

戴着“瞄准器”做销售 ——让销售插上电话的翅膀

- **在**销售成本日益高涨的今天，电话邀约、电话销售成为高效销售中不可或缺的一环。销售、电话邀约、电话销售要高效开展，“老黄牛”精神固然不可或缺，但更需要的是“巧实力”。

为什么要学习这门课

而战的？

- **真**有那么难吗？竞争越激烈的行业，往往也更容易催生精英人物、成功人士！电话邀约、电话销售工作正是如此！在这快鱼吃慢鱼的时代，销售代表只有尽快具备出众的电话销售、电话邀约实战技能，才能在蓬勃发展的行业中立足和脱颖而出，并获得更多成功的机会。

谁应该学习这门

- **课**程对象：

销售主管、销售代表、银行理财经理/低柜经理、汽车销售顾问、电话销售业务骨干等相关人员。

- 《**让**销售插上电话的翅膀》就是这样的课程：培训师本人有着多年的大型服务、销售经验，以及电话销售中心的运营管理经验，加上专业的培训技巧，将领先高效的电销邀约、实战经验用生动、互动的方式展现。课程从销售代表的理念突破出发，通过讲授电销“武备库”的打造、高效的电销流程、电销前的准备和分析、开场白的技巧、销售过程中 MOT 把握、电销跟进和促成，电销工具及说服方法的应用等内容，助销售代表循序渐进地成为卓然出众的销售高手。课程中配有实战的录音分享和“大家来找茬”的练习，注重实务导向，使培训的“心动”和“激动”能有效转化为“行动”。

学习这门课程的收

■ **培训师：周力之**

■ **课时：2天**

■ **课程提纲：**

■ **课程将结合课前调研问卷及相关行业、企业案例进行讲授和演练。**

第1讲. 电话销售、电话邀约理念突破

1.1 电销技巧诚需要，深度思考更重要

- 电销技巧提升之“蜘蛛式”“蚂蚁式”“蜜蜂式”
- “电话销售”两个定义的深入解读
- 4P、4R 理论的在电话销售、销售中与时俱进的思考

1.2 客户服务 VS 服务销售

- 充分识别客户期望之中、意料之外的需求
- 电销过程中“峰终理论”的应用
- 解决方案式电销：梳理客户需求、唤醒客户需求

1.3 提升理念做电销——电销的深度与系统思考

- 士气比武器更重要
- 电销“用目标管理”VS“对目标管理”
- 电话销售“剩者为王”
- 关于电销的六个励志观点

1.4 销售与推销的差异与电销行动指南

- 出发点不同
- 目的不同
- 过程不同
- 手段不同

第2讲. 电话销售、电话邀约问题隔离及“武备库”的打造

2.1 电销案例问题分析的视角之一

- 知识态度技巧的平衡
- “三点法”的应用
- 电销开场白的要素

2.2 电销案例问题分析的视角之二

- 系统、流程、人
- 精细电销 VS 精益电销

2.3 问题隔离、因素分析

- 个人销售业绩不好的六大原因
- 团队电销业绩不佳的五大原因

2.4 电话销售“软故障”的案例及视角之一

- “话术”中结合“话素”
- 销售沟通，层次为先

2.5 电话销售“软故障”的案例及视角之二

- “讲读”能力的培养
- 电销提问的三个层次
- 如何影响客户思维、如何与客户思维同步
- 客户电话沟通中的多元心理预期

2.6 成功开展电销业务的五个关键因素解析

- 目标客户细分、客户数据库
- 共享的 CRM、专业的流程
- 高效的团队

第3讲. 电话销售、电话邀约谋定而动的话术应用及演练

3.1 分析客户需求，电话销售“按图索骥”

- 基本、信息、情感、精神需求
- 案例演练

3.2 “中西合璧”的电销话术应用

- “规定动作”+“自选动作”
- 九个语言行为、两个关键点

3.3 谋定而动的电话销售

- 电销准备的 ABCDEF
- 八种常见销售异议情境归纳
- 苏格拉底法、卡耐基提问的应用
- 案例演练

3.4 电销话术的工具应用及演练

- 魅力倍增的“金句口头禅”
- FABE 销售工具在话术设计方法
- SPIN 销售工具在话术设计方法
- ROPPA 等销售工具在话术设计方法
- AIDA 等销售工具在话术设计方法
- LSCPA 等销售工具在话术设计方法
- 话术案例的精益设计案例及演练