

第二章 电话营销和销售的 6 个关键成功因素

企业实施电话营销和销售成功与否，与 6 个关键要素有关系，我称它们为关键成功因素：

准确定义你的目标客户

无论你是以 **Inbound Call** 销售为主，还是以 **Outbound Call** 销售为主，准确定义目标客户都会增加你的成功率。企业一般通过各种媒介，包括各种广告、信件（这也是成功因素之一）等去影响你可能的客户，如果目标客户定义不准，会出现两种情况：一种是由于目标客户定位的错误，使得你的很多的市场活动没有取得应有的效果，致使 **Inbound Call** 数量少，那即使电话销售人员再专业、成功率再高，销售业绩也不会很好；另外一种情况是 **Outbound Call** 成功率低，因为电话销售人员每天接触客户数量虽然大，但都不是你可能的客户，例如你打电话给一个年收入仅有 3 万元的刚刚毕业的人，向他推销一台价值 100 万的汽车，显然是不合适的。准确定义目标客户是电话销售成功的基础。

准确的营销数据库

定义好你的目标客户后，你需要一个客户数据库。这个数据库中的客户资料越准确，电话销售的效率就越高，成效也越明显。这个数据库的价值还在于你可以不断跟进客户，随时把握客户的需求变化，客户管理也容易许多。如果你没有

这个准确的数据库，你可以想象你的电话销售人员每天是如何工作的。他们可能将每天中最重要的电话沟通时间用来查找潜在客户名单、工作可能没有任何计划而言，今天不知道明天要同哪些客户联系等等。更为重要的，由于数据库不准确，他们的打电话成功率相当低，虽然他们的专业能力和电话沟通能力都很强，虽然他们每天也花相当多的时间在电话沟通上，但他们的无效电话很多，结果他们的业绩不理想，对他们的信心和成就感有很大的影响，可能会导致他们的离职。

良好的系统支持

系统支持包括电话系统、客户跟踪销售管理软件等等。如果是在 **Call Center** 中进行电话销售，那么电话系统相对来讲并不会成为障碍，但对于那些刚刚从事电话营销和销售的公司而言，他们可能会有电话销售人员，但公司却一直以来都是用分机拨号，那可能会造成电话拨不通、拨不出等等，这不仅会造成效率下降，也会增加电话销售人员时间被浪费的感觉，会伤害他们的成就感。时间久了，同样会造成他们的离职。另外一个还需强调的就是客户跟踪销售管理软件。我们要求电话销售人员要将与客户每一次通话的结果随时输入计算机系统中。一个合适的销售管理软件可以提高销售效率，同时也便于管理层管理和分析客户，制定合适的电话销售策略。如果你已经实施了客户关系管理（**CRM**）系统，

那么这部分也不会成为太大的问题。

各种媒介的支持

包括广告、信件直邮等，这属于市场活动。市场活动的价值在于创造有明确需求（已经准备好要购买）的客户，或者吸引有明确需求的客户，市场活动做得好，**Inbound Call**数量会增多，而一般主动找上门来的客户谈起来就容易多了。同样，当市场活动做得好时，当电话销售人员打电话给对方时，如果客户之前已从各种途径知道你们公司，那电话销售人员做起工作来也相对容易多了。所以说，电话销售不是孤立的，需要市场活动的积极支持和配合，虽然电话销售从某种意义上来讲也是在进行市场活动。

明确的多方参与的电话销售流程

电话销售在很多情况下需要各个部门的配合和支持，尤其是在那些复杂销售中，电话销售人员需要和外部销售代表、售前工程师等多人协调工作，如果这个流程不清楚、不明确的话，会造成职责界定很清楚，有些事谁都可以负责，但有些事谁都可以不负责，有时候会给客户一种混乱的感觉。例如，假设电话销售人员是负责寻找销售线索，有时候电话销售人员确认是销售线索，但外部销售人员却认为销售线索并不真实，同时在跟进客户时，有时外部销售人员与电话销售人员会出现沟通上的不顺畅，可能同时会给同一个人打电话，探讨同一件事，这都会给客户造成不良印象。所以，一

定要有一个明确的电话销售流程，规范不同阶段、不同部门、不同人的职责。同时，要加强各个部门之间的沟通。

高效专业的电话销售队伍

最后一个关键成功因素，就是你要一个高效专业的电话销售队伍。一个高效的电话销售队伍与几个因素有关系：销售队伍的招聘、培训、激励、组织体系管理和计划等。拥有一支高效的电话销售队伍显然是电话销售成功与否的一个很重要的因素，因为销售是由电话销售人员完成的，与客户的关系是由他们来维持的，信任关系是由他们来建立的（我们会专门来探讨信任关系），很多客户都是通过电话销售人员而形成对供应商的第一印象的。我们在后面会专门探讨电话销售人员的培训和辅导，以提高电话销售人员的绩效。

本文转自明阳天下拓展培训官网，如有转载请注明出处