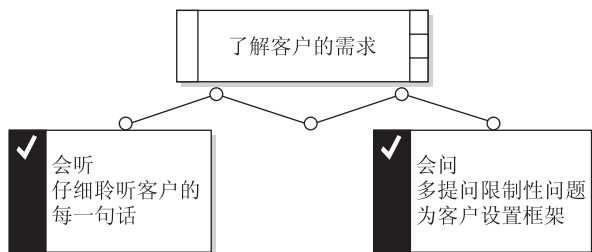


图 11-1 成功了解客户的需求的方法

1. 会听

在电话销售人员一定要认真倾听客户对你说的每一句话，要知道，客户的需求都蕴藏在他所说的每一句话里。

在听的过程中，电话销售人员不能打断客户的话，在此基础上还要刺激客户多说话，这样我们了解客户的需求将会更全面。只有听客户的话，电话销售人员才能知晓客户对产品都有哪些需求，以便调节销售攻略，促成交易。

2. 会问

客户的需求分为显性和隐形两种，对于客户的显性需求，电话销售人员完全可以听出来；而想要了解客户的隐形需求，就需要电话销售人员会问，这个问指提问题。

在电话销售的过程中，向客户提问题，一定要多提有限制性的问题，这样客户就会在电话销售人员既定的框架里思考，得到的答案对销售工作将会非常有利。

忌不能抓住客户注意力

成功范例

王征是一名电话销售人员，推销的产品是办公设备。这一天，他给大学里的一位学长打电话，推销自己的产品，这位学长现在是一家外企的采



购部经理。

王征：“学长，您好！还记得我吗？我是王征。”

学长：“你好！王征啊！现在做什么呢？怎么才联系我啊？”

王征：“学长，关键是怕打扰您啊！您现在可是外企的大经理了，哪还有时间像我们上学的时候那么玩啊！”

学长：“谁说的啊！哪里的话！以后有什么需要帮助的，只管说。”

王征：“学长！眼下还真有一件事请您帮忙！我现在在一家办公设备公司做销售，眼看到月底了，能不能帮帮忙啊？”

学长：“我说你小子，真的是无事不登三宝殿啊！不过，巧了，我们公司下个月正准备装修呢！这忙啊！我是帮定了。”

王征：“那先谢谢学长了！”

学长：“别客气！”

如果在销售工作进行之前，电话销售人员能够抓住客户的注意力，不仅能消除客户的紧张，更易获得客户的好感，对销售工作也很有帮助。抓住客户注意力的方法如图 11-2 所示。

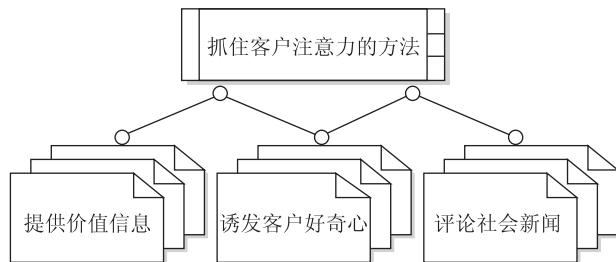


图 11-2 抓住客户注意力的方法

1. 提供价值信息

向客户提供有价值的信息，是电话销售人员抓住客户注意力的方法之一。例如，了解到客户有炒股的习惯，电话销售人员就可以向客户提供一些市场行情或者利好消息等。这就需要电话销售人员通过各种途径，充实

自己的知识。

2. 诱发客户好奇心

在电话接通之初，如果电话销售人员直接向客户销售产品，会令客户产生反感。此时，电话销售人员可以讲一些能够激发客户好奇心的话，将他们的思维引到电话销售人员可以控制的范围之内。

实战支招



电话销售人员必须注意的是，诱发客户好奇心的问题一定不能采取耍花腔式的提问方式，因为采用此种方法往往很少成功。

忌忽略客户购买信号

因为电话销售的特殊性，在通话中电话销售人员往往不能看到客户的表情。所以，此刻“倾听”就显得尤其重要了，可以从客户的声音中识别并且捕捉客户所发出的购买信号。因为一旦识别不出客户的购买信号，导致的结果就是与成交的机会失之交臂。

购买信号

客户常常不会直接发出真实的购买信号，而是通过不自觉地表露态度和潜在的想法，情不自禁地发出一定的购买信号。

客户往往通过语言、行动、表情来传达购买信号。大多数情况下，客户不会主动表示购买，但是一旦他们有了购买产品的愿望，通常都会不自觉地发出购买信号。

即使购买信号不会导致客户购买行为，但是电话销售人员一旦发现客



户流露出购买信号，就应该把其当做促使交易达成的有利机会。

实战支招



购买信号指客户在接受电话销售人员推销的过程中所表现出来的成交意向。

识别购买信号



失败案例

电话销售人员邓世博正在通过电话，向客户远成电子的董事长沈先生推销公司近期新研发的彩色打印机。

在整个电话销售的过程中，客户沈先生已经向电话销售人员邓世博发出了他的购买信号，而邓世博却未能及时识别其购买信号，更没有及时询问客户是否想购买，最后以失败告终。

邓世博：“您好，我是普达打印机的邓世博。我们公司的市场调查人员反映，您需要一部彩色打印机在家使用，是吗？”

沈先生：“是的！”

邓世博：“现在我向您推荐的是我们公司新研发的 P6 型打印机，它的特点是打印速度快、效果很好，而且价格也是非常公道的，最重要的是我们公司这款 P6 打印机是彩色打印机，完全符合沈先生您的要求。”

沈先生：“哦，是吗？那么它的耗材价格昂贵吗？”

邓世博：“这个您放心，P6 后期的耗材价格非常便宜，而且这款打印机体积非常小，安装也很方便，非常适合家庭使用。”

沈先生：“听起来是不错！那多少钱一台？”

邓世博：“1378 元，沈先生。我们的价格是很合理的！”

沈先生：“……那贵公司的售后服务怎么样？”

邓世博：“沈先生，售后服务您完全不用担心！我们公司的售后服务制度非常健全，在购买产品后，一个月之内出现问题可以包换，一年内包修。而且我们公司在全国大中城市都有售后服务处，您完全可以放心购买！”

沈先生：“那我们采取哪种支付方式呢？”

邓世博：“一是您可以直接把款打到我们公司的账户上；二是您可以通过邮局给我们公司汇款。您可以在这两种方式之中任选其一。”

沈先生：“……”

邓世博：“我们公司的产品，目前在市场上很有优势……”

沈先生：“不好意思！我现在暂时还不需要！”

邓世博：“喂！沈先生……”

听着话筒里的忙音，邓世博不知道沈先生为何就不需要了呢！

实战支招



当客户出现询问产品的功效、使用方法、保养的步骤、价格以及与竞争对手的产品有什么区别等内容的时候，电话销售人员便可以认为这是客户在发出购买信号了，至少客户已经开始对产品感兴趣了。

例如，电话销售房产，客户询问房屋的细节等问题，客户询问是否赠送家电的细节，这是客户第一次发送出购买的信号。

如果客户不想购买，是不会浪费时间询问房屋细节的。如果客户接着



继续询问该房屋的价格，并讨价还价，如“价格是否能够有一定折扣”、“有什么优惠”这种以种种理由要求降低价格的语言，就是他再次发出了购买信号。

此时，客户已经将产品的利益与其支付能力在进行比较。如果客户继续询问房屋的售后服务细节，这是他第三次发出购买的信号。如果客户继续询问付款的细节，这是客户第四次发出购买信号。客户询问签售期、售后服务等方面的问题时，有可能就是马上签订合同的最好时机。

实战支招



作为一名电话销售人员，一定要牢记这样一句话：
客户提出的问题越多，成功的希望也就相应越大。

忌报价环节出现差错

成功范例

一名电话销售人员正在与客户交谈关于产品价格的问题。

电话销售人员：“这位先生，关于这件产品其他的事我都可以帮您落实，但是关于价格问题，我实在是爱莫能助啊！因为在上周给您发的电子邮件里我已经说明了，只要您在我们学校参加培训，半天也是按照一天的时间来计算费用的。您还有什么问题吗？”

客户：“这点我很清楚，可是如果按照我的计算方式来计价的话，贵学校应该在我们培训的基础上再打8折，如此一来，我将省下一大笔费用啊！”

电话销售人员：“先生……”



客户：“你也知道，在此之前，我们公司已经与你合作过一次，而且价格非常合理。我实在不明白，你们这个培训机构对待老客户就是这种模式吗？”

电话销售人员：“先生，您刚才说的那个价格方案真的行不通，而且您也知道原来的价格是很低廉，但那是销售人员为了完成业绩而进行低价交易，那位销售人员已经接受处分了。我不可能那样处理了。”

客户：“难道价格一点都没有余地了？”

电话销售人员：“先生，真的没有余地了，这已经是我的底线了。”

客户：“那我真的要好好考虑考虑了！”

电话销售人员：“要不这样吧！我再跟领导商量一下，10 分钟后给您回复。”

客户：“好！”

.....

电话销售人员：“您好！我跟领导商量过了，我们要保证双方的利益都不受侵害，您说对吧？我们站在您的角度思考问题的同时，也需要您也体谅我们……”

客户：“是的！你说得这点很对！”

电话销售人员：“所以我们的报价是在我说的基础上打九折，您看如何？”

客户：“好的，就这个价！我们成交！”

报价一直是一个困扰着每位电话销售人员的问题，这个环节关系着交易是否能完成。其实，每位电话销售人员都应该根据不同的客户采取不同的报价方式。



实战支招



电话销售人员应该在报价之前进行充分的准备，这样才能在报价的时候掌握主动权。

在电话销售进行到报价阶段时，如果电话销售人员一味地按照自己的思维方式来沟通，很可能损坏与客户之间的关系，更有可能导致这次交易失败。所以，为了避免伤害到客户的利益，电话销售人员一定要讲究方式方法。

介绍产品特点

报价正式开始之前，电话销售人员一定要争取先向客户介绍自己销售的产品特点。这样做有两方面的作用：一是可以让客户更好地了解产品；二是为销售人员的报价作准备。

实战支招



向客户介绍产品是一个打基础的过程，只有当客户对电话销售人员的产品有了充分的了解之后，电话销售人员才可以向客户报出最为合理的价格。

正确报价

电话销售人员报价的过程如图 11-3 所示。

第一，电话销售人员在向客户报价之前一定要做好准备工作，对产品

的整个情况有一定的了解。因为市场瞬息万变，产品的价格往往变化得也很快，所以电话销售人员一定要了解清楚供货方的卖价，这样才能了解同类产品的市场价格。

第二，电话销售人员更要了解客户的需求，分析他们的购买意愿，这样才能设计出一份行之有效的报价单。大部分客户都以物美价廉作为他们购买产品的衡量因素。

第三，报价要瞅准时机，如果电话销售人员错过了最佳的报价时机，这样很容易造成客户的抱怨，更有可能影响销售的进程。

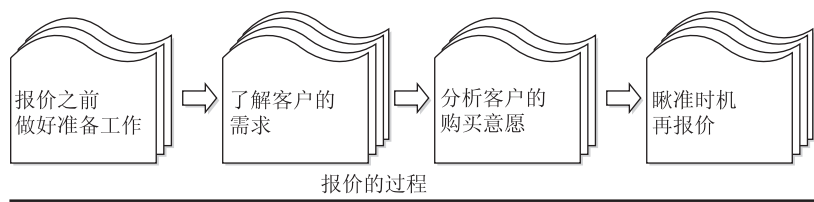


图 11-3 报价的过程

忌不及时发出成交邀请

电话销售进行到最后一步，就是成交环节，电话销售人员可以采取向客户发出交易邀请的形式促成交易。在向客户发出成交邀请的时候，电话销售人员千万不能太过直接，这样会使客户产生反感；但是如果过于追求稳妥，便错过了发出成交邀请的最佳时机，这样很可能导致电话销售失败。

针对那些个性比较顽固的客户，应使用“假设交易”法；针对那些性格比较温和的客户，完全可以使用“直接成交”法发出成交邀请；针对优柔寡断的客户，则要用“二选其一”法发出成交邀请。

在电话销售人员向客户推销的时候，可以根据客户的思维模式，提出一些让客户作出交易的问题。以此种方式来向客户发出成交邀请，这种方



法叫“因势利导”。

实战支招



向客户发出成交邀请，要不急不躁。而在整个环节中，电话销售人员一定要针对客户的特点，使用不同的成效技巧。

在使用这种方法的时候，如果客户给出的答案是肯定的，那么电话销售人员便可向客户发出成交邀请，此时客户是没有理由推辞的。

使用“因势利导”，要求电话销售人员的逻辑思维能力很强，才能保证问出的问题可以促使客户作出交易的决定。

实战支招



在提问的时候，一定要与电话销售的时机、氛围相吻合，一定不能出现不适合的问题，那样会导致销售节奏紊乱。

参 考 文 献

- [1] 逯毅君. 销售新人签单技巧七日通 [M]. 北京: 机械工业出版社, 2008.
- [2] 查尔斯 M 富特雷尔. 销售学基础: 顾客就是生命 [M]. 苏丽文, 译. 大连: 东北财经大学出版社, 2000.
- [3] 杰弗里·吉特默. 销售圣经 [M]. 张桦, 译. 北京: 电子工业出版社, 2005.
- [4] 斯汀奈特. 换上顾客的脑袋: 像顾客那样思考, 打造顶级销售 [M]. 盖梦丽, 译. 北京: 中信出版社, 2006.
- [5] 张烜搏. 一线万金: 电话销售培训指南 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2005.
- [6] 舒冰冰, 李向阳. 一点就通: 电话销售业绩倍增指南 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2006.
- [7] 谢夫曼. 销售的第一修炼: 电话销售与成交技巧 [M]. 籍琰, 等译. 4 版. 北京: 电子工业出版社, 2003 .
- [8] 一分钟情景销售技巧研究中心. 电话销售/一分钟情景销售技巧 [M]. 北京: 中华工商联合出版社, 2005.

机工经管读者俱乐部反馈卡

完整填写本反馈卡将可以参加幸运抽奖

每月我们将会抽出 10 位幸运读者，免费赠送当月新书一本

加入俱乐部，将会收到我们定期发送的新书信息

获奖名单将公布在 <http://www.Golden-book.com> 及 <http://www.cmpbook.com> 上

个人资料

姓名：_____ 性别：☐男 ☐女 年龄：_____

E-mail：_____ 联系电话：_____

传真：_____ 手机：_____

就职单位及部门：_____ 职务：_____

通讯地址：_____ 邮政编码：_____

单位情况

单位类型：

☐国有企业 ☐私营企业 ☐政府机构 ☐股份制企业

☐外资企业（含合资） ☐集体所有制企业

☐其他（请写出）_____

单位所属行业：

☐食品/饮料/酿酒 ☐批发/零售/餐饮 ☐旅游/娱乐/饭店

☐政府机构 ☐制造业 ☐公用事业

☐金融/证券/保险 ☐农业 ☐多元化企业

☐信息/互联网服务 ☐房地产/建筑业 ☐咨询业

☐电子/通信/邮电 ☐其他（请写出）_____

单位规模：

☐500 人以下 ☐500—1000 人 ☐1000—2000 人 ☐2000 人以上

关于书籍

1. 您购买的图书书名: _____ ISBN: _____
2. 您是通过何种渠道了解到本书的?
☐ 报刊杂志 ☐ 电视台电台 ☐ 书店 ☐ 别人推荐 ☐ 其他 _____
3. 您对本书的评价
内容 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差
编排 ☐ 易于阅读 ☐ 一般 ☐ 不好阅读
封面 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差
4. 您在何处购买的本书
☐ 书店 ☐ 网络 ☐ 机场 ☐ 超市 ☐ 其他 _____
5. 您所关注的图书领域是:
☐ 投资理财 ☐ 人力资源 ☐ 销售/营销 ☐ 财务会计
☐ 管理学与实务 ☐ 其他 _____
6. 您愿意以何种方式获得我们相关图书的信息?
☐ 电子邮件 ☐ 传真 ☐ 书目 ☐ 试读本
7. 如果您希望我们发送新书信息给您公司的负责人, 请注明所推荐人的:
姓名 _____ 职务 _____ 电话 _____
地址 _____ 邮件 _____

感谢合作! 请确认我们的联系方式

联系人: 胡嘉兴

地址: 北京市西城区百万庄大街 22 号机械工业出版社经管分社

邮编: 100037

电话: 010-88379705

传真: 010-68311604

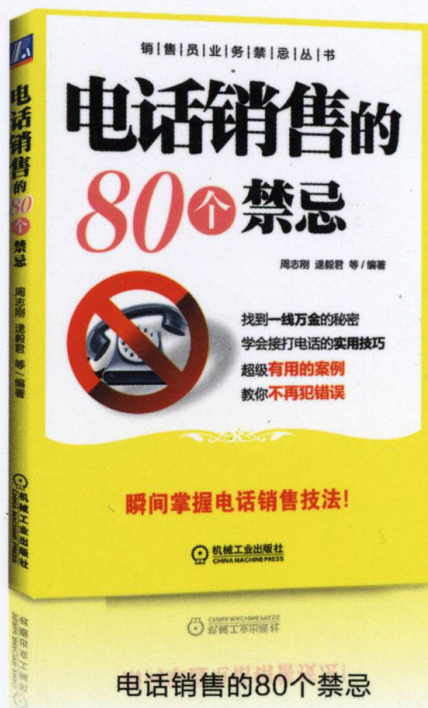
电子邮箱: hjx872004@yahoo.com.cn

登记表电子版下载请登录:

<http://www.golden-book.com/clubcard.asp> 或 <http://www.golden-book.com>

如方便请赐名片, 谢谢!

销|售|员|业|务|禁|忌|丛|书



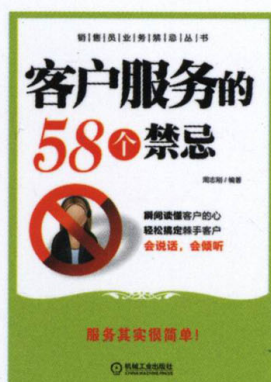
电话销售的80个禁忌



产品推销的78个禁忌



签单的84个禁忌



客户服务的58个禁忌

策划编辑: 曹雅君

出版咨询: caoyajuncc@sina.com

封面设计: 杨拉国

ISBN 978-7-111-35788-9

地址: 北京市百万庄大街22号

电话服务

社服务中心: (010)88361066

销售一部: (010)68326294

销售二部: (010)88379649

读者购书热线: (010)88379203

邮政编码: 100037

网络服务

门户网站: <http://www.cmpbook.com>

教材网: <http://www.cmpedu.com>

封面无防伪标均为盗版



定价: 32.00元

上架建议 市场营销

ISBN 978-7-111-35788-9



9 787111 357889 >