

<<电话销售实战案例精选>>

图书基本信息

书名：<<电话销售实战案例精选>>

13位ISBN编号：9787111350613

10位ISBN编号：7111350618

出版时间：2011-7

出版时间：机械工业

作者：舒冰冰

页数：272

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>

<<电话销售实战案例精选>>

前言

我曾读过一个非常感人的故事。

有一个小男孩，出生在海边的一个渔民家里，长到三岁时才能开口说一些简单的话，幼儿园也读了三年。

在上小学、初中时，他的成绩总是排在年级的最末尾。

每次考试成绩出来后，他都会拿着成绩单问他妈妈：“妈妈，为什么我和其他同学一样努力，可是我的成绩却总是没有他们好？”

没有受过太多教育的妈妈不知道怎样安慰自己的孩子。

妈妈怎么可能告诉自己的孩子，他天生就没有别人聪明呢，更何况自己的孩子已经承受了太多不公平的歧视。

所以每当这个时候，妈妈总是保持沉默。

一个夏天的傍晚，妈妈带着长大的孩子准备出海去打鱼。

来到海边，潮水刚刚退去，沙滩上留下了很多小鱼，引来了成群的海鸥和灰雀。

这时一阵海浪打来，那些灰雀便迅速起飞，只扑腾了一两下翅膀，就飞得无影无踪了。

而那些海鸥总是显得如此迟钝，等到海水将自己的翅膀打湿了，才慢慢起飞。

看到此情此景，妈妈突然明白了一个道理，那个一直以来她不敢面对的问题，今天终于有了答案。

她回过头去，看着已经读到高中的孩子，对他说：“儿呀，你刚才看到那些海鸥和灰雀了吗？”

他们外表看起来没什么差别，但那些小灰雀似乎要比海鸥聪明、灵敏得多。

可是，你知道吗，孩子，能够翱翔大海、飞过大洋的是海鸥，不是灰雀。

” 儿子听懂了妈妈的话，留下了两行滚烫的泪水。

三年后，他以全省第一的优异成绩考上了中国一流的高等学府——清华大学。

这是一个曾感动过千千万万天下父母的真实故事。

我不敢自诩就是一只海鸥，因为我目前的状况离心中的理想还很远。

但是，曾几何时，我却真真实实地扮演过灰雀的角色：看起来很棒——思维敏捷、行动迅速、聪明过人，但最终却成了一只怎么也飞不高的小小鸟。

直到后来，当我将自己所有的骄傲、所有的虚荣、所有的聪明统统碾碎，将之踩到脚下，真正放下，重新起飞时，才发觉没有这些包袱的飞行是如此轻松。

正因为飞得轻松，所以才能够飞得更高、更远。

我出生在四川内江一个偏僻的小乡村，兄弟姐妹四个，父母是农民。

因为经济能力有限，最后只有我很幸运地读完了中专，其他三个只读完了初中。

在大家看来，当今这个批量生产大学生的时代，一个中专生实在不足挂齿。

然而，如果您有机会到我的家乡去看看，也许就不会下这样的结论了。

我的家乡，还是一个靠砍柴来烧火做饭的地方，一个家庭一年到头能够填饱肚子就是一件很令人羡慕的事情；如果哪个家庭能够供自己孩子上完初中就被认为是有钱的人家——那里还是一个贫穷落后的地方。

正是在这样的环境里，五六岁的时候，我就得背着背篓去砍柴，七八岁时就得帮父母做一些农活。

1997年，读中专时，因为学费昂贵，父母能给我的生活费每月不到100元，我不得不靠在宿舍里卖方便面来维持学业。

时过境迁，往事历历在目。

回想过去，我心中充满的却是说不尽的感激！

感谢父母的养育之恩！

感谢兄弟姐妹的手足情深！

感谢家乡那艰难的环境给予我的磨炼！

感谢上苍——我依然还活着。

一定要感谢自己还活着，因为只有活着，未来才有希望。

我于2000年6月来到广州，来到这个据说“遍地是黄金”的国际大都市，开始寻找我的梦。

<<电话销售实战案例精选>>

然而在广州工作的第一年，我那美丽的梦就被现实无情地粉碎了。

我先后换了六份工作：做过保险、做过洗发水直销、做过保健器材推广、做过建筑工地发电机的销售、做过团体制服拉订单的业务、做过酒店服务生。

每个工作最长时间不超过3个月，最短的只有不到10天，最终都以失败告终。

最后，我向自己的亲戚朋友借钱，租了一个门面做生意，还是失败。

折腾到这个时候，我已经筋疲力尽，不但没有挣到钱，还欠了一屁股债。

更可怕的是，这时我的精神状况非常糟糕。

我对未来失去了信心，感觉前途一片迷茫，不知道自己适合做什么、能够做什么。

就是在这个时候，我认识了生命中的贵人李向阳老师，他当时在一家世界500强公司做营销总监。

李向阳老师为人坦荡，心地善良，待人真诚，进取心强，且饱读圣贤书。

最宝贵的是他有一双犀利的眼睛，特别善于发现人才。

一次偶然的机，李老师公司招聘省区经理，我尝试去应聘，因此得到了一次与李老师畅聊的机会。

李老师在了解了我的情况后，当时就开玩笑地对我说：“您绝对是一只超级黑马股，我决定投资您这只潜力股。”

在李老师的建议下，我最终选择了改变我一生的工作机会——电话营销。

在正式从事电话营销前，李向阳老师帮我分析了以往失败的原因：虚荣心强、骄傲自大、自以为是，也就是前面所说的灰雀的特征。

他说得很尖锐，毫不留情，但是每一句都点到我的要害。

想想自己每进一家公司，就迫不及待地表现自己：学得比别人快、理解比别人快、思维比别人快、行动比别人快。

在所有人眼里，我看起来绝对是最棒的。

我的虚荣心得到了极大地满足。

然而，快乐时光总是如此短暂。

一段时间后，当其他同事——那些看起来很普通的员工一个一个做出了业绩时，我这个看起来最棒的却因为种种原因还没有做出业绩。

巨大的压力开始向我袭来。

为了保住自己的面子，我最终不得不选择辞职。

这便是我当初失败的真正原因：看起来很棒，却不肯下苦工夫。

针对这种情况，李老师送了我一句话，直到现在，我还时时刻刻铭记在心：“如果某一天，别人把您当傻瓜的时候，那就是您成功的开始。”

当时，我有点犯迷糊，“成功之前要看起来像个傻瓜？”

“这是什么成功学逻辑？”

难道李老师在糊弄我？

但看着李老师真诚的眼神，我相信了李老师的话，我决定接受这条暂时还不能完全领悟的建议。

对，我要学会做一只海鸥！

痛定思痛，当我开始新的工作——电话营销工作时，我开始刻意隐藏自己的锋芒：不炫耀、不争辩、不张扬，踏踏实实做事，老老实实做人。

现在这样说很轻松，但我当初这样做却不是一件轻松的事，特别是在电话营销这个以女性为主的行业。

我是2001年8月开始接触电话营销的。

最初我是在一家人才市场工作，主要工作是打电话邀约客户到公司的场地租摊位、招聘人才。

广州恐怕是全国人才流动最活跃的城市之一，所以广州的几家大型人才市场的竞争也异常激烈。

当时为了应对激烈的竞争，公司特地外请了一位培训师，对公司30多名新招来的业务员进行了为期30多天的电话营销技巧培训。

然而恶习难改，我又犯了与以往相同的错误：好表现。

因为接受能力强，反应速度又快，培训师刚说完，我就积极发言，宣告自己完全理解了，让那些看起来有些内向腼腆的新同事特别羡慕。

<<电话销售实战案例精选>>

几乎所有的同事和公司领导都认为我将是业绩最好的一个，我自己也特有信心。

我告诉自己，“我一定是最棒的”！

然而天不遂人意，我连续两个月没有业绩，尽管自己使用了培训师所讲的所有技巧，而且当时的培训师和公司领导还特地分析了我的电话录音，一致认为我的说话方式和表达没有问题。

一切都没有问题，但没有业绩就是最大的问题！

那些在接受培训时反应不那么敏捷的“海鸥”们，一个一个签了订单，出了业绩，而我这只“灰雀”此时风光不再。

我情绪一落千丈，自感“无颜面对江东父老”，最后灰溜溜地辞职了。

几个月后，我加入了当时在国内数一数二的一家商旅公司，现在这家公司已经上市。

我当初刚加入这家公司在广州的分公司时，其电话营销部门只有9个人，且全都是女性，其主要工作是通过电话推广一种可以在出差旅游时享受到优惠和折扣的商务旅行卡。

因为以前的工作经历，这一次，我开始刻意保持低调。

但万万没有想到的是，正是由于这种低调的表现，我立即受到了来自同事们的特别“礼遇”。

因为初来乍到，又因为看起来工作不出色，当时的主管和老员工开会时就用一种那时我还听不懂的语言——粤语进行交流。

每次开会和总结工作时我都不知道她们在讲什么。

我提出“希望她们用普通话交流”的建议也根本没用，老员工似乎都喜欢看到我很困惑和无所适从的样子。

每天早上上班，我面带微笑地和她们打招呼，也得不到友善的回应；吃中饭和下班时，也从来没有谁会叫上我。

真是寂寞呀！

但这对我来说却是好事，因为没有谁在意我的存在，所以也就没有干扰。

我赢得了很多时间，同时也赢得了—一个很宽松的环境——因为没有谁愿意把我这只不起眼的“海鸥”作为竞争对象。

因此，我可以一心一意地思考我的工作，复习以往培训过的电话营销技巧课程笔记，检讨以往的工作，踏踏实实地做好工作中的每一个环节，并斟酌每一句话的表达方式，包括语气、语调，甚至用词。

我每天至少要给200个陌生人打电话。

功夫不负有心人，付出总有回报。

两个月后，我的个人业绩占到整个部门业绩的80%。

这时，主管和同事们对我的态度发生了180。

的转弯：开会时统一使用普通话；同事们开始争着坐在我的旁边，想知道我是如何与客户交流的，好取点儿经；下班和周末也有同事找我玩了。

这种现象的确很有趣，也是我至今难以理解的人性奥秘。

也许像中国的一句俗话说的那样，“枪打出头鸟”，但如果您飞得够高，枪就打不到您了，想打您的人也只好抬头仰望着您了。

呵呵，这样说似乎太“灰雀”了。

但最终我还是选择了离开，因为这时我对自己的人生有了新的规划，决定将电话营销作为自己终生追求的事业。

离开这家公司后，我选择了一家做培训咨询业务的公司，其所有的业务都是通过一部电话来完成的。

在这家培训公司里，我工作得很开心，与同事的关系也非常好，同时还结识了一大批移动、电信、联通、IT、金融、保险、咨询等行业的精英。

除了工作关系之外，我还同他们建立了深厚的友谊。

而且，通过努力，我的个人业绩占到整个公司业绩的98%以上。

如果您打算进入电话营销这个行业，现在正是大好时机。

因为在美国、日本等发达国家，从事电话营销工作的人数占到总就业人口的3%，而中国的电话营销刚刚起步，从业人员还不到总就业人员的万分之一，电话营销的潜力和空间非常巨大。

毫无疑问，未来十年里，电话营销行业将造就大批的精英。

<<电话销售实战案例精选>>

我不是天才，也谈不上绝顶聪明，我和千千万万正在从事与电话营销相关工作的人一样普通。但我非常幸运，因为我找到了一把钥匙，一把打开“电话营销”这个拥有无限宝藏的宫殿大门的钥匙。

因为有了这把钥匙，我在不到两年的时间内，个人销售业绩就从0突破到1000万元/年。

在这本书里，我没有隐瞒什么，也没有虚夸什么。

我是怎么想的、怎么做的，我就是怎么写的。

钥匙就在这本书里。

打开这本书，找到这把钥匙，您就可以拥有属于您的宝藏。

祝您好运！

另外，如果这本书的出版，还能够为中国电话营销行业的发展、繁荣起到一点点的推动作用，那便是意外惊喜了。

孟子曰：“独乐乐，与人乐乐，孰乐？”

”曰：“不若与人”。

在中国电话营销世界的旷野中，期待与您一起飞翔！

您永远的好朋友：舒冰冰 2011年3月10日

<<电话销售实战案例精选>>

内容概要

本书从实战角度，运用经典而独特的电话销售案例，系统而详尽地剖析了电话销售人员实用的技巧和方法，总结并具体讲解了电话销售必须熟练掌握的沟通技能、销售技巧。这些技巧和方法实用有效，读者可以拿来即用，迅速提升销售业绩。

本书适合使用电话进行销售的人员、服务人员、技术支持人员，以及所有销售人员和销售管理人员阅读，也适合对电话营销模式感兴趣，准备或正在使用电话营销模式的人员阅读。本书可以作为团队培训教材，也可以作为电话营销领域研究人员的参考资料。

<<电话销售实战案例精选>>

作者简介

舒冰冰是谁

2本电话销售畅销书作者，8年电话销售培训辅导经验，10年一线电话销售实战经验，5万封学员课后亲笔感恩信，8万条各行各业电话录音分析经验，30万通电话外拨实战经验，1000万每年电话销售惊人业绩纪录——至今无人能破，100年只做一件事情——专心专业专做电话营销。

核心培训课程

王牌电话沟通技巧、卓越电话营销技巧、卓越电话服务技能、电话客户经理综合素质提升、升级版电话营销。

服务过的部分客户

中国移动——200多家；中国电信——150多家；中国联通——100多家；金融机构——100多家；其他行业(电视购物、软件公司、报纸杂志、中介服务)——100多家。

主要著作

《打遍天下：拿到订单的电话营销实战案例》、《一点就通：电话销售业绩倍增指南》、《电话营销真功夫》等。

<<电话销售实战案例精选>>

书籍目录

推荐序 营销的本质是什么

前言 我是如何成为电话销售冠军的

第一篇 专业的电话沟通技能

第一章 必备核心技能——微笑

案例1-1 必须做到言简意赅

案例1-2 别用“专业词汇”来唬人

案例1-3 微笑的力量

案例1-4 时刻为好结果做好准备

案例1-5 绕圈子的自作聪明者

案例1-6 电话沟通综合技能

第二章 必备核心技能——提问

案例2-1 移动增值业务案例分析

案例2-2 保险公司案例分析

案例2-3 咨询公司案例分析

案例2-4 旅游公司案例分析

案例2-5 IT行业案例分析

案例2-6 汽车行业案例分析

第三章 必备核心技能——倾听

案例3-1 急躁的接线员

案例3-2 数字确认很关键

案例3-3 不该发生的悲剧

案例3-4

抽奖都是骗人的

案例3-5 我已经把你们的卡丢掉了

案例3-6 把你们领导的电话告诉我

第四章 必备核心技能——引导

案例4-1 引出产品

案例4-2 需求挖掘

案例4-3 需求创造

案例4-4 交叉销售

第五章 必备核心技能——同理

案例5-1 肯定对方

案例5-2 安慰对方

案例5-3 支持对方

案例5-4 同理自己

案例5-5 示弱

案例5-6 书面同理

第六章 必备核心技能——赞美

案例6-1 您的声音真美

案例6-2 您是这个行业的高手

案例6-3 忙代表您能干呀

案例6-4 我要感谢您的严厉

案例6-5 您是一个思想家

第二篇 专业的电话销售技巧

第七章 必备核心技巧——轻松过关

<<电话销售实战案例精选>>

案例7-1 直呼其名

案例7-2 甜言蜜语的威力

案例7-3 同理对方

案例7-4 事先约定的电话

案例7-5 高姿态过关

案例7-6 客户身份

案例7-7 关怀电话

案例7-8 请求电话

案例7-9 关系电话

案例7-10 顾问电话

第八章 必备核心技巧——挖掘需求

案例8-1 没有需求创造需求

案例8-2 挖掘客户潜在需求

第九章 必备核心技巧——卖点提炼

案例9-1 独特卖点提炼——服务

案例9-2 独特卖点提炼——方便

案例9-3 独特卖点提炼——吉祥

案例9-4 独特卖点提炼——感觉

第十章 必备核心技巧——异议处理

案例10-1 价格太高了

案例10-2 不需要

案例10-3 考虑考虑

案例10-4 现在很忙

案例10-5 领导还没同意

案例10-6 我们已经有了其他供应商了

第十一章 必备核心技巧——促成成交

案例11-1 不确定成交法

案例11-2 直接促成法

案例11-3 危机成交法

案例11-4 最后期限成交法

案例11-5 少量试用成交法

案例11-6 “最后一个问题”成交法

第十二章 必备核心技巧——关系维护

案例12-1 关系维护工具之一——电话

案例12-2 关系维护工具之二——短信

案例12-3 关系维护工具之三——邮件

案例12-4 关系维护工具之四——书信

案例12-5 关系维护工具之五——礼物

案例12-6 关系维护工具之六——服务

第三篇 电话销售实战分享

第十三章 客户常见拒绝应对策略

情景1 “我不需要”

情景2 “先发份传真过来吧”

情景3 “这事我不负责，谁负责我不清楚”

情景4 “我现在忙，没时间，以后再说吧”

情景5 “把电话留下，我们有需要的时候再跟您联系吧”

情景6 “我们现在还没有这个需求”

<<电话销售实战案例精选>>

情景7 “我们已经其他供应商了”

情景8 “你们都是骗子”

情景9 “你们的产品没什么效果”

情景10 “你们的价格太高了”

情景11 “让我考虑考虑/我需要时间考虑”

情景12 “××公司不错，我们打算跟他们合作了”

情景13 “今年我们公司亏损很严重，没钱”

情景14 “领导还没有决定，等决定好了再给您电话吧”

情景15 “你们已经打过很多次电话了，以后不要再打过来了”

情景16 客户一言不发或以“嗯、嗯”声代替

情景17 几种特殊电话的处理

第十四章 经典电话销售案例分享

案例14-1 “你们的刘总近来还好吗”

案例14-2 “是最受欢迎的课程”

案例14-3 “您现在暂时不要购买”

案例14-4 “您公司现在缺敬业的人吗”

案例14-5 “您几位？”“我两位”

案例14-6 “这是个秘密”

案例14-7 “等我能力提高了再说吧”

案例14-8 “您应该姓‘牛’才对”

案例14-9 “我发现了您成功的秘密”

案例14-10 “打电话给您是特意来感谢您的”

附录

附录A 舒冰冰经典语录

附录B 舒冰冰经典电话营销感悟

附录C 最新的应对客户拒绝的经典话术——舒冰冰设计

附录D 测测您的倾听与回应水平

附录E 电话销售人员亲和力测试

<<电话销售实战案例精选>>

章节摘录

版权页：现在格力空调老总董明珠，在她写的一本自传《棋行天下》中讲到这样一段经历。她当初做销售人员在开拓南京市场时，格力空调还不怎么有名，只是中国众多大空调品牌中的一个小角色。

而且当时空调市场的游戏规则基本上都是先发货、后付款。

董明珠单枪匹马来到南京，她带着一个使命：要将格力空调在当地的市場打开，并且要打破当时的游戏规则，建立一个新规则：要求格力空调的经销商先付款、后发货。

在起初的几个月，董明珠遇到了难以想象的困难。

她几乎跑遍了南京城内所有经销空调的经销商，就是没有一家经销商愿意按新规则与她合作。

最后，董明珠在拜访了一家商场的总经理五次以后，对方丢下一句话：“我商场里还有不少你们公司的存货。

您看这样吧，等这批存货销完了，我再考虑考虑您提出的合作条件。

”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。

董明珠立即开展了一系列的促销活动，并亲自到一线帮忙。

不到一个星期，那家商场的格力空调便卖光了。

商场经理也没有食言，一下子就汇了200多万元货款到格力珠海总部。

从此，格力空调在南京的市場便迅速打开，业绩一路狂飙，同时也树立了空调行业的新规则。

<<电话销售实战案例精选>>

编辑推荐

《电话销售实战案例精选》通过大量的实战案例和经典故事，帮您系统掌握电话销售的核心技能，快速提升销售业绩。

具体包括：即使看不见，也要保持微笑、要了解客户，就要多听听客户说什么、换位思考，将心比心，真正读懂客户的心、绕过种种障碍，才能到达目标客户、只有好的卖点，才能真正打动客户、掌握成交技巧，把握临门一脚、问对问题，才能得到想要的答案、让客户购买产品，也要循循善诱、人人都喜欢被赞美，客户也不例外、客户没需求，就要挖掘需求、创造需求、异议和拒绝是成交的障碍，必须一一清除、产品卖出去后，销售才刚刚开始。

2本电话销售畅销书作者，8年电话销售培训辅导经验，10年一线电话销售实战经验，5万封学员课后亲笔感恩信，8万条各行各业电话录音分析经验，30万通电话外，拨实战经验，1000万每年电话销售惊人业绩纪录舒冰冰是谁？

打电话不要一开始就销售产品，而是要思考我这通电话能给客户提供怎样的价值？

客户为什么要花间接听我的电话？

不能为客户带来价值的电话就是一种变相骚扰。

每一通电话都要为客户创造价值，否则就不要打电话给你的客户。

——摘自著名电话销售培训专家李向阳为《电话销售实战案例精选》撰写的推荐序

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>