

<<电话营销诀窍>>

图书基本信息

书名：<<电话营销诀窍>>

13位ISBN编号：9787802557703

10位ISBN编号：7802557704

出版时间：2011-4

出版时间：企业管理出版社

作者：璟天

页数：230

字数：220000

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>

<<电话营销诀窍>>

内容概要

本书从实战角度出发，结合大量的一线真实案例，深入剖析了电话营销的实质。前半部分结合具体的实际案例，详尽、生动地探讨了电话营销过程中经常用到的各种沟通技巧；后半部分主要针对电话销售中经常遇到的问题进行分析，并结合案例，教你如何随机应变，灵活处理。

<<电话营销诀窍>>

书籍目录

第一章 别出心裁的开场白

小故事，大道理：“三十秒”，缘定哈佛

第一节 好的印象是成功的开始

案例：“我是谁？”

打电话要干什么”

第二节 如何设计开场白才有吸引力

小故事，大道理：“您属于哪种学问家呢”

第三节 如何突破秘书关——你要知道的六个法则

第四节 电话销售禁忌用语

第二章 提升感染力——让声音成为你的杀手锏

小故事，大道理：“你吃撑了”

第一节 怎么才会使声音富有感染力

案例：聪明的小王

第二节 措辞是提升感染力的王牌

案例：“那你帮我邮寄一套吧”

第三章 有效的提问——献给以说话为职业的人

第一节 会提问的好处有哪些

案例：差距为什么会这么大呢

第二节 说客户想听的话

销售日记：“今天心情不错”

第三节 针对客户不同的问题运用不同的提问技巧

案例：要警惕“喋喋不休”

第四节 如何提问才能唤起客户的好奇心

案例1：看“花招先生”如何取胜

案例2：好奇心让客户上钩

第五节 提问后沉默，将压力抛给客户

小故事，大道理：沉默面试

第四章 用心倾听——细节决定成败

小寓言，大道理：哪个小金人最有价值

第一节 用心倾听，让客户接受你

案例：抓住客户内疚心理

第二节 良好的沟通，从积极倾听开始

小故事，大道理：“我挂上降落伞，先跳出去”

第三节 旁敲侧击，了解客户

案例：好一个“维修比购买便宜”

第五章 巧妙利用电话销售的黄金法则——跟进，跟进，再跟进

第一节 电话跟进频率多少才算“刚刚好”

案例：“为什么买他的不买我的”

第二节 如何有效地维护客户

案例：老客户新需求

第三节 如何跟进客户

案例：“没有，谢谢”

第四节 电话跟进：不同客户，不同策略

案例：从满意的客户那里获得推荐

第五节 销售日志：某电话销售人员实战

<<电话营销诀窍>>

第六章 由此及彼——同理心赢得客户的心

小故事，大道理：穿对方的鞋，才知道痛在哪里

第一节 同理心及其表达方法

小故事，大道理：戴安娜王妃和芭蕾舞童星

第二节 如何才能具备同理心

第三节 电话销售人员不同的同理心，客户不同的反馈方式

小故事，大道理：老太太让座

第四节 同理心应该注意的几个问题

小故事，大道理：窗帘的价钱

第五节 异议中，您看到同理心了吗

案例：尊重对方，转败为胜

第六节 同理心处理问题的自我测试

第七章 引导谈话方向

小故事，大道理：老太太与酸李子

第一节 引导客户有技巧吗

案例：引诱客户“上钩”

第二节 引导客户对产品的兴趣

案例1：针对客户需求的进攻策略

案例2：奏效的话

第三节 如何让客户的兴趣由不急变得着急

小故事，大道理：医生的“危言耸听”

第四节 引导客户说出需求

案例：“如果您想了解的时候，您会不会考虑呢”

第八章 萝卜白菜。

各有所爱——客户的需求

小寓言，大道理：公主的月亮

第一节 客户的需求观

第二节 真诚了解客户最感兴趣的细节

第三节 你了解你的客户吗，你知道该如何满足客户的需求吗

案例：如果遇到电话销售人员难以满足的需求怎么办

第四节 倾听与询问是打开客户内心的两把钥匙

小寓言，大道理：“因为我最了解他的心”

第五节 尊重客户的需求

小寓言，大道理：女人最想要的是什么

第九章 不要因为担心对方误会，就把赞美之辞压抑在心底

第一节 不要吝啬你的赞美之辞

小故事，大道理：“你真漂亮，我喜欢你”

案例：“只有您才可以回答的问题”

第二节 赞美客户的角度

案例1：三个月按兵不动

案例2：“我偷走了您的智慧”

第三节 赞美的技巧

小故事，大道理：“他却总是能想到别人”

第四节 赞美激发潜在的客户需求

小故事，大道理：“不是说要买车吗？

我已经帮你约好了”

第五节 送出赞美，友情开花

<<电话营销诀窍>>

案例：“您的眼光真好”

第十章 遭到客户拒绝怎么办

第一节 “我很忙，你先寄资料给我看看”

案例：“迂回”

第二节 “谢谢，我暂时不需要”

案例：“为什么客户不肯听我讲下去呢”

第三节 “对不起，我现在没有资金”

案例：“这么好的机会，我想您一定舍不得错过”

第四节 怎么面对客户的拒绝

小故事，大道理：跳蚤为何会变成“爬蚤”

故事二：“这几个月遭受的拒绝比这辈子还要多”

第五节 客户拒绝的几种具体类型及应对技巧

案例：“成功是屡遭挫折而热情不减”

第六节 13句话让客户无法拒绝你

第十一章 好的心态，好的成绩

第一节 怎么会有这样的心态呢

案例：小孙与小崔的烦恼

第二节 克服心理障碍难吗

案例：“想和做之间的距离有多远”

第三节 好心态远胜过技巧

案例：“永不放弃，死马当成活马医”

第四节 心态建设——保持好心态，过好每一天

案例：好心态，好故事

第十二章 如何把握客户这个上帝

第一节 如何让客户喜欢你

案例：“小孩子玩玩具都不会玩很久，其实新产品也一样”

第二节 如何应对客户的自我保护

小故事，大道理：“我是有刺的，千万别碰我”

案例：“如果有需要我会打电话给你的”

第三节 如何看待客户的面子心理

案例：客户永远是对的

第四节 如何对待客户趋利避害的心理

案例：“找对关键联系人”

第五节 客户的其他心理

第十三章 小细节，大成功

第一节 电话销售前先制作脚本

小故事，大道理：磨刀不误砍柴工

案例：孙先生的取胜经

第二节 合理控制打电话的时间

小故事，大道理：七个桥墩的故事

案例：“到手的肉，飞了”

第三节 结束电话的技巧

案例1：“10秒钟，很快嘛”

案例2：“好的，明天见”

案例3：请别挂我的电话

第十四章 电话营销中的常见问题及随机应变技巧

第一节 客户抱怨

<<电话营销诀窍>>

案例1：“烫手山芋”

案例2：“你们公司的效率怎么那么差”

第二节 打错电话——将计就计，成功销售

案例：上演“阴错阳差”

第三节 营销人员情绪激动

第四节 电话销售——如何应付特殊事件

第五节 电话销售中如何巧用善意的谎言

案例：“怎么回事啊，我房间怎么又上不了网了啊”

<<电话营销诀窍>>

章节摘录

第一节 好的印象是成功的开始 在与陌生人交往的过程中，所得到的有关对方的最初印象称为第一印象。

第一印象并非总是正确，但却总是最鲜明、最牢固的，并且贯穿于双方以后交往的整个过程中。

所谓的第一印象，这里主要是根据对方的表情、姿态、身体、仪表和服装等形成的印象。

这种初次获得的印象往往是今后交往的依据。

“成见效应”与第一印象有着密切的关系，第一印象往往是形成“成见效应”的基础，“成见效应”往往是第一印象的加深和拓宽。

在电话销售中，在接通电话的那一刻，电话销售人员给客户留下的第一印象尤为重要，有时甚至决定着这个单子能不能成功。

在仅有的几秒钟里，电话销售人员除了要声音甜美，态度柔和之外，还要看开场的几句话说的是不是漂亮而有智慧。

成功的电话销售人员在电话销售过程中具备有较强的沟通能力，通过语言的魅力，达到理想的沟通效果。

要想有一个高品质的电话营销部门，企业必须对业务员进行专业的电话销售技能训练。

专业电话营销人员须具备自我形象设计和自我推销的能力。

尽管客户看不到你，你也应注意自己的形象，这是对客户最起码的尊重，也是良好的职业水准的体现。

如果你处在一种懒散的状态中，你的声音就会传递给客户怠慢和非专业的感觉。

在日常的电话销售工作中，电话营销人员时刻都应以专业的姿态出现。

专业电话营销人员应具备娴熟的电话销售技巧： ……

<<电话营销诀窍>>

编辑推荐

《电话营销诀窍》是一本专为电话营销人员指点迷津的智慧读本； 这是一本帮助电话营销人员成为销售专家的指南。

十四个章节从不同角度教会你如何一搞定一客户； 十四种技巧从不同方面教会你如何应对客户的要求。

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>