# 如何提高电话销售的成功率

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-10-16

*第一篇：如何提高电话销售的成功率如何提高电话销售的成功率电话销售，很多人谈而色变，因为在销售过程中的拒绝率太高，打击很大，有时候遇到不友善的言辞，被客户视为“骚扰”，所以不被销售员所喜好！但是，做为一个销售人员，为什么你的电话会被人拒绝？...*

**第一篇：如何提高电话销售的成功率**

如何提高电话销售的成功率

电话销售，很多人谈而色变，因为在销售过程中的拒绝率太高，打击很大，有时候遇到不友善的言辞，被客户视为“骚扰”，所以不被销售员所喜好！

但是，做为一个销售人员，为什么你的电话会被人拒绝？为什么您的电话会被别人视为骚扰电话？为什么打电话给你的目标客户会遇到不友好的言语？......作为一个销售人员这是我们必须要考虑的问题？

当然，我们不可能改变您的目标客户！怎么办？那我们就只有改变自己去适应和迎合你的客户！

怎么改变自己？

用什么方法迎合客户？

还记得我刚刚做电话销售的时候，有个客户需要做展台设计，而且时间也要求比较紧，我跟他通过几次电话，但是客户一直对我很冷漠。有一天，我又打电话给客户，谁知道，客户用非常生气的口气说：“你们这些做电话销售的，一天不知道要接到你们这样的电话多少个？我还做不做其他的事情？”。然后客户那边很生气的把电话挂了。

我当然就蒙了，不知道怎么办了？也不知道是哪里得罪了客户？由于客户的这一句话，我一度郁闷了好几天。但是我不甘心，既然他有需要，为什么会拒绝我呢？我是为他服务的，为什么要拒绝服务商呢？

后来我把这个电话转交给公司一个作电话销售很长时间的女孩子来跟踪这个客户，最后这个女孩子竟然把这个大脾气的客户搞定了！轻松的拿到了这个定单，竟然这个客户成了一个长期客户！

随着时间的推移，和我做电话销售经验的积累，在这个销售过程中，自己犯了几个致命的错误！

【电话销售失败总结】：

一、打电话时间把握不好：

一般打电话有时间点的限制。

比如说：星期一，星期五的下午是不适合与开发新客户，因为这个时间段是客户比较忙的。其次就是每天时间段的把握上：一般电话销售的时间是：早上9：00--11：30，下午2：00--5：00。这是电话销售的黄金时间段。但是根据地区差异，有所不同！这要靠经验的积累去判断；

二、说话不够精练，说话胆怯，不自信，用词措句不当，语言不够流利，语速不当：

这些都是新手容易犯的错误，由于不清楚对方的职务，个性等，导致了电话销售过程中的胆怯，不自信，说话紧张，不连贯，导致语速过快。说了半天客户不想你想要表达一个什么意思？

想要做好电话销售，首先要自信，说话精练简洁，用词得当，多用礼貌用语和商量的口气，语言速度得当，力求在最短的时间内，让客户明白你打电话的目的是什么？你是谁？等等一系列信息！

三、问客户感兴趣的话题和问题：通过提问，谈一些有吸引力的话题让客户对你感兴趣，让客户在第一时间记住您！

这是一个更深层次的要求了，如何让客户被你的话题深深吸引，如何让客户对你的话题感兴趣，如何给客户有个良好的印象，让他通过谈话和声音记住你这个人？我们要加强语言的锻炼。同时要通过客户的谈话，了解客户的性格，抓住切入点，通过提问的方式了解客户更多的信息！

四、提高专业水平：客户总是喜欢找一个专业的供应商，能解决问题的供应商，一个放心的供应商？

什么才是放心的供应商，那就是能帮客户解决问题，能做好服务等等，那么这些的前提就是：我们需要专业。因为专业所以信赖，因为专业所以放心，类似这样的话，我想都已经脍炙人口了！

要是客户问你问题，假如你要是一问三不知的话，那么这样客户绝对不会放心把定单给你做！由此可见，专业知识，对行业熟悉程度是多么的重要！

五、销售人员素质的提高：

电话销售，是要经得起打击，一定要有一个良好的心理素质。受到打击能自我调节！不要因为受到一个客户的言语的影响，而影响你好几天的工作！放平心态非常重要。一定要“脸皮厚”。

由于以上基本的几点，我没做到位。让这次销售的经历成为我最好的教科书，客户那句话时常在我的耳边响起。事后我也很具体的分析了其中的原因，做了个简单的总结。引以为戒。

电话销售是一个长期积累的过程，包括经验的积累，知识的积累，客户的积累等等。

【销售经验分享】

那是不是做到以上几个基本点，就一定能成交业务了？是不是你的电话就不会挂断，不会被认为是骚扰电话了？不是，仅以上几点还是不够的。因为要通过电话成交一笔定单，我们还要从以下几个方面去着手：

一、收集尽可能多的客户资料，对客户做一个详细的分析：知己知彼，百战不殆。收集客户资料，才能了解客户所需，为前期沟通做好铺垫！

其中包含：负责人的个人资料。他公司的企业文化，产品信息，商业活动等等。一切为电话销售有利的东西我们都可以收集来。

二、积累经验，以不变应万变。

客户是多样化的，那注定电话销售中谈话的方式也是多样的，语言方式更是多样的！那么擅长交流沟通，是以不变应万变的良策。

丰富的经验，面对同一类客户，就会尽快解决问题。同时可以通过谈话把握客户个性。了解客户所需。

电话销售是一门学问，同样是一个很便捷的销售方式！要想做好电话销售你不要怕拒绝。改变自己，提升自己，迎合客户！做好前期的准备工作，为客户提供最好的服务，最好的咨询，最好的解决方案等等，这样我们的电话才不会被认为是骚扰电话了。

消除恐惧，消除沟通障碍，为打好每一个销售电话做好充分的准备！我相信这大家都可以办到！

**第二篇：如何提高电话邀约的成功率**

如何提高电话邀约的成功率

准备 1.心理准备：在你拨打每一通电话之前，都必须有这样一种认知，那就是你所拨打的这通电话很可能是你目前现状的转折点，对你所拨打的每一通电话有一个认真、负责和坚持的态度，才使你的心态有一种必定成功的积极动力。2.内容准备： 在拨打电话之前，要先把你所要表达的内容准备好，最好是先列出几条在你手边的纸张上，以免对方接电话后，自己由于紧张或者是兴奋而忘了自己的讲话内容。另外，和电话另一端的准客户沟通时要清楚的表达所说的每一句话的意思，并且要注意语速与语调的控制，保证能让电话另一端的准客户明白你所说的每一句话的含意。所以，每次在打电话之前都有必要准备此次所要说的话及要表达的意思，可先对着镜子中的自己提前演练所要说的每一句话，直至达到最佳语言表达状态及情绪兴奋状态。

在电话沟通时也需注意两点：

一、注意语气变化，态度真诚；

二、言语要富有条理性，不可语无伦次前后反复，让对方产生反感或罗嗦的感觉。B．时机 打电话时一定要掌握一定的时机，要避免在吃饭或客户休息的时间里与顾客联系，如果把电话打过去了，也要礼貌的征询顾客是否有时间或方便接听。如“您好，我是\*\*\*，在这个时候打电话给您，希望没有打搅您！„„”，如果对方有约会恰巧要外出，或刚好有客人在的时候，应该很有礼貌的与他预约下次通话的时间，然后再挂上电话。如果所要找的人不在的话，需向接电话的人索要联系方法：“请问\*\*\*先生/女士的手机是多少？他/她上次打电话/来公司时只留了这个电话，谢谢您的帮助”。C．接通电话 拨打邀约电话，在电话接通后，针对不熟悉的准客户，直销商要先问好，确认对方的身份后，再谈正事。例如：“您好，我是\*\*\*，请问\*\*先生/女士在吗？\*\*先生/女士，您好，很高兴与您通话，我是\*\*\*公司的\*\*\*，关于...D．讲话时要简洁明了 由于电话具有收费、容易占线等特性，因此，无论是打出电话或是接听电话，交谈都要长话短说，简而言之，除了必要的寒暄与客套之外，一定要少说与邀约无关的话题，杜绝电话长时间占线的现象存在。E．挂断前的礼貌 打完电话之后，直销商一定要记住向顾客再次确认：“那么我们明天下午三点\*\*\*\*地方见。谢谢！再见！”，另外，一定要顾客先挂断电话，直销商才能轻轻挂下电话，以示对顾客的尊重。如果对方很不礼貌的拒绝甚至恶语相向，一定要在挂电话时记住说一句话：“祝你工作愉快！”因为这句话也许他能听到，更重要的是说给自己！

二、巧用电话邀约 成功的电话邀约最关键的一步就是直销商打电话的数量。然而，并不是每个直销商都能清楚如何有效的进行电话邀约，以下4条直销商电话邀约守则是进行成功邀约和开发客户的法则，实践证明它们是行之有效的。A．每天安排一小时 邀约，就像其它任何一件事情一样，需要纪律的自我约束。他们需要我的帮助，他们现在不知道，是因为他们不了解我们的产品、我们的服务，所以，我们需要更努力的通过电话去邀约准客户，让他们了解之后能得到更多的帮助。那么，每天安排一小时的电话邀约还算多吗？答案是远远不够的，B．尽可能多打电话 在寻找客户之前，永远不要去帮客户算命，否则，你认为他没兴趣的，结果你没打电话，或是你认为有兴趣的，在电话中你会与他交流的时间会越多，但往往你在电话中讲的越多效果越差!另外，你在一小时打两通电话与打10通电话效果也是完全不同的，因此，在这一小时中尽可能多打电话，由于每一个电话都是你认真、高质量、高效率所打出的，多打总比少打好。C．打电话前准备一个名单 如果不事先准备名单的话，你的大部分时间将不得不用来寻找所需要的客户名字，你会一直忙个不停，总感觉工作很努力，却没有打几个电话。因此，要在手头上随时准备一个可以供一个月开发的人员名单。D．专注工作 在电话邀约的时间里不要接其它无关的电话或接待客人，充分利用营销经验曲线，正像任何重复性工作一样，在相邻的时间片段里重复该项工作的次数越多，就会变得越优秀。电话邀约也不例外，你的第二个电话会比第一个好、第三个会比第二个好，依此类推；“渐入最佳状态”，你会发现，你的电话邀约技巧会随着时间的增加而不断进步。

三、电话邀约一要、二不要

一、电话要简短 打电话做邀约的目的是获得一个约会，你不可能在电话上讲解一种复杂的产品或服务，而且你当然也不希望在电话中与客户为一个论点争论。利用简短的电话，明确地表达出“在何时、何地”就可以了，等见面后再仔细讲解。电话邀约成功后，应立即挂上电话，给对方一个遐想的空间，电话做邀约应该不超过3分钟，而且应该专注于与对方确认约会的时间及地点，以便你给出一个很好的理由让对方愿意花费宝贵的时间和你交谈。另外，电话邀约的目的要明确，如果是邀约，那就是邀约；如果是联系感情，那就是联系感情。不要又联系感情又想邀约，这样会让客户觉得很奇怪，因为如果电话时间拖得太久，聊了很多到最后才进行邀约，会让对方觉得：“不是都已经讲过了，干嘛还要再见面？”、或“就是这些事，都知道了”、“以后有时间再聚吧„”等，这样，你就无法邀约成功。

二、不要说“拜托”之类的话 这是很微妙的心理变化，请仔细想想，当我们被“拜托”时，一般会产生：“好吧，就当作是给个人情吧”这样的心情，于是拜托的人便处于一个弱势的立场，失去了主动的姿态。根据以往的经验，处于弱势立场的人很难让别人真诚地接收任何信息。想想看，我们要提供给对方的是一个成功的机会，也许是对方期待已久的产品，更可能是他人生的一大转折点，那么，我们为什么要低姿态呢？相反的，我们要理直气壮，请各位精明的直销商们在与准客户沟通时删除掉“多余的礼貌”用语，不但邀约效率高，还可以省下不少无谓的开销喔。

三、不要谈得太多 在你的行程表上，跟对方只要做个单纯“见面”的约定即可，对原先已十分熟识的朋友，也应该这样做，无论何时都不要违背这个基本原则。

**第三篇：怎样提高电话邀约面试成功率**

在招聘活动中，利用网络招聘，往往要通过打电话邀约，才能让应聘者知道公司情况，并前来面试，根据实际工作经验，我大致列出如下几种电话邀约话术：

1、针对主管级以下的人员，邀请面试时可以使用如下话术：

“××× 先生或小姐（如果是教育行业可以直接称谓老师）”,你好，我们是×××公司人力资源部的，在×××人才网上收到你投递的简历，我们招聘的岗位是×××，想约你×××时间到我们公司面试，你方便记录我们公司的地址吗？我们公司的详细地址是：×××“（如果对方不方便记录，你可说” ×××先生或小姐，过一会，我把我们公司的地址发到你的手机上，请你查收，谢谢“

2、主管级以上职位：

“××× 经理或×××总（如果是教育行业可以直接称谓老师）”,你好，我们是×××公司人力资源部的，方便听电话吗？ 如果是自动投递的，可以说：在×××人才网上收到你投递的简历，我们招聘的岗位是×××，方便和你聊聊吗？得到对方的认可后，就可以和对方聊些本岗位的情况（电话面试）；

如果聊的还可以的话，就说：想约你×××时间到我们公司我们再详细交流，这个时间方便吗？如果对方说不方便，就改个时间，如果对方说方便，那么，你方便记录我们公司的地址吗？我们公司的详细地址是：×××“（如果对方不方便记录，你可说” ×××先生或小姐，过一会，我把我们公司的地址发到你的手机上，请你查收，谢谢“，您有不明白的地方，可以直接给我电话的，我的手机号码随后发到你手机上。“

一、致电前的准备

①读准应聘者的姓名

中国姓氏名字多样，而且读音多变，稍不注意就会对错，读错别人的姓名是一件很不礼貌的事情。作为面试官或招聘人员，在有应聘者的求职资料的基础上，还读错应聘者的姓名，这是很不应该的事情。所以在遇到陌生的姓氏或字词不能正确把握读音时，不要想当然。这时桌面上准备一本新华字典是十分有必要的。

②选择合适的时间拨打电话

拨打电话的时间最好是在早上10点—11点间，下午在2点—5点之间打电话。尽量不要占用应聘者的私人时间，如用餐、午休、周六日时间等。

③熟悉公司周边及当地交通

作为公司招聘人员，必须十分熟悉到达公司的各类交通工具的路线。而且对当地各个地区交通道路情况也要清楚。以便让应聘者及时到达公司。

④准备其他类型通知方式

由于其他一些原因，电话通知也存在不足，如应聘者手机没电、余额不足、信号不好，手边没有记录工具等。这时就需要其他通知方式的补充，如e-mail，短信等。做一个邮件及短信通知面试模板，既能及时给面试者传达面试邀请，也方便面试者。如有可能最好能在邮件中附带公司的电子地图。

⑤做好回到应聘者各类疑问的解答准备

电话通知是双向沟通的过程，远非只是通知面试那么简单。应聘者对公司的认识往往只是停留在表面，他们很希望利用直接沟通的机会对应聘的公司做进一步的了解，尤其是那些在职或离公司较远的应聘者，会有很多问题想问，毕竟面试也是有成本的，而且也关乎到自己的前途。而这时的招聘人员要站在应聘者的角度，保持足够的耐心，对应聘者的问题进行简单扼要地回答。纵观这类问题，大都是对公司性质、行业、产品等公司大致情况；个人工作内容、个人发展前景、培训机会、薪酬福利等个人关注的问题，这些问题都是有章可循的，做好这些问题的回答不难但也是十分必要的，最好不要出现一问三不知的尴尬局面。但是在回答一些敏感问题时还要注意的把握相关原则，从政策的高度回答面试者，绝对不能在为授权的情况下轻易做出承诺。

二、打电话中的细节

①打电话时，让对方聆听到你的微笑

拨打电话之前，深呼吸，坐直，把所要通知的内容在脑海里浏览一遍。切忌在拨打电话时吃东西。通话过程中始终保持轻松平和的心态，让对方“聆听”到你的微笑，多多使用礼貌用语。

②设身处地为对方设想

有些面试者在投递简历时仍处于在职状态或在繁忙当中，如贸贸然打电话给他，可能会给对方带来不便。“一句你现在方便接听电话吗？”是对对方最起码的尊重。

③切忌以我为主

通知对方面试，往往会发生面试时间上的冲突。如面试者在同一时间面试两家公司这种情况是屡见不鲜的。这时如坚持自己，让应聘者自己选择公司面试，无疑会让应聘者十分难堪。给别人一次机会就是给自己一次机会，在时间可允许的情况下，同面试者一同协商个时间，对于面试者对于公司，都是有益的。

④通话时间不宜过长

在对方表明愿意沟通后主动自报家门，并直奔主题，把目的直接告诉面试者，切忌拐弯抹角。通话过程中，尽量控制通话时间，因为通话时间过长，额外的信息会将传播给面试者主要的信息冲淡。在通知过程中要着重提及职位，公司地址，面试时间，到达方式，是否需要携带其他物品等。并简单回答面试者所关心的一些重要问题，并给面试者有空余时间记忆/记录相关信息。整个过程需要通知者很好的把握时间，既要把需要传达的信息完整传达，也要让整个过程紧凑。

其实在电话通知面试中还有很多细节要注意，看似简单的电话通知做起来并不简单，很多东西需要去细细把握，用心去诠释公司公司以人为本的理念。

开始的时候遇到约好不来的应聘者很郁闷,后来仔细想想,说明还是我们的邀约不够吸引人家,所以我觉得应该从以下几点做起:

1,充分表达你公司的诚意,尽量客气和温和些,体现对人才的渴求;

2,充分体谅对方.如果说,对方第一话就问“你们公司在哪儿?”那么表明他很在乎工作地点,我们就可以说“虽然我们公司不在市区,但我们是国家极开发区,并且有班车,还是比较方便”.3,先在电话里就你关心的问题先沟通一下,让应聘者觉得你是了解他的,他来面试成功的希望很大.4,如果公司很有实力,不防在电话里预测他能在这里有发挥空间,让他觉得很期待,对未来很有希望.我感觉电话邀约面试最主要的一定要形成标准化的语言，比如，您好，我是某公司人力资源部，首先恭喜你通过我们的简历筛选，我们现在通知你在某月某日几点到公司人力资源部面试，公司地址在某地，市内您可以乘坐某车某站即是。请问您可以准时参加吗，如果不能请及时跟我们联系，联系电话，联系人。

我认为这样邀约的主要优点是标准化、职业化的语言给对方留下好的印象，同时也可以体现公司人本管理的理念，重要的是把信息简明扼要的传达给你的应聘者

时代不同了，我现在喜欢用电话约见和msn两种手段共同使用。电话约见有缺点：

第一，时间短，有的时候说话不方便，沟通的信息不完全。

第二，长时间的电话约见，人会变得缺乏感情，也厌恶电话约见，成功率很低

如果加上msn，就能有效的弥补电话约见的缺点，而且还有一些独特的优点：

第一，能有效的、完全的沟通

第二，即使这次不能成功，大家保持了一个良好的沟通渠道，以后有机会也许就能成功，退一步也可以让他介绍一些圈子里的人来

第三，可以交一些朋友

把电话约见也变成扩大交际圈的方法，你也许就会爱上电话约见哦

HR打约人面试，而代表公司打电话约人，一言一语代表着公司的气度和诚意，但打电话的时候HR也不能千篇一律的台词，因为不同性格的应聘者对同一句话会有着不同的回应和想法。HR通过短短的几句开场白，就要快速的分析此人的大致性格及他想从你这里了解的公司信息。HR准确的传达公司的邀请的同时也要让应聘的人感到公司最大的诚意和公司存在的实力，这样可以为你的电话邀请成功率加不少分了。

电话通知面试之前先短信通知对方此次应聘的职位以及可供选择的面试时间，且告诉对方如愿意前来面试，请在规定时间内回电×××，同时留下公司地址及联系电话、联系人等信息。

个人认为这样做的好处有一下几点：

1、让候选人能再次确认自己申请的职位，如有需要他们可以事先回顾一下职位描述；

2、候选人可根据公司提供的时间协调面试时间；

3、通过这样一个环节多少也能看出候选人是否重视这个面试；

4、有些候选人在初投简历的时候未必清楚公司的地址，短信中留下地址可让其考虑路程问题；

5、候选人可准备一些问题在电话沟通时询问

**第四篇：如何提高成功率**

1、顾客说：我要考虑一下。

对策：时间就是金钱。机不可失，时不再来。

（1）询问法：通常在这种情况下，顾客对产品感兴趣，但可能是还没有弄清楚你的介绍（如：某一细节），或者有难言之隐（如：没有钱、没有决策权）不敢决策，再就是推脱之词。所以要利用询问法将原因弄清楚，再对症下药，药到病除。如：您好，我刚才是哪里没有解释清楚吗？所以您说您要考虑一下？ 或者是不知道您要考虑什么样的问题呢？是价格方面的原因吗？或者是告诉她：“没关系，考虑一下没有问题，我能理解。我就喜欢和您这种慎重的人打交道，我想问一下您主要考虑的是哪方面的问题？是觉得我们的产品太贵？担心我们的产品没有效果？还是因为其他原因„„”

（2）假设法：假设马上成交，顾客可以得到什么好处（或快乐），如果不马上成交，有可能会失去一些到手的利益（将痛苦），利用这点迅速促成交易。如：您一定是对我们的产品确实很感兴趣。假设您现在购买，可以获得××（外加礼品），这是我们的新品上架，现在有许多人都想购买这款宝贝，如果您不及时决定，会„„

2、顾客说：太贵了。

对策：一分钱一分货，其实一点也不贵。

（1）比较法

① 与同类产品进行比较。如：其实淘宝上价格很透明，你随便一搜索比较就能得知了，既然你选择了小店，也就是认可了小店的价格和服务。

② 与同价值的其它物品进行比较。如：××钱现在可以买a、b、c、d等几样东西，而这种产品是您目前最需要的，现在买一点儿都不贵。

（2）拆散法： 将产品的几个组成部件拆开来，一部分一部分来解说，每一部分都不贵，合起来就更加便宜了。

（3）平均法： 将产品价格分摊到每月、每周、每天，尤其对一些高档服装销售最有效。买一般服装只能穿多少天，而买名牌可以穿多少天，平均到每一天的比较，买贵的名牌显然划算。如：这个产品你可以用多少年呢？按××年计算，××月××星期，实际每天的投资是多少，你每花××钱，就可获得这个产品，值！

（4）赞美法： 通过赞美让顾客不得不为面子而掏腰包。如：先生，一看您，就知道平时很注重××（如：仪表、生活品位等）的啦，不会舍不得买这种产品或服务的。

3、顾客说：能不能便宜一些。

对策：价格是价值的体现，正所谓是一分钱一分货，便宜无好货

（1）得失法： 交易就是一种投资，有得必有失。单纯以价格来进行购买决策是不全面的，光看价格，会忽略品质、服务、产品附加值等，这对购买者本身是个遗憾。如：一分钱一分货，质量、材质、做工、是否第一手货源等多方面因素都会影响到价格，所以差距也就产生了，也许有的宣传得天花乱坠，可是跟实际不相符，到时候损失的可是您的利益哦

（2）底牌法： 这个价位是产品目前在我能提供的最低价位，已经到了底儿，您要想再低一些，我们实在办不到。通过亮出底牌（其实并不是底牌，离底牌还点差距），让顾客觉得这种价格在情理之中，买得不亏。

（3）诚实法： 在这个世界上很少有机会花很少钱买到最高品质的产品，这是一个真理，告诉顾客不要存有这种侥幸心理。如：如果您确实需要低价格的，我们这里没有，据我们了解其他地方也没有，但有稍贵一些的××产品，您可以看一下。

4、顾客说：别的地方更便宜。

对策：服务有价。现在假货泛滥。

（1）分析法：大部分的人在做购买决策的时候，通常会了解三方面的事：第一个是产品的品质，第二个是产品的价格，第三个是产品的售后服务。在这三个方面轮换着进行分析，打消顾客心中的顾虑与疑问，让它“单恋一支花”。如：您说的情况，那可能是真的，毕竟每个人都想以最少的钱买最高品质的商品。但小店这里的服务好，可以帮忙进行××，可以提供××，您在别的地方购买，可能享受不到这么多的免费服务项目，这样又耽误您的时间，又没有节省钱，还是我们这里比较恰当。

（2）提醒法：提醒顾客现在假货泛滥，不要贪图便宜而得不偿失。如：为了您能有一个愉快的购物体验，优品质高服务与价格两方面您会选哪一项呢？你愿意牺牲产品的品质只求便宜吗？如果买了假货怎么办？你愿意不要良好的售后服务吗？有时候我们多投资一点，来获得我们真正要的产品，这也是蛮值得的，您说对吗？

方法是技巧，方法是捷径，但使用方法的人必须做到熟能生巧。这就要求我们在日常交易过程中有意识地利用这

些方法，进行现场操练，达到“条件反射”的效果。当买家质疑是什么情况时，大脑不需要思考，应对方法就出口成章。到那时，在买家的心中才真正是“除了成交，别无选择”！

话说起来很简单，总结一下好象也不新鲜，但要做下去却不易，在这里希望大家抓住每一个进店的顾客，用心聆听买家的心声，见招拆招，除了成交，别无选择，发单发到手软。

我总结了一下这几年从事销售的过程中的客户管理经验，感觉对于客户的管理无非也就是以下几个阶段：

1、客户信息收集；

2、客户划分；

3、客户跟踪处理。

这其中最关键的就应该是客户的划分和跟踪处理了。那对于客户的如何划分也就决定了怎么样跟踪处理客户信息了。

我们首先来看客户的划分，对于手上现有一个客户信息，我们可以从以下四个角度产生四种不同的划分方式。第一，我们可以从客户是否已经和我们成交的状态把客户分为：已成交客户、正在谈判客户以及潜在客户。第二，我们可以从客户的重要性（一般用可成交额度或者业务潜在量来衡量）来划分为重要客户和非重要客户。

第三，从需要处理客户信息的时间段上可以把客户分为：

①紧急客户（一般需要在一周内做出处理）

②缓急客户（一般指一周到1个月内需要对该客户作出处理）

③不紧急客户（1个月以上3个月以内必须处理的客户）

④可慢反应客户（3个月以后才可能发生关系的客户）

第四，我们还可以从客户的需求状况上把客户分为：目标客户（现在就有需求）、潜在客户（未来有需求）和死亡客户（不会有任何需求）

以上就是通常的四种划分方式，我前面也都说过了，不同的划分有不同的管理方式。像上面的分法，我们如何管理客户呢？我总结了以上的分法，将他们杂合，产生一种新的分法----客户等级划分。

我们现在就来看什么样的等级划分，客户等级划分总共将客户划分为A、B、C、D、E五个等级：A级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在一个月内成交；

B级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在三个月内成交；

C级客户：有明显的业务需求，并且预计能够在半年内成交；

D级客户：有潜在的业务需求的客户或者有明显需求但需要在至少半年后才可能成交；

E级客户：没有需求或者没有任何成交机会，也叫死亡客户。

那现在有了明晰的客户分法，如何来管理这些客户呢？我这里提供一种管理的方式，就是建立客户追踪志，称为客户追踪志管理法。那到底建立什么样的客户追踪志呢？对于每个级别的客户又如何区分对待呢？我们现在先来介绍都有那些客户追踪志，客户的追踪志一般有以下几种：

①客户追踪日志：也就是需要每天将客户的信息重新跟踪处理，并刷新记录；

②客户追踪周志：就是每周内至少对客户的信息处理一次，并刷新记录；

③客户追踪半月志：也就是每15天对客户的信息处理一次，并刷新信息记录；

④客户追踪月志：也就是每30天需要至少对客户的信息处理一次，并刷新信息记录。

⑤客户追踪年志：也就每一年需要至少对客户的信息处理一次，并刷新信息记录。

至于信息的处理如何处理，我想大家都比我清楚了。

有了客户追踪志以后，我们只需要对相应等级的客户用相应追踪志做管理，那我们的客户管理就游刃有余了。一般来说，对于A级客户我们需要用客户追踪日志，对B级客户我们使用客户追踪周志，对C级客户我们使用客户追踪半月志，对于D级的客户我们使用客户追踪月志，而对于D级的客户我们则使用客户追踪年志。而且每次客户追踪以后就对客户信息重新定格划分等级，并且用新的等级所对应的管理方法来处理。仅剩一套法；今天特价法；明天涨价法；分期付款法；订金推动法；体验试用法；假设成交法；二选一成交法；激将法；最后异议法；

1.明晰打电话的主题和目的。

2.注意打给对方电话的时间、地点，环境。

3.注意电话沟通过程中的站姿和坐姿。

4.语气要具有亲和力。

5.注意声音的活力及节奏。

6.注意说话的逻辑性与严密性。

7.永远保持微笑 微笑微笑。

8.清楚的告知对方你是谁。

9.直接告诉对方沟通的主题，不要绕弯子。

10.想好先要说什么，然后再说什么，注意谈话的步骤。

11.提前为沟通障碍做好准备，例如对方的异议，各种突发情况等。

12.要致力于和对方建立信赖与友谊。

13.学会用事实与案例说话。

14.不要假设对方很了解或很理解。

15.学会确认对方的意见和观点。

16.学会倾听和理解。

17.注意你通话过程中的周围影响。

18.注意你电话中的收尾方式。

19.为下次电话或会面做好铺垫。

20.电话结束时，等对方先挂断电话。

对于小订单销售来说，电话营销是最好的营销方式，因为其不但能降低销售成本，也能让客户获得更低的价格，企业获得更多的利润，但是，由于电话营销沟通的单一性，使得电话营销的成交率非常低，那么，怎样才能提高电话营销的成交率呢?

要想提高电话营销的成交效率，我们应该抓住如下四个关键环节。

1、设计一个有效的电话成交流程。电话成交流程要按照客户购买的思维习惯而设计，并且配合相应的销售工具。当客户不能在第一次电话中被说服时，把客户导入电话成交流程，使客户逐渐认识和了解产品价值，并且，通过多次接触建立信任，最终达成购买。如果销售代表缺乏一次成交的冲击力，那么，电话成交流程能帮助他们大大提高最终的成交率。

2、做好卖点探测。通过电话销售的产品价格都不贵，客户不会、也不需要花很多时间去决策和考虑，你只要抓住客户一两个关键需求点，把相关卖点很有冲击力地说出去，就能帮助客户快速做出决策。因此，我们要抓的第二个环节就是如何进行卖点探测。首先要设计卖点探测问题，然后制定卖点探测策略，使电话销售代表能用1-2分钟的时间，迅速捕捉到客户的关键需求点。

3、立体化的卖点展示。在找到客户关键需求点之后，我们要把相关卖点做一个有冲击力、让客户印象深刻的展示。这种展示要做到：让客户容易理解、让客户信任、鲜活形象。为此，要实现为每一个卖点精心设计话术。

4、信任冲击。如果您的企业或产品知名度不是很高，那么，还要做信任冲击。电话销售代表能够用10-20秒的时间，通过几句话，迅速建立客户对你公司和产品的信任。

总之，电话营销员抓住以上环节，消除与客户沟通的障碍，就可以大大提高电话营销的成功率 我们知道，一个人的想法总会体现在某些肢体语言上。只要抓住这些相关的特征点，及时采取相应的行动或通过相应的语言表达，我们就能最大限度地提高成功率。

客户动了购买的心思，通常会有以下表现：

肢体反应

1、有积极的反应，一般是非常明显的表情变化，比如很兴奋;

2、眯着眼睛或眨眼次数减少，表示有兴趣和喜好;

3、开始认真地讲价，而非比较夸张地大砍价;

4、眼光注视某一点时，猝然沉默下来，表示正在思考。

语言表达

1、说“投资不知道怎么样，但是只要不亏钱就行了”，或者“冒点风险是不是也应该的”;

2、对项目进一步提出质疑，这种质疑是更深入地询问，而非仅仅针对产品的种类或品质;更为深入的甚至会涉及项目的发展战略等;

**第五篇：如何提高电话销售技巧**

如何提高电话销售技巧

做工作最忌生搬硬套，任何工作都需要相应的工作人员掌握一定的技巧。比如，销售人员应该掌握一定的销售技巧。技巧，就相当于你打开大门的一把钥匙，少了它，再怎么努力都是费劲!因此，世界工厂网小编为大家汇总了几个如何掌握或者提高销售技巧的方法，希望对您有所帮助!

问：我是一个电话营销员新手，主要就是打电话去一些企业，向他们推销培训。但接电话的人，我都不能确定他是否培训负责人，当我介绍自己的时候，说要找人事部的培训负责人，对方直接会说有什么跟我说。找到负责人后怎么沟通?如何提高电话沟通技巧?答：使用电话沟通要注意做到：

(1)适可而止

拨通客户电话后，如果没有人接听，要及时放电下电话，或许你的客户正在接听另外一个电话，或者客户现在不方便接听，如果你的电话铃声固执地响个不停，会增加客户的反感。与客户第一次联络不要太过亲密和随意，时间不要太长，一般只是问候一下，告诉对方你是谁就足够了。

一定不要在第一次的电话里让客户感觉到你在推销。甚至除了自我介绍之外，不要谈及关于银行的任何事情。

如果你想约对方见面，最好在第二次的电话里再提。可以先礼貌地询问对方什么时间有空，如果方便的话，是否可以约下午茶(或其他清淡的项目)。

电话联络是第一次与客户沟通的最好办法，既可以有声，使客户感到客户经理实实在在的存在，又可以避免客户拒绝沟通产生的尴尬。

(2)表述清晰

在电话里，自我介绍或表述一定要简短清晰，突出主要问题。让对方在最短的时间，很轻松地理解你的话。有效的客户大都日理万机，惜时如金，他对外部的事物是有选择的，而且这种选择常常通过他们的直觉在极短的时间判断出来。如果你拖泥带水，表述不清，会给对方造成思维不条理的感觉，他们就会从心理上产生排斥心理，会给进一步的沟通带来障碍。在拿起电话拨号前，养成简单整理一下思维的习惯，说什么，怎样说，要做到心中有数。

(3)心态从容

在与客户第一次通话时，要有充分的心理准备,要从与客户交朋友的角度出发，保持心态平和，既考虑到对方可能作出积极的反应，也要考虑到对方可能出现的冷淡。这种良好的心态会在你的语言、语调中表露出来，虽未谋面，对方也会感到你的自信和坦然，从而留下好的印象。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找