

<<一线万金>>

图书基本信息

书名：<<一线万金>>

13位ISBN编号：9787115192653

10位ISBN编号：7115192650

出版时间：2009-1

出版时间：张烜搏 人民邮电出版社 (2009-01出版)

作者：张烜搏

页数：226

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

从2003年1月的第一版，到2005年10月的第2版，《一线万金——电话销售培训指南》这本书面市已经五年多了。

在这五年多的时间中，我亲眼目睹了中国各个行业普遍关注和应用电话营销的过程，也为这本书能帮助越来越多的企业和销售团队走出销售困境而感到高兴和欣慰。

同时，在这五年多的时间里，我也目睹了中国经济的飞速发展，2008年奥运会的成功举办，更让我们中国人感受到了那份发自内心的自豪。

最近两年来，我一直在思考一个问题：我人生的使命是什么？

当这个问题不断地在脑海中出现并时时困扰我时，我终于悟到：我的人生使命是为了推动中国经济的发展，是为了我们国家的富强！

当这个念头闪现出来的时候，我自己都被吓了一跳：我怎么会有这么崇高的使命感呢？

六年前我的使命不是帮助销售人员和销售组织提升业绩吗？

怎么这么快就达到了国家富强的高度？

我不断地询问自己，这是不是你的使命？

而答案也一次次地被肯定：没错，这就是张烜搏的使命！

我的使命是通过有效的销售训练，帮助销售组织取得更好的业绩，从而带来我们国家经济的发展和国家的富强。

当我知道在国家富强的过程中也有我的一份微不足道的贡献时，我就倍受鼓舞，我知道还有更多事情等着我去做，我会继续努力！

当然，国家的富强也离不开你的贡献，让我们加油！

为了我们的国家，加油！

## <<一线万金>>

### 内容概要

《一线万金：电话销售培训指南(第3版)》系统介绍了电话营销和销售的特点、优点、流程和销售技巧，给出了电话销售人员需要使用的工具和表格，并列举了大量的实战案例，具有很强的指导性和操作性。

随着呼叫中心(Call Center)的广泛应用，以及电子商务发展的日益成熟，电话营销和销售正在迅速推广和普及。

因电话销售是省钱、省力、效率高的销售模式，越来越多的企业开始对这种销售模式感兴趣。

《一线万金：电话销售培训指南》适合呼叫中心或者类似机构使用电话进行营销的人员、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。

## 作者简介

张焯搏，广州朴石咨询有限公司合伙创始人。

国内电话销售领域的专家，荣获“2007年度中国十大销售管理专家”称号。

曾任职全球最成功的直销公司DELL公司的电话销售培训顾问。

一直致力于直销领域和服务领域的销售研究，曾先后赴美国和马来西亚参加专业讲师培训，在美国获得职业讲师资格，是美国Get Clents Now！

客户开发系统中国目前唯一授权讲师；美国《行动销售》认证课程中文授权讲师。

一直集中精力进行销售研究和销售人员的成长训练，著作有《一线万金—电话销售培训指南》、《赢得客户的12个关键电话》、《电话销售技巧》多媒体课程包、《来自DELL的T12销售模式》多媒体课程包等。

在十年的销售训练经验中，服务过的客户包括通用电气、E龙旅行网、特航航空、SONY、富士施乐、苹果电脑、沃尔沃、水晶石、林德叉车、阿里巴巴、慧聪网、中国服装网、联想集团、联合利华、新浪科技、方正科技、中国塑料信息网、中国移动、中国电信、中国联通、中国银行、招商银行、建设银行等数千家客户。

## 书籍目录

第1部分 电话营销和电话销售帮助企业获得更多利润 1第1章 电话营销和销售帮助企业获得更多利润 3  
 电话营销和销售的区别 3企业在销售和销售管理中面临的主要问题 4运用电话销售可以解决这些问题 8  
 典型的电话销售模式 9不可不看：电话销售是交易型销售还是顾问型销售 12所有的企业都适合使用电  
 话营销和销售 13引进电话营销和销售可分两步走 13第2章 电话营销和销售的六个关键成功因素 15准确  
 定义目标客户 15准确的营销数据库 15良好的系统支持 16各种媒介的支持 16明确的、多方参与的电话  
 销售流程 17高效专业的电话销售队伍 17第3章 电话营销职能为销售活动打基础 19建立和维护营销数据  
 库是电话营销的基础职能 20获取各种信息 21获取销售线索 22组织研讨会和会议邀请 23直邮是否属于  
 电话营销职能 24第2部分 电话销售职能 25第4章 电话销售所面临的挑战 27最大的挑战在于建立信任关  
 系 27电话销售人员肯定会面对的其他挑战和障碍 30第5章 以客户为中心的电话销售流程 32案例1 一个  
 电话完成IP电话业务的销售 32客户决策的6个心理步骤 34电话销售的6个步骤 36电话销售的流程 37以客  
 户为中心的销售流程中的重点(选读) 38第6章 充分的准备将使电话销售人员更易达成目标 43明确电话  
 销售人员和客户各自的电话目的 44明确电话销售人员和客户各自的电话目标 45案例2 客户打电话来，  
 要订购30台笔记本电脑 46为达到目标所必须询问的问题 47设想电话中可能发生的事情并作做好准备 48设  
 想客户可能会提到的问题并作做好准备 49准备所需资料 50最重要的准备：积极的态度 51第7章 给客户留  
 下深刻印象的开场白/问候语 54开场白的六个要素 54B2C电话销售中常用的开场白形式 57礼貌而有吸  
 引力的问候语 60实践练习1 如何进行电话前的准备工作 60第8章 探询客户需求是电话销售的核心之一  
 63对客户需求的理解 63潜在的需求和明确的需求 64探询客户需求的关键是提出高质量的问题 66对已知  
 客户情况的B2C电话销售如何探询 70案例3 通过探询转变决策标准，从而扭转形势 71实践练习2 如何探  
 询客户需求 75第9章 根据客户需求有针对性地推荐企业的产品 77有用的概念：USP和UBV 77推荐产品  
 的时机 78推荐产品的三个步骤 79推荐产品的其他关键技巧 81实践练习3 尽快熟悉你的USP对客户的好  
 处 84第10章 客户可能的反应及处理模式 85最好是客户接受电话销售人员的建议 85客户拖延作决策 86  
 实践练习4 当客户拖延作决策时 86客户对电话销售人员的建议不太感兴趣 87实践练习5 当客户对你的  
 建议不太感兴趣时 88客户不太信任电话销售人员 88实践练习6 当客户不太信任你时 89客户对电话销售  
 人员所讲的存有误解 90实践练习7 当客户对你所讲的存有误解时 90电话销售人员无法满足客户的某一  
 具体需求 91实践练习8 当你无法满足客户的某一具体需求时 91第11章 电话结束时一定要达成目标 93在  
 电话中发现购买信号 93达成协议的3个步骤 94达成协议时的必备条件：MAN 96达成协议常用语 96向客  
 户表示感谢 97第12章 千万不可忽视跟进工作 98不同类型客户采取不同的跟进策略 98判断客户的真实  
 情况 102等待客户决策要有耐心 102运用电子邮件与客户保持长期而有效的联系 103从满意的客户那里  
 获得推荐将使企业生意兴隆 103案例4 从满意的客户那里获得推荐 104第13章 如何接听电话 106随时准  
 备接听电话 106谁在给电话销售人员打电话 108两种客户，两种策略，两种不同的技巧 109转接电话 109  
 第一时间判断对方是什么性格 110既然来了，就要抓住客户 110第14章 如何招呼出电话 112寻找销售线  
 索的Outbound Call流程图 113首先要知道是谁在负责自己所销售的产品 113可能需要与“守门人” (如  
 秘书等)交谈 116判断这个客户是否是合格的目标客户 116当找到有明确需求的客户时，需要知道他的  
 需求 117需要明确下一步计划 117需要再次确认客户的联系方式，尤其是对方的电子邮件地址 117真诚  
 感谢 118输入数据库并跟进 118Outbound Call的组织 118第15章 扩大销售和交叉销售提升电话销售人  
 员的业绩 119扩大销售，提高单个产品的价值 119交叉销售带动其他产品的销售 121第16章 优质服务使客  
 户更忠诚 122案例5 处理客户投诉时的两种方法和两种结果 122处理客户投诉的流程 125实践练习9 处理  
 客户的不满 126服务过程中应保持耐心 127第3部分 良好的电话沟通技巧将使电话销售人员更受欢迎  
 129为什么要进行沟通 130案例6 客户喜欢与这样的电话销售人员做生意吗 130第17章 提升在电话中的感  
 染力 133有效运用声音感染力 134用身体语言来影响声音感染力 141实践练习10 提升你的声音感染力  
 141第18章 与客户建立融洽关系 143人的性格特征 144理解客户的性格特征：老鹰、孔雀、鸽子和猫头  
 鹰 145在电话中识别客户的性格特征 153适应客户的性格特征 154赞美对方是电话沟通中的润滑剂 155兵  
 马未到，粮草先行，先寄些资料试试 156实践练习11 你是老鹰？  
 孔雀？  
 鸽子？

还是猫头鹰 156第19章 提问能力与销售能力成正比 159开放式问题和封闭式问题 159提问技巧 160实践练习12 练习你的提问技巧 166第20章 积极倾听技巧 167积极倾听意味着澄清、确认和回应 167案例7 倾听技巧的运用 168积极倾听的其他注意事项 168实践练习13 学习如何积极倾听 170第21章 主动确认才能理解无误 171实践练习14 不同情况下运用不同的确认方法 1726种技巧的总结 172通过分析案例来熟悉相关技巧的应用 173第4部分 相关事宜 179第22章 电话销售人员的关键成功因素 181一定要成为产品应用专家 181沟通能力不可或缺 182自我激励使电话销售人员保持活力和热情 182协调能力使电话销售人员工作起来游刃有余 182案例8 已与客户约好面谈时间，但客户临时更改 183从战略的角度进行客户管理 185强烈的商业意识使电话销售人员更易成功 189第23章 电话销售人员的其他重要方面 190电话销售是建立人际关系的很好的方法 190善于运用六大助手 191电话销售人员的时间管理是一大难题 192电话销售人员需要接受良好的培训 193第24章 解决电话销售中的疑难问题 195如何安排与客户面谈 195案例9 客户招标已进入第三轮，电话销售人员才知道这个线索，他该怎么办 196如何面对“态度恶劣”的客户 200如何与一无所知的客户打交道 202如何面对学识渊博的客户 202如何面对没完没了的客户 203如何判断客户是否在听自己讲 203如何通过电话判断客户对电话销售人员和其公司的态度 204第25章 电话销售的要点总结 205打电话前的准备 205打电话给客户时 205打电话时的规则 207第5部分 附录 211电话销售常用工具 213电话销售技巧培训中的角色扮演案例 217电话销售技巧自我测试 223词汇表 226

章节摘录

第1章 电话营销和销售帮助企业获得更多利润 在深入探讨电话营销和销售究竟是如何帮助企业获取更大利润的之前，让我们先对电话营销和销售进行初步的了解。

谈到电话在销售中的作用，无论是销售人员，还是各级管理人员都是十分认同的。

相信在当今的商业社会，恐怕没有哪家公司和企业可以离开电话这样一种十分有效的工具。

在5年前我写本书的第一版时，基本上100%靠电话销售来完成订单的企业是少之又少；但现在发生了很大的变化，大部分企业都认识到了电话营销和销售所带来的价值，并开始尝试这种营销模式。

电话营销和销售的区别电话营销和销售，简单地讲，就是通过先进的电话技术、计算机技术和互联网技术，通过电话、短信、电子邮件、直邮等多种一对一影响目标客户的营销手段，以保持与客户的接触，从而与客户建立起信任关系；并在建立关系的过程中了解和发掘客户的需求，并满足其需求的过程。

在这里我们用了两个词：营销和销售。

这两个词的含义有什么不同呢？

事实上，从广义上来讲，电话营销包含了电话销售，电话销售仅仅是广义上的电话营销中的一个职能

。

编辑推荐

《一线万金:电话销售培训指南(第3版)》系统介绍了电话营销和销售的特点、优点、流程和销售技巧，给出了电话销售人员需要使用的工具和表格，并列举了大量的实战案例，具有很强的指导性和操作性。

权威电话销售顾问10年实践精髓，出版3年来17次印刷的骄人记录，权威电话营销畅销书辉煌再现修订版，附赠光盘竭诚奉献作者培训课程精华。

电话营销作为一种低成本、高效率、可以一对一和客户建立关系的营销模式，在过去几年中，正在被无数中国企业积极尝试，很多企业在尝试中也体会到了电话营销对企业的价值。

修订版系统介绍了电话营销和销售的特点、优点、流程和销售技巧，给出了电话销售人员需要使用的工具和表格，并列举和补充了大量的实战案例，具有很强的指导性和操作性。

书中还附赠光盘，内容节选作者培训课程的精华内容，供读者亲耳聆听权威专家的提教。

《一线万金:电话销售培训指南》适合呼叫中心或者类似机构使用电话进行营销的人员、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。

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>