

一线万金——电话营销技巧

课程背景：

电话客户经理不是接触客户的唯一界面，但一定是服务和维系高价值客户的最重要的渠道界面，其功能定位是“服务 + 营销”。电话客户经理是以电话外呼、微信、短信、电子邮件等服务方式，为中高端客户提供主动服务的渠道。他们在服务过程中要不断积累和丰富客户信息，实现客户需求的深度挖掘。以客户为中心，以服务为宗旨，在服务的过程中实现服务营销一体化。

本课程从电话经理自我定位展开，全面阐述电话营销发展前景、消费心理等基础营销知识、电话服务礼仪规范、电话外呼前的准备要点、电话营销技巧和投诉处理技巧，系统提升学员的外呼服务营销实战能力。

课程目标：

- 明确自身的责任、素质要求和职业操守，掌握电话营销的发展前景和客户消费心理的基础知识
- 掌握良好的发音发声技巧、电话服务礼仪和服务规范用
- 掌握外呼前心态、业务知识、外呼脚本、客户信息、外呼工作表单等准备的关键要点和方法
- 掌握外呼销售过程中的开场白、需求挖掘、产品介绍、异议处理、交易促成和电话结束全过程的问题处理技巧
- 掌握专业的电话沟通技能，从而提升电话经理的综合素质
- 通过大量的案例分析，全面提升电话经理外呼实战能力
- 提升电话经理的投诉处理技能，可以更好处理客户投诉
- 掌握质量监控技巧，提升电话经理主管服务质量管理水平

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：电话客户经理

课程方式：采用案例、游戏、互动、分组讨论、现场演练、故事分享等培训方式。

课程大纲

第一讲：电话经理服务规范篇

一、超强亲和力的声音训练

1. 建立你的亲和力

- 1) 什么是亲和力
 - 2) 亲和力的表现
- ##### 2. 如何发音是合适的

3. 电话中如何控制你的声音

- 1) 声调的控制
- 2) 音量的控制
- 3) 语气的控制
- 4) 语速的控制
- 5) 微笑的训练

录音分析：电话录音分析亲和力的 N 项指标

现场训练：如何训练磁性、专业的声音

练习：语态的控制能力

练习：保护嗓子几种方法

二、建立你的电话礼仪

1. 打电话的礼仪
2. 通话中的礼仪
3. 电话结束的礼仪
4. 接电话的礼仪
5. 开场白中的礼仪
6. 电话礼仪中的忌讳

演练：不规范 PK 规范的电话礼仪

三、电话中的规范用语

1. 电话经理服务忌语
2. 电话经理常用服务用语 20 句

第二讲：电话经理高级沟通技巧篇

一、听——让客户敞开心扉

1. 何谓倾听
2. 倾听的层次
 - 1) 表层意思
 - 2) 听话听音
 - 3) 听话听道
3. 倾听中的四大拦路虎
4. 用心倾听的方式
5. 倾听的四个技巧
 - 1) 回应技巧
 - 2) 确认技巧
 - 3) 澄清技巧
 - 4) 记录技巧

现场演练：电话经理打电话给客户推荐号码管家服务，客户说没用，如何用倾听技巧改变客户观念

二、引导——让客户跟着你走

1. 引导的第一层含义——自然过渡
2. 引导的第二层含义——趋利避害
3. 在电话中运用引导技术

现场演练：你们公司为什么经常打电话给我（运用趋利避害）

角色扮演：你们的送手机业务为什么要使用满 2 年？

三、同理——朋友一样的心

1. 何谓同理心
2. 同理心有什么作用
3. 如何恰当表达同理心
4. 体现同理心的常见话术
5. 同理心话术的三个步骤

案例分享：你是不是新手？

现场练习：我要投诉你们中国移动（利用同理化解客户的怒气）

案例分析：移动呼叫中心一次错误的同理引发更猛烈的投诉

四、赞美——增加成交机率

1. 中国人为什么不擅长赞美

2. 赞美的基本“法”
3. 赞美的要点
- 4. 赞美的常用方式**

- 1) 直接赞美式
- 2) 比较赞美式
- 3) 感觉赞美式

练习：如何赞美客户的事业

案例：如何赞美客户的个人魅力

现场演练：赞美中国移动全球通个品牌的用户

第三讲：电话经理电话营销技巧篇

一、瞬间建立信任——开场白设计

1. 开场白之专业开头语

- 1) 礼貌问候
- 2) 公司简介
- 3) 部门简介
- 4) 个人简介
- 5) 免费电话
- 6) 对方身份核对
- 7) 请示性礼貌用语

录音分析：中国移动常用开头语解析

案例：低接通率的那些开头语

练习：新客户开发中常用的那些开头语

2. 极具吸引力的开场白
3. 开场白避免应用语
- 4. 让客户感兴趣的开场白**

- 1) 老客户法
- 2) 直截了当法
- 3) 曲径通幽法
- 4) 相同背景法

录音分析：移动公司最常见的外呼开场白

现场演练：让客户感兴趣的开场白运用

二、发掘需求——加深与客户的沟通

1. 挖掘客户需求的工具是什么百宝箱
2. 提问的意图
3. 提问的两大方式
4. 外呼提问把控的原则

5. 汉堡提问法

- 1) 请示层提问
- 2) 信息层问题
- 3) 问题层提问
- 4) 解决问题层提问

现场演练：通过汉堡提问挖掘客户对上网套餐的需要

三、产品介绍——让客户敞开心扉

1. 产品介绍的三个魔力词汇
- 2. 高成功率的介绍方法**

- 1) 感受介绍法
- 2) 对比较法
- 3) 轻重介绍法
- 4) 他人见证法

录音分析：推荐新客户送话费活动

四、客户异议处理与挽留技巧

1. 客户离网的蛛丝马迹
2. 客户离网的原因解析
3. 挽留客户的黄金流程
4. 挽留客户的优惠政策利弊解析
5. 客户异议不可怕
6. 基于客户性格的客户挽留策略
7. 面对异议的正面心态

8. 客户异议处理的四大技法

- 1) 预防法

案例：售楼部的销售人员

- 2) 引导法
- 3) 感同身受法
- 4) 逗乐法

9. 客户常见异议

- 1) 不需要
- 2) 考虑一下
- 3) 没空听你们的业务介绍
- 4) 贵了
- 5) 等我跟家人问一下
- 6) 你们的操作很麻烦
- 7) 我不清楚你说的，但我想我不需要
- 8) 免费的没有好的
- 9) 没有免费的馅饼
- 10) 这个业务不好用，我朋友用过
- 11) 我已经在用电信的服务了

五、抓住成交信号

1. 何谓成交信号？

2. 成交信号的发出和把握

- 1) 语言上信号
- 2) 感情上的信号
- 3) 动作上的信号

案例分析：客户想与我们合作的那些话

现场讨论：哪些信号是消极的购买信号

六、促进成交——让销售结出果实

1. 单刀直入法
2. 忧患促成法
3. 选择成交法
4. 感受成交法
5. 试用体验法
6. 他人见证法

现场演练：尝试上述的促进成交的方法

七、结束语——新的开始

1. 如何结束
2. 带来后续联系的结束语
3. 结束话术中的关键点

第四讲：客户关系维护技巧

一、客户关系维护的概念

1. 了解客户生命周期
2. 抓住服务营销时机
3. 客户“期望——现状”满意度管理

案例：银行排队的大爷

二、获得客户信任的技巧

1. 受客户欢迎
2. 以客户为导向
3. 具备专业能力
4. 遵守诺言

案例：定制化家具老板

三、客情维系的五到

1. 生日礼物提前到

案例：山西长治银行的学员

2. 节日祝福送到
3. 优惠信息通知到
4. 困难时刻解决到
5. 额外付出心意到

案例：招商银行的大唐经理