



电话邀约



电话邀约适合不同渠道客户

- 陌生客户
- 缘故客户
- 转介绍客户

电话邀约的好处

省时

省力

省激情

给你信心

为邀约参加活动铺垫





电话沟通者的形象

电话营销沟通时，由于“远距离销售”具有不可见的特性，电话营销沟通者的形象要求比面对面营销沟通者的形象要求更加重要。



在电话里与顾客建立信赖感和亲和力

1、相像

2、赞美

3、倾听

4、合一架构法



一、相 像

沟通三要素

- | | | |
|---|--------|-----|
| ① | 语言、文字； | 7% |
| ② | 语速、语调； | 38% |
| ③ | 肢体语言。 | 55% |



1、肢体语言（55%）：表情、站姿、
坐姿、手势、呼吸等

1) 微笑

2) 坐姿要端正



2、语速、语调（38%）

人分三种类型

A：视觉型：

特点：以眼睛感知周围的世界，到一个地方会东张西望。说话、走路特别快、语调特别高、声音特别大肢体语言夸张、呼吸幅度较大



B: 听觉型

特点：以耳朵感知周围的世界、说话走路比较适中、语调顿挫，较动听、对声音特别敏感



C：感觉型

特点：凭感觉、触觉来感知周围的世界说话、走路比较慢、说话中间经常停顿，并伴有嗯… 这个..、那个..的口头禅、与对方说话时经常会低头沉思。



应用

要跟顾客相像，当顾客是视觉型时，你马上要变成视觉型的人，当顾客是听觉型时，你马上要变成听觉型的人，当顾客是感觉型时，你马上要变成感觉型的人。



二、赞 美

定义：把某人身上所具有的优点、长处通过你的嘴把它说出来！并且这些优点和长处也正是对方所引以为豪的。

赞美被称为语言的钻石，分直接赞美与间接赞美、助理赞美。



- 直接赞美：直接面对面说出对方所具有的优点。
- 间接赞美：当面对对方讲别人曾赞美他的话。
- 助理赞美：说给跟对方关系比较好、同时也有可能对他讲的那个人听。



赞美时要注意以下几点：

- 1、真诚、发自内心；
- 2、要及时，及时发现、及时赞美；
- 3、要具体、不要笼统；
- 4、要有针对性，不落俗套。



三、倾听

优秀的销售人员在跟对方沟通时会拿出80%的时间在听, 20%的时间在说, 在20%的时间里又拿出80%的时间在问!(问一些开放式问题)

倾听时要注意:

- ✓ 一定要认真、专心
- ✓ 眼睛要看着对方
- ✓ 做一些呼应性的动作, 例微笑、点头等



四、合一架构法

合一架构法——不直接反驳和批评对方

不使用：但是． 就是． 可是 使用： 同时

三种合一架构：

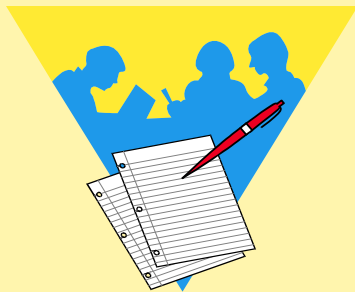
我很了解 ， 同时

我很感谢 ， 同时

我很同情 ， 同时

如何进行成功的电话邀约

1. 打足够的电话!
2. 知道说什么!
3. 知道如何说!
4. 遵循一个原则!





成功电话邀约的七步骤

准备→策划→倾听→推介
→异议→达成→总结



第一步——准备

- 外部准备

准备环境——打电话的场所

准备镜子

- 心理准备（自己的准备）

- ✓ 预演未来

- ✓ 放松并且清晰

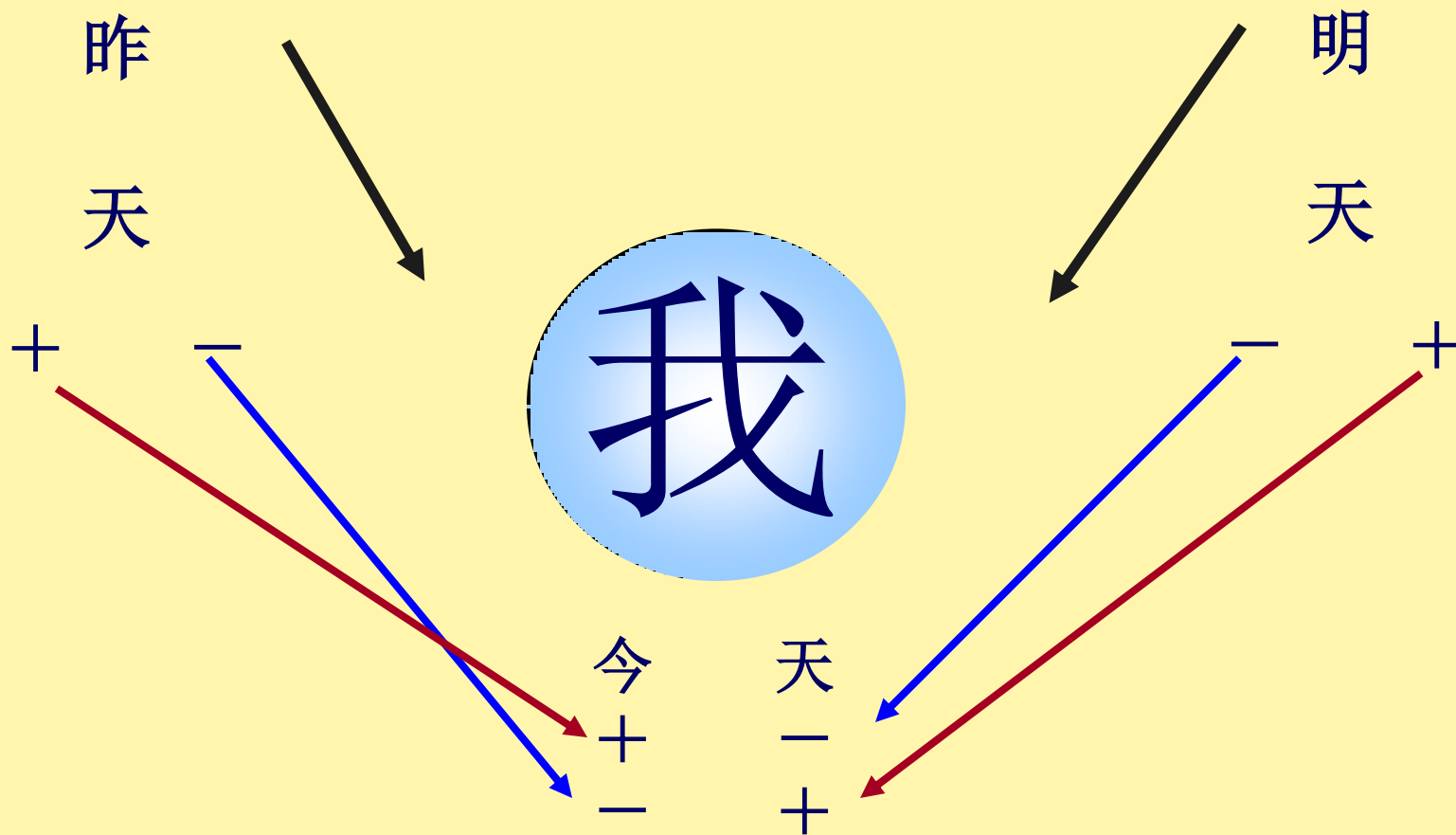
- ✓ 声音中富有激情与信心

- ✓ 预备打电话前微笑

- ✓ 牢记唯一目的——邀约参加活动



思想模式



“感受好”，则表现佳

自我管理——预演未来

活动：刚才你们大家……

1. 有没有一些特别的感受？
2. 有没有看到一些特别的景象？
3. 有没有嗅到一些气味？
4. 刚才有没有感觉到真实感？



自我管理——预演未来

今天

- 与过程行为有关
- 要按部就班进行
- 对事情有基本的了解与经验
- 懂得实际完成的步骤

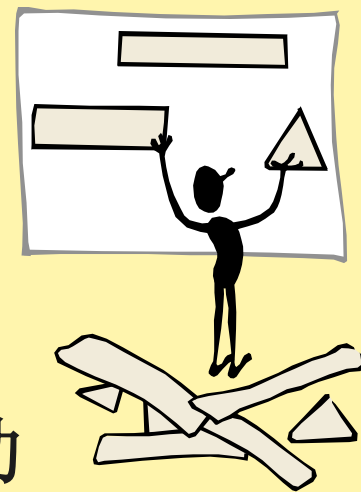
明天





● 心理准备（自己的准备）

- ✓ 预演未来
- ✓ 放松并且清晰
- ✓ 声音中富有激情与信心
- ✓ 预备打电话前微笑
- ✓ 牢记唯一目的——邀约参加活动





● 资料准备


客户资料

- 电话号码和地址
- 准备名单（至少25个）

公司活动资料

电话邀约资料

- 电话邀约记录表
- 电话邀约话术



第二步——策划

策划开场白：

主动寒暄-确定目标-自报家门-提示记忆


好的开场白可以让对方愿意和业务人员多聊一聊，因此除了耽误两分钟之外，接下来该说些什么就变得十分重要，如何想多了解对方的想法，不妨问：

“最近推出的股指期货，请问您有什么看法？” 诸如此类的开放式问句。




策划打电话的时间：安排最适合的打电话时间

对象	建议电话约访时间
工作在写字楼，工作时间为朝九晚五的公司职员	中午休息时间
医生	下午15点——17点
工厂员工	上午11点-12点或下午15点-16点
商人	下午或晚上
酒店员工	下班后
政府、事业单位办公司人员	下午
教师	下午



第三步——倾听



第四步——推介

推介提问：

- 1、“叔叔您好！不知道您参加某某活动后的感觉怎样？”事先想好问题，以一种委婉询问的语调提出问题。
- 2、“阿姨您好！听说您唱歌特别好听，我想邀请您来参加周日的某某活动，到时您给唱一首什么歌？”多了解顾客基本资料（生日、嗜好、专长、兴趣等），针对顾客需求提问（知识、活动、抽奖等）。
- 3、“**先生，上次的活动你现场就开户了，不知道你回去有没有跟同事分享呢，本周日我们有一个***活动，你看你和你的朋友是否能一起来参加呢？”针对以开户的顾客提出转介绍（朋友、亲朋。。。）



- 4、“今天的活动非常好，我们特别邀请了知名***专家，他平时很少在外面作公开的讲座，机会很难得呦！您看呢？”提出具有吸引力的话题。
- 5、“我现在在订位子，是给您订一个位子还是订两个位子？”选择性提问技巧可以获得肯定答复。



推介步骤

在活动中推介给客户的一些相关资料，活动结束后回访及再邀约。

导入主题：

1、适当赞美后导入主题活动。

- a. “看过了还可以” “你真是老有所学的楷模啊！正好我们有一个难得的机会要召开一个大型……”
- b. “还没看呢！” “真可惜，资料上有很多关于近期股指期货知识的内容，不过没关系，近期我们要……”



推介内容

- 1、 科普活动：知识性、权威性、趣味性、稀有性。
- 2、 体验活动：活跃性、多样性、美好性、优越性。



第五步——处理异议

一般的拒绝问题

“我考虑一下、商量商量……”

“不感兴趣……”

“没有时间……”

“不想参加……”




应对拒绝

应对拒绝的原则：

采用合一架构法：不直接反驳和批评对方


采用3F技巧：我很了解、感谢、同情...，同时...



例一：“我考虑一下,商量商量……”

示范:


“我明白,没问题,那主要考虑量是哪方面的因素呢?是看一下朋友明天有没有时间,若朋友有时间您就跟朋友一起过来参加活动是这样吗? ……”



例二：“不感兴趣……”

示范：

“我理解您的感受,同时也正是因为您不感兴趣我们才打电话给您,您知道是为什么吗?因为您说您不感兴趣,这说明您以前还没有参加过我们类似的活动,对我们的活动还不是很了解,也不知道我们的活动到底可以为您带来哪些好处,所以不感兴趣这是很正常的,同时也说明是我们的工作还没有做到位,让您还没有全面了解到我们的活动,介于此,我们会议营销更应该把您作为嘉宾邀请过来参加从而为您投资带来更多帮助,尤其是我们要举办的这次活动内容是非常的丰富……”



例三：“没有时间……”

示范:

“哎呀,我要恭喜您呀,您之所以没有时间一定是您的身体特好,精神特棒,您才想花时间做这做那,把时间排得满满的,那您平时都忙些什么呢?……”



例四：“不想来……”


示范：

“我理解您的感受，那同时为什么不想来呢？主要是时间问题还是身体状况不允许出门呢 ……………”



拒绝处理要点

- 1、不要自暴自弃，不要轻言放弃，必要时可以把拒绝转化为卖点。
- 2、回答尽量简短，不要详细阐述更多细节，以免节外生枝。
- 3、回答问题要诚恳，杜绝争论，“解决争论的最好方法是不争论”。
- 4、有些拒绝是不可避免的，例如顾客不是决策者，遇到这种情况最好的方法是收集信息以后再打。



第六步——达成

达成目的

电话营销沟通的最终目的是——让顾客接受我们的服务或活动或答应我们进行上门拜访。




达成话术

- 1、假设成交：“好吧”“先生，您今天下午在家吗？”
- 2、说明理由：“是这样的，某某活动参会要凭邀请函入场，您看下午我几点给您送过去合适？”
- 3、克服异议：“没关系不麻烦的！我家正在您家附近，顺路送过去，再说这也是我的工作呀。”
- 4、确定达成：“您家的具体地址我核对一下，是……乘……路更合适？好！下午见。”



达成要点

- 1、寻找平稳过渡：无论成功与否，唐突地结束通话带来的负面影响是很大的。
- 2、态度不犹豫：毫无疑问，犹豫不决会使你的通话失败，为避免犹豫，以下方法可以试一试：
 - a.总结结束：总结“您的看法是”——反应“您也决定”——试探“那我就给您订”。
 - b.复述结束：“那就这样订，我下午三点去您家。”
 - c.主动退出：“好的，耽误您宝贵时间了，下次再联系，请您记住我的名字。”



第七步——总结

- ✓ 继续学习
- ✓ 勤于练习



针对不同渠道客户电话邀约范本

- 陌生客户
- 缘故客户
- 转介绍客户



电话邀约陌生客户话术范本

投资顾问：“你好，我找袁先生。袁先生你好，打扰您几分钟时间，我是××公司投资顾问××。

投资顾问：“我打电话的原因是询问你最近有没有关注股指期货？”

客户：（有/没有）


投资顾问：太好了，我们本周六有一个××活动，我想你也会有兴趣多了解一些这方面内容，并参加我们的活动吧！

客户：我的确不感兴趣

投资顾问：“袁先生，我明白。可能每一个人对于自己从来没了解过的东西都谈不上感兴趣还是不感兴趣，我今天打电话给你就是想邀请你，参加我们的×××活动，你先了解一下再决定是否感兴趣也不迟啊。

投资顾问：你看是明天上午10：00还是下午3：00给您送邀请函更合适呢？”

投资顾问：“谢谢你，袁先生我会在上午**10：00**准时给你送邀请函。我想再确认一下，你的地址是**中环大厦35层3501室**，对吗？祝你工作愉快，再见。”



电话邀约转介绍客户话术范本

投资顾问：“你好，我找袁先生。袁先生你好，打扰您几分钟时间，我是××公司投资顾问××。

投资顾问：“是你的朋友黄**先生介绍的。黄先生告诉我你的事业做得也很成功，所以特地要我打电话给您？”

投资顾问：“上个月黄先生参加我们的××活动，他感觉很好，他觉得你也适合参加我们类似的活动，所以我打电话，希望跟您约个时间参加我们的××活动！你看是明天上午10：00还是下午3：00给您送邀请函更合适呢？”

客户：我有朋友在期货公司

投资顾问：“如果您有朋友在期货公司的话，我相信他一定也有邀请您参加过蛮多的活动吧，您也可以尝试来我们公司参加本次活动，多了解一些市场的形势及应对措施，我想对您也有帮助

投资顾问：“你看是明天上午10：00还是下午3：00给您送邀请函更合适呢？”

投资顾问：“谢谢你，袁先生我会在上午10：00准时给你送邀请函。我想再确认一下，你的地址是中环大厦35层3501室，对吗？祝你工作愉快，再见。”



成功电话邀约的七步骤

准备 → 策划 → 倾听 → 推介
→ 异议 → 达成 → 总结



电话中如何应对 不同风格的顾客



专家型顾客

1、 特点：对您的公司、活动等了如指掌；提问使您应接不暇；似乎对您讲的话不感兴趣；突然停止谈话。

2、 建议：激发他的好奇心，为活动制造悬念，如“您想参加更专业的活动吗？”

满足他的虚荣心，让其感觉良好：“太好了！感谢您提的建议，欢迎您这样的专家来现场指导！”



虚心型顾客

- 1、 特点：友善、亲切、彬彬有礼：是个出色的听众；若推介好，他会感兴趣；拒绝方式坦诚直接。
- 2、 建议：保持友好态度，礼貌回答问题“噢！是这样的！……”



孤独型顾客

- 1、 特点：对您提到的所有好处表示赞同；无时间观念；同样彬彬有礼、友善；鼓励推介进行到底。
- 2、 建议：明确他们的兴趣和需要——“参加活动还是聊天”、“产品还是聚会”。

明确顾客类型后，不要浪费任何不必要的时间，态度友善地尽快收线：“好！打扰您……下次……”。



犹豫型顾客

- 1、 特点：不能直截了当地作决定；不作正面答复，拖延谈话时间；不承诺任何事情。
- 2、 建议：不要让他们控制时间，不给他们更多选择和主张，要强调“机会难得，给您订一个位子还是两个？”

语气坚定，态度积极，不要让他们们的回绝影响您的情绪：“好吧！很可惜！这次的活动非常好，我们特别邀请了知名***专家，他平时很少在外面作公开的讲座，……”。



胆小型顾客

- 1、 特点：对您表示敌意，言谈中甚至有恐惧；会委婉地拒绝你。
- 2、 建议：声音自信，尽量友好让他安心：“请放心，没问题的”。

体会顾客的感受，特别是拒绝的感受，将活动或服务的所有利益和好处充分向顾客宣传。



理智型顾客

- 1、 特点：珍惜自己时间，很少接受陌生电话；固执己见，坚持自己看法；有强烈控制欲；非常直率拒绝甚至无理。
- 2、 建议：想方设法强调活动或服务的优势“特意请来……专家亲临现场……平时很少……有……”
 - ✓ 不要唱反调，尽量向他们表示崇敬之情：“您的很多看法都特别对，平时一定……”
 - ✓ 强调团队精神，让之深信您打电话目的是在帮助他：“我相信讲座对您的投资是很有帮助的。”



不满型顾客

- 1、 特点：喜欢责备、抱怨；喜欢表达受挫之苦；不愿付出更多的东西。
- 2、 建议：立即接受责备，赞同他们的抱怨，对他们的感受表示同情：“是呀！我也会……”

想方设法赢得他们的肯定，寻找共同点



表达型顾客

- 1、 特点：感情丰富，容易被声情并茂所感动；以自我为中心；他们唯一兴趣“我能得到什么”。
- 2、 建议：找到兴趣点说明可获得好处：“有抽奖、文艺表演……您可以……”

满足其虚荣心，同时好的开场白还可满足其好奇心：“真的哪……特意邀请……”



分析型顾客

- 1、 特点：他们需要信息较多：“怎么办”是他们的口头禅；需要您及公司活动的详细材料。
- 2、 建议：跟他们讲道理“我们每天忙忙碌碌，为的是能够让自己和家人过上幸福的生活，我们活动现场……”

不要把好处全部灌输，他们会有更高要求。



威胁型顾客

1、 特点：嗓门大，举止唐突；对您施加压力，控制整个谈话；容易生气。

2、 建议：谦恭但不屈服，奉承但不低下：“您说的非常对，但是……”

以理服人，将他们的愿望和要求记心上：“您曾经说过……这一次的……”



课程回顾

➤ **1、电话邀约的好处**

省时、省力、省激情、给你信心、为邀约参加活动铺垫

➤ **2、在电话中与顾客建立信赖感和亲和力**

相像、赞美、倾听、合一架构法

➤ **3、成功电话邀约的七步骤**

准备→策划→倾听→推介→异议→达成→总结

➤ **4、电话中应对不同风格的顾客**

核心指导思想：站在客户的角度去处理相应的拒绝



直销事业——
一把打开成功之门的金钥匙！

谨以此献给所有在直销事业中
渴望成功的朋友们！