



电话邀约 技巧培训

蓝池销售事业部-刘飞

电话邀约的重要性

电话邀约目前存在的问题



急于成交

- 电话邀约到店变成电话促销，成交欲望大于到店邀请

谈论具象化的内容

- 电话内容的重心不明确，
- 过多的涉及具体的参数配置，
- 价格对比等，邀约目的本末倒置

缺少感受

- 电话邀约过程中，对客户的情况不了解，无法留下第一印象，客户感受度低

电话邀约的重要性

做什么？谈什么？体验什么？

邀约客户到门店—不是“卖车”！

- 比起面对面的交流，电话传递的信息少于50%，对方给予的信任较少。现实的做法是邀约客户来店，面谈会比电话达到更好的效果。



在电话里，
我们要做什么？

在电话里，
我们要谈什么？

在电话里，
客户要体验什么？

电话中谈论性能的具体对比、价格的具体优惠都是不合适的，这些更适于当面与客户交流以达到更好的沟通目的。



- 客户坚持讨论时，可将其引导至其他话题，比如：“您前来选好车型后，我才可以申请特别优惠”

良好的“第一印象”

- 必须让对方体验到价值所在，而电话沟通则是开始的第一步



电话邀约核心技巧——首次接触

个人准备

音量和重音

音量稍大，注意强调重要的词句

语调和语气

沉着更显得专业，不要“飘”否则显得不诚恳

语速和节奏

语速减慢，留出给自己和对方思考的时间，当中注意停顿

声音的
感染力

洞察力
同理心

洞察力

需要在电话中通过沟通发现对方的真实想法和意图

同理心

让对方觉得“他充分理解我的立场”，一个实用的方法是“复述对方行为—复述对方心理”

用词简洁

电话中需要简练用词，方便让对方迅速理解。

用语

要用口语，而不是书面语。“说人话”

态度

尽管看不到，电话中的态度对方能感觉到

表达

时间
管理

对于通话所需用的时间，要有计划。
“要确保有时间去说重要而不紧急的事”

电话邀约核心技巧——首次接触

接近从建立关系开始

关系的建立，可以加深信任，而“信任”则是实现销售的重要途径：



- 可以得到更多信息
- 可以在同等条件下让对方优先选择

比如说:

“您在这方面真是很专业，认识您真的很高兴，我得向您多请教”

“您问得这个问题真的很专业”

“您担心的问题正是我要跟您说的呢”。

- **注意细节：**
生日、饮食习惯、生病康复。。。
- **信守承诺：**
“明天下午我给您电话” 承诺需要遵守
- **帮助他人：**
本职范围外的额外帮助更能打动客户
- **诚恳正直：**
诚恳正直代表了品牌形象，需要坚持
- **管理期望：**
不要给对方不切实际的过高期望
- **勇于认错：**
对方早晚会的知道你犯的错误，尽早承认以便加分
- **赞美对方：**
从心底赞美对方，才不显得虚假
- **应对危机：**
承认问题并迅速解决客户问题，增加情感交流机会

电话邀约核心技巧——首次接触

通话中客户类型判定和对策

客户声音类型	性格特点	相应对策
猫头鹰型 	条理 + 细节	<ul style="list-style-type: none">• 注意细节• 提供资料
老鹰型 	直接 + 自负	<ul style="list-style-type: none">• 尊敬• 让对方选择• 不施压
孔雀型 	热情 + 关系	<ul style="list-style-type: none">• 对对方话题真诚感兴趣• 让对方说话
鸽子型 	和谐 + 拘谨	<ul style="list-style-type: none">• 低调切入• 随时注意对方反应• 告知底线

电话邀约核心技巧——Q&A应对

问候，介绍意图，确认时间

 **A：** “***先生，您好！我是上周和您联系过的小李，想耽误您3分钟的时间，不知您现在接听电话是否方便？”

 **B：** 不方便，我正在开会……

 **A：** 那您看我什么时间跟您联系比较好呢？

 **B：** 下午吧！

 **A：** 好的，那我下午3点钟左右跟您联系您看可以吗？

 **B：** 好的！

 **A：** 那不打扰您了，再见！

时间一定要确定




电话邀约核心技巧——Q&A应对

寻找理由，切入话题


 B：现在方便，有什么事吗？……（找一个上次在接待中所聊到的话题，来开始交流）

 A：您上次说下个月您有一个XX展览活动，我们跟场地方也很熟的，有什么能用得着我的地方或我能帮上您什么忙的吗

 B：谢谢你啊，我们都筹备得差不多了。

 A：别客气，我的一些车主还有些朋友都是美术方面的爱好者，您是这方面的行家，还得多请教请教您呢！

 B：如果有需要，尽管找我吧，没问题的！

 A：那太好了，还得先谢谢您呢！

合理利用
过往接待话题导入



电话邀约核心技巧——Q&A应对


记录，跟进，分析，寻求共识

 **A:** “对了，***先生，您上次到我们店里看过车以后，觉得车子怎么样呢？还有哪些方面您觉得不太满意呢？”

 **B:** 我觉得车内的空间比较小，没有XX宽敞。

 **A:** XX的确是台空间挺大的车，不过汽车的使用呢，除了空间大以外，操控棒也很重要的，您平时自己开车的时候多吗？

 **B:** 大部分时间自己开车。

 **A:** 那您对操控性一定比较在意，对吗？领动的操控性能是非常好的，另外在动态的驾驶情况下，领动的前排驾驶空间也肯定不会让您失望的。至于后排呢，我们肯定会让您有大惊喜的。


 **B:** 嗯，是吗？

引导客户异议，
注意尊重竞争对手，
做好记录，
然后从中分析再寻找沟通话题




电话邀约核心技巧——Q&A应对

突出重点，强调目的

 **A:** “领动目前正式上市发布了，为了加深对于这款车的了解，我们将在XX举办一次大型的试乘试驾会，想邀请您来参加，亲自试驾、体验一下这款车。可以吗？”

 **B:** 哦，如果我没什么特殊事情，我过去看一看吧。

 **A:** 因为这次是我们借新车上市举办的一次大规模推广活动，全系车型都会有的，我们在现场也安排了很多核心技术展示等其他内容，由于报名的人比较多，我给您安排在下午3点钟可以吗？免得您等候的时间比较长。

 **B:** 好吧！

 **A:** 那您看我XX日中午再跟您确认一下时间，好吗？

 **B:** 好的，你再提醒我一下吧。

 **A:** 那好，我们周六再通电话，打扰您了！再见！

突出重点及主题，
并且反复强调邀约的时间



电话邀约核心技巧——异议处理

异议示例分析解决

■ 我最近比较忙/我正在开会

1) 的确忙：另约时间致电 2) 推脱：发现异议并处理

■ 这不是我登记的/我是随便登记的，不需要买车

仍然介绍活动、进行邀约，如果拒绝则尝试让对方介绍他人

■ 你怎么知道我的电话的？

告知对方可能是朋友登记或可能是外展留存的联系信息。询问需求：1) 如有购买机会则进行邀约、2) 如无意向则尝试让对方介绍他人、3) 今后再次跟进

■ 现在有什么优惠吗？

到店试驾、选择车型后方可申请特别优惠，邀约到店

■ 你们的xx性能不如人家啊

1) 推脱：询问真正异议并解决；2) 还价借口：介绍优惠活动等并邀约前来；3) 的确关心性能：按照异议处理程序解决异议

电话邀约核心技巧——异议处理

异议示例分析解决

■ 韩国车的安全性好吗

1) 推脱：询问真正异议并解决；2) 的确关心安全：对比介绍，说明安全的概念，告知其他优势

■ 先给我看看资料吧.....

1) 推脱：询问真正异议并解决；2) 的确需要资料：寄送资料后再进行邀约竞品车型

■ 太远了，过来不方便啊

1) 推脱：询问真正异议并解决；2) 对交通不了解或者太远：告知具体路线或者上闷按照异议处理程序解决异议

■ 现在股市大盘都不好，钱都套牢了哪有钱换车，撑着开吧

1) 推脱：询问真正异议并解决；2) 的确资金不足但想买车：给出按揭建议，继续邀约；3) 的确资金不足并暂时不买车：尝试得到推荐并在今后再次跟进

电话邀约实战示例——示例解读


四种客户类型电话邀约示例

 **A** : 李先生您好,我是上周六为您介绍车辆性能的小王,这周有空试驾吗?


 **B** : 哦,你好,可以啊,我对这车很感兴趣的。

 **A** : 李先生,您提起过很喜欢看赛车比赛,您一定很在意车辆的操控性吧?)


 **B** : 是啊,我觉得车辆满足乘坐空间的同时,操纵性能也是很重要的

 **A** : 您想试驾的索9作为B级乘用车,不只是空间大,而且具备优异的操纵性,俗话说耳听为虚眼见为实,我在电话里介绍再多也不如您直接开能感受到的具体,您说呢?

 **B** : 是这么个道理,开了才知道。

 **A** : 李先生,您看您也认同对吧,那周六您看您和家人一起来试乘试驾一下,实际体验感受如何?

 **B** : 好的,可以。

 **A** : 那我们周六见,稍后我会发个试乘试驾确认短信给您,感谢您李先生。

猫头鹰要注重合理性,要把道理讲通,关系建立到位




电话邀约实战示例——示例解读


四种客户类型电话邀约示例

 **A** : 李先生您好,我是上周六为您介绍车辆性能的小王,这周有空试驾吗?


 **B** : 哦,你好,我对上次看的这款IX25是很感兴趣。

 **A** : 李先生,您看,您也关注了一段时间,在这个价位区间,IX25对比其他车型,是很有优势的,不仅外形时尚,而且配置丰富


 **B** : 是啊,我关注好久了,我觉得它空间也不错。

 **A** : 李先生您做了不少功课吧?IX25的车内空间的确很大,在同级别车型里很有优势,既能满足您一般出行,对于周末出游,或者人比较多的情况,也绝对可以提供足够的空间,我建议您实车感受一下如何?

 **B** : 嗯,可以啊。

 **A** : 李先生,那周六您看您和家人朋友一起来试乘试驾一下吧,到时候我为您详细演示一下IX25的多变空间带来的便利。

 **B** : 好的,可以。

 **A** : 那我们周六见,稍后我会发个试乘试驾确认短信给您,感谢您李先生。

老鹰需要把利益点
说清楚,凸显对客户
的价值,介绍要
专业



电话邀约实战示例——示例解读


四种客户类型电话邀约示例

 **A**：李先生您好，我是上周六为您介绍车辆性能的小王，这周有空试驾吗？


 **B**：哦，可以啊，我很喜欢上次看的领动，咱们也不见外了，价格要优惠啊.....

 **A**：领动是北京现代最新上市的车型，它的科技含量高，功能配置丰富，您试驾的时候可以全面的了解和感受一下。

 **B**：我觉得配置和科技是一方面，外形也很重要，我蛮喜欢这车外形的。

 **A**：领动的外形设计很时尚，体现了北京现代强大的产品设计能力，您选择领动一定会吸引大家的目光，面子上绝对出彩。您看这周六试乘试驾怎么样？

 **B**：可以啊，这车现在能让利多少啊？

 **A**：您关注的价格问题很重要的，领动的配置很多，根据您的试驾的结果确认了配置，我们再计算一下会更准确，您说呢？

 **B**：这么说也对，那就试驾后再算。

 **A**：好的，那我们周六见，稍后我发个试乘试驾确认短信给您，谢谢您李先生。

孔雀需要一通电话打好，
尤其公司的品牌，
产品的好处



电话邀约实战示例——示例解读


四种客户类型电话邀约示例

 **A** : 李先生您好,我是上周六为您介绍车辆性能的小王,这周有空试驾吗?


 **B** : 哦,你好啊,那个名图空间不错,但朗动的外形好看,我很犹豫。

 **A** : 李先生,您的心情我能理解,您上次提到过您胖,希望空间足够大对吧?


 **B** : 是啊,我比较胖。

 **A** : 呵呵,李先生您最多就是壮实一点啦,但这个需求是很实际的,朗动相对于名图,要稍微矮那么一点,车身尺寸来说也相对小一点,对于您来说,乘坐舒适应该是第一位的。

 **B** : 嗯,是啊。

 **A** : 您活动的开,驾驶起来不会累,其实解决您犹豫的最好办法就是两个车都开一次,实际对比一下。这样吧,有时间的话我给您安排这周六试乘试驾可以吗?

 **B** : 好的,可以。

 **A** : 那我们周六见,稍后我会发个试乘试驾确认短信给您,谢谢您李先生。

鸽子需要充分的渲染,说明痛点,帮助客户下决定



电话邀约实战示例——示例解读

销售顾问电话邀约技巧点

 B：那个新上市的领动多少钱？

 A：领动是北京现代最新上市的车型，拥有众多先进功能和配置，XX型是XX万，XX型是XX万，XX型是XX万。

—— 永远不要问什么回答什么

 B：XX万的有什么配置？

 A：张先生，是这样的。领动是目前最新上市的车型，它的配置大小小加起来有一百多种，功能丰富。所以建议您亲自来展厅一趟，这样可以感受我们的最新的科技配置也能更全面的了解领动这款车型，保证您不会后悔的。×先生，您觉得呢？

为下一步邀约来店，
索要更多的联系
方式埋下伏笔

 B：哦！这样，有时间我来看看吧！

电话邀约实战示例——示例解读

销售顾问电话邀约技巧点

 **A**：那不知道您是平时比较有空还是周末比较有空呢？

时间的反复确定代表了承诺的真实

 **B**：周末吧。

 **A**：那请问张先生是这周六来还是周日过来呢？


进一步确认具体时间

 **B**：周六吧。

 **A**：张先生，您看这样吧？我周五下班后给您打个电话做个提醒，可以吗？这样XX到时可以准时在展厅恭候您，好吧？

锁定结果，表达尊重

 **B**：哦！可以吧！

 **A**：张先生，小王我有个建议啊！在您来之前，我先给您寄份领动车型的型录，上面有完整的配置和对应价格。这样您来之前可以做个了解，可以缩短您下次看车的时间，也更有针对性。您觉得呢？

得寸进尺的获取更多的客户联系方式

 **B**：恩，好的。












 **A**：那您把地址报给我吧？

 **B**：A B C D E F G...

 **A**：谢谢张先生的来电咨询，我这就给您寄过去。周五小张再跟您电话联络！X先生再见。

电话邀约实战示例——示例解读

经典电话邀约案例

-  **A** : 王小姐您好, 我是上次车展活动给您介绍车辆的小张, 有件事想请教您, 可以占用您2分钟时间吗? —— 问候客户, 自我介绍, 寻找通话的理由 表达目的
-  **B** : 哦? 什么事啊?
-  **A** : 王小姐您上次说过您喜欢参加户外活动, 您加入的那个驴友团队我也很感兴趣, 而且我们公司好几个同事想加入, 所以想向您了解一下。 —— 通过设立共同点, 建立信任基础, 拉近距离 扩大范围, 增加可信度, 降低客户抵触可能性
-  **B** : 好啊, 这个是小事情
-  **A** : 太感谢了, 对了您上次看完车以后感觉怎么样啊, 要不要给您安排个试驾体验一下? —— 自然带出真实意图,
-  **B** : 嗯, 外观我很喜欢, 性能我不太了解的, 还真是需要实际试一下。
-  **A** : 那不如这样, 您看您这周末有没有时间, 我给您安排试驾, 顺便请教您户外团队的事。 —— 进一步确认目的,
-  **B** : 周六我可能没时间, 周日吧。
-  **A** : 好的, 那我们就定在周日下午2点可以吗? 我一会给您发个试乘试驾的确认短信, 对了, 试乘试驾我们有个小礼物给您的, 我先给您准备好。到时候还麻烦您帮我们介绍呢, 呵呵。 —— 确认结果
-  **B** : 好啊没问题, 还有礼物啊, 太好了。
-  **A** : 王小姐, 那我们周日见。谢谢您, 再见! —— 最终确认

找出接近的理由,
看似随意的切入客户需求,
借机邀请确认




电话邀约实战示例——示例解读

经典电话邀约案例

 **A**：张先生，记得上次您说您也报名参加上马了，您还真是热爱运动。我们公司也有很多同事报名参赛，看来这次我们可以共同参与了。

通过回顾历史交流内容，寻找兴趣点，降低客户警惕建立对话


 **B**：是吗？真巧啊。

 **A**：张先生，是这样的，我们品牌一直都热衷赞助很多体育赛事，在这次比赛前期，我们特别在本周六组织了一次跑前活动，凡是成功报名上马的意向客户，在现场都可以有特别优惠，对您来说是一举两得的好机会啊，您即使不订车，我们也有礼物给到您，我给您安排一下吧

宣传品牌

对应客户兴趣点，介绍活动


 **B**：哦？可以啊

 **A**：那我稍后给您用短信确认一下具体的时间，对了，这次的特别优惠是很难得的，尤其是有新车上市的带动，全系车型都可以享受，您方便的话可以带家人朋友一起做做决策

进一步确认目的

重复活动重点，以及给客户带来的利益

 **B**：这是很好的提醒啊，买车是个大事呢！

 **A**：对了，提醒您记得带好驾照，方便您试驾一下车辆，另外由于优惠是有针对性的，只有成功报名上马的客户才可以享受，所以您需要出示您的报名短信哦。

及客户所想，增加信任

突出客户尊贵性

 **B**：一定的，谢谢小李你的提醒啊。

 **A**：张先生，我会在周五下午和您再确认一次。谢谢您，那我们周六见。再见。

确认邀约结果

自然切入，
通过重复加深印象，
突出专属性，强化客户感受。



THANK

销售事业部-刘飞
