



电话营销经验分享



2007 年 4 月 13 日

电话营销经验分享

— 基本元素

电话营销的基本原素

- ❖ 产品 (Product)
- ❖ 外拨名单 (Database)
- ❖ 脚本 / 流程 (Script / Flow)
- ❖ 人 (Telemarketer)



● 电话营销的基本原素 – 产品

「产品」应注意事项：

- 设计浅显易懂，贴近生活，且价位中档偏低的商品
- 结合时势，推出迎合市场需求的商品
- 寻求交叉 / 升级销售的机会
- 规划波浪式营销策略

(广告 DM 电话营销 Field Sales)



● 电话营销的基本原素 – 外拨名单

「外拨名单」应注意事项：

- 运用数据分析模型（年龄、性别、职业...）筛选针对名单
 - 分析消费者习性，规划适宜的电销流程
 - 尽量寻求异业结盟的机会，并注意资料保安
- 名单的接通率最好不低于 60%



● 电话营销的基本原素 – 脚本 / 流程

「脚本 / 流程」应注意事项：

- 为了促成销售而设计夸大商品利益的脚本
- 注意不可无意间泄漏客户 / 企业机密资料
- 注意各部门与销售渠道间的冲突
- 永远都有流程改善的空间



● 电话营销的基本原素 – 人

「人」应注意事项：

- 挑选合适的电销人员 – 意识重于技巧
- 于启动初期勿定过高的指标，以免人员快速消耗
- 足够电话营销技巧的培训及演练
- 明确与销售成果挂勾的奖金制度
- 优秀现场管理是电话营销成功的一半



电话营销模型简介

型式	困难与挑战
陌生拜访 (Cold Call)	优质数据来源不易
	设计适于电话销售商品：浅显易懂、流程简易
	TSR 需要较高的电话销售技巧突破心防
直邮跟进 (Support DM / DM Support)	有赖准确的数据库分析 (Segmentation)
	需搭配接续及有效的市场营销计划
免费转付费 (Free to Pay)	吸引非目标客户
	搜集客户基本讯息 / 试探产品接受度
升级销售 / 交叉销售 (Up-Sale / Cross-Sale)	易引发既有客户抱怨，降低客户满意度
	谨慎规划营销策略，切忌揠苗助长
跨业结盟 (Alliance)	寻找互补或加成效果的合作伙伴，营造双赢
	销售渠道的整合，减少无谓的竞争与内耗
帐款催收 (Bill Reminding / Collecting)	TSR 需要更成熟的电话营销技巧与心里素质
	法令规范

电话营销

— 案例分享

项目成功案例分享 — 背景

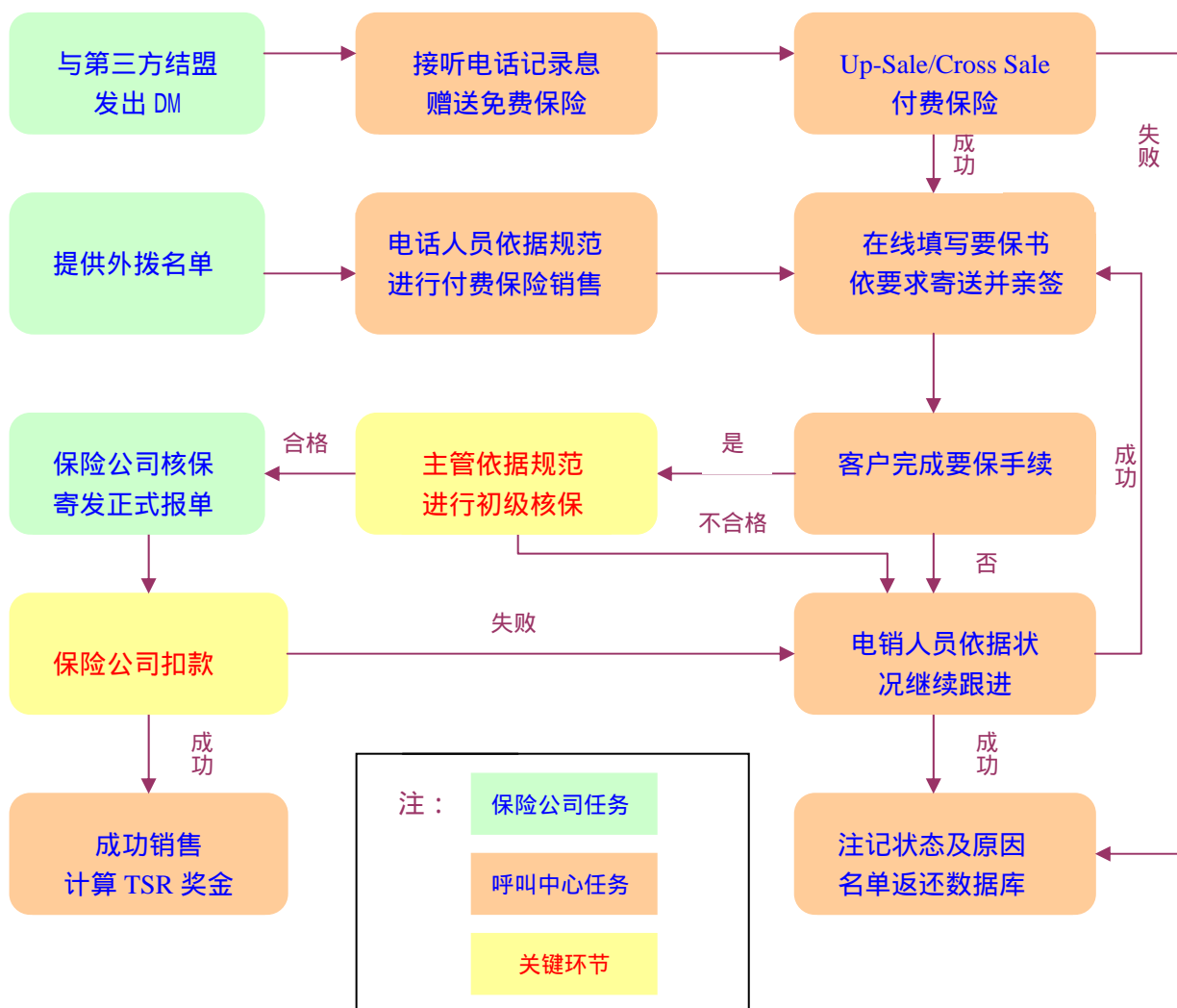
营销模型：

陌访销售 (Free to Pay / Cold Call)

保险公司与第三方跨业结盟，同时并提供陌生拜访名单，与呼叫中心合作，透过呼入及呼出营销方式，直接进行保险产品的说明与销售，以达到保险公司的销售指标



项目成功案例分享 – 流程



案例分享 – 挑战与解决方案

- 消费者抗拒保险电话营销，导致一线电话营销人员承受巨大压力
 - ✓ 持续倡导保险利益，并研讨修正话术
 - ✓ 及时辅导，重点挽留优秀电销人员
 - ✓ 建立多劳多得奖金制度
 - ✓ 岗位轮调，适时调整

- 降低影响 [冲动性购买] 的因素
 - ✓ 简化流程
 - ✓ 提供多付款渠道
 - ✓ 确保后续及时与专业的跟进

- 销售提升
 - ✓ 寻求稳定合作伙伴，积极阔大市场占有
 - ✓ 复制成功经验，更勇于尝试创新

800 TeleServices 顾客的桥梁

联系我们

飞翔商务咨询有限公司
800 TeleServices

Tel: + 86 21 6886 1030

Email: susan.wang@800teleservices.com.cn

Website: <http://www.800teleservices.com>