

《电话服务营销综合能力提升》培训

主讲：王庆晨老师

课程收益：

- 1、 电话销售人员学会高端客户电话沟通技巧
- 2、 电话销售人员面对客户拒绝的正确心态应对技巧
- 3、 电话销售人员根据客户类型设计及应答话术
- 4、 掌握电话营销技巧的核心内容
- 5、 掌握电话营销每个流程的脚本设计及应答话术
- 6、 总体提升电话销售人员销售业绩
- 7、 总体提升电话销售人员心理调整
- 8、 总体提升电话营销人员团队沟通及协作能力

授课对象：电话销售人员、话务员、呼叫中心管理人员

授课方式：采用讲师讲述、案例分析、分组讨论、互动答疑、情景模拟等方式

授课时长：2天（6小时 / 天）

课程纲要：

第一篇：电话营销心理调整篇

■ 快乐的团队文化建设

◇

个人荣誉感及团队荣誉感

◇

团队管理人员内在修炼

◇

员工对行业及电销的正确认知

◇

爱上你的工作

◇

爱上你的客户

◇

爱上你的产品

◇

用爱去做电话营销

■ **好的心态是成功电销的开始**

◇

电话销售人员角色认知

◇

电话销售人员岗位胜任模式分析

◇

电话销售人员工作的消极状态分析

◇

角色扮演：电话销售人员消极情绪产生的过程

◇

电话销售人员对工作的成就感分析

◇

打电话恐惧产生的原因

◇

打电话紧张产生的原因

◇

打电话不自信产生的原因

案例：面对骂人客户的应答话术

案例：面对客户不耐烦的应答话术

互动：培养电话销售人员的自信

互动：培养电话销售人员对产品的信心

◇

管理人员帮助员工化解打电话恐惧的三大策略

1. 客户发火时，电话销售人员的应答话术
2. 客户敷衍时，电话销售人员的应答话术
3. 客户拒绝时，电话销售人员的应答话术

◇

管理人员帮助员工缓解压力的六大工具

1. 框架化解
2. 冥想化解
3. 兴奋化解
4. 游戏化解
5. 状态化解
6. 观念化解

互动：员工压力释放练习

第二篇：客户性格分析及消费心理分析篇

■ 性格分析测试及员工管理

◇

性格分析测试题

◇

不同性格的特征分析

◇

不同性格的语言模式

◇

不同性格的声音特征

◇

不同性格的优点分析

◇

不同性格的缺点分析

◇

不同性格的心理需求

◇

管理人员测试员工性格

◇

不同性格员工岗位职责不同

◇

管理人员辅导不同性格的员工

◇

管理人员与不同性格员工沟通模式变化

■ 客户类型及消费心理分析

◇

客户为什么抵触电话营销？

◇

客户为什么听到公司就挂断电话？

◇

客户消费心理的两大核心需求

◇

客户购买类型分析

1. “成本型客户”消费心理分析及应答话术
2. “品质型客户”消费心理分析及应答话术
3. “配合型客户”消费心理分析及应答话术
4. “叛逆型客户”消费心理分析及应答话术
5. “自我决定型客户”消费心理分析及应答话术
6. “外界决定型客户”消费心理分析及应答话术

第三篇：高端客户电话沟通技巧篇

■ 沟通技巧一：提问技巧

◇

提问的三大好处

◇

提问在投诉中的运用

◇

提问在销售中的运用

◇

提问在服务中的运用

◇

常见的两种提问方法（开放式、封闭式）

◇

接听电话有效提问技巧

1. 纵深性问题——获得细节
2. 了解性问题——了解客户基本信息
3. 封闭式问题——确认客户谈话的重点
4. 征询性问题——问题的初步解决方案
5. 服务性问题——超出客户的满意

案例分析：运用提问技巧提高保险老客户的满意度

情景模拟：运用提问挖掘客户对 XX 保险的需求

提问游戏：挖掘需求

■ 沟通技巧二：倾听技巧

◇

倾听的三层特殊含义

◇

倾听的障碍

案例：保险行业专业术语引起的倾听障碍

案例：方言引起话务员的倾听障碍

视频欣赏：车险客户方言沟通引起的倾听障碍

案例：保险客服代表主观意识引起的倾听障碍

◇

倾听的两个层次

1. 表层意思
2. 弦外之音

倾听小游戏：某保险呼叫中心一次无效的沟通

◇

倾听的四个技巧

1. 回应技巧

案例：面对面的回应技巧（表情、动作、语言）

案例：吉利宝两全组合保障计划，积极回应技巧

案例：保险行业超级经典好用的回应词组

2. 确认技巧及话术
3. 澄清技巧及话术

案例：保险行业一次投诉客户的澄清

案例：某保险呼叫中心话务和客户的思想，不在同一个频道

视频欣赏：被人误会的情景

4. 记录技巧及话术

模拟训练：倾听处理一通因保险收益引起的误会电话

■ 沟通技巧三：引导技巧

◇

引导的第一层含义——由此及彼

案例：把客户的注意力进行转移的技巧——由此及彼

◇

引导的第二层含义——扬长避短

快乐游戏 A：找出太平洋车险、寿险的缺点和不足

快乐游戏 B：把车险、寿险的不足和缺点，变成优点和好处

◇

在电话中如何运用引导技巧，把不足引导成优势

案例：10年之后保险费用还拿不回来，不划算。

案例：我现在没钱，不买保险

案例：你们免费送保险，不会是骗子吧

案例：你们保险公司为什么老打电话给我，烦不烦？

案例：我不是本地人，不方便买保险

■ 沟通技巧四：同理技巧

◇

什么是同理心？

◇

对同理心的正确认识

◇

表达同理心的四个步骤

◇

同理心有效话术设计

案例：保险都是骗人的

案例：客户说没钱买保险

案例：买保险要跟家人商量一下

案例：我不太相信电话里面办理保险，现在电话诈骗太多了

案例：客户说对保险活动不感兴趣

视频欣赏：客户着急如何运用同理匹配

■ 沟通技巧五：赞美技巧

◇

赞美的价值和意义

◇

认清赞美的本质

案例：赞美客户之后的连锁正面反应

◇

面对面赞美的方法

◇

巧妙赞美的 3 点

◇

电话中赞美客户的方法

1. 直接赞美

2. 比较赞美

3. 感觉赞美

◇

保险行业，根据客户状态进行赞美

1. 赞美客户名字

2. 赞美客户所在城市

3. 赞美客户口音、方言
4. 赞美客户的工作
5. 赞美客户乘坐的交通工具
6. 赞美客户核实年龄（年轻、中年）
7. 赞美客户的生日
8. 赞美客户有孩子
9. 赞美客户没有病史
10. 赞美客户选择的额度

案例：如何赞美男性客户

案例：如何赞美女性客户

案例：如何赞美投诉的客户

快乐游戏：赞美的魅力

第四篇：电话营销技巧及话术应答篇

■ 营销技巧一：开场白前 30 秒

◇

开场白设计的三要素

◇

开场白禁用语和常用词

◇

开场白客户说：“不需要”时，应对话术处理

◇

开场白客户情绪不好，应对话术处理

◇

开场客户说：“很忙，没时间”，最佳应对话术

◇

电话销售人员不同保险产品的脚本设计

1. 意外保险开场白脚本设计
2. 健康保险开场白脚本设计
3. 养老保险开场白脚本设计
4. 赠送保险开场白脚本设计

■ 营销技巧二：挖掘客户需求

◇

挖掘客户需求的工具是什么

◇

提问的目的

◇

提问的两大类型

◇

外呼提问遵循的原则

◇

三层提问法

1. 信息层问题设计及应答话术
2. 问题层提问设计及应答话术
3. 解决问题层提问设计及应答话术

现场演练：意外伤害保障计划的需求挖掘

现场演练：XXXX 保障计划的需求挖掘

现场演练：阳光 XXX 保险的需求挖掘

■ 营销技巧三：有效的产品介绍

◇

产品介绍最有效的三组词

◇

提高营销成功率的产品介绍方法

1.

体验介绍法

2.

对比介绍法

3.

主次介绍法

4.

客户见证法

录音分析：家庭人生意外伤害保险的产品介绍

■ 营销技巧四：客户异议处理与挽留技巧

◇

正确理解客户异议

1.

客户说“价格太贵”的心理活动

2.

客户说“你们服务不好”的心理活动

3.

客户说“保险都是骗人的”的心理活动

◇

客户异议处理的四大应对沟通技能

◇

客户常见异议

1. 当电话销售人员开场白时，客户就说：“我不需要”应对技巧
2. 当介绍了保险的卖点后，客户说：“不需要”应对技巧
3. 介绍保险后，客户说“我不感兴趣”应对技巧
4. 介绍保险后，客户说：“我考虑考虑”应对技巧
5. 介绍保险后，客户说：“发份你们的资料过来我看看吧”应对技巧
6. 客户说：“我很忙，没时间、在开车、开会”应对技巧
7. 客户说：“你们的保险费用比其它公司贵”，应对技巧
8. 客户说：“我已经在朋友哪里买了保险了”应对技巧
9. 客户说：“我不相信保险公司”应对技巧
10. 客户说：“等我有时间，去你们公司详细了解一下”应对技巧
11. 客户说：“这个保险存的时间太久了，不划算”应对技巧
12. 客户说：“你们这个保险收益太低了，不合适”应对技巧
13. 客户说：“暂时不需要，到时候有需要再联系你吧”应对技巧
14. 客户在电话里说粗话，骂人，应对技巧
15. 客户说：“你们是不是电话诈骗呀，我怎么相信免费送保险呢？”应对技巧

■ **营销技巧五：把握促成信号，有效促进成交**

◇

什么是促成信号？

◇

促成信号的把握

1. 促成的语言信号
2. 促成的感情信号
3. 促成的动作信号

◇

常见的 6 种促成技巧

1. 直接促成法
2. 危机促成法
3. 二选一法促成法
4. 体验促成法
5. 少量试用法
6. 客户见证法

现场演练：学员学会 3 种以上的促成方法

■ **营销技巧六：电话结束语及二次跟踪**

◇

专业的结束语

◇

让客户满意的结束语

◇

结束语中的 5 个重点

◇

成交后的转介绍话术设计

◇

跟踪电话的注意事项

◇

跟踪电话的时间拟定

◇

跟踪电话的脚本设计

注：具体内容将根据客户需求及调研结果✚重新设计，量身定制课程。