# 电话销售经验积累之谈-如何避开前台

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-10-15

*第一篇：电话销售经验积累之谈-如何避开前台电话销售经验积累之谈-如何避开前台最近打了不少工业园企业的电话，终于找到点眉目了;其实和这些企业联系比我们和商贸型(店面)小型企业联系起来在电话够方面以及销售跟单上都更有难度！下面我做个简单的分享...*

**第一篇：电话销售经验积累之谈-如何避开前台**

电话销售经验积累之谈-如何避开前台

最近打了不少工业园企业的电话，终于找到点眉目了;其实和这些企业联系比我们和商贸型(店面)小型企业联系起来在电话够方面以及销售跟单上都更有难度！下面我做个简单的分享：

电话销售经验之谈(主要对于一些生产加工企业)

一、过前台时通常遇到的问题如下：

1． 公司小不需要（拒绝）

方法：发传真或者寄资料等。（说词：公司是不断发展的，以后规模扩大了一定会用到的，这样吧我发份传真麻烦您转交给财务，以后有需要可以跟我联系。）

2． 不说名字不给转

方法：①坦诚式：直接把接电话的人作为谈话对象，了解公司有没有用软件。②假定式：假定客户用的就是管家婆软件，以管家婆服务中心的身份回访客户使用情况。

③曲折式：当第一个电话交流不成功时，间隔几小时后在拨过去找其他部门，让其他部门转到财务或者生产部。（如转到销售部，声音要有所变化，转过以后直接问接电话的人：请问您这儿是财务部吗？回答肯定不是。如继续询问有什么事，回答我找财务核对下帐等等）

3． 让留电话需要再联系

方法：一定要发传真过去，问财务贵姓和分机。（留电话意义不大，随时会被丢掉或忘记）

4． 听到管家婆软件不给转或直接挂断

方法：直接把接电话的人作为谈话对象，了解公司有没有用软件。或者在拨一遍变换声音以其他公司进入，问：有什么事时，答：问财务发票的事或说跟财务对下帐，当被继续问下去又无法回答时，已拨错电话为由礼貌地结束谈话（例如，您这不是XXX公司吗？您不是XXX会计吗？）。

5． 财务和管理人员外出不在方法：询问何时回公司，问财务姓名，分机或直线。

6． 客户说已用软件，问用什么软件时，对方却答不上来。

方法：第二次去电，把他当作是管家婆用户，以服务中心的身份作回访。

7． 不给转，让发传真。

方法：要传真号，问接收人姓名，当前台不愿告诉时，要礼貌地问她贵姓，给予尊重，和前台保持良好的关系，发过以后要去电确认是否收到。

8． 现不需要，用时联系你们

方法：发传真，或寄光盘和资料，每一个月去电一次，保持感情沟通，邀约参加公司培训，想办法约上门做免费演示。

9． 有什么事跟我说

方法：可以判定此人是个有权限的人，不妨坦诚地与他交流，得到想要的信息。

10．没有财务，代做帐

方法：①询问代账会计的信息，切记先问贵姓，再问电话。（一般代帐会计都代理几家账，可向她推荐使用软件，）

②跟老板或出纳沟通

11.我们有自己开发的软件

方法：换人再去电试一次，看是不是推托。

12．你们已经打来很多电话了，以后不要再打了

方法：诚恳地说抱歉打扰您工作了。

客户没用软件，采取发传真，寄资料的方式，保持感情沟通。

客户用软件了，问用的是我们管家婆软件吗？以服务中心的身份关心客户使用情况。

13．遇到调侃的客户也跟着调侃，不要扯得太远，时间要控制在3分钟之内。例如：软件不要钱，可以送一套给我用

答：没问题，我让技术顾问上门免费给您装一套，不知道你需要管理哪些方面呢，（约上门装套试用版）这个方法一般不要用，装试用版是我们一直反对的！尤其是现在的管家婆工贸版，问题多多！

二、销售人员采用以下提问形式挖掘客户需求：

1． 你们目前业务量大吗？每月凭证多不多呢？业务单据多少？等等。

2． 您公司的财务是专职的还是兼职的？有专门的部门负责人吗？

3． 请问您公司有几位财务？

4． 您公司财务已经用了，业务方面有没有考虑也用起来呢？

5． 您公司往来帐多吗？

6． 您公司的现金流量表要您手工做吗？

三、遇到以下情况可以认为客户是有需求的，应作为线索或商机继续跟踪的1．现在忙，过段时间再考虑。（客户没有完全拒绝，说明是有希望的。采用直接上门拜访、发传真、寄资料和寄光盘的形式保持联系）

2． 主动问软件功能、价格的。（想办法约上门拜访，不允许时再寄资料）

3．问服务的或问第二年服务费的（先简单作答，然后把我们的服务细则传给用户）

4．问公司地址在哪里（明确作答，然后反问客户在哪个区，根据客户提供的区域马上说出几个典型客户，拉近关系，最好能说出同行业的客户。要求每个人对不同区域的重要客户要熟记在心）

5．我们正在做比较，或正准备签竞争对手的（此时要突出我们的优势——服务，把我们的服务证书和服务细则给客户说明！）

6．已经使用管家婆老版本的了（说明服务中心的身份，问清软件版本号，看有无升级的可能性，关心服务，看有无收服务费的可能。如客户遇到问题，第一次可以免费上门了解情况。）

7．有预算，但上的时间不清楚（是很好的客户，首先了解一下需求，想办法约上门拜访，过半个月去电一次进行感情沟通）

8．担心自己学不会（说明很有需求，首先打消他的顾虑，告知用软件做帐流程与手工做帐流程很想近，不用花钱去学会计和电脑，我们会从最基础的教起。我们客户当中有很多年龄比较大的财务和老板，从不会用鼠标教起，现在都用得非常好，约上门拜访。）

9．抱怨服务不好（一种情况是使用了软件的用户，另一种情况是没用软件，但听朋友说我们的服务不好的。方法：告知我们是服务中心，服务在省排名第一，把服务细则和联系方式传给用户）

10．想参加管家婆软件软件的培训（是很好的客户，首先，尝试约上门，不行在告诉客户公司有专业的培训基地，可以直接报名学习！）上面说的培训基地是指我们公司有哈！

四、如何向客户提出预约上门请求

1． 当客户对软件很感兴趣，问到价格、功能等情况时要首先考虑约上门 方法：跟客户说，通过电话介绍是比较笼统的，让我们的业务人员上门做个免费的演示，这样可以更直观、清楚地了解软件功能，您看您是这周二还是周三有时间呢？（用选择式提问:问客户地址在哪里，故作惊讶状地告诉客户刚好我们的服务人员xxx天，到那边做服务，顺便把软件带过来给您看一下。如果预约失败，要地址寄资料，有地址以后可以直接上门拜访。）

2．遇到竞争对手要首先考虑约上门。

方法：首先让客户认同服务的重要性，然后让客户货比三家，说出我们的服务优势（服务中心，服务质量全省第一，我们是金牌服务等等），告诉客户只有通过演示、管理流程才能区分技术水平和服务质量，另外，把我们的服务细则跟客户详细说清楚，短时间内去电确认，然后夸大潜在风险，让其对竞争对手产生不信任感。

五、如何跟客户保持联系？

方式：电话、手机、mail、MSN、QQ

方法：

1． 节日的问候（五一、十一、春节等）

2． 了解客户兴趣爱好，感情沟通时谈客户感兴趣的话题。

3． 对已婚的女士交流孩子问题容易产生共鸣，谈孩子学习教育和喜好。

4．发现客户优点要适度地赞美客户，如声音好听、工作能力强、有亲和力等优点

5． 与客户攀老乡

6． 要请客户到公司做客，拉近关系。

说明：以后主要是针对工厂客户（生产加工型企业），公司有固定会计和前台的中小型企业！大家有好的方法可以一起分享！谢谢大家！

水平有限哈！只能想到这些了！

凡事都是从一点一滴开始积累的。让我们一起行动开始自己的“经验积累”历程吧。

**第二篇：《电话销售》**

岗位职责、通过电话进行产品销售，完成各项销售指标；、通过电话沟通了解客户需求 , 寻求销售机会并完成销售业绩；、开发新客户，拓展与老客户的业务，建立和维护客户档案；、协调公司内部资源，提高客户满意度；、收集和分析市场数据，并定期反馈最新信息。

任职资格、专科及以上学历，市场营销等相关专业；、具备优秀的电话沟通技巧、表达技巧和销售技巧，普通话标准流利；、富有开拓精神和良好的团队合作意识，有很强的学习和沟通能力，良好的协调能力；4、喜欢电话销售工作。

**第三篇：电话销售**

首页 → 业务贴吧 → 电话联系,需要把握好一个度

电话联系,需要把握好一个度

出处: 业务员网

在说这个度之前,先说说客户分类.这直接关系到这个联系的度,联系的频率.客户分类的方法挺多,按地区,按行业,ABC分类法.其实这些都不错,我常用的就是ABCD去分类客户和管理客户：

A类客户的特点：有购买力，有关键人联系方式，最近半个月或一个月有明显采购计划。我都把这些客户归为A类，称之为重点客户。

B类客户的特点：有购买力，有关键人物联系方式，最近三个月或半年有计划。这些客户可以归为B类客户。

C类客户的特点：有购买力，有关键人物联系方式，最近无计划，或一年后有计划。

D类客户的特点：购买力不明确，关键人物有明确，有无计划不明确。

客户这样一分类，我们打电话联系就可以把握一个度了。

A类客户重点联系，一般一星期联系一次，时时把握动态，争取合同，争取订单。B类客户半个月或二十天联系一次，了解采购要求和计划。可以向A类客户转化。C类客户，一个月联系一次，让客户记得你，有必要的时候转化为B类客户。至于D类客户嘛，一个月联系一次，收集信息，不做为重点联系，争取向C类客户转化。

这样有计划的去联系客户，你的工作才显得有序，轻松，有计划。要不然，一阵乱打，没有重点，事倍功半。

如何提高电话营销成交率？

作者：编辑整理 来源：中国电话营销网 日期：2024-03-18

如何提高销售人员订单的成交率呢？成交就像足球运动员在赛场上来回长时间的冲锋陷阵，生死搏杀，为了就是那临门的一脚，否则，所有的动作都无价值。发了订单如果没有客户的回应，也会感到苦闷愁肠，我结合平时生意上如何提高订单成交的方法与朋友们分享。

第一，让客户第一时间找到你。

保持买卖通在线，手机开机，这就跟有人守店铺一样，要有专人守候，方便客户第一时间找到你。两个不能忽视的细节，一是在发订单的时候一定要写清联系电话，保持在线；二是把客户的电话也输入自己的手机中，对方一旦打电话就知是发订单的哪个买家，让客户知道你很重视这个订单。我在回复发订单的客户的电话时发现，电话要不没有接，有人接对方不知是谁发的订单，并且又当不了家，做不了主，我很反感这样的客户，既然你给客户发了订单就要重视，不重视还不如不发。

第二，设计内容完整的成交信。

按前后次序一般是问候+公司或企业介绍+成交商品+优惠条件+汇款与发货细节+公司活动+其他建议。一是能使客户更放心，更愉快地与你交易；二是提高公司或企业的形象；三是宣传了其它货品。

第三，做好电话回访。

对有意向的客户定期和不定期地做好电话回访，但这个上面一定要把握好尺度，打得太多了客户会有反感，如果不跟踪，客户会把你遗忘，要做到适度。

第四，做好线上交谈，线下及时跟踪。

不要放过每一个成交的机会，在买卖通上或者是在电话上谈的很顺利，需要派人上门拜访的一定要及时赶到，免得错失了良机。

第五，做好样品，寄出样品。

对要求做样品或寄样品的客户一定要重视，并且要做好，一件样品代表你的公司或企业的势力、形象。看到你的样品让客户更加坚定成交的信心和决心。对知其底细的老客户可考虑样品费、运费全免，对于有诚意的新客户，可告知虽然样品费提供，但从发展双方业务考虑，请对方付运费或邮寄费。请参考如何判断寄样与否？

第六，产品的质量必须过硬。

质量可，有保证才能让客户放心，客户在销售产品或货物的时候说话才硬气，二次的订单才有可能，质量不过关，订单成交无从谈起。

第七，价格要合理公道。

一个产品的价格定的高低？是否合理？直接对订单的成交有影响，即要给客户一定的利润空间，也要使自己有钱赚，做到价格合理公道，物有所值。

第八，借力权威成交订单。

中国人相信权威、官员。有官就有权，有权就说了算。订单发出后，对重点客户，也就是比较大的订单要想法摸清对方企业或公司的归属，企业或公司主管个人生活圈子，利用同学、战友、亲戚、朋友的关系，找到企业或公司主管的上司或领导，利用手中的权力迫使订单成交。这一招要看你交友的层次高低，同学、战友、亲戚朋友手中有权的为什么不利用。

第九，做好售后服务。

这一条不是生意成功后才可以实施的吗？我不这样认为。我认为要想拿到第二回订单，就必须做好售后服务。让客户把不满意的地方说出来，认真听取客户的建议，并加以改进，处理好客户的投诉，让客户感受超凡的服务水准，二次订单成交率会在80%以上。

**第四篇：电话销售**

一：销售人员应具备的素质

1:情商和智商

2：诚恳，热情，有亲和力，不卑不亢

3：谈论感性趣的话题，话题要广些

4：销售时要改变自己的观念，不是在卖东西而是在帮助他人

二：销售技巧

不是推销而是分享式销售。在销售的过程中把自己的利益转化成客户的需求 需求点越大，拒绝点越小

1：感觉的传递（积极的态度，自信的语言）

2：感受的描述 举例子给客户听

3：产品的介绍

4：专业知识的传播

多听少讲要听懂听明白对方说什么，学会打篮球而不要打乒乓球 站在对方的角度说对方想听的话不要说自己想说的话

学会赞美对方制造和谐的氛围

善于利用 利益终极术

善于察言观色解决顾虑排除故障

善于用2选1法则

三：成交法

假设

2选一

无货成交法

换位成交法

实例成交分享法

货品预留成交法

销售素质

乐观进取，积极主动，不为挫折屈服

时刻要自我教育，自我管理，自我学习

技巧

学会反问，永远不要正面回答客户问题

心态是最重要的心态分为两种：消极和积极

1.不放弃。

2.经常相信你自己。

3.要忍耐。

4.要持正面想法。

5.坦然面对第1009次失败。

6.“人们因闲散而生锈者比精疲力竭者多，如果我因闲散而生锈过，我会下地狱

**第五篇：前台销售**

前台客房销售技巧

如果客人不认同他所租赁的客房物有所值的话前台员工是很难有机会展示高效率和有创新的登记程序的。前台工作内容的一部分是将酒店的产品诸如客房，设施，服务等使客人接受，消费，从而产生收益。

前台可以依据住店的价值度采取以下步骤来销售客房。

前台员工在工作中要扮演销售人员的角色。在登记程序中穿越这些步骤，保证快速地登记。在这些步骤中，前台员工经常有机会去做个人销售陈述。酒店要培训员工能通过前台的销售技巧从本质上来提升房间收入。

前台员工和订房部员工不能仅仅是简单的下单员，而应培训他们成为专业的销售人员。他们必须明白他们可以像餐厅的侍应生一样向客人推销额外的食物如开胃菜，甜品等，他们可以以同样的方式来上销客房。前台员工应该学习如何向客人推销客房、让客人选择客房等有效技巧，这些技巧包括知道怎样和何时在没有压力的方式下向客人推销及从客人的观点和表达的意愿中指引销售。

以下列出一些上销客房的概括性建议：

● 不管从你的声音还是你的面容上，经常以微笑迎接客人。保持愉悦。记住：你在销售酒店和它的服务的同时也在推销自己；

● 和客人保持眼神的接触；

● 找出客人的名字，在对话中至少称呼客人三次。经常使用礼貌用语，如“先生”，“小姐”称呼客人，用客人的姓，不要直接称呼客人的名字；

● 试图识别出客人的需要，因为这些需求可能在订房过程中没有被识别出来。

结合客人的这些需要使之与可提供的房间的家具，致意品等相配对。例如一位在酒店住三到四晚的客人可能比一位只住一晚的客人更愿意住一间面积大一点的房间或独立的房间。度蜜月或度假的客人可能更愿意住一间有着自然景色的客房。

● 尽可能上销客房，首先通过指出房间的特征和优惠，提供一间升级的房间，然后告知房价。如果客人有订房，描述他们的房间和你所说的升级的房间之间的不同之处。散客是最好的上销机会。如果有两种不同类型的房间提供的话，说出他们的特征，优惠和两种房间的价格。不要只说出高价钱的房间而失去顾客；

● 完成登记程序；

● 感谢客人，祝愿他们居停愉快

前台员工在客人选择客房后，一般要求客人完成登记表格，当客人正在填写登记表的时候，前台员工可以通过介绍客房的特殊特征强化客人的选择。当登记进入尾声的时候，前台员工应该告诉客人关于酒店的营业场所，服务和其他设施。大多数人客人欣赏这种做法。

在客人离开柜台前，前台员工应该感谢客人选择酒店和表达祝客人居停愉快的个人意愿。有些酒店规定在客人登记完上房不久，前台员工就致电客人询问客人对房间的满意程度。

向散客上销经常是酒店创收的最好良机。有时候，只剩下最贵的房间，一个好的上销结果是创收，让客人信服昂贵的房租是值得付出的。对于那些成功地上销客房的订房部和前台部员工提供激励奖励在酒店内是常见的。

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