

英语培训学校接待员的专业程度决定了家长报名的成功率，我们一直沿用的是固有的经验进行咨询的，通常是直接就介绍学校的教材，或者直接就开始约定时间，以为来的家长就需要我们的课程，其实真正的成功在于一个完整的流程，通常是五步才能实现报名的结果。

### 第一步，建立和谐

很多学校在接待过程缺乏环境和心态的调整，在心理学上有这样一个规律，任何一个家长当他进入一个陌生的环境时她通常都会是紧张和有防范意识的，这个时候就是您讲得再多，对他是吸收的很少，这个时候应该重点在于建立一个融洽的气氛，让家长放松下来才会为我们后面的介绍做好铺垫，这个时候家长是在对比了解的过程，环境的营造是最重要的，接待室的灯光和物品展示是非常重要的，整洁的环境，统一的色彩优雅的接待员专业的谈吐，是占据后面成功的第一步，所以学校应当把接待室认真设计。我们接待员要注意会因为错误的问题而导致无法进行顺畅的谈话，主要的错误有：

您孩子学习怎么样？如果家长回答还行，我们就无法向下进行了，您的孩子都补过什么课程？家长是说不清楚的，这对于我们帮助也不大，影响成绩的教材不是主要的因素，家长是否报名决定于是否信任我们，因为这样的话题是没有办法为下面进行铺垫的，其实谈话过程中提问要比说更重要，真正的高手不是说的好的而是问的好的，我们应当这样问，孩子上几年级，回家是否会在您的督促下学英语，或者问学生喜欢学英语吗？孩子经常背单词吗？

这样的问题是具体的，而非抽象的，如果家长回答上几年级的话，我们接下来就可以就这个年级段的问题和家长开始讨论，如果家长谈到不喜欢学习英语的话，我们就能判断出成绩一定不好，那么我们就可以就学习心理，学习方法进行交流，我们谈话主题始终要围绕方法，给家长这样一种认识，所有成绩不好的孩子不是学习不想努力，不是教师教的不好，而是不知道正确的学习方法。在一再挫败目前开始厌学的，一旦厌学就不论谁补成绩都不会好，而我们是先教孩子学习方法，我们不要打击别人抬高自己，与人鲜花，手留余香，抬高别人更会获得尊重，我们的特点是与别人不同的，我们不仅教英语，更教获取知识的方法，从而少走弯路，少走弯路就是捷径，不仅要补英语，更要教如何学的更快，学得更轻松，这是家长要求补习的真正目的。

### 第二步，激发兴趣

我们通过简短的几句话建立家长听下去的愿望，因为我们的咨询过程里面的核心是家长听懂多少，不是我们说多少，我们以为我们说的很清楚了，其实不然，因为大部分的时候我们的意识都没有明确的指向一点，我们认真听下去的时间是很短的，这个话题是我们没有听过的，和我们有关，而且观念是新颖的，那么我们才会产生兴趣，才会集中注意力去听，这是展示我们特点的最好时机，这一个阶段通常能维持 15 分钟左右，如果我们错过了这个时机再想感兴趣的话就很难了。

例如：我们说这样一句话我们的教学核心特点是不背单词，那么这句话会让家长非常惊讶，怎么可能，他就会认真听讲。那么接下来就开始第三个步骤。

### 第三步，展示特点

一定记住，家长不会因为教材和你学习，真正的原因是信任我们，展示的核心是我们的专业，特别是咨询员专业，专业体现不要打造名师，而要打造名校，因为我们如果打造名名师的话，家长一定会要求试听，本来该咨询员促成的，我们等于拖延了成功，我们把咨询员改成课程顾问，我们设计孩子课程的专家，如果课程顾问足够专业的话，那么我们根本就没必要进行试听，我们的核心是我们的理念领先，那么我们提出的理念要经得起推敲，因为脱离语言环境背单词将收效甚微，语言的基本不是单词，而是句子，这是著名语言学家亚历山大说的，背单词而不考虑他的用法是白白的浪费时间。

通常来的家长有三个类别，也就是有三个问题，我们分门别类阐述清楚后，每个家长都会报名，而不会说回家和孩子的他爸或他妈或者孩子商量，或者还要听试听课。

第一类的家长是孩子成绩已经很好了，补习的目的是希望孩子能够更优秀，通常这类家长都是非常重视孩子的成绩，补课经验很丰富，很重视班容量，教师的水平，经验，很重视口碑交流，对该补什么教材很熟悉，这类家长也很挑剔，很骄傲，极其自信，对这类家长不要介绍教材的优缺点，不要阐述太多的道理，而是告诉他们我们有一个精英班，这个班的孩子是顶尖的人才，教师是专门为精英的孩子挑选和培训的，进度会更快，是冲击考试高分或满分的，并且所采用的教材的进度会比其他的学生更快，因为这个班优秀，所以题也比较难，而且这个班收费也比较贵，通常的时候价格就是价值的体现，形成内部差异价格对学校的益处很大，以后我会专门讲到如何通过涨价避免学生流失的话题，

第二类的家长是孩子成绩中等，需要尽快的成为优秀学生，这类家长关心什么呢，分析清楚这个问题，然后才能有针对性的介绍我们的特点，这类家长关心时间短，见效快，考试成绩是衡量效果的唯一指标，家长关心的是我们的检验时间，和我们的提分能力，主要的心里是如何解决效率的问题，关心学习方法，我们介绍的重点是我们与别的机构的最大区别不仅是教英语的，而更是教学习方法的，不仅教知识，更教获取知识的技巧，实现书山有路巧为径，学习方法可以让学生学的更快，更轻松。

围绕我们介绍方法的问题进而建立家长的信心，在这里咨询员要讲清楚为什么孩子的原有的方法是低效的，讲清楚我们的方法是高效的原理，咨询员始终记住家长不仅仅是只来过我们一家学校，他也会去其他的机构，也会咨询过课程的问题，但我们不同与其他机构的事是我们不拼教师，不拼教材的独特性，其实教材之间的差别不大，教师的差别也不大，我们必须给家长一个深刻的印象是：没有一个孩子不想成为好学生的，成绩中等生是因为没有掌握一套高效的方法，那么家长一定会跟我们报名的。

第三类的家长是孩子成绩很差。这类家长是个频繁流动的群体，曾经去过很多机构，试过很多教材，试过很多教师，但是就是成绩不见明显的提高，这类家长对于补习学校已经有些不信任了，这类学生很多机构也是最头疼的，都是烫手的山芋，但是这类家长群体恰恰是我们培训学校最好的市场，因为这样的学生一旦成绩被提高势必会为我们学校的品牌提升有很大的贡献，而且有这样的规律：越是成绩不好的孩子家长越是有钱，因为家长忙着赚钱导致了对孩子关注的不够，很多学习能力特训营的天价收费班恰恰是瞄准了这类学生，这类学生的问题是厌学，英语学习的自卑倾向很严重，是被家长迫使来的，只要让孩子喜欢老师，孩子说愿意学的话，家长通常都会报名，所以这样学生的咨询重点是让学生喜欢咨询老师，教师围绕一件事探讨，就是学习过程快乐，告诉学生我们这里不会出大量的题，因为他们最害怕考试和做题，营造我们这里是学海无涯乐作舟的，对于成绩不好的学生首先要解决的是

单词量，和课文的积累，否则补习后很难有提高，单纯讲语法意义不大，这是很多教师都会采用的方式，如果我们能够解决孩子轻松背课文，单词放在课文中解决，如果可以轻松的默写课文，那么学生一定会明显的感兴趣。

其实这类学生最大的问题是厌学，我们要解决的是如何让学生爱上英语，如果我们围绕兴趣的话题去设计咨询的主要谈话内容，那么成交量就会很大，我们给家长传递这样一种认识，厌学的孩子在学习过程中大脑处于抑制状态，那么学过的知识很难记住，学的慢而且忘得快，为什么孩子总是英语成绩差，因为没有先解决自信心的问题，我们的学校能够让学生十分钟爱上英语，并且所学的知识孩子很难忘记，我们不仅教英语，更关心学习心里，让厌学生变成乐学生，让差生变成优等生。我们的教学结果是让差生明显提分，那么我们一定会成为当地最有竞争优势的学校。

通过分清家长的类别，那么我们会抓住主要问题，围绕家长的需求谈话，有的放矢，我们说的恰恰是家长要解决的，我们才会说的更有效。展示的过程中尽量不要过高的推崇教师，因为过高的推崇将会导致家长会忽略课程的重点。而要求在见见教师，或者试听一下再决定，那会很被动。我们的课程亮点应由咨询员来阐述，也就是决定是否学习的关键是课程顾问的问题。

根据对来访家长的分类，制定三种话术和不同的课程设计体系，并且有相应的不同的收费标准，这三种学生收费应当有些差别，因为他们的需求不同，我们的付出和学习课程设计是不同的，我们的学校特点是个性化的学习方案，而不是传统的补习班。只有这样家长才会非常认同我们，因为我们的课程体系更科学。

最后这一步通常较简单，如果家长开始问我们学期多久，收费多少，什么时间开课，那么我们就说明前三步完成的很好，咨询是否成功在于8个字：信任，需求，物超所值，我们的咨询员的角色是课程顾问，家长对学校的了解取决于课程顾问是否专业，如果是的话，那么家长会很信任我们，会让孩子和我们学习，我们阐述的话题是否家长需求解决的是第二个问题，我们能否充分证明我们有这个能力，讲话既要有结论，更要有足够的论据，所以一个完美的内容介绍是需要反复修改的，在回答疑问时要解决的最难的问题是学不好怎么办？

或者说学习了，达不到您说的效果怎么办？

或者学过之后能达到什么效果？

如果回答清楚了这三个问题，那么接下来的促成就变得很简单。

这是家长最影响他马上报名的几个问题，解释清楚后基本上全会报名的。大部分的咨询老师回答的都是很模糊，这个时候家长需要我们的自信和坚定。

学不好怎么办？这个话题回答是这样的，家长在报名前希望降低一下风险，需要我们的信心进行支持，再进行一次确认而已，这个时候很多咨询员是顾左右而言他，说只要孩子努力，家长配合就基本没问题，加上了前提条件，就降低了家长的信赖，这个时候我们再进行一次确认基本没问题，这样和家长交流一下，就可以了，家长您放心，我们的教师是几十个选择一个，并且经过系统培训，教案设计会反复推敲，学习方法是成功的必然保证，所以提

好成绩是必然的，再举几个我们的成功案例，基本没问题了。家长在报名前只想在再确认一下而已。

告诉家长我们的效果不是说出来的，是被几百个案例证明的，作为学校如果我们达不到效果的话，对学校的伤害是致命的，将失去家长的信赖，我们不会许诺我们做不到的事情，我们认为没有一个孩子不想成为好学生的，只不过没有找到正确的方法在一再挫败面前孩子失去了信心，家长也开始怀疑能否一定提高成绩，家长您放心，我们在这方面努力了很久，我们已经一再证明我们可以做到我们效果。

### 学习后能达到什么效果

我们以新概念为例，很多家长会问我们如果学完新概念是什么效果，很多的教师是这样回答的，如果小学生学完新一之后可以达到初二以上水平，应当说这样的回答是答非所问。一个小学的家长最关心的是目前的学习问题而不是未来很久的问题，而且初二是什么水平也很模糊，我们可以这样回答，家长孩子学习英语有两个目的，应用语言，和考试成绩很高，新概念每年在全国的销量超过 2000 万册，他是非英语国家的最经典的教材，学好新概念可以通过任何考试，考试主要围绕四大问题，听力，单选，完形填空和阅读写作，我们的课程设计是围绕考试的四个大点进行的，那么孩子将不再害怕考试，家长现在孩子最怕什么，我们做过调查，他们最害怕考试，因为他们一直没有准备的很系统，我们在这方面会反复训练，提高成绩是很轻松的，学完我们教学计划后会成为优秀学生，但是有一点不能太急，因为学习是不能速成的，必须积累到量，才能发生质变。

第一学期成绩不会明显提高，但是第二学期之后就会发现考试对与我们的学生来讲是件体验成功和成就感的事情。那么使用语言的事情其实是最难的，今天英语教学的结果是越来越多的孩子不喜欢英语，因为在课堂上没有给孩子说话的机会，我们很多的英语教学只是要孩子上课保持安静，出声的不要，认真的听讲，那样的话孩子的大脑只是被填充的容器，我们的特点是让孩子上课的时候，用所学句型去提问，用完整的句子回答。

在我们的课堂上讲大量的让学生操练英语，那么他将会很有兴趣，兴趣来自于独立完成后获取成功的体验，所以我们的孩子会越学习越轻松，越学习越快乐，我们的教学结果是让学习成为快乐，让高分触手可及。只要让孩子喜欢英语，那么他一定会擅长英语，那将是他一生的财富。

今天的孩子，很多不喜欢学英语，因为他们的学习方法错了，我们将通过我们的设计让孩子书山有路巧为径，学海无涯乐作舟。当您的孩子告诉您他喜欢英语时，他的成绩一定会越来越好，只要是孩子喜欢的事情，就没什么难的。

太贵了，能便宜一些吗？作为家长永远希望我们更便宜一些，请记住永远不要打折或者便宜一些，这个世界上不患寡，患不均，就怕不公平，价格一旦定出来对每个人都一样，即使是亲属也不例外，那么就不会有人跟你讲价了，每个人在付费之前都会问这样一个问题的，是希望物美价廉的，告诉家长因为我们的教师级别很高，所以工资也很多，低价格是不能满足聘请高级教师的费用，低价格是不能保证高品质的服务的，其实家长您并不在乎每节课多花几元钱，你在意的是孩子的时间，时间是无价之宝，我们敢自信的告诉您，我们不为孩子的家长是谁负责，我们对孩子的时间负责，我们的孩子如果没有接受正确的教育，导致厌学

的话，是一辈子的事情，做手术我们不会随便找个医生，因为我们不知道会多割下什么来，往孩子脑子里装东西，更需要慎重，稍有不慎，就会导致孩子厌学，学习失败的感受会影响孩子接下来学习，不学习是从零开始，学错了是从负数开始。

在展示阶段让家长看到价值，感受到物超所值价格就不贵，价值的展现要家长能实实在在感受到，才是真的。是价格和价值的关系，家长如果看清价值后，我们的学费就不贵，如果看不清的话，我们的学费就会显得贵，是否报名在于价格参照物，如果我们提供的是独一无二的话，我们的报名就很简单，但主要体现在硬件和服务才是作出高价的前提

试听一下可以吗？作为家长试听是正常的，但是尽量不让试听，因为试听我们必然要准备最好的老师，最好的课程，那么家长可能会希望只是要求做公开课的教师教学生，要不就不学，我们将很被动，试听的另一个害处是家长会以挑剔的眼光审视教师，我们很难控制整体场面，所以试听后经常家长有很多要回去考虑一下，而且试听后很难高收费，其实报名是个性化的问题，尽量能够咨询员解决的就不要在转到试听，告诉家长我们学校的特点是学习方案设计，教师是我们几十个选一个，我们比家长更在乎教师，因为他关乎学校的生存，我们一不一定要打造名师，要打造名校。告诉家长我们教学是标准化的。家长和教师接触久了，会导致学校不稳定的。

## 第五步，促成

促成阶段是临门一脚，我们最后的动作就是促成了，这个阶段要替家长做决定，每个人掏钱的时候都会很谨慎，犹豫，这里要做到的问题是主动出击，来不得任何犹豫，绝对要解决的问题是力争当场报名，如果家长说要考虑的话，直接就问您考虑的是什么呢，来的家长一定是有需求的，是要找适合的辅导班的，通常我们以为他真的要考虑。

其实说要考虑的家长是要去别人家看看，不信任我们才是真的，价格不是问题，家长根本是无法区分剑桥与新概念等教材的根本区别的，对教师的评价也仅仅是问问学生听的懂吗，喜欢这个老师吗，所以我们不要在教材和教师的推荐上浪费很多时间，理念才是家长真的要确定是否学习的关键，所以我们要将我们的不同的理念讲清楚，差异才是是否报名的核心问题，家长通常是对英语不怎么懂的，另外付费是瞬间的行为，我们去商场的经验告诉我们，通常我们买回来的很多东西并不是我们去之前计划要买的，都是临时决定的，我们是感性的动物，考虑之后很多的家长就不来了，所以尽可能的当场促成，真的到最后促成有障碍的家长可以通过降低他的学习风险。

例如限制入学，退款自由，意味着我们会有选择的要学生，如果不能达到我们的标准的我们会随时告诉家长您请另请高明，学会适当的放弃客户才是越走路越宽，有的学生我们收了是阻碍学校发展的，差生的家长通常是制造差生的根源，不要在错误的问题上找正确的答案。