

一点就通：电话销售业绩倍增指南

作者：舒冰冰 李向阳

中国
经营

品牌
忠诚
ADFAITH



电话营销金牌书系

一点就通

电话销售业绩倍增指南

第2版

舒冰冰 李向阳 著

赠光盘



美华论坛
www.mhjy.net



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 www.mhjy.net

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

| 认证项目 | 颁发双证 | 学费 |
|----------------------|------------------------------------|--------|
| 全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班 | 高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《人力资源总监》MBA 双证书班 | 高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书 | 1280 元 |
| 全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班 | 高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班 | 高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《营销经理》MBA 高等教育双证班 | 高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班 | 企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书 | 1280 元 |
| 全国《财务总监》MBA 高等教育双证班 | 高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《品质经理》MBA 高等教育双证班 | 高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《生产经理》MBA 高等教育双证班 | 高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《营销策划师》MBA 双证书班 | 高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书 | 1280 元 |
| 全国《物流经理》MBA 高等教育双证班 | 高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书 | 1280 元 |
| 全国《项目经理》MBA 高等教育双证班 | 高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |
| 全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班 | 全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书 | 1280 元 |



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课（远程函授+教学电子光盘自修+网络学院持续视频学习）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



【证书说明】

1. 证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
2. 毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明；。



【学习期限】

3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】

全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是职业经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习（专家、顾问24小时接受在线咨询，第一时间回答学员的提问和咨询）



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】

0451——88723232



【咨询教师】

王海涛 王耀辉 郑毅



【报名须知】

- 1、报名时请直接邮寄4张2寸免冠近照（要求蓝色背景）和一张身份证复印件
- 2、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com 或者传真至0451—88342620
- 3、交费后及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【报名地址】

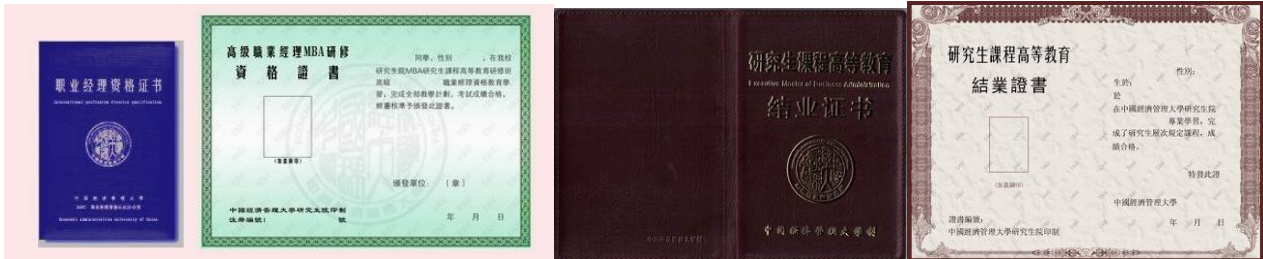
哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室美华教育（ 邮政编码：150020）



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】

| | | |
|-----|----------------|---|
| 方式一 | 邮局邮寄 | 邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 邮政编码：150020 |
| 方式二 | 学校帐号 | 学校帐号：184080723702015 开户银行：哈尔滨银行龙江支行 企业户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校 |
| 方式三 | 交通银行 (太平洋卡) | 帐号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心 |
| 方式四 | 邮政储蓄 (存折) | 帐号：602610301201201234 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心 |
| 方式五 | 中国工商银行 (存折) | 帐号：3500016701101298023 户名：王海涛 开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行 |

可以选择任意一种方式缴纳学费，建议使用第五种方式（中国工商银行，比较方便快捷）收到学费的当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材和考试问卷。

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电

认证系列：高级职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、财务总监、企业培训师、酒店经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、市场总监、营销策划师等学习认证系列。

颁发双证：通用高级经理资格证书 + MBA 高等教育研修结业证书 (含 2 年全套学籍档案)

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

1280

元

学习期限：3 个月 (允许工作经验丰富学员提前毕业) **收费标准：**全部学费

学校网站：www.mhjj.net **报名电话：**0451-88723232 **咨询邮箱：**xchy007@163.com

颁证单位：中国经济管理大学 **承办单位：**中国教育培训网 美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

电话销售业绩倍增指南

本书从实际操作角度，系统详尽地解剖了电话销售整个流程中各个环节电话销售人员使用的实用技巧和方法，总结并具体讲解了电话销售岗前准备的5个方面、6种经典开场白、突破秘书——前台的10个策略、与客户负责人谈判的13项修炼、16类客户拒绝应对策略、18种常用的成交促成法和建立长期信任关系的9种方法。这些方法和技巧实用有效。书中还详尽分析了电话销售人员在不同时期的心态，剖析了优秀电话销售人员的销售策略，读者可以从中受到启发。本书适合在呼叫中心或类似机构（如企业专设数部电话线）使用电话进行销售的人员、服务人员、技术支持人员，以及其他所有销售人员和销售管理人员阅读，也适合对电话销售模式感兴趣，准备或正在使用电话销售模式的人员阅读。

第一章

电话销售岗前准备的四个方面

一点就通

电话销售业绩倍增指南

在没有准备好之前敢于拒绝，而在自己准备好之后勇敢选择，这都是明智的抉择。

电话销售也应做好充分的准备，而这恰恰又是最容易被忽视的地方。很多电话销售人员要么不知道准备什么，要么做了准备也是敷衍了事。笔者的经验是：做好充分的准备对建立自己的自信心是非常重要的。在每一次要外出做演讲之前，笔者都会对自己要讲的内容反复自编自导3~5遍，直到烂熟于心为止。同样，在每次给自己的客户打电话之前，一样要做好充分的准备，让自己打出去的每一个电话都有很高的质量。

前言一：电话销售始于成交之后

传统的销售止于货款两清，即一旦成交，销售行为就宣告结束。新时代的销售恰恰相反，一次成交意味着

下一次合作开始，在成交的基础上进一步巩固彼此的合作关系。因为对于任何一家企业来说，客户永远都是最宝贵的资源，所以客户关系建立也就成了现今企业竞争的焦点。

同样，做电话营销也不能忽视客户关系的建立，特别是通过电话销售无形产品或者是金额较大的产品时，成交之后的关系维护尤其重要。

如何建立客户关系呢？其实客户关系建立的过程好比种萝卜的过程。

在农村长大的孩子应该都有过播种的经验：在春天种豆子或者在冬季种萝卜。就拿冬季种萝卜来说，整个过程可以细分为几个步骤。

第一步，选种、播种阶段。首先是选种，选种的过程就是在一大堆的种子里，认真挑选那些个头较大、颗粒饱满的种子，淘汰那些发育不全、干坏或者被虫子咬坏的种子。这是一个基础工作，一定要认真做好，如果种子没有挑选好，后期工作做得再好，收获也有限。种子选好后，就可以播种了，播种时，先要松土，然后再在松过的土壤上面铺一层土家肥料，诸如鸡粪、草灰之类，再把种子均匀撒在上面，然后再盖上一层薄薄的稻草杆，一切做好之后，再整个洒一遍水，这播种工作就算完成了。

第二步，精心培育阶段。种子播下去之后，需要耐心等待一段时间，萝卜种子才会发芽，当萝卜长出幼苗时，培育工作就开始了，因为很多杂草也会同时从土壤里长出来，这时就要细心地把杂草一根根拔掉。当幼苗长到半尺高时，就要适当施点肥，施过肥的幼苗长势会很旺，难免会有虫子来破坏，这样就必须杀虫。所以整个培育工作就是不断地除草、浇水、施肥、杀虫，以确保萝卜的长势不受干扰。

第三步，自然收获阶段。这是一个自然而然的结果，前面做好了，收获就是必然的。

在电话销售工作中，与客户建立关系的过程就像种萝卜。特别是通过电话销售金额比较大的产品，如某些机械设备、管理软件、培训课程、保险产品等上万甚至十多万的产品或服务时，想通过一通电话就把产品销售出去，困难相当大。这时，前期的关系建立就是非常重要的环节，因为一次交易的金额越大，负责交易的人承担的责任也就越重，所以在选择交易对象时就会特别谨慎，大的交易的一方定会选择与自己信得过的另一方合作。

与客户建立关系遵循一个循序渐进的规律，整个过程分为三个阶段：了解熟悉阶段、充分信任阶段、保持忠诚阶段。

每一个阶段，电话营销人员具体的沟通方式、跟踪方式都会不一样，这种不一样就是充分展示自己与众不同的最好途径。

舒冰冰

2008年8月1日

前言二：电话营销如何建立客户忠诚度

忠诚是客户关系建立中的最高级别，达到这一级别有几个标志。第一，客户与电话营销人员已经超越了纯粹的买卖关系，递进到像密友、兄弟一样的亲密关系；第二，只要客户有合作项目，第一时间就会主动联系自己，而不会找其他人；第三，客户会主动转介绍其他客户。以上这三点，恐怕是任何一个从事电话营销的销售人员都梦寐以求的阶段。

毫无疑问，培养客户的忠诚度是一件非常有挑战性的工作，是基于客户信赖基础上的更深、更高层次的关系建立。如何培养客户的忠诚度呢？

建立客户忠诚度可以从以下几方面努力。

第一，每一次合作之后，及时向客户表达感激之情。

很多电话营销人员会认为，与客户之间的关系已经这么熟了，还说什么感谢之类的话，那岂不是多此一举。这种心理，恰恰就是心理学上的“过渡理由效应”。

什么是“过渡理由效应”？在日常生活中，我们都有过这样的体验：亲朋好友帮助我们，我们不觉得奇怪，因为我们会这样想“他是我的亲戚”，“他是我的朋友”，他们理所当然要帮助我们。若是一个陌生人向我们伸出援助之手，我们则会认为“这个人乐于助人”。同样，在家庭生活中，妻子和丈夫常常无视对方为自己所做的一切，因为“这是对方的责任”，而不是因为“爱”和“关心”。一旦外人对自己做出类似行为，我们则会认为这是“关心”和“爱”的表示。这种现象就是心理学上所说的“过渡理由效应”。

每个人都力图使自己和别人的行为看起来合情合理，因而总是想方设法为这些行为寻找合理的理由，当我们的亲人和朋友以及关系较好的客户为我们提供帮助时，我们总是找到一个简单的理由安慰自己：“因为我和他们的关系好，所以他们帮助我，这是理所当然的。”因此丧失了很多次被感动的机会，也丧失了很多次向别人表示感谢的机会。

对于立志要成为优秀的电话销售人员的人来说，一定要跳出这个“心理误区”，时时刻刻怀着感激之情，感谢客户为我们付出的点点滴滴。“滴水之恩，当涌泉相报”是中华民族的美德，做电话销售工作，就要把中华民族的这一美德发扬光大。

第二，建立忠诚客户的奖励制度。

全世界最伟大的汽车销售大师乔·吉拉德在销售汽车的十多年生涯中，实行了一套名为“猎犬计划”的行动，即让顾客帮助介绍顾客。

乔认为，干推销这一行，需要别人的帮助。乔的很多生意都是“猎犬”（那些会主动介绍其他人到乔那里买东西的顾客）帮助的结果。乔的一句名言就是“买过我汽车的顾客都会帮我推销”。

“猎犬计划”具体实施过程是这样的：在生意成交之后，乔总会把一叠名片和“猎犬计划”的说明书

交给顾客。说明书告诉顾客，如果他介绍别人来买车，成交之后，每辆车他会得到 25 美元的酬劳。几天之后，乔还会寄给顾客感谢卡和一叠名片，以后这位顾客至少每年会收到乔的一封附有猎犬计划的信件，提醒他承诺仍然有效。如果乔发现顾客是一位领导人物，其他人会听他的话，那么，乔会更加努力促成交易并设法让其成为“猎犬”。

实施“猎犬计划”的关键是守信用——一定要付给顾客 25 美元。乔的原则是宁可错付 50 个人，也不要漏掉一个该付的人。

“猎犬计划”使乔的收益很大，仅 1976 年，“猎犬计划”就为乔带来了 150 笔生意，约占总交易额的 1/3。乔付出了 1 400 美元的猎犬费用，收获了 75 000 美元的佣金。

很多电话营销人员会觉得 25 美元相对于一辆价值十多万美元的小汽车来说，实在是不值一提。而关键恰好就在这里，25 美元就金额的大小来说，的确微不足道，但是这 25 美元是对劳动的一种重视和尊重。在乔的“猎犬计划”中，为乔介绍生意的顾客大都是比较富裕的人，他们很乐意为乔介绍生意，就是因为他们觉得乔很尊重他们。

所以，做电话营销，要想维持客户的忠诚度，建立适当的奖励制度是很有必要的，奖励制度的建立就是对客户忠诚度的认可和重视，让客户感觉到自己受到了必要的尊重，从而满足客户的心理需要。从电话营销的角度来说，有时候满足客户的心理需要比满足客户的物质需要更为重要。

第三，与客户建立广泛的联系。

从事咨询行业的人都知道，如果自己公司为电信行业提供咨询或者内训，就会遇到一个问题：电信行业为了培养人才，每年都会采取轮岗或者竞岗的方式，对内部人事进行调动。这样一来就会导致某个电话营销人员好不容易与某部门的负责人建立了良好的关系，可没过多久，这个负责人就调岗了，调到其他部门去了。怎么办？前功尽弃了，只好从头开始与新来的负责人慢慢建立关系。显而易见，如果这种状况得不到改善，咨询行业的电话销售人员的工作效率就不可能得到提升，销售业绩也会受到很大的影响。

与客户建立广泛的联系就能够解决这个疑难问题，所谓广泛的联系就是电话销售人员在平时与客户的交往过程中，要留心客户周围的人，与他们保持交流和沟通，并最终建立良好的关系。客户周围的人包括客户本部门的人，也包括客户公司其他部门的人。

这样做就是要在客户公司内部建立广泛的人际关系基础，为未来的变化做好准备。一旦客户那边与自己联系的负责人调岗了，换一个新人负责，电话销售人员就可以在第一时间通过前期在客户公司内部建立的人际关系网来获得新上任负责人的详细资料，从而为建立新的关系打下基础。

再一点就是在客户内部建立广泛的联系，可以为自己培养一个广泛的民意基础，作为新上任的负责人一般是不可能脱离民意而特立独行的，一旦新负责人征求大家的意见时，自己先前培养的民意基础就能很好地影响新负责人，这样整个趋势就能朝着有利于自己的方向发展。

第四，不断开创新的客户服务方式。

前两年，中国很多企业提出了“人无我有，人有我优，人优我新，人新我廉”的产品研发策略，其目的就是产品的不断研发，持续开创新的客户服务方式。在产品同质化趋势越来越明显、市场竞争越来越严峻的形势下，如果仅仅依靠低廉的产品价格，根本无法获得更多客户的青睐，更无法实现客户忠诚。在严峻的市场环境中，电话销售人员应该随时关注客户可能产生的服务需求，然后找出能够超出客户期望的服务方式。如果您全心全意地为客户提供更体贴的、超越客户期望的服务，而竞争对手们却做不到这些，那客户忠诚度自然会提高。做到这一点同样不容易，不仅需要有为客户服务的诚心和热心，而且还需要深入实践，认真调查和掌握客户需求信息。

酒店业有这样一个经典故事。

在一个风雨交加的夜晚，一对夫妻来到一家小旅店求宿，但是酒店客房都订光了，看着这对寻遍所有旅店仍不能入住的夫妇，值班的小伙子伸出了帮助之手：“今天晚上我值班，所以我的值班房可以留给您，虽然没有客房那么舒适，但是如果不嫌弃，还是可以将就的，当然，不需要花钱。”三年之后，小伙子收到一封装有机票的信，邀请他去纽约参加一个酒店的开幕仪式，令人吃惊的是，这家酒店就是那对雨夜求宿的夫妇的产业，他们希望小伙子能够做这家酒店的总经理：“我们为您建造了它，因为您是最理想的员工。”

电话销售人员的所作所为能够超越客户的期望，客户的回报同样会超越电话销售人员的期望。

第五，成交之后继续关注客户。

乔·吉拉德有一句名言：“我相信推销活动真正的开始在成交之后，而不是之前。”任何销售，都是一个连续的活动过程，只有起点，没有终点。成交并非是推销活动的结束，而是下次推销活动的开始。在每次成交之后，电话销售人员都要继续关注客户，关注内容有很多，包括产品是否有任何质量，客户在使用产品过程中有没有什么不清楚的地方等等。

电话销售的终极目标是培养更多的忠诚顾客，因为先有顾客，才有销售；顾客越多，销售业绩就越大；拥有大批忠诚的顾客，是电话销售人员最重要的财富。

永远不要做一锤子买卖式的生意，很多电话销售人员习惯于每天打大量的电话，通过打大量的电话寻找那些有即刻需求的客户，而一旦成交之后，就认为这个已成交的客户不再有价值，马上转向新客户。这些电话销售人员只顾寻找新顾客，丢掉了自己最重要的顾客——已成交的客户，这种做法往往得不偿失。

电话销售行业有一个普遍的现象：那些非常辛苦而业绩又不理想的电话销售人员常常是从找到新顾客来取代老顾客的角度考虑问题的；那些工作轻松而业绩又拔尖的电话销售人员则是从保持现有顾客并且扩充新顾客，使顾客越来越多的角度考虑问题的。

“您忘记顾客，顾客也会忘记您”，这是国外成功推销员的格言。在成交之后，继续不断地关心顾客，了解他们对产品的满意程度，虚心听取他们的意见，对产品和推销过程中存在的问题采取积极的弥补措施，防止失去老顾客。

成交之后继续与顾客保持密切的联系，时刻牢记“永远不要忘记顾客，也永远不要被顾客忘记”这条颠扑不破的营销真理。

李向阳

2008 年 8 月 8 日

两次正确的选择

1989 年，柏林爱乐乐团首席指挥伯特·冯·卡拉扬突然逝世。而柏林爱乐乐团素有“世界第一交响乐团”之称，团内不可一日无“主”，柏林爱乐乐团很快决定聘请英国著名指挥家西蒙·拉特尔担任首席指挥。当拉特尔接到柏林爱乐乐团的聘任书时，他感到很兴奋，也很惊讶。要知道，柏林爱乐乐团首席指挥的位置几乎是所有指挥家所向往的，但是，在短暂的兴奋之后，拉特尔拒绝了柏林爱乐乐团的邀请。他对前来送聘任书的负责人说：“柏林爱乐乐团是以演奏古典音乐闻名于世的，而我对于古典音乐这门神圣的艺术的理解还不够透彻，如果我接受你们的邀请，恐怕不能带领柏林爱乐乐团迈上一个新的台阶，反而会起到阻碍作用。”由于拉特尔的执意推辞，乐团只好请了另一位著名的指挥家克劳迪奥·拉巴多做了首席指挥。

拉特尔的拒绝令许多人不解，有些英国人认为拉特尔不敢接受挑战，丢了英国人的脸。英国《太阳报》上发表了一篇文章，标题是“拉特尔没能为英国人民带来荣誉”。对此拉特尔并不介意，他说：“再好的机会，如果你没有能力把握，那么还是放弃的好。”这之后，他默默地学习研究古典音乐。经过十年的努力，拉特尔以对古典音乐透彻的理解及自己精湛的指挥和表演一次次取得成功，令听众倾倒。当卡拉扬的继任者拉巴多光荣退休之后，拉特尔再一次受到柏林爱乐乐团的邀请。这一次，拉特尔没有丝毫惊讶，也丝毫没有犹豫，毅然接受了邀请。他说：“我现在准备好了，我有信心把柏林爱乐乐团带到一个新的高度。”于是拉特尔登上了“世界第一指挥”的宝座。他以自己出色的指挥带领柏林爱乐乐团创造了音乐史上一个又一个奇迹，带领柏林爱乐乐团迎来一次又一次的辉煌。他成为柏林爱乐乐团的骄傲。

在没有准备好之前敢于拒绝，而在自己准备好之后勇敢选择，这都是明智的抉择。

电话销售也应做好充分的准备，而这恰恰又是最容易被忽视的地方。很多电话销售人员要么不知道准备什么，要么做了准备也是敷衍了事。笔者的经验是：做好充分的准备对建立自己的自信心是非常重要的。在每一次要外出做演讲之前，笔者都会对自己要讲的内容反复自编自导 3~5 遍，直到烂熟于心为止。同样，在每次给自己的客户打电话之前，一样要做好充分的准备，让自己打出去的每一个电话都有很高的质量。

就打电话这一点来说，应在以下四个方面做好准备。

第一节 好环境 好心情 好业绩

环境的好坏对一个人的成长的影响是很大的，中国古代就有“孟母三迁”的故事，在《荀子·劝学》中也有“蓬生麻中，不扶而直；白沙在堤，与之俱黑”的言论。笔者不打算探讨环境与人生这个大命题，只想和大家分享一点：一个好的环境是可以给自己带来一份好心情的，好心情就可以带来好业绩。就笔者个人爱好而言，比较喜欢将自己工作的环境布置成“环保”的绿色，在自己的桌子上通常会放一盆“节节高”的竹子盆景，办公室的地毯选用墨绿色，在办公室的四周会放置一些四季常青的绿色植物，墙壁上会挂一些风景画，通常是春天的景色。笔者非常喜欢绿色，因为绿色代表着朝气、希望，同时，绿色能够让人保持一种平和宁静的心理状态。每一个人对颜色的偏好不一样，在布置自己的工作环境时，主色调应选用自己喜欢的颜色。

除了环境的色调有讲究外，对电话销售人员来说，工作环境及相关物品的准备还有以下几个方面值得注意。

一、环境方面

最好每人配置一张办公桌、一部电话、一台电脑，并用屏风隔开。用屏风隔开非常重要，因为电话销售人员在跟客户沟通时需要一个相对独立的空间，以减少外界的干扰，专心致志地给客户打电话。

同时，在自己的办公桌上最好放置自己喜欢的盆景，可以是自己喜欢的花，也可以是其他绿色植物。绿色植物欣欣向荣的生命张力往往可以刺激人的心灵，在自己遭到拒绝或遇到其他挫折时，看一眼面前的绿色植物，心中就会重新升起希望，这种作用非常微妙，女士会敏感一些，大都可以感觉得到，男士在这方面相对来说可能要迟钝一些。

大的呼叫中心应该准备一个发泄室，供电话销售人员发泄用。据笔者所知，中国移动在这方面做得比较好，因为中国移动呼叫中心的工作人员每天的工作量较大，忙的时候，每天要处理 200 多个电话，工作节奏快、压力大，加上少数不友好的客户发脾气，甚至是恶语相加等，诸多不利因素相加，工作人员的情绪就会逐渐恶化，这时如果得不到有效的宣泄，糟糕的情绪就会影响工作的质量。每当这时，可以暂时放下手中的工作，去发泄室宣泄一下，等情绪恢复后再接着工作。建一个发泄室是一项很人性化的措施。

二、物品方面

1. 笔记本和笔

对于电话销售人员来说，要养成这样一个习惯：一边和客户通话，一边记录客户在电话中透露的相关信息，然后将记录下来重要信息在电话结束后补充到客户档案里。这是一个非常有用的习惯，因为对你的客户了解得越多，你给客户打电话时可以聊的话题也就越多。如果你在第二次与这个客户通话时，能够提起上一次通话时谈过的相关内容，客户就会觉得你很重视他，从而为建立良好的关系奠定基础。很

多电话销售人员不愿意这样做，总认为自己的记忆力非常好。如果你的客户不多，不做笔记也无妨，可是你要想成为顶尖高手，你就不可能不积累你的客户资源，当你的客户积累到 100 个，甚至几百个时，你还能记得那么多吗？俗话说：“好记性不如烂笔头”，养成边通话、边做记录的习惯，其实可以节省很多的时间和精力。据说爱因斯坦从不花时间来记忆一些数据，如果有需要，只要打开手边的词典就可以了。你现在可以比他做得更好，只要你将客户的详细资料都记录在电脑里，有需要时打开电脑，客户的所有信息就全部呈现在你的眼前了，因为你拥有比爱因斯坦所在时代更为先进的高科技设备。

2. 电话录音系统

很多公司采用电话录音系统主要是用来监控工作人员的工作表现，其实电话录音完全可以用来提高电话销售人员的沟通水平，具体操作如下：有针对性地录下电话沟通水平较好的和电话沟通水平有待提高的两组人员的电话，然后组织所有员工对电话录音进行分析和讨论。这样每周一次，只要坚持一段时间，相信对大家都会有帮助。同时，电话录音还可以用来自检，将自己的通话过程录下来，回到家后，静下心来仔细分析自己的电话录音，有时会有意想不到的收获。

3. 镜子

经常照镜子的人都会有一个经验，就是在镜子里看自己的次数多了，也会对自己越来越满意。就像有的女士找一个男朋友，别人怎么看都觉得是对眼睛的一种“伤害”，可女士自己看多了，也就看顺眼了。所以笔者特别鼓励电话销售人员一定要多照镜子，只有自己对自己满意，别人才会对你满意；只有你自己喜欢自己，别人才会喜欢你。当然，照镜子的目的不是为了“孤芳自赏”，而是用来时刻检验自己的状态。有句话说得好，“先处理心情，再处理事情”，自己的精神面貌怎么样，心理状态如何，只要照一照镜子，你就明白了。务必在拨通每一个电话前，让自己处于最佳状态。

4. 数码相片

如果你对自己的外貌很有自信，不妨照一张数码相片。俗话说，“爱美之心，人皆有之”，你完全可以把自己的美照发给和你关系比较好的客户，相信对方在收到你的相片后，下次当你打电话给他时，他对你的印象会更深。因为这时你在跟他说话时，他脑海里会浮现出你的“玉照”，沟通的效果就会比单纯打电话要好很多。但如果你实在长得有点“难为情”，你就可以与你的客户开玩笑，告诉他，你现在的长相本来是他的长相，因为你在投胎前，看到他长得如此“困难”，你担心他投胎到人世后会承受不了种种打击，所以主动要求阎王将你们俩的面具换过来了。告诉他，你很坚强，现在活得很好。这样说，说不定客户会很感动呢！

5. 电话耳机

电话耳机是一种很实用的辅助工具，它可以解放你的双手，不至于在你需要做记录时手忙脚乱；同时，戴上电话耳机打电话，通话质量会比较稳定，给客户的感觉也会好很多。

其他如计时器（帮助你掌握通话时间，提高电话效率，从而节约成本）、喝水杯子（多喝水可以

让你的声音更加甜美）等物品的准备也很重要。

三、心理准备

打电话表面看起来是一种体力劳动，其实更多的是一种心理较量。纯粹地通过增加打电话的数量来寻求最终的电话订单，属于初级的电话销售，迟早会被淘汰。在打电话的过程中，电话销售员的心理承受能力、瞬间反应能力、情绪控制能力、心态调节能力等直接影响着电话业务的结果。

从事电话销售工作，应该做好哪些心理准备呢？以下几个方面可以作为参考。

1. 时刻充满热情

世界著名推销大师齐格拉说得好：“你会由于过份热情而失去某一笔交易，但也会因为不够热情而失去一百次交易。”

电话销售员应该让每一个与自己通话的人都能感受到自己服务的亲切与热情。没有人愿意听到冷冰冰的、有气无力的声音。电话销售依靠声音和语言传达信息，而声音传达的信息有时候比语言还要更丰富。因为声音是情绪与态度的载体，情绪很难伪装，声音会很真实地传达我们内在的真实情绪。

而情绪具有很强的传染性，快乐的情绪可以引起快乐的氛围，消极的情绪则会导致冰冷的反应，热情就是一种积极的情绪，电话销售员首先要把自己燃烧起来，客户才会受到积极的影响。

2. 要有耐心

对于以关系为导向的电话销售来说，与客户建立良好的关系往往不是一通电话就能达成的，而其需要有一个过程，通过每一通电话的不断努力，完成从量变到质变过程。

第一通电话如果能够完成“获得负责人的姓名、电话、邮箱、详细地址，并能够将自己公司做一个简短的介绍”的目标就算成功。

通过第一通电话获得信息，后期再通过邮件、短信和电话的不断跟进，加深客户与我们的相互了解，从而达到彼此熟悉的阶段。从了解到熟悉是需要一个过程的，在这个过程中需要我们有耐心。

与客户彼此比较了解和熟悉后，并不能产生订单，客户把订单给电话销售人员，最起码也得达到信任的阶段，因此，在与客户彼此熟悉后，还需要电话销售人员进一步开展一些具体的行动，信任是需要行动来建立的。

从了解到熟悉再到信任，这个过程的长短因人而异，但都需要电话销售人员耐心等待。

3. 要勇敢

电话销售行业整体成功率并不高，有的产品推销起来比较简单，成功率能高达 50%，例如通信行业的增值业务系列；而有的产品推销起来比较复杂且价格较高，成功率可能在 3%左右。电话销售行业平均成功率约 3%。这就意味着，做电话销售，拒绝是一种常态。

如何面对拒绝呢？电话销售人员一方面可以不断提升自己的电话沟通水平，降低自己被拒绝的概率；另一方要学会自我调整心态，勇敢地面对每一次拒绝，每个人都有很大的潜力，刚从事电话销售的人

不要因为自己受到了一点打击就感到绝望。要勇敢地面对一切问题，只有这样，才能不断成长，取得成功。

4. 要树立正确的信念

打电话的信念不一样，电话销售人员在打电话时的心态也会不一样，什么样的信念可以让电话销售人员能够有一个好的心态去打电话呢？

首先，应树立“每一通电话都是为了帮助别人解决问题”的信念。

其次，应树立“每一通电话都是与别人分享快乐”的信念。

最后，应树立“每一通电话都是给别人提供

有价值的信息”的信念。

信念不一样，电话销售人员的自我认知就会不一样，电话销售人员在拨打每一通电话时都觉得自己是在“打扰客户”，恐怕很难在电话销售行业中坚持下去。



第二节 因为专业 所以值得信赖

大家都有过到医院看病的经验。如果坐在你面前的是一个刚刚毕业的医学院学生，20 来岁，鼻子上套了一个鼻环，头发染成了红色，身上穿一件至少有 100 粒扣子的皮衣，脚上穿了一双拖鞋，桌子上摆放着一本《花花公子》杂志，这时你心里是一种什么感觉？换一种情景，坐在你面前的是一个 50 多岁，戴着眼镜，头发有些花白，嘴上戴着口罩，穿一身洁白的白大褂，桌上放着一叠医学专业杂志的老医生，这时你心里的感觉又怎么样？相信大家对前后两种情况的感觉肯定会截然不同。原因是第一种情景中的那个时髦小伙子看起来不专业，像个杂牌军；而第二种情景中的那个老医生则给人留下非常专业的印象。两相比较，你肯定会比较信任老医生，就像某一品牌化妆品的广告上说的那样，“因为专业，所以值得信赖”。

笔者在公司是专门从事“电话销售技巧培训”课程的推广工作的。销售人员在打电话时，必须将自己的专业水平通过打电话展现出来。如果在打电话时，给客户留下了不专业的印象，那么客户肯定会对笔者所在公司推广的课程“电话销售技巧培训”产生怀疑，这样成功的机会就会很渺茫。前段时间，笔者所在公司新招了一批电话销售人员，他们在打电话推广公司的课程时，就遇到客户很不客气的回答：“等你自己打电话的水平提高之后，再向我推销你的‘电话销售技巧培训’课程吧。”所以，无论用电话推销什么产品，首先要成为自己公司产品的专家，即要做到“干一行，爱一行，专一行”。

如何成为自己所在行业的专家呢？也许每一个人都有很好的个人经验，在此，笔者也和大家分享一下自己的经验：“暗下功夫”。笔者当初在进入第一家公司时，连电脑开机都不会，但这并没有难倒笔者。每天下班后，笔者就跑到网吧拼命学习，每天至少两个小时，不到一个星期的时间，基本的电脑运用就都

能应付了，打字速度每分钟也超过 50 字，这样对付办公就绰绰有余了。俗话说：“台上一分钟，台下十年功。”我们能看到的是那些演员、魔术师、杂技表演者等在台上出神入化的表演，看不到的是他们为了那几分钟的精彩在暗地里所付出的心血。篮球巨星乔丹，在当初要求加入他所在大学的篮球队时，因为身高的原因，被拒绝很多次，可是为了证明自己的决心，并提高打篮球的水平，他每天晚上都要跑到学校的篮球场上投篮 500 次，最后终于得到了一次上场的机会，从而开始了自己辉煌的篮球职业生涯。当然，他的身高后来也神奇地长到了 1.9 米以上，这是后话。

永远要记住，我们做工作不是给任何人看的。笔者个人比较喜欢“暗下功夫”这种方式。浮躁和虚荣都不会有长久的生命，做工作就是要对企业、对自己负责任，在你打算用电话卖产品之前，首先应成为自己产品的专家。最后，笔者送大家一句话：“因为专业，所以自信！”



第三节 选对池塘好钓鱼

有一年夏天，笔者与几位朋友一起去钓鱼，其中有一位是公认的钓鱼高手，为了捉弄他，笔者故意安排他到一个鱼较少的池塘里去钓，把另外几位安排到鱼较多的池塘去钓。一个小时后，那位高手发觉上当了，可是结果已经出来了，就是他这次钓的鱼最少。可见，就算是高手，池塘里如果没有鱼，也是“巧妇难为无米之炊”。在个人职业生涯规划这个领域，有一句时髦语“选对池塘好钓鱼”，告诉我们在选择工作时，一定要擦亮眼睛，选准“婆家”；否则的话，几年下来，弄不好会落得个“赔了夫人又折兵”的下场，既浪费了自己的青春，又没有学到东西，真是得不偿失。

这些道理大家都容易懂，但是具体到自己的工作，在收集目标客户资料时，往往会迷失其中，结果是收集了一大堆客户资料，打了无数个电话，业绩却很一般。这样说好像有点夸张，但事实确实如此。当初笔者在人才市场工作时，因为没有经验，又不想付出劳动（因为收集目标客户资料是很辛苦的事），就拿了一本黄页，在黄页上收集客户资料，再打电话，打了一个月，出了“零”个业绩。而同事们却在招聘报纸和招聘网站上找目标客户，结果是他们都陆续出了业绩。当时笔者的主管和培训师对笔者的电话录音做过分析，分析的结果是：表达没有问题，可是没有业绩，问题在哪里？目标客户找得不准是一个原因，当然还有另外一个原因，将在后面介绍。

什么样的客户才是目标客户呢？不同的产品有不同的目标客户。就拿笔者所在的公司来举个例子。这家公司是一家专业的提供“电话销售技巧培训”课程的咨询公司，那么目标客户就集中在“使用电话进行销售或服务的企业”，如中国移动、中国电信、中国联通，以及金融、保险、咨询、IT 等行业的企业，其他行业如零售业、制造业、饮食业等行业的企业就不是该公司的首选目标。

收集客户资料的途径主要有以下几种。

第一，网站搜索。如 Google、百度、阿里巴巴和行业网站等，这是一条比较好的途径。互联网上的信息相对来说比较准确，更新速度快，收集起来效率也比较高。这是笔者最常用的一条途径。

第二，朋友、老客户介绍。由朋友或老客户推荐的客户是最好的客户资源。中国移动的广东省各地市公司、浙江省各地市公司、江苏省各地市公司、四川省各地市公司、广西省各地市公司、福建省各地市公司等客户，80%以上是由老客户给笔者介绍和推荐的。可见老客户关系维护得好，不仅是一份友谊的储存，更是无限资源的积累。

第三，展览会、交易会等。广州每年有两次面向国际的大型出口交易会 and 每月举行的行业展览会等，来参展的企业相对集中，各参展企业也乐意借此机会宣传自己，收集资料就显得非常容易。

其他收集客户资料的途径还有行业杂志、专业报刊、最新出版的电话黄页、各种研讨会等。当然，向一些专门出售信息的公司购买客户资料也不失为一条好途径。总之，只要有心，客户资料的收集不是一个大问题。

关于客户资料收集，还有一个时间问题。什么时候收集客户资料比较合适？很多刚加入电话销售行业的新人，一般会在上班期间花大量的时间来收集客户资料，其实这样做得得不偿失。电话销售是讲究速度与效率的行业，工作节奏快、工作量大，一般公司都要求员工每天完成 80~120 个不等的电话量。因为对刚加入公司的电话销售新手，要求他们打出高水平的电话不太现实，所以公司退而求其次，只好先从数量里求质量，况且打电话的次数多了，技巧也就自然熟练了。如果利用上班的时间收集客户资料，比如你用了四个小时，很显然你已经落后于别人，也就是你输掉了半天的时间。

笔者到现在都是利用下班时间收集客户资料，同事们一般在下班后约 30 分钟离开公司，而笔者每天至少在下班后两个小时才离开办公室，每天提前 30 分钟到办公室，这样，无形中就比其他同事每天多出两个小时的工作时间，一个月工作时间共多出了 50 多个小时（每周五天记）。不要小看这样小的差距，半年下来，与同事的业绩差距就非常明显了。因为每天两个小时的时间差，会导致一系列的连锁反应。笔者会在每天下班后的两个小时内将第二天要完成的 100 个客户电话需要的信息收集，第二天的工作就是不折不扣地、高质量地完成 100 个电话。而同事们第二天上班时，因为前一天客户资料没有收集完整，又不得不花一两个小时来做笔者早已在前一天下班时做好的工作，这样实际上他们每天打出的电话不到 50 个，纯粹从数字这个角度来说，笔者一个人的工作量就相当于两个同事的工作量。

可能会有不少人问：“你这样拼命工作难道不累吗？”如果你也有这样的问题，很遗憾，笔者不得不告诉你，你还没有找到工作的乐趣。用心投入自己的工作并不会使人感到疲劳，恰恰相反，投入地工作是一种乐趣，当你每天完成自己的工作目标时，心中会有一种满足感；当你看到自己的付出有回报时，心中会有一种成就感。如果你在工作时感觉很累，可能你现在的工作并不适合你。

所以尽量不要利用上班时间收集客户资料；虽然利用下班时间来做这样的工作似乎牺牲了自己的休息时间，但是付出总会有回报。而且你付出得越多，回报也会越丰厚。只有做和别人不一样的事情，才

能拥有和别人不一样的人生。



第四节 你为什么要打“这个电话”

简单来说，打电话的目标就是回答一个问题：“你为什么要打这个电话？”看似一个简单的问题，可是认真思考这个问题的人却不多。大多数电话销售人员，你若问他为什么打这个电话，他会告诉你“我要把产品卖给对方”。其实在打第一个电话时，就能把产品卖给对方的情况非常少见。如果在打每一个电话时，将目标直接定为“把产品卖给对方”，便很难成为一名电话销售高手。与其将“把产品卖给对方”作为目标，不如将“把自己卖给对方”作为目标。事实上，无论是想达到“把自己卖给对方”，还是“把产品卖给对方”的目标，都是需要一个过程的，在这个过程中需要与对方通若干次电话，而每一次具体的电话都需要制订一个相应的目标。也就是说这些目标虽然是相关联的，但却不是一成不变的。

通常情况下，第一次打电话给客户，可以制订以下几个目标。

- 获得相关负责人的资料。
- 将自己和自己的公司向对方做一个简单的介绍。
- 与相关负责人建立初步的关系。
- 约定第二次给他打电话的时间。

第二次通话时可以制订如下目标。

- 了解对方是否有相应的需求。
- 将自己能够满足对方需求的方案发送给对方。
- 约定下次通话的时间。

从上面的目标可以看出，每一次通话的目标不尽相同，但环环相扣。当然，这种情景是比较顺利的情况；大多数的情况没有这么顺利，在进行目标设定时，就必须根据电话的实际进度进行设计。

当电话沟通不是很顺利时，可以使用一个非常有用的小窍门，即为每次通话设定两组目标，一组为主要目标，另一组为次要目标。

主要目标是最希望在结束这次通话时要达到的目的；次要目标是如果没有办法达成主要目标时，希望达成的其他目的。

许多电话销售人员在打电话时，常常没有制订次要目标，因此在没有办法完成主要目标时，就只能草草结束电话，这样既浪费了时间，又在心理上造成了负面影响，感觉自己吃了闭门羹，从而产生挫折感。

当电话销售人员在打电话前已经做好了两手准备时，虽然达不成主要目标，但发扬“雁过拔毛”的精神，能够达成几次次要目标也是让人高兴的，这时心里就会有一种成就感，因为多少有一些收获。

常见的主要目标有以下几个。

- 根据自己所提供的产品或服务，确认客户是否有需求。
- 向客户提供自己的解决方案。

- 介绍自己及自己所在的公司。
- 建立初步的关系。
- 约定下次通话的时间。

常见的次要目标有以下几个。

- 获得相关负责人的资料。
- 获得通话方的转介绍。
- 了解对方公司的经营状况。
- 了解准客户的疑虑。

吴士宏在 IBM 的初次面试

从一名医院的小护士到一家国际大集团微软公司的中国区总裁，吴士宏成功实现了自己职业生涯的飞跃。但在成功的背后，凝聚了吴士宏无数的心血。这里仅以她初次到 IBM 面试的经历作为例证。

1995 年，IBM 公司计划在中国新招一批员工，当时的吴士宏只不过是一家小医院的小护士，英语水平连三级都没过。但是，能够进入这样一家国际大公司，是她梦寐以求的。

面试那天，她早早来到长城饭店外，那是 IBM 公司集中招聘的地方，她站在宾馆外，认真观察那些进出这个宾馆大门的人们，研究他们如何从容地进进出出。最后，她鼓起勇气，非常自信地迈进了这扇改变了她命运的大门。

吴士宏顺利通过了第一轮笔试和第二轮的口试。在第二轮口试快要结束时，主考官问她：“你会打字吗？”

“会！”

“你一分钟能打多少个字？”

“一分钟打多少个字能达到你的要求呢？”

主考官说了一个专业打字员每分钟应该达到的数字，吴士宏立即回答说：“没问题！”

然而，事情的真相是，当时的吴士宏连打字机是什么样都不知道，更别说打字了。但是，幸运的是，当时现场没有打字机。主考官也没有要求她当场测试打字，只是告诉她，下次再考打字。

面试一结束，吴士宏马上找亲戚、朋友借了 170 元钱买了一台打字机，连续一个星期，她把自己关在家里没日没夜地练习打字，双手疲乏得连筷子都拿不起来了。功夫不负有心人，一个星期后，她竟奇迹般地达到了主考官要求的那个数字。

她成功地进入了 IBM 公司。

点评

准备比经验更加重要，这是一条不成文的真理，经验丰富的人，往往过于相信自己的经验，而忽略了充分准备。

淹死的人中，大多数是游泳高手。出车祸的人，也基本上都是驾驶经验丰富的人。

所以说，经验是把双刃剑，可以成就我们，也可以摧毁我们。

而做好充分准备，无论是物质上的准备，还是思想精神上的准备，都比以往的经验更加可靠。

第二章 六种经典开场白

我们不得不承认开场白在电话销售中的重要性。电话销售的开场白就像一本书的书名，或报纸的大标题，如果运用得好，可以立刻使人产生好奇心，吸引住对方的注意力。而电话销售在很大程度上可以说是声音和语言的艺术，如果在接通电话的前 30 秒内，电话销售人员的语言索然无味，声音听起来无精打采，则对方要么立即结束电话，要么就敷衍来电。

第一节 好的开始 成功的一半

最近，笔者住宅附近的一家服装商场新开张，于是笔者就兴致勃勃地到那里去逛，还看中了一件纯棉的上衣，经过讨价还价，最终以低于原价 $\frac{1}{3}$ 的价格买了回来。回到家，很是高兴，心想这回可捡了个大便宜。可是等仔细察看时，却发现衣服的袖子下方脱了线，找到店家要求退换，却遭到了拒绝。这第一次经历，让笔者下定决心再也不光顾这家商场。所以说第一印象非常重要。

开场白，就是电话销售人员拿起电话时最初要对客户说的话，也是通过电话给对方留下的第一印象，所以最初的几句话非常关键。俗话说“好的开始，成功的一半”，如果电话销售人员能通过最初的几句谈话便深深吸引住自己的客户，那么，接下去的交谈就会变得非常轻松和愉快。一般来说，一个好的开场白至少应包括以下几方面的内容。

- 我是谁。
- 我代表哪家公司。
- 我打电话给对方的目的是什么。
- 我公司的产品或服务对对方有哪些好处。

同时，一个好的开场白应遵循以下几个原则。

- 多提问，少陈述，提问时要提对方感兴趣的问题。
- 多用礼貌用语，充分尊重对方。
- 要有创新意识，不要让自己的语言苍白无力。
- 把握住谈话的主动权。

- 能不断引起对方的兴趣。
- 注意互动。

以下是一个成功的案例。

案例 2.1

电话销售人员：早上好，李经理！我是××，××公司的，有件事情想麻烦您一下！

客 户：请说！

电话销售人员：我今天打电话给您就是有一个好消息要告诉您！

客 户：什么好消息？

电话销售人员：这个好消息就是贵公司的销售业绩明年可能会增加 30%，您想听吗？

客 户：说来听听！

电话销售人员：在说之前我有个条件，我需要您配合我回答以下几个问题，好吗？

客 户：好，请说！

电话销售人员：我想请教一下李经理，您作为公司销售部的经理，对如何提高销售业绩这一问题，您应该是最关注的，是吗？

客 户：是的！

电话销售人员：那么请问业绩是谁做出来的呢？

客 户：销售人员呀！

电话销售人员：非常好，不错！是销售人员！那么请问李经理，销售人员的销售技巧好坏对业绩有影响吗？

客 户：当然有。

电话销售人员：没错，我非常赞同您的观点，那么如何提高销售人员的业务技巧这个问题，我相信是您一直都在关注的，对吗？

客 户：对！

电话销售人员：李经理，非常感谢您的宝贵时间，我相信贵公司能够拥有像您这样敬业且负责任的领导，真的非常幸运！那么今天我也不想耽误您太多的时间，最后我想提供一些有助于改善销售人员的业务技巧及提高销售业绩的相关资料给您，这些都是免费的，我相信一定能够帮得上您，以后有需要我帮忙的时候，请李经理随时拨通我的电话，好吗？谢谢！

以上可以说是一个非常成功的案例，成功因素有以下几个方面。

- 提到了自己和公司的名字。
- 告知了客户为何打电话过来。
- 告知客户可能带来哪些好处。

- 询问客户相关问题，使客户参与。
- 询问问题的逻辑性较强。
- 不断肯定客户的回答。
- 控制了整个局面。
- 把握机会真诚地赞美了客户。
- 多次提到客户的姓名。
- 能不断引起客户的兴趣。

在设计开场白时，提恰当的问题很重要，电话销售人员一定要在自己的工作中反复练习这项技能。

第二节 别给客户拒绝你的机会

作者：舒冰冰 出版社：人民邮电出版社

广州市曾发生“飞车抢夺”案，而这些“飞车贼”一般选择在什么样的情况下作案呢？在发生的“飞车抢夺”案中，大部分情况是行人将包挎在肩上，挎包的一边朝向马路，当沿着马路往前走时，“飞车贼”瞅准机会，一把夺过挎包，车油门一踩，一下子就没了踪影。当然，针对这种情况，一方面，政府要严厉打击这类犯罪，确保人民财产安全；另一方面，行人自己要学会保护自己，不要靠近马路走，同时将包挎在距马路远的一侧，以免给这些“飞车贼”可乘之机。举这个例子，笔者只是想说明一点：有很多电话销售人员老是抱怨“我一开口说话客户就立即拒绝了我”，而这种“不幸”的发生，在很多情况下，恰恰是电话销售人员自己给了对方轻易拒绝自己的机会。

下面来看一个失败的案例。

案例 2.2

电话销售人员：您好，李经理，我是××公司的小吴，我们是专门从事电话销售技巧培训的公司，请问李经理，贵公司今年是否需要引进电话销售技巧培训的课程呢？

客 户：不需要。（挂断）

失败的原因如下。

- 电话销售人员没有说明为何打电话过来。
- 电话销售人员没有说明产品能给客户带来的好处。
- 在还没有提到产品给客户可能带来的好处之前就开始问问题，让人产生防卫心理。

- 让客户很容易辨别出是销售电话。
- 谈话没有新颖性。
- 没有使用礼貌用语。
- 在还没有明确客户是否有需求时就直接推销产品。

案例 2.3

电话销售人员：您好，李经理，我是××公司的小吴，我们公司已经有 10 年历史了，不知道您是否听说过我们公司？

客 户：没听说过。（挂断）

失败的原因如下。

- 没有说明为何打电话过来。
- 没有说明产品对客户的好处。
- 没有使用礼貌用语。
- 在关系没有建立之前，客户根本不会在意我们的公司成立了多久。
- 使用了错误的吸引方式。
- 没有以客户为重点。

案例 2.4

电话销售人员：您好，李经理，我是××公司的小吴，我们公司的专长是为企业提供专业的电话销售技巧的培训，不知道您现在是否有空，我想花一点时间与您探讨一下。

客 户：现在没时间。（挂断）

失败的原因如下。

- 太直接地提到产品本身。
- 没有说出产品会给客户带来哪些好处。
- 不要询问客户“是否有时间”，应该直接要求“时间”。

电话销售人员最好不要使用如“可不可以”、“有没有时间”、“需不需要”、“能不能”、“行不行”等词语进行提问，因为含有这些词语的问句会引导客户给出简单的否定回答，如“不需要”、“没时间”、“不可以”、“不行”等，在很多情况下，客户拒绝电话销售人员，恰恰是因为电话销售人员给了对方机会。

本章前面在介绍好的开场白和错误的开场白时，都提到过“提恰当的问题”，这是很重要的，在后面会有专门的章节讨论。需要强调的是，电话销售人员得到的答案，在很多情况下取决于其提了什么问题。另一种情况则是电话销售人员问了错误的问题，即使得到了正确的答案，也没有任何意义。

第三节 经典开场白实例（1）

作者：舒冰冰 出版社：人民邮电出版社

据说入读某著名大学要过三关。第一关，学习成绩要达标；第二关，身体素质、道德素质要达标；第三关，也是最难的一关，就是在开学的那一天，学校的教务主任将会拿把椅子坐在校门口，向想进入校门的新生说“请在 30 秒内给我一个惊喜！”来报到的新生如果做不到，即使前两项合格，也将无缘读该大学。

“30 秒内给出一个惊喜”考察的就是一人所具备的机智，生活中时常需要这种智慧，作为电话销售人员更需要这种瞬时解决问题的能力。因为电话销售人员所能利用的资源非常有限，仅仅只能通过一部电话在有限的时间内来解决所有问题，不像面对面销售，业务人员可以调动很多工具达到销售的目的。

在电话被接通后约 30 秒内，开场白是否吸引人将直接关系到谈话能否继续下去，如果嗦嗦不着边际，最后被“扫地出门”也就在情理之中了。

“在 30 秒内抓住对方的注意力”应成为每一名电话销售人员的一项基本修炼，如何做到这一点呢？本节将提供六种方法供电话销售人员参考。

一、请求帮忙法

案例 2.5

电话销售人员：您好，李经理，我是××，××公司的，有件事情想麻烦您一下！（或有件事想请您帮忙！）

客 户：请讲！

一般情况下，在刚开始就请求对方帮忙，对方是不好意思断然拒绝的。电话销售人员会有 100% 的机会与通话人继续交谈。

二、第三者介绍法

案例 2.6

电话销售人员：您好，是李经理吗？

客 户：是的。

电话销售人员：我是××的朋友，我叫××，是他介绍我认识您的。前几天我们刚通了一个电话，在电话中他说您是一个非常和蔼可亲的人，他一直非常敬佩您的才能。在我打电话给您之前，他叮嘱我务必要向您问好。

客 户：客气了。

电话销售人员：实际上我和××既是朋友关系又是客户关系，一年前他开始使用我们的产品之后，

公司业绩提高了 20%，在验证效果之后他第一个想到的就是您，所以他让我今天务必给您打个电话。

电话销售人员为了与客户在第一通电话中就建立良好的关系，通常在开场白中使用第三者介绍法，但让人非常头痛的问题是，由于自己的人脉有限，不可能在每一个企业都有认识的人，因此此时完全可以虚构一个朋友，可以如此说：“你的一位好朋友推荐我给你打电话的。”如果客户继续追问下去，这个时候电话销售人员可以幽默处理。

案例 2.7

电话销售人员：您好，请问是李经理吗？

客 户：是的，你是哪一位？

电话销售人员：我叫舒冰冰，是你的一位好朋友介绍我打电话给您的。

客 户：哪位朋友呀？

电话销售人员：呵呵。一位姓佛的朋友。

客 户：哪一位姓佛的朋友呀？

电话销售人员：哈哈。佛陀您认识吗？佛陀说，如果今生能够与您通上电话，一定是几辈子修来的福分，叫我要好好珍惜。因此我今天特意打电话过来祝福您。另外有几个问题想请教一下您，请问您现在方便说话吗？（引导到销售的产品中来）

通过“第三者”这个“桥梁”过渡后，更容易打开话题。因为有“朋友介绍”这种关系，就会在无形中解除客户的不安全感和警惕性，很容易与客户建立信任关系。但如果技巧使用不当，将很容易造成不良后果。

以下便是一个失败的案例。

案例 2.8

电话销售人员：您好，是刘经理吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：您好，刘经理，我是单单，××公司的，是您的朋友王新介绍我打电话给您的，我们是一家专业的培训公司，所以他让我打电话给您，问您是否有这方面的需求？

客 户：对不起，我们暂时还没有这方面的计划。（挂断）

以上对话中的错误在于急于推销产品。很多电话销售人员在平时的工作当中经常犯这种错误，不仅失去了客户，而且也丢掉了人情。所以在使用“第三者介绍法”打开话题时，务必要注意以下几点。

- 首先说明与介绍人的关系。

第三节 经典开场白实例（2）

作者：舒冰冰 出版社：人民邮电出版社

- 传达介绍人的赞美和问候。
- 公司的产品得到了介绍人的肯定。
- 巧妙引导客户到与产品有关的事上来。
- 切忌在客户还没有了解自己与介绍人的关系之前就介绍产品。

三、“牛群效应”法

在大草原上，成群的牛一起向前奔跑时，它们一定是很有规律地向同一个方向跑，而不是向不同方向跑，以致乱成一片。

把自然界的这种现象运用到人类的市场行为中，就产生了所谓的“牛群效应”。它是指通过提出“与对方公司属于同一行业的几家大公司”已经采取了某种行动，从而引导对方采取同样行动的方法。

案例 2.9

电话销售人员：您好，王先生，我是××公司的××，我们是专业从事电话销售培训的，我打电话给您的原因是因为目前国内的很多IT公司，如戴尔、用友、金蝶等，都是采用电话销售的方式来销售自己的产品的，我想请教一下贵公司在销售产品的时候有没有用到电话销售呢……

电话销售人员在介绍自己产品的时候，告诉客户同行业的前几家大企业都在使用自己的产品，这时“牛群效应”就开始发挥作用。同行业前几家大企业已经使用自己产品的事实，便可以刺激客户的购买欲望。

四、激起兴趣法

这种方法在开场白中运用得最多、最普遍，使用起来也比较方便、自然。激起对方兴趣的方法有很多，只要我们用心去观察，话题的切入点就很容易找到。请参看以下案例。

案例 2.10

约翰·沙维奇是美国百万圆桌协会的终身会员，是畅销书《高感度行销》的作者，他曾被美国牛津大学授予“最伟大的寿险业务员”称号。一次，他打电话给美国哥伦比亚大学教授强森先生，开场白如下。

约翰·沙维奇：“哲学家培根曾经对做学问的人有一句妙语，他把做学问的人在运用材料上比喻成三种动物。第一种人好比蜘蛛，他的研究材料不是从外面找来的，而是由肚里吐出来的，这种人叫蜘蛛式的学问家；第二种人好比蚂蚁，堆积材料，但不会使用，这种人叫蚂蚁式的学问家；第三种人好比蜜蜂，采百花之精华，精心酿造，这种人叫蜜蜂式的学问家。教授先生，按培根的这种比喻，您觉得您属于哪种学问家呢？”

这一番问话，便使对方谈兴浓厚，最终他们成了非常要好的朋友。

案例 2.11

一位网络电话销售人员 A 打电话给一家非常知名的培训公司的董事长 B。据 A 了解，该董事长非常敬业，每天的工作时间长达 12 个小时。

电话销售人员 A：您好，王董事长，我是某某网络公司的 A，在没有打电话给您之前，我就在一些报纸和网站上看过对您的详细介绍，其中大部分资料都说到您每天的工作时间长达 12 个小时。我非常敬佩。但不知道王董事长有没有听过一句话：一个成功人士，他的时间分为三份， $\frac{1}{3}$ 的时间放在家庭上， $\frac{1}{3}$ 的时间放在事业上， $\frac{1}{3}$ 的时间放在个人修炼上。这符合三角形最稳定法则，只有三角平稳了，才能算得上真正的成功。我想请问一下王董事长，在这三角当中，您的时间是如何安排的呢？

客 户 B：（开始滔滔不绝地谈论自己的观点。）

案例 2.12

阿珠是一家软件公司的电话销售人员，她运用自己的智慧轻松地约到了国内知名集团的老总王振兴。在打电话之前，她通过该公司其他同事了解到王总是一个高尔夫球爱好者，经常在下午两点钟以后就会到大自然高尔夫球场打球，所以她的开场白如下。

阿 珠：您好，请问是王振兴总经理吗？

王 总：是的，请问你是哪里？

阿 珠：我是××公司的阿珠，第一次给您打电话，但我相信我们一定有共同点。

王 总：是吗？什么共同点？

阿 珠：如果您想知道，明天下午两点钟在老地方等我。

王 总：什么老地方？

阿 珠：大自然高尔夫球场，我也是那里的会员，到时我再给您电话，咱们不见不散。

从以上的案例中不难看出，引发客户的兴趣是销售成功的关键因素之一，因为每个人都喜欢谈论自己感兴趣的话题；如果电话销售人员所说的话能引起客户的兴趣，客户就会继续谈下去，从而才有机会做生意。那么如何使客户对电话销售人员说的话感兴趣呢？这就需要电话销售人员具备以下能力。

- 洞察力强，能观察出客户对什么感兴趣（产品、公司、价格等）。
- 通过各种途径收集客户的一些重要信息，找出客户的与众不同之处，再赞美他。
- 通过客户公司的其他同事了解客户的情况（兴趣、爱好等）。
- 经常看书、“充电”，不断吸收新的知识，与客户分享一些有哲理性的观点。

五、巧借“东风”法

三国时，诸葛亮能在赤壁之战中一把火烧掉曹操几十万的大军，借的就是东风。如果电话销售人员能够敏锐地发现身边的“东风”，并将之借用，往往能起到“四两拨千斤”的效果。

看看以下几个案例是如何巧借“东风”的。

第三节 经典开场白实例（3）

作者：舒冰冰 出版社：人民邮电出版社

案例 2.13

冰冰是国内一家大型旅行公司 G 公司的电话销售人员，她的工作是向客户推荐一种旅行服务卡，如果客户使用该卡去住酒店、乘坐飞机可获得折扣优惠。这种卡是免费的，她的任务是让客户充分认识到这种卡能给对方带来哪些好处，然后去使用它。刚好她手里有一份从某机场得到的客户资料。看一下她是怎样切入话题的。

电话销售人员：您好，请问是李经理吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：您好，李经理，这里是 G 公司客户服务部，我叫冰冰，今天给您打电话最主要是感谢您对××航空公司和 G 公司一直以来的支持，谢谢您！

客 户：这没什么！

电话销售人员：为答谢老顾客对××航空公司和 G 公司的支持，特赠送一份礼品表示感谢。礼品是一张优惠卡，它可以使您在以后的旅行中不管是住酒店还是坐飞机，都有机会享受优惠折扣。这张卡是××航空公司和 G 公司共同推出的，由 G 公司统一发行。请问一下李经理您的详细地址，我们会尽快给您邮寄过去。

客 户：××省，××市……

案例 2.14

冰冰刚好有一份在广交会期间收集的资料，看看她又是如何借“东风”的。

电话销售人员：您好，是张总吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：您好，张总，我是广州广交会客户服务部的舒冰冰，前几天您刚参加过我们的广交会，今天打电话过来是为了感谢您对我们工作的支持！同时也有一份小礼品要送给您，这份小礼品是订房优惠卡，因为每次广交会期间订房都非常困难，所以为了顾客的方便，我们特意送出这份礼物，希望您喜欢。我会以邮寄方式寄给您，请问您的地址是……

客 户：××市，××区……

电话销售人员：谢谢，顺便说一下，这张卡是广交会客户服务部与 G 公司合作共同推出的，所以我会通知他们马上邮寄给您。我相信您很快就可以得到它。再次感谢您！

在以上几个案例当中电话销售人员都借用了“东风”，借用了客户比较信任的企业，这样就进一步与客户拉近了关系，从而巧妙地把自己销售的产品与要借力的企业联系在一起，客户就很难拒绝。因此，在运用巧借“东风”这个方法时，有几点要注意。

- 借力对象必须是与本企业合作的、知名的企业，并且能够让客户信任的企业。
- 借力对象必须与自己公司销售的产品有密切关系。
- 以客户服务回访的方式进行“借力”一般比较有效。

六、老客户回访

老客户就像老朋友，对方一听到老朋友的声音就会产生一种很亲切的感觉，所以对方基本上不会拒绝。

案例 2.15

电话销售人员：王总您好，我是 G 旅行公司的小舒，您曾经在半年前使用过我们的会员卡预订酒店，今天特意打电话过来感谢您对我们工作的一贯支持。另外有件事情想麻烦一下王总，根据我们系统的显示，您最近三个月都没有使用它，我想请问一下，是卡丢失了，还是我们的服务有哪些方面做得不到位？

王 总：上一次不小心丢了。

电话销售人员：哦，是这样呀，那我帮您……

案例 2.16

某女刊杂志公司拥有几百万的忠实读者，为了充分挖掘和利用老客户资源，该女刊公司成立了专门的电话销售中心，由原来的被动接听电话转为主动呼出电话，这对于刚刚从事电话销售工作的新员工来说无疑是一项巨大的挑战，如何突破这一瓶颈呢？设计一个以“老客户回访”的脚本便轻松解决了这个问题。

电话销售人员：早上好！我是女刊瘦美人小铺的××，请问是××女士吗？

客 户：是的。

电话销售人员：××女士您好，非常感谢您一直以来对我们女刊公司的支持，据我们这边资料显示，您已经是我们的老顾客了，因此今天特意给您打电话，做一个客户回访，请问现在方便吗？

客 户：你说吧，什么事？

电话销售人员：好的，谢谢您，是这样的，为了能使我们做得更好，想请教您几个问题，好吗？

客 户：好的。

电话销售人员：请问您觉得女刊的封面设计做的怎么样呢？

客 户：还不错。

电话销售人员：感谢您对我们的认可，请问您平时看女刊一般比较喜欢关注哪部分的内容？

客 户：我喜欢看护肤方面的内容。

电话销售人员：呵呵，那么您一定非常看重自己的皮肤保养了，不用说，您一定很漂亮。

客 户：哪里，我不漂亮呢。

电话销售人员：呵呵，我不这么认为，女人的漂亮分内在和外在两种，虽然我没有见过您，自然不知道您长得怎么样？但通过与您的电话沟通，我能感觉得到您是一个内在很美的女性，我的一位导师曾经告诉我，女人的内在美主要表现有两点：第一是善良；第二是真诚。通过短短几分钟时间，您的内在美就通过电话线传递给我了。

客 户：哈哈，是吗？

电话销售人员：那当然，我这人最大的缺点就是不会说谎。因为女刊公司在招聘我们进来时，对每一位员工的内在美非常看重，只招善良真诚的员工。所以我们跟读者的关系都会很好，他们也很信赖我们。呵呵，您刚才提到比较关注护肤方面的内容是吗？

客 户：是的。

第三节 经典开场白实例（4）

作者：舒冰冰 出版社：人民邮电出版社

电话销售人员：请问您皮肤是油性还是干性呢？

客 户：我的皮肤比较多油。

电话销售人员：哦，前几天还有一个浙江的读者打电话咨询我们，她说她的皮肤也是多油型的，她说她老感觉到脸是脏脏的、粘粘的，好像没有洗干净一样？您会有这样的感觉吗？

客 户：有，是的。挺不舒服的。

电话销售人员：那有没有想过用什么方法来进行护理，从而改善现在的肤质呢？

客 户：用过一些洗面奶，不过感觉效果都不是很理想。

电话销售人员：您说不理想，能具体说一下是哪些方面不够理想吗？

客 户：觉得刚开始几天还可以，不过过一段时间之后就感觉到没有什么效果了。

电话销售人员：原来是这样，我的理解是您目前挺想改变您多油的肤质，但现在用的洗面奶刚开始使用时，感觉还有点效果，但用了一段时间之后，就感觉到没有效果了，对吗？

客 户：是呀！

电话销售人员：某某女士，我可以称呼您的名字吗？我觉得这样会更亲切一点？

客 户：好呀。

电话销售人员：您这样的情况，目前有很多的读者都在跟我们反映过，同时他们很希望女刊能帮

他们推荐一些信得过的产品，毕竟她们信任女刊。因此女刊现在成立了一个代购中心，专门为读者代购产品。您刚才提到希望改善自己的多油肤质，我们正好有一个这样的产品，我们有很多读者使用之后都觉得不错。这个产品的主要功效就是除油，与其他产品的不同点在于它的效果持久性较强，另外这个产品的原料是纯国外进口，非常温和，不刺激皮肤，对皮肤没有一点副作用，刚好现在是促销期，我先跟您邮寄一瓶过去试一试，请问您的地址是……

客 户：我的地址是……

电话销售人员：为了让您能够尽快得到这个产品，对于您的重要信息我再次与您核实一下，您的地址是……，全名是……，电话号码是……对吧？

客 户：对。

电话销售人员：另外我们女刊公司还帮读者代购瘦身产品、美体产品、增高产品等，请问您还需要我们帮您代购其他产品吗？

客 户：暂时不要了。

电话销售人员：好的，非常感谢您宝贵的时间，今天跟您沟通很愉快，祝您越来越美丽。如果您身边的朋友需要我们的服务，也请您帮我们做一个推荐，祝您工作愉快，再见。

从事销售工作的人都知道，开发一个新客户花的时间要比维护一个老客户的时间多三倍。权威调查机构的调查结果显示，在正常情况下，客户的流失率将会在 30% 左右，为了减少客户的流失率，我们要时常采取客户回访方式与客户建立关系，从而激起客户重复购买的欲望。

通常在做客户回访时，电话销售人员可以采取交叉销售的方法，向客户介绍更多的产品，供客户选择。电话销售人员在客户回访时要注意以下几点。

- 在回访时首先要向老客户表示感谢。
- 咨询老客户使用产品之后的效果。
- 咨询老客户现在没再次使用产品的原因。
- 如在上次的交易中有不愉快的地方，一定要道歉。
- 请老客户提一些建议。

本节中曾提到过“激起兴趣”是应用较多的一种方法，除上面提到的几种方法外，还有一些方法。

- 提及对方现在最关心的事情。

“李总您好，听您的同事提到，您目前最头痛的事情是公司现在很难招到合适的人，是吗？”

- 学会赞美对方。

“同事们都说应该找您，您在这方面是专家。”

“我相信贵公司能够发展这么快，与您的人格魅力是分不开的。”

- 提及对方的竞争对手。

“我们刚与××公司（目标客户的竞争对手）合作过，他们认为我们的服务非常好，所以我今天决定给您打一个电话。”

- 引起他的担心和忧虑。

“不断有客户提到，公司的销售人员很容易流失这一现象，这实在是一件令人担心的事情。”

“不少客户提到他们的客户服务人员经常接到一些骚扰电话，很不好应对，不知王经理是如何处理这种事情的？”

- 提到你曾寄过的信。

“前几天曾寄过一封重要的信/邮件给您……”

“我寄给您的信，相信您一定看过了吧！……”

- 宣传新出的畅销品。

“我公司产品刚推出一个月，就有 1 万个客户注册了……”

“有很多客户主动打电话过来办理手续……”

- 用具体的数字。

“如果我们的服务能让您的销售业绩提高 30%，您一定有兴趣听，是吗？”

“如果我们的服务可以为贵公司每年节约 20 万元开支，我相信您一定会感兴趣，是吗？”

向乞丐学营销

笔者通过对乞丐的仔细观察，发觉乞丐乞讨其实是一件很有智慧的行为。试想，行人经过乞丐面前的时间平均不到 3 秒钟，作为乞丐，必须要想方设法充分利用这 3 秒钟时间，吸引行人的注意力，然后让行人大发善心，给予施舍。那么他们是如何做到的呢？

方法一：向行人展示自己的残疾。要么露出血淋淋的伤口，要么伸出只有半截的腿，目的是对你的视觉造成强烈的冲击，让你突发善心，不知不觉掏腰包。

方法二：讲述一个悲惨的故事。要么是父母双亡，无钱继续学业；要么是丈夫无情无义，剩下孤儿寡母无以为继，目的是引发你的联想，然后让你心生慈悲，伸出援助的手。

方法三：利用文学手段。最著名的如一位诗人给一个瞎子乞丐题的诗“春天来啦，可是我看不见”。笔者有一次经过某立交桥下时，一对父子相互依偎，面前放着一张纸牌，上面写着“我好饿”，虽然他们不说一句话，可是笔者的眼泪还是止不住地往外流，当然还得给钱。

点评

很多公司在运用电话销售开展业务时大都比较喜欢采用固定的统一电话销售脚本。这样做有利也

有敝，总体来说敝大于利。

采用统一的固定话本，实际上是对广大电话销售人员个性及潜能的束缚。

千人千面，一千个电话打给一千个不同的客户，必定是一千种不同的过程。所以，灵活才是电话销售的精髓。

第三章 突破秘书/前台的十个策略

电话销售人员务必使自己打出去的每一个电话都有很高的质量，至少要让对方公司的秘书/前台听起来对她们很重要，如果做到了这一点，对方的秘书/前台就不会挂断电话了。然而遗憾的是，一部分电话销售人员没有参透其中的奥妙，一开口说话就是推销，刚一说完，对方一句“不需要”就让电话销售人员愣在那里，一脸委屈。

第一节 秘书/前台的“三板斧”

秘书/前台是公司对外界联系的窗口。从事这个职业的人员，必须具备很强的判断能力，能够随时辨别每个电话的重要，所以在长期的工作中，她们练就了“三板斧”的绝招，这“三板斧”就是她们经常提的三个问题。

- 你是谁？
- 哪里的？
- 有什么事？

这是秘书/前台的专用词，她们经常使用这三个问题来过滤每天接到的电话。一旦查出某个电话无关紧要，特别是推销电话，她们就会立即过滤掉。面对这“三板斧”，很多电话销售人员都觉得难以应付，经常是“出师未捷身先死”，从而错过了一次又一次与负责人谈判的机会。

然而机会就隐藏在拒绝背后，很明显，秘书/前台不可能挂掉所有的来电，那么究竟什么样的电话她们不会挂掉呢？答案是对她们公司很重要的电话她们是不可能挂掉的。她们之所以过滤掉小部分电话销售人员的电话，原因很简单，就是有一部分电话销售人员的电话听起来无关紧要。作为一家公司的秘书/前台，她们有义务为她们服务的领导或者老板节约时间。这样，就给了电话销售人员相当大的发挥空间，只要电话销售人员的头脑稍微灵活一点，便可以“兵来将挡，水来土掩”，“逢山开路，遇水架桥”。

电话销售人员务必使自己打出去的每一个电话都有很高的质量，至少要让对方公司的秘书/前台听起来对她们很重要，如果做到了这一点，对方的秘书/前台就不会挂断电话了。然而遗憾的是，一部分电话销售人员没有参透其中的奥妙，一开口说话就是推销，刚一说完，对方一句“不需要”就让电话销售人员愣在那里，一脸委屈。

有些电话销售人员之所以遭到如此“礼遇”，问题恰恰出在自己身上。那么这些电话销售人员到底出了什么问题呢？接下来就来探讨。

第二节 为什么受伤的总是你

有一句话很流行：“可怜之人自有可悲之处。”有些电话销售人员常常受伤，也是因为“受伤之人自有受伤的原因”。电话销售人员得到什么样的答案取决于其提出了怎样的问题。电话销售人员常常被秘书/前台找理由拒绝，恰恰是因为给了对方拒绝的方便，正如以下系列案例所示。

案例 3.1（拒绝理由——不需要）

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：是的，请问你是哪里？

电话销售人员：是这样的，我是××公司的，我想找一下王总。

客 户：王总不在，请问你们是做什么的？

电话销售人员：我们是做企业培训的。

客 户：我们暂时不需要……（挂断）

失败原因分析如下。

- 电话销售人员不够自信。
- 没有提到自己的名字。
- 在还没有找到负责人时就开始谈产品。
- 很容易让前台辨别出是销售电话。
- 始终是对方控制局面，这位电话销售人员总是被对方牵着鼻子走。
- 没有关注前台人员的姓名。

案例 3.2（委婉拒绝—要求留言转告）

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：帮我转一下王总。

客 户：你哪个公司的？

电话销售人员：我是××公司的，找你们王总有点事情。

客 户：王总出差了，有什么事可以先跟我说吗？到时候我再转告给他。

电话销售人员：我觉得还是亲自告诉他比较好。

客 户：那你改天再打吧！（挂断）

失败原因分析如下。

- 当前台说要求留言时，没有表示感谢。
- 没有关注前台人员的姓名。
- 没有约定再次打电话的时间。

- 没有提到自己的姓名。
- 不太礼貌。

案例 3.3（委婉拒绝—要求发传真）

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：是的，请问有什么事？

电话销售人员：是这样的，我是××公司的姣姣，我想找一下你们人事部的经理。

客 户：是关于哪方面的事情呢？

电话销售人员：培训方面的。

客 户：这样吧，你先发个传真过来，到时我会交给相关负责人的。

电话销售人员：我觉得我还是跟他通个电话比较好，请帮我转一下好吗？

客 户：我们公司有规定的，我也没有办法帮你，如果你觉得方便就发传真吧，我们需要的话会主动联系你的。

电话销售人员：好吧。

失败原因分析如下。

- 很容易被人辨别是销售电话。
- 没有关注前台人员的姓名。
- 没有问到传真号码。
- 没有打听负责人的姓名。
- 没有确认下一次联系的时间。

案例 3.4（拒绝理由—负责人正忙）

电话销售人员：您好，请帮我转一下销售部门。

客 户：你找哪一位？

电话销售人员：销售部负责人。

客 户：请问你是哪里？

电话销售人员：我是××公司的，有些事情想与贵公司销售部门负责人谈谈。

客 户：销售部经理现在很忙，不方便接电话，你等一会儿再打过来吧！

失败原因分析如下。

- 没有问清负责人什么时间方便接电话。
- 没有问负责人的姓名。
- 没有关注前台人员的姓名。

案例 3.5（委婉拒绝—要求留下电话号码）

电话销售人员：请问是目标网络公司吗？

客 户：请问你是哪里？

电话销售人员：我是××公司的艳艳，请问王总在吗？

客 户：请问有什么事吗？

电话销售人员：我跟王总打过电话的。

客 户：王总出差了，有什么事情你可以跟我说，我是他秘书。

电话销售人员：那他什么时候回来呢？

客 户：很难说。

电话销售人员：请问您方便告诉我他的手机号吗？

客 户：不太方便，要不然这样，把你的电话留给我，到时候我让王总回给你好吗？

电话销售人员：136……

客 户：好的，到时候我们会与你联系。

失败原因分析如下。

- 没有问秘书的姓名。
- 让对方感觉你与负责人的关系不熟。
- 匆忙留下电话号码是没有意义的。

案例 3.6（拒绝理由—我们刚做过了）

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：你找哪一位？

电话销售人员：人事部负责人。

客 户：你是做什么的？

电话销售人员：做培训的。

客 户：我们刚做过培训。

电话销售人员：那好吧！谢谢！

失败原因分析如下。

- 让对方感觉很明显是销售电话。
- 不够自信，主动退出。
- 没有问对方刚做了什么培训。

案例 3.7（拒绝理由—你打错电话了）

客 户：喂！

电话销售人员：喂，您好！我是××公司的，我公司是专门做培训的，请问你们是目标网络公司吗？

客 户：你打错了……（挂断）

失败原因分析如下。

- 在没有确认公司之前，就开始介绍产品。
- 不够专业和礼貌。

案例 3.8（拒绝理由一还没有计划）

电话销售人员：请问是目标网络公司吗？

客 户：是的，请问你是哪里？

电话销售人员：我是××，请帮我找一下刘总。

客 户：刘总不在，请问有什么事情？

电话销售人员：是关于培训的事情。

客 户：我们公司近期没有这个计划。

电话销售人员：您是怎么知道的？

客 户：我是公司员工，当然知道……（挂断）

失败原因分析如下。

- 不应该提到产品。
- 没有关注前台人员的姓名。
- 非常不礼貌。
- 当对方说没有这个计划时没有继续询问“为什么”、“什么时候有计划”之类的话。

案例 3.9（拒绝理由一要求先发邮件，别让我为难）

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：你好，请问有什么可以帮助你？

电话销售人员：您好，是这样的，我是××公司的，我想找一下你们人事部的负责人。

客 户：请问你们是做什么的？

电话销售人员：我们是一家专业的培训公司。

客 户：你是第一次打电话过来吗？

电话销售人员：是的，我想和人事部经理谈谈培训的事情。

客 户：这样吧，你有产品介绍吗？

电话销售人员：有的。

客 户：你先发邮件给我，到时如果我们需要会再与你联系，好吗？

电话销售人员：当然可以，但在发邮件之前我想与负责人谈谈，因为我相信对他一定有帮助。

客 户：我理解你的心情，不过你这样让我很为难。你还是先发邮件吧！

电话销售人员：好的。

失败原因分析如下。

- 没有询问前台人员的姓名。
- 过早地提及产品。
- 没有确定再次回访的时间。
- 没有咨询负责人的姓名。

第三节 突破秘书/前台的十个策略实例

所谓“魔高一尺，道高一丈”，她们的借口再多、壁垒再森严，只要电话销售人员肯动脑筋，还是有很多方法可以应对的。下面介绍一下如何突破秘书/前台所设置的种种壁垒。

一、直接称呼秘书/前台人员的姓名

现代人自从离开学校、走上工作岗位后，个人的姓名就逐渐被各种各样的称谓埋没了，如主管、经理、老总、董事长、老师、教授、博士、画家、作家、艺术家等，而自己的姓名却很少有人叫。如果电话销售人员能够从各种途径获知对方公司秘书/前台人员的姓名，在打电话时，直接称呼对方的姓名，然后要求转接电话，成功的机会就会很大。

案例 3.10

电话销售人员：喂，您好！我找吴芳。

客 户：我就是，请问你是哪里？

电话销售人员：吴芳，你好，我是冰冰，有件事想请你帮个忙。

客 户：什么事？

电话销售人员：我想请你帮我找一下你们公司人事部的负责人。

客 户：请稍等。

成功原因分析如下。

- 直接称呼对方的姓名，使对方有一种亲切感。
- 将“您”改为“你”时，对方的对话就在同一平台上了。
- 用自己的姓名回答对方的问题，然后立即要求对方帮忙，从而掌握了对话的主动权。

二、直接称呼对方负责人的姓名

如果说有很多电话销售人员有勇气敢直接称呼对方秘书/前台人员的姓名的话，那么有勇气敢直接称呼自己要找的负责人的姓名就相对少得多。究其原因，是电话销售人员自己的心态在作怪，害怕直接称呼负责人的姓名这样不太礼貌而得罪了对方，最终耽误了合作。实际上，秘书/前台人员是人，老总也是人，离开他们公司所在的环境，大家走在大街上，就没什么区别了。直接称呼对方的姓名，有时反而是对对方最

大的尊重。

当然，当电话销售人员有勇气敢直接称呼要找的负责人的姓名时，对方秘书/前台人员反而会对我们产生敬畏，那么将电话转接过去也就自然而然了。

案例 3.11

电话销售人员：您好，请问老刘在吗？

客 户：哪个老刘？

电话销售人员：刘大伟呀！

客 户：你是……？

电话销售人员：我是冰冰，你们平时都是怎么称呼他的呢？

客 户：我们都叫他刘总！

电话销售人员：呵呵，老刘这小子还真不赖，几年不见，居然自己开起公司来了哈！

客 户：你是……？

电话销售人员：我是冰冰，刚才不是告诉你了吗？请刘大伟听电话。

客 户：好的，请稍等……（电话转接过去了）

成功原因分析如下。

- 直呼老总姓名，立即就吓住了前台人员。
- “请刘大伟听电话。”前台是无法拒绝这种要求的。

三、学会赞美前台工作人员

一般来说，秘书/前台人员在公司里属于基层行政人员，工作内容比较繁杂，同事们在一起工作，工作重心都放在领导上，因为领导就是核心。所以尽管秘书/前台人员工作很忙，但还是处于一种不太受关注的状态。如果电话销售人员在和她们打交道时，不急于和相关负责人通电话，而是花点时间与她们沟通，细心地观察她们的优点，然后真诚地赞美她们，之后再提出要她们帮忙的要求，基本上都能如愿以偿。

案例 3.12

电话销售人员：您好，是××公司吗？

客 户：是，请问你是哪里？

电话销售人员：我叫冰冰，请问怎么称呼您？

客 户：大家都叫我阿香。

电话销售人员：阿香，您好，听您的口音应该是四川人吧？

客 户：我是四川成都的。

电话销售人员：四川话很好听哦，怪不得您的声音这么甜。

客 户：哪里哪里。

电话销售人员：我认识好几个四川的女性朋友，她们人长得很漂亮，而且会化妆。

客 户：是吗？什么时候介绍我认识认识。

电话销售人员：没有问题，不过，今天我想先请您帮个忙。

客 户：请说吧，什么事？

电话销售人员：我向您了解一些情况，就是你们公司负责培训这一块的是谁？

客 户：是王经理……

成功原因分析如下。

听对方谈话，巧妙赞美对方的声音，显得很自然。

- 说四川女孩子人漂亮，会化妆，这种赞美可是很容易打动人的。

四、“我很理解您”

同理心是指当某个人遇到某种事情时，电话销售人员能站在他的角度上去看问题，并且理解他。表达同理心常用的一般句型是，“我很理解您”，“如果我是您，我也一定会这么想的”，“我曾经也有过和您一样的遭遇”，等等。

运用同理心是与对方拉近关系最快的方法，它可以使电话销售人员在极短的时间内获得对方的信任感，从而进一步得到对方的帮助。

运用同理心方法时，最好与赞美对方一起使用，因为在肯定对方感受的同时，适当表达对对方的欣赏，这样先“安抚”后“抬高”，效果往往出人意料。

案例 3.13

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：请问你是哪里？

电话销售人员：您好，我是××公司的冰冰，请问您贵姓？

客 户：我姓刘，请问有什么事吗？

电话销售人员：刘小姐您好，我想找一下贵公司采购部门的负责人。

客 户：你能先告诉我有什么事情吗？

电话销售人员：您是一个非常负责任的行政人员，我知道您很为难。每天接到很多电话，而且很难辨别哪些电话该转，哪些电话不该转，我也有过这样的经历，我非常理解您，听您说话，您应该不是本地人吧！

客 户：你怎么知道的？

电话销售人员：您的声音很好听，年龄很小，应该是湖南人吧。

客 户：你猜的很对嘛！你哪里的呢？

电话销售人员：我也是湖南的，我们是老乡。

客 户：挺巧嘛！

电话销售人员：您方便告诉我您的全名吗？

客 户：刘洁。

电话销售人员：您的名字也很好听哟！我要请您帮个忙！

客 户：请讲。

电话销售人员：你们采购部门负责人的全名您方便告诉我吗？

客 户：他叫舒俊伟。

电话销售人员：他现在在吗？

客 户：他出差了。

电话销售人员：那他的手机号码是 138 开头的还是 139 开头的？

客 户：138 开头的。

电话销售人员：请稍等，我拿笔记一下。

客 户：138……，千万别告诉他是我告诉你的，好吗？

电话销售人员：请放心，一定不会的，谢谢您，刘洁。

成功原因分析如下。

- 表达了对前台人员姓名的关注。
- 多次提到对方的姓名。
- 运用同理心拉近关系。
- 巧妙地赞美对方，引导对方回答问题。

五、“草拔完了，请给 5 美元”

曾经有一个黑人小姑娘，为了支持自己的哥哥上大学，专门为富人家拔园子里的杂草，因为这样可以获得 5 美元的报酬。有一次，她在给一个白人家里拔完杂草后，主人并没有打算立即把钱给她。于是，这个小姑娘直接找到主人，只简单地说了一句话：“草拔完了，请给我 5 美元。”那位主人非常吃惊，同时也很恼怒，他觉得这个小姑娘让他很没面子，于是他大声呵斥：“滚出去！”小姑娘一动不动，坚定地看着主人，一字一顿地说：“我要属于我的 5 美元。”那位主人终于恼羞成怒，举起手杖就要打这个小姑娘，但是，手杖举到半空，便无力地垂落下来。因为站在他面前的这个黑人小姑娘没有一丝的畏惧，眼神非常坚定，她再一次清清楚楚地说：“无论如何，我都要拿回属于我的 5 美元。”最后，那位主人只得乖乖地掏出 5 美元给了她。

可见，只要电话销售人员有足够的耐心和坚强的意志，就能跨越任何障碍。电话销售人员也可以凭借自己的意志，不断地提出要求，终有达到目的的时候。

案例 3.14

电话销售人员：请找王总。

客 户：你是谁？

电话销售人员：（停顿一会儿）请找王总。

客 户：你是哪里？

电话销售人员：（停顿一会儿）请找王总。

客 户：你有什么事？

电话销售人员：请找王总。（语气要比前两次重）

客 户：（嘟嘟……就转过去了）

成功原因分析如下。

- 锲而不舍，金石可断。

六、总有一个理由

现在电话销售人员要面对一个问题：如何突破秘书/前台的封锁。电话销售人员只需开动脑筋，找个恰当的理由，问题就能迎刃而解。最简单的理由就是与要找的人很熟悉。熟悉的程度有深浅，交往的途径也有很多种，比如彼此交换过名片，比如看过他写的书或相关报道，比如在和朋友们的闲聊中谈到过此人等。这些都可以成为电话销售人员可资利用的资源，在遇到秘书和前台阻拦时，直接告诉她们自己和要找的人早已认识就行了。

案例 3.15

电话销售人员：您好，是目标网络公司吗？

客 户：是的，你是哪里？

电话销售人员：我是××公司的冰冰，我找你们刘总。

客 户：什么事？

电话销售人员：我前几天和他联系过，他叫我发邮件给他，并叫我今天给他打电话。

客 户：好的，请稍等……

案例 3.16

电话销售人员：您好，请问是目标网络公司吗？

客 户：是的，请问有什么事？

电话销售人员：我找刘总。

客 户：你是哪里？

电话销售人员：我是××公司的，昨天我们公司在讨论请谁为我们公司做广告设计时，大家一致推荐你们刘总，所以今天打电话过来，想问一问他什么时候方便，可否到我们公司这边来详谈一下。

客 户：好的，请稍等……

案例 3.17

电话销售人员：喂，您好，请帮我找一下李经理。

客 户：有什么事？

电话销售人员：是这样，上个月你们公司李经理到我们工厂参观过，对我们生产的××设备非常感兴趣。临走时，他留了联系方式，还叮嘱我一定记得给他打电话。

客 户：请你稍等。

成功原因分析如下。

•这类电话实际上就是给对方的秘书/前台人员一个理由。理由可以有很多种，但千万记住不要总是惦记着卖产品。所有的合作事宜必须在找到相关负责人时才可以谈，秘书/前台人员不会关心合作，和他们谈产品、谈合作只是做无用功而已。

七、“我已经向您汇报了”

有时电话销售人员会遇到特别爱管闲事的前台人员，对什么事都喜欢刨根问底，甚至为了阻止自己找到负责人，她们会搬出很多理由。这时电话销售人员可以强调“责任”两个字，告诉她向她汇报完全可以，但她必须承担责任。从而给对方造成一定的压力。

案例 3.18

电话销售人员：您好，是目标网络公司吗？

客 户：请问有什么事情？

电话销售人员：我找刘总有点儿急事！

客 户：他现在很忙，没间接电话。

电话销售人员：我昨天已经和他约好今天这个时候我们通电话的，麻烦您通知他一下，好吗？

客 户：要不你先跟我说说，待会儿我再传达给他。

电话销售人员：跟您说当然可以，但您能做主吗？您能代表你们老总吗？您是不是不想转电话，能不能告诉我您的姓名？如果你们老总再打电话过来，我就跟他说我已经向您汇报过了。

客 户：那好吧！我帮你转……

成功原因分析如下。

- 抓住了人性的弱点（害怕承担责任）。
- 将责任推到对方身上。

八、强渡关口

偶尔电话销售人员会遇到很不礼貌的秘书/前台人员。可能是其他不愉快的事导致秘书/前台人员情绪很糟糕，而恰好这时电话销售人员打电话过去，她们便就势发泄自己的情绪，让电话销售人员成了一个冤大头。另外一种情形是对方的秘书/前台人员本身素质就很差，对谁都爱答不理，敷衍工作。遇到这种情形，

电话销售人员就没有必要跟她们浪费时间，直接抬高自己的姿态，狠狠还击对方。

案例 3.19

电话销售人员：您好，麻烦您帮我转一下李经理。

客 户：现在忙音，待会儿再打。

电话销售人员：您都没有给我转，怎么就说是忙音呢？

客 户：喂，你这个人很嗦哦，让你等会儿再打你没听见吗？我是说我现在很忙！

电话销售人员：请问您贵姓？

客 户：这不关你的事。

电话销售人员：您接听电话都是这种态度吗？您知不知道，您的这种态度会让贵公司损失很多客户。好吧，既然您不愿转电话，我也不勉强，不过，等会儿你们老总打电话过来时，我将把您的情况如实反映一下。

客 户：对不起，我实在太忙了，我现在就给你转。

成功原因分析如下。

- 遇到不礼貌的对手，始终保持不卑不亢的姿态。

九、曲径通幽

电话销售人员可以收集对方公司不同部门的电话，然后逐一打过去，总有一个电话会有收获。电话销售人员也可以在一天不同时间段打同一个电话，总有机会碰到另外一个人接听电话，而这个人电话销售人员恰恰很投缘。当然，电话销售人员还可以请本公司各位同事帮忙，相信总有一个同事能和对方谈得来。

在不同的时间打，请不同的人来打，打不同部门的电话，只要电话销售人员不放弃，就一定会取得成功。

十、条条道路通罗马

中国每年的“春运”都十分繁忙，但是，无论“春运”多么紧张，只要是想回家的人，一般都是可以想到办法回去的。买不到火车票可以买汽车票；买不到汽车票就坐飞机；如果所有的票都买不到，就是出高价与人一起租车也会想办法回去。同样，电话销售人员在遇到秘书/前台人员这一道障碍时，只要决心绕过她们，就一定可以找到办法。

装扮成不同身份的人就是一个办法。电话销售人员可以装扮成对方公司的客户、对方负责人的朋友，还可以装扮成招聘单位的人、快递公司的人等，通过各种不同身份的掩护，绕过对方的秘书/前台人员，从而达到目的。

第四节 秀才遇到兵

俗话说：“秀才遇到兵，有理说不清。”有时候，接听电话的人纯粹是个外行，电话销售人员辛辛苦苦说了半天，对方却理解成另外一种意思，弄得电话销售人员哭笑不得。如果遇到这种情况该怎么办呢？

案例 3.20

电话销售人员：喂！您好！

客 户：喂，什么事呀？

电话销售人员：我找一下你们老总。

客 户：老总还没有过来，有什么事情跟我说吧！

电话销售人员：是这样的，我们是专门从事电话销售技巧培训的公司，我想请问一下贵公司平时销售产品有没有采用电话销售的方式。

客 户：没有，我们不需要。

电话销售人员：不可能吧，据我了解贵公司是一家 IT 服务型的公司，应该是采用电话销售做业务的呀！

客 户：什么电话销售，我们不卖电话。

电话销售人员：我不是说您卖电话，是请问贵公司销售人员有没有通过打电话来推销你们的产品。

客 户：我不清楚……（挂断）

在跟外行人通话时，感觉就像在对牛弹琴，他们根本不知道我们在说什么，沟通起来非常困难。因为他们不是内行，电话销售人员说的话他们也很难听懂。但仔细想想，原因还是电话销售人员做得不好。首先是因为没有找对人；其次是因为表达不够通俗，让对方听不明白。正确的方法应该是尊敬和关心接线人，让他们感觉得到重视之后，再让他们帮忙转到相关负责人那里，这样问题就解决了。

案例 3.21

电话销售人员：喂！您好。

客 户：你好，什么事情？

电话销售人员：请帮我转一下总经理。

客 户：他不在，有什么事情跟我说吧！

电话销售人员：好的，请问您贵姓？

客 户：姓马。

电话销售人员：马先生，您好，请问贵公司销售业务这一块是由您负责吧？

客 户：不，我是专门负责技术的。

电话销售人员：那请问，销售是哪位经理负责呢？

客 户：刘经理。

电话销售人员：请问您能帮我转过去吗？

客 户：不行，你要打总机再转 123。

电话销售人员：非常感谢您马先生，谢谢！

所以在跟外行接线人打交道的时候，一定要引导他帮忙转到相关负责人。

巧取九龙杯

有一次，郑武公设宴招待各国使者。招待使者用的杯子都非常精致，每只杯子上都雕有九条栩栩如生的龙，名曰“九龙杯”。席间各位使者一边饮美酒一边把玩九龙杯，个个赞不绝口。

当宴会结束时，一个别国的使者悄悄地拿起一只九龙杯，藏到自己随身携带的袋子里。这一举动，恰好被一个侍卫看在眼里，于是他通过将军将此事报告给了郑武公。

郑武公知晓后，顿时感到左右为难，有什么办法既能拿回这只九龙杯，又不伤到使者的面子呢？

这时一个老臣上前献计：“此事不难，我们在宴会结束后再安排一次魔术表演，让各国使者玩儿个尽兴。”

魔术表演开始了，只见魔术师将三只九龙杯用一块红布盖起来，然后对着红布吹一口气，喊了一声：“变！”随即掀开红布，这时原先三只九龙杯现在只剩下两只了。

魔术师对大家笑笑，告诉大家，那只不见了的九龙杯被他变到台下某个观众的口袋里啦。

魔术师从容地走到那个使者的面前，非常礼貌地请他打开袋子，并顺利地拿出了九龙杯。

点评

真正的障碍其实从来都不存在。所有的障碍都只是暂时的。

打电话时，对方前台人员的为难，其本质并不是对方在设置障碍，而是电话销售人员自己给自己设置的障碍。

这种障碍就是自己的方法不得当。战胜障碍其实就是战胜自己。

第四章

与客户负责人谈判的 13 项修炼

即使电话销售人员绕过了各种障碍才找到负责人，但只要负责人不认可我们的产品或为人，那么电话销售人员先前的工作也全部是白费。

电话销售人员有时对前台人员不客气、不礼貌，但在负责人面前说的每一句话都非常关键，说错了一句话，就有可能前功尽弃。所以电话销售人员在与负责人谈判时，需要注意很多细节。

第一节 知己知彼 百战不殆

在战场上，最忌讳的是在还不了解敌方的情况下，就贸然发动进攻，因为这样往往凶多吉少。从事电话销售也是一样。在和对方负责人通话之前，一定要想办法尽可能多地掌握对方的相关资料。原一平曾是日本保险界的推销冠军，他在收集目标客户的相关信息时，可谓是煞费苦心。那么他是如何仅仅通过一个车牌号码就收集到关于车主人的大量翔实资料的呢？有一次，原一平搭车出去办事，在等红灯时看到前面是一辆豪华轿车，车里坐着一位头发灰白但很有气派的绅士，他断定这位绅士必是一位非常成功的人士，他决定把保险卖给他，而第一步就是要掌握这位车主人的详细资料。

第一回合，他根据该车的车牌号码，打电话到监理所了解到这辆豪华轿车所属的公司，然后直接打电话到该公司了解到车主人的姓名和职位，原来那位气派的绅士就是那家公司的董事长。

第二回合，他通过手边常备的名人录、公司名录详细了解了该董事长的出生地、学习经历、个人兴趣、住宅地址，以及其公司的规模、营业项目、经营状况，并获得了该董事长经常参加一个同乡会的重要信息。

第三回合，打电话到那个同乡会的举办单位，详细了解到该同乡会的举办时间和该董事长的为人处事风格等很多宝贵的资料。

第四回合，坐车到这位董事长的住宅附近，从外面仔细观察了他的住房状况，然后到附近的菜市场又了解到他的饮食习惯等信息。

经过以上四个回合，原一平对这位董事长的基本情况可谓是了如指掌，最后，就在那个同乡会举办时，原一平“偶遇”了这位董事长。

电话销售人员如果能够拿出原一平一半的热情来收集相关负责人的资料，那他就没有什么办不到的事情了。

一般来说，电话销售人员在与相关负责人联系之前，一定要对各位负责人的基本资料有所了解，包括了解他们的姓名、职位、性别、年龄、婚否、籍贯、身高、工作性质等，也包括了解其所在公司的核心业务、所经营的产品、开展业务的方式、产品销售的主要渠道、目前销售状况等，这些资料知道得越详细越好。

当然，现在电话销售人员和原一平们所处的时代不一样了，除了以上收集目标客户资料的方法外，还可以利用以下途径。

一、互联网上查询

互联网上的资讯很多，越来越多的企业开始注重通过网络来宣传自己，电话销售人员完全可以通过网络来了解对方公司的很多资料。例如对方公司的产品、经营规模、相关部门的电话等。一名优秀的电话销售人员应该学会熟练使用互联网这个工具。

二、客户和朋友推荐

通过这种方式转介绍来的客户，电话销售人员是很容易从他们那里获得负责人的相关资料的，而且这样获得的资料准确性很高。

三、通过公司的前台/秘书

通过这条途径来获得相关负责人的资料时，要求电话销售人员在语言表达技巧上要下一点功夫，否则很容易被前台人员或秘书挡回来。

下面是两则成功的案例。

案例 4.1

电话销售人员：请问刘小姐，您觉得关于销售方面的问题，我找哪一位比较合适呢？

客 户：你找我们王经理吧！

电话销售人员：顺便问一下他的全名怎么称呼？

客 户：他叫王浩。

电话销售人员：最后请问他的分机号码是多少？我想记一下。

客 户：是 123。

案例 4.2

电话销售人员：请问人事部王经理的分机是 123 吗？

客 户：人事部经理不姓王。

电话销售人员：那人事部经理姓什么？

客 户：姓刘呀！

电话销售人员：不好意思我可能弄错了。那他的分机应该是 123 吧？

客 户：不是，是 327。

电话销售人员：好的，谢谢你！

成功原因分析如下。

- 通过公司的其他不敏感部门（财务、技术、后勤等部门）来获得相关负责人的资料。

这些部门属于不敏感部门，如果电话销售人员请求他们帮忙，一般情况下他们都会提供负责人的相关信息。

- 通过销售部门了解负责人信息，前面已经提到过，任何公司对自己的客户都会很重视，所以电话打到销售部门，话题切入相对比较容易。而且一个公司里的销售人员相比较其他部门的人员来说，会更加活泼、开放一些，也更能够轻松展开对话。

第二节 万事俱备 只欠东风

诸葛亮火烧赤壁，借的是东风，但在刮东风之前，他对各项准备工作早已做到心中有数。同样，电话销售人员在给负责人打电话之前，一定要做好充分的准备工作，因为这样的机会来之不易。如果电话销售人员第一次给对方打电话，就给对方留下说话没有重点、逻辑混乱、准备不充分的印象，那么以后电话销售人员就不得不花费十倍以上的时间来弥补第一次所犯的错误。笔者自己就有这样的经历，在第一次给中国移动公司的某客户打电话时，因为对移动业务不熟悉，当对方谈到移动业务的话题时，自己就开始失去信心，说话也开始语无伦次。结果直到现在，笔者所接触的第一个中国移动的客户还是不信任笔者。

这次教训是非常深刻的，让笔者意识到如果准备不够充分，就不要拨通对方的电话。

在和负责人通话之前，都需要做哪些准备呢？

一、纸和笔

随时记录与负责人谈话过程中的重点内容。

二、熟悉对方的相关资料

相关资料包括负责人的姓名、年龄、性别、爱好、籍贯、婚否、是否有孩子，具体工作职责、权限范围，对方公司经营的产品、公司规模、销售模式等。总之，知道得越详细越好。

三、制作电话脚本

电话脚本包括以下几个方面的内容。

1. 自我介绍

自我介绍一定要有吸引力，才能给对方留下深刻印象。如本人经常使用的自我介绍如下。

“我叫舒冰冰，舒琪的舒，范冰冰的冰，同事都和我开玩笑，说我是‘明星中的明星’，在这么炎热的夏天给您打电话，希望给您带来冰凉的舒服感。”

2. 引起对方兴趣的话题

“我相信您作为公司的销售部经理，一定对提升公司的销售业绩感兴趣吧？”

“有个好消息要告诉您。”

“如果我告诉您的消息是全免费的，我相信您一定会有兴趣。”

3. 使用提问方式让对方参与到对话中来

所提问题应具有一定的影响力且是客户关注的，提问一般有以下两种方式。

(1) 开放式问题

“您觉得贵公司目前的电话销售人员在哪些方面需要提高呢？”

开放式问题通常使用的词语有“什么”、“哪里”、“告诉”、“为什么”、“怎样”、“谈谈”等，目的是打开话匣子，进一步展开对话。

(2) 封闭式问题

“您觉得这种方法对你们有没有效果？”

封闭式问题通常使用的词语有“能不能”、“是不是”、“对不对”、“会不会”等，目的是缩小谈话范围，以获得准确信息。

4. 思考负责人可能会提到的问题及应对措施

如对方可能会回答你：

“不需要。”

“考虑考虑。”

“寄份资料过来吧。”（本书后面有专门章节探讨）

只有事先对方将会提出的问题做好了应对准备，打电话时自己就会有底气，如果对方刚好问到电话销售人员已准备好怎样回答的问题，到时就不会手足无措了。

5. 提炼产品的卖点

提炼产品的卖点就是在电话销售的过程中，将自己公司所提供的产品或服务能给对方带来的好处，以及本公司所提供的产品在质量、价格、产品功能等方面的与众不同之处提炼出来，从而激发对方的潜在需求。

就笔者所在公司所销售的课程来说，其卖点归纳如下。

其一，中国最早、最专业的“电话销售技巧培训课程”提供者。

其二，签约培训师在电话销售行业有超过十年的实践经验及很深的理论研究。

其三，到目前为止，已经为超过 500 家企业做过“电话销售技巧”课程的培训，满意度在 85% 以上。

其四，接受过本公司专业培训的企业，其业绩都有不同程度的提升，最高升幅达到 40%。

其五，我们只做自己最擅长的，不做自己不专业的，也就是本公司只做“电话销售技巧”培训。

其六，签约培训师承诺：“先讲课，后付款，付款金额按学员满意度确定，满意度低于80%，分文不取。”

6. 主要目标和次要目标的准备

主要是填写好《电话销售目标表》（见表 1-1）。

第三节 声如其人（1）

《吕氏春秋》云：“故闻其声而知其风，察其风而知其志，观其志而知其德。”意思是说：听一个人说话的声音就能知道这个人的风度，观察这个人的风度就可以明白他的志趣，而清楚他的志趣后就能知晓他的德性与品行了。电话销售就是一种结合了声音与语言的艺术，电话销售人员只能靠“听觉”去“看到”准客户的所有反应，并判断营销方向是否正确。同样地，准客户在电话线的另一端也无法看到电话销售人员的肢体语言、面部表情，只能借着他所听到的声音及其所传递的信息来判断自己是否喜欢这名电话销售人员，是否可以信赖这个人，并决定是否继续这个通话过程。所以电话销售人员的声音非常重要。

通常从以下 12 个方面考察电话销售人员的声音及语言的感染力。

一、语速

语速不要太快或太慢。因为电话销售是一种快节奏的工作，大多数电话销售人员说话的速度都偏快。但语速太快容易使客户听不清楚，电话销售人员最好具备控制语速的能力，一般情况下，语速保持在 120 字/分钟~140 字/分钟比较合适。当然，如果能够根据客户的语速调整自己的语速，效果会更好。

二、清晰度

电话销售人员发音要标准，吐字要清晰，能够让客户在电话中很容易听清楚自己说的话。笔者所在公司在每次新招电话销售人员时，都会要求对方现场模拟打电话的过程，主要考察对方的语言表达是否含糊不清、普通话是否流利等。因为表达清晰对于电话销售人来说是一项最基本的要求。

三、语气

语气是电话销售人员内心态度的晴雨表。对电话销售人员的语气要求是平和中有激情、耐心中有爱心，杜绝不耐烦的语气。经常会遇到这类客户，给他讲第一次，没有听清楚，讲第二次也没有听清楚，到讲第三次时还不清楚。电话销售人员解释一次时，语气还可以；解释第二次，语言也可以；解释第三次时就明显可以听出不耐烦的语气，这时心里肯定这么想：“你怎么这么笨呀，都跟你讲三遍了，你还不清楚。”这种语气一旦流露出来，结果就是把客户吓跑。

四、音调

音调不要怪腔怪调，要自然，一定要做到抑扬顿挫。音调应有高、中、低之分，要富于变化，不要太机械化。有些电话销售人员总是用一种音调跟所有客户讲话，好像是录音机播放的一样，缺少变化，因而自己的语言也就缺少了生气。笔者曾听过不少培训师的培训课，一天到晚都用一种腔调讲，结果台下的学员昏昏欲睡。相声演员姜昆曾说过一段相声，他是这样形容经典歌曲的：“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，简直是“余音绕梁，三日不绝”。既然电话销售是一门声音的艺术，电话销售人员就不得不下点儿功夫好好修炼一下自己的说话音调。

五、节奏

有节奏就是恰到好处的停顿，这样就可以有时间来感知谈话进行的感觉，也让客户有机会参与到谈话中来，大多数电话销售人员都会犯一个毛病，那就是只顾自己说，说完了就挂机。高明的电话销售人员可以做到根据客户的语言节奏决定自己的节奏，从而使双方在整个谈话中非常投机、默契。停顿的频率一般是每说两句话就停顿一两秒钟较好。笔者所在公司有一名电话销售人员，口齿伶俐，能说会辩，大家公认她的口才好，可是她的业绩总是不理想，她自己也很苦恼，不知道问题出在哪里。后来，笔者给她提了个建议，这个建议只有两个字，就是“闭嘴”。虽然很难听，但对她的心灵冲击力很大。后来，每当她想滔滔不绝地发表“演讲”时，都会强行克制自己，因此也就陆陆续续出了一些业绩。

六、音量

音量就是声音的大小。音量不宜过大，应适中。电话销售人员都在室内工作，如果音量过大，难免会影响周围同事的工作。所以当遇到客户无法听清楚时，我们尽量另约时间联系。同时音量的高低能够反映出一名电话销售人员的素养。音量过高容易给人一种缺少涵养的感觉，音量过低又会给人一种自信不足的印象。

七、热情度

成功学大师拿破仑·希尔花了 25 年的时间，分析和研究了全世界 500 名各行业顶尖成功人士的成功原因，最后归纳出 17 条成功定律，其中热情排在最前面，可见保持热情的重要性。热情一定是由内而外的、自然流露的，只有那些从心里热爱自己工作的人，心中才会有一团火焰，这团熊熊燃烧的火焰使充满热情的人魅力四射，从而使其具有非凡的影响力。同样，作为电话销售人员，如果没有一种发自内心的对自己工作的热爱，说话声音有气无力，即使学了一大堆的技巧和方法，也是没有用的。

八、带笑的声音

人们常说“伸手不打笑脸人”、“相逢一笑泯恩仇”，可见“笑”的威力有多大。可是，在电话里，对方看不到电话销售人员的笑脸，怎么办？这就是笔者常常要求本公司的电话销售人员在给客户打电话时一定要笑出声来的原因，否则就像在黑暗中给绝世佳人暗送秋波一样徒劳无益。让客户听到电话销售人员的微笑，带有微笑的声音是非常甜美动听的，也是极具感染力的。在声音中带有笑意，并且笑出声来，这是一招很有杀伤力的电话销售技巧。因为人是追求美和快乐的动物，笑声则传达了一名电话销售人员的快乐，电话那端的客户当然愿意和一个快乐的人交谈。

第三节 声如其人（2）

九、自信

笔者一直坚信，一个人只有自己喜欢自己，别人才可能喜欢你；一个人只有自己对自己有信心，别人才会对你有信心。这样说，好像有点孤芳自赏、自欺欺人的嫌疑，然而，这的确是一个不为大多数人所知的人性奥秘。记得笔者读中专时，班里有一位很自卑的女生，经常独来独往，不愿意与人接触，一生活得很压抑。辅导员和她谈了无数次话，效果也不理想。后来学校里的一个攻读心理学的老师给了我们一个建议，要让那个女孩走出自卑的阴影，办法有一个，就是发动全班的男生给这个女生写情书，每个男生都要写。在信里，不但要表达对这位女生的爱慕之情，最主要的是写清楚迷恋她的哪一点。这样就可以激发这位女生发现自身的优点，关注自身的优点，并逐渐喜欢上自己，从而摆脱自卑，活出自我。故事的结尾大概各位已经知道了，不到两个月，这位女生简直是脱胎换骨，魅力四射，把其他的女孩子羡慕得不行。所以，笔者重申一下：如果你自己都不喜欢你，就没有人会喜欢你；如果你自己都不自信，没有人会对你有信心。

十、专业

俗话说：“行家里手一出手，就知有没有。”一名电话销售人员是否对自己公司的产品熟悉，电话销售人员在通电话时，语言表达是否专业，处理问题是否专业等都将给客户留下深刻的印象。当代社会分工越来越细，通才会越来越少，而只有专才才会越来越吃香，也越来越有竞争力。有一个故事是这样的，某企业进口了一台价值几百万元的机器，可是没几天，机器便“罢工”了，企业老总召集了公司里所有的工程师对这台机器进行会诊，结果没有谁能排除机器的故障。于是他们要求国外厂家派技术人员过来，可人家说很忙，最近两个月都没时间。怎么办，无奈之下，只好登报悬赏诚征英才。后来来了位年轻人，在机器上，这里瞧一瞧，那里敲一敲，最后，在一个地方画了个圆圈，告诉他们的工程师将里面的一个螺丝拧紧就可以了。工程师照办，机器果然运转正常，于是只剩下收费问题，小伙子要价一万元，公司老总不理解，画一个圆圈就要一万元，这恐怕有点漫天要价吧。小伙子说话啦：“画一个圆圈只收一元，知道在哪里画圆圈

收费 9 999 元。”这里所说的“知道在哪里画圆圈”就是专业技能。再回过头来说我们从事电话销售工作的从业人员。其实电话销售高手与一般的电话销售人员，90%的工作都做得差不多。而最后在业绩上却产生巨大差距，往往是因为剩下的 10%的工作不一样而造成的。曾经有一位非常有名的外科医生说过的一句话很耐人寻味。他说：“通过我几十年外科医生的工作经验，我发觉，我的 90%的工作，甚至是在医院里扫地的大妈都能胜任，而只有 10%左右的工作才能真正体现我的价值。”体现一个外科医生价值的 10%的工作以及体现一名电话销售人员优劣的 10%的工作，就是所谓的专业素质。

笔者真诚地希望，读者能在这本书里找到这不同的 10%。

十一、简洁

林肯还没当选总统之前，有一次被邀请到一个学术会议上发表讲话，可是在他前面安排了另外两位教授先讲。这两位教授的讲话空洞无物，又特别冗长。等他们讲完，台下的与会者已经被折磨得疲惫不堪。终于等到林肯上讲台，他望了一下台下，用力敲了敲桌子，然后提高嗓门儿，说了一句话：“绅士的演讲，应该像女士的超短裙一样——越短越好。我的演讲完了。”台下顿时爆发出了雷鸣般的掌声。这一句话堪称古今中外演讲历史上的典范，令人深思。简洁其实就是一种力量，特别在当今这个讲究效率和速度的年代，每个人都很忙。到大街上去看看，广州和深圳的行人走路的速度要比其他一些城市快很多，为什么？因为时间对于每个人来说都很紧迫，接听我们电话的人都希望在最短的时间里明白我们在表达什么；另一方面，对于从事电话销售的从业人员来说，如果其所在公司有规定，每名电话销售人员每天要完成 100 个电话的话，那么，语言的表达就必须简洁。做到这一点有一个小窍门，就是每次打电话之前，将自己要表达的核心内容写一个提纲，在打电话时自己就会胸有成竹，简单明了；而如果没有这个提纲，想起什么说什么，就会让对方觉得你的思路不清，说话嗦唠叨，拒绝你就是必然了。

十二、在语言中注入情感

同样一句话，用不同的情感来表达，效果是不一样的。如同样一句“我想你”，在两种不同的情境下说出来效果就完全不一样。第一种情景，两人相恋，分居两地，漫漫长夜，思念很苦，最后男方拨通女方的电话，轻轻说一句：“我想你。”想想会是一个怎样的意境。第二种情境，夫妻双方在外都有外遇，男方出差在外，正和情人相互依偎呢，这时女方也和自己的情郎在约会，却假惺惺地给男方打来电话，问一句：“老公，你想我吗？”男的敷衍一句：“我想你。”这又是多么令人恶心。

本书里探讨了很多技巧和方法，但如果作为一名电话销售人员不用心投入自己的工作，不用心关怀自己的客户，所有的方法都不会有用。禅宗中有一个公案叫“打车还是打马”，说如果一匹马拉了一车子货，车子却停止不前，这时，应该用鞭子打马，还是打车呢？答案很明显，

应该打马。然而回到电话销售人员的工作中，确有不少人舍本逐末，一味地钻研电话销售的方法和技巧，却忘了个人综合素质的修炼。一个急功近利、粗俗无礼的人，方法用得再熟练，最终也只不过是一个扶不起的“刘阿斗”。只有发自内心地喜欢自己的工作，喜欢自己的客户，电话销售人员说出去的每一句话才能饱含深情、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。相比较之下，那些方法和技巧却并不那么重要了。

第四节 彬彬有礼

很多电话销售人员认为在打电话时因为对方看不见自己，就可以随便一些，事实却恰恰相反，做电话销售更要彬彬有礼。电话销售人员或许有过这样的经历：自己躺在床上接听电话或者边做其他事情边接电话，打电话的另一方马上就能感觉到。而彬彬有礼的态度，同样易于得到有礼貌的正面回应。像“您好”、“打扰您了”、“如果您不介意的话”等礼貌用语，应成为电话销售人员的口头禅。切忌有阴阳怪气、故意卖关子的表现，甚至粗鲁蛮横等行为。

讲礼貌是中国人的传统美德，也是个人良好修养的体现，与传统的面对面销售一样，电话销售人员在与客户交流时要把对客户的礼貌表现出来，让对方有受到他人尊重的感觉。

电话销售人员不管是在打电话还是接电话时，都要常用礼貌用语。

一、呼出电话常用礼貌用语

案例 4.3

电话销售人员：您好，请问是王经理吗？

客 户：是的，请问有什么事？

电话销售人员：王经理，您好，我是××公司的舒冰冰，有件事情想麻烦您一下。

客 户：请讲。

电话销售人员：我已经把合作建议书发邮件给您了，请查收一下，好吗？

客 户：好的，我会看的。

电话销售人员：谢谢您，王经理，我会在星期二下午两点给您打电话，您看方便吗？

客 户：可以。

电话销售人员：那麻烦您了，再次感谢！再见！

二、接听呼入电话常用礼貌用语

案例 4.4

电话销售人员：您好，××公司，请问有什么可以帮助您？

客 户：我想咨询一下你们的产品！

电话销售人员：请问怎样称呼您？

客 户：我姓刘。

电话销售人员：刘女士您好，请问您要咨询哪一类产品？

客 户：是关于电话销售系统方面的产品。

电话销售人员：请问您是想了解单机版的，还是多机版的？

客 户：单机版。

电话销售人员：好的，单机版的现在正在搞促销，价格是 500 元。您需要马上装吗？

客 户：怎么装呢？

电话销售人员：刘女士，请别着急，程序非常简单，我们会有专业人员给您指导的。要不然，我十分钟之后叫他给您回一个电话好吗？

客 户：好的。

电话销售人员：非常感谢您的来电，同时也非常感谢您对我工作的支持。谢谢！

无论是呼入还是呼出电话，常用的礼貌用语包括您/您好/请/请问/请教/谢谢/感谢/十分感谢/多谢/对不起/非常抱歉/打扰了/麻烦您一下/实在不好意思/不客气/请别介意等。电话销售人员在用这些礼貌用语时一定要自然，并养成习惯，便会对自己的工作会有很大帮助。

第五节 能用“问”的绝不用“说”

电话销售人员经常会用到提问的方式。提问非常重要，除了可以帮助电话销售人员收集相关信息之外，还可以帮助电话销售人员很巧妙地展示自己的专业能力，从而在客户心目中建立可信度。

如一名专业的计算机销售人员通常会提以下几个问题。

“可以请教您几个问题吗？”

“您是从事哪方面工作的？”

“请问您是在家庭使用，还是在公司使用？”

“您主要用于哪些方面呢？”

“哦，如果用于商标设计，那么对计算机配置这一块要求就相对高一些，是吗？”

“请问您在出差时经常使用计算机吗？”

“如果经常出差，那就希望随身携带的计算机能够轻一点儿，是吗？”

“您喜欢什么样的颜色呢？”

“我们新推出了好几种款式，不知您对计算机款式方面有哪些特别要求？”

“您的预算是多少呢？”

从以上的系列提问可以看出，这位计算机销售人员通过提问，在收集了很多重要信息的同时，也展示了自己的专业知识，客户自然就会信赖他了。以往那种主述式的沟通模式已经落伍，我们需要掌握一种新的沟通模式，就是提问式沟通。这就要求我们在打电话之前，设计一系列的问题来发现目标客户内在的、深层的需求。

潜能大师安东尼·罗宾说过：“对成功者与不成功者最主要的判别依据是什么呢？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。”如果我们想改变顾客的购买模式，那我们就必须改变顾客的思考方式。提出一些好的问题，就可以引导顾客的思维，因为电话销售人员提出什么样的问题，顾客就会做出什么样的反应。问题能引导顾客的注意力，从而让电话销售人员牢牢掌握谈话的主动权。专业的电话销售人员从不告诉顾客什么，而总是向客户提问，电话销售行业的名言是：“能用问的就绝不用说。”多问少说永远是销售的黄金法则，但是一定要问对问题，问“有效的”问题，问“能够稳定顾客思维方式”的问题。

一、提问问题的原则

问“简单”的问题，问“容易回答”的问题，问“答案是 YES”的问题，还可以问“几乎没有抗拒”的问题。如下所示。

“王经理，您是负责销售的，那么对如何提升公司的业绩，您一定很关心，是吗？”

“除了工作，家庭和健康对您来说，也同样重要，是不是？”

“我现在有一套方案可以帮助贵公司提升 30% 的业绩，不知王经理是否有兴趣？”

“我们上个月给一家像您这样的公司做过一次电话销售技巧的培训，效果非常好，该公司的老总向我推荐了您，要我务必给您打一个电话，不知您现在说话方便吗？”

以上提问都带有暗示性，答案非常明显，回答起来也很容易，一般情况下，对方拒绝的可能性就比较小。

提问之前，电话销售人员可以用这样一句话提问“我可以问您一个问题吗？”来征得对方的同意，然后展开对话。

二、如何提问才“有效”

要提出有质量的问题，电话销售人员首先要分析自己的产品有哪些独特的卖点，产品对目标客户有什么样的价值，目标客户最关心什么问题等，从而设计 3~5 个很有针对性的问题，问题的答案应该是明确的、容易回答的。一旦这 3~5 个问题得到答案之后，电话销售人员就能准确地判断对方是否是我们的准客户，从而决定是否需要我们继续跟踪。

按提问的方式不同，这里把提问分为两种：开放式提问和封闭式提问。

开放式提问与封闭式提问的区别在于客户回答范围的大小，采用开放式提问，客户回答的范围较宽，一般是请客户谈想法、提建议、找问题等，目的是展开话题。这种问题常用的词汇是“什么”、“哪里”、“告诉”、“怎样”、“为什么”、谈谈等，如下所示。

“您能谈谈参加这次培训后的感受吗？”

“对于公司的现状，您觉得哪些方面需要改进呢？”

“您采取哪些计划来改进现有技术？”

“您能告诉我您最真实的想法吗？”

“您为什么会有这种想法呢？”

“您觉得怎样做才是最好的？”

而封闭式提问，客户回答的范围比较窄，答案比较明确、简单，一般是为了缩小话题范围，收集比较明确的需求信息等。常用的词汇有“能不能”、“对吗”、“是不是”、“会不会”、“多久”等，如下所示。

“我相信您作为公司的老总，一定非常关注公司的业绩，对吗？”

“您觉得电话销售人员业务技巧的好坏对业绩有没有影响呢？”

“公司现在是不是采用电话销售方式在销售产品呢？”

“贵公司一般是多久做一次培训呢？”

“会不会是这方面的因素，导致了您的采购计划的推迟呢？”

开放式提问可以使客户打开自己的心扉，说出自己的想法、感受和顾虑，电话销售人员也因此有机会深入到客户的内心世界，获得一些深层次的需求信息。但没有一个人愿意在自己不熟悉或不信任的人面前谈自己真实的感受。电话销售人员经常会听到客户说“我没必要告诉你”、“你没权利知道”等一些带有明显拒绝性的回答，从而使电话销售人员非常尴尬。导致这种结果的产生，是因为很多的电话销售人员总喜欢在还没有与客户建立信任关系时就问一些开放式的问题，如下所示。

“您能谈谈贵公司今年的培训计划吗？”

“您觉得公司现在的财务状况哪些方面需要改进呢？”

这些问题都有可能会涉及公司的一些秘密，所以对方很难接受一个陌生地问这种问题，更谈不上与电话销售人员分享内心世界的真实想法了。所以电话销售人员一定要在与客户建立了相互信任的关系之后，才能开始提开放式的问题。

封闭式提问可以用来建立客户关系，因为封闭式提问的话题范围窄，回答起来非常简单容易，所以陌生客户很容易参与。但不是所有的问题客户都会参与，因此电话销售人员提的问题一定要对客户有利，并且能激起客户的好奇心。一旦能激起客户的好奇心，电话销售人员就有机

会引起客户的注意，并赢得他的时间，进而有机会将对话进行下去，如果此次对话很愉快，那么与客户关系的建立也就是自然而然的事了。

比如，“我能提一个问题吗？”当我们问这个问题时，几乎没有一个人会拒绝，他们会停下手中的事情，因为他们很好奇我们到底要问什么，这样我们就有机会继续跟客户谈下去，但千万不要马上提出开放式的问题，因为我们在客户心目中暂时还是零信任度，所以要继续问一些封闭式的问题，以获取客户的详细资料，从而建立信任关系。

案例 4.5

电话销售人员：我可以提一个问题吗？

客 户：可以。

电话销售人员：贵公司现在销售产品的时候，采用的是电话销售，还是其他销售模式？

客 户：电话销售。

电话销售人员：有专业的电话销售队伍吗？

客 户：有。

电话销售人员：大概有多少人？

客 户：100 人左右。

电话销售人员：一般是呼入多还是呼出多？

客 户：呼出多一些。

电话销售人员：呼出方面，您觉得销售技巧使用的好坏与公司的业绩有关吗？

客 户：当然有关。

电话销售人员：那平时咱们公司对销售人员业务技巧方面的培训重视吗？

客 户：还算可以吧，我们经常参加一些关于这方面的培训。

电话销售人员：一般都参加过哪些老师的课程呢？

以上提问都是采用封闭式的，使用这种方式提问，花的时间很短，而且电话销售人员也很容易获得客户的详细资料，从而与客户建立初步的信任关系。

设计有效的封闭式提问在某种程度上是一门艺术，每个企业要根据自己产品的特征设计 3~5 个封闭式的问题，这 3~5 个问题既要简单又要专业，而且容易回答。

三、设计问题一般应遵循的规律

第一，提一个大的问题，用一个大的问题开头，这样有利于下一步更深入、细化地提其他问题。

“目前有很多企业都采用电话销售模式销售产品，我想请教一下贵公司现在是采用电话销售，还是其他销售模式？”

“您作为公司的销售部经理，一定对业绩问题非常关注，对吗？”

“您是对笔记本计算机还是台式计算机感兴趣？”

第二，提出一些二选一的问题，给对方规定一个范围，让对方在规定的范围内做决定。

“一般是呼出多还是呼入多？”

“您购买的是终身保险还是阶段性的保险呢？”

“培训时间是打算放在这个月还是下个月？”

“见面时间是周一方便还是周二方便？”

第三，采用连贯性提问，提出一个问题得到客户回答之后，马上再提出一个相关的问题。

请问有专业的电话销售队伍吗，大概有多少人？

请问以前做过这方面的培训吗，效果怎么样？

以上这两组问题连贯性都非常强，让客户很难拒绝，从而能够获取更多的信息。

第四，专业提问，电话销售人员一定要用专家的身份问对每一个问题，从而给客户一种可以信赖的感觉。

第一次与客户通话时一般都要采用这四种提问的方式进行提问，从而与客户建立初步的关系。在第二次与客户通话时，电话销售人员就可以采用开放式提问，让客户谈谈感受和看法，在初步建立了关系之后，客户一般会喜欢说出自己的想法，但也要看怎么问，电话销售人员可以这样问。

“关于这方面您能给我提一些建议吗？”

“您觉得我们哪些方面做得还不是很完善？”

“您能告诉我您最真实的想法吗？”

“您为什么会有这种想法呢？”

“您觉得怎样做才是最好的呢？”

第五，采用四级提问法，这四级分别是信息层提问、向阶层提问、影响层提问、解决层提问，下面用一个案例进行说明。

案例 4.6

某软件公司是专门从事工厂现场和资料管理方面的软件研发和销售的，该公司为了有效挖掘客户的需求，特地设计了一个包含四级提问话术的脚本。

电话销售人员：早上好，请问这里是某某公司品质部王经理吗？

客 户：是的，你哪一位？

电话销售人员：是这样的，王经理，我是同方公司的李冰冰，很高兴与您通电话，请问您现在方便接听电话吗？

客 户：你们是做什么的？

电话销售人员：是这样的，王经理，我们公司是专门从事电器行业质量管理提升方面研究工作的，今天打电话给王经理，最主要是想告诉您一个好消息，在告诉您好消息之前想请教您几个问题，好吗？

客 户：有什么事，你就直说吧？

电话销售人员：请问你以前听说过 spc 系统吗？

客 户：听说过。

电话销售人员：太好了，那么请问一下，贵公司目前是采用什么方式进行现场质量管理的呢？

客 户：我们目前还是采用手工操作。

电话销售人员：手工操作这种方式也是非常不错的，但不少品质部的经理提到采用手工操作这种方法进行质量管理时，数据难免偶尔会出现记录错误，不知道咱们这边有没有出现这种情况？

客 户：有时的确会有，不过比较少。

电话销售人员：那说明咱们的员工还是非常细心的，不过听您刚才说到有时还是会出错，我知道如果一旦出现错误的话，那就是一件非常严重的事情，一般会直接影响到我们整个的生产线，甚至有可能造成成批量返工，这样无形当中就增加了公司的成本，降低了工作效率，您说对吗？

客 户：是呀，所以我们不敢马虎呀。

电话销售人员：听得出来王经理是一位非常负责任的人，但员工毕竟是人，是人都会有犯困的时候，因此在这个时候，不管质检人员如何小心都是很难避免的，您说对吗？

客 户：是呀。

电话销售人员：作为品质部的负责人，从专业的角度来看，如果出现这么严重的问题，您一般会怎么解决呢？

客 户：实际上这个问题我们目前也非常头痛。

电话销售人员：是吧！那么我今天给您打电话真是打得及时了，这个让您头痛的问题我们这边可以马上帮您解决。

客 户：你们怎么解决呢？

电话销售人员：这样吧，我这边先做一套详细的方案给您，等您看了方案之后，我们再做详细的沟通好吗？

客 户：好的。

电话销售人员：为了让您能够尽快地收到方案，请问您的邮箱是……？

客 户：我的邮箱是……

电话销售人员：谢谢您，王经理，今天跟您沟通很愉快，我会尽快把方案邮给您的，祝您工作愉快，再见。

四级提问法的目的就是通过问题的层层推进，不断地暴露客户的问题，从而将客户的潜在需求挖掘出来，最终将解决方案呈现给客户，让客户在最后自行选择。

案例 4.7

电话销售人员：您好，请问是人事部刘经理吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：刘经理，您好，我是冰冰，××人才市场的，有个事情想麻烦一下您。

客 户：请讲。

电话销售人员：能请教您一个问题吗？

客 户：可以。

电话销售人员：我相信作为公司的人事部经理，您每年有一项任务（停顿），就是把合适的人招到合适的岗位上，对吗？

客 户：对，不错。

电话销售人员：另外，刘经理，您认同这句话吗，“适合自己的才是最好的”。

客 户：当然。

电话销售人员：那么您觉得现场招聘和报纸招聘哪种方式才是适合贵公司的呢？

客 户：报纸招聘很不错，效果很好，我们一般都采用这种方式。

电话销售人员：不错，报纸招聘的确是一个很好的招聘渠道，它既省事又省力，但它唯一不省的就是钱，您说对吗？

客 户：价钱是贵了一些，但我们追求效果。

电话销售人员：刘经理，如果我没有听错的话，您是说您非常注重招聘的效果，是吗？

客 户：是呀。

电话销售人员：是不是现场招聘能达到您预期的招聘效果，您就会选择？

客 户：可以这么说。

电话销售人员：刘经理，您是一个追求高效率的领导，做事、说话非常爽快，贵公司有您这么一位负责任的领导真是太荣幸了。这样吧，您把贵公司最近要招聘的职位发给我，我帮您调查一下，看看这次现场招聘适不适合您。好吗？

客 户：好的，谢谢！

从以上案例不难看出，这个案例是属于第一次电话拜访陌生客户，这位电话销售人员的成功之处就在于使用封闭式提问引起客户的兴趣，判断客户的需求，引导客户做出决定，从而成功地销售自己的产品和服务。

第六节 一个嘴巴 两只耳朵（1）

人有一个嘴巴、两只耳朵，其实是在暗示我们，用耳朵听的话至少是我们用嘴巴说的话的两倍，所以，听是非常重要的。每个人都喜欢自我表现，希望能得到别人的尊重和爱戴，就像大多数电话销售人员，总喜欢去陈述自己的产品如何如何好，自己的公司如何如何出名，他们喜欢滔滔不绝地说个不停，然而他们招来的却是客户冷酷的拒绝——“不需要”。

当今社会属于信息时代，人们获得相关信息的途径很多，速度也非常快，关于产品和公司的相关资料，客户可以通过互联网获得，电话销售人员滔滔不绝地介绍产品和公司的推销年代已经过去了，多说话反而不是一件好事。因为电话销售人员对自己说的话很感兴趣，客户却不一定感兴趣，有时不说话比说话还要管用，因为如果有办法让客户多说话，电话销售人员就有机会获得更多关于客户的信息。

另外，电话销售人员要明白表现欲是每个人内心深处都有的最深层的需要，如果能知晓客户的姓名，下一次与他交流时，适当地保持沉默，让对方痛快淋漓地表现自己，那么，对方就会很容易接受，甚至把电话销售人员当成知音。从本质上讲，电话销售人员聚精会神听别人讲话的态度，是给予对方的最好的认可和尊重。

倾听别人说话其实并不容易，因为“倾听”不但要求我们要有一对善听的耳朵，而且还要有一颗善听的“心”。战国时期，伯牙以善于弹琴而名闻天下，但那些达官贵人来听他弹琴只不过是凑凑热闹、赶赶潮流而已，根本听不懂他的琴声，他真可谓是“对牛弹琴”，这令伯牙备感寂寞。终于他发誓不再出入豪门富宅，抱着心爱的琴隐居山林，每天与琴为伴，兴致来时就弹上两曲。后来，在高山流水之间偶遇钟子期。钟子期在听伯牙弹琴时，时而引吭高歌，时而默默无语，时而热泪盈眶，时而呜呜悲泣，因为他听懂了伯牙琴声中“时而欢快、时而落寞、时而激越、时而奢华、时而凄凉”的情感。钟子期能够听出伯牙琴声中的悲欢离合、喜怒哀乐，因而被伯牙引为知己。电话销售人员面对客户时，就应当学习钟子期，做客户的知音。

一般将电话销售人员的倾听水平分为以下四个级别。

第一级：最低级别，听懂每一个字，能够明白对方所表达的字面意思。如电话销售人员打电话给对方时，对方说：“不好意思，我正在开会，你下午两点再打电话给我。”对方表达的意思非常清楚，理解起来也不会有什么歧义，电话销售人员照办就可以了。

第二级：听明白对方的弦外之音。国人说话喜欢含蓄，同样一句话，在不同的时间、地点，面对不同的对象时就会有不同的含义。格力空调老总董明珠，在她自己写的一本书《棋行天下》中，讲到她当初做业务员在开拓南京市场时，有一个很经典的案例。那时的格力还不太有名，而当时空调市场的游戏规则是先发货、后付款。而董明珠要打开当地市场，并且要打破当时的游戏规则，即要求格力空调的经销商做到先付款、后发货，可想而知难度有多大。她连续拜访了好几家大型商场，对方负责人都断然拒绝了她。最后，董明珠在接触了一家商场总经理五次以后，对方说了一句话：“我们商场里还有不少你们公司的存货，等这批存货销完了，我再考虑考虑。”敏感的董明珠一下就抓住了这句话的弦外之音——要先付款不是不可以，但我要先看看你们的货走不走得动，如果畅销的话，先付款还是可以的。董明珠正是抓住了这个机会，积极采取行动，一举打开了格力空调在南京的市场。所以说，听懂对方的弦外之音，实际上是对机会的把握。做电话销售工作的，同样要学会分辨客户的话中之话。如当客户对电话销售人员说：“我们不需要”、“你们产品的价格太贵了”、“让我考虑考虑”等这些拒绝性的语言时，要有能力听出拒绝后面隐藏的机会。

第三级：听出整个通话过程中的感觉。这种感觉有时只可意会，不可言传。一般来说，女士在这方面比男士要敏感一些。据说福尔摩斯在侦破疑难案件时，通常会用到女人的直觉。他将所有的嫌疑犯集中到一个房间里，然后要求他们每个人为自己做无罪申辩，事先安排几个女士在旁边观察，并不给出任何暗示。观察完后，就请她们凭直觉判断谁是犯罪分子，最后的结果是准确率居然达到90%。而有一小部分的电话销售人员在和客户通话时，有时很明显地对方都有些不耐烦了，他们都不知道及时挂断电话，其结果是从此以后，客户再也不想和他通话了。

第四级：心灵感应层次。平时所说的心领神会就是指的这个境界。达到这个境界，有时甚至不需要语言，对方一个眼神、一个手势，便领会于心其中的千言万语。禅宗中有一个“拈花微笑”的公案，说的是两千多年前，佛陀在灵山说法，当他面对众多弟子时，手里拈着一朵花，面带微笑，却不发一言，众弟子未能领会其意。只有迦叶尊者破颜微笑。于是佛陀说：“吾有正法眼藏，涅槃妙心，实相无相，微妙法门，不立文字，教外别传，付嘱大迦叶。”这就是禅宗的第一次传灯，因为师徒之间就在拈花微笑的一刹那，所有的关于禅的智慧已经心传密付了，其中的喜悦是“不可说、不可道”的。

第四层次说得通俗一点儿，就是默契。当电话销售人员和自己的客户通话时，因为彼此之间存在某种默契，谈话很快就会进入一种非常亲密的氛围，这种谈话无疑是令人非常愉快的，也是令人回味的，最后，电话销售人员成功地将产品推荐给了客户，而这只不过是这次谈话的“副产品”。

如何做一个好听众，以下几个具体方法供参考。

一、虚心请教

当听到客户说到一些电话销售人员不懂的问题时，电话销售人员一定要请客户说得详细一些，切忌不要不懂装懂，要关注客户说的每一个观点，让客户感觉出电话销售人员的虚心和不耻下问的精神，然后让客户继续说下去。

如：“张经理，您刚才说的事情能够再说得详细一些吗？我觉得我还不是很理解。”

二、不断肯定客户的观点

没有一个人不愿意得到别人的肯定和尊敬，所以在倾听过程中要不断地肯定客户的观点。

常用的词语有“是的”、“不错”、“我赞同”、“很好”、“非常好”、“很对”等，如下所示。

“是的，张经理您说得非常好！”

“不错，我也有同感。”

切忌用“真的吗”、“是吗”等一些表示怀疑的词语。

三、恰当重复客户的语言

重复客户说的话，是客户感觉电话销售人员与他站在同一个立场上，这是拉近关系的很好的方式。

当客户说“现在企业很难找到敬业的员工”时，电话销售人员在听到这句话之后应该说“不错，现在敬业的员工的的确太难找了”表示赞同。

四、不要打断客户的话

当客户说话的时候，电话销售人员只需要肯定、重复他的话，并做好记录，让他保持更大的兴趣说更多的话，电话销售人员才能够听出客户的需求，听出客户现在的困难。切忌在客户津津有味地说话时打断他，这样客户会认为他说的话电话销售人员根本不感兴趣；另外，这也是一种不礼貌的表现。所以如果电话销售人员有什么好的建议，一定要等客户说完之后再委婉地提出。

五、做好倾听时的记录工作

电话销售人员在与客户交谈时，要准备一个笔记本、一支笔，当听到客户感兴趣的问题、客户的一些特别爱好、与客户相关的一些重要人物以及客户的常用语等时应立即做好记录，这是一个非常有用的习惯。因为当和这个客户第二次通电话时，能够在谈话中提及上次和他通话时关于他的一些事情，有时会让客户感到惊讶，认为电话销售人员对他特别关注和尊重。

不管是在面对面销售还是电话销售中，做一个好的倾听者总是很容易赢得客户对电话销售人员的好感。每次客户与电话销售人员交谈时，如果他得到了他在别人那里得不到的东西，如

电话销售人员对他的尊重和肯定、对他的欣赏等，那么初步的信任关系就建立了。实际上，每个人都有寂寞的时候，人人都希望有一个知己，能分享自己的喜怒哀乐。如果电话销售人员能合理利用倾听的技巧，听出客户的困惑，听出他们的忧愁和快乐，最终的合作自然是水到渠成的事情。

第七节 把话说到对方的心坎儿上（1）

电话销售人员往往喜欢说自己想说的话，例如公司、产品、自己认为自己的产品与众不同之处、自己认为自己的产品能给客户带来的利益等，但客户不想听这些。所以在电话销售人员拿起电话之前，就要考虑自己要说的话客户是否喜欢听，不然即使打电话也只是浪费时间和金钱。所以，电话销售人员要学会把自己的每一句话都说到对方的心坎儿上去。

有一个故事说，曾经有一个小国派使者到中国来，进贡了三个一模一样的小金人，其工艺精良，造型栩栩如生，真把皇帝高兴坏了。可是这个小国有点儿不厚道，派来的使者出了一道题目：这三个小金人哪个最有价值？如果答案正确，才可以留下这三个小金人。

皇帝想了许多的办法，请了全国有名的珠宝匠来检查，称重量、看做工，但小金人都是一模一样的，无法分辨，怎么办？使者还等着回去汇报呢。泱泱大国，不会连这点小事都办不到吧？

最后，一位退位的老大臣说他有办法。

皇帝将使者请到大殿，老大臣胸有成竹地拿着三根稻草，插入第一个金人的耳朵里，这稻草从另一只耳朵出来了；插入第二个金人的耳朵里，稻草从第二个金人的嘴巴里直接掉了出来，而第三个金人，稻草进去后掉进了肚子，什么响动也没有。

老大臣说：第三个金人最有价值！

使者默默无语：答案正确。

有的话别人听了只当耳边风，一只耳朵进，另一只耳朵出；有的话别人听了只是当了一个传声筒，从耳朵听进去，从嘴巴传出来，并没有听到心里去。这两种情况都是做无用功。要想说的话有价值，就必须把话说到对方的心坎儿上，这样说的话就没有浪费，把话听到心里去的人也得到了价值。

怎样才能把话说到对方心坎儿上去呢？那就是说客户想听的话。客户想听什么话呢？客户想听他感兴趣并且对他有好处的话。那么哪些话是客户想听的话呢？以下这些话都是客户想听的话。

一、如何提高业绩

“您作为公司的老总，我相信您对公司的业绩问题一定非常关注，是吗？”

“不少公司的销售部经理都会为提高业绩而伤透脑筋，如果只需要花 10 分钟就能解决这个问题，您愿意听一下吗？”

二、如何节约开支

案例 4.8 动感地带短信套餐业务推广

电话销售人员：早上好，我是移动公司 1866 号工作人员，您现在接听我电话是免费的，请问您方便接听我电话吗？

客 户：你说。

电话销售人员：请问是李先生本人吧？

客 户：是的。

电话销售人员：请问 130××××××××这个号码一直是您在使用吗？

客 户：是呀。

电话销售人员：目前您使用的是我们公司神州行品牌，对吧？

客 户：是的。

电话销售人员：根据我们资料显示，您这几个月发短信息都发得比较多，而且您平时比较喜欢发短信，是吗？

客 户：是呀。

电话销售人员：李先生，您平时有没有查询您的短信消费的具体情况呢？

客 户：很少去查哦。

电话销售人员：请问您是出于太忙没有去查询呢，还是忘记了密码没有去查呢？

客 户：比较忙。

电话销售人员：我看了一下您这几个月的短信消费，每月平均都是在 300 条以上，是吧？

客 户：哦，是吗？

电话销售人员：请问您平时一般是跟移动发得多，还是跟小灵通和联通发短信发得比较多呢？目前您跟移动发短信是 1 毛一条，跟联通和小灵通发短信是 1.5 毛一条。

客 户：具体怎么收费我不是很清楚哦。

电话销售人员：由于您每个月发短信非常多，我看了一下您这几个月短信费都是比较高的，上个月是 40 元，这个月是 50 元，是这样的，针对您这样短信费用很高的老用户，我们公司从下个月开始，将赠送您一个优惠。

客 户：什么优惠？

电话销售人员：从下个月开始，您只需交 20 元就可以发 400 条短信，平均下来一条短信不到 5 分钱，并且包括发给移动、小灵通、联通所有的短信。为了让您能够尽快享受到以上优惠，同时把您的短信费降下来，我现在就帮您调整一下，好吗？

客 户：这么好的事，可以呀。

电话销售人员：现在请在您的手机上输入 6 位数密码，输完之后直接按#号键，密码输完后，请不要挂机，稍后系统会自动转过来，我这边还要和您说话，我们只是确认一下您是该号码的机主就可以了，好吗？

客 户：好的。

电话销售人员：李先生，您的密码是正确的，我现在已经帮您办理了动感地带 20 元包 400 条短信的优惠，从下个月开始您将享受 400 条短信内 5 分钱/条，超出部分就按正常收费，另外您的月功能费由以前的 6 元降到了 5 元，彩铃由以前的 5 元降到了 3 元，直接帮您又省掉了 2 块钱。

客 户：谢谢。

电话销售人员：别客气，您任何时候有什么需要我帮忙的话，请随时给我电话，稍后请对我的服务做一个评价，满意请帮我按一下 1 号键，祝您生活愉快！

三、如何节约时间

“如果有一种方法，可以在您现在的基础上每天节约 2 个小时的时间，您一定想知道，对吗？”

四、如何使员工更加敬业

“目前很多老总打电话告诉我，公司有很多员工不够敬业，我听了真的很难过，如今如何提高员工的敬业精神对每个企业都非常重要，您觉得呢？”

五、真诚的赞美

“您的声音真的非常好听！”

“听您说话，我就知道您是这方面的专家。”

“公司有您这种领导，真是太荣幸了。”

“跟您谈话我觉得我增长了不少见识。”

六、客观看问题的态度

“您说得非常有道理，我相信，每个企业，毕竟都有它存在的理由。”

七、新颖的说话方式

“猜猜看！”

“这是一个小秘密！”

“告诉您一件神秘的事！”

“今天我告诉您的事情是古往今来没有一个人告诉过您的。”

八、对他的理解和尊重

“您说的话很有道理，我非常理解您。”

“如果我是您，我一定与您的想法一样。”

“谢谢您听我谈了这么多。”

以上这些话题都是客户感兴趣的，但在与客户谈话时，电话销售人员要养成提问题的习惯，通过提问引起客户的注意，再积极地倾听，让客户尽量说更多的话，以听出客户的兴趣点。这样电话销售人员才有机会把话说到客户的心坎儿里，从而让客户觉得我们很理解和尊重他，最终赢得客户对我们的信任。

第八节 腹有诗书气自华

笔者在公司每周一次的总结会上，常对本公司的电话销售人员强调真诚赞美客户的重要性，但在大多数情况下，会听到这样的回答：“我也想去赞美我的客户，但我总觉得不好意思，开不了口。”是真的开不了口，还是有其他的原因呢？通过笔者的观察，那些所谓的“不好意思，开不了口”只不过是一个冠冕堂皇的借口。开口说话是很容易的，但开口后如何说、说什么就不容易了。就像一个瓶子，如果里面装的是污水，往外倒时流出的也必定是污水；而这个瓶子里如果装的是牛奶呢，当然往外倒时流出的也就是牛奶。古诗云：“腹有诗书气自华！”书读得多了，说出来的话也就能满齿留香。说到底，电话销售人员在赞美别人时，开不了口的真正原因是“腹无诗书”罢了。有一位伟人也曾说过：“这个世界上不是没有美，而是缺少发现美的眼睛。”

具体来说，有以下几个方面的原因让电话销售人员“开不了口”或“不好意思”。

一、没有相应的欣赏能力，发现不了美

就拿笔者本人来说，对现在比较流行的行为艺术，如前不久国内一所美术学院发生的几十名男生女生在光天化日之下脱光了衣服，一个叠一个摆成“△”形的所谓“艺术”，就没有欣赏能力，当然就没法儿去赞美。还有一个笑话，说的是一个远在海外的孝顺儿子，为了给生活在国内的妈妈找一个伴儿，就花巨资买了一只能说会道的鹦鹉，邮寄给他的妈妈。可当这个儿子两星期后打电话回家问他的妈妈：“妈妈，那只鹦鹉怎么样，你喜欢吗？”妈妈却说：“非常一般，味道和乌鸡差不多。”所以，如果电话销售人员不会欣赏，或者没有欣赏能力，就算是黄金、钻石摆在眼前，在他眼里也跟一根稻草没什么区别。

二、心胸狭窄，无法容纳别人的长处

人是一个喜欢比较的动物，什么事情都喜欢和别人比一比，更有甚者，有不少人总是拿自己的长处与别人的短处相比较，从而获得一种畸形的满足。想一想，如果一个人心中装满了自己的优点和别人的缺点时，他如何能表扬别人。一支钢笔能写出红色或者黑色的字，是因为这支笔的笔芯里装了红色或黑色的墨水，如果装的是蓝色墨水，写出来的字当然就是蓝色的。如果写不出字，那就是因为笔芯里没有墨水啦。可不可以这样说，当自己只会挑别人的毛病时，是因为自己心中装满的是别人的不足；当自己无法赞美别人时，自己心中根本没有容纳别人的优点。

三、什么样的人说什么样的话、做什么样的事

《增广贤文》里有句话说：“来说是是非者，必是是非人。”佛经里也认为外界世界是自己内心世界的反映。可以说是一语道破天机。唐朝两位大诗人李白和杜甫，一个是浪漫派，写的诗句如“飞流直下三千尺，疑是银河落九天”，气势宏伟，潇洒飘逸；一个是写实派，写的诗句如“朱门酒肉臭，路有冻死骨”，爱憎分明，忧国忧民。可见，不同风格的诗正是诗人自己心灵世界的写照。再比如毛泽东主席写的《沁园春·雪》：

北国风光
千里冰封
万里雪飘
望长城内外
惟余莽莽
大河上下
顿失滔滔
山舞银蛇
原驰蜡象
欲与天公试比高……

如果毛主席心中没有“万里江山”，他的笔下又如何能够“气势磅礴”呢！很多人常说自己说不出口，或是说自己写不出来，根本原因原来不是“不好意思”，而是“胸无点墨”。

以上笔者对“不愿开口赞美别人”的原因做了简单剖析，但愿这样分析不会太偏激，也希望能对大家有所启发。下面将就“在我们和客户通电话时，如何恰当赞美对方”和大家探讨一下。

在电话里赞美对方与面对面赞美对方是不同的，因为在电话里看不见对方，而只能靠听到的信息来进行发挥。

具体来说，可以从以下几方面着手。

1. 赞美对方的声音

电话销售人员对于女性客户可以说她的声音听起来很年轻、很温柔、很亲切；对于男性客户可以说他的声音很有磁性，沙哑中略带着沧桑（大多数男人都喜欢别人说他沧桑，因为这是阅历丰富的象征）。

2. 赞美对方的工作

电话销售人员通过一段时间的谈话，从谈话内容里了解了对方的工作，这时就可以赞美对方很专业、很敬业、很有责任心，他们公司能有他这样的员工简直就是幸运。

3. 赞美对方的公司

电话销售人员可以事先通过互联网了解一下对方公司的基本情况，然后有针对性地进行赞美，如可以赞美他们公司的企业文化、公司的未来发展、经营思路等。

4. 通过第三方赞美对方

电话销售人员可以借他们领导或同事的嘴来赞美对方，如下所述。

“王经理，我还没有和您通电话前，就听您的同事说您办事非常认真，工作经验很丰富，能力特别强，同事们都很拥护您。”

赞美在与客户交谈中起着催化剂的作用，应用得好，就可以很容易地和客户建立一种友好的关系。所以，学会真诚地赞美对方对每一名电话销售人员都非常重要，别忘了，这一招也很有杀伤力。

第九节 拒绝“犯罪”

经常有一部分电话销售人员拿起电话给对方打电话时就好像在犯罪。一开口就是“打扰了”、“很不好意思”、“非常抱歉”等过于礼貌或自谦的话。其实，电话销售人员给客户打电话并没有做错什么，打电话给对方推荐产品或服务可能对他是有帮助的，这样电话销售人员无疑就做了一件好事；退一万步说，即使对方不需要，这种向对方推荐商品的市场行为也是正当的、合法的，完全没有必要道歉。下面来看一个具体案例。

案例 4.9

电话销售人员：不好意思，打扰一下，请问是刘经理吗？

客 户：是的，有什么事？

电话销售人员：是这样的刘经理，实在不好意思打扰您，我是××旅行公司的何仪，我想请问一下您以前有没有使用过××旅行优惠卡住酒店？

客 户：什么卡？什么事情快说。

电话销售人员：非常抱歉，刘经理，我们的旅行优惠卡是方便您在全国各地坐飞机、住酒店时享受打折的。

客 户：我们不需要。

电话销售人员：没关系，谢谢您，不好意思打扰您了，再见！

从上面的对话中，不难看出这名电话销售人员非常谦虚礼貌，但似乎有一点过头，在心里他觉得给客户打电话就是在打扰客户，占用客户的时间，而从来没有想过这个电话有可能会给客户带来方便。对于这类电话销售人员，客户很容易看出他的自卑，从而拒绝他。

作为电话销售人员，在与客户打交道时，不妨直接称呼客户为××先生，××女士，这样反而显得亲切、自然。笔者本人就有这样的经验。有一家公司的助理，非常机灵，刚开始相处时，她通常叫我“经理”，这样的称呼唤起我心中的角色定位是“我是她的上级，我是她的领导”。所以在一段时间里，我们之间保持的是有一定距离的工作关系。后来她发觉我的不少客户都直接叫我“冰冰”时，就对我说：“我以后也叫你冰冰吧，这样亲切。”当她后来叫我“冰冰”时，这种称呼唤起我心中的角色定位是“我们是要好的朋友，我们是姐妹”，我们之间的关系顿时拉近了很多，相处也非常亲密了。所以电话销售人员一定要以一种平等的身份和客户交谈，因为电话销售人员和客户的关系是合作互利关系，不是上下级关系，千万别认为自己是是在恳求对方、麻烦对方。电话销售人员只有摆正心态之后，说话时才会透露出自信。想想如果自己是客户，自然也希望跟一个有自信的人打交道，而不是自卑的人。所以电话销售人员在谦虚时要注意适当，不要过度，不然客户会认为这位电话销售人员是一个极其不自信的人。

第十节 同理对方及同理自己

所谓“同理对方”就是站在对方的立场上考虑问题，去理解和认同对方的感受。这里有一个重点，就是电话销售人员理解和认同的是对方的内心感受，而不是强调事实。然而，遗憾的是，在很多情况下，电话销售人员往往拘泥于事实，和对方争论事实的真相，最后，找到了“真理”，却失去了客户。实际上，在大多数情况下，事情的真相都非常明显，无需争辩就一目了然。客户只不过是陈述一件不满意的事情来表达内心不满的情绪，电话销售人员的工作重点是安抚对方的情绪，理解和认同他们的感受。

这里通过一个案例来看看如何同理对方。

笔者所在公司曾组织了一次关于“提升亲和力”的研讨会，邀请了来自移动、电信、联通、IT、房地产、咨询公司等各行各业的精英约 50 多位。因为与会者均来自不同的地方，有的比较远、有的比较近。远一点儿的都提前一天到达广州，对于提前到达广州的与会者，公司承诺到飞机场去接。然而，那天提前到达的与会者超出了计划的人数，这样，就有好几位与会者等了较长时间才轮到安排的接车。后来，这几位与会者一直都不高兴，第一天不停地挑毛病，一会儿说住的宾馆不卫生，一会儿说研讨会的场地布置太简单等。总之，就没有一件事情让他们满意的。

针对以上情况，公司全体工作人员没有和他们争辩宾馆到底卫不卫生、场地布置到底简不简单等这些表面的事实。而是积极采取一些情绪安抚措施，一是真诚道歉，二是积极沟通，第三就是在第一天的研讨会结束后，带他们到广州步行街逛街，最后，公司的总经理也出面请他们喝咖啡。通过一系列的积极行动，充分照顾了他们的内心感受，他们也感觉受到了尊重。第二天，这几位与会者就特别配合我们的工作，脸上也出现了笑容。

从以上案例可以看出，客户对电话销售人员的服务不满意，说产品价格高等，有时候，这样说不一定是事实。他们之所以这样说，本质上是电话销售人员没有重视他们的感受，如果电话销售人员对这点不敏感，而是和客户就事论事，结果就会越来越糟。这时，电话销售人员需要适当地同理对方。

同理对方时，电话销售人员常使用的语言有“您说的没错”、“我理解您的感受”、“您说的很对”、“如果是我，我也会很生气”等，具体见以下案例。

案例 4.10

客 户：你们都是骗人的。

电话销售人员：的确，骗人的企业太多了，您说的没错。实际上我很理解您，如果我是您，曾经有人骗过我，我也很难再相信别人了。不过不是每一个企业都是骗人的，是吗？

客 户：你们的价格太高！

电话销售人员：不错，您说的很对，我们的价格是比同类产品价格高一些，以前也有些客户觉得我们产品的价格高，而买了其他公司的同类产品。后来不到半年就开始出毛病了，即使修好后，不到一个月又要重新维修，这样一来就既花钱又花时间，令人非常头痛。我想，您在购买一件产品时，除了价格因素外，产品质量也是很重要的，是吗？

一般来说同理对方分以下三个步骤。

第一步，表示认可对方的观点，理解对方的感受。

第二步，举自己或其他人的事例来证明，如果别人遇到此种情况也会和他有同样的感受。

第三步，将对方引导到另一个问题上。

也许很多电话销售人员在“同理对方”这方面做得很不错，但却很少有电话销售人员“同理自己”。所谓“同理自己”就是肯定自己的感受，真实地表达自己的内心情感。可能是因为电话销售人员平时所接受的培训，一直在宣扬一些诸如“客户永远是对的”、“在客户面前要学会克制自己”、“在客户面前永远展现自己快乐的一面”等观念，所以，很多电话销售人员即使受到莫大的委屈，甚至受到对方的伤害时，也强行克制自己。这种做法并不可取，甚至很危险。就像一个火药桶，捂得越紧，爆炸的破坏力就会越大。人的感情也是一样，电话销售人员必须学会疏导，更要有勇气表达自己的真实感受。

笔者当初刚从事电话销售工作时，产生的第一笔业绩就是用自己的眼泪换来的。那时，笔者在一家人才市场从事电话销售业务，差不多连续两个月都没有出一个单，同事们多多少少都出了业绩，所以自己压力很大。后来好不容易有一位客户答应过来参加招聘会，而且初步意向协议也签好了，笔者自然喜出望外，因为自己终于可以出业绩了。可是在第二天早上，这位客户突然打来电话，告诉笔者他们要去另外一个人才市场，笔者非常失望，也特别伤心，拿着电话没有说一句话，眼泪“刷刷”直往下流，当时可能哭出声了。电话那端的客户顿时不知所措，他没有想到因为他的临时改变，会让笔者如此伤心。接下来，戏剧性的一幕发生了：客户连连道歉，他告诉笔者，因为另外一个人才市场那个周末要搞一个促销活动，除价格上有优惠外，还另外送一些纪念品，所以他才临时改变主意，但如果因为他的临时改变，给笔者带来不便，甚至让笔者很伤心的话，他深表歉意，最后决定和笔者所在公司合作。这一次的最终合作成功给笔者留下了很深的印象，它让笔者明白，电话销售人员也是有血有肉有情感的灵性动物，该高兴的时候就高兴，该伤心的时候就伤心，真实展现自己，这样才是一个生动有灵气的人。在以后的电话销售生涯中，适当地同理自己给了笔者不少帮助。如当遇到客户特别生气，声音很大时，笔者会及时同理自己，告诉客户：“××经理，您这样说话，我很紧张，也有点儿害怕，我不知道往下该怎么说。”而每当笔者这样说了之后，情形就会大为改观。一方面，自己会冷静下来，内心的紧张逐渐消失；另一方面，客户马上意识到自己的失态，说话很快就平和起来，甚至会向我们道歉。

同理自己是适当地表达自己的内心感受，内心的感受可以是正面的，如开心、愉快、舒畅等；也可以是负面的，如伤心、失望、委屈等。但如果电话销售人员有一肚子牢骚、一肚子怨气，甚至特别生气或是愤怒时，这时，需要的是克制，因为对自己的客户发牢骚、发脾气不仅损害了自己的形象，而且可能永远失去了这个客户。在下一节里，将探讨情绪控制的问题。

第十一节 不做情绪的奴隶

在探讨这个问题之前，先与大家分享一个小故事。有一位法官在宣判了一个杀人犯死刑之后，走到这个囚犯面前，对他说：“请问，你还有什么话对你的家人说吗？”“你去死吧，你这个伪君子、混蛋，你对我的裁决不公正！”囚犯狠狠地把法官骂了一通。法官非常生气，对着囚犯非常粗鲁地数落了十多分钟，囚犯等法官一说完，脸上立刻露出了笑容，这一次，他很平静地对法官说：“法官先生，您是一个受人尊敬的大法官，受过高等教育，读了很多书，可以说是一个文明人，可是，我只不过是骂了您一句，您就如此失态；而我，一个文盲，小学没毕业，大字不识一个，做着卑微的工作，因为别人调戏我老婆，我一时冲动，杀死了对方，而最终成了死囚犯。虽然我们的结果不一样，但有一点却是一样的，那就是我们都是情绪的奴隶！”

情绪控制对每个人来说都是一个很大的挑战，特别是对于从事室内工作的电话销售人员来说更是如此。

具体有哪些因素导致电话销售人员产生不良的负面情绪呢？单从工作环境这个角度来说，有以下这些因素。

- 工作重复单调，缺少变化，每天的工作就是接、打电话。
- 活动空间相对狭小，局限在室内。
- 经常遭到客户拒绝，有的客户态度甚至非常恶劣。
- 业绩压力大，公司制订的业绩目标好像总是完不成。
- 领导经常检查工作。
- 如果在同事中，有某一位业绩特别突出的话，那压力就更大了。

在这样的环境里待久了，心情自然会受到影响，这时电话销售人员就必须学会情绪的自我调节。通过笔者几年的电话销售工作经验，独家创造了“净水法则”情绪调节方法，在这里奉献给大家。

让一杯浑浊的水重新变得清澈，通常有以下几种方法：沉淀法、稀释法、蒸馏法、过滤法、替换法、化学方法（氧化剂氧化）。

从这里可以得到启示，情绪调节也可以分别使用以上几种方法，这就是情绪调节的“净水法则”。具体解析如下。

一、净水法则一：“沉淀法”

在古希腊的传说中有一个关于“仇恨袋”的故事。这个“仇恨袋”有一个特性：如果它挡住了你的去路，你想把它踩扁，然后从它身上跨过去，那么，你就犯了一个错误，因为，这个“仇恨袋”会越踩越大，最后，会变得像一座山那样高，你永远也别想通过了。怎样才能通过呢？唯一的办法就是，别去碰它，置之不理，这样，“仇恨袋”就会慢慢地变小，直到变得扁扁的，像一张纸片，你就可以轻易地跨过去。就像一杯浑水，不去摇动或用其他东西搅动，要不了多久，这杯水中的泥沙自己就会沉淀下来，变得清澈。电话销售人员在工作中经常会遇到不顺心的事，导致心情很不好。这时，电话销售人员不要老惦记那些让自己不愉快的事，把它放下来，就当这些事从没有发生过，过了一段时间，心情自然就好了。千万别学祥林嫂，逢人就讲自己孩子被狼叼走的故事，最终导致自己几十年都生活在失去孩子的悲哀里。

二、净水法则二：“稀释法”

一杯浑水，如果将它无限稀释，最后也会变得清澈。同样，如果电话销售人员很不开心，完全可以通过其他途径来稀释心中的不愉快。笔者在上学的时候，班里有一个很胖的女同学，每当她生气时，就会到外面超市买很多零食，坐在宿舍里狂吃，吃饱了，睡上一觉，第二天一醒来，

就没事了，照样开开心心。笔者本人比较喜欢的方法是通过大声喊叫来释放心中的不快。广州有一座白云山，一到周末，爬白云山的人很多，当爬到山顶最高处时，很多人在那里歇斯底里地喊叫。喊完后，浑身会有一种说不出的快感，轻松极了。除了以上两种方法之外，电话销售人员还可以通过看电影、逛街、打球、散步、跳迪斯科等活动来稀释心中的不愉快。如果是女士，痛痛快快地哭一场也是一个很好的办法。

三、净水法则三：“蒸馏法”

“蒸馏法”也叫“提升生命价值法”，目前在日资企业被广泛运用。大家都知道，日本人干活都很拼命，平均每天的工作时间在10个小时以上，所以员工压力很大。为了缓解这种压力，让心情平静下来，就提倡“提升生命价值”。说得通俗一点儿，就是在工作后，积极充电，增强自身的竞争优势，活出自信。俗话说“艺高人胆大”，拥有一身好武艺，当然不怕山上有老虎。如果电话销售人员个个都很专业，经验很丰富，能力很强，遇到问题能够轻而易举地解决，工作起来当然充满自信，就算受到一点儿小挫折，也很容易化解。一个健康的躯体本身就具备很强的免疫力，电话销售人员如果能够通过学习、总结，提升自己的能力，其本身抵御外界伤害的能力也会很强。

四、净水法则四：“过滤法”

以前人们在洗头时，因为没有洗发水，就用稻草灰浸泡过的水来洗头。具体做法是先把稻草秆用火烧成灰，然后泡到水里，过一会儿，用毛巾把稻草灰过滤掉，剩下的水用来洗头。这里泡过水的稻草灰就像一杯浑水里的沙子一样是没有用的，只需借助一块滤布就可以将它们过滤掉。同样，电话销售人员每个人都希望过得开心快乐，谁都不希望与忧愁、恐惧、紧张不安等为伴。那么既然这些忧愁、恐惧、紧张等负面情绪是电话销售人员不需要的，同样可以将它们过滤掉。近段时间，很多企业都在大力提倡“5S”管理，所谓“5S”管理就是“清理、清洁、整理、整顿、素养”五个词的日文缩写。电话销售人员的情绪也可以采用“5S”法来进行过滤。要时刻学会清除掉精神上的垃圾，把那些影响自己工作的负面情绪清理掉，重新整理自己的思路，并养成这样的习惯，那么电话销售人员每天工作起来就会精神百倍。

五、净水法则五：“替换法”

将一杯浑水倒掉，直接装一杯清水，恐怕这是最快的使杯子里的水变清的一种方法。对于电话销售人员来说，要最快地改变自己的心情，就是换一个角度来看待同一件事。有一本很能激励人的书叫《乞丐囡仔》，写的是中国台湾地区成功人士赖东进的故事。他出生在一个乞丐家庭，母亲是智障，父亲是盲人，有一个姐姐和十个弟妹。一家14口人，四处流浪，白天沿街乞讨，晚上走到哪儿就睡在哪儿，世人所经历的苦难和屈辱他们都经历了。可是就是在这样的一个人

环境里，作为长子的赖东进从来没有怨天尤人，也从来没有嫌弃过自己的父母和兄弟姐妹，他始终怀着一颗感恩的心、一颗积极向上的心与命运抗争，最后成了一家美资企业的总经理。

乐观的人打开窗户，看到的是满天的星星，而悲观的人看到的却是星星旁边的乌云。

六、净水法则六：“化学法”

科学家们通过实验发现，某些自然界的香味儿对调解人的情绪有神奇的功效。如苹果的香味，可以使人镇静，并使人安然入睡。当电话销售人员心情紧张时，不妨在枕头边放上几个红富士苹果，红富士散发的清香，可以很快让自己心情舒畅、恢复平静。时下流行的香熏理疗，也就是利用了某些花草的芬芳可以调节情绪这一原理。另外，听音乐缓解心情也属于“化学法”，不同的音乐有不同的旋律和节奏，当某种音乐的旋律和节奏刚好吻合了当时人的神经运动节奏时，人会有一种特别舒畅的感觉，心情也可以得到极大的放松。

第十二节 金无足赤 人无完人

对于刚刚从事电话销售工作的新人，大都会犯一个相同的错误：将自己公司的产品说得完美无缺。而当客户抱怨他的产品不如其他公司的好时，这时候他又会竭力去争辩，企图改变客户的想法，这种做法是非常不明智的。实际上，“金无足赤，人无完人”，十全十美的东西现在没有，将来也不会有。社会在发展，人的需求也在不断变化，任何产品都要随着社会的进步而不断改进。以计算机来说，无论是硬件还是软件都在不断地升级换代，没有哪一个厂家敢说他们开发了一台终极电脑，能够满足任何时代的人们的需求。业务人员雄辩滔滔的年代已经过去，取而代之的是那些敢于承认自己的不足，客观看待自己及自己公司产品的务实的业务人员。

因此，当电话销售人员遇到客户提出自己的产品存在某些不足，同时告诉某竞争对手的产品如何优秀时，电话销售人员一定要保持开放的头脑，客观地看待问题，理智地同客户一起分析自己公司产品的优点和缺点、竞争对手产品的优点和缺点，从而让客户自己去做选择。当客户提到竞争对手时，电话销售人员也一定不要说竞争对手如何不好，因为每个公司都有它自身的优势，不能否定别人的优势。

当客户拿自己公司的产品与竞争对手的作比较时，电话销售人员不妨采用以下方法。

一、赞美客户的眼光

“刘经理，您的眼光真不错，您提到的这家公司确实是一家不错的企业。”

二、肯定竞争对手的优点，客观地看待问题

“我相信××公司成立这么多年，肯定有它的优势，毕竟一家公司存在这么久，就一定有它存在的道理，他们在××领域确实做得不错。”

三、即使指出对方的不足，也要委婉含蓄

“以前有几个客户也像您一样在开始时选择了××公司的产品，后来在一些服务环节上闹了些不愉快，以至于产品得不到及时修复，让他们非常着急。”

四、提出自己的建议，让客户做决定

“我把这些告诉您，并不是希望您换供应商，我没办法替您做决定，我只是给您一个客观的建议，希望在您需要这类服务时，能第一时间想到我和我们的公司。”

以上的谈话内容非常客观，客户很容易接受；另外，电话销售人员在跟客户谈自己的产品时，也需要保持开放的头脑，客观地看问题，适当承认自己产品的一些缺点，有时会让客户更加信赖自己。因为客户也知道，天底下根本就不存在十全十美的产品。

一个能客观对待自己及竞争对手的电话销售人员，是一个值得信赖的人。客户在选择一家合作单位时，第一时间选择的一定是电话销售人员这个人。

客观看待问题的反面是不诚实。常有一小部分电话销售人员为了获得一笔小订单，不惜隐瞒事实真相，甚至夸大产品功能或服务范围，也许这样做能让他暂时赢得一两个客户。可是如果养成这样的工作习惯，久而久之，他最终将失去所有客户。笔者所在公司曾招聘了一名男职员小王，小王头脑特别灵活，眼睛一眨就能想出一个主意。通过两个多月的努力，他与广西的一个客户建立了初步的信任关系，对方将自己的年度培训计划给了小王。在这个客户的年度培训计划里，笔者所在公司能够胜任的课程只有几个，如电话销售管理、电话销售技巧、电话销售人员压力与情绪管理、电话销售大客户管理等，其他课程如品牌建设、企业定位与战略管理等课程本公司暂时不能胜任，因为不是本公司的专长，公司也没有合适的签约培训师。

可是，为了将这个客户的业务全部包揽下来，小王给客户做出了超出自己所在公司能力范围之外的承诺。随着工作的进一步展开，小王的客户要求他提供每个课程的课题大纲及相应培训师的简单介绍。这下可难坏了小王，笔者所在公司能够胜任的课程，其大纲及相关培训师的资料很容易准备，可是那些公司不能胜任的课程，要在短时间内组织相关培训师并提供课程大纲是有很难度的。最后，他不得不对客户老实交待，告诉客户，培训计划中的有些课程自己满足不了。客户非常生气，最后拒绝了和小王的一切合作。直到现在，在小王离开公司后，公司再安排其他业务人员和广西的那家客户联系时，遭到的都是很不客气的拒绝。可见，一名不诚实的电话销售人员，无论对自己还是对公司，都会造成很大的损失。

第十三节 以其人之道还治其人之身

因为种种原因，如对方公司人事变动，客户近来遇到一连串不顺心的事，甚至个别客户因为私人利益的关系等，有许多电话销售人员经常是刚拿起电话还没有介绍公司和自己的姓名时，客户就毫不客气地说：“不需要”、“别打电话过来”。有些态度恶劣的客户还说“以后不

要再打电话过来了，你们很烦，知道吗”等。有一次，笔者打电话给一个曾经是自己上级的某旅行公司电话销售部经理，当时并没有推荐产品的任何想法，只是想问候一下。可是，对方一看是笔者的电话，不分清红皂白，很不耐烦地说：“我很忙，请你以后别再打电话过来了。另外，告诉你们的业务员，以后也不要再骚扰我了。”说完就挂断了电话。真是弄得笔者措手不及。还有一次，笔者打电话给一家网络公司，接电话的是听上去像五十岁左右的中老年妇女，对方一开口，笔者就感觉到了她的不友好，她的声音有点失控，说话速度很快，“整天都是你们这些讨厌的电话，我没有时间和你们嗦，以后不要再打电话来了。”碰到这种情况电话销售人员首先要相信这一定是个别现象，毕竟能够坐在办公室里当白领，多少都受过不同程度的教育，具有一定的涵养，更何况，对人不礼貌也是一件伤害自己形象的事。

全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：高级职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

学校网站：www.mhjy.net **报名电话：**0451-88723232 **咨询邮箱：**xchy007@163.com

颁证单位：中国经济管理大学

承办单位：中国教育培训网 美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 **www.mhjy.net**

遇到这种情况，可以使用上面谈到的六种自我情绪调控的方法，只要电话销售人员稍加克制，事情就过去了。但在特定的情况下，因为客户的恶劣态度直接影响了电话销售人员的心情，

导致电话销售人员很难再有好心情打下一个电话时，电话销售人员不妨将这种由对方带给我们的不痛快还给对方。

在本书里提供了两种方法，但笔者首先声明，回敬不礼貌的客户的做法是一把“双刃剑”，一方面可以让电话销售人员找回一点尊严；另一方面，如果语言表达技巧不到位，有可能会损害自己的形象，而且将面对永远失去这个客户的风险。所以不是在万不得已的情况下不要使用。

一、第一种方法：同理自己

例如上面提到的第一个客户，笔者在对方挂断电话后，马上又将电话打过去，这次，没等他说话，就先说：“××经理，我非常遗憾听到你刚才说的那些话，其实，我今天给你打电话并没有任何不良意图，只是想问候一下你，可我真没想到你生气了，还惹你发那么大的脾气，不知我哪些地方做得不好。你这样说话，我也很难过，我一直都把你当做我的老师和领导一样尊敬，如果我错了，希望你能点化我，‘生意不成仁义在’，我希望我们将来还是好朋友。”说完了，自己的心情也好了，也不管对方会有怎样的想法，反正自己把自己想说的话说了，心里痛快了，打下一个电话也有劲儿了。

二、第二种方法：教育对方

例如上面提到的中老年妇女，笔者判断这个客户将不属于自己，所以过了五分钟又打电话过去，对她说：“我们公司这次决定在贵公司的网站上做广告的事交给另外一家公司，具体原因是你们公司接电话的人没有修养，素质太低，我们不放心交给你们做，希望你们公司老总具体抓一抓公司员工最基本的礼仪礼节问题。”然后挂断电话，想像着对方傻呆在那里，笔者心里的不痛快一下子没了，打下一个电话时就特别的神清气爽。

不过需要强调的是，其实电话销售人员没有必要和个别态度恶劣的客户认真，因为电话销售做到最后，就是如何做人的不断修炼。

攻心为上

穷人菲尔在一个星期五的傍晚来到了一个小镇，他没有钱买饭吃，更没有钱住旅馆。他只好走到教会，找到教会执事，请他帮忙介绍一个能提供食宿的家庭。

执事打开一个本子，查了一下，对他说：“很不巧，这个星期五来本镇的穷人特别多，镇上每家基本上都安排了客人。不过还有一家开金银珠宝店的梅尔家除外，只是他家一向不愿意收留客人，你可以去试一试。”

“他会欢迎我的。”菲尔很自信地说。谢过执事后，他来到梅尔家。见到梅尔，菲尔神秘兮兮地把他拉到一边，从外衣口袋里取出一个沉甸甸的小包，小声说：“一块砖头大小的黄金能卖多少钱？”

珠宝店老板梅尔一看，大买卖来了，然而，这时已经晚了，就不能再谈生意了。于是，老板梅尔将菲尔留在了家里，好吃好喝好侍候，准备等到第二天日落后再谈。

到了第二天晚上可以做生意时，梅尔满脸堆笑地要求菲尔把“货”拿出来瞧瞧。

“拿什么货呀？”菲尔故作惊讶地说。

“砖头大小的黄金呀！”梅尔很着急。

“我哪里有什么黄金，我只不过是打听一下一块砖头大小的黄金到底能值多少钱而已。”

点评

松下幸之助曾自豪地说：“松下公司主要的工作是培养人才，电器生产只不过是松下的副产品。”松下幸之助不愧为大师级的人物。商业社会的任何竞争归根到底是人才的竞争。

作为电话销售人员，靠聪明靠技巧可以取得一时的进步，如果要取得长久的胜利最终还得依靠自身的综合素质。

是金子总会发光，是垃圾总会腐烂。

五章

16 类客户拒绝应对策略

汉语可以称得上是世界上含义最丰富的语言，它表面听起来是一种意思，背后还可以隐含另外一种意思，谈恋爱如此，谈生意更是如此。

俗话说“嫌货才是买货人”。从事销售工作的人一定要学会识别客户挑剔、拒绝背后的真正意图。特别对于从事电话销售工作的人，因为受到客观条件的限制，只能凭自己听到的客户拒绝性的语言来判断合作成功的可能性。这对电话销售人员的辨别能力、理解能力、分析能力及解决实际问题的能力都是一个极大的挑战。

第一节 “不需要”、“不感兴趣”

估计很多人都知道武汉人有一个口头禅“格老子的”，有时甚至儿子对老子说话，也会说上一句“格老子的”。第一次听武汉人这样说话，你可能不习惯，但一旦知道这只不过是他们的口头禅而已，想必你也不会太在意吧。

同样，“不需要，不感兴趣”几乎是客户的口头禅，作为电话销售人员，这时千万别当真，否则将要错失很多可能成交的机会。

然而“不需要”、“不感兴趣”这个口头禅恰恰又是电话销售人员让客户养成的，因为大部分电话销售人员喜欢一接通电话就推销产品。假设电话销售人员自己是客户，某天接到一个电话，对方一开口就推销什么产品，你也会很自然地说“不需要”，因为自己对对方不了解，即使有需要，也得找个自己信任的人来买。所以电话销售人员第一次与客户通话时一定不要谈产品。

另外一种情况是当有些客户说“不需要”这句话时，并没有马上挂断电话，他们是想给电话销售人员一点儿时间，看看你会怎么表现，如果你接下来的表现能够让他满意，那么你就还有机会继续与他交谈下去。但很多电话销售人员在一听到客户说“不需要”的时候，他的习惯性思维就是“没戏了”，接下来就是他的习惯性动作一挂断电话，有些电话销售人员甚至比客户挂得还快。

下面介绍一个失败的案例。

案例 5.1

小刘是一家网络公司的电话销售人员，公司是专门做网站建设方面业务的，他的开场白通常如下。

电话销售人员：您好，请问是××公司吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：是这样的，我是×××公司的小刘，我们是专门从事网站建设的，我们公司做网站做得非常专业，我想请问一下贵公司最近有没有这方面的需求？

客 户：不好意思，我们已经有自己的网站了，不需要。

电话销售人员：没关系，这样吧，我发一份资料给您，如果你们有需要的时候再联系我，好吗？

客 户：不用了。

电话销售人员：那好吧，谢谢！（挂断）

如果小刘的方法不改进，有可能再打 100 个电话，也没有一个电话会成功，他的失败主要有以下几方面原因。

一、在没有了解客户之前就提到产品，开始推销

案例中的小刘是一个典型的喜欢说话的电话销售人员，但是时代已经不同了，能说会道的电话销售人员已经不再吃香了。在电话销售人员开口说话之前，一定要预测客户是否有兴趣听，如果电话销售人员说的话对方根本不感兴趣，说得再多也是浪费口水。更不应当的是，在客户还不了解电话销售人员之前，就滔滔不绝地推销产品。试想，客户有没有可能把生意交给一个他还

不了解的电话销售人员呢？就像人们永远不会把钱随便交到大街上一个陌生人的手里一样，所以他必然失败。

二、没有请教接线人的身份和姓名

有可能接线人不是该项目的负责人，他并不了解相关情况，只是出于习惯拒绝了这位电话销售人员；也有可能因为这位接线人不是负责人，所以他说的话不算数；另外，电话销售人员没有请教对方的姓名，也是非常不礼貌的做法。

三、没有与客户建立信任关系就要求客户有需求时与自己联系

在没有与客户建立信任关系时，就要求客户在有需求的时候与自己联系，这纯粹是自作多情，没有一点意义。客户是不可能在有需要的时候和这位电话销售人员联系的，因为他对这位销售人员不了解。这时将资料发过去也是浪费，资料发过去后有可能就被客户丢进了垃圾桶。所以电话销售人员不要随意乱发资料，这样不但浪费了公司资料，提高了成本，而且收不到一点儿效果。

四、没有争取最后一线机会，提前挂电话

前面案例中的电话可以说是一个无效电话，在客户还没有挂电话时，这位电话销售人员已经被自己打败了。

下面看另一个案例。

案例 5.2

小张也是这家公司的电话销售人员，他的业绩一直是公司里最好的，在他的销售经历里，客户从来没有机会说“不需要”。

看看这位冠军是怎么做到让客户没有机会说“不需要”的。

电话销售人员：您好，请问是××公司吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：是这样的，我是××公司的小张，有个事情想请您帮个忙。

客 户：什么事？请讲！

电话销售人员：对了，请问您贵姓？

客 户：免贵姓刘。

电话销售人员：刘先生您好，我想请教一下贵公司市场部这方面是由哪位经理负责的呢？

客 户：我就是。

电话销售人员：太好了，那我应该叫您刘经理才对。

客 户：随意，没事儿。

电话销售人员：刘经理，请教您一个问题可以吗？

客 户：可以。

电话销售人员：我在网上浏览贵公司资料的时候，觉得贵公司的网站做得非常专业，因此想请问一下这个网站是贵公司自己的技术人员做的吗？

客 户：不是，是请专业的网站公司做的。

电话销售人员：那您觉得这个网站，还有没有令您不满意的地方？

客 户：一般吧，还算过得去。

电话销售人员：从刘经理的谈话中可以看出，刘经理是一个胸怀宽广的人，您很能包容别人的缺点。

客 户：做什么都没有十全十美的嘛！你们也做网站吗？

电话销售人员：是的，刘经理，我们也是做网站建设的，但我建议您现在不用再做，您想知道为什么吗？

客 户：说来听听！

电话销售人员：现在有不少的企业，为了赢利，他们都希望销售人员不顾一切去拉订单，从来就没有站在客户的立场上去考虑产品是否对客户有用。我觉得他们是不负责任的。做销售五年以来，我希望我提供的每一次服务都是对客户有价值的，如果没有价值，我宁愿让客户不买，也许这样我会好受一点儿，您觉得对吗？

客 户：不错，我很赞同你的观点，你挺负责任的。

电话销售人员：谢谢您的肯定，刘经理，在这里我给您建议一种服务，可能会对您有些帮助。我以前有很多的老客户都跟您一样，有自己的网站，但他们都觉得宣传效果并不是太好。不知道您是否有这种感觉？

客 户：是的。

电话销售人员：实际上这不是网站建设的原因，是宣传渠道方面的原因，我通常会建议他们在我们这里的专业网站上注册成会员，后来发现他们网站的登陆量增加了不少。

客 户：是免费注册吗？

电话销售人员：是的，我们会提供半个月的免费注册优惠政策，如果在半个月之后您发现有效果，您就可以继续使用我们的服务，如果您觉得没有效果，那没有关系，您可以在这半个月内随时通知我们取消。

客 户：那该怎么办理呢？

电话销售人员：您只需要告诉我您公司的资料，法定代表人的姓名、电话，我就可以马上帮您开通。

客 户：好的，谢谢！

电话销售人员：别客气，让我们长期保持联系好吗？我是小张。再次感谢您对我工作的支持，谢谢！

从小张与客户的谈话中可以看出，他是一个非常熟练的电话销售人员，非常容易地和客户建立了初步信任关系。

他的成功主要有以下原因。

- 在开始会谈的时候没有提到产品，而是以一句请求语“有个事情想请您帮忙”，引起客户的好奇，从而有机会继续交谈下去。

- 在深入交谈之前先识别接线人的身份，获得交谈的机会之后，礼貌地请教对方的姓名，以方便自己称呼和拉近关系，然后再请教对方自己要找的负责人是谁。

- 发现对方是自己要找的负责人时立即表现出对对方的尊敬和礼貌。

- 采用合理的封闭式提问，把客户引导到自己要销售的产品上来。

始终保持开放的头脑，客观地看待问题，从而很容易与客户建立信任关系。这种对事物持客观态度的电话销售人员，客户一般都会很信任。

- 采用逆向思维，“我建议您现在不用再做”一句话，使客户非常困惑，当电话销售人员要求客户不买产品时，客户一般都会非常好奇，因为他们遇到的电话销售人员都是不管青红皂白就向自己推销产品的，很少有人叫自己不买的。

- 运用同理心，扩大客户的需求，“我以前有许多老客户跟您一样，但后来采用了这种方法，发觉效果非常不错”。

- 为客户推荐适合他的产品，让客户自己做决定，因为客户都有自己的思想、自己的需求，不需要电话销售人员去帮他做决定。

- 听到促成信号，马上成交。

以上案例中的小张在整个电话沟通过程中让客户没有机会说“不需要”，他始终站在客户的立场上说客户想听的话，从而获得了客户的信任。从开始到最后他都没有提到过自己的产品如何如何好，而是建议客户去选择适合自己的产品。所以说电话销售高手的词典中是没有“不需要”三个字的，因为他们从来不执著于介绍自己的产品和公司，而是不断地去发现客户的问题，帮助他们找到适合的解决方案。

其实这个道理很简单，电话销售人员没有向客户推销产品，客户当然就不会说“不需要”。也许很多电话销售人员会问，打电话如果不谈产品，那么谈什么呢？那就是谈让客户好奇和感兴趣的东西，然后一步一步间接地通过提问把客户引导到自己要销售的产品上来。如果遇到

电话销售人员刚一开口，客户就说“不需要”这种情况时，该怎么办？一般这种情况很少见，但恰好遇到这种情况，应对办法也是有的。

你可以这样回答对方。

“我当然知道您不需要，因为没有一个人会在还不了解一种产品的情况下就说需要的。”

“刚才是不是有人打电话向您推销过什么？您不会把我当成刚才那个人了吧？”

“我非常理解您，但有时往往是别人的需要决定我们的选择，就好比您周围的朋友都在使用邮箱的时候，而您没有申请使用邮箱，这时，为了与朋友方便联络，您也需要去申请一个邮箱，您说我说得对吗？”

“我当然知道您不需要，如果您需要的话，肯定早就买了。”

“为什么不需要呢？”

“您是今天不需要，还是永远都不需要？如果是今天不需要，那么我改天再打过来，如果是永远都不需要，那么我觉得是不可能的，因为这个世界上还没有绝对的东西。”

第二节 “你寄份资料过来吧”

许多前台人员和负责人为了委婉地拒绝电话销售人员，常常要求先寄份资料过去或发传真过去。这种拒绝方式非常隐蔽，就像对方给电话销售人员抛过来的“烟幕弹”，刚加入电话销售行列的新人，很容易中招。当他们听到对方这样要求时，往往满心欢喜，认为希望很大，于是发传真、寄资料，忙得不亦乐乎。但是传真一天天发、资料一天天寄，随着时间的推移，那些寄出去的资料和发出去的传真犹如泥牛入海—音讯全无。

事实证明：那些叫你寄资料和发传真的客户，95%以上是不会有回音的。

笔者当初刚到人才市场从事电话销售工作时，经常碰到客户非常客气地要求发传真过去，笔者乐呵呵地一一照办。连续发了一个多月的传真，前前后后共发了100多份，每天都充满希望，坐在办公桌前幻想着那些叫自己发传真过去的客户给自己打电话。然而，美丽的肥皂泡很快就破灭了。当笔者终于鼓起勇气拿起电话给那些发过传真的客户打电话时，得到的答复多半是“没有收到”或要求重发。有一小部分收到传真的客户会说“我们很忙，还没来得及看，等有时间看过之后再给你回电话。”

这就是事实，当对方不了解电话销售人员时，电话销售人员发过去的任何资料对他来说都是无关紧要的。所谓没有时间看，就是说明电话销售人员的资料不看也可以；所谓没有收到，就是说明没收到根本没关系。

遇到这种情况电话销售人员该怎么办？

下面先看一个失败的案例。

案例 5.3

小王是一家人才市场的电话销售人员，他的主要工作是请客户来现场参加招聘会，下面是他与客户的一段对话。

电话销售人员：您好，请问刘总在吗？

客 户：我就是，什么事情？

电话销售人员：刘总您好，我是小王，××人才市场的，上一次我们联系过，这一周我们有一个关于市场营销方面的专场招聘会，想看看刘总您有没有这方面的需求？

客 户：这样吧！你先把资料给我们传真过来，等我们看了之后再说，好吗？

电话销售人员：那好吧！您的传真号码是？

客 户：010-××××××。

电话销售人员：好的，谢谢刘总，再见！

表面看来，以上的案例中小王没有遭到拒绝，推销还算比较顺利，但实际上这个客户是在委婉地拒绝他，因为小王根本就不知道客户究竟有没有需求，这时挂断电话，那么这个电话就是无效电话。

其失败有以下几点原因。

- 在没有了解到客户的真正需求时，就开始推销，正确的做法应该是先去了解客户公司目前的人员配备情况和需求状况，再提出自己的建议。
- 当客户要求将资料发传真过去时，这位电话销售人员没有意识到这实际是客户在拒绝他。
- 电话结束时，没有约定下一次联系的时间。

下面来看看电话销售高手是如何处理“先发传真或先寄份资料过来”这个借口的。

案例 5.4

电话销售人员：您好，请问是刘总吗？

客 户：是的，我就是，什么事情？

电话销售人员：刘总是这样的，我是小王，前几天跟您联系过，我对您的印象非常深，上一次我们谈得非常开心。

客 户：很抱歉，我记得不是很清楚了。

电话销售人员：刘总您一定是太忙了，可能把我忘记了，我还记得在上次谈话中，您曾经提到过现在招聘一个好的员工非常难这件事，您还记得吗？

客 户：哦，知道了，你是人才市场的，是吗？

电话销售人员：刘总，我真是太高兴了，您还想得起我。我今天特意打电话给您，是想告诉您一个好消息。

客 户：什么好消息？

电话销售人员：不过在我告诉您之前，必须先请教您一个问题。

客 户：好的。

电话销售人员：公司现在缺人吗？

客 户：不缺。

电话销售人员：公司现在缺敬业的人吗？

客 户：肯定缺。

电话销售人员：是哪个岗位缺呢？

客 户：行政部门和技术部门，不过现在还有人。

电话销售人员：有人，但他们不够敬业，是吗？

客 户：可以这么说。

电话销售人员：那什么时候准备裁员？

客 户：还没有计划。

电话销售人员：刘总，您一定非常善良，您总是为员工着想。很遗憾的是理解您的人太少。但您也别难过，也许那些不敬业的人还没有找到自己喜欢的工作。不管是人才找工作还是单位招聘人才，都必须找到适合自己的，您说对吗？

客 户：是的。

电话销售人员：您的困惑我大致了解了一些，我今天告诉您的好消息是，我们这周有一个关于市场营销方面的专场招聘会。但听了您的谈话之后，我知道您现在最缺的是行政管理和技术方面的人才。所以请刘总认真考虑一下，看看销售部是否需要增加人员，无论如何我都尊重您的选择。

客 户：这样吧，你发一份传真过来，我看看再说，好吗？

电话销售人员：当然可以，但我想请教一下，刘总您是真的需要考虑还是委婉地拒绝我，因为我这个人比较爽快，我希望您告诉我真实的答案。

客 户：我会和销售部经理沟通一下，如果需要的话，我一定会选择你。

电话销售人员：非常感谢您，刘总！我一定不会令您失望的，我马上发传真给您，请问您的传真号码是？

客 户：010-××××××。

电话销售人员：另外，刘总，我会在明天下午两点钟左右跟您确认，好吗？

客 户：好的，谢谢！

以上案例中这位电话销售人员之所以成功主要有以下原因。

- 这位电话销售人员是一个有心人，在第一次通话时就记住了客户的一些重要信息，在第二次通话时巧妙地再次提起这些信息，让客户有一种被尊重和被重视的感觉，接下去的谈话就会很愉快。

- “有个好消息要告诉您”是一个让客户好奇的问题，从而成功赢得客户的注意力。

- 通过问一些个性化的问题，如“公司现在缺人吗”、“不缺”；“缺敬业的人吗”、“肯定缺”等，从而激起客户的潜在需求。

- 真诚赞美客户，如“您一定非常善良，您总是为员工着想”，赢得了客户的初步信任。

- 当客户说“这样吧，你发一份传真过来，我看看再说，好吗？”时这位电话销售人员大胆地要求客户给出真实的答案；如果客户现在的确不需要，那么就应该把时间放在其他客户身上，不要浪费时间；如果客户真的有兴趣需要资料，那么可以判断这就是最佳客户，电话销售人员必须及时跟踪。

- 电话结束时，约定了下一次的联系时间。

第三节

因为种种原因，或因为自己拨错了电话；或因为对方前台人员刚到公司，对公司不熟，而转错了电话；或因为当事人不想接听电话销售人员的电话而找个托词拒绝。总之，“这事我不负责，谁负责我不清楚”这句话也是电话销售人员经常在电话里听到的。

如果认为对方不是自己要找的目标人物，因而觉得和他继续通话就显得多余，于是匆匆挂断电话，那这种做法就大错特错了。在任何情况下，随意挂断对方电话都是非常不礼貌的行为。电话销售人员应该发扬“雁过拔毛”的精神，无论遇到谁、无论碰到怎样的情况，都要想方设法从对方那里获取哪怕是一点点有用的信息。

也就是说，聪明的电话销售人员绝不能浪费任何一个电话，要尽量做到使每一个电话都有收获。前文提到过打电话时要设定主要目标和次要目标的问题，当电话销售人员在打一个电话却不能达到主要目标时，就应退而求其次，达到一个或两个次要目标。

电话销售人员完全可以通过妥善处理这类电话，与对方建立良好的关系，一旦关系建立了，就等于成功地在对方公司培养了一个“卧底”。以后，当电话销售人员需要相关信息时，就可以通过这个秘密的、相对安全的渠道获得，之所以安全，正是因为“这事他不负责”。

那么到底如何处理这类电话呢？还是通过正反两个案例来进行分析。

先看一个失败的案例。

案例 5.5

电话销售人员：您好，请问是××公司吗？

客 户：是呀，什么事情？

电话销售人员：我是××公司的小刘，我想请问公司销售这方面是您负责的吗？

客 户：这事我不负责。

电话销售人员：请问是哪位负责呢？

客 户：谁负责我不清楚。

电话销售人员：那好吧，谢谢！

该电话销售人员的失败主要有以下原因。

- 在谈话开始时没有请教对方的姓名，让对方觉得没有受到尊重。
- 没有直接请教接线人是哪个部门的。
- 没有礼貌地请接线人帮忙转给相关负责人。

下面再看电话销售高手是如何处理这类电话的。

案例 5.6

电话销售人员：您好，请问是××公司吗？

接线人：是的，什么事情？

电话销售人员：是这样的，我是小王，××公司的，有件事情想请您帮个忙！

接线人：请讲。

电话销售人员：请问您贵姓？

接线人：免贵姓刘。

电话销售人员：刘女士您好，请问您这边是哪个部门？

接线人：财务部。

电话销售人员：哦！原来是财务部的刘经理。

接线人：可别乱叫哟！我还不是经理。

电话销售人员：是吗？不过我觉得您以后一定会有机会的。

接线人：谢谢。

电话销售人员：刘女士，能请您帮个忙吗？

接线人：请讲。

电话销售人员：请问您知道贵公司销售部现在是由哪一位经理负责？

接线人：马经理。

电话销售人员：他的全名是马……？

接线人：马海。

电话销售人员：另外，他的分机是？

接线人：125。

电话销售人员：好的，我记好了，谢谢您，刘女士，祝您今天工作愉快！

接线人：谢谢，再见！

电话销售人员：再见！

成功原因分析如下。

- 开门见山地请求帮忙，在对方还不知道电话销售人员是干什么的的时候，请求对方帮忙，让对方没有办法拒绝。
- 询问对方的姓名是尊重对方的一种表现，“请问您贵姓？”当电话销售人员问这个问题时，有 90%以上的人都会直接告诉答案，因为他们感觉受到了关注。另外这个问题抛出去以后，电话销售人员可以控制整个谈话局面，从而不会让对方牵着自己的鼻子走。
- 询问对方是哪个部门，这样可以帮助电话销售人员辨别对方所属部门是否是自己要找的部门。
- 再次请求帮忙，如发现对方不是自己要找的人，马上再次请求帮忙，通过对方了解更多关于直接负责人的资料，包括“电话、姓名、分机”等。
- 在挂断电话之前对接线人表示感谢和祝福，为下一次请求帮忙奠定基础。

第四节 “我现在很忙，没时间，以后再说吧”

“忙”似乎成了现代人的口头禅，而且用来作为拒绝的理由也显得特别高雅。其实“忙”是一个相对的概念。举个例子来说，当某个人正忙于写一本书，因为这本书就要在五天后交稿，所以把书按时写完对他来说就是一件重要的事。其他的事，如应酬、娱乐等他都会觉得没有时间应付。但是很不幸的事发生了，他所居住的那幢楼起火了。那么，现在他有没有时间去救火，或者有没有时间逃生？他总不会说“对不起，我很忙，我要先把书写完”吧。无论是谁，这时都会放下手中的书稿，赶快去救火或者逃生。

这就是关键所在，即对自己很重要的事情，人们总会有时间；当自己觉得某件事不那么重要时，人们总会想办法推托。当电话销售人员给客户打电话，对方说“我现在很忙，没时间，以后再说吧”时，这种情况只能说明一个问题，这位电话销售人员的电话对他的客户来说根本不重要，客户手边的任何一件事都比接听这位电话销售人员的电话重要。

为什么电话销售人员打给客户的电话会被认为是无足轻重的呢？问题的根源还在于电话销售人员自己，正是我们自己让自己的电话听起来不重要，甚至有极少数的电话销售人员拿起电话，一开口说话就好像是在骚扰对方。

对方以“忙”为理由来拒绝电话销售人员，这个“忙”的理由正是电话销售人员自己给对方的。解决这个问题其实很简单，那就是电话销售人员务必要让自己的电话听起来是对对方有用的，而且非常重要。否则，电话销售人员将很难过这一关。

这里同样看两个案例，先看成功的案例。

案例 5.7

电话销售经理：早上好，我是广州布谷鸟公司的舒冰冰，请问是王主任吗？

客 户：是的，我很忙。

电话客户经理：是吗，太好了，我终于可以帮您做点事情了，这样吧，王主任，复杂的事情我做不了，但简单的事情我还是可以帮您打打下手的，您看有哪些工作我能帮得上忙呢？

客 户：有这么好吗？

电话客户经理：那当然，我这个人最真诚了，能够帮王主任做点事是我的荣幸。

客 户：呵呵，你真是个好人，你一定有什么事找我吧？

电话客户经理：没有事情就不能打电话给您了吗？那么久没有打电话给您，想您了。

客 户：是吧，想我的话，那就过来看我呀。

电话客户经理：好呀，那就看您给不给我机会了，您是想我几月份过来看您呢？

客 户：你想几月份过来呢？

电话客户经理：如果您这边有培训的需求，我下个月就可以过来看您。

客 户：是吗？刚好下月我们这边需要一个电话销售方面的课程。

电话客户经理：谢谢王经理给我机会，下个月见。

成功原因分析如下。

- 当客户说忙时，电话销售人员很好地表现自己乐于帮助的心态。
- 在化解客户的防范心理之后，巧妙地提出了自己打电话的目的。

下面我们再看看另外一个电话销售高手的做法。

案例 5.8

电话销售人员：您好，请问是刘总吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：刘总您好，我是小张，××公司的，有个事情想麻烦一下您。

客 户：什么事情？

电话销售人员：如果我告诉您之后，请答应我一定不要怪我，行吗？

客 户：你说来听听！

电话销售人员：我偷了您的东西！

客 户：哦！什么东西？

电话销售人员：智慧！

客 户：我们才第一次交谈，你怎么就偷了我的智慧呀？

电话销售人员：通过网站，在贵公司网站上我看到了刘总您成功的秘密！

客 户：是吗？什么秘密？

电话销售人员：用世界首富比尔·盖茨的话说就是“眼光好”。在没有给您打电话之前，我已经在贵公司网站上了解到，刘总您的“眼光真的好”。我相信贵公司在未来3~5年时间内一定会更加壮大。

客 户：过奖了，谢谢你。

电话销售人员：刘总，请教您一个问题可以吗？

客 户：可以。

电话销售人员：请问您打算把您的企业作为一辈子的事业来经营吗？

客 户：我想是的。

电话销售人员：那请问您觉得如果企业要壮大，宣传工作重要吗？

客 户：肯定重要。

电话销售人员：那么，刘总，请问您现在一般是采用哪些渠道进行宣传呢？

客 户：主要是利用户外广告和网站。

电话销售人员：这两个渠道的确不错，刘总，我告诉您一个好消息，但听完之后，您一定要答应我的一个要求，好吗？

客 户：先说说是什么好消息？

电话销售人员：如果我现在有一个方法能很快地扩大贵公司的知名度，并且费用很低的话，您是否考虑面谈一次呢？

客 户：是吗？能先在电话里告诉我一些吗？

电话销售人员：我非常愿意在电话里告诉您，但在电话里介绍恐怕不容易说清楚。我希望能有机会现场演示给您看，这样您的印象就会更深。

客 户：好的，行。

电话销售人员：那您觉得我是明天上午过去方便一些，还是明天下午过去方便一些？

客 户：上午吧！

电话销售人员：几点呢？

客 户：十点以后吧！

电话销售人员：好的，刘总，我十点一定赶到，谢谢您。

客 户：好的。

电话销售人员：祝您工作顺利，再见。

这位电话销售高手成功的原因主要有以下一些方面。

- “如果我告诉您之后，请答应我一定不要怪我，行吗”，这样的提问让客户既困惑又好奇，无形中争取到了与客户继续交谈的时间。

- 富有新意的语言，“我偷了您的东西”、“我看到了您成功的秘密”，这些语言像磁铁一样深深地吸引着客户的好奇心，让客户没有办法挂断电话。

- 用与众不同的方式赞美客户，进一步与客户建立了信任关系。

- “我告诉您一个好消息，但听完之后您一定要答应我的要求，好吗”，从而提前获得客户的承诺。

- 当客户答应见面时，用二选一的法则确定见面时间：“那您觉得我是明天上午过去方便一些，还是明天下午过去方便一些？”

当遇到此类借口如“我现在很忙，没有时间，以后再说吧”时，应对策略还有以下一些。

“我知道您在对我说实话，作为公司的负责人没有一个不忙的，忙，说明公司的效益非常好。这样吧，如果今天您真的忙，要不然我明天再打过来，您觉得如何？”

“没错，时间对每个人来说都是非常宝贵的。这样吧，为了节约我们双方的时间，我们花三分钟来谈谈这件事。如果三分钟之后您不感兴趣，就立即挂断我的电话，我保证以后再也不打扰您了，好吗？”

“这样吧，我觉得您真的非常忙。打扰您，我也很不情愿，但我必须给您打这个电话，如果我们今天不谈，我明天会继续打电话给您，为了节约您的宝贵时间，我建议我们今天花十分钟谈谈这件事，好吗？”

第五节 “我们需要的时候再跟你联系吧”

在谈论这个话题时，笔者有一个问题：“请问各位，电话销售人员从事电话销售工作所面临的障碍是什么？”答案或许有很多。有的人可能会说是公司产品价格太高；有的人可能会说是市场竞争过于激烈；有的人可能会说是自己的潜能没有得到充分发挥。笔者要和大家分享的答案是，电话销售人员从事电话销售工作所面临的障碍是“客户对自己的现状非常满意”这个现实。正是大多数的客户“对自己的现状非常满意”，所以他们都会下意识地拒绝来自外界的任何可能打破这种平衡的因素。否则的话，电话销售人员每天只要坐在办公室里，等着那些对现状不满意的客户打来电话，然后将好的产品或服务推荐给他们就行了。

显然，这是一个梦想。所以当客户对电话销售人员说：“把电话留下，我们有需要的时候再跟你联系吧”，可以很清楚地说明这又是一个对现状非常满意的客户，他这样回答，只不过是一个美丽的谎言，但大多数的电话销售人员似乎特别喜欢相信这类善意的谎言。他们一听到客户这样要求，就乖乖地留下自己的电话，等待客户的回电，但结果似乎并没有他们想像的那么顺利，回电的客户寥寥无几。

当客户说“我们有需要的时候再跟你联系吧”，这时电话销售人员应该分析，当他们真有需要的时候，会给我们打电话吗？要知道，这是一个供过于求的年代，能够提供相同产品和服务的企业绝不止我们一家，甚至有时候，他们一天就能接到好几家推销同一类产品的电话。这又是一个过度营销的年代，处于这个时代的人几乎每时每刻都被推销包围着。因此，人们面对推销时都会千方百计脱身。

“把电话留下，我们有需要的时候再跟你联系吧。”这只不过是对方逃避推销的另一种借口而已，我们该怎么办呢？

先看一个失败的案例。

案例 5.9

电话销售人员：您好，请问是××公司吗？

客 户：是的，请问有什么事？

电话销售人员：我想找一下销售部的王经理。

客 户：他不在，有什么事吗？

电话销售人员：是关于网站方面的事情。

客 户：你们是做网站的吗？

电话销售人员：是的。

客 户：你以前和王经理有联系吗？

电话销售人员：我是第一次联系。

客 户：这样吧！你把电话留下吧，如果我们有需要的时候再跟你联系。

电话销售人员：好的，我的电话是 020-××××××。

很明显，上面的电话是被前台人员或文秘拦截了，对方识破了这个电话是推销电话，马上找了个借口予以拒绝。经验证明，她们一定不会把这个电话告诉负责人，所以上面的电话其实就是无效电话。

失败原因分析如下。

- 没有请教对方的姓名和其所在部门，没有表现出对对方的尊重。
- 整个谈话过程被对方所控制。
- “我是第一次联系，做网站的”这句话让对方很容易识别这是推销电话。
- 直接陷入了对方的圈套，留下电话，等待一个没有结果的承诺。

再看另一则直接与负责人通电话失败的案例。

案例 5.10

电话销售人员：您好，请问是王经理吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：王经理，您好，我是××公司的小王，前几天跟您有过联系。

客 户：是吗？具体是哪方面的事情？

电话销售人员：是关于网站建设方面的事情。

客 户：哦，记起来了，这样吧，把你的电话留下，等我们需要的时候再跟你联系，好吗？

电话销售人员：好的，谢谢您，我的电话是 020-××××××。

以上案例中这位电话销售人员所犯的错误，其实很多电话销售人员都犯过。案例中客户虽然没有直接拒绝，但其实是他们不愿意伤害这位电话销售人员而已，而是以委婉的方式拖延时间，让这位电话销售人员觉得还有机会。可是，一部分判断力差的电话销售人员竟然把这类客户当做是非常有希望的客户。

下面看看优秀的电话销售人员如何处理这个问题。

成功的案例如下。

案例 5.11

电话销售人员：您好，请问是王经理吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：王经理，您好，我今天特意打电话给您是专门感谢您的。

客 户：感谢我什么？

电话销售人员：感谢您给了我灵感，使我成为了这个月的业绩冠军。

客 户：我越来越糊涂了，我给了你什么灵感？

电话销售人员：王经理，也许您把我忘了。我是一周前和您通过电话的小张，我对您说的一句话记忆非常深刻，您说：“网站建设没有秘诀，创新才是一切。”我整整思考了一个晚上，后来在给一个客户做演示的时候，我用了非常规的方法进行操作，最后我成功了，他非常满意，并同我们公司签订了一年的合同。为了向您表示感谢，我与公司老总商量过了，决定送贵公司一个月的免费网站宣传，恭喜您。

客 户：真的呀！谢谢。

电话销售人员：这样吧，我明天特意到贵公司来一下，我们仔细商量一下，看看怎样做会令您满意，好吗？

客 户：好的。

电话销售人员：那我明天上午还是下午过来？

客 户：你下午两点过来吧！

电话销售人员：好的，王经理，明天下午两点我准时到！谢谢！最后祝您工作顺利。

客 户：好的，谢谢！

在以上案例中，该电话销售高手始终没有给客户机会说：“把你的电话留下，等我们有需要的时候再跟你联系好吗？”他说的每一句话都让客户无法挂断电话。

他成功的原因如下。

- “我今天特意打电话给您是专门感谢您的”，这是一个很有吸引力的开场白，当客户在还不知道这位电话销售人员为什么感谢他时，一定不会说没有时间；当一个人去感谢另一个人时，另一个人也绝对不会说“我现在很忙，等一下再感谢吧”。

- “感谢您给了我灵感，使我成为了这个月的业绩冠军”，这句话很有新意，但是让客户感到很困惑，因为他实在想不起来他什么时候帮助了别人，也许这位电话销售人员的名字他都不知道；所以客户在听了这句话之后就是拼了命也不会说“你把你的电话留下，等我们有需要的时候再跟你联系好吗”，因为他们想探个究竟。

- 再次提起上一次与客户通话时，客户说过的一句非常经典的话“网站建设没有秘诀，创新才是一切”，然后讲一个故事来说明客户的这句话给了自己启发，并成功签订了一个大订单；为了表示感谢，最后顺理成章地赠送他一个月的网站宣传（注：这实际上是每个客户都可以享受的为期一个月的免费网上宣传，从第二个月开始就要收费）。

- 电话结束前约定见面时间。

电话销售高手是不会让客户有机会说：“把你的电话留下，等我们有需要的时候再跟你联系，好吗？”因为，他们打电话给客户，目的在于建立良好的关系，之后才是销售产品，在关

系还没有建立之前，绝不推荐任何产品。没有卖，就没有买。电话销售人员没有卖东西给客户，所以客户也就不会说：“把电话留下，有需要再联系吧！”

技巧差一点的电话销售人员如果不小心说到了产品，客户用“把你的电话留下，等我们有需要的时候再跟你联系，好吗？”拒绝时，可以采用以下几种方法。

“我当然可以留下我的电话，但我相信您一定不会再给我打电话，是吗？因为您是怕伤害我，从而委婉地拒绝我。我很理解您，同时我更感谢您，最后能再请教您一个问题吗？‘在这次交谈当中，您觉得我在哪方面做得不是很到位，从而您想拒绝我呢？’因为我想在打另外一个电话之前，能进步一点点。”

“我真的想留下我的电话，我更渴望您有需要的时候能够想到我，但遗憾的是，您一定会在挂断电话一分钟之后忘掉我，不是吗？我不会怪罪您，因为所有的错误都是我造成的。但我有最后一个请求，请您答应我，如果我是您的员工，客户像您刚才一样拒绝我，您觉得我该怎么办才好？”

“我也想留下电话，但我的直觉告诉我，您对打进来的每一个电话都是这么回答的，是吗？”

“虽然我们是第一次谈话，但我很理解您，实际上每个人都不想说谎话，刚才您说的话如果是谎话，那么肯定是我逼您的，在此我深感抱歉！但我相信贵公司一定有这方面的需求，只是今天我打电话过来不是时候，这也是我的错误，这样吧！我留下我的姓名，改天我们再联系，好吗？”

“我敢发誓，您对每一个打进来的电话都是这么回答的，是吗？如果您的答案是‘是’，那么我留下电话是毫无意义的。它只会让您的垃圾桶更加拥挤。实际上您这样处理，我也非常理解。当一名电话销售人员还没有让对方接受自己的时候，留下电话就永远不会有回音。如果您来做评委，您觉得我说得对吗？”

第六节 “我们现在还没有这个需

没有需求是不可能的，世界永远在变化，需求其实也在不断地变化。今天不需要，并不代表明天不需要；暂时不需要，并不代表永远不需要。当世界上刚刚生产出第一台商用计算机时，前 IBM 总裁老沃森就断言“全世界不会卖出两台”，现在怎么样？仅我国一个国家使用计算机的人数就已经超过一亿了。

所以有些需求是潜在的，聪明的电话销售人员都擅长发现客户的潜在需求，从而引导客户的需求，并把它们转化成即刻的需求，以达到销售的目的。打个比方说，在数码相机还没有面世之前，大家都使用带胶卷的相机。数码相机面世之后，通过厂家的广泛宣传，消费者逐渐认识到数码相机的优点，他们的潜在需求被激起，所以纷纷掏钱购买数码相机。

而失败的电话销售人员却很难做到这一点。就像打架，对方一拳打来，不知道躲闪，一下子就挨个正着；也不会“化力”，总是结结实实地挨打。

还有一种情况，当一名电话销售人员在第一天打电话给客户推销一种产品时，客户以“我们还没有这个需求”为理由拒绝了，然而第二天这个客户竟然在同一公司另外一名电话销售人员那里购买了同样的产品。

就像下面这个案例。

案例 5.12

这是一名电话销售人员向一个家庭用户推销一种维护下水道产品的经过。

电话销售人员：您好，请问是刘大力先生吗？

客 户：是的，你是哪位？

电话销售人员：是这样的，刘先生，我是××公司的小王，我是通过物业处查到您的电话的。

客 户：有什么事情吗？

电话销售人员：我公司最近生产了一种产品，可以及时地维护您的下水道，从而避免下水道的堵塞。

客 户：是吗？但是非常抱歉，我家的下水道一切都很正常，我们现在还没有这个需求。谢谢！

电话销售人员：没关系，谢谢！

由于这名电话销售人员的提醒，这位客户特意打电话咨询了下水道的维护问题，居然发现下水道的维护非常重要，一旦堵塞是个非常严重的问题，于是第二天他在另一个地方买了同一类产品。

这就是大多数电话销售人员的悲哀，他们永远只知道寻找有即刻需求的客户，而不知道去引导客户的需求。

以上案例中这位电话销售人员失败的主要原因如下。

- 在还没有与客户建立起任何信任关系时，电话销售人员就开始介绍产品，这样无异于做无用功。

- 没有把客户的潜在需求激发出来，为什么客户说“我们现在还没有这个需求”呢？那是因为他还没有意识到产品能给他带来的好处，以及一旦出现问题，他的损失会有多大。

- 当客户拒绝时，这名电话销售人员没有再次争取机会，而是马上放弃。

所以说，企业一旦聘用了一个水平很低的电话销售人员，不但会造成客户资源的大量流失，而且会浪费电话费。而一名优秀的电话销售人员往往善于抓住每个机会，帮助客户发现他们的需求，从而引导他们采取行动。

这里来看另一个案例，看电话销售高手小雷是怎样把维护下水道的产品成功推荐给客户的。

案例 5.13

电话销售人员：您好，请问是刘大力先生吗？

客 户：是呀！什么事？

电话销售人员：刘先生，您好，我是受××小区管理处之托，给您打电话的。有件事情我一定要告诉您，不知道您是否听到过这件事：上个月小区内 A 座有几个家庭发生了严重的下水道堵塞现象，客厅和房间里都渗进了很多水，给他们的生活带来了很大的不便？

客 户：没有听说过呀！

电话销售人员：我也希望这不是事实，但的确发生了。很多家庭都在投诉，我打电话给您就是想问一下，您家的下水道是否一切正常？

客 户：是呀，现在一切都很正常。

电话销售人员：那就好，不过我觉得您应该对下水道的维护问题重视起来，因为 A 座的那几个家庭在没有发生这件事之前与您一样，感觉一切都很正常。

客 户：那么该怎样维护呢？

电话销售人员：是这样，最近我们公司组织了一批专业技术人员，免费为各个小区用户检查下水道的问题。检查之后，他们会告诉您是否需要维护。现在我们的技术人员都非常忙，人员安排很紧张。您看我们的技术人员什么时候过来比较合适？

客 户：今天下午两点就过来吧！谢谢你！

电话销售人员：好，别客气，下午见。

以上案例成功原因分析如下。

- 从头至尾没有向客户推销过一次产品。
- 举例说明某些客户因为没有重视下水道的维护，因而给生活带来诸多麻烦，从而将客户的潜在需求激发出来。

心理学家在分析一个人是否购买某一样商品时，得出了一个结论，人们的购买动机通常有两个：第一个是当购买这个产品时，这个产品能给自己带来怎样的快乐享受；第二个是如果不购买这个产品，那么自己将会遭受怎样的损失和痛苦。

以上案例中的小雷就是成功运用了购买动机中的第二个，告诉客户如果不及时维护自家的下水道，将会蒙受被水淹没的痛苦。所以，电话销售人员引导客户购买某一样产品，也要讲究适当的策略。

第七节 “我们已经有其他供应商了”

当客户告诉电话销售人员“我们已经有其他的供应商了”，这往往是真实的情况。这是不是说电话销售人员就没有机会了？其实不然，电话销售人员还有很多的机会。客户正在使用其他供应商提供的某一产品，正好说明这个客户已经认可了这个产品。这样反而节省了电话销售人员的很多时间，他不需要再花时间来陈述某一产品能给客户带来怎样的好处，而只需要巧妙地告诉客户自己的产品与客户正在使用的产品存在哪些差异，而这些差异又会给他带来怎样的额外的好处，最后让客户自己去做一个权衡。

另外，在生意场上有句话说“没有永远的朋友，只有永远的利益”。话虽说得有点儿极端，但还是道出了一些人的想法。一家企业在考虑与谁合作时，考虑较多的就是利益。如果电话销售人员非常自信自己的产品较之客户正在使用的产品更能为他提高效益、节约成本的话，那么自己就随时都有机会取代客户现有的供应商。

“长江后浪推前浪，前浪死在沙滩上”，如果客户先前的供应商所提供的产品更新换代速度慢，而电话销售人员推销的产品在性能上更先进、价格上更优惠、质量上更可靠，那么究竟谁将“死在沙滩上”呢？答案不言而喻。

机会无处不在，就看电话销售人员如何寻找突破口！

下面两个案例中，目标客户已经拥有了另外一家竞争公司的产品，可以看一下失败的电话销售人员与成功的电话销售人员各自是怎样表现的。

先看失败的案例。

案例 5.14

电话销售人员：您好，请问是马总吗？

客 户：是的，有什么事？

电话销售人员：马总，是这样的，我是××旅行公司的丹丹，听同事说您平时经常出差，是吗？

客 户：是呀！有什么事情吗？

电话销售人员：是这样的，我们有一张商务会员卡想送给您。这张卡在您出差时，无论您乘坐飞机还是住酒店都可以享受到较低的优惠折扣。

客 户：你们是什么卡呢？

电话销售人员：是××A卡，请问您听说过吗？

客 户：我听说过，不过我一直在使用另一家公司的××B卡。

电话销售人员：我知道，××B卡也很不错，但他们签约的会员酒店没有我们多，您可以先试一试我们的服务嘛！只有您比较之后才知道差距呀！

客 户：算了，卡多了也挺麻烦的，况且这张卡我都使用三年了，积分也很多，感觉挺不错。

电话销售人员：如果是积分问题的话，您可以先用积分换礼品，然后再使用我们的卡，我们可以给您双倍的积分奖励。

客 户：我想你误会了，请你另外找其他人吧！我想我暂时不会需要的。

电话销售人员：好的。谢谢！

以上案例中，客户已经选择了竞争对手的产品，这位电话销售人员一心想挖墙脚，没有客观地看待自己和竞争对手的产品，从而无形中输给了竞争对手。

以上案例失败原因分析如下。

- 当得知客户已经选择了竞争对手的产品时，没有客观地看待问题，而是不断地介绍自己的产品是如何好，让客户觉得这个电话销售人员非常偏激、不可信。

- 没有尊重客户的选择，而是在不断地替客户做决定，让客户不得不找借口推脱。

下面是一名电话销售高手处理整个事情的经过。

案例 5.15

电话销售人员：您好，请问是马总吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：马总，您好，我是××旅行公司的舒冰冰，听同事说您平时经常出差，是吗？

客 户：是呀！有什么事情吗？

电话销售人员：有件事情想麻烦您一下。

客 户：请讲。

电话销售人员：请问马总，您出差一般喜欢住几星级的酒店呢？

客 户：三星或四星吧！

电话销售人员：平时您住酒店的时候，有用到一些商务会员卡打吗？

客 户：有呀！我用的是××B卡。

电话销售人员：马总，您的眼光真好，××B卡旅行公司的服务挺不错的。请问您什么时候开始用的？

客 户：用了三年多了吧！

电话销售人员：这么久了呀！马总，看不出来您还是个非常专一的人，我相信是××B卡旅行公司的服务非常好，所以您才一直选择它的，是吗？

客 户：还可以吧！

电话销售人员：马总，从您的说话中，我看得出您是一个追求高质量、高品位的人，另外您的专一让我非常感动，如果哪家公司‘嫁’给您，真是三生有幸啊！

客 户：噢！哈哈。是吗？你在夸我吧！

电话销售人员：不，马总，您知道吗？我这个人最大的缺点就是不会夸人，只会实话实说。

客 户：是吗？哈哈。

电话销售人员：马总，我能再请教您一个问题吗？

客 户：好，说。

电话销售人员：如果现在有一张会员卡与××B卡一样，都是免费赠送的，它的特点是在××B卡的基础上增加了一些会员酒店，以方便您在比较偏僻的城市也可以享受到优惠服务。另外在国外的大部分城市住酒店也都可以打折，并且服务与××B卡一样优秀，用现在流行的一句话说就是“××B卡的升级版服务”，您会接受吗？

客 户：是什么卡呢？

电话销售人员：我们是××A卡，这家公司的知名度和优质服务，我不想说得太多，因为我相信客户说好才是真的好，我们自己说得再好也不算，您说对吗？

客 户：对，那我可以考虑一下。

电话销售人员：马总，非常感谢您的支持，为了向您表示感谢，我特意为您聘请了一位免费的私人秘书，她的工作就是为您安排商务旅行。

客 户：真的吗？谁呀？

电话销售人员：当然了，那就是本人，随呼随到，您现在要做的一件事情就是，拿出笔和本子，记住我的姓名和电话。

客 户：好的，请问贵姓？

电话销售人员：免贵姓舒，叫舒冰冰，电话是 130××××××。

客 户：好的。

电话销售人员：麻烦您留下您的地址，我会及时把卡给您邮寄过去。

客 户：好的，我的地址是……

以上无疑是一个成功的案例，成功的原因如下。

- 当得知客户已经选择了竞争对手的产品时，不断地赞美竞争对手，“××B 卡公司的服务挺不错的”，让客户感觉到他的选择是明智的。
- 通过询问客户使用竞争对手产品的时间情况，了解客户对竞争对手产品的忠诚度。
- 巧妙及时地赞美客户“您的眼光真好”、“我看得出您是一个追求高质量、高品位的人”、“您的专一让我非常感动”等，这样非常容易地与客户建立起信任关系。
- 能保持开放的头脑，客观地看待问题“我说好不算好，要客户说好才是真的好”，让客户觉得她很可信。
- 对自己的产品优势只是点到为止，让客户自己去做决定。
- 整个交谈非常融洽和愉快。

第八节 “你们都是骗子”

当客户对电话销售人员说“你们都是骗子”时，可以断定这是一个曾经受过伤害的客户，所谓“一朝被蛇咬，十年怕井绳”。客户曾经被“蛇咬过”的经历深深地印在他的脑海里，如果这个“心结”不打开，想把类似产品推荐给他几乎没有可能，但这并不等于这个客户从此以后就不再需要此类产品。

关键问题就是要把客户的“心结”打开，如何打开“心结”呢？有个观点就是“在哪里跌倒，就在哪里爬起来”。人们为什么被鱼刺卡了，是因为吃鱼时没有将鱼刺剔干净；情侣为什么分手，可能因为人们当初谈恋爱时对爱侣太挑剔。下次吃鱼时将鱼刺剔干净不就可以了吗；下次谈恋爱时对自己的爱侣多一份宽容不就可以了吗？

同样的道理，如果客户曾经被伤害过，电话销售人员可以与他一起找原因，如果是电话销售人员的原因，那就真诚地向客户道歉，必要时适当补偿对方的损失。只要对方受伤的心灵得到安抚，关系就可以重新建立，生意也就可以继续了。

这里先看失败的案例。

案例 5.16

电话销售人员：您好，请问是李经理吗？

客 户：是的，什么事情？

电话销售人员：是这样的，李经理，我是××旅行公司的，我们有一张商务会员卡想免费赠送给您，方便您出差住酒店和坐飞机时，可以享受到较低的优惠折扣，请问您平时有出差的机会吗？

客 户：不用了，你们都是骗子，根本就没有打折。

电话销售人员：李经理，您用过我们的卡吗？

客 户：别提了，就这样吧！

实际上这个案例完全是一个误会，客户自始至终没有了解这张商务会员卡的正确用法，由于电话销售人员没有掌握正确的说话技巧，导致自己没有解释的机会。

失败原因分析如下。

- 当客户说“你们都是骗子”的时候，没有向客户道歉，及时稳住客户的情绪。
- 没有运用同理心，充分理解客户，在挂断电话时客户的“心结”还是没有被解开。

再看成功的案例。

案例 5.17

电话销售人员：您好，请问是刘经理吗？

客 户：是的，请问什么事？

电话销售人员：刘经理您好，我是××旅行公司的舒冰冰，有个事情想请您帮个忙！

客 户：不用了，你们都是骗子，我用过你们的卡，可是根本没有打折，我已经把你们的卡都丢掉了。

电话销售人员：我知道，这就是我今天给您打电话的原因。我相信一定是我们哪方面工作做得不好，所以导致您有这种想法。我本人深感抱歉！请问这是酒店的人告诉您不能打折的吗？

客 户：是呀！

电话销售人员：请问您是直接拿卡去酒店前台打折吗？

客 户：对呀！

电话销售人员：我应该向您道歉，一定是我们公司发卡给您的销售人员没有说清楚，其实这个卡必须通过电话预订之后才能打折，如果是直接到酒店前台是不能打折的，这是我们与酒店协议中规定的。

客 户：是这样的呀，那我怎么办？

电话销售人员：请放心，我会尽快再邮寄一张卡给您，如果有需要我帮忙的，请直接与我联系好吗？

客 户：好的。

成功原因分析如下。

- 当客户非常气愤时，这位电话销售人员应立即向客户道歉。

“真对不起，如果是我们的错，在此我首先向您道歉”；

“对以前给您带来的不便，本人代表公司深表歉意”。

并告诉对方今天打电话就是要帮助客户解决问题，让客户有一种很受重视的感觉。

- 运用同理心，让客户很快平静下来。

“我非常理解您现在的心情，因为曾经有一次在我身上也发生过同样的事情，我跟您一样非常生气。但后来我发现生气也不是办法，于是我就打电话过去投诉了那家公司，结果一切都得到解决。那家公司答应重新更换一套新产品给我，并告诉我使用产品时出问题的原因。没想到，我竟然原谅了他们，因为没有一家公司是完全不犯错误的，最重要的是，在错误出现之后，采用什么样的态度来解决问题。解决问题的态度和方式非常重要，您觉得是吗？”

“我理解，您是不是在服务方面有过不愉快的经历？您也知道，任何一个品牌都不可能做到没有一点儿问题。不过我们一直在努力提升自己，我们最近为××公司提供服务，他们对服务的要求非常严格，结果他们公司从上到下都很满意。我们每天都在进步，所以您不必再为服务担心了。您刚才提到的这个问题太好了，我会马上反馈给公司。”

- 当知道是客户犯错误之后，能够把客户犯的错误巧妙地拉到自己公司的员工身上，从而很自然地为客户找到了一个圆场的台阶，保住了对方的面子。

- 找出客户不满意的地方，并提出相应的解决方案，争取下一次谈话的时间。

“既然错误已经出现，那么我们就应该去面对，现在最重要的事情是挽回您的损失。我现在不能给您提供很好的解决问题的方案，因为我说的不算。不过请放心，我会尽快把这件事情告诉我们的领导，并在今天下午两点钟之前给您一个满意的答复，好吗？”

第九节 “你们的产品没什么效果”

2004年安徽阜阳的“奶粉事件”在全国闹得沸沸扬扬，民愤极大，与此相关的政府负责人也受到了处分。其他一些如“假酒”、“假烟”、“假火锅底料”等也都像“过街老鼠，人人喊打”，无处藏身，人见人恨，为什么会这样呢？就是因为这些假货质量低劣，效果差。

客户告诉电话销售人员“你们的产品没有效果”，实际上已经否定了电话销售人员的产品，并将电话销售人员的产品打入了“黑名单”。这样一来，处理好这个问题就显得有点儿棘手了，对方以此作为拒绝的理由，无疑是在摆明态度，“我们有这方面的需求，而且我们也给了你们机会，但是你们的产品让我们失望了”，言外之意即为“你们的产品很糟糕，我们不会再给你们机会了”。听到这种抱怨的电话销售人员锐气也会大大受挫，要知道，任何一个从事电话销售的业务人员，他们之所以有勇气向客户推荐自己公司的产品，信心就是来自公司提供的优良产品。

现在产品被客户说成“没有效果”了，在对方心里就像“假货”一样，意志不够坚定的电话销售人员当场就会信心全无，败下阵来。

那么，如何处理此类问题呢？

先看失败的案例。

案例 5.18

电话销售人员：您好，请问是李经理吗？

客 户：是的，你是哪位？

电话销售人员：李经理，您好，我是××公司的刘芳，我们公司是专门从事电话销售技巧培训的。

客 户：我知道了，我们以前接受过你们培训师的培训。

电话销售人员：真的吗？太好了，请问效果怎么样呢？

客 户：我觉得没什么效果。

电话销售人员：这样呀！我们公司为其他公司做培训的时候，学员反应都非常好呀！

客 户：是吗？

电话销售人员：我们的培训师讲这个课是非常专业的，在国内来说还排在前三名，我觉得效果应该没什么问题吧！

客 户：是吗？那好吧！我还有事，就这样吧！

失败原因分析如下。

- 当客户说“没什么效果”的时候，这位电话销售人员没有询问真正的原因。
- 没有站在客户的立场考虑问题。
- 不断地吹嘘自己的产品。
- 在电话里与客户发生争执。

再看一个成功的案例。

案例 5.19

电话销售人员：您好，请问是李经理吗？

客 户：你哪位？

电话销售人员：我是冰冰，××公司的，有个事情想请您帮个忙！

客 户：什么事情？

电话销售人员：我们是专门从事电话销售研究的公司，想请教一下贵公司平时是否有用到电话销售来展开业务呢？

客 户：有呀！你们公司还给我们做过培训呢。

电话销售人员：请问是电话销售技巧课程吗？

客 户：是的。

电话销售人员：请问培训的效果怎么样呢？

客 户：我个人认为没什么效果。

电话销售人员：李经理，我相信您说的一定有道理，能告诉我您对哪方面不满意吗？

客 户：你们培训师讲的内容与我们的需求不太一样。

电话销售人员：原来是这样，这是我们的错，是我们的准备工作没做好，请问你们的需求主要是针对哪些方面的呢？

客 户：我们需要听的是售前的电话销售技巧，而你们的培训师讲的是整个电话销售流程的技巧，所以我们觉得用处不大。

电话销售人员：我明白了，是培训师讲的内容与你们的需求有出入，是吗？

客 户：对，不错。

电话销售人员：李经理，请问贵公司是什么时候做的培训呢？

客 户：一年前。

电话销售人员：能告诉我一年前，贵公司接洽此项目的经理贵姓吗？

客 户：他已经辞职了。

电话销售人员：这样呀！说实话我来公司才一年时间，我不知道我们公司以前是怎样做培训前的客户需求分析的，但现在我做过的所有项目，像移动、电信、科龙、联想、TCL、方正、联通等，在培训之前我们都会做一个月的客户需求调查。采用的方式一般有当面访谈、电话访谈、问卷调查、录音分析等。这样一来，基本上就可以杜绝我们的培训师所讲的内容与客户的需求不挂钩的现象了。

客 户：但是以前你们的效果真不怎么样！

电话销售人员：李经理，这一点我绝对相信您，但我们不得不承认什么事情都在变化，是吗？过去不代表现在，现在不代表将来。我们每天都在进步，当然我们的进步首先要感谢像您这样的公司，正是你们的高要求才推动我们不断地完善。如果我们没有进步的话，我相信我今天不可能给您打电话，因为我们一定早就关门了，您觉得我说的对吗？

客 户：嗯。

电话销售人员：我觉得每个人都应该用发展的眼光看问题，就像我今天给您打电话，称呼您李经理，也许过了半年后我应该改口称呼您李总了，是吧？

客 户：过奖了，不过我觉得你说的有点儿道理。

电话销售人员：李经理，感谢您对我的肯定！这样吧！我把我们现在的新资料发一份给您，也许您会马上对我们改变看法。

客 户：好的，你发过来我看看！

成功原因分析如下。

- 当客户抱怨时，能第一时间承认错误。
- 能积极寻找问题的根源。
- 用发展的眼光看问题，让客户明白自己的公司已非昔比，过去不代表现在。
- 巧妙运用“牛群效应”，让客户知道，因为自己的不断进步，现在客户都非常满意。
- 不失时机地赞美客户，“也许过了半年后我应该改口称呼您李总了”。

第十节 “你们的价格太高了”

对于客户提出的“你们的价格太高了”这样的问题，严格来说还谈不上是一种拒绝。这实际上是一种积极的信号。好比中国传统的男女之间谈对象，经过红娘牵线搭桥之后，问女方对男方的印象如何，女方说：“这个男的穿的鞋子太脏了。”聪明的男人都知道这就“有戏”。“鞋子太脏”否定的是部分，不是全部。言外之意，除了“鞋子太脏”之外，其他方面是令人满意的。

同样，当客户说“你们的价格太高了”时，电话销售人员看到的是一个可以马上促成的“积极信号”。因为在他的眼里，除了“价格太高”之外，客户实际上已经接受了除这个因素之外的其他各个方面；而消极的电话销售人员可能认为是又一个具有拒绝性质的“消极信号”，因为在其眼里客户是以“价格太高”在拒绝他。

积极的人抬头望星空，看到的是“满天的星星眨呀眨”，消极的人抬头望星空，看到的是“星星旁边的乌云飘呀飘”。当电话销售人员用一种积极的心态来看待“你们的价格太高了”这个问题时，成功就在眼前，因为“星星”一客户在“眨眼”；如果用一种消极的心态来看，成功还很遥远，因为“乌云”一困难还在“飘荡”。

电话销售人员一定要做一个聪明的“男人”，充分理解当女人在说男人的“鞋子太脏”时背后的潜台词；同时，也要做一个积极的人，果断地把“星星”摘下来。

还是来看正反两方面的案例。

先看反面的案例——失败的案例。

案例 5.20

电话销售人员：刘经理，您好，我是小王，××公司的，今天打电话给您，想请问一下我们给您的《培训计划书》您收到了吗？

客 户：收到了。

电话销售人员：那您觉得怎么样呢？

客 户：你们的价格太高了。

电话销售人员：不会吧！刘经理，我们这个价格可是行业内最低价，不会很高呀！

客 户：可是我们觉得很高。

电话销售人员：要不然这样，我向我们领导汇报一下，看还能不能再给您一些优惠？

客 户：好的。

（过了几分钟）

电话销售人员：刘经理，我同我们经理商量了一下，考虑到我们是第一次合作，打算给您再优惠 2 000 元，您看，这样行吗？

客 户：还是很高。

电话销售人员：最大限度就是再优惠 1 000 元。

客 户：这样吧，我跟领导商量一下，再说吧！

电话销售人员：那好吧！我等您电话。

这位电话销售人员能等到对方的电话吗？恐怕很难，他的失败原因如下。

- 当客户说价格太高时，立即开始与客户争辩。
- 最终没有找出客户说“价格太高”的真正原因。
- 一味地降价，直到把自己逼上绝路；这样很容易让客户觉得公司的产品价格空间很大，

从而吓跑了客户。

- 太急于同对方成交而最终失去了原则。
- 不懂得谈判策略。

正面案例—成功的案例如下。

案例 5.21

电话销售人员：您好，陈经理，我是舒冰冰。××公司的，今天打电话给您，是有些问题想请教您一下！

客 户：请讲！

电话销售人员：主要是想听听您对我们做的《培训计划书》的建议。

客 户：还可以吧！但是价格太贵了。

电话销售人员：陈经理，我可以理解您的感受，我们在做任何一项决策时，价格都是要考虑的一个重要因素。请问除了价格因素外，还有没有其他问题呢？

客 户：没有了。

电话销售人员：如果价格问题得以解决的话，我们是不是就可以马上展开合作呢？

客 户：基本上可以。

电话销售人员：好的，既然陈经理这么爽快，我也做个爽快人。这样吧！我跟我们老总商量一下，看能否争取到老顾客的优惠价给您。

客 户：好的，你什么时候给我答复？

电话销售人员：请您放心，不管行不行，我都会在今天下午两点钟之前给您一个答复。

客 户：好的。

（下午 2:00）

电话销售人员：陈经理，您好！我是小舒。

客 户：怎么样？

电话销售人员：我跟我们老总商量了好久，他都说不行。后来我只好说这次同您的合作，我的提成我不要了，他才答应我给您一个老客户的价格。

客 户：这怎么好意思呀！

电话销售人员：没事的，这是我们第一次做生意，赚不赚钱并不重要，希望这次合作让您满意之后，您能够帮我介绍一些客户就行了。好吗？

客 户：那一定。

以上案例成功原因分析如下。

- 运用同理心，站在客户的立场上说话，充分理解客户。
- 运用“除了价格因素外，还有没有其他问题”将问题锁定，这个问题便于电话销售人员发现客户拒绝自己的真正原因，从而扫清谈判障碍。
- 当得知客户是因为价格问题还没有做决定时，及时告诉客户自己马上与领导商量，尽量争取给一个优惠的价格，但暗示有困难。
- 当再次与客户联系时，告诉客户降价结果来之不易；降价时幅度要很小，让客户感觉利润空间很小，销售方已经到了没有钱赚的边缘。
- 不急于成交，中间间隔时间较长，约到下午两点，让客户认为我们已经尽力了。
- 谈判过程中策略运用娴熟。

在处理客户“价格太高”这类问题时，一般还可以采取以下策略。

第一，运用同理心，肯定对方的感受。

“陈经理，我可以理解您的感受，我们在做任何一项决策时价格都是要考虑的一个重要因素。”

“陈经理，您这样说，肯定有您的理由，您能谈谈为什么您会有这样的感觉吗？”

第二，巧妙地将客户关注的价格问题引导到其他同样重要的因素上来。

“陈经理，我可以理解您的感受，价格虽然是决策的一个重要因素，但却不是唯一的因素，质量和服务比价格更重要，是不是？这一点您是怎么看的呢？”

“价格确实是高了那么一点点，但考虑到优质的服务和高质量的产品，价格就不算很高了，对吧？”

“陈经理，我可以理解您的处境，您认为稍微多投资一点点钱买最好的东西和少花一点钱买最终证明经常出问题的产品相比，哪一个更好呢？”

第三，询问客户与哪类产品比较后才觉得价格高。

“您认为我们的价格很高，您是和什么相比呢？”

看看客户比较的产品是不是同类产品，因为有很多客户经常拿不是同一个档次的产品进行比较。通过比较，让客户明白“一分钱一分货”的道理，让客户最终愿意为高质量的产品和服务多付一些钱。

第四，将问题锁定。

“除了价格因素，还有没有其他问题？”

“如果价格问题得以解决的话，我们是不是就可以马上展开合作？”

以上两个问题可以帮助电话销售人员发现真正的问题所在。有时客户因为一些难以明言的原因而不与自己合作，从而以价格太高为理由予以拒绝。当客户回答“价格就是唯一的原因”时，电话销售人员可以接着问“是与预算有关呢，还是有其他原因使您对此笔投资如此关心”，一步一步地发现问题，并找出解决办法。

第五，切忌不要只降价格，而不改变其他附加条件。

电话销售人员可以随其他附加条件的变动，如延长交货时间、减少某些服务、增加单批订货量等而适当调整价格，让客户感觉到自己的价格体系是很严格、科学的，利润空间非常有限，让步要有条件，否则合作很难。

“李经理，是这样，我们公司有一个优惠政策，如果这次公开课贵公司能同时派 10 个人过来的话，我们可以给您 20% 的优惠，您看如何？”

“王总，您在这个行业做了那么多年，您一定知道，每年的这个时候都是我们这个产品的旺销时期，所以目前我们公司的产品订单很多，生产日期都排得很满。您看这样好不好，如果您能将交货期延后一个星期，价格方面我们可以给您 120 元一双，平均每双可以优惠 1 元钱。”

“刘小姐，在这次给您的培训方案里，我们增加了一些额外服务，就是在培训结束之后，我们还会另外派两名顾问到贵公司继续跟踪服务一个星期，如果您认为我们给您的报价还是太高

的话，我建议可以在培训结束后，我们取消两名顾问的后续跟踪服务，这样我们可以节约一笔顾问的开销，给您的报价也可以少 20 000 元，您觉得如何呢？”

第十一节 “让我考虑考虑”

看周星驰主演的影片《功夫》，笔者颇受启发。片中的主人公（周星驰扮演）在很小的时候，有一次买下一个疯癫乞丐的《如来神掌》秘笈，痴心苦练几十年，却终因无法打通“任、督”二脉，致使自己的功夫始终停留在“三脚猫”的水平上。走入社会后，甚至连最基本的自卫能力都不具备，处处受人欺负、挨打。而后却因当时江湖第一高手“火云邪神”几招可以致命的“火云”掌，歪打正着地将他的“任、督”二脉打通，他立刻成为可以将当时江湖第一高手“火云邪神”打败的超级高手。

功夫要练到技压群雄的地步，需要有一个“冬练三九、夏练三伏”的艰苦过程，做业务、建立客户关系也是如此。客户要把项目交给电话销售人员，或者客户要采购电话销售人员的产品，他们需要时间对电话销售人员进行考察。在对电话销售人员还不能完全信任的时候，他们通常会用“让我考虑考虑/我需要时间考虑”来委婉地拒绝。

但这种状况下的合作机会是非常明显的，只是火候未到。就像烧开水时，如果水温只停留在 80℃~90℃，需要继续添火加柴一样。当客户说“让我考虑考虑/我需要时间考虑”时，客户心中还有些许顾虑，这时电话销售人员同样需要继续努力做工作，将客户和自己之间的一些关键环节——“任、督”二脉打通。

这里先看一个“血脉”没有打通的案例。

案例 5.22

电话销售人员：刘经理您好，我是小王，××公司的，您看我们上次谈的事情，什么时候可以决定下来呢？

客 户：我还需要时间考虑，如果考虑好了，我会给你电话的，好吗？

电话销售人员：王经理，您看我们这个项目到现在已经谈了很久了，您还需要考虑多长时间才能给我答复呢？

客 户：过几天吧。

电话销售人员：那好吧，那我过两天再和您联系吧！

客 户：好的。

以上案例失败原因分析如下。

- 接通电话就谈合作项目，事实上客户都非常讨厌这类电话销售人员。其实每个人心里都非常清楚，谁打电话都有一定的目的，但如果说得太直接，打电话时只关心自己的利益，就说明自己的功力还不够，修炼还不到家。电话销售高手打一个电话 90%的时间是在与客户交流其他方面的事情，只有 10%的时间才谈及与合作相关的事宜。

- 在催促成交之前，没有重点关注客户的利益，而是催促客户赶快做决定。
- 当客户说需要时间考虑时，这位电话销售人员没有继续了解客户继续考虑的真正原因。

下面我们看一个成功的案例。

案例 5.23

电话销售人员：毛经理，您好，我是冰冰，××公司的。

客 户：你好，请问有什么事情吗？

电话销售人员：是这样的，我昨天晚上看到一则新闻，报道说“浙江一带最近遭到台风袭击”。所以今天早上我特地打个电话过来问候一下您，不知贵公司那边有没有受到什么影响？

客 户：这边还好，没什么大的影响，谢谢你的关心。

电话销售人员：那就好，不用谢！我听了天气预报说这两天还有大风，所以毛经理这几天你们外出的时候一定要注意安全。

客 户：好的！谢谢你。

电话销售人员：顺便问一下，上一次我们谈到的关于贵公司打算安排一期内部员工培训的事情，贵公司计划安排在哪一天呢？

客 户：哦，这件事情，我们还没有定下来，还需要考虑一下。

电话销售人员：对，的确是这样！我们在做每一笔生意的时候都要认真考虑一下，这样做比较保险；另外，毛经理，能请教您一个问题吗？

客 户：请讲。

电话销售人员：请问您能告诉我您心里的顾虑吗？看我能不能帮得上您。

客 户：说实话吧！小舒，我知道你的为人非常好，但我们还是很担心效果问题。

电话销售人员：毛经理，您说的完全正确，效果的确是每个企业最关心的问题。这样吧！为了让您放心，我提供一些我们公司以前服务过的客户名单和电话给您，我相信他们能给您满意的答案。

客 户：好的，谢谢。

电话销售人员：别客气，请问您旁边有笔吗？您记一下好吗？

客 户：好的。

电话销售人员：这样吧，您可以先和他们联系，我会在明天下午两点钟之前给您电话，听听您最后的决定，好吗？

客 户：好的。

成功原因分析如下。

- 关注客户身边发生的每一件事，让客户感觉到你很关心他。

作为电话销售人员，对信息的捕捉能力一定要非常强，一旦发现某条信息跟客户息息相关时，就立即在第一时间把相关信息告诉客户。忧客户之忧，乐客户之乐。这样客户就会感觉到电话销售人员时时都在关注他，慢慢地就会被感动，当一个人被另一个人感动的时候，还有什么事情办不好呢。

- 当客户说“需要考虑的时候”，这位电话销售人员并没有马上放弃，而是要求客户把真正的顾虑说出来。

- 运用同理心，肯定客户的顾虑。

- 提出一套解决方案，消除了客户的担心。

在以上案例中所用的解决方法是：提供以前服务过的客户名单和电话，让客户对培训效果等问题进行调查，从而解除客户的顾虑。

- 约定下一次联系的时间。

这样可以唤醒客户心中对所谈项目的责任心，这样一来，下一次的通话就会很自然而有效。

在面对客户说“需要考虑考虑”的时候，还可以按以下思路来处理。

首先，让客户说出内心真正的担心和顾虑。（这一步非常重要）

“考虑是应该的，但是我相信您心中一定有什么顾虑，才致使您难以做决定，是吗？”

“不错，谨慎的人在做出决定之前都会认真考虑的。通常他们会考虑作用大不大、效果好不好、服务周不周到等一些因素。请问您能告诉我您最担心的问题是哪个吗？”

“不错，我在购买任何一个产品之前也会认真考虑，我通常是担心我购买这个产品值不值得，能不能达到预期的效果。不知道今天您考虑的是不是和我的一样？”

“我很想知道您的顾虑，能和我一起分享吗？”

“能告诉我真实的理由吗？我能承受这个压力！并且很想知道您真正的顾虑。”

“我相信在没有解决您的根本问题之前，您都会告诉我需要考虑，这很正常，能告诉我您主要担心的问题是什么吗？”

其次，当客户说出真正的原因时，首先要感谢他，其次是运用同理心去理解客户的担心和顾虑。

“非常感谢您能说出真正的原因，我很理解您的心情和顾虑，毕竟做任何一个决策都是与责任相关联的，所以在做决策时慎重考虑是应该的。”

最后，找到让客户满意的解决方案。

“毛经理，您说的完全正确，效果的确是每个企业最关心的问题。这样吧，为了让您放心，我提供一些我们公司以前服务过的客户名单和电话给您，我相信他们能给您满意的答案。”

“刘总，您的担心我们完全理解，到人才市场招聘人才，最担心的就是招不到合适的人才。您看这样好不好，这个星期我们有一场营销人才专场招聘会，要不您先派人过来看看我们这里的环境和人气，然后再做决定，您看怎么样？”

第十二节 “我们打算跟他们合作了”

如果对某一个客户经过了一段很长时间的跟踪，而且整个跟踪的过程也比较愉快，但到最后即将签约的关键时刻，对方突然告诉电话销售人员“××公司不错，我们打算跟他们合作了”，这种结局对于任何一名从事电话销售的业务人员来说都是令人痛心的事。

在最紧要的时刻被人抛弃，谁都会痛心疾首，但这个时刻也是真正考验电话销售人员的时刻。电话销售人员不要有任何抱怨，更不要与客户大吵大闹，如果这样，不仅永远失去了这个客户，而且也将自己的君子风度丧失殆尽，得不偿失。因为事出必定有因，这时电话销售人员恰恰需要的是冷静和克制，找出原因，尽力挽救，这才是一种比较积极的做法。

电话销售人员如果尽力了，但最终无法将客户的心赢回来，那就要真心祝福客户，祝福他与其他公司的合作。这才体现了做人的涵养，即使不成功，也要给对方留下好印象。

下面看一个没有风度的失败的案例。

案例 5.24

电话销售人员：王总您好，我是小黄，今天打电话给您是想请问一下上一次我们谈的项目的事情，您准备安排什么时候做呢？

客 户：是这样的，小黄，我们听朋友介绍说有一家公司很不错，所以我们打算跟他们合作了。

电话销售人员：怎么会这样呢？我们不是谈得好好的吗？

客 户：不好意思，这件事情是大家决定的，所以我们这次可能就不能合作了，下次吧！好吗？

电话销售人员：您怎么能这样呢，您要知道我为这个项目付出了多少心血，我希望您能给我一个合适的理由。

客 户：小黄，你要知道，这个项目牵涉的资金比较大，我只是董事会成员之一，最后决定是要由董事会成员一致通过才能生效。

电话销售人员：那您为什么不早告诉我，害我浪费了两个多月的时间，我实话告诉您，我很生气。

客 户：如果因为我们的临时改变主意，给你带来不便的话，我向你道歉。

电话销售人员：光道歉就够了？你们做老总的，怎么能这样？

客 户：（挂机）

以上案例中电话销售人员的修养似乎差了一点。当听到对方说打算与另外一家公司合作时，便立即失去了控制，导致自己彻底地失去了机会。

失败原因分析如下。

- 接通电话就谈项目。
- 当客户说打算选择其他合作伙伴时，电话销售人员没有追问原因。
- 整个过程没有控制好自己的情绪，处于一种完全失态的状况。这样客户就会觉得幸好没有和你做生意，不然万一出了问题，你恐怕还会有更糟糕的表现。
- 角色定位错误，就像一个老师教育小孩子一样，很没有礼貌和修养。

我们再看一个成功的案例。

案例 5.25

电话销售人员：王总您好，我是冰冰呀！您还有印象吗？

客 户：哪个冰冰呀？

电话销售人员：舒冰冰呀！××公司的，前两天我们还联系过的。

客 户：哦！记起来了！

电话销售人员：谢谢王总，您那么忙还记得我。今天我打电话给您是有件事想请您帮忙。

客 户：什么事？

电话销售人员：我想请教一下王总，上一次我们谈到的关于培训方面的事情，您说打算最近做，对吗？

客 户：是的，不过我们打算与另外一家公司合作了。

电话销售人员：真的呀！那一定是一家非常不错的公司，对吗？

客 户：应该不错吧！

电话销售人员：能告诉我是哪家公司吗？

客 户：这不太方便。

电话销售人员：对不起，我问到不该问的问题了。

客 户：没事。

电话销售人员：能请教一个问题吗？

客 户：请讲！

电话销售人员：请问您为什么要选择跟我分手呢？

客 户：分手？什么分手？

电话销售人员：王总，请问您有没有看过《与你的顾客谈恋爱》这本书？

客 户：没有呀！

电话销售人员：对！除了我之外，还没有人看过，因为这本书正准备出版。这本书中有一节就是专门谈“当客户跟你分手，准备另选其他供应商的时候，你应该怎么办”？对于这个问题我一直很困惑，没想到，今天很荣幸能亲自遇到它。但可惜的是，我还是没有找到一个好方法来让客户“回心转意”，王总，今天能请您帮个忙吗？给我一个答案好吗？

客 户：什么？请讲。

电话销售人员：帮我解开这个谜，“怎样使自己的客户回心转意”这个问题只有您才能帮得上我。

客 户：这方面的问题，你可以从销售人员平时的做人说起……

电话销售人员：非常感谢您，王总。您今天给了我一个满意的答案。同时也感谢您给了我两次机会。

客 户：什么机会呢？

电话销售人员：为贵公司效劳的机会和改正错误的机会。我相信，只要我具备王总您说的几个条件之后，一定会让您满意的，当您对我的服务满意之后，我相信您是不可能再选择别人的，是吗？

客 户：看不出来，你还挺机灵的嘛！

电话销售人员：谢谢王总夸奖！这全是您的功劳呀！

客 户：哈哈，我考虑考虑吧！

电话销售人员：请问您还有什么顾虑吗，王总？

客 户：小鬼，你总得给我点儿时间，向另外一家公司道一下歉吧！

电话销售人员：当然，那王总我就不打扰您了，明天下午两点钟之前我会给您电话，到时顺便把合同样本发给您看看好吗？

客 户：好的。

成功原因分析如下。

- 提醒客户对自己的姓名的记忆，让客户再一次加深对自己的印象。

- 当客户说到准备和另外一家公司合作时，电话销售人员在第一时间是赞美竞争对手公司“那一定是一家不错的公司”，说明此电话销售人员的胸怀比较宽广。

- 当客户对一些问题拒绝回答时，如“这不方便”或“这是公司机密”时，马上礼貌地承认错误“对不起，我问了不该问的问题了”。

- 富有机智的提问和语言，让客户乐意配合；如“请问您为什么要选择跟我分手呢”，“感谢您给了我两次机会”。

- 把自己的难题交给客户回答，然后仔细倾听，看看客户选择供应商的标准是什么，再对照自己做得不够好的地方，虚心学习。

- 感谢客户的建议，告诉客户自己会按照他给的方法去做，并向客户争取最后的机会。

- 及时赞美客户。

在遇到客户“移情别恋”的时候，真的非常棘手。许多电话销售人员都会怨天尤人，觉得老天不公平，除了埋怨还是埋怨。他们觉得既然客户决心已定，那就是没有办法改变了，甚至问都不问一声客户是什么原因临时决定选择别人的，这是极为消极的想法。事实上，结果并没有想像的那么糟！客户只是说“准备”选择别人了，就表明客户现在还没有做决定。只要客户还没有签订合同，就都有机会争取。

其次，常有电话销售人员用“装可怜”来博得客户的同情。“装可怜”是没有用的，这样反而会让客户越来越瞧不起电话销售人员，因为“可怜之人自有可悲之处”，人人都喜欢与强者为伍。

客户不选择电话销售人员一定有很多原因。作为一名合格的电话销售人员，应该勇敢地去面对，把问题的真正原因找出来，提出合理的解决方案，让客户做选择。抓住最后一次机会。即使这次真的没有成功，也没有关系，至少自己还可以吸取一些失败的教训，避免下一次犯同样的错误。

第十三节 “今年我们公司亏损很严重，没钱”

在生意场上有一个潜规则，就是“挣钱的时候说亏本，不挣钱的时候说盈利”。为什么会出现这种有趣的现象呢？这跟人性的某些方面有关：一方面是少数人的仇富心理，见不得别人挣钱，所以有钱人大都装穷；另一方面是有钱人大都要交很高的个人所得税，钱挣得越多，必然要缴更多的税，所以只好说亏本。至于“不挣钱反而说盈利”这种情况，实际上是一种赌徒心理在作怪。想想看，如果外界都知道你的公司不挣钱，处于亏损状态，那还有谁愿意与你合作？“不挣钱”说明你没有能力，公司经营不善，管理不力，想想看又有谁愿意承认自己能力欠缺、不懂管理呢？

所以，当对方告诉电话销售人员“今年我们公司亏损很严重，没钱”时，有可能这不是实情。公司盈利还是亏损是所有公司的秘密，对方轻易地将这个秘密透露出来，无疑是给电话销售人员设计的另外一个陷阱而已。

但却有不少电话销售人员中招了，当听到客户说：“今年公司亏损很严重，没钱”的时候，就会立即说“没关系，等公司经营状况好转的时候，我再打电话过来，好吗”，这无疑是一个被客户轻易打发的例子。

这里先看失败的案例。

案例 5.26

电话销售人员：您好，请问是黄经理吗？

客 户：是的，请问什么事情？

电话销售人员：黄经理，您好，我是小军，××公司的，今天特意打电话给您是想告诉您一个能够提高销售业绩的好方法。

客 户：那你们是做什么的呢？

电话销售人员：我们是做培训的。

客 户：这个呀！我们公司今年亏损太严重，没钱，以后再说吧！

电话销售人员：没关系的，黄经理，这样吧！等贵公司经营状况好转的时候我再打电话过来，好吗？

客 户：好的。

失败原因分析如下。

- 太快提到产品，这样就给下面的谈话增加了难度。
- 当客户说到公司不景气时，没有意识到这可能是客户的一个借口。
- 没有争取机会让客户说出真实的原因，导致整个局面被客户所控制。

再看看电话销售高手在处理这个问题的时候，是怎样做得与众不同的。

小雷是一家日用化妆品公司的电话销售人员，他打电话给一家百货商店，推销快速消费品，对白如下。

案例 5.27

电话销售人员：您好，请问是张经理吗？

客 户：是的，请问什么事情？

电话销售人员：张经理，您好，我是小雷，××公司的，今天特意打电话给您是想告诉您一个好消息。

客 户：什么好消息？

电话销售人员：我们公司最近生产了一种畅销的产品，我相信对您一定有用。

客 户：我看还是算了吧，我们公司最近亏损很严重，没钱。

电话销售人员：张经理您真会开玩笑！以您的经营智慧和策略，生意不可能不好呀！

客 户：哪里呀！生意真的不好。

电话销售人员：正因为生意不好，所以才需要新产品扩大销量呀！现在很多企业对于生意不景气这个问题，都感到非常棘手，如果因为公司现在亏损而什么都不卖，那业绩不是会更差吗？如果能够重新改善产品的结构，把不畅销的产品处理掉，多销售一些新的畅销产品，这样不但能改变贵店的形象，而且还是解决不景气的一个有效办法呢，您说对吗？

客 户：那你们都有些什么产品呢？

电话销售人员：……

从以上案例我们可以看出，这位电话销售人员已经把客户说得有点动心了。

他成功的原因如下。

- 采用了富有吸引力的开场白：“有个好消息要告诉您。”
- 巧妙赞美客户：“张经理你真会开玩笑！以您的经营智慧和策略，生意不可能不好呀！”
- 采用了逆向思维分析问题，让客户知道正是因为公司现在亏损，才必须马上采购畅销产品。

当客户以“公司亏损/公司不景气”等作为拒绝理由时，还可以采用以下三种方法来应付。

首先，赞美客户。

“马经理，您真谦虚，以马经理的为人和能力，即使是遇到‘公司亏损’时，我相信您也能‘逢凶化吉’的。”

“马先生，您真会开玩笑，以您现在的条件，如果还说是经济不景气，那我们就是温饱都不保了。”

其次，逆向思维。

“正因为经济不景气，所以才需要我们的产品。”

“这就是我今天打电话给您的原因。我们的产品可以为您排忧解难，帮您渡过难关。”

最后，运用同理心寻求原因。

“我理解您现在的心情，我非常遗憾听到这个消息，能告诉我是什么原因导致今天这种情况的吗？也许我能帮得上您。”

“我理解，我朋友的公司刚开始也是这样的，后来慢慢有了好转，能告诉我是什么原因导致不景气的吗？”

第十四节 “领导还没有决定，等决定好了再给你电话吧”

有一个“猴子滚石”的故事。说有一只猴子犯了天规，上帝决定惩罚它，于是让它去搬石头。惩罚的方法是让这只猴子从一座很高的山的山脚下搬一块很大的石头到山顶上去。可是石头很大，猴子搬不起，只好沿着山路滚上去。上帝又在快要到达山顶的地方安排了一只狐狸来故意戏弄猴子，每当猴子把石头滚到狐狸据守的地方时，狐狸就会想方设法逗弄猴子。猴子一被激怒，稍一分神，石头就会骨碌碌地很快滚到山脚下去，于是猴子又不得不从头开始它那艰苦的滚石上山的历程。

当对方用“领导还没有决定，等决定好了再给你电话吧”这句话来拒绝电话销售人员时，可以断定，这个发出拒绝信号的人不是电话销售人员要找的关键人物，他只不过是对方公司决策人特地安排的一只“狐狸”，这只“狐狸”的工作职责就是阻止电话销售人员到达“山顶”——与决策人见面。如果电话销售人员不能成功地绕过这只“狐狸”，恐怕永远都无法把“石头滚上山顶”——会见决策人，并将产品推荐给他。

电话销售人员一定要做一只聪明的“猴子”，识破“狐狸”的诡计，将“石头”顺利滚到山顶上去。

这里先看一个被“狐狸”戏弄的案例。

案例 5.28

电话销售人员：王经理，您好！请问我们上次谈到的培训项目你们准备安排在何时做呢？

客 户：是这样的，这件事领导还没有决定，等决定好了我再给你电话好吗？

电话销售人员：请问你们的领导什么时候可以决定呢？

客 户：这我就不清楚了。

电话销售人员：那好吧！等你们决定好了一定记得给我电话哦。

这是一个可能永远也等不到回音的电话。

失败原因分析如下。

- 没有找对决策人，碰到的只是一只“狐狸”。
- 挂掉电话前没有询问对方领导还没有做决定的真正原因，这样，这位电话销售人员接下来就只能被动地等待，而不能积极有效地寻找应对的策略。

再看聪明的“猴子”是如何应对“狐狸”的。

案例 5.29

电话销售人员：王经理您好，我是冰冰，××公司的。有件事情想请您帮忙！

客 户：请讲！

电话销售人员：上一次通话时，您曾经承诺今天给我答复，但我没有等到您的电话，我相信您一定是事情太多，忘记了是吗？

客 户：你说的是哪件事呀！不好意思，我真的忘了。

电话销售人员：没关系，您的事情太多了，忘记了也很正常，是关于贵公司员工培训的事情。

客 户：这件事呀！我已经向上面汇报了，领导还没有决定，等决定了我再给你答复，好吗？

电话销售人员：请问这方面不是由您一个人负责吗？

客 户：那也需要老板批准呀！

电话销售人员：那倒是，请问老板贵姓呢？

客 户：姓刘。

电话销售人员：请问刘总对这个项目的重视程度如何呢？

客 户：还是比较重视的。

电话销售人员：出于礼貌，我想在合作之前向刘总问声好，可以吗？

客 户：当然可以。

电话销售人员：您认为我什么时候和他联系比较方便呢？

客 户：你明天打电话过来吧！

电话销售人员：请问明天几点钟比较好？

客 户：下午两点左右吧！

电话销售人员：请问他的分机号码是？

客 户：123。

电话销售人员：谢谢您，王经理。祝您工作顺利！再见！

成功原因分析如下。

- 提起以前通话时谈到的事情，以加深客户的印象。
- 当客户用领导还没有批下来作为借口时，这位电话销售人员用“这件事不是您一个人负责吗”这句话来套出其他负责人，看是否找对了人。如果客户说是他一个人负责，则说明这个项目只需要找他；如果客户说还需要××负责人一起决定，则说明还需要找到其他负责人，只有全体负责人的意见统一时，项目才可能马上开始实施。

• 当客户说还有其他人与此项目有关时，立即请这位负责人帮忙，安排时间与另外的负责人联系。

第十五节 “你们已经打过

很多次电话了，以后不要再打过来了”

客户有以上抱怨的原因大致有以下三种。

第一，本公司有同事曾经打过电话给该客户。

第二，自己曾经打过电话给该客户。

第三，其他公司的人打过电话给该客户推荐过同类产品。

无论哪种情况，都是失败的电话。好比暗恋，自己心中对对方有一种强烈的爱，欲寻找机会向对方倾诉，可是“落花有意，流水无情”，对方总是在这个人还没有开口说“爱”时，就拒绝了他。看看上面三种情况，基本上处在电话销售人员还没有进入主题，就被客户挡在了门外的状况。

这种情况的发生与公司自身管理有关。当今社会，人人都很忙，如果对方连续接到几个来自同一家公司的电话，推销同一类产品，他们就会很不耐烦，在心中会认为此公司管理极不规范。所以即使他们有某种需求，恐怕也不会和这家公司合作。为了防止此类现象的发生，公司要对电话销售人员进行规范管理，另外电话销售人员也要学会对自己的客户资料进行分类管理。

先看失败的案例。

案例 5.30

电话销售人员：您好，请问是陈经理吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：是这样的，我是××公司的小王。

客 户：怎么搞的，你们公司已经打过很多次电话过来了，你们烦不烦？以后不要再打电话了！

电话销售人员：好的，再见！

很明显，此客户曾经被该公司的电话销售人员骚扰过，可以想像的是，以前打电话的人都失败了，所以继续跟踪这个客户是有价值的。

面对此类客户时，如果电话销售人员的表现与先前打电话给他的人是一样的，那么，他得到的回答也会是一样的。所以要想得到不一样的回答，就要有与众不同的表现。

失败原因分析如下。

- 在客户眼中，这位电话销售人员与以前的电话销售人员没什么区别，开口就推销产品，所以得到的回应也是拒绝。

- 遇到客户的拒绝时，电话销售人员没有勇敢面对，而是马上退却了。

这里再看一个成功的案例。

案例 5.31

电话销售人员：您好，请问是陈女士吗？

客 户：是的，什么事？

电话销售人员：是这样的，我是××公司的王先生。

客 户：怎么搞的，你们公司已经打过很多次电话过来了，你们烦不烦？以后不要再打电话了！

电话销售人员：这正是我今天给您打电话的原因。

客 户：怎么回事？

电话销售人员：陈女士，如果我没有记错的话，我们公司的员工已经跟您联系过三次之多了，是吗？

客 户：是的，经常接到这种电话。

电话销售人员：首先我对我公司员工多次打电话，给您带来的不便深感抱歉。对不起！

客 户：没什么。

电话销售人员：说实话吧！陈女士，我非常感谢您！

客 户：为什么要感谢我？

电话销售人员：有句话说“逆境出人才”，正是您的严厉批评，不断地鞭策着我们进步，使我们这个部门本月的业绩遥遥领先！难道还不应该感谢您吗？

客 户：是吗？

电话销售人员：如果您哪天方便的话，我一定得向您请教一些管理方面的经验，可以吗？

客 户：不能说请教，大家相互学习吧！

电话销售人员：好的，既然大家这么有缘分，能告诉我贵公司生产什么产品吗？我看看我们是否有这方面的需要。

客 户：那先谢谢你了，我发一份我们的资料给你吧！

电话销售人员：好的，别客气！能帮得上您，我非常荣幸！另外如果方便的话，我可以介绍一下我公司的服务，看是否对贵公司有用，行吗？

客 户：当然可以！

电话销售人员：谢谢！

成功原因分析如下。

- 称呼对方为××先生/××女士，使自己和对方的身份保持平等。
- 说话方式很新颖，当客户说“你们已经打过很多次电话过来了”时，这位电话销售人员立即说“这正是我这次打电话给您的原因”，让客户产生困惑的感觉，想要进一步知道原因。
- 对以前电话销售人员的不佳表现向客户表示道歉。
- 感谢客户对自己的批评。
- 主动要求帮助客户，让客户觉得你非常友善，这样能迅速建立双方的信任关系，其次是为下一步要求客户的帮助打下基础。
- 在表示了愿意帮助客户之后，客户表示愿意提供自己的帮助。

第十六节 客户一言不发或以“嗯、嗯”声代替

有一个笑话，说某个病人得了一种怪病，住进了医院。当所有的检查都做过后，还是没有查出究竟是什么病。后来院方特地请来了一位非常有名的主任医师给这个病人看病。主任医师来到病房，问病人：“你哪里不舒服？”

没有回答。

“想吃点什么吗？”还是没有回答。

“想喝点什么汤吗？”没有回答。

“想不想出去走一走，溜达溜达，或者离开医院到一些好的风景区看看？”还是没有回答。

主任医师不死心，向病人家属了解病人有没有所爱的人，家属反映有一个。

于是主任医师接着问：“要不要你的爱人过来看看你，陪你说说话？”

病人依然默不作声，主任医师摇摇头，叹了口气：“唉，就算我再有本事，也无能为力呀！”说完就走了。

由此可见，如果病人不开口，再高明的医生也不可能有什么办法。电话销售人员如果遇到不开口的客户，或者对方只是简单地以“嗯”声应付的话，是根本无法达到自己的销售目的的。

这里先看失败的案例。

案例 5.32

电话销售人员：您好，李经理，我是××公司的小王。

客 户：（没有回答）

电话销售人员：李经理，您好，您听得见我说话吗？

客 户：（还是没有回答）

电话销售人员：李经理，我今天不会耽误您太多的时间，只需要三分钟。三分钟后，如果您觉得我给您提供的信息对您没有一点用处，您就挂断我的电话，好吗？

客 户：（没有回答）

电话销售人员：李经理，您在吗？

客 户：（电话被挂断）

失败原因分析如下。

- 自始至终没能让客户开口。

再看一个成功的案例。

案例 5.33

电话销售人员：您好李经理，我是小王，××公司的。

客 户：（没有回答）

电话销售人员：请问您现在方便说话吗？

客 户：（没有回答）

电话销售人员：李经理，您不会正在睡觉吧？

客 户：不好意思，我很忙。

电话销售人员：您看我什么时候再打电话过来您比较方便？

客 户：30 分钟后吧。

电话销售人员：好的，非常感谢您！再见！

成功原因分析如下。

- 巧妙使用幽默化解尴尬局面。
- 通过询问了解到客户现在谈话不是很方便，并成功争取到了下一次通话的时间。

第十七节 几种特殊电话的处理

一、当忘记自己的承诺时，如何说开场白

当电话销售人员承诺告诉客户在什么时间和客户联系，但由于种种原因没有在约定的时间给客户打电话时，这时候的开场白会变得非常重要。

这时电话销售人员可以使用如下开场白。

案例 5.34

电话销售人员：您好，王总，今天打电话给您想告诉您三个字。

客 户：哪三个字？

电话销售人员：“对不起”这三个字。

客 户：为什么？

电话销售人员：是这样的，王总，我昨天答应下午两点钟和您联系的，但由于我当时有点事，所以没有给您打电话，因此今天一定要向您说声“对不起。”

客 户：哦！没事！……

二、如何拒绝不怀好意的电话

如何拒绝不怀好意的电话，如不怀好意地请吃饭等。尤其是女性从事电话销售工作，难免会受到很多干扰。当客户不怀好意请自己吃饭时，电话销售人员应如何应对呢？

案例 5.35

客 户：我想请你吃饭。

电话销售人员：太好了，好久没有人请我吃饭了，请问在哪里？

客 户：你说吧！

电话销售人员：就“白天鹅宾馆”（广州一家很好的五星级酒店）吧！那里我常去，味道还不错！（挑最贵的地方，绝不手软）

客 户：好呀！没问题！

电话销售人员：请问我们几点钟见面呢？

客 户：12 点半好吗？（他心里想越晚越好）

电话销售人员：没有问题，您几位呢？

客 户：当然我一位了！

电话销售人员：不好意思，我两位，我和我的丈夫。

客 户：怎么这样呀？

电话销售人员：是这样的，刘先生，我很想和您单独吃饭，但我最讨厌的就是回去后还要跟我丈夫解释很久，如果您真心请我，那您就请我们两位吧！

客 户：那还是下次吧！

电话销售人员：好的。

三、如何应对打探隐私的电话

对于有些打探隐私的电话，电话销售人员有时不便于直接回答，如问有没有男朋友、多大了、漂不漂亮等，但如果拒绝回答又不太礼貌，这时，电话销售人员不妨用如下办法进行处理。

案例 5.36

客 户：舒小姐，你的声音很好听哦！

电话销售人员：是吗？谢谢！您的声音也很有磁性呀！

客 户：请问舒小姐今年芳龄几何呀？

电话销售人员：哈哈，这是个秘密！（诚实而不坦白）

客 户：你漂亮吗？

电话销售人员：在喜欢我的人眼中我是最漂亮的。

客 户：你有男朋友了吗？

电话销售人员：您猜呢！（不要告诉客户有还是没有，因为哪一个答案对你都不利。如果客户知道你有男朋友了，会觉得没有希望了，可能会拒绝与你联系；如果说没有，客户会联想到你可能不漂亮等问题）

客 户：舒小姐业务如此繁忙，收入一定很高吧？

电话销售人员：够用而已。

四、如何应对挖墙脚的电话

对于非常优秀的电话销售人员，经常会遇到一些客户的邀请，邀请加入他们的公司，并许诺提供更好的条件和更好的待遇。这样的电话处理起来有点难度，因为如果直接拒绝对方的话，就会伤害到对方；可是自己在对各方面的因素进行考虑后，还不想离开目前的公司，所以又无法答应对方的邀请，真是左右为难。应该怎么办呢？

这时可以用如下方法进行处理。

案例 5.37

客 户：舒小姐，听你打电话，你真的很专业哦。

电话销售人员：谢谢您这样说。

客 户：我们公司正缺像你这样优秀的专业电话销售人员，我一直在寻找合适的人选，不知舒小姐愿不愿意加盟我们公司呢？当然，我想我们可以提供更好的待遇及更大的空间。我这边正缺一电话销售部门的经理，在待遇方面，我可以给到你目前收入的两倍。

电话销售人员：再一次感谢您对我的赏识，您如此信任我是我的荣幸。不过，×老总，我有一个问题想请教您。

客 户：请讲。

电话销售人员：您作为一位公司的老总，一定希望自己的员工非常敬业、非常热爱自己的工作、非常忠诚，是吗？

客 户：的确如此。

电话销售人员：我也一样，我非常热爱自己目前的工作。不过，我要再次感谢您对我的肯定。

还有更好的办法

米若是挪威一家大型连锁百货公司的董事长。有一次，他在阅读位于哈尔诺城的一家分店的财务报表时，发现这家分店最近两个月的经营业绩每况愈下，甚至开始亏损，于是他和这家分店的经理进行了沟通。原来，该分店对面不足 100 米的地方新开张了一家大型的百货公司，其经营的品种齐全、价格低廉，而且促销手段很新颖，所以抢去了自己的不少客户。

于是，米若将该店的所有员工召集起来，商讨应对策略。有的人提出，公司应该加大投资，扩大规模，经营更多品种；有的人认为索性来个鱼死网破，将产品的价格调低，降到零利润，最后看谁能撑到最后；还有的人认为，干脆将分店搬到其他城市去……

董事长对员工提出的所有方案都进行了认真的思考。这些方案和策略要么与竞争对手正面冲突，要么逃避。想来想去，觉得都不是最佳选择。在这种左右为难的情况下，他突然灵机一动，找到了一个更加合理的解决办法。他发现对面那家新开张的百货公司及旁边其他商店的营业时间都是上午九点到晚上八点。于是，他当机立断，将自己公司的营业时间由“朝九晚八”改为早上六点到十点，下午三点到凌晨二点，以满足喜欢早上或晚上购物的顾客的需要。

经过这么一番改革，该分店一举扭亏为盈，生意蒸蒸日上。

点评

俗话说：“条条道路通罗马”，当机遇关上了这扇门，一定会为你打开另一扇窗。笔者坚信，只要你愿意思考，办法总比困难多。

刚开始从事电话销售工作时，因为学艺不精，遭到拒绝是常有的事。但在困难面前学会思考，总会找到突破的办法，因为只要是活人，站起来的次数总比跌倒的次数多一次。

电话销售重在抓住对方的感觉，面对拒绝惊慌失措，哑口无言，无疑给对方留下不专业、不成熟、无法信任的感觉。

但是，电话销售人员在面对拒绝时能够做到沉着应战，伶牙俐齿，自然可以争取更多的合作机会。

全国迷你型MBA职业经理双证班

认证系列：高级职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、企业培训师、酒店经理、市场总监、财务总监、营销策划师等认证。

颁发双证：通用高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含2年全套学籍档案）

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3个月（允许工作经验丰富学员提前毕业） **收费标准：**全部学费 **1280** 元

学校网站：www.mhjy.net **报名电话：**0451-88723232 **咨询邮箱：**xchy007@163.com

颁证单位：中国经济管理大学

承办单位：中国教育培训网 美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

千本好书 **免费** 下载网址 **www.mhjy.net**