

<<一线万金>>

图书基本信息

书名：<<一线万金>>

13位ISBN编号：9787115101204

10位ISBN编号：7115101205

出版时间：2003-01-01

出版时间：人民邮电出版社

作者：张烜搏

页数：270

字数：214

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>

<<一线万金>>

内容概要

随着呼叫中心（Call Center）在中国的推广和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。

越来越多的企业对这种销售模式感兴趣并纷纷尝试。

本书系统介绍了电话营销和销售，着重分析了电话销售的流程，提供了电话销售的技巧。同时，本书列举了大量案例，使理论与实践有机结合，列出了电话销售人员可能使用的一些工具和表格，具有很强的可操作性和指导性。

本书适合那些工作在呼叫中心或类似呼叫中心（如公司专设几部电话线）中使用电话销售的人员、电话服务人员、电话技术支持人员和在企业中所有使用电话的销售人员阅读，也适合那些对电话销售模式感兴趣，希望引进或正在采用电话销售模式的企业家和管理者阅读，当然也可作该领域研究人员或学……

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 5 运用电话销售可以解决这些问题 9 典型的电话销售模式 11 不可不看：电话销售是交易型销售还是顾问型销售 14 所有的企业都适合使用电话营销和销售 15 引进电话营销和销售可分两步走 16 第2章 电话营销和销售的六个关键成功因素 17 准确定义目标客户 17 准确的营销数据库 18 良好的系统支持 18 各种媒介的支持 19 明确的、多方参与的电话销售流程 19 高效专业的电话销售队伍 20 第3章 电话营销职能为销售活动打基础 21 建立和维护营销数据库是电话营销的基础职能 22 获取各种信息 23 获取销售线索 24 组织研讨会和会议邀请 25 直邮是否属于电话营销职能 26 第2部分 电话销售职能 29 第4章 电话销售所面临的挑战 30 最大的挑战在于建立信任关系 30 电话销售人员肯定会面对的其他挑战和障碍 34 第5章 以客户为中心的电话销售流程 36 案例1 一个电话完成笔记本电脑的销售 36 客户决策的6个心理步骤 41 电话销售的6个步骤 44 以客户为中心的销售流程中的重点(选读) 45 第6章 充分的准备将使电话销售人员更易达成目标 53 明确电话销售人员和客户各自的电话目的 54 明确电话销售人员和客户各自的电话目标 55 案例2 客户打电话来,要订购30台笔记本电脑 57 案例2——如何做准备：准备电话目的和电话目标 57 为达到目标所必须问的问题 58 案例2——如何做准备：为达到目标所必须问的问题 59 设想电话中可能发生的事情并做好准备 59 案例2——如何做准备：设想电话中可能发生的事情并做好准备 60 设想客户可能会提到的问题并做好准备 61 案例2——如何做准备：设想客户可能会问的问题并做好准备 61 准备所需资料 62 案例2——如何做准备：准备所需资料 63 最重要的准备：积极的态度 63 第7章 给客户留下深刻印象的开场白/问候语 67 开场白的5个要素 67 礼貌而有吸引力的问候语 69 案例2——开场白 70 实践练习1 如何进行电话前的准备 70 第8章 探询客户需求是电话销售的核心之一 73 对客户需求的理解 74 潜在的需求和明确的需求 74 探询客户需求的关键是提出高质量的问题 77 案例2——探询客户需求 81 案例3 通过探询转变决策标准,从而扭转形势 82 实践练习2 如何探询客户需求 87 第9章 根据客户需求有针对性地推荐企业的产品 89 有用的概念：USP和UBV 89 推荐产品的时机 90 推荐产品的3个步骤 91 案例2——有针对性地推荐产品 94 实践练习3 尽快熟悉你的USP对客户的好处 95 第10章 客户可能的反应及处理模式 96 最好是接受电话销售人员的建议 96 客户拖延作决策 97 实践练习4 当客户拖延作决策时 98 客户对电话销售人员的建议不太感兴趣 99 实践练习5 当客户对你的建议不太感兴趣时 99 客户不太信任电话销售人员 100 实践练习6 当客户不太信任你时 101 客户对电话销售人员所讲的存有误解 102 实践练习7 当客户对你所讲的存有误解时 103 电话销售人员无法满足客户的某一具体需求 104 实践练习8 当你无法满足客户的某一具体需求时 104 第11章 电话结束时一定要达成目标 106 在电话中发现购买信号 107 达成协议的3个步骤 108 达成协议时的必备条件：MAN 109 达成协议常用语 110 向客户表示感谢 110 第12章 千万不可忽视跟进工作 112 不同类型客户采取不同的跟进策略 112 判断客户的真实情况 116 等待客户决策要有耐心 117 运用电子邮件与客户保持长期而有效的联系 118 从满意的客户那里获得推荐将使企业生意兴隆 118 案例4 从满意的客户那里获得推荐 119 第13章 如何接听电话 121 随时准备接听电话 122 谁在给电话销售人员打电话 123 两种客户,两种策略,两种不同的技巧 124 转接电话 125 亲切的问候语 126 第一时间判断对方是什么性格 126 既然来了,就要抓住客户 127 第14章 如何招呼出电话 128 寻找销售线索的Outbound Call流程图 129 首先要知道是谁在负责自己所销售的产品 130 可能需要与“守门人”(如秘书等)交谈 133 判断这个客户是否是合格的目标客户 133 当找到有明确需求的客户时,需要知道他的需求 134 需要明确下一步计划 134 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 135 真诚感谢 135 输入数据库并跟进 135 Outbound Call的组织 136 第15章 扩大销售和交叉销售提升电话销售人员的业绩 137 扩大销售提高单个产品的价值 137 交叉销售带动其他产品的销售 139 第16章 优质服务使客户更忠诚 141 案例5 处理客户投诉时的两种方法和两种结果 141 处理客户投诉的流程 145 实践练习9 处理客户的不满 146 服务过程中应保持耐心 147 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 149 第17章 提升在电话中的感染力 153 有效运用声音感染力

<<一线万金>>

154 用身体语言来影响声音感染力 161 实践练习10 提升你的声音感染力 162 第18章 与客户建立融洽关系 164 人的性格特征 165 理解客户的性格特征：老鹰、孔雀、鸽子和猫头鹰 166 在电话中识别客户的性格特征 176 适应客户的性格特征 177 赞美对方是电话沟通中的润滑剂 178 兵马未到，粮草先行，先寄些资料试试 179 实践练习11 你是老鹰？
孔雀？
鸽子？
还是猫头鹰 180 第19章 提问能力与销售能力成正比 183 开放式问题和封闭式问题 183 提问技巧
185 实践练习12 练习你的提问技巧 190 第20章 积极倾听技巧 191 积极倾听意味着澄清、确认和回应 191 案例7 倾听技巧的运用 192 积极倾听的其他注意事项 193 实践练习13 学习如何积极倾听 195 第21章 认同心拉近与客户的距离 196 实践练习14 向客户表达认同心 197 第22章 主动确认才能理解无误 199 实践练习15 不同情况下运用不同的确认方法 200 6种技巧的总结 200 通过分析案例1来熟悉相关技巧的应用 201第4部分 相关事宜 209 第23章 电话销售人员的关键成功因素 210 一定要成为产品应用专家 210 沟通能力不可或缺 211 自我激励使电话销售人员保持活力和热情 211 协调能力使电话销售人员工作起来游刃有余 212 案例8 已与客户约好面谈时间，但客户临时更改 212 从战略的角度进行客户管理 215 强烈的商业意识使电话销售人员更易成功 219 第24章 电话销售人员的其他重要方面 221 电话销售是建立人际关系的很好的方法 221 善于运用六大助手 222 电话销售人员的时间管理是一大难题 224 电话销售人员需要接受良好的培训 225 第25章 解决电话销售中的疑难问题 227 如何安排与客户面谈 227 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 228 如何面对“态度恶劣”的客户 234 如何与一无所知的客户打交道 235 如何面对学识渊博的客户 236 如何面对没完没了的客户 236 如何判断客户是不是在听自己讲 237 如何通过电话判断客户对电话销售人员和其公司的态度 238 第26章 电话销售的要点总结 239 打电话前的准备 239 打电话给客户时 240 打电话时的规则 242第5部分 附录 245 电话销售常用工具 246 电话销售技巧培训中的角色扮演案例 254 电话销售技巧自测题 261 词汇表 267感谢语 269

编辑推荐

电话销售在国外已有相当长明间的发展，而在中国几乎这是一个空白，戴尔公司是在中国真正从事电话销的第一家公司，而其在中国短短4年的业绩也表明了电话销售模式在中国的实践是成功的。张恒搏的这本书，一方面从战略的角度初步论述了电话销售模式在企业中是如何应用的，另一方面也从细节处对电话销售进行了详细讨论。

我相信这本书会对电话销售在中国的普及起到促进作用，同时，我也相信这会是一本很的电话销售培训手册。

——北京新华信公司董事长 赵民

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>