

《客服人员电话主动营销能力提升训练》

培训背景

随着客户市场竞争的日趋激烈，运营商通过电话的方式对客户的主动营销变得越来越重要，客服人员需要提升主动营销意识和异议的处理能力，把握恰当的营销机会，从而更好的提高客户的粘性，降低客户流失率。

培训目标

- 掌握客户的购买动机，了解客户购买心理，做到知己知彼；
- 通过讲授+情景模拟+案例分享，让学员轻松掌握营销的完整流程与关键技巧；
- 通过行业的优秀电话营销录音分享，拓展学员的思路，总结优秀经验。

培训对象

客服人员

课程大纲

一、客户了解知多少—知己知彼，百战不殆

☎ 电话营销为什么这么“难”

- 电话营销，营销的究竟是什么
- 高满意度的电话营销之“七寸”在哪里
- 讲求方法的电话营销可以让客户更满意

☎ 客户购买行为特征分析

- 乐于尝试型
- 价格敏感型
- 冲动消费型

□ 性能比较型

□

【录音分享】：客服人员的这通营销的录音让你有什么启发

二、“准备大于一切”—电话拿起之前，成败已露端倪

☎ 心态层面的准备

□ 为什么客服代表会为不好的心态找借口

□ 好心态是天生的吗

□ 快速构造属于自我的“正能量”

【视频分享】：“原来我也可以这样做”

☎ 技能层面的准备

□ 学会用心“看”资料

□ 准备开场类的信息查看

□ 建立关系类的信息查看

□ 营销突破类的信息查看

三、“一见钟情是基础”—好的开场，是成功的一半

☎ 好开场是“策划”出来的

□ 如何避免自我介绍流于形式

□ 来电目的说明的关键要点

□ 如何让客户不挂断你的电话

□ 开场时和客户迅速拉近关系的小方法

☎ 学会在电话中“识人”

□ “演技”在电话营销中的价值

- 不同风格客户沟通的“雷区”

【录音分享】：从这段客服代表同客户沟通的开场白中，你能判断出该客户的沟通风格类型吗

四、“深入了解很重要”—客户需求的了解，是成功营销的核心

☎ 找到客户需求的“真面目”

- 我们满足客户的是哪个需求—表面需求 OR 实际需求
- 明确需求对于外呼营销的三个重要意义

☎ 外呼营销过程中，客户需求明确的技巧

- 第一步：如何设计你的问题
- 第二步：如何让客户愿意回答你的问题
- 第三步：如何问到客户准确和真实的需求

【情景模拟】：迅速明确客户需求的练习（结合热点业务进行）

☎ 需求挖掘过程中的倾听技巧

- 用耳听和用心听有什么差别
- 小测试：快速检验一下自己的倾听能力
- 有效倾听“三部曲”

【录音分享】：客服代表和客户的这段对话，她真的听到了客户的真实需求吗

五、“产品推荐应简约”—简约，不简单

☎ 目前的产品推荐误区

- 照搬脚本式
- 面面俱到式
- 重点模糊式

- 逻辑混乱式

- ☎ 产品推荐需要简约的表达

- 何谓“简”“约”

- 介绍过程中“禁忌”词汇大全

- 三段式产品推荐的应用

- “概括”和“翻译”能力的呈现

- ☎ 让产品推荐“锦上添花”的小方法

- 举例法，让产品更具体

- 比拟法，让产品更形象

- 对比法，让产品更吸引

【录音分享】：客服代表对于产品的介绍，客户听懂了吗，该如何进行梳理

六、“临门一脚见分晓”——要求成交并不难

- ☎ 要求成交的几种话术

- ☎ 如何看待客户提出的异议

- 客户的异议对于我们营销工作的正面价值

- 正视异议出现的必然性

- 减少异议出现的偶然性

- ☎ 三种典型的异议及相应的处理方法

- 客户存在拖延时，该如何应付

- 客户尚存疑虑时，该如何处理

- 客户完全敷衍你，该如何面对

【情景演练】：当遇到下列的客户异议时，该如何处理

- 这样吧，有需要我再联系你们吧……
- 我暂时不需要了……
- 我考虑一下再说吧……
- 我觉得这个对我作用不大……
- 你这个价格太贵了……

七、案例应用与角色模拟练习

- ☎ 一对一现场练习（按照课程讲授的方法进行分小组以及一对一情景演练）
- ☎ 课程总结与答疑