

开创自己直销的事业！

直销事业手册

《邀约篇》

会邀约，一切OK！

一个新人如果学会正确的邀约方式，会极大地提高成功率！是直销起步的最重要的步骤之一，也是第一步！很多新人愿意把人邀约给上属老师，而这个新人什么都不知道！懵懂地被一群激情昂扬的人讲解了半天，会有以下反应：——是传销吧？——反感，恨不得赶快逃离，于是不断用语言拒绝！——觉得上当受骗，不再相信邀约的朋友！——最多有些迫不得已购买一些产品而已。造成后果有两个：其一：被邀约的人以后很难再被邀约出来！其二：经销商感到邀约越来越难！所以不断听到很多新老朋友在讲：现在直销环境还没形成，新人加入难！我认为不然，从一开始的动作你就错了，复制上面的都错了，下面复制的可想而知，而且不把错误当错误，认为应该如此，更有意思的是换了东家做西家，结果一样：于是最后对直销都没有兴趣了！我邀约成功率到达90以上，基本上没有遭受过拒绝的最直接的原因就是：不为邀约而邀约，把邀约工作分成若干个步骤，邀约不是一次而成的，而是之前作了很多工作之后顺理成章的最后一个实现步骤。

一，事前的沟通是关键部分。

很多老师曾经教过：F，O，R，M，H，是沟通的几个方面，有这么几个方面的话题，基本上都能找出顾客的需求。不要让顾客自己感受，找到需求顺势引导，启发其对我公司产品以及事业的好感和兴趣。

二，自己的亲身经历故事胜过激励说教。

告诉他你最近的变化。工作的新选择，以及使用新的产品的感受。让他对比，但是不要让他感觉你是有目的的说服他。要影响别人不要说服别人，人是很难被说服的！只是告知，把快乐的新的与以往不同的变化带给他！

三，做好铺垫，预备下次正式邀约

推崇你的一个你非常认可的人，为下一次正式邀约做好铺垫！实行ABC法则！

四，邀约不是一次就可以的，经过几次的铺垫沟通后，邀约成交率会大大提高！

五，短信跟进也是不错的方法。

我个人因为很忙，很难有时间个个沟通，于是短信跟进也是不错的选择。

六，掌握火候再出击，做事情要灵活。

明明人家已经很反感了，很多人不注意观察别人的脸色，结果是可想而知的！当一个人开始感兴趣的时候，也要当机立断，马上正式邀约！

看起来慢，实际上快！我们应该找谁合作？第一个需要合作的人就是我们自己！

找对网络或对直销产品感兴趣的人，或者曾经接触过直销行业的人。只要没有做的人都有可能成为你的合作伙伴，不是找不到人，而是你要和谁合作！换个角度思考比较好！当你找对人的时候，当你邀约这一关没有问题的時候，你会觉得海阔天空。

邀约的注意事项

直销伙伴在事业起步、手捧名单时，最先遇到的问题便是：我该对谁发出邀约？这时候的盲目与卤莽，往往可能会断送新人的大片市场甚至事业前程。加之新人刚入行业还未能掌握从业技巧，因此，如何确定邀约对象就显得尤为关键了。

首先，分析名单。用来分析的名单以10人~30人左右为宜，应将这部分人的资料尽可能详细化，分析项目还应包括婚姻情况，工作状态、收入情况、与自己的关系等。暂时排除那些不求上进的人、思想极端不求创新的人。下面我们就以其中职业状况不同而进行分析。职业不同，其心理特点、价值观也必定存在差异。例如：

生意人：生意不好做，投资大、风险大，这类朋友有很强投资意识。

有产品需求的人：直销公司的各类产品科技含量很高，涉及面也很广泛，可以给更多的人带来健康美丽，大大提升生活质量。

直销精英：直销条例实施后，直销含金量大大缩水，很多直销人很迷茫，但是其拥有现成的人脉及团队，只要对比有关政策、趋势、产品、体制、公司背景、实力等，就足以吸引他们的参与。

邀约的注意事项

女性顾客：与男人相比，不甘落后，不想看脸色吃饭，追求美丽健康的愿望也非常强烈，他们不仅是忠实的消费者，也是积极的传播者。

退伍军人：战友甚广，敢闯敢干，作风严谨。

怀才不遇的人：望知遇之恩，找不到如意事业，恨生不逢时。

经销商：工作辛苦，看人脸色、但人际网络扩展能力强，有行销经验。

毕业生：就业机会少，就业形势紧张，社会负面影响小，可塑性强。

离退休人员：不习惯一下子松下来。

下岗人员：无保障，生活无着落，可望有新的事业机会。

公务员及政府官员：社交面广，有较强的影响力，直销条例禁止公务员等相关人员参与直销，但直销是传统生意，并且收入合法合理，原则就是：在消费的同时获得消费积分。等等……

其次确定邀约对象时应该注意：不要主观臆断，不预判结果，别给人算命；以客观事实为基础，不能伪造资料；由易到难、由亲到疏、由近到远，亲指的是亲密程度，而不是亲戚；资料、名单确定后应和上级老师一起探讨、商议；商议后再决定邀约谁、用什么方式等。

约人话术

见面聊天；告诉你一个好消息；
穿漂亮一点，带你去一个好地方；
介绍一个很好的兼职机会；
来看我的公司；看场商品展示会；
听场不错的演讲；
了解一件事的真相；
去见几个朋友；
带你去一个即可认识朋友又可以赚钱的地方；
一个扩大生活圈的好方法；
你想知道反败为胜吗？
介绍成功者给你认识；
一个让你在存款后面多加几个零的方法；
给你一个惊喜；
想不想知道我最近都在做什么？
带你去了解一个什么是直销；了解一种新经济形态；
去个消磨时间的好去处；去了解一个现代的行业；
带你去见一个很久不见的朋友；去学习人性学；
想在三十岁前成功吗？一个可以参加的小型同学会（朋友聚会）；
学习如何化被动为主动；
学习如何快速致富；
我们一起来创业；
有人想见见你。

邀约新人的地点选择与时间控制

在邀约新人时，见面的地点与时间，一定要由经销商来控制。即使经销商的时间可以自由安排，也千万不要任由新人主导。由新人安排的邀约地点，如果是经销商完全不熟悉、完全不能主导的环境，就会面临许多意想不到的情况。这些情况的出现，会严重干扰经销商的安排、大大削弱邀约的效果。

笔者曾经遇到这种情况，邀约的地点是新人的家中——一个完全不熟悉的环境。进入新人的家里，才发现他父母正看电视，但又不能冒昧要求对方把声音关小点。在嘈杂的客厅一端，笔者开始讲解、引入事业机遇，好不容易将新人的注意力集中，对方也显示出跃跃欲试的样子了，此时电视突然插播新闻，报道某地发生凶杀案，在这种情况下，不仅新人听不下去，经销商个人也无法推进。更糟糕的情况是，如果此时家中有小孩，跑来纠缠新人，或者这时有人打电话力邀新人三缺一，经销商的邀约就基本宣告失败了。

同样，把地点定在新人完全感觉陌生的环境，也不是太好，因为人天生不喜欢到一个陌生的地方去。在这种情况下，新人可能会拒绝经销商的邀约。所以经销商选择邀约地点时，一定要选择一个对方心理上感觉不陌生、自己又能控制邀约氛围的环境。

邀约新人的地点选择与时间控制

邀约地点

1. 双方共同友人的家中

这是新人与经销商都能接受的地点，如果朋友是经销商的事业伙伴就更好不过。但一定要注意，旁部门不交叉的规则。在这个彼此都熟悉的环境中，经销商、新人可以通过与朋友间的闲聊，加深彼此的了解。经销商可以顺利地找到并展开话题。如果，朋友是经销商的刚拓展的事业伙伴，那么我们可以利用ABC法则，展开业务。需要注意的是，经销商如果是帮助伙伴带新人，第一次可以帮助伙伴准备邀约的工具与资料，甚至帮伙伴做好方案。但是以后就要求伙伴自己要准备好这些，经销商只需简单准备就行了。

2. 都熟悉的公共场所

公共场所的选择很有技巧，如果经销商抱着与新人加深关系的目的，可以场所比较宽泛如聚餐的酒店、小型聚会、健身馆等地，交流的时间可长可短，突然的变动对交流产生的影响甚微；如果是产品演示或者事业引导，则要选择比较安静、可以相对停滞较长时间的地点，如茶楼、咖啡厅、饭店包厢等地。

邀约新人的地点选择与时间控制

3. 经销商的工作室

在这个环境中，无疑是经销商的主场，毋须刻意营造，活跃、健康、积极的正面因素影响身处其中的人。此时，经销商可以带领新人参观并逐一讲解，注意分析新人感兴趣的部分，自然而然地导入目标话题；如果新人已经参观过，经销商可以直接展开话题。

时间控制

经销商在邀约时，要充分预留时间。一般，我们应在2小时左右，完成产品和事业分享的讲述，这其中要包括对方提问时间。如果讲解时间过长，即便对方再感兴趣也会失去耐心。当新人已经被经销商的分享所打动，已经有了强烈的需要时，经销商这时一定要一鼓作气谈完，千万不要半途而止。

但一些没有经验的经销商，在遇到中断后(或是时间很紧、或是中途有其他事情的干扰)习惯把余下最关键的工作移到下次来完成，这样做的效果常常是事倍功半。许多往往已经准备从事的新人，就是因为被没有经验的经销商这么一搁，就永远从经销商眼中消失了，根本没有下回。所以经销商一定要学会趁热打铁。因为时间一长，再好再热的铁也会凉的，千万不要搞分期付款的形式来跟新人谈直销。希望缺乏经验的经销商关注这些易被忽略的问题，避免因细节问题导致失败的结果。

访问邀约

在约人时要注意自己的形象仪表，要用98%的时间闲聊一些其它事业（诸如近期的家庭情况、收入、梦想等）要保持兴奋，定要激起对方的企图心，以及挣钱的欲望，用最后的2%时间邀约。（一对一沟通也可）

高层次人士邀约

“某某经理（厂长、书记、叔叔……），我遇到一项事业机会，心理没有底，您能到我家帮我参谋参谋吗？”或“……”。

路遇邀约

先行发现对方或有意策划相迂对方：行动匆忙，表情兴奋，三言五句寒暄，立即切入正题“不行，时间不够了，我遇到一件对我们都有好处的事，现在来不及告诉你，回头我安排好了，咱们晚上去了解（或：晚上你到我家里来）”，一定要引起对方的好奇心。被动的被对方发现或两人同时发现对方：表情惊喜，“我这几天正找你，别人给我介绍了一件事，可能对你有好处（或：对你挺适合），时间几点了？坏了！我忘了一件急事，必须快回去，今明天晚上你那一天有空，到我家，我和你一块去了解，再见（如果对方说今明天两天都没空，你就说以后再约时间）”，一定要引起对方的好奇心。

邀约什么样的人成功概率高

1. 夫妻同时到公司考察的；
2. 在家说了算的，不用商量的及个体经营者；
3. 退休心理产生不平衡的；
4. 企业利益不好，开不出工资的以及面临倒闭的；
5. 家庭生活困难，需改变人生的及外地进城打工的。

如何解疑对答如流

事前宜有准备，公司的资料和产品应了解透彻，并模拟对方可能提出的问题，电话邀约，回答问题态度一定要肯定果断，令人感到很有把握样子，邀约才会成功。

如何针对需要说话

打电话前弄清对方的需求，才能抓重点。如果对方不是赚钱的人，应把回报说简单点，千万别一古脑的说个没完没了。

如何点到为止

邀约有关网络内容不必说太多，只不过要勾起兴趣或引起好奇即可。

何时该明人不说暗话。邀约时，言词略为神秘只是引起兴趣，但对老朋友则宜采用单刀直入法，才能肯定自我。

情人式邀约

在营销界有这样一个观念：“顾客是你的情人”、“要像爱情人一样爱顾客，意思当然不是把顾客当作情人来追求或相处，而是要以对待情人那样的细心呵护的态度来对待顾客。如果你真这样做了，就能赢得顾客的心，让顾客欣赏你的服务精神。这个观念用于直销里的邀约，那将是另一番景象。

第一次邀请梦中情人共进晚餐，聪明的男士会完成这几个步骤：

1. 制造一次邂逅，让她注意他；
2. 展现，睿智和风趣，让她记住他；
3. 保留一点神秘，让她想着他；
4. 提出邀请，让她感激他。

在直销业中，每一个邀约的成功就好比是一次浪漫的约会。高明的经销商有一套精妙绝伦、环环相扣的预约艺术。

夫妻式邀约

我们在做邀约时，要尽可能地把他们的伴侣一起邀约过来，这一点非常重要。假如你从事直销的时间一久，你就可以发现一个秘密，那就是如果邀请丈夫而不邀请妻子，你成功介绍这对夫妻的几率不到10%，如果你邀请妻子而不邀请丈夫，你成功介绍这对夫妻的几率不到50%。

情人式邀约

这里有一个很好的理由，那就是通常掌管家庭事务的都是女士，她们负责购物。如果一位男士来参加聚会，来听计划。在当时，他可能会认为这个生意很棒，但几天以后，他的态度会有很大的改变。

经常有一些成功人士，比如公司经理，他们听完计划后说，“XX，我要做这个生意，我会成功的，这个生意太棒了，这就是我一直在寻找的。”然后，当你在做跟进的时候，他会说他的妻子不让他做这个生意，他说他希望家庭和睦，他不想整天在外面工作，不想回到家里看到给他脸色看的妻子。他不想来了。所以，在任何可能的情况下，一定要让夫妻两人一起来，否则成功推荐产品或介绍他们成为直销公司一员的机率就会非常低。

如果你遇到这样一种情况：有一对夫妻，他们有孩子，但是他们没有保姆。那么你就要去他们家讲计划，一对一。这样你就可以同时给夫妻两人讲计划了。假如有一次你去被推荐对象的家里讲计划，他妻子因为身体不舒服，一早就去睡觉了。只给那位男士讲计划，你就犯了一个很大的错误。如果遇到这种情况，怎么办呢？你可以给他一套罗伯特·清崎的磁带，比方说《财务智慧》。你可以简单谈一谈被动收入和罗伯特·清崎，然后，你和他们另外再约时间，同时给他们两人讲计划。

推崇式邀约

推崇几乎是所有成功的网络直销公司的核心文化之一。在网络直销公司的各种聚会上，常常会听到：“这是××大学的教授。”“这是××医院的医生。”“这是××领域里的专家。”“这是××公司的总经理。”以上赞美的语言，没有人去考究它的真实性。对于被推崇者心理受用，对于旁人心理亦不至于太反感。

推崇的好处显而易见，尤其是在邀约当中。在邀约时，你的推崇做得越好，你就会得到越好的结果。即使你的介绍人是一个月前才加入网络直销，他还只是一个初级经销商，他到你的家里给你的朋友讲计划，你仍然可以推崇他的成功。可以说他和某个国际上非常成功的人关系紧密。因此，他立即变得非常有威信了。

当你邀约你的朋友来到你家时，他们可能根本就不知道什么是直销，什么是经销商，什么是领导人，他们只知道你推崇那个讲计划的人非常成功，业绩非常好，有着丰富的销售经验，他和一些成功的人一起工作，他建立了一个很大的销售团队。那么，你的朋友就会看到其中的力量，就会对这个人所讲的话感兴趣。

你不必花很多时间来解释这个直销，你可以把人们的注意力转移到讲计划的人身上来。你不必回答很多问题，所以，即使你没有很多自信，你也可以取得成功，只要你学会怎样推崇你的领导人，或者推崇替代你讲计划的人。

你的领导人以前从事什么行业、拥有什么头衔并不重要。假设他现在银行工作，是一个部门经理，你就可以说，他已经很成功了，他收入很高，同时他还是一位银行经理，为人很可靠。假设你的领导人是一个货车司机，你还是可以把他作为一个成功的人来推崇他，因为他建立了自己的生意。

专业邀约

在邀约之前，要明确了解直销是一个不断面对拒绝、解决拒绝的过程，销售从来就不是件容易的事情。但是你可以把销售当成容易的事情来做，可以把复杂的事情简单做，困难的事情做容易。直销是一种新的销售模式，他不等同于传统销售。直销不仅有着销售同样的难度，同时它是一项新型的销售方式，有许多人根本就不理解，根本就不接受。所以，直销面对的拒绝肯定会很多。在社会上，总有一些关于网络营销的负面报导，比如金字塔式传销、老鼠会，这些当然是非法的，不仅顾客对它深恶痛绝，合法的直销公司更是坚决反对。你在从事直销过程中可能会遇到有些人提出这方面的问题，你必须做好准备。

你确认服务的直销公司提供良好的产品和服务，是一个合法的事业或生意。但你还是要用现实的态度来对待和处理人们的看法，因为许多人曾经有过不愉快的经历，比方说某人被卷入了一个非法的活动中，损失了很多钱，伤了他们的心。他们眼睁睁地看到自己损失了一笔钱。所谓一朝被蛇咬，十年怕井绳。当你再次提起直销，他们会联想到非法传销，他们会很担心、很害怕，疑心重重，你必须尊重他们的这种感受。你要解释清楚直销不同于非法传销，现在的直销是合法的，是可以信任的，然后你说，“我们会告诉你所有详细的信息，你不必马上做任何决定，我们会给你一些信息，让你带回家，你可以慢慢地考虑。”

直销不是在寻找投资者，不是在寻找投入大量资金到某个项目当中的人，直销是寻找那些愿意改变自己、愿意帮助别人、想成功致富的人。

在金字塔式销售当中，人们需要投资很多钱，他们要买一些东西，投入很多资金，还要叫其他人投资，那些人损失了很多很多的钱，在真正的直销公司里，他们会这样做吗？根本不会。每种产品都有100%满意保障。

你销售的产品一定要是物超所值的，一定要是顾客所需要的，或者是有品质保证的，否则你就不能令顾客满意，你不能令顾客满意，顾客就不会加入你的销售团队，同时，你还要帮助你的团队成员取得成功，你才能够赚到钱。这是双赢。

- 把顾客当作你的“情人”

- 邀约，只打一个电话可不成，你需要做得更专业

当面预约的技巧

当面约见的机会很多，如路遇或需要再次面谈等情况。这种预约往往是在不期而遇或第三者介绍时抓紧时间进行的。这种方式在熟人和陌生人中都可使用。而对于陌生人来说，一回生，二回熟，采用这种当面的方式，可以与客户先有初步认识和认识，从而消除其对陌生人的警戒心理，以使正式面谈时容易形成融洽的谈话气氛，有助于推销访问的顺利进行。

应用这种方式预约客户，对于陌生人，经销商必须立即向对方表明自己的身份，以免对方持怀疑的态度。现在通常的做法是使用名片。

自我介绍时一定要注意语言及形象，态度诚恳，语言简单明了，从而使客户觉得你头脑清晰、为人忠诚、可以信赖。

使用这种方法的要诀是：不要开口就谈生意上的事，要先闲话家常或叙叙旧，再言归正传。而且预约时一定要视情况而定。要看当时的情况见机行事，不要在客户不方便时上前预约。

但经验也告诉我们，漫无目的的盲聊，只可能得到漠不关心与不感兴趣的反应。因此，也不要闲聊时间太长，要在适当的时机转入正题。比较明智的做法是：开言时不露出任何请你买的行踪，而要给对方以‘这么好的东西，若不让我给你们介绍介绍的话，将是一件很遗憾的事’的感觉。用这样轻松的心情去预约对方，效果自然较好。所以，应该快速想好当时所要说的话，尤其是最初的一两句话。

一般情况下，开场白极其重要，大部分顾客听经销商前面的话比听后面的话认真得多，听完第一句问话，很多顾客就自觉或不自觉地决定了尽快打发经销商还是准备继续谈下去。

专家们在研究推销心理时发现，洽谈中的顾客在刚开始的30秒钟所获得的刺激信号，一般比以后10分钟里所获得的要深刻得多。所以，最初的言语要抓住顾客的注意力。要做到这一点，就要去掉空泛的言辞和一些多余的寒暄找到能使顾客关注的话题。在表述时必须生动有力，句子简练，声调恰当，语速适中。

而提问是引起顾客注意的常用手段。在当面预约时，提问的目的只有一个人，那就是了解顾客的需要。经销商在向顾客提问时，利用适当的悬念以勾起顾客的好奇心，是一个引起注意的好办法。一位好的经销商的提问是非常慎重的，通常提问要确定三点：提问的内容、提问的时机、提问方式。此外，所提问题会对对方产生何种反应，也需要思考。恰当的提问如同水龙头控制着自来水的流量，经销商可通过巧妙的提问得到信息，促使顾客做出反应。

要引起顾客好奇心，让顾客感兴趣，我们不妨将自己放在顾客的地位思考一个问题：究竟是什么因素使我们认真听取经销商的介绍？经销商必须以不同的方式预约不同的客户群体。客户是千差万别的，经销商应学会适应客户。在当面预约时，经销商可以用角色扮演法，即根据不同的客户来改变自己的语言风格、服装仪表、情绪和心理状态等。

另外，经销商还必须做好各种心理准备。因为销售是与拒绝打交道的，在预约阶段可能会遇到各种困难，但经销商要充分理解客户，坦然面对困难，善于调整自己，正确发挥自己的能力和水平。

以下是几种具体的当面预约的方法：

（一）利益预约法

经销商通过简要说明产品的利益而引起客户的注意和兴趣，从而转入面谈的预约方法。利益预约法的主要方式是陈述和提问，告诉购买者所销售的产品给其带来的好处。这种方法迎合了大多数顾客的求利心态，突出了销售重点和产品优势，有助于很快达到预约顾客的目的。

（二）问题预约法

直接向顾客提问来引起客户的兴趣，从而促使客户集中精力，更好地理解记忆经销商发出的信息，为激发购买欲望奠定基础。

（三）赞美预约法

经销商利用人们的自尊和希望他人重视与认可的心理来引起交谈的兴趣。卡耐基在《人性的弱点》一书中指出：“每个人的天性都是喜欢别人的赞美的。”赞美预约法正是利用人们希望赞美自己的愿望来达到预约顾客的目的。这一点对女性更是如此。当然，赞美一定要出自真心，而且要讲究技巧。如果方法不当反而会起反作用。在赞美对方时要恰如其分，切忌虚情假意、无端夸大。

（四）求教预约法

一般来说，人们不会拒绝登门虚心求教的人。经销商在使用此法时应认真策划，把要求教的问题与自己的销售工作有机地结合起来，以期达到约见的目的。

（五）好奇预约法

一般人们都有好奇心。经销商可以利用动作、语言或其他一些方式引起客户的好奇心，以便吸引客户的兴趣。

（六）馈赠预约法

经销商可以利用赠送小礼品给客户，从而引起客户兴趣，进而预约客户。在选择所送礼品之前，经销商要了解客户，投其所好。值得指出的是，经销商赠送礼品不能违背国家法律，不能变相贿赂。尤其不要送高价值的礼品，以免被人指控为行贿。

（七）调查预约法

经销商可以利用调查的机会预约客户，这种方法隐蔽了直接推销产品这一目的，比较容易被客户接受，也是在实际中很容易操作的方法。

（八）连续预约法

经销商利用第一次当面预约时所掌握的有关情况实施第二次或更多次当面预约的方法。销售实践证明，许多推销活动都是在经销商连续多次预约客户才引起了客户对推销的注意和兴趣，进而为以后的销售成功打下了坚实的基础。

电话预约的技巧

预约在推广过程中确实占有非常重要的地位。经销商应该视情况寻求最佳的销售方法，只有这样才能做到得心应手。约见方法有许多种，其中，电话预约是主要方式，也是最经济方便的方法。用电话约见的优点很多：一，可以直接与客户约定见面时间；二，访问之前先通过电话联系一下，以免客户因临时有事不能接见而扑空；三，应用电话联系，可以不受上班时间的限制，增加了联系的机会。但由于客户对经销商事前缺乏了解和认识，也最容易引起客户的猜疑，常予以拒绝，因此，经销商要恰当地使用此方法。

（一）打电话预约的绝招

1. 字斟句酌地编写打电话的用词，并将之烂熟于心，而且会在打电话之前演习多遍。
2. 设想了各种各样可能出现的被拒绝理由，针对每一种拒绝想出应招，并和同事们讨论这些应招，然后将这些应招烂熟于心。
3. 事先尽可能地了解要打电话的客户的背景，并粗略估计一下与之做成生意的可能性有多大。
4. 在打电话前永远将带有日历的记事本、笔、简要介绍自己公司的说词、对付客户的各种异议的方案置放在自己眼前，以便随时参考。

比如说，当客户用没有时间来推脱面谈时，看一眼自己日历上的记录，就可以立即提供其他可供选择的约见时间。当我们为客户在电话上拒绝我们大伤脑筋时，你是否想过为了免遭拒绝而尽可能地做好准备。我们不一定能立即说服客户接受自己，但我们永远可以做到——比客户更有准备。在有准备与无准备的人之间，总是有准备的人达到目的的机会要大得多。记住：打有准备之仗，包括自己做准备，和同事共同探讨以利用大家的聪明才智，肯定能大大提高自己的电话预约成功率。

（二）电话预约的成功率

怎样才能提高电话预约的成功率呢？有一位销售老师曾说过一番对所有经销商都有借鉴意义的话：销售其实就是一场数字游戏。有个成功的概率在里面，区别只在于经验多、技巧好的人成功率高一些，而经验少、技巧差的人成功率可能就低一些。被拒绝没什么可怕的，你打100个电话都被拒绝了，只能说明你越来越接近成功。反过来，你打了10个电话都成功了，说不定接下来你就要开始吃闭门羹了。这就是概率。关键的问题是你必须不断地打电话。没有数量，哪里有成功的概率？正是这个特殊的游戏推动着你的销售。你每天打多少个电话？这些电话是否给你带来足以让你成功的面谈数目？要多少次面谈你才能做成生意？你必须了解你的数字和成功的比例。如果你能坚持每天多安排一次面谈，你的销售额就能大大地提升。

许多经销商不知道他们的数字从何而来。他们只是顺其自然，有多少次就算多少次。事实上，我们只能算那些给你带来实实在在的销售业绩的数字。现在，给你一些真实的数字：270—150—45—75—9，并帮你解释一下：在这个特别的例子中，这位经销商在9个星期内拨了270个电话，他同150个人通上了话，实际敲定了45次新约会。‘75’代表共进行了75次销售访问。当然，这一数字高于新约会的数目，因为这其中包括了重复访问或维持联系的访问。‘9’代表成交的数目。当你分析这些数字时，你就会开始了解：在10周内每做成1笔生意，平均进行7.5次面谈。事实上，在这9周内，他每周安排了大约5次会谈，每周要拨大约30个电话，或者说每天要打6个电话。单纯从数字上来看算不上是什么壮举，但是他却很成功。为什么？因为他知道自己的数字，他的目标是每周做成1笔生意，他控制着自己的数字，所以实现了自己的目标。实际上，当你每次拿起电话时，你就离一个肯定的答复越来越近。如果你懂得这一概念，就能在销售方面获得成功。那么如何在理解概率的基础上建立自信，或者起码是能够尽可能避免被失败搞得垂头丧气呢？——既然成功和失败只是个概率问题，那么我们就应该告诉自己，不必过于计较电话是被拒绝还是被接受。这样，就能放松自己惧怕失败的紧张心情。比如说，我们可以每周抽出一段时间，专门用来给客户打预约见面的电话。不过，应在打电话之前首先想好在这一周之内希望约见几位客户，然后根据自己可能的成功概率开列需打电话的客户名单。例如，你希望约见5位客户面谈，而你的成功概率大约是打5个电话成功1个，那么，你就得开列25个潜在客户名单，依次打电话预约，最终就可能得到你要约见的5位客户的数字。

（三）电话预约的准备

当然，打预约电话的另一个前提是必须做好充分的准备。这包括：第一句话怎么说？如何简要清晰地陈述打电话的目的？等等。在打电话之前，先准备好你所开列的打电话的名单和你预约客户和安排工作用的日记本。通常还应该把事先准备的电话词、克服各种异议的方案也都放在目光所及之处备用。这些处理电话异议的方案通常应包括对以下问题的应答：如果客户的秘书或前台小姐挡驾怎么办？如果客户说没时间怎么办？如果客户说不感兴趣怎么办？等等。上述这些都是经销商打电话预约客户面谈时经常会遭遇到的拒绝，经销商应该对这些常规的拒绝做好充分的精神准备和应答准备。

可以专门用一段时间集中给客户打电话。这样做的另一个好处是，在那个时刻，你做好了被客户拒绝的心理准备。同时你也很清楚，你的目的就是如数约到你想要见的客户的数目。一旦你把客户的拒绝做为正常的情况来对待，同时也十分清楚你只不过是玩一场从几个拒绝电话中寻找一个同意约见的客户的游戏，那么，这场‘游戏’就可以心平气和地玩下去了。这样就避免了被伤害、受挫折的感觉。此外，还应当注意以下几点：第一，你和客户共同玩的这场数字游戏，其规律就是有所得也有所失，而绝不是因为你参与了才有了失败。因此，宁肯累己脑也不要伤己心。

第二，完善准备电话预约的说词，尽力使其清晰、简洁、印象深刻、一环扣一环，并事先准备对付各种人、各种拒绝的方案，使之成为自己成功的招数。第三，电话预约的目的，是引起客户和你面谈的兴趣，而绝不是滔滔不绝地介绍公司的产品。因为电话上的陈述效果远不如面谈。而且，第一次和客户打电话就滔滔不绝，很可能会使客户以为已经明白了而不需要再和你面谈了或者客户会因讨厌和反感而拒绝和你面谈。第四，不宜用过于开放的方法预约客户面谈，比如‘您看什么时候方便我们面谈一次’这种方法易使客户拒绝。如果采用选择性的方法，用‘您看我们是星期二还是星期三见面谈谈’更易于获见面机会。第五，在电话上要尽力争取面谈，而不要轻易就答应先将资料寄过去。因为面谈永远是经销商最能够影响客户的销售方式。

（四）通话过程中应遵循的步骤

打电话前的准备工作很重要，但是更重要的是电话中与客户沟通的技巧。一般在试图通过电话获取与客户面谈机会时，要遵循以下三个步骤：

1. 说明身份。以最快的速度说明自己的身份，让客户了解自己的姓名、所属的公司以及能提供什么产品及服务。
2. 说明目的及约请面谈。在说明目的时，一定要明确地讲明以下两个要点

(1) 要向客户明确表示自己已充分地了解了他现在的需求，并且自己有能力满足其需求；

(2) 要向客户提出面谈请求，最好主动地提出面谈时间，这种方式既省时省力，同时又可以避免模糊的信息。

3. 克服拒绝借口。打电话时，往往会遇到客户找借口说不方便继续通话等情况，对于客户的此类异议，最好的处理方法是请求客户给自己一两分钟的时间简明扼要地表达自己的意图。一般情况下，客户都会满足这样的请求。经销商可以利用这个机会想方设法地引发客户的兴趣。切记：在遇到客户的拒绝借口时，不可绝望地马上挂掉电话，挂掉电话往往标志着客户拜访的失败。

(五) 接打电话的注意事项

1、通话时一定要保持正确的态度和姿势

随意和不庄重的态度都会在对话中露出痕迹，因此，千万不要轻蔑地认为此事不可能发生，最好在通话时多留心自己的姿势吧！

2、自己若要另找时间去电联络，需先求得对方的同意

3、私人电话应避免晚饭时间

打电话到客户家里，除非对方特别说明，下午4点以后——家庭主妇最忙碌的时候绝不要打，否则，很容易令人反感。所以，打电话到别人家里时最好在早上或下午早一点的时间打去。

4、日期、时间应再三确定

在中文里，同音异字和发音相似的字很多，非常容易弄错，如‘4日’和‘10日’、‘1日’和‘7日’、‘11日’和‘17日’、‘4点’和‘10点’等。为了避免发生错误，除了重述日期外，确认‘星期几’也是一个好方法。

5、视情况请对方重述一遍

有时说电话与买卖交易有关也无可厚非，因为一通电话往往会关系着一笔生意的成败。所以，说话者和听话者之间的正确讯息是非常重要的。因此，自己想确认所传述的内容正确与否时，最好的方法是请对方重述一次。

6、面对不解，应换个说法加以说明。若对方听不懂你的意思或所指事物时，你就应该立刻换个角度或说法，直至对方听懂为止。

7、要考虑对方的立场。电话有时使接电话的人丧失了选择的权利，即使有急事，也无法不顾一切地挂断。因此，打电话时，要站在对方的立场上考虑一下再拨，这是很重要的技巧。

如假期结束刚恢复上班时，如要打电话到对方公司，除非有急事，否则最好能避开早上的时间，选择下午的时间再打较好。因为在假期刚结束时，由于商务会议和洽商的事情较多，一般都非常忙碌。

除非是紧急事件，午饭时间不要轻易打电话。此外，对那些到了晚上仍如战场般忙碌的公司，适不适合打电话，则视行业的不同而为。

8、对方不在时，应自己再主动联络。双方不在时，不可留电话请对方回电话，也不要留言，应由自己找时间再打。

9、一定要念对对方名字及公司的名称。生活中念错对方的名字是很失礼的事，会留给对方很不好的印象。公司名称也一样，念错了，可能会造成生意上的不顺利。所以，打电话时，一定要先查清楚对方名字及公司名称。

10、即使是熟客户，仍应完整地报出自己公司的名称。有些经销商在打电话给比较熟悉的客户时，动不动就省略公司名号，而只报部门或简称，这是一种错误的做法。因为，打电话给客户时，也许相熟的恰巧不在，倘使没有报出完整的公司名称，对方很可能会错误地认为是别家公司。

（六）电话留言的技巧

许多经销商会经常遇到打电话时对方不在的情况，因此电话留言就显得很重要。经销商应把自己的留言与一般的电话留言区别开来，要利用好奇心吸引更多客户回电。以下几种方式可供参考：

1、只有你能回答。给客户打电话，要设法争取对方的注意力。因为他们或许很忙，所以，不要说一些过于‘职业化’的留言，你可以试着这么说：“哎，刘先生，你好，我是XX。我有个问题，所以打电来，……”

这个问题只有你才能回答。愿意的话，请给我回电，今天下午5点以前我都在办公室。”这种方法之所以特别有效是因为它既没有冒犯他人，又传达了信息的紧急性。因为‘只有你’才能回答的问题总是比较重要的。所以，拨号码之前，先想一个只有你的客户才能回答的问题。顺便说一句，大多数人都喜欢提出自己的意见，你的这种要求会使他们感到自己的重要。

2、有件事让我想到了你。这种方法也很有效，比如说：“吴先生，你好，今天发生的一件事让我想到了你，所以就给你拨电话了，一有时间就请你给我回电话。下午4：30以前我都在，电话号码是010—7865XXX。”为了创造最佳效果，当他们回电时，你最好讲一个能使会谈转入正题的故事或趣事。

3、纳税记录有什么。有这样一段留言：“你好，XX先生，我是XX房地产代理公司的巴拉克，我现在正拿着一份您的纳税清单……我有一个问题，如果你愿意，请给我回电话0148XXXX。明天上午11：30之前我都在办公室。”

4、创造相关性联想。联络新客户时，寻找尽可能多的相关性联想是个不错的主意。相关性联想就是在你的目标客户内部制造某种联系，使你有理由会见主要决策者，并与之进行有效的对话。实际上，相关性联想也是要引起决策者的好奇。

（七）突破客户拒绝的话术

客户通常都会在电话中拒绝见面，但是，只要经销商处理得当，就会在拒绝中获得成交。针对不愿敲定约会的客户的不同借口，不妨可参考以下的建议：

- 1、没时间。对此，经销商应该说：“可以理解。我也老是时间不够用。不过，只要给我三分钟，你就会相信，这是个对你绝对重要的产品……”
- 2、现在没空。对此，经销商应该说：“我星期二和星期三都会在贵公司附近，所以在星期二上午或者星期三下午我可以来拜访你一下！”
- 3、请把资料寄给我。对此，经销商应该说：“先生，我们的资料都是精心设计的纲要和草案，必须配合人员的说明，而且要对每一位客户分别按个人情况再做修订。所以，最好是我星期二或星期三过来看你。你看是上午还是下午比较好？”
- 4、没兴趣。对此，经销商应该说：“我完全理解，先生，要你对不晓得有什么好处的东西感兴趣实在是强人所难，有疑虑有问题也是十分理所当然的。正因如此，我才想向你亲自报告或说明。星期一或者星期二过来看你，为你解说一下，行吗……”
- 5、没有钱。对此，经销商应该说：“先生，我知道只有你才最了解自己的财务状况。不过，现在先好好做个全盘规划，对将来才会最有利！我可以在星期二或者周末来拜见您吗？”

6、我要先好好想想。对此，经销商应该说：“先生，我们不是已经讨论过相关的重点了吗？容我直率地问一句：你顾虑的是什么？”

7、目前我们还无法确定业务是否需要。对此，经销商应该说：“先生，先不要担心业务日后的发展，你可以先参考一下，看看我们的产品优点在哪，是不是可行。我是星期一还是星期二造访你比较好？”

8、我得先和其他人商量。对此，经销商应该说：“我完全理解，先生，我们什么时候可以一起跟其他人谈谈？”

9、我们会再跟你联络。对此，经销商应该说：“先生，也许目前你不会需要，不过，我还是很乐意让你了解一下，它对你会大有裨益的！”

10、再考虑考虑，下周给你电话。对此，经销商应该说：“欢迎你来电话，先生，你看这样会不会更好些？我星期三上午晚一点的时候给你打电话，还是你觉得星期四上午比较好？”

类似的拒绝很多，无法一一列举出来，但是，处理的方法还是一样的，那就是要把拒绝转化为肯定，让客户拒绝的意愿动摇，如此一来，经销商就能够乘机跟进，诱使客户接受自己的建议。

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！