

<<电话行销七日通>>

图书基本信息

书名：<<电话行销七日通>>

13位ISBN编号：9787802515383

10位ISBN编号：7802515386

出版时间：2011-6

出版时间：金城出版社

作者：隋晓明.

页数：268

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;电话行销七日通&gt;&gt;

## 前言

朋友周涛现在已是某公司的业务经理，回想2年前她第一次做电话业务员时的情景，感慨万千。

刚刚走出校门，对她而言，一切都是那么陌生，那么“险恶”。

当时，她带着满腔的激情，应聘了第一份工作——电话推销业务。

实战前，她犹豫了足足15分钟，最终还是用颤抖的手拿起了沉重的听筒。

电话铃声响过以后，另一头拿起了电话，是一个中年妇女不耐烦的声音。

周涛“做”了个笑脸说：“我……我是××广告公司的，请问您有……”那妇女就通过电话不耐烦地说了一声：“做业务的，没有！”

“砰”，电话挂上了。

当她艰难地拨第二个电话的时候，一位女士接起电话，警惕地问她干什么，当周涛说出缘由时，她说声“不做”，也顺势把电话挂上了。

就这样，从早上到中午，周涛遭到了无数次的拒绝与打击。

所有的电话，都毫不留情地对她挂上了，只剩下最后的一个电话号码，周涛这时反而不再害怕。

不知为什么，她心头莫名地涌起一种悲壮，两手不再颤抖，从容地微笑着。

最后一个电话接通了，是一位少女微笑着的声音。

她说：“这是你打的第几个电话啊？”

“我今天所有电话号码的最后一个。”

“真是不容易！”

而实际上，在打第一个电话时，周涛就紧张得喘不过气来，甚至结巴得话都说不出来。

周涛十分感动，因为少女用同情嘉奖了她的最后的努力，并给了她信心。

而她在下班的时候，也对所有被挂掉的电话心怀感激。

她心怀感激，而不是诅咒，因为从某种意义上说，是它们激发了她的斗志，从而战胜了羞怯，强化了信心。

记得一位医生曾经告诉我一种现象：一年里不患一次感冒的人，患癌症的概率是患感冒的人的6倍。这似乎有点奇怪，但却是真理。

据观察，一条鱼独自在一个鱼缸里，没几天就死了，而三条鱼放在同一个鱼缸里，可以活一年多，因为它们在一个“竞争氛围”中，越活越有“战斗力”！

正如周涛所概括的那样：正是那些未能摧毁我的东西，使我变得更加强健。

可见，电话业务是个先难后易的事情。

现在从业的绝大多数电话业务员，尽管有着高学历和一定的工作经验，却因为不能灵活利用“电话”所带来的无数机遇，以致操作起来阻力重重。

如何驾驭电话使其发挥到最大效用，本书着重论述的“七天打造顶尖业务员”，就包含了这项业务的全部精髓。

精髓主要涉及两件事：一是岗前的准备工作(第一天)；二是善始善终(第七天)。

通常的情况是，想吸收个潜在客户，电话里却很难奠定一个良好的开端，甚至不能达成一个见面的约定，更别说建立稳固的合作关系了。

本书揭示的一些技巧，是无数的电话业务员集体智慧的结晶。

其实，电话业务既是一种心理战，又是一种语言战；既是一项本职业务的检测，又是一种业务能力的发挥。

因此，要打一个成功的业务电话，必须掌握以下五个方面的技巧：一、千里“姻缘”一线牵(第二天)；二、建立超强的亲和力(第三天)；三、拒绝不等于结束(第四天)；四、好事多磨(第五天)；五、谈好的订单别丢了。

同时，每一节的后面，都附有世界顶尖电话业务员的经典案例和技巧，读者可以很轻松地掌握并在工作中熟练运用。

望所有的电话业务员都成“顶尖”的！



## <<电话行销七日通>>

### 内容概要

电话行销是用嘴巴创造财富的过程，隋晓明主编的《电话行销7日通》通过七个部分讲解如何成为一名优秀的电话行销高手。

文中“顶尖论评”

“冠军絮语”等小栏目可谓画龙点睛，详细解读了世界顶尖电话业务员的经典案例和技巧，《电话行销7日通》不但适合业务人员学习使用，也可作为销售管理者的贴身手册。

## <<电话行销七日通>>

### 书籍目录

#### 第一天：做好岗前的准备工作

- 顶尖业务员需要准备什么物品
- 详细的客户资料都包括什么
- 怎样多渠道获得客户资料
- 你了解客户的需要吗
- 如何塑造产品的优点
- 电话行销需要什么心态
- 如何拥有绝对自信
- 如何控制自己的情绪
- 在电话里怎样说话更有魅力
- 正确的电话提问有哪些方式
- 如何有效地接听电话

#### 第二天：千里“姻缘”一线牵

- 通话的基本步骤是什么
- 如何与接线人搞好关系
- 怎样赢得接线人的认同
- 怎样争取接线人的信任
- 如何与外行接线人打交道
- 如何做到以一当十
- 怎样摆脱纠缠不清的局面
- 如何对接线人进行引导
- 怎样判断接线人的身份
- 怎么解除接线人的戒心

#### 第三天：建立超强的亲和力

- 如何拉近与接线人的心理距离
- 怎样避免三番五次地打电话
- 如何使拍板人感觉你很棒
- 怎样做拍板人会获得美感
- 怎样塑造良好的第一印象
- 如何利用业务电话推销自己
- 如何通过演习克服障碍
- 电话里进行业务谈判如何听
- 业务电话的聆听法则是什么
- 怎样才能做到先亲近后洽谈
- 包袱为什么要抖在最佳的时刻

#### 第四天：拒绝不等于结束

- 怎样对接线人的拒绝进行反控
- 电话里说什么才不会被拒绝
- 怎样把握谈判的话题
- 陌生电话被拒绝时怎么办
- 怎样做才不被“我没空”推脱掉
- 如何集中精力打攻坚战
- 怎样通过积累去实现大目标

#### 第五天：好事多磨

- 与拍板人初次通话应注意什么

## <<电话行销七日通>>

怎样运用五要素法陈述观点

谈判如何开头才能魅力四射

如何与优柔寡断的拍板人交涉

怎样与拍板人进行讨价还价

如何应对若即若离型的拍板人

纠缠不清的谈判如何应付

遇到无病呻吟型的拍板人怎么办

如何应对自以为是的拍板人

如何与莫名其妙的拍板人通话

第六天：谈好的订单别丢了

如何运用不隐瞒缺陷成交法

怎样敦促拍板人才能尽快成交

如何运用双向托底法

怎样运用激将法成交

如何用求同存异促成交易

如何乘虚而入达成交易

怎样运用小范围选择法

如何运用机不可失成交法

第七天：善始善终

如何才能做到永不放弃

在电话中获得订单后做什么

电话成交后该干什么

电话暴单后该干什么

怎样调整暴单后的心态

## <<电话行销七日通>>

### 章节摘录

你了解客户的需要吗 你只有详细地掌握客户的信息，才能锁定客户真正的需要之所在。

例如：你要卖一台电脑给对方：“访问您是要进口的还是要国产的电脑？”

“请问您要价格高一点的还是稍微优惠一点的？”

“您是要品牌机，还是攒机？”

你充分地了解了客户的需要，你也就可能与客户签单了。

他们的需要不外乎是下面的这些，如果你能够比你的竞争对手更好地提供这些东西，你就比他距离成功更近一些。

**顶尖论评** 你的构想不仅要解决客户目前的问题，还要提出新的发展方向，也就是说，发现客户的潜在需要，这需要你对客户的业务了如指掌。

**适合的产品与服务** 在电话行销的过程中，要想使你的客户喜欢你的产品，你必须为客户提供适合的产品和服务。

怎样才能为客户提供适合的产品和服务呢？

首先，你必须了解自己的产品，只有自己了解了产品，才能为客户提供适合的产品和服务。

如果一个销售人员连自己的产品都不了解，怎么能使你的客户满意地购买你的产品呢？

电话业务竞争日益激烈的今天，如果一个业务员不了解自己或竞争对手产品的性能、用途、用法、维修、保养等等，很难干好电话业务，更不用说成为顶尖的电话业务员了。

熟悉自己行销的商品和服务是沟通电话业务员和客户的纽带，而加上后面所说的行销策略和技巧是一个电话业务员获得成功的法宝。

**产品的效用** 首先，你要清楚，你的客户购买的不是产品本身，他购买的是产品能够给他带来的效用。

比如他买一双鞋子，可能是自己穿，也可能是送人，还可能是摆在那里看，甚至是用来研究的。

**冠军絮语** 不要别人想买什么就只卖给他什么，那是一般业务员的做法。

顶尖业务员总是想办法在客户要求的基础上卖给更多的东西。

至少有一样你是可以给他的，那就是好的态度。

自己穿的鞋子，可能是平常在家里穿，也可能用于上班的时候穿，还可能是参加舞会的时候穿。

你的客户购买“这双鞋子”，到底是什么时候穿，你要搞清楚，那样才能针对他的目的，向他提出合理的建议。

实际上，你向客户卖出的，是一套客户面临的问题的解决方案。

只有把客户的问题搞清楚，你才能提出正好符合客户需要的解决方案。

**诚实守信** 你要知道，你的工作，不仅是卖出产品或服务，拿到货款。

你如果这样看待你的工作，我敢断定，你不是一个顶尖的业务员。

要知道，绝大多数有意见的客户，并不会在电话中跟你倾诉他们的意见，他们要做的仅仅是简单更换订货单位而已，却不会或很少告诉你不与你合作的原因。

因此，要让别人认为你是一个诚实守信的人。

无论在哪里，我都希望你是一个有诚信的人。

你的家人、朋友，还有客户、同事，没有人喜欢一个不诚实守信的人。

**诚**：对与你交往的人必须做到真诚，欺骗不是成功人士的能力；对你的客户，不能有任何的欺骗，不能有任何的不切实际的承诺，如果你做出了那样的承诺，很有可能，客户会根据你的承诺进行起诉，你很可能是惹火烧身。

**顶尖论评** 业务员必须分清楚什么是“业务中的正常的吹嘘，什么是关于质量与服务的真实承诺。”

在实际业务工作中，前者是唤起客户感情认同的，是虚的。

有水平的客户知道你在吹嘘，他不会把这些话当真；而后者，说出来就要负责任，是有可能拿到法庭上念给法官听的，你一定要小心。

**信**：守信用，重承诺是中国人评价商人的最重要的标尺。

不要试图虚伪地在你的同事、上司面前表现你的“智慧”，你是一个将要获得成功的人，你希望每

## <<电话行销七日通>>

个人都尊重你，首先你必须尊重别人。

客户需要的是未来 客户的需要，不仅仅是要解决现在面临的问题，而且需要未来的发展前景的推测、展望。

向客户推销未来是成为顶尖业务员的重要一步。

所以，你要研究客户的发展，看出客户的前景，然后向客户描绘出来，感染他，激励他，通过使用你的产品或你提供的服务，达到一个美好的未来。

这个前景就是你的构想，你向客户推销的就是这个构想，也是客户需要的。

你向潜在客户推荐的构想越多，你对他们的业务也就越了解，你自己发现的机会就越多。反过来，这些情况将促使你产生更多的构想，也会更完善你的构想，你的客户也越来越对你的构想感到满意，你的构想也就会产生实际的效益。

P17-19



## <<电话行销七日通>>

### 编辑推荐

隋晓明主编的《电话行销7日通》包含了电话行销的全部精髓，着重论述了如何用“七天打造顶尖业务员”，包括事前的准备工作（第一天）一直到善始善终（第七天）。

同时每一节后面，都附有世界顶尖电话业务员的经典案例和技巧。

内文设置有“名人名言”“顶尖论评”“冠军絮语”等小栏目，文后有“顶尖技巧”专栏。

是电话行销的入门手册，也是电话行销管理者的贴身宝典。

<<电话行销七日通>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>