

<<电话销售冠军谋略>>

图书基本信息

书名：<<电话销售冠军谋略>>

13位ISBN编号：9787111417293

10位ISBN编号：7111417291

出版时间：2013-4

出版时间：机械工业出版社

作者：李向阳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电话销售冠军谋略>>

前言

用最具杀伤力的武器武装自己 每个人来到这个世界，都渴望自己能够成为一名万众瞩目的精英。

李小龙，凭借截拳道称霸武林，名闻天下。

李玉刚，凭借美轮美奂的反串，红遍全国。

今天，你选择了做电话销售，你要凭什么成为最顶尖？

要想成为电话销售行业顶尖的电话销售高手，就需要一种“最具杀伤力的武器”，这种武器就是本书中第一次向世人公开的冠军谋略。

拥有这些谋略，你将有机会成为电话销售行业最出色、最耀眼的明星。

每一种谋略都威力无比，它们单独使用就是战场上的特种兵、狙击手，可以以一敌十、一击即中；它们组合使用，那就是“最具杀伤力的武器”。

过去，我们曾把电话销售整个流程分解成几个标准的模块，然后对这些模块分别进行研究分析，再针对每一个模块给出相应的应对技巧和方法。

这种看似聪明的方法在过去也许创造过很多辉煌，但是今天，我们必须要向这样傻瓜式的电话销售说再见了。

当绝大多数客户都知道你的“伎俩”，都知道你下一步要做什么的时候，你的成功机会就非常渺茫了，因为你根本就没有机会进展到成交环节。

聪明的客户早在你进展到成交环节之前就已经想好了御敌之策，从而成功地将你“拒之门外”。

我读大学时，很喜欢下象棋。

后来来了一个室友，听说是个高手，当我和他过招之后，果然名不虚传。

我和他连下十盘，你猜结果怎样？

零比十，输得够惨吧。

也许你会认为我的象棋水平太差，所以输得很惨。

其实在他来之前，我在班里还没有遇到过对手呢。

于是我请教他，问他有什么秘诀。

“很简单，你每次下象棋最多看三步，而我可以看五步。

你每一次动棋之后，我早已经知道你接下来会出的招数，你说你能赢我吗？

”这位高手淡淡地回答。

“可是，为什么在班里我没有遇到过对手呢？

”我很不服气。

“可以肯定的是，与你过招的对手，他们最多只能看到两步。

”这回他有点儿轻蔑了。

现在，你明白了吗？

为什么标准化、程序化的电话销售不管用了？

因为经过这么多年，我们的客户几乎都知道整个游戏怎么玩了，甚至玩得比你还好，你又怎么可能赢呢？

要想成为一流的电话销售高手，最重要的就是打破原来的游戏规则，重新建立新的游戏规则。

而且这个游戏规则只有你懂，对手全然不知。

所有的一切都在你的掌控之中，你能不赢吗？

在这场全新的游戏中，我们将借用古人的伟大谋略和智慧，运用到电话销售工作中。

也许你会说，这样太浪费了吧。

将古人如此伟大的谋略和智慧运用到电话销售中，犹如“杀鸡用牛刀”，这也太过了。

其实，电话销售和现代战争一样，讲究“零伤亡”、“饱和打击”。

“零伤亡”、“饱和打击”是什么意思？

就是首先运用远在千里之外的巡航导弹进行轰炸：炸过一遍之后，再派轰炸机轰炸一遍；之后再派大炮轰击，直到将对方的山头打平为止；最后，再派步兵打扫战场。

因此，如果要赢，那就必须在拥有绝对优势的情况下去赢，用最小的代价获取最大的收获。

<<电话销售冠军谋略>>

本书将传授至少15个高级电话销售谋略，每一个谋略就像一枚带有精确制导的巡航导弹，指哪儿打哪儿，命中率极高，威力极大。

要成为一流的电话销售高手，只要掌握15个谋略中的2~3个就足够了；只要熟练运用其中几个谋略，就完全可以脱颖而出，鹤立鸡群。

为了让你珍惜这些宝贵的、威力巨大的谋略，我准备和你玩个捉迷藏的游戏。

我将这15个谋略分散埋藏于全书中，你必须用心阅读全书才可以寻得这些“宝藏”。

因为我深知人性中最根本的一条：轻易得来的东西，无论多么珍贵，也不会爱惜它。

因此，你必须付出。

开始你的寻宝之旅吧，找到这些武器和弹药，将自己武装起来，打一个漂亮的翻身仗。

你所要的一切都在这本书中。

李向阳 2013年1月1日

<<电话销售冠军谋略>>

内容概要

当客户已经熟知你的电话销售套路，当一打通电话客户就本能地拒绝，当客户饱受骚扰之苦而唯恐避之不及，成交又从何谈起？

传统电话销售正在遭遇越来越多的挑战，从开场、探寻需求、产品推荐、异议处理直到成交，每一步随时都可能被拒绝，甚至被挂断电话，可谓步步艰辛，其效果不言而喻。

李向阳、舒冰冰编著的《电话销售冠军谋略——换种思路做电话销售》首次突破传统电话销售框架，全面升级电话销售，重塑电话销售流程，分为充分了解客户、牢牢抓住客户、轻松成交客户、继续放大客户四个环节，提供了一种全新的思路，并精心提炼若干重要的谋略和方法，结合大量的实战案例，告诉电话销售人员具体怎么操作和应用，帮助他们真正成长为电话销售顶级高手，快速提升电话销售业绩。

《电话销售冠军谋略——换种思路做电话销售》适合电话销售从业人员以及电话销售团队管理者阅读，也可以直接作为电话销售培训教材使用。

<<电话销售冠军谋略>>

作者简介

舒冰冰，从事电话营销一线工作长达8年之久，平均每天超过100个电话的访问量，总电话访问量超过20万次之多。

创下了通过一部电话一年完成1000万元的销售业绩这一历史记录，目前这一记录在中国电话营销界无人能破。

现为广州布谷鸟咨询服务有限公司总经理，电话营销高级顾问，服务的客户包括中国移动、中国电信、中国联通以及银行、保险、证券、IT、互联网等行业的数百家企业和机构。

金牌课程：《高级电话沟通技巧》、《电话营销实战技巧》、《电话营销服务技能》李向阳，广州布谷鸟咨询服务有限公司总经理，电话销售高级顾问。

从事电话销售领域的研究和培训长达10年之久，是中国电话销售整个发展过程的少数几个参与者和见证者之一，曾参与多家大型呼叫中心自勺组建和咨询，目前致力于升级版高级电话销售自勺研究和实践，并积极参与高等院校电话营销系列课程的编写工作。

<<电话销售冠军谋略>>

书籍目录

前言一 用最具有杀伤力的武器武装自己 前言二 我是如何成为电话销售冠军的 第一章 电话销售冠军新规则 1 第一节 重塑电话销售流程 4 初级电话销售流程 4 高级电话销售流程 8 第二节 谋略, 谋略, 还是谋略 12 智慧取胜, 谋略第一 12 非智力因素排行第二 15 第二章 电话销售冠军两大核心谋略 21 第一节 杠杆借力谋略 22 “六度空间”理论 22 借我东风, 翱翔万里 23 第二节 价值塑造谋略 27 电话销售的真谛 27 深度理解价值塑造 30 第三章 电话销售冠军常规谋略 35 第一节 充分了解客户的谋略 37 放鱼饵 38 培养卧底 40 揣摩技术 41 第二节 牢牢抓住客户的谋略 49 什么是信任 51 借船出海 53 与鸡共舞 57 小试牛刀 64 第三节 轻松成交客户的谋略 70 价值塑造 71 超级赠品谋略 88 羊群效应 91 异议处理 97 零风险承诺 102 产品价格魔法 107 第四节 继续放大客户的谋略 109 激发客户梦想 110 猎鹰计划 115 第四章 电话销售冠军终极谋略 123 第一节 金钱渴望 125 第二节 浪漫情结 126 第三节 自我保护 134 第四节 他人认可 137 第五章 电话销售冠军心智控制术 143 第一节 调节情绪 144 沉淀法 145 稀释法 146 蒸馏法 146 过滤法 147 替换法 148 化学法 148 第二节 美化心情 149 磨砖不能成镜 149 永保花苞心态 152 去魔咒留神咒 156 发现硬币的另一面 160 最美好的时光是现在 166 第三节 美化声音 169 美丽声音的最低标准 171 美丽声音的高级标准 174 科学的发声训练 181 好嗓音需要保养 184 最美的声音 185 第四节 美化语言 187 语言的内涵美 188 语言的形式美 190 后记一 做未来中国电话销售的领导者 197 后记二 不要等待奇迹发生 201

<<电话销售冠军谋略>>

章节摘录

借我东风，翱翔万里 在三国演义中，诸葛亮巧借东风，将曹操几十万大军顷刻之间化为乌有。这就是威力巨大、化腐朽为神奇的杠杆借力谋略。

杠杆借力谋略简单地讲就是：在自己能力有限的情况下，巧妙地借助第三方的人力、物力、财力等丰富资源，从而实现我们自己目标的策略。

第三方资源可以说无处不在，关键是我们要有这样的思维，时时刻刻想到我们不是一个人在战斗，在遇到困难时想一想有谁可以帮忙。

高级电话销售中的杠杆借力谋略就是走出个人单打独斗的狭隘思维，充分借助外界一切可以调动的资源，为自己服务。

一个人的力量和一百个人、一千个人的力量相比，孰强孰弱，一目了然。

有这样一个关于美国出版商卖书的故事。

美国一出版商有一批滞销的书久久不能脱手，于是便派人给总统送去一本，并三番五次地征求总统的意见。

忙于政务的总统没有时间与其纠缠，便随口应了一句：“这本书不错！”

出版商如获至宝般大肆宣传：“现在有总统先生喜欢的书出售。”

于是，这些滞销的书不久就被抢购一空了。

不久，这个出版商又有书卖不出去了，他又送给总统一本。

总统上了一次当，想奚落他一下，便说：“这本书糟透了。”

出版商听后大喜，他打出广告：“现在有总统讨厌的书出售。”

结果，不少人出于好奇争相购买，书随之又被抢购一空。

出版商第三次将书送给总统的时候，总统接受了前两次的教训，不置可否。

出版商却大做广告：“现在有总统难以下结论的书出售！”

居然又一次大赚其利。

在以上案例中，聪明的出版商巧妙地借助了总统的力量，达到了自己轻松卖书的目的。

杠杆借力谋略之所以具有如此巨大的威力，外界的资源之所以愿意被我们所借用，是基于以下三个不容置疑的事实：第一，无论你想要什么，在这个世界上总会有人已经得到了你想要的东西，找到这些人，想方设法让他们帮助你，从而得到你想要的东西。

第二，无论你想要什么，在这个世界上总会有人和你想要的东西是一样的，找到这些人，想方设法让他们帮助你，最终达成你们共同想要的东西。

第三，无论你想要什么，一旦你实现了自己的理想，一定会有某些人因为你的成功而获益，找到这些人告诉他们在你成功之后他们将怎样受益，从而让他们主动帮助你。

依照这三点，我们几乎可以找到无穷无尽的杠杆。

很多电话销售人员在开始从事电话销售工作时，喜欢从最基层的主管开始公关，一路往上到经理，到总监，再到老板，好像爬山，越往上走销售做得越辛苦。

如果反过来，首先就找到金字塔尖的那个人，然后再往下，这样的效果就像滑滑梯一样，顺势而下，势如破竹。

但问题是，处在金字塔尖的那个权威人物如何才能帮助我们？

有时候这个人已经将相关决策权下放到各个具体职能部门了，他并不负责。

其实很简单，对于一个聪明的电话销售人员，只需要获得对方一个小小的承诺、一个简单的电话、一封简短的邮件或短信就完全可以了。

2011年8月，我公司电话销售人员娇娇通过几通电话就获得了一个大订单。

很多人都觉得拿到大订单需要付出很多时间和精力，经历很多坎坷。

其实不然，思路不一样，经历就一定不一样。

在一次大型公开课上，娇娇认识了某省移动公司的老总。

公开课结束后，娇娇留下了这位老总的电话。

在接下来的时间里，娇娇并没有打电话推荐课程，而是每周发一条精心挑选的短信，目的只是分享。

<<电话销售冠军谋略>>

偶尔也会打一通电话，打电话的内容也只是简单的问候、闲聊。

娇娇心里非常明白，直接向一个省移动公司的领导推荐课程，是不明智的；需要一个过程，逐渐让对方了解自己，认可自己，甚至欣赏自己。

过了三个月左右，对方终于问了一句：“你是做哪一行的？”

” 娇娇诚实地回答：“我是做培训的，我公司专门为移动公司提供培训咨询业务。”

” “那你们的特色课程是什么？”

” “我们最擅长的就是为移动公司呼叫中心提供电话销售系列课程。”

” “是吗，电话销售经理能力提升正是我省今年重点抓的项目。”

你有什么好课程发一份给我们的人力资源部经理，让他参考一下。

” “好的，人力资源部王经理我这边也经常有联系，能不能请刘总打个电话给王经理，就说我这边有些好的课程资料要发给他，请他参考一下。”

” “没问题。”

” 就是这句“没问题”，在人力资源部王经理接到刘总电话后，对娇娇原先不冷不热的态度立即发生了巨大的转变，并积极引进了我公司的电话销售系列课程。

在这个案例中，娇娇需要的是影响力。

她虽然与王经理联系了很久，但是一直缺乏足够的影响力促使王经理作决定，而刘总恰恰具有这一切，他是王经理的上级领导。

这就是杠杆借力谋略的第一条：无论你想要什么，在这个世界上总会有人已经得到了你想要的东西，找到这些人，想方设法让他们帮助你，从而得到你想要的东西。

自然界中两点之间最短的距离是直线，而在人类社会两点之间最短的距离却是曲线。

当我们无法直接达到彼岸时，就要想方设法找一条渡船。

下面这个案件正是用了杠杆借力谋略的第二条，即无论你想要什么，在这个世界上总会有人和你想要的东西是一样的，找到这些人，想方设法让他们帮助你，最终达成你们共同想要的东西。

前不久，我在一次大型食品展览会上见到一个非常聪明的小女孩。

这个小女孩可能是一家产品外包装设计公司业务员，为了获得大量的一线客户资料，她必须在两天时间内完成对整个展览会东西两馆一二楼所有客户资料的收集。

但她并没有自己一个一个去展会上每个摊位拿名片，而是找到了其他几个收集资料的业务员，并一个一个地对他们说：“你需要这里所有参展客户的资料，我也是。”

我到目前已经收集了东馆一二楼所有客户的资料以及西馆一楼所有客户的资料，我已经跑得很累了。现在你只要负责把西馆二楼所有客户的资料收集完，然后把你的资料扫描整理后发给我，我就可以把其他地方的所有资料发给你。

” 这个聪明的小姑娘把这个想法一共和四个业务员说了，没有谁不愿意。

自然最后五个人都得到了最全面、最完整的客户资料。

只是不同的是，四个人每个人只付出了四分之一的劳动，而小姑娘只要坐在办公室等其他八个人把资料发给她，然后再转发四份就可以了。

她付出的只是一点点脑力劳动，得到的却是全部，因为她会借力。

很多电话销售人员常常苦于没有客户资源，上面这个小姑娘的做法就非常值得借鉴。

对于“第三，无论你想要什么，一旦你实现了自己的理想，一定会有某些人因为你的成功而获益，找到这些人告诉他们在你成功之后他们将怎样受益，从而让他们主动帮助你”，这条借力法则其实早已经被各个企业运用得淋漓尽致。

企业通过共同愿景和总目标，把每个成员的努力方向和分目标统一起来，从而形成一股强大的合力，劲儿往一处使，在市场上形成强大的竞争力，借助大家的力量实现企业的目标，同时，每个成员也实现了自己的目标。

我忽然想到，其实我们身边有很多大师级的人物，他们早已经把杠杆借力谋略运用到炉火纯青的地步，只是他们一直在悄悄地享受着这一奇特思维带给他们的巨大好处。

同时，我也真真切切地感觉到人的思维其实就是实实在在、看得见的生产力，一个超级的思维就能够产生超级的结果。

<<电话销售冠军谋略>>

人的思维有多广，道路就有多宽。

每一个问题的解决，永远都有很多种办法，我们要做的就是运用我们的超级思维去找到更轻松、更简单、更快捷的那一种。

杠杆借力思维绝对是所有思维中最博大精深的一种，而且因为每个人的思维广度和思维深度不一样，对杠杆借力思维的运用程度也将会完全不一样。

杠杆借力思维打开了无限的空间，完全摆脱了个人能力和资源的限制。

思维的触角有多长，能够撬动的资源就有多广。

P23-27

<<电话销售冠军谋略>>

后记

做未来中国电话销售的领导者 有个故事很有趣，说的是哥伦布航海探险回国之后，国王准备大大奖励他。

但是很多大臣不乐意，说发现新大陆其实没什么了不起，因为新大陆原本就在那里，谁都可以发现它。

哥伦布并没有做任何争辩。

面对群臣的反对，他提出了一个小小的要求，请大家把鸡蛋在桌子上立起来。

大臣们个个都跃跃欲试。

等鸡蛋拿来之后，他们左右摆弄，累得大汗淋漓，还是没有有一个能够成功地将鸡蛋立在桌子上。

过了一会儿，有个大臣似乎突然醒悟“鸡蛋可能根本就立不起来”，于是发难道：“哥伦布你别耍弄我们了，有本事，你把鸡蛋立起来给大家瞧瞧。

” 哥伦布拿起鸡蛋，往桌子上轻轻一碰，鸡蛋马上稳稳当当立在那里。

然后面对大臣，大声说道：“像我这样把鸡蛋立起来确实没什么难的，可是你们怎么没有想到呢？

我开着船，一直往西去，就碰到那块陆地了。

就这么简单，但是你们怎么同样没想到去做呢？

” 引用上面这个故事，想说明以下两点。

其一，这个世界上绝大多数人日复一日地生活在某种有形或无形的笼子中，但这并不是最可怕的，最可怕的是他们几乎没有觉察，要打破这种平衡就需要某种外力。

国内绝大多数从事电话销售工作的人，工作时间越长，固定思维就越牢固。

同样的思维只会产生同样的行动，同样的行动也只会产生同样的结果。

因此，随着时间的推移，他们的电话销售工作并没有什么起色，更谈不上突破。

工作要有突破，思维首先要有突破。

其二，新的思维来自哪里，其实只要聚焦了，灵感就会源源不断。

本人专注电话销售已经超过十年，十年只做一件事，几乎每时每刻都在思考如何优化电话销售、如何升级电话销售。

在大多数同行觉得中国电话销售已经非常成熟，往前走已经没有什么空间的时候，我发现其实目前中国的电话销售已经衰老了，亟须注入新鲜的血液，亟须进行升级，否则就会走进死胡同，一步一步走向衰亡。

正是个人的聚焦，发现了目前电话销售存在的很多问题，有的甚至是致命的问题。

于是就思考如何才能化解这些问题，如何才能开拓电话销售在未来生的存空间。

前面说过，只要聚焦，灵感就会汨汨而来。

本书介绍了很多高超的谋略，有些是我对以前方法进行的优化和升级；有些源自辅导学员的过程中，学员的智慧带给我的灵感；有些是我通过嫁接的方法，将其他行业里非常优秀的方法和技巧融合到电话销售上。

电话销售新的世界已经到来，谁最先跨进这个新世界，毫无疑问，他就是未来中国电话销售新的领导者。

李向阳 2013年1月1日

<<电话销售冠军谋略>>

媒体关注与评论

传统电话销售遇到越来越多的挑战，每往前走一步都万分艰难。

本书率先打破常规，另辟蹊径，将电话销售彻底升级，从更高、更深、更新的角度全面升级电话销售，对于中国电话销售行业具有革命性的意义。

本书策略新颖，思路独特，整体构架完整，技巧方法直击要害，一书在手，叹为观止。

这是一本迄今为止内容最新颖、谋略最实用、超越所有电话销售书籍的杰作。

——畅销书《电话销售实战训练》作者 李智贤 震撼，震撼，还是震撼！

这是我看过本书后最强烈的感受。

本书内容精彩，思路开阔，谋略独到，技巧方法招招落地，而且文字流畅，案例故事新颖，引人入胜，让人有种想一口气把它读完的渴望。

阅读本书，犹如在和一位智者进行心灵的沟通，不经意间你会被某一句话、某一个案例、某一个故事深深触动。

——中国移动江西分公司客服中心培训经理 万武 李向阳和舒冰冰老师是国内电话销售领域的杰出人才，他们“以此为生、精于此道”专注电话销售的专业精神，让他们从默默无闻的最底层电话销售人员，一路成长为中国最优秀的电话销售顶级讲师，他们的故事鼓舞了无数个还在默默奋斗的年轻人。

《电话销售冠军谋略》作为国内第一本升级版高级电话销售图书，全面升级了目前的电话销售，它必将改变中国电话销售未来的发展。

——凯诺德国际企业管理机构总裁 冯燕全

<<电话销售冠军谋略>>

编辑推荐

传统电话销售遇到越来越多的挑战，每往前走一步都万分艰难。

李向阳、舒冰冰编著的《电话销售冠军谋略——换种思路做电话销售》率先打破常规，另辟蹊径，将电话销售彻底升级，从更高、更深、更新的角度全面升级电话销售，对于中国电话销售行业具有革命性的意义。

本书策略新颖，思路独特，整体构架完整，技巧方法直击要害，一书在手，叹为观止。

<<电话销售冠军谋略>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>