

# 《电话营销话术脚本创新设计》培训

——主讲：王庆晨老师

**授课对象：**客户经理、大堂经理、理财经理、柜员、信用卡中心员工

**课程收益：**

1. 掌握员工电话心态调整的方法
2. 掌握信用卡业务客户提出的异议应答技巧
3. 掌握电话营销信用卡实战技巧及话术
4. 掌握电话营销后续维系及跟踪工作
5. 总体提升信用卡业务的电话邀约成功率

**授课方式：**采用讲师讲述、案例分析、录音分析、脚本分析、分组讨论、互

动答疑、情景模拟、头脑风暴等方式

**授课时长：**2天培训

**课程纲要：**

## 第一篇：民法典管控下员工电话心态调整篇

银行民法典背景下的电话营销前景分析

- 民法典背景下的电话营销管控
- 民法典第 1032、1033 条解读及应对策略

- 民法典背景下银行存量客户贷款及分期项目推广
- 电话营销在中国的前景分析
- 电话营销在银行业的发展及运用
- 为什么银行业会对电销严格管控
- 电话营销的规范运作分享

### 银行合规管控下的员工心态分析

- 员工的两大内心需求如何满足？
- 电话电话营销挑战太大，越来越难
- 员工如何正确的认知电话营销的目的
- 员工所具备的电话电话营销信仰是什么？
- 帮助员工找到电话营销的快乐和成就感
- 员工对自己不自信，如何帮助调整？
- 员工对产品没信心，如何帮助调整？
- 员工对行业没信心，如何帮助调整？
- 员工对领导不满意，如何帮助调整？
- 员工打电话恐惧产生的原因
- 员工打电话紧张产生的原因

- 员工打电话不自信产生的原因
- 案例：面对大量拒绝客户的心态调整及应答话术
- 案例：面对客户不耐烦的心态调整及应答话术
- 案例：电销面对质检严格抽查，导致不知如何开口？
- 帮助员工化解打电话恐惧的三大策略：
  - ◇ 客户秒挂时，电话销售人员的心态调整及应答话术
  - ◇ 客户敷衍时，电话销售人员的心态调整及应答话术
  - ◇ 客户拒绝时，电话销售人员的心态调整及应答话术
- 帮助员工缓解压力的六大工具
- 互动：员工压力释放练习
- 案例：以前的话术都用不上，需要重新调整话术，心理上无法适应
- 案例：擦边球话术无法运用，做营销小心谨慎，无法打动客户，业绩不理

想

## 第二篇：信用卡营销实战技巧及话术应答篇

### 电话营销技巧一：营销前的准备

- 电话前的数据筛选及准备

- 电话前的心态调整
- 电话前的脚本准备
- 电话前的主要目标和次要目标

## 电话营销技巧二：有吸引力的开场白话术创新设计

- 信用卡原始话术分析
- 分析：目前电话开场白挂机率高的原因
- 自杀式开场白三个特征
  - 1、客户秒挂电话
  - 2、开场介绍产品
  - 3、引导客户说不
- ◇ 案例：客户不接电话或者直接挂断怎么办？
- ◇ 案例：客户接通电话听你说话就挂断
- ◇ 案例：客户听你介绍完开场就挂断
- 有效开场白应遵循的两个原则
- 陌生客户首次电话开场白设计
- 二次跟进客户开场白设计
- 老客户多次跟踪开场白设计

- 根据客户特征设计不同的开场白方法
- ◇ 录音：失败的开场白话术分析
- ◇ 录音：成功的开场白话术分析
- 电话营销开场——客户拒绝处理话术
- ◇ 客户说：“不需要”时，应对话术处理
- ◇ 客户说：“考虑一下”，应对话术处理
- ◇ 客户说：“有需要，再打电话给你吧”应对话术处理
- ◇ 客户说：“分期手续费太贵”，应对话术处理
- 现场制作：信用卡——建立客户信任度的开场白话术设计
- 现场制作：贷款客户分期——建立客户信任度的开场白话术设计

### 电话营销技巧三：营销切入点话术创新设计

- 贷款客户切入到相关主推产品
- 商户客户切入到相关主推产品
- 房贷客户切入到相关主推产品
- 高评分客户切入到相关主推产品
- 公务卡客户切入到相关主推产品
- 代发工资客户切入到相关主推产品

- 公积金客户切入到相关主推产品
- 低额度客户切入到相关主推产品

#### 电话营销技巧四：挖掘客户需求把握与话术创新设计

- 挖掘客户需求的工具是什么
- 提问的目的
- 提问的两大类型
- 提问遵循的原则
- 三层提问法
- 信息层问题设计及应答话术
- 问题层提问设计及应答话术
- 解决问题层提问设计及应答话术
- 现场演练：信用卡业务的客户需求挖掘
- 现场演练：贷款客户的客户需求挖掘

现场演练：客户额度马上到期，如何引导客户消费支用

#### 电话营销技巧五：有效的产品介绍

- 产品介绍最有效的三组词
- 奥利奥特效方法呈现产品优势

- 提高营销成功率的产品介绍方法
  - ◇ 好处介绍法
  - ◇ 对比介绍法
  - ◇ 分解介绍法
  - ◇ 客户见证法
- 录音分析：信用卡核心产品的好处介绍法
- 案例：核心产品与支付宝对比
- 案例：核心产品与微信微粒贷对比
- 案例：核心产品与小微贷款公司产品对比
- 案例：你们手续费比其它银行贵
- 理财产品的介绍话术设计
- 账单分期的介绍话术设计
- 消费分期产品话术设计

#### 电话营销技巧六：客户异议处理与挽留技巧话术设计

- 正确理解客户异议
- 客户说“手续费太高”的心理活动
- 客户说“我有钱不需要”的心理活动

- 客户说“你们都是骗人的”的心理活动
- 客户异议处理的四大万能法则话术
- 客户常见异议：
  - ◇ 客户就说：“我不需要”应对技巧
  - ◇ 客户说“我不感兴趣”应对技巧
  - ◇ 客户说：“我考虑考虑”应对技巧
  - ◇ 客户说：“我很忙，没时间、在开车、开会”应对技巧
  - ◇ 客户说：“你们的手续费比其它银行高”，应对技巧
  - ◇ 客户说：“等我有时间，去你们银行网点详细了解一下”应对技巧
  - ◇ 客户说：“这个分期太麻烦了”应对技巧
  - ◇ 客户说：“我在其它银行办理了类似业务，手续费比你们便宜”应对技巧
  - ◇ 客户说：“你们这个额度太低了，不合适”应对技巧
  - ◇ 客户说：“没有手续费，我就办”应对技巧
  - ◇ 客户说：“暂时不需要，到时候有需要再联系你吧”应对技巧
  - ◇ 客户说：“我有钱，不需要”应对技巧
  - ◇ 客户说：“你怎么有我信息的？这是泄密，要投诉”应对技巧

◇ 客户说：“你们支行离我家远，过去办不方便，是不是每个支行都可办理”应

对技巧

◇ 客户说：信用卡“不能提现和转账，就不需要” 应对技巧

◇ 客户说：“利息太高了，这个换成年化率是多少？”应对技巧

◇ 客户说：“为什么本金在减少，手续费固定不变” 应对技巧

◇ 我已经有其他公司的账户了

◇ 我现在有钱，不需要分期

◇ 你们利息太高了不划算

◇ 你们银行分期提前还款需承担剩余手续费，XX 银行都不需要

◇ 办了分期占用额度，后面卡就不能用，很不方便，临时用卡也用不出来

◇ 客户觉得办分期有助于提额才办理的 但是办了好几期分期都没有提额 客户

不满意，表示不会再办理了。

◇ 没有用信用卡的习惯

◇ 不接受信用卡这种产品

◇ 有其他银行的信用卡不需要办理

电话营销技巧七：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
  - ◇ 促成的语言信号
  - ◇ 促成的感情信号
  - ◇ 促成的动作信号
- 常见的 6 种促成技巧
  - ◇ 直接促成法
  - ◇ 紧迫感促成法
  - ◇ 二选一法促成法
  - ◇ 体验成交促成法
  - ◇ 假设成交促成法
  - ◇ 客户见证促成法

现场演练：学员学会 3 种以上的促成方法

电话营销技巧八：电话结束后的系列工作

- 二次跟踪时间约定
- 二次跟进开场白设计
- 二次跟进的促成技巧

- 满意度高的结束语设计
- 加客户微信的话术
- 微信沟通实战技巧
- 微信朋友圈实战营销技巧
- 微信与客户建立信任度的方法
- 微信中文字、语音、图片、表情的使用
- 成交后的转介绍话术设计
- 沟通重点信息内容归档整理

#### 电话营销技巧九：营销成功后的客户消费支用

- 客户未支用额度的心理分析
- 客户未支用贷款的原因分析
- 引导客户支用需求深度挖掘
- 信用卡办理后的客户消费支用切入
- ◇ 客户回访切入
- ◇ 客户关怀切入
- ◇ 优惠活动切入

◇ 特别日子切入

- 客户支用电话营销话术设计
- 客户支用电话异议处理话术设计
- 微信沟通技巧促进客户支用
- **现场制作：信用卡客户消费支用话术分享**

营销技巧十：十套电话营销经典案例与话术脚本分析

- 优秀脚本分享：个贷产品电话邀约经典话术
- 优秀脚本分享：装修分期电话邀约经典话术
- 优秀脚本分享：小微快贷电话邀约经典话术
- 优秀脚本分享：普惠贷款电话邀约经典话术
- 优秀脚本分享：薪享通签约电话邀约经典话术
- 优秀脚本分享：理财保险沙龙电话邀约经典话术
- 优秀脚本分享：账户资金大额变动电话回访经典话术
- 优秀脚本分享：最新的理财产品电话营销经典话术
- 优秀脚本分享：理财/定期到期/卡片到期电销经典话术
- 优秀脚本分享：客户资产配置（基金、保险、黄金）电销经典话术

