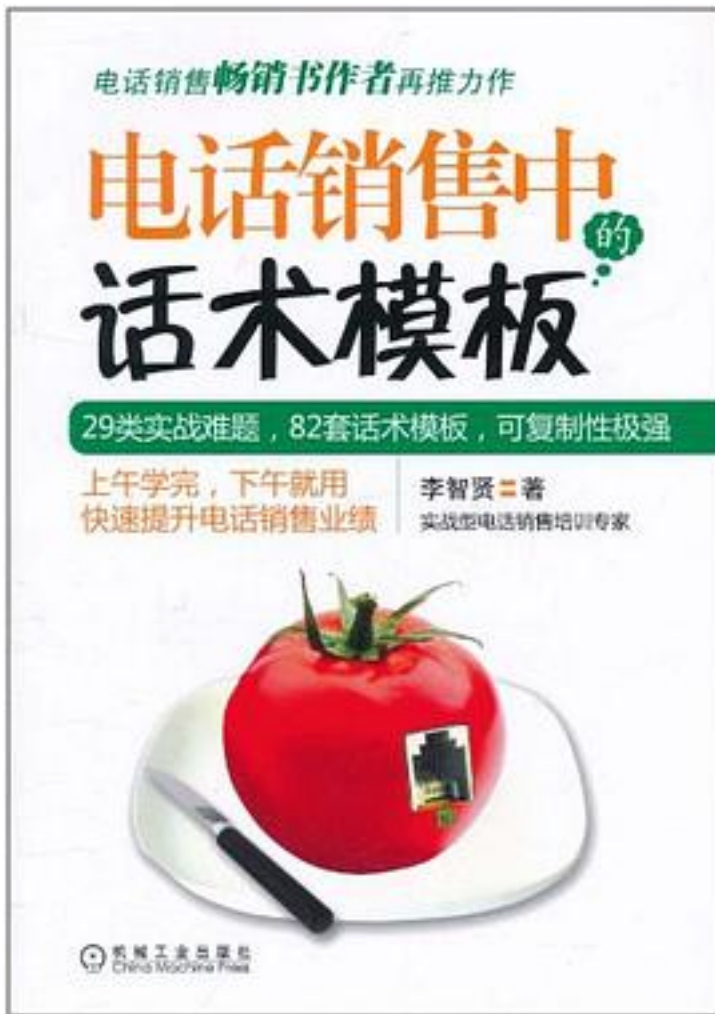


电话销售中的话术模板



[电话销售中的话术模板_下载链接1](#)

著者:李智贤

出版者:机械工业出版社

出版时间:2011-6

装帧:平装

isbn:9787111349518

《电话销售中的话术模板》内容简介：在电话销售中，您是否遇到过或思考过如下问题

：随时都可能被拒绝，一开始如何进行有效的自我介绍？面对前台或总机的阻拦，应该怎么说？客户资料只有一个电话号码，应该怎么说？客户表示现在很忙或没有时间，应该怎么说？客户说发份传真或邮件先看看，应该怎么说？客户一开口就说没有兴趣或现在不需要，应该怎么说？客户表示价格太贵了，应该怎么说？……针对这些经常遇到且令人头疼的问题，《电话销售中的话术模板》精选29类实战情景进行说明。每类实战情景都提供了简单实用的话术模板，可复制性极强，上午学完下午就能用，可以短时间内快速提升电话销售人员的沟通技巧和销售业绩。《电话销售中的话术模板》适合电话销售从业人员以及电话销售团队管理者阅读，也适合作为电话销售的培训教材使用。

作者简介:

李智贤，实战型电话销售培训专家、全国销售冠军，曾创造单天成交83位陌生客户的销售纪录。服务过的客户包括海尔、中国移动、清华同方等上百家知名企业和机构。课程内容实用、清晰易懂，学员学习后第二天就可以运用，并有效提升销售业绩。

出版著作：《电话销售实战训练》（同类书销售排名第一，重印15次）、《电话销售中的心理学》、《电话销售中的话术模板》、《电话销售中的拒绝处理》。

主讲课程：电话销售实战训练、顾问式电话销售、电话销售中的心理学等。

目录: 前言 电话销售人员的快速成长之道第一章 开场的时候，这些问题应该如何处理1

实战情景1 面对陌生客户，如何做有效的自我介绍1 模板1-1

“我是××的××”（模糊不清的自我介绍）2 模板1-2

“我是××特意介绍的”（通过转介绍的方式）5 模板1-3

“我们是××机构的战略合作伙伴”（借用他人的力量）7 模板1-4

“我们是国内唯一或最专业的”（学会美化自己）9 实战情景2

面对前台或总机的阻拦，应当如何有效处理10 模板2-1

“我是×××”（突出身份的重要性）12 模板2-2

“有十万火急的事情”（突出事情的重要性和紧急性）14 模板2-3

“这件事情不是你可以处理的”（直接施加压力）15 实战情景3

电话打到的不是关键联系人，应如何处理16 模板3-1

“我可以请您帮一个忙吗？”18 模板3-2 “今天不是愚人节，您不要开玩笑”19

模板3-3 “先和高层谈再往低层过渡”20 实战情景4

只有一个电话号码的客户资料，怎样处理22 模板4-1 “麻烦帮忙转一下维修部”24

模板4-2 “有一份小小的礼物送给您”26 模板4-3 “我可以请您帮一个忙吗？”27

实战情景5 想约一个见面机会，应该如何进行邀约27 模板5-1

“因为某个特别原因，所以想和您见个面”29 模板5-2

“因为您可以得到某种利益，所以我们需要见个面”30 模板5-3

“因为电话里面是说不清楚的，所以……”31 实战情景6

客户表示自己现在很忙或没有时间，应该如何应对31 模板6-1

“如果能够帮您获得……利益”33 模板6-2

“我正好是来帮助您解决忙的问题的……”34 模板6-3

“可以的话，调整一下打电话的时间”35 实战情景7

客户表示发份传真或邮件就可以了，如何应对36 模板7-1

“传真您还要花时间看，不如我用一分钟……”37 模板7-2

“为了帮您找到最适合的，我只有再请教……”38 模板7-3

“今天停电，发不了传真和邮件”39 实战情景8

客户一开口就是没有兴趣或现在不需要，怎么办40 模板8-1

“多个参考的对象，方便您以后杀价也不错”42 模板8-2

“许多人开始也这样说，不过当他们了解……”43 模板8-3

“天哪，我不相信！”44 模板8-4

“为什么不需要呀？您告诉我嘛，好不好？”45第二章

怎样在15秒之内，迅速激发客户的兴趣47 实战情景9
如何通过产品的利益点，来让客户产生兴趣47 模板9-1
“如果有一种方法可以帮您赚取……利润……” 48 模板9-2
“如果有一种方法可以帮您避免……损失……” 50 模板9-3
“如果只需要每天……钱的投入，就可以……” 51 模板9-4
“如果有一种方法可以帮助您解决……问题” 52 实战情景10
怎样在开场的时候，就激发客户的好奇心55 模板10-1
“我是特意来向您道谢或道歉的” 56 模板10-2 “上帝，现在接电话方便吗？” 58
模板10-3 “您想知道竞争对手是怎么做到的吗？” 58 模板10-4
“您有听说过这件大事吗？” 60 模板10-5
“有个天大的秘密，别人都不知道的” 62 实战情景11
如何用敏感的话题，来抓住客户的注意力63 模板11-1
“有件事情关系到你的财产安全……” 64 模板11-2
“有个问题会对您的健康造成……” 65 模板11-3
“您想少交一点罚款或多赚点钱吗？” 66 第三章
以双方关系为纽带的销售，如何赢得客户的好感和信任69 实战情景12
什么样的产品，是以双方的关系为销售基础的69 模板12-1
“客户有需求但属于高度同质类产品，关系决定客户选择” 70 模板12-2
“对于需要深度发掘客户需求的产品，关系是销售的基石” 72 实战情景13
如何发挥礼品的力量，使得客户好感最大化74 模板13-1
“知道您有这方面的需要，所以特别准备了……” 74 模板13-2
“拿到这份礼品真的很不容易……” 76 模板13-3
“是我帮您争取的”（不是每个客户都派送的）79 实战情景14
如何运用声音和语言的力量，去获得客户的喜欢80 模板14-1
“我发现我和您真的在很多方面好像……” 81 模板14-2
“原来您有这方面的爱好，那我一定要好好请教” 85 模板14-3
“做一个好的听众” 86 模板14-4 “真诚赞美你的客户” 90 实战情景15
如何通过专业能力，赢取客户的信任和尊重93 模板15-1
“有几个对您有用的建议，我可以讲讲吗？” 93 模板15-2
“有份对您工作有用的资料，特别给您准备……” 97 模板15-3
“您在QQ群中提到的问题，我的看法是……” 98 第四章
在开发客户需求的过程中，如何应对这些难题101 实战情景16
我的产品很简单，怎样开发客户需求101 模板16-1
“您可以获得什么样的利益”（全程紧扣利益的按钮）103 模板16-2
“为什么我讲的是事实”（拿出切实有力的证据）106 实战情景17
客户的需求是隐藏的，怎样寻找突破口111 模板17-1
“由一个小观点或一件小事情顺藤摸瓜下去” 113 模板17-2
“由客户的现状和期望之间的差距找问题点” 115 模板17-3
“引导客户说出自己的不满或者抱怨” 118 实战情景18
发掘客户存在的问题点后，如何将它变成明确的需求119 模板18-1
“这些问题对您自己会造成什么样的危害” 121 模板18-2
“这些问题有没有造成其他部门或领导对您有意见” 124 实战情景19
如何影响客户的需求，使之有利于自己所销售的产品126 模板19-1
“如果问题一直持续下去……”（放大问题的危害性）129 模板19-2
“您的选择标准是什么？为什么会有这个标准？” 130 实战情景20
需要和多方沟通的产品，如何与参与者沟通137 模板20-1
“从他人口中了解参与者的责权利范围” 138 模板20-2
“通过多种方式与参与者处理好客情关系” 141 模板20-3
“根据参与者的权利范围以及要求作对应的沟通” 142 实战情景21
需要和多方沟通的产品，如何与决策者沟通145 模板21-1
“为什么我们是这个问题的最佳解决者？” 146 模板21-2
“这个问题对公司的整体运营会有什么影响” 148 第五章
提交解决方案的时候，遇到这些问题如何处理153 实战情景22
客户表示价格太贵了，如何有效应对153 模板22-1

“您说的价格贵，具体定义是什么？” 154 模板22-2
“如果按照十年使用来计算……” 155 模板22-3
“其实真正的价格应该是：购买价+使用费+维护费” 156 实战情景23
产品有议价的空间，应该如何应对客户还价157 模板23-1
“合理的报价是议价的基础” 158 模板23-2 “100-10-1的还价方法” 159 模板23-3
“以礼品作为让步的手段” 162 实战情景24 客户犹豫不决，应该如何处理163
模板24-1 “我可以了解一下您还在考虑什么问题吗” 164 模板24-2
“针对您的顾虑，我来给您解释一下” 165 模板24-3
“多耽误一天，您就会多损失……” 166 实战情景25
面对稍纵即逝的机会，如何提出解决方案166 模板25-1
“常见的成交方法汇总与对应例句” 167 模板25-2
“以限量、限时、优惠或者礼品作为推动力” 169第六章
接听销售电话，怎样有效处理两大问题173 实战情景26
接听销售电话，怎样快速了解客户基本资料173 模板26-1
“先开口，了解客户的称呼并洞察客户的性格” 174 模板26-2
“您是从哪里知道我们公司电话的业务范围的？” 177 模板26-3
“百度搜索客户的电话号码或者姓名资料” 178 实战情景27
接听销售电话，怎样深度发掘客户的需求180 模板27-1
“为什么您会想到做……” 180 模板27-2
“您想解决的具体问题到底是什么？” 182 模板27-3
“为了解决这个问题，我们下一步……” 184第七章
实战销售案例对话以及案例分析187 实战情景28
招聘行业实战案例对话以及案例分析187 对话28-1
“初次沟通以拉近关系为主” 187 对话28-2 “了解客户具体背景” 189 对话28-3
“作出差异化定位并推荐成交” 191 实战情景29
培训行业实战案例对话以及案例分析193 对话29-1 “探寻可能的销售线索” 193
对话29-2 “建立客户对于培训课程的信心” 196 对话29-3 “发掘客户的需求” 202
对话29-4 “与相关责任人联系” 211 对话29-5 “再次和关键联系人沟通” 213
对话29-6 “了解客户的异议并化解” 215 对话29-7
“和拍板人沟通并赢得承诺” 218致谢221
· · · · · · ([收起](#))

[电话销售中的话术模板_下载链接1](#)

标签

电话销售

销售

营销

销售话术

学习

好书

经管

烟灰缸

评论

入门级的书籍。

12月20日 周日 16 不实用废话多

just soso

电话销售类工具书，许多模板可借鉴。

对初学者比较实用

[电话销售中的话术模板_下载链接1](#)

书评

第一次写书评！现在写书真的有认真写吗？这都是些什么鬼？？？？？幸好不是花钱买的书，太狗血了。

[电话销售中的话术模板_下载链接1](#)