一、准备：在一天工作的开始或者打一个电话的开始，我们都应该有一个准备的过程，都不 知道要干什么、怎么干就开始，会非常盲目。销售前的准备工作就象盖大楼的地基，地基打 不扎实，大楼很快就会倒塌。

电话销售前的准备工作包括以下几个方面：

明确给客户打电话的目的：

在打一个电话前，你应该很清楚的知道你是想成功的销售产品，还是想与客户建立一种长久 的合作关系？

你是想做售后服务还是想推荐新的产品给客户？只有目的明确，在打电话时你才能把侧重点 找出来，向那个方向努力。

明确打电话的目标：

目标是我们打完这个电话后要达到的效果。打完这个电话后，检査一下是否达到了我们的目 标，达到了应该总结经验，没有达到应该反省自己，看问题出在哪里，下次不再犯同样的失 误。

为了达到目标必须提出的问题：

为了达到目标，我们需要得到哪些信息、提出哪些问题，在打电话之前就应该明确，只要临 时把握一下就可以了。

客户会提出的问题及如何回答：

客户常见问题我们必须学会如何回答，不然客户会因为你的不专业或者速度慢而挂断电话。

所需要的资料：

为了更好的完成与客户的通话，我们应该准备必要的资料在身边。

心理上的准备：

我们电话销售人员每天打的电话非常多，遭受的拒绝也就会很多,在精神上也容易造成疲倦, 在给大客户打电话时会不自觉的紧张，但是只要你在心态上作好准备，这些都会迎刃而解。 还有就是要养成恰倒好处的发出友善的微笑的习惯，将对我们的销售事业起到事半功倍的效 果。

说话与倾听：我经常会有一种感觉，在与一个客户通话时最难处理的事是客户不怎么说话， 即使说了也是1、2个字，或者几个字，如果能让客户多说话，那我们就已经向成功迈进了 一大步。人有一张嘴两只耳朵，所以我们要多听少说，只有听明白客户在说什么，理解了他 的真正意图，才能更好的做销售。

说话时要掌握语速适中，要让对方听明白我们在说什么。音量也要适中，太小了客户听不到， 太大了给人的感觉是没有礼貌，会扰乱人的正常情绪。

发音的清晰度非常重要，说话不清楚的人不可以打电话。要善于运用停顿，如果一直说下去, 不知道客户有没有在听、听的明白没有，只有我们停下来了，客户才有机会表达他的看法与 想法。

说话的逻辑性和措辞体现了一个销售人员的专业性。因此，要善于运用条理性强的文字，在 说一些专业性的名词时，尽量考虑客户的接受性，不可以说地方方言。

倾听时要有足够的耐心，特别是一些很爱说话的客户，如果我们没有耐心听他们说话，客户 会有连我说什么都不知道还想让我买东西的感觉。

集中注意力，不要干其他事。只有这样我们才能知道细节，更重要的是，注意力分散开客户 会有感觉的。

对客户反映的问题不要抱有成见，不能先入为主带有个人成见，应当开诚布公的让客户把真 实想法说出来。

运用反馈技巧，向着让客户满意的方向努力。比如：提问题可以让客户说出更多我们需要了 解的东西；说出鼓励的话或者发出肯定的声音会让客户感觉到我们一宜在听他讲话，对他很 重视；复述他的话可以知道我们了解的东西是对的，甚至可以得到对方的肯定；对于暴跳如 雷、情绪低落的客户最好的办法是不要打断他，保持沉默。

二、 推荐产品：无论我们接电话还是打电话最终的目的是为了给客户推荐我们的产品，因此 在这个过程中要避免以下几个常犯的错误：

1忘记主题-----我们是要销售而非宣讲

2引导客户-----我们做的是需求性销售而非强制性销售

3产品能给客户带来的利益，而不是产品的好处

4抓住询问客户意向的机会 应该主动询问客户目前或者有需求的时间，不要不好意思

5控制时间------时间太长，客户就会冷静，理智，失去兴趣，感到厌烦

三、 处理异议：个人感觉，完整的销售一般会经历如下过程：］

发现潜在客户一与潜在客户建立良好的亲和力---向客户介绍产品---获得客户的承诺。在这一 过程中，异议的处理贯穿始终。所以电话销售的过程中，要始终注意运用销售的策略，根据 客户的个性特征进行匹配，调整你的销售策略，以尽量减少异议产生。

（1）.异议的分类

销售过程中的异议随时都可能出现，经过一年多的电话销售，把这些看似随机的无规律的异 议中，归纳为

如下两类：

第一类：在前期沟通和产品介绍过程中出现的客户对产品、服务或我们所在公司的质疑。 例如：“你们公司的人员经常给我们打电话！ ”

“你们的产品我从来都没有听说过! ” 第二类：在获得客户承诺期，客户的推托或借口。 例如：“太贵了！”

“我们暂时还没有这方面的需求!”

“我们一宜使用的是XXX品牌，挺好的，没打算换！”

（2） .异议处理通用技巧-3F技巧

在异议处理中，也有一些通用的方法。例如：3F技巧。

3F指感觉（Feel）、感受（Felt）和发现（Found）三方面。在解决客户异议时，可从第一 人称或第三人称两个角度来应用3F技巧。

从第一人称方面表述举例：

例1： “我理解您为什么有那种感觉”

“我开始也有这种感受”

“因此，我调査了为什么我们的XXX比XXX公司稍微高一点，并发现我们比较受欢迎” 使用此种方法，起初在情感上和客户保持一致，认同客户；其后给出一些出乎意料的发现， 从而使问题的讨论向利于我们的方向发展。

从第三人称方面表述举例：

例2： “我明白您这种感受（获得缓冲）”

“在开始的时候，其他人也是那样认为的”

“但是后来他们就发现，长期收益远远高于最初这些花费。”

在运用的过程中，结合产品的“发现”一定是实事求是的。在表述中，要按照自己的习惯作 得体的调整。

当然，问题的解决是关键，同样一个问题，在不同的时机，需要多种不同的方法。在此处的 举例，仅供参考。

（3） .针对性异议处理技巧

不同时期的异议，处理难度也有明显的区别。但这两类问题多数可以通过积累、总结、预先 准备的方式，降低处理过程中的难度。当客户提出异议时，如何成功的消除异议呢？ 对于第一类问题，问题的解决相对简易。一般为在初次电话中客户的刁难及在交流讨论中客 户对产品或服务的疑问。针对客户在初次电话中的刁难，客户一般抱持质问、不信任的态度， 甚至有些客户摆出盛气凌人的架势，责问你。

例如：“这一周，你们公司已经给我打了三次电话？ ”（语气生硬，很气愤）

在处理中，首先澄清问题，适时表达歉意，体现自己的专业性，同时表达出自己的友好及此 次电话的目的。目的的陈述从客户获益的角度。

在第一类问题成功解决的前提下，客户很可能进入第二类问题。如果在第一类客户提出挑战 或疑虑的问题上，处理的不好或回答的不当，很容易导致这一客户销售的终止或后期花费更 多的时间解释。在整个销售的过程中，把握事情的进度，如果销售的进度把握不好，与客户 的亲和力建立的不够，客户很可能通过第二类问题摆脱和你我们的进一步交流。

对于第二类问题，由于涉及到最后的结果，对于顾客，需要做出购买决定；问题的出现比较 尖锐、复杂。

一般的处理步骤如下：

首先，保持良好的心态。在电话销售的过程中，良好的心态是第一重要的事情。尤其是初次 从事电话销售的人员，更加需要克服对异议的恐惧感，快速调整自己的心态。

其次，转换问题的定义。

客户对您说："太贵了！"。“太贵了 "可能意味着客户真的认为太贵，也可能是"凭什么你的 产品值这个价钱”。这时，我们需要转化问题的定义，将问题的解决向有利于销售的方向引 导。

其次，确定客户真正的障碍或阻力。

在我们对问题的定义转化解释后，我们需要进一步确定客户认为贵或不购买的真正原因。您 可以通过探测的询问方式。

例如：“您有什么顾虑？ ”

“什么使您这么犹豫不决？ ”

“看样子似乎有什么东西阻碍您现在做出决定。他是-----”

最后，变阻力为卖点。

在知道客户阻力的真正原因后，抓住客户关注的核心点，引导客户，帮其解决掉，那成交的 机会就会非常大了。

结束（挂断电话）：电话销售人员的时间相对比较紧张，对于没有购买意图的客户或者比较 健谈的客户，适当的结束话题也是很重要的。而且对于已经谈好的客户或者已经约访好的客 户也要近快结束话题，不要节外生枝。

结束话题应注意以下几点：

不论是不是我们开始的话题，我们都应该控制谈话的进程；

不要忘记给客户致谢，用“不好意思耽误您这么长时间"，“谢谢您跟我说了这么多"等话语 结束比“谢谢”更好。

给下次通电话留下伏笔：“希望有机会再跟您探讨这些话题”、“希望过几天还能向您请教一 些问题”、“那我过几天再打电话给您，好吗？”等等

要等客户挂断电话后我们才能挂。