

第三章 电话营销职能为销售活动打基础

（说明：我们在这一章中所探讨的电话营销的营销职能，很大一部分来自新华信公司的电话营销实践，我利用这个机会把他们的一些做法与各位分享一下，这些工作你完全可以在自己的 Call Center 中完成，如果你觉得由你自己做更好的话。）

你还记不记得我们在第一章中所讲的电话营销和销售中的 5 个营销职能是什么？在这一部分中，你将对电话营销的营销职能有更进一步的认识和了解，这 5 个营销职能是：

1. 建立和维护营销数据库
2. 获取各种信息
3. 寻找销售线索
4. 组织研讨会和会议
5. 直邮

电话营销中的营销活动的目的是什么？我在前面讲过，就是更好地为销售活动打基础，当然也包括品牌建设等。在企业对企业（B to B）的商务活动中，企业为了更好地建立和保持客户关系，需要通过各种手段来与客户保持接触，这些商务活动包括研讨会、产品展示会、技术交流会、广告媒体、面对面销售和电话营销等等。而且，事实也证明这些商务活动如果组织得成功，他们确实会成为非常有效的商业手段。

我相信你们公司现在也正在进行这样的活动，但下面的场景你是否熟悉呢？

研讨会搞得声势浩大，人山人海，但结果却让人失望，因为来的目标客户太少了；

为产品巡回展做了充分的准备，但却很少有人来；

准备了 3 个月的直邮广告，寄出了 10,000 份，但应者寥寥；

电话销售人员每天从查号台 114 开始工作；

你的昂贵的销售人员一大早进入办公室就开始上网浏览、看各种报纸、查电话簿黄页，他们在寻找可以约见的客户；

成熟的销售人员每天不得不花时间寻找销售线索，他们的优势并没有完全发挥出来；

负责某一客户的销售人员离职，客户打电话进来要求订货，竟然发现没有人知道该客户的情况；

我不太敢确定你们公司是否也存在这种情况，但相当一部分公司存在这种情况，你认为这样的活动成效高吗？你认为这样的电话销售人员和销售人员成效高吗？反正我不认为。为什么会出现这种情况呢？我认为：缺乏准确的客户营销数据库是主要原因之一。这就引出电话营销中营销职能的基本职能：

建立和维护营销数据库，是电话营销的基础职能

客户营销数据库（当然包括潜在客户）其实是一切商务活动成功的基础，当然也是电话营销的关键成功因素之一，正是由于准确完整的客户营销数据库才保证了电话营销和销售的其他职能得以顺

利实现。我曾经在一次演讲中问一个问题：“在你们当中，有哪些已建立了自己的营销数据库？”你知不知道有多少人举手呢？答案是一个都没有，可见，建立和维护客户营销数据库的工作还没有被大多数企业所重视。

在我所接触过的实施电话营销的企业中，例如戴尔（DELL）、惠普 HP、IMB 等，他们每年都花费大量的投资在客户营销数据库的建立和维护上，当然，他们很清楚他们的投资会得到什么样的回报。

通过电话来建立和维护客户营销数据库，是最快和最省钱的方法。如果你现在在这个工作上是一个空白，也就是说你现在基本上还没有客户营销数据库，你所有的客户资料都零星地存在于销售人员的电脑中或者文件夹中，那你就应当着手建立自己的客户营销数据库。我见过一家公司，就是一边着手整理自己现有客户的数据资料，另一方面从新华信公司购买了自己的潜在客户数据库，现在已经有了一个基本上涵盖了自己目标市场的客户营销数据库。而他们的电话销售人员就是每天利用这个数据库保持与客户的接触，并随时把联系结果输入到数据库中，那当然包括了决策者信息、客户的态度、销售进度等重要信息。现在，这个数据库包含了 5000 个目标客户、30,000 个联系人、近 50,000 条联系记录。想象一下，假如你拥有一个这样的数据库，你的一切营销活动是否会变得更容易？结果是否会更让你满意？

获取各种信息

有价值的信息在现在的商业环境下变得越来越重要。同样，电话营销可以帮助你得到你想要的各种信息，例如客户对供应商的看法、产品的潜在需求信息、市场研究和客户的决策人等。

我曾接触过一个铜加工企业，他们目前在全国有 2000 个左右的客户。当时，他们计划推出一新的产品，但并不清楚这个新产品在全国的潜力到底有多大。我建议他们用电话来进行访谈，获取客户在 1 年内相关铜产品的消耗量，在 1 个月的时间里，他们如愿以偿。

在 B to B 直销领域中，快速获得潜在客户决策人的信息，对电话销售人员和销售人员来讲很重要，这可以帮助销售人员直奔目标，而避免将时间耗费在效率不高的销售活动中。

假如你是一个广州的 IT 企业，你现在想开发东北市场，你的目标客户是东北三省的金融企业。现在，通过电话销售人员在很短的时间内，帮助你得到了东北三省银行、证券、保险等行业的如下资料：总公司/总行及省、地市级以上分公司/分行的行长，总经理，副行长，副总经理，技术部/科技部/电脑部等经理，网络工程师或网管等的名字和联系方法，你认为这会对你有多大的帮助？

获得相关联系人的名字和联系方法，看上去是一件很容易的工作，但对于有些企业、有些地区，情况却并不是这样。从我的经验来看，经济发达地区，例如北京、上海、珠江三角洲、江浙等地区的企业，接到类似电话较多，相对都会有些戒备心理，对你的工作挑战性就较大，但在内地大部分地区相对这个工作会好做些。

但不管如何，利用电话获取各种信息会是高效的、有帮助的。

获取销售线索

销售线索当然也是信息的一种，但考虑到获取销售线索在电话营销中的重要性，我觉得还是有必要分开来讲。为了强调它的重要性，我在第十四章专门来分析如何打获取销售线索的电话，这里所探讨的只是希望给大家一个初步概念。

从高效直销的销售流程来看，获得销售线索是销售的第一步。什么是销售线索，销售线索是指有计划采购或购买某种产品或服务的企业和组织。我想问你一个问题，假如你是销售人员，你是喜欢同那些最近有采购计划的客户打交道呢，还是希望同那些可能两年内都可能没有任何采购计划的客户打交道？除去那些战略性的大客户外，我相信大部分的销售人员都喜欢同那些最近就有购买需求的客户打交道。这些客户从哪里来？这些客户就存在在这个地球上，也可能曾与你擦肩而过，但你并不知道他们到哪里。获得销售线索只有两条途径：一是你主动出击，另一是客户找上门来。但关键是这些客户不会在脑门上贴个纸条，上面写着：我要采购 1000 台电脑。同时，这些客户也不会主动找上门来，除非你是行业的领先者，或者在这之前你已经同这个客户有过接触，并一直有联系，你与他已建立了良好的关系。

要主动出击，利用电话将会使你成效倍增。在很多行业，获得销售线索象大海捞针，尤其对那些新产品、新市场开发的行业更是如此。假设你有 5000 家目标客户，但你所提供的服务现在需求量很小，可能现在只有 50 家企业会有这种需求，那就意味着你每接触到 100 家公司，才能有一个客户有需求，当然，如果你的电话销售技巧不够好的话，你可能还没有那么幸运。

想一想，如果你利用直销人员，在全国拜访，来发现这些线索的话，那可能你的直销人员跑得都要累死了，但还不会发现这些你想找的人。

组织研讨会和会议邀请

研讨会和各种商业会议在 B to B 商业领域越来越广泛地被各企业所采用，而事实也证明如果组织得当，这些会议在树立企业形象、创造有效需求客户、发现销售线索等方面会起到积极作用。

组织这些会议的一个关键成功因素是你想邀请到的目标客户要按时来出席会议，对不对？正像我们前面所讲到的一样，很多企业花了不少精力和费用（例如广告等）想吸引目标客户参加他们组织的会议，但效果却并不理想。在这里，我并不想深入探讨如何组织这些会议，我只想利用电话销售人员可以帮你做得更好一些。我想利用我在新华信公司做过的一个案例来说明。

CCC 公司是全球领先的企业信息存储系统、软件、网络和服务供应商，公司的主要客户囊括银行和金融服务机构、电信供应商、互联网供应商、制造商、零售商、航空公司、运输公司、教育机构以及地区性和国家政府机构。

由于进入中国时间不长，CCC 公司需要在北京、广州和上海三地召开发布产品推广会，希望能从金融、电信、能源、交通以及大型制造业等对大型存储设备要求较高的行业中，邀请到感兴趣且是项目采购的决策者或者影响者，要求参会人员在 100 人左右。

在这种情况下，新华信公司从自己的营销数据库中帮助客户筛选潜在目标客户，通过电话呼出、邀请函、传真等方式邀请他们参会，同时，整理会场反馈表、设计调查问卷，在一周内对拟邀请对象进行电话访问，确定了重点潜在客户。

在每个城市的会议召开前的 15 天内，新华信公司通过电话确认邀请名单、传真邀请函、电话跟进、邮寄正式邀请函、电话提醒全套邀请流程，每个城市均成功协助客户邀请到 100 多人参加会议，并在会后进行了有针对性的产品采购信息调查，发现了 4% 的销售线索。

以上这个工作对 CCC 公司在中国市场快速开展业务起到了极大的促进作用。

直邮是否属于电话营销职能？

从某个角度来讲，直邮将放在电话营销中好象并不合适。但我认为从电话营销的营销职能来讲，直邮是必不可少的。我们前面提到过，电话营销的基本职能是营销数据库的建立和维护，也就是说，只要你从事电话营销，你必须建立一个营销数据库。实践证明，直邮是一种成本更低的营销活动，而且你的营销数据库的建立，也为开展直邮活动打下了基础。同时，直邮也是电话销售人员保持与客户长期接触的一个有效手段。

你的电话销售人员在直邮、电子邮件的配合下，可以与客户保持密切而长期的联系，这样，当你的客户产生有效需求的时候，他首先想到的就是你，这不也正是你渴望看到的结果吗？

有时候，你的直邮活动可能仅仅是为了与客户保持联系，传递信息而已。而另外有些时候，你的电话销售人员需要通过先寄信，再用电话与客户接触，以提高销售成功率。如果没有直邮的话，你的电话销售人员的效率会低很多，尤其是当你需要主动给客户打电话的时候。

本文转自明阳天下拓展培训官网，如有转载请注明出处