

<<一点就通>>

图书基本信息

书名：<<一点就通>>

13位ISBN编号：9787115142146

10位ISBN编号：7115142149

出版时间：2006-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：舒冰冰

页数：249

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>

## 前言

近年来，电话销售在国内各个行业得到了蓬勃的发展，同时，也为各个行业创造了大量和电话销售相关的工作机会。

由于电话销售在国内起步时间不长，各个职位大都缺乏经验丰富的专业人员，其中优秀者更是寥寥无几。

如何培养高素质、高效率的电话销售人员和管理人员队伍，就成为了实施电话销售的企业最关心的问题。

而因此，学习和吸收优秀的专业电话销售人员的成功经验，显然是一个快速提升电话销售队伍综合素质和实战能力的重要方法。

本书作者之一舒冰冰女士作为朴石公司的一名电话销售顾问，有“中国电话销售第一人”之美誉。她在电话销售行业一线工作长达五年多时间。

在这五年中，平均每天超过100个电话的访问量，总电话访问量超过10万次之多，不可谓没有下足功夫；同时，她个人电话销售业绩突飞猛进，从零增至100万元/月，每年仅凭一部电话，就能创造超过1000万元的销售业绩，真可谓是“天道酬勤”、“功夫不负有心人”。

10万次的电话访问量，每年1000万元的销售业绩，这就是实力，就是企业梦寐以求的业绩！本书的另一位作者培训师李向阳，是一位颇受人尊敬的优秀培训师，从事培训工作已有五年多的时间，深受广大学员的爱戴。

近几年开始专心从事电话销售的研究、实践和培训工作，并在业界获得了广泛的赞誉。

本书主要从实战角度，对电话销售整个流程的各个环节进行了系统而详尽的解剖，其中每招每式，几乎是招招制胜、剑剑封喉。

如果你正在从事和电话销售相关的工作，那么本书里一定有你想要的东西。

打开本书的任何一页，只要看上三分钟，你就无法拒绝将本书看完。

张炬搏 首席顾问 广州朴石咨询有限公司 2006年1月

## 内容概要

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位准备的五个方面、六种经典工场白、突破秘书/前台的十个策略、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九种方法。

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。

本书可作为团队培训教材，也可作为电话销售领域研究人员的参考资料。

## 作者简介

舒冰冰，从事电话销售一线工作长达五年，电话访问量平均每天超过100个，总电话访问量超过10万次之多，电话销售业绩从最初的零突破到每年1000万元。

现任广州朴石咨询有限公司合伙人、销售部经理，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等行业的数百家企业和机构。

熟练掌握电话销售和沟通技巧，广泛受到同事、上级、客户、合作伙伴，甚至竞争对手的由衷敬佩和高度赞扬。

主讲课程包括《实战电话营销》。

## 书籍目录

第一章 电话销售岗前准备的五个方面/1第一节 好环境好心情好业绩/2一、环境方面/3二、物品方面/4第二节 因为专业所以值得信赖/5第三节 选对池塘好钓鱼/7第四节 你为什么要打“这个电话”/9经典故事 吴士宏在IBM的初次面试/11第二章 六种经典开场白/15第一节 好的开始成功的一半/16第二节 别给客户拒绝你的机会/19第三节 经典开场白实例/21一、请求帮忙法/21二、第三者介绍法/22三、“牛群效应”法/23四、激起兴趣法/24五、巧借“东风”法/26六、老客户回访/28经典故事 向乞丐学营销/30第三章 突破秘书，前台的十个策略/33第一节 秘书/前台的“三板斧”/34第二节 为什么受伤的总是你/35第三节 突破秘书/前台的十个策略实例/41一、直接称呼秘书/前台人员的姓名/41二、直接称呼对方负责人的姓名/42三、“糖衣炮弹”/43四、“我很理解您”/44五、“草拔完了，请给5美元”/45六、总有一个理由/46七、“我已经向您汇报了”/48八、强渡关口/49九、曲径通幽/49十、条条道路通罗马/50第四节 秀才遇到兵/50经典故事 巧取九龙杯/52第四章 与客户负责人谈判的13项修炼/53第一节 知己知彼百战不殆/54一、互联网上查询/55二、客户和朋友推荐/55三、通过公司的前台/秘书/55第二节 万事俱备只欠东风/57一、纸和笔/57二、熟悉对方的相关资料/57三、制作电话脚本/57第三节 声如其人/59一、语速/60二、清晰度/60三、语气/60四、音调/60五、节奏/61六、音量/61七、热情度/61八、带笑的声音/62九、自信/62十、专业/63十一、简洁/64十二、在语言中注入情感/64第四节 彬彬有礼/65一、呼出电话常用礼貌用语/65二、接听呼入电话常用礼貌用语/66第五节 能用“问”的绝不用“说”/67一、提问问题的原则/68二、如何提问才“有效”/69三、设计问题一般应遵循的规律/71第六节 一个嘴巴两只耳朵/74一、虚心请教/77二、不断肯定客户的观点/77三、恰当重复客户的语言/78四、不要打断客户的话/78五、做好倾听时的记录工作/78第七节 把话说到对方的心坎儿上/79一、如何提高业绩/80二、如何节约开支/80三、如何节约时间/80四、如何使员工更加敬业/80五、真诚的赞美/80六、客观看问题的态度/81七、新颖的说话方式/81八、对他的理解和尊重/81第八节 腹有诗书气自华/81一、没有相应的欣赏能力，发现不了美/82二、心胸狭窄，无法容纳别人的长处/82三、什么样的人说什么样的话、做什么样的事/83第九节 拒绝“犯罪”/84第十节 同理对方及同理自己/86第十一节 不做情绪的奴隶/89一、净水法则一：“沉淀法”/90二、净水法则二：“稀释法”/90三、净水法则三：“蒸馏法”/91四、净水法则四：“过滤法”/91五、净水法则五：“替换法”/92六、净水法则六：“化学法”/92第十二节 金无足赤人无完人/93一、赞美客户的眼光/93二、肯定竞争对手的优点，客观地看待问题/93三、如果指出对方的不足，也要委婉含蓄/94四、提出自己的建议，让客户做决定/94第十三节 以其人之道还治其人之身/95一、第一种方法：同理自己/96二、第二种方法：教育对方/96经典故事 攻心为上/97第五章 16类客户拒绝应对策略/99第一节 “不需要”、“不感兴趣”/100一、在没有了解客户之前就提到产品，开始推销/102二、没有请教接线人的身份和姓名/102三、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/102四、没有争取最后一线机会，提前挂电话/102第二节 “你寄份资料过来吧/先发份传真过来吧”/106第三节 “这事我不负责，谁负责我不清楚”/110第四节 “我现在很忙，没时间，以后再说吧”/113第五节 “把电话留下，我们有需要的时候再跟你联系吧”/117第六节 “我们现在还没有这个需求”/122第七节 “我们已经其他供应商了”/125第八节 “你们都是骗子”/129第九节 “你们的产品没什么效果”/132第十节 “你们的价格太高了”/136第十一节 “让我考虑考虑/我需要时间考虑”/141第十二节 “××公司不错，我们打算跟他们合作了”/145第十三节 “今年我们公司亏损很严重，没钱”/150第十四节 “领导还没有决定，等决定好了再给你电话吧”/153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”/155第十六节 客户一言不发或以“嗯、嗯”声代替/158第十七节 几种特殊电话的处理/160一、当忘记自己的承诺时，如何说开场白/160二、如何拒绝不怀好意的电话/161三、如何应对打探隐私的电话/161四、如何应对挖墙脚的电话/162经典故事 还有更好的颁发/163第六章 18种常用的成交促成法/165第一节 客户抛出的“绣球”/166一、当客户很关心产品或服务的细节时/166二、当客户不断地认同你的看法时/167三、在回答或解决客户的一个异议后/167四、当客户对某一点表现出浓厚的兴趣时/167五、当客户在电话那端保持沉默时/168第二节

把“美人”抱回家 / 168一、不确定成交法 / 168二、“七个问题”成交法 / 169三、典型故事成交法 / 170四、对比成交法 / 171五、引导成交法 / 172六、假设成交法 / 172七、二选一成交法 / 172八、解决客户疑惑成交法 / 173九、危机成交法 / 173十、以退为进成交法 / 174十一、替客户拿主意成交法 / 174十二、最后的期限成交法 / 175十三、手续简单成交法 / 175十四、展望未来成交法 / 176十五、“最后一个问题”成交法 / 176十六、先少量试用成交法 / 177十七、真诚成交法 / 177十八、3F成交法 / 178第三节 还没有结束 / 178一、整理客户资料并存档 / 179二、做好发货前的准备工作 / 180三、催收货款 / 180经典故事 “没有我的允许，谁都不许进入那间屋子” / 180第七章 两个不同时间段的客户跟进 / 183第一节 别让煮熟的鸭子飞了 / 184第二节 善始善终 / 188一、恳请客户提意见 / 189二、鼓励客户多谈谈 / 189三、在电话中表示感谢 / 189四、用实际行动表示感谢 / 189五、发一些感谢贺卡 / 190经典故事 兽始善终 / 190第八章 建立长期信任关系的九种方法 / 193第一节 电话跟踪——环环相扣 / 194第二节 手机短信——男女有别 / 198第三节 电子邮件——不要成为垃圾 / 199第四节 亲笔手写信——字字含情 / 199第五节 精美卡片——被遗忘的就是最好的 / 200第六节 精致小礼品——绝不行贿 / 201第七节 超值服务——“艺高人胆大” / 201一、作客户的生活顾问 / 202二、作客户的心理顾问 / 203三、作客户的家庭顾问 / 203第八节 联谊活动——团队的力量 / 203第九节 QQ / MSN在线聊天——激情加灵感 / 203经典故事 用虔诚的心敲钟 / 204第九章 五个不同时期电话销售人员的心态剖析 / 207第一节 第1个月——“初生牛犊不怕虎” / 208一、兴奋的 / 209二、紧张的 / 209第二节 第2~3个月——跳蚤的“悲剧” / 211一、恐惧的 / 211二、沉默的 / 212三、喜欢找借口 / 212第三节 第4~6个月——“职业生涯的黎明” / 213一、平和的 / 214二、积极的 / 214三、认真的 / 214四、感恩的 / 214五、进取的 / 215第四节 第7~24个月——“剩者为王” / 215一、兴奋的 / 216二、个性的 / 217第五节 第3~5年——“七年之痒” / 218第六节 你凭什么“脱颖而出” / 218一、敬业的 / 218二、快乐的 / 219第七节 做老鹰还是做“爬虫” / 220经典故事 心态决定一切 / 221第十章 电话销售终极修炼——“四个人” / 223第一节 一个不断进取的人 / 225第二节 一个乐于助人的人 / 226经典故事 死海与活海 / 227第三节 一个纯朴简单的人 / 228第四节 一个懂得感恩的人 / 229精辟短文 人生修行的四种境界 / 231附录 / 233附录一 测测你的倾听与回应水平 / 234附录二 电话销售人员亲和力测试 / 235附录三 电话销售能力掌握表 / 239附录四 本书精彩对白 / 241

编辑推荐

一部电话一年创造超过1000万元的销售业绩，是偶然，还是必然？

一部电话一年创造超过1000万元销售业绩，不是梦想！

她做到了！

本书作者从事电话销售一线工作长达五年之久，平均每天超过100个电话的访问量，总电话访问量超过10万次。

“只要功夫深，铁杵磨成针”，10万玩的电话访问量，不可谓没有下足功夫；电话销售业绩突飞猛进从零增加到100万元/月，仅凭一部电话就创造每年超过1000万元的销售业绩，功夫不负有心人。

你无须再摸索，成功的金钥匙就在这本书里！

本书主要从实战角度，对电话销售整个流程的各个环节进行了系统而详尽的解剖，其中每招每式，几乎是招招制胜、剑剑封喉。

#### 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>