

《电话经理的服务与营销技巧》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【课程大纲】

(领导开训:强调训练的意义目的、纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于呼出电话沟通服务、电话营销技巧等方面的难题？每人提出自己工作中的难题，老师将这些难题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、示范指导。

第一章、客户服务沟通礼仪与技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、影响电话沟通效果的三大因素

(一) 谈话内容；

(二) 声音、礼仪；

(三) 态度、情绪、信心、立场

二、营造沟通氛围及亲和力塑造

(一) 沟通地点

(二) 沟通时间

(三) 双方情绪

(四) 激情声音

(五) 赞美肯定

(六) 情绪调整

三、沟通六件宝：微笑、赞美、聆听、提问、关心、“三明治”

四、深入对方情境——换位思考

(一) 行为冰山模型

(二) 钓鱼理论

(三) 对方最关心的是什么（聆听与观察）

(四) 如何站在对方立场进行沟通

(五) 进入对方心理舒适区

五、高效客户引导技巧

(一) 入门版：直接陈述引导

(二) 初级版：提问引导技巧

(三) 中级版：制造痛苦引导技巧

(四) 高级版：SPIN 引导技巧

(五) 高级版：经典高效引导技巧

六、三明治法则

第 1 层-积极情感层面(好)：理解、肯定、鼓励、赞美、关心、祝福

第 2 层-核心问题层面(坏)：询问、建议、忠告、要求、引导、SPIN、销售、促成

第 3 层-积极情感层面(好)：鼓励、肯定、赞美、希望、关怀、祝福

七、高效沟通六步曲

(一) 营造氛围

- (二) 理解共赢
- (三) 分析策划
- (四) 提出方案
- (五) 认同执行
- (六) 实施检查

八、呼出电话沟通礼仪训练

- (一) 打电话的时间分析
- (二) 电话沟通的三大方式
- (三) 分析对方电话沟通的心理以及采取的对策
- (四) 听 VS 说
- (五) 呼出电话营销的 8 个要求

短片观看及案例分析：12580 呼叫中心

XX 电信：存 200 送 500 优惠活动推荐

移动彩铃推荐

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、让客户难以拒绝的电话开场白实战及信赖感建立训练（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练）

一、挖掘和识别目标客户

- (一) 识别目标客户的 MAN 法则（短片观看及案例分析：某商场手机销售案例）
- (二) 采购决策身份分析
- (三) 产品目标客户分析

二、客户服务沟通技巧

- (一) 电话沟通与面对面沟通的区别
- (二) 电话沟通的黄金定律
- (三) 问——循循善诱
- (四) 说——动人心弦

三、快速取得客户信赖技巧

- (一) 沟通六件宝
- (二) 深入顾客情境
- (三) 易取得顾客信任的三种沟通话术

短片观看及案例分析：移动彩铃推荐

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、收集信息与挖掘客户的深层需求（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、需要收集客户信息十项内容

- (一) 本次服务内容
- (二) 情绪状态
- (三) 是否常到外省出差
- (四) 接听电话量/呼出电话量
- (五) 决策者/性格分析
- (六) 过往是否办理过同类产品
- (七) 收入水平/消费习惯

- (八)目前的手机话费余额
- (九)需要办理的理由 (目的)
- (十)费用承担者

二、收集信息方法及话术

- (一)冰山模型
- (二)需要 VS 需求
- (三)钓鱼理论
- (四)提问话术训练
- (五)提问技巧训练

三、快速分析信息技巧

- (一)客户需求分析与销售服务对策、(不明确型、半明确型、完全明确型)
- (二)客户性格分析与销售服务对策 (力量型、活泼型、完美型、和平型)
- (三)客户消费心理分析与销售服务对策 (求廉心理、求实心理、求新心理、求名心理、求美心理、求知心理、求特心理)
- (四)客户购物身份分析与销售服务对策 (决策者、执行者、影响者、受益者)

四、挖掘客户的深层需求

- (一)入门版：直接陈述引导
- (二)初级版：提问引导技巧
- (三)中级版：制造痛苦引导技巧
- (四)高级版：SPIN 技巧
- (五)最佳版：经典高效引导技巧

五、常见产品客户需求挖掘模拟演练

案例分析或短片观看：

示范指导、模拟演练

就学员提出的难点进行示范讲解、模拟演练、分析点评

第四章、产品推介技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练) (重点)

一、影响产品呈现效果的三大因素

- (一)产品呈现的语言
- (二)产品呈现的方式
- (三)呈现时的态度、情绪、信心

二、产品推介的三大法宝

(一) 产品推介的法宝

- 1、听觉营销
- 2、体验营销
- 3、客户转介绍

(二) 电话端产品推介的法宝

- 1、收益聚沙成塔
- 2、从众心理
- 3、数据对比

三、FAB 介绍法及误区规避

- (一)FAB 销售技巧
- (二)FAB 介绍法误区规避技巧

四、产品组合推荐

选择性漏斗式提问引导技巧

五、常见产品呈现话术及呈现方式示范指导

短片观看及案例分析：情绪调整的重要性

模拟演练：情绪调整

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、促成技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）（重点）

一、请求成交促成法

二、体验营销促成法

三、步步为营促成法

四、目的建议促成法

五、利弊分析促成法

六、假设成交促成法

第六章、后续跟进与服务技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、再次回访时间

二、服务跟踪话术

课程结束：

一、重点知识回顾

二、互动：问与答

三、学员：学习总结与行动计划

四、企业领导：颁奖

五、企业领导：总结发言

六、合影：集体合影