

<<电话销售情景实战与技巧培训>>

图书基本信息

书名：<<电话销售情景实战与技巧培训>>

13位ISBN编号：9787513622097

10位ISBN编号：7513622094

出版时间：2013-1

出版时间：鸿蒙 中国经济出版社 (2013-01出版)

作者：鸿蒙

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>

## <<电话销售情景实战与技巧培训>>

### 前言

为什么我们直至声音沙哑，却始终拿不到订单？

为什么我们用真心对待客户，却不能赢得客户的好感？

为什么我们想方设法留住顾客，却只能换来客户的渐行渐远？

为什么我们眼看着交易就要成功，却最终还是与成功擦肩而过？

显然，电话销售并非只是打个电话那么简单。

否则，为什么每年都有数百万不同学历的人加入电话营销的大军，却只有少数电话销售人员能成为行业里的精英，领着数万的月薪？

同样作为电话销售人员，为什么我们不能获得成功？

不得不承认，电话销售是一个不断面对被拒绝的事业，不仅要面对客户的拒绝，还要时常面对因为失败而产生的自我拒绝，一个能够在接连不断的拒绝中学会战胜自己的人才有可能成为一名优秀的电话销售人员。

电话销售是一种高效率、低成本的销售模式，这种销售手段不仅能够迅速接触到客户，而且能够通过更方便、更快捷的方式发掘潜在客户，因而也更容易取得较高的经济效益，因此被广泛应用于各个行业。

如何通过电话与客户达到良好的沟通效果，并完成自己的销售意愿，并不是一门简单的学问。

本书详细讲解了电话销售开始前的准备、开场前棘手问题的处理、赢得客户好感和信任的方法、让客户下定决心成交的策略、接听销售电话的技巧以及处理售后服务的应对态度等问题，为电话销售人员设计了一套量身定做的电话销售脚本。

本书深入浅出地解析了电话销售话术秘诀，囊括了大量的经典实战情景。

明了的案例解析，实用的方法策略和权威的专家建议，是一本能够实实在在提高电话销售人员业绩的实务书。

我们相信，从今天开始，每天学会一种情景的应对话术，你就能够轻松驾驭电话销售。

当然，鉴于不同产品间的差异性，其电话销售策略也不尽相同。

这就要求你能多多借鉴本书中的实战情景，思考本书中的话术技巧，然后才能灵活地运用本书中的话术策略。

最后，希望每个读者在读过本书后，都能够在电话销售行业大显身手，成为精英中的精英。

届时，你或许会发现，成功并没有你想象中的那么难。

## <<电话销售情景实战与技巧培训>>

### 内容概要

《一线销售人员实战培训书系:电话销售情景实战与技巧培训》明了的案例解析,实用的方法策略和权威的专家建议,是一本能够实实在在提高电话销售人员业绩的实务书。

《一线销售人员实战培训书系:电话销售情景实战与技巧培训》详细讲解了电话销售开始前的准备、开场前棘手问题的处理寻客户好感和信任的方法、让客户下定决心成交的策略、接听销售电话的技巧以及处理售后服务的应对态度等问题,为电话销售人员设计了一套量身定做的电话销售脚本。

## &lt;&lt;电话销售情景实战与技巧培训&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 第一章 拿起电话前，你要做好这样的准备 让你的声音更具感染力 了解自己的产品 电话销售员必须掌握的时间管理技巧 自我定位要清晰 语气要坚定 打电话前确保你找对了人 把握寻求共同点 如何找出客户的潜在需求 需要解决的4个问题 第二章 30秒，让客户放不下电话 设计有效开场白的3个方法 绕过障碍的关键技巧 从客户利益出发 从解决实际问题出发 在信息上做文章 在客户对手身上做文章 用专业素质赢得客户的信任 第三章 弱化推销氛围，让进一步交流无障碍 如何快速了解陌生客户的基本资料 突破客户心理防线的话术技巧 时刻向客户传递积极情感 强化客户被尊重的心理体验 用心倾听，时时留意客户的反馈 巧用赞美拉近与客户的心理距离 做客户的知心朋友，赢得顾客信任 第四章 以需求为中心，瞬间激发客户的兴趣 利用优势设计问题来引导需求 利用询问确认客户需求的4个步骤 快速发现客户的需求 让客户接受销售观点的技巧 着眼于客户的现状和期望之间的差距 用产品卖点抓住客户需求 引导客户抱怨，从中寻找突破口 察觉客户敏感问题的技巧 利用敏感问题吸引客户的注意力 抓住和强化客户的兴趣点 第五章 让客户无法说“不”的话术技巧 及时疏导客户的负面情绪 我只是想跟您简单谈谈 用惯性思维引导客户说“是” 勇敢面对客户的拒绝 常见4种推脱的应对技巧 有时拒绝意味着另一个机会 应对客户真实反对意见的技巧 第六章 将可能变必然，在客户犹豫不决时“帮他一把” 用积极的措辞来表达不足 探明客户顾虑，立即为其释疑 为客户分析拖延会带来的利益损失 适当放大问题危害性 从客户个人标准着眼 客户说“功能太多”时 促成交易的关键及相关技巧 识别客户的成交信号 第七章 决定成交后的议价技巧 谨慎报价避免敏感问题 得到承诺后再报价 巧用“阶梯降价法” 当产品无议价空间，客户要求打折时 用产品的使用时间淡化高价位 用详细明细淡化价格的“贵” 发挥礼品的最大价值 处理价格异议的16个小技巧 第八章 接听客户来电，抓住“送上门”的机会 快速记录客户信息资料 利用网络搜索客户的相关信息 深度发掘来电客户的需求 以“少量试用”吸引客户 以“最后期限”触动客户“怕买不着”的心理 以“最后一个问题”提出解决方案 第九章 完美电话邀约，让客户无法拒绝 不可卑躬屈膝，要真诚邀约 轻描淡写提出邀约请求 以“二选一”式提问确定与客户的会面时间 利用心理惯性进行电话邀约 邀约时，避免以自我为中心 目的明确，不给客户拒绝的机会 第十章 超越成交：维护“打”出来的交情 成交不算完：重视售后，适时回访 与核心客户建立长期有效的联系 让老客户为你介绍新客户 妥善处理抱怨电话，消除客户不满 处理客户投诉，稳定客户关系 言出必行，客情关系宜走长线 这样收款、催款不伤和气 寸土必争，绝不放任客户流失 在“热恋期”及时跟进 根据客户的不同情况确定跟进方法 跟进频率的把握：不紧不慢 寻找与客户共同点 在售后往来中探寻销售线索

## <<电话销售情景实战与技巧培训>>

### 章节摘录

版权页： 限制性提问会在无形中迫使客户按你的思路思考，从而影响到他的选择。

有名的“二选一”提问法就是限制性提问的典型代表。

将这种提问方法用于电话销售员与客户约定拜访时间，就无形中帮对方做了一个“接受邀约”的决定。

“二选一”提问式邀约的潜台词实际上是：“不管您有没有空，都要接受我的约见请求，只是时间由您来定。”

” [电话销售情景] 电话销售人员：“赵先生，您觉得我们为您试制订的这套理财计划怎么样？”

” 客户：“听起来还不错。”

” 电话销售人员：“您看这样可以吗，赵先生？”

我抽个时间，把我们今天所谈的这份计划的详细资料给您送过去。

到时，您有什么想法的话也可以直接和我交流。

” 客户：“嗯，也好，那你送到我办公室吧。”

” 电话销售人员：“好的。”

那您看我是明天过去还是后天过去呢？”

” 客户：“明天吧。”

” 电话销售人员：“好的，没问题，那明天上午还是下午呢？”

” 客户：“下午吧，我下午有空。”

” 电话销售人员：“那后天下午两点钟，您看可以吗？”

” 客户：“可以。”

” [问题解析] 情景中，这名电话销售员正是采用了“以二选一”确定时间的方法成功地与客户约定了时间，迈出了成功销售的重要一步。

[电话销售实战技巧] “二选一”提问式邀约能够帮你成功达到约见的效果，但其前提是使用得当，即你需要注意一些不可忽视的问题。

1.从客户的角度出发 作为销售业从业者，应当在任何时候都把客户摆在第一位，即任何考虑都应首先站在客户的角度。

在与客户约定会面时间时，电话销售员也要从客户的角度出发，你所划出的时间范围一定要是对对方最可能接受的，千万不要以自己的角度为准。

这样一来，客户才会觉得自己掌握着主动权，觉得这是他自己做出的选择，而不是你强加给他们的。

如下面例子就有强迫客户的意味：“我是明天去拜访您呢，还是后天去拜访您呢？”

” 而采用下面的话术则会好得多：“我去拜访您一下吧，您看您是明天上午方便呢，还是下午方便呢？”

” “陈女士，您是今天有时间还是明天有时间？”

我们好派人到您家亲自检查一下门窗安全问题。

” 2.提出的选择最好不要多于两个 电话销售员在提出选项让客户选择的时候，选项最好不要多于两个，因为选择很多的话，很可能让客户眼花缭乱，最终因困惑而难以选择。

3.巧妙处理客户的推脱 当然，并不是所有的顾客都会任你“摆布”，哪怕你使用了“二选一”的技巧。

。

## <<电话销售情景实战与技巧培训>>

### 编辑推荐

《一线销售人员实战培训书系:电话销售情景实战与技巧培训》介绍：为什么我们直至声音沙哑，却始终拿不到订单？

为什么我们用真心对待客户，却不能赢得客户的好感？

为什么我们想方设法留住顾客，却只能换来客户的渐行渐远？

为什么我们眼看着交易就要成功，却最终还是与成功擦肩而过？

《一线销售人员实战培训书系:电话销售情景实战与技巧培训》深入浅出地解析了电话销售话术秘诀，囊括了大量的经典实战情景。

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>