# 202\_电话营销策划方案范文

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2024-02-05

*通常来说，人们拨打销售电话的时间是在早上9点到下午5点之间。如果这种传统销售时段对你不奏效，就应将销售时间改到非电话高峰时间，或在非高峰时间增加销售时间。今天小编在这给大家整理了一些20\_电话营销策划方案，我们一起来看看吧!20\_电话营销策...*

通常来说，人们拨打销售电话的时间是在早上9点到下午5点之间。如果这种传统销售时段对你不奏效，就应将销售时间改到非电话高峰时间，或在非高峰时间增加销售时间。今天小编在这给大家整理了一些20\_电话营销策划方案，我们一起来看看吧!

**20\_电话营销策划方案1**

很多企业都希望能够以较低的成本，带来更多的客户，创造出更高的价值，电话销售作为一种低成本高回报的销售手段，则迎合了广大企业的这种需求，但是如何将公司目标融入到电话销售中却不容易，小编现将自己这方面的电话销售培训心得体会总结如下，以供参考。

其实在很多时候，80%的销售人员栽在了“不需要”这三个字上，我也没有那么幸运，听到最多的便是“不需要”。客户为什么挂掉电话?在电话模拟中，客户的扮演者说：“我并不忙，但不愿和他说话，不愿和他讨论這个问题”，为什么呢?电话销售培训首先，我们是否了解這个准客户?只有了解他，才能跟他交流下去，才不会去问一些弱智的问题。我们是否足够的表示重视客户?第三，在建立融洽的信任关系之前，我的问题是否唐突?咨询没有放在那儿的产品，当你以一种销售人员的身份和姿态面对客户时，他不愿了解你推销的任何东西，所以说，第一个电话是以筛选客户、建立关系为目的的。如果做的足够好，客户愿意交谈下去，第二个问题又出现了，你能否清晰流畅地介绍你的服务或产品?你对你的产品真正了解吗?你对你的产品热爱吗?能否站在客户的立场和感受上介绍它?当一个客户表现出了对的我产品或服务有兴趣时，怎样进一步引导客户?引导的问题我是否想好了?这就是挖掘客户需求的过程。

就目前的工作而言，在电话销售培训中，一定要弄清以下几个问题：

1、客户的身份。有无决策权，是主动寻求还是被动接受?这不仅是自己的需求，也是对客户尊重的体现。

2、客户接听我电话的目的。接听我的电话想从中了解到什么?仅是对新事物的好奇抑或工作的需要?这是筛选客户的重要考察点。

3、准客户目前在这方面是一个什么样的状况?他更需要什么样的产品或服务?

4、准客户认为自己最需要什么?

5、结合3、4介绍推出自己的产品或服务

6、客户的反应。以决定下一步应采取的措施，我觉的这里面有很多问题值得注意。

①作为销售人员，我的问题准备好了吗(6个)?客户可能提出的疑问，我已准备好了最好的应答吗?

②我的思路是否清晰，会不会聊了很久了，还让客户云里雾里抓不着重点

③同理心的表达，适时的赞美客户

④措辞和语言的感染力

⑤从客户的介绍和应答中分析客户的性格种类，迅速的调整应对方案。

⑥明确电话销售流程。

最后，依然是心态。经理在每次会议上都会讲到，但我是否真正的做到了销售人员应有的热情、乐观和持之以恒?

通过电话销售培训，在以后的工作里，我应处理好的事情有：

1、经常总结

2、明确销售流程

3、整理出按销售沟通层次列出的给客户的提问和客户可能提问的应答

4、语言感染力的练习

5、对咨询的深入了解

6、熟练客户分类，掌握应对方法。

**20\_电话营销策划方案2**

总台工作人员等我们说清楚的本公司的单位及主要的业务，电话一般情况下不转接进主要负责过去的\_\_年，算不上精彩，但足够让自己记忆深刻;毕业已经三年有余，在证券行业的发展不算长，也不算短，但面对过去的路，有失败的泪水，也有成功的喜悦，记得在刚进入证券行业说的第一句话：三年，一定要混出个样子来。

如果说\_\_是拼搏的一年，\_\_是勤奋的一年，\_\_是转型的一年，那我的\_\_就是坚持的一年，所有的一切都已经过去，唯有坚持的心不曾动摇、没有改变，坚持行业、坚持营销、坚持团队……坚持一切需要坚持的。

一直以来，电话营销都是我所坚持在做的，记得年初所有人都已经搬到庆春路营业部了，唯有我们团队还在青春坊奋斗，经过一个寒冷的冬天，那時的环境虽然非常刻苦，但是没有任何借口，我们都在一起努力，打陌生的电话收集潜在客户、跟踪客户到约见客户，我们有计划的做到我们该做的，虽然天气寒冷，但是我们的心很火热，新人进来也是和我们一样电话营销，确实在艰苦的条件下，坚持下来的都很了不起，注定能够得到自己想要的，实现心中的目标，随着3月份我们搬进庆春路8楼，不会在冷了，环境也好很多，那時经历着电话营销部门的设立，我从此有了更多的时间，那時电话营销我放下了，新组建的电话营销部门经历着半年多的磨合，虽然成绩不尽如人意，但是确实规模大了，团队的两名成员成为电话营销部门的小组长，也得到了一定的锻炼。

自从电话营销团队管理抽出以来，也面临着自己的重新定位，那時对我来说，也是充满模糊，通过和领导的沟通，我开始筹划更多的事情：银行合作、社区合作、杭图活动、团队内部管理等等，当开始考虑团队的未来发展的时刻，银行一直是我们团队最大的弱项，因为这三年，银行渠道基本上都没有争取过，放弃的更多，在4月份我们团队近15人的团队仅仅有两个银行网点，说出去和其他营业部的区域经理分享的时候，他们怎么也不敢相信这样的团队会有什么成绩，从此我开始重视银行渠道，第一个开始重视的是农行秋涛路支行，這个网点合作时间最久，关系处理最好，但是过去的三年对他们的贡献基本上没有，第一次拜访钱行长的时候，我没有提任何要求，首先满足他们的三方任务要求，那一次合作以后，银行对我们才开始重视，关系更深一步。此后我们不断去开发新的渠道，最终开发出农行上泗支行和农行浣沙支行的银行渠道，另外民生银行和深发展银行也开始接触，沟通合作的事情，曾经给自己下了一个任务：平均两个人至少要有一个银行渠道，年终必须完成。离這个目标最后还是没有完成，但是在年末的基金销售过程中，银行一直以来都是我们的弱项，但是通过银行完成的任务确是不错的，通过这次资源的互换合作，让团队的大多数人重新认识了渠道合作的意义，更多的人选择了走出去，进行联合营销，和农行上泗支行在转塘地区的第一次合作举办交流会，达到了我们的期望目标，虽然结果并不是很好，但是打开了局面，对于后期的合作大家都充满希望和期待，无论是银行领导还是高尔夫的领导都看到了多方合作的前景，以后或许可以做更多的尝试，目前团队可以驻点关系也不错的银行总共有四家：农行秋涛路支行、农行浣沙支行、农行上泗支行和工行凤起路支行。

从团队的内部管理来说，年初我们一直坚持的早早会持续了下来，并经过改革创新之后得到了所有人的认可，参与积极性大幅提高，早会内容包括消息解读、大盘分析、业绩速递、经验分享和口号，通过消息解读，新人能够更多、更快的掌握消息解读的技巧和能力，提高自我表达的能力，通过不断的强化，出去就能够和客户进行沟通，当天气冷下来了，经常有人迟到，通过一定的惩罚，主要是通过罚一本书的方式，告诉这是不对的，故意经常迟到的现象得到控制，一大批人能够做到准时到，养成了好的习惯;另外团队原来会议较多，经过改革以后，团队仅留下了周例会，平时小组不开会，一周碰头一次，让每个人了解团队所有成员的情况，并且了解自己在团队中扮演的角色，周例会结束后会安排一个人分享自己的经验，对新人的启发较大，对演讲者更是一种学习提升的机会，因为周例会都是安排在团队长会议结束后，经常一开就到晚上六七点钟，因为事先沟通过，周一的例会是没有时间限制的，所有的事情结束后就结束，周而复始的坚持，每个人都知道了周一要开会，甚至有时候我们开会到5点，看到大家都还在等，这种状态真的很好;除了周例会以外，每个月也会安排一次月度例会，对团队表现卓越的进行奖励，虽然这种奖励并没有多少钱，但是这份荣誉必须给到，这是团队的一种认可，种种规矩定下来后，自己也不会太累，乃至到今年8月份我们团队一下扩展到二十多人，都能够控制,。通过每天、每周的接触，大家天天都能够碰到一起，关系也慢慢熟悉起来，感情也逐步变深，这也许就是团队的凝聚力。

在团队的活动方面，一个有战斗力的团队一定要经常的集体活动，这一点要感谢罗总教给了我，团队每个月至少要有一次集体活动，像往常一样唱歌、吃饭、看电影和旅游等等，紧张的工作确实给我们很大的压力，再忙也要懂得适当的调整和休息，因为4月份我们取得了突出的成绩，在6月份我们安排了和安吉营业部集体漂流，那是一次非常愉快的经历，虽然花了不少银子，这样的活动大家集体参加，感觉非常好，美好的东西总是让人怀念，以后每年也需要这样一两次的户外活动。

在人员引进方面，年初团队自身做了一次招聘，总共当时有8个人参加培训，最终签约的有5个，留存率还是比较高的，当时团队签约的有十多个，实习的有四五个，一起将近20人，从4月以后，团队基本上暂停了招聘，主要是学校的毕业生为主，一直持续到11月，行情一直低迷，团队出现人员流失，当然我一直坚信，离开都是有理由的，但是作为把大家带进来的，没有让大家赚到钱，我是有责任的，团队最多人数达到22人，在八、九月份，那是考验最大的时候，那時基本上停掉了新人的引进，从开始有人提出离职的时候，我想作为一个团队没有招聘长期的生存会成为问题，有进有出，这才是一个健康的营销团队，\_\_年对团队的要求势必更加严格。

对于自身的发展来说，\_\_年更多的偏向了团队管理，个人的业绩并不好，曾经记得\_\_年年初给自己定下了5000万的客户资产，最终在\_\_年初达到了，在\_\_年12月31日，看客户的资产损失将近1/3，到下半年基本上暂停了个人的\'开发，我也不知道是不是给自己找理由，但是每个月的业绩确实很不理想，虽然营业部对我没有考核，但是作为一名证券从业人员，谁都知道没用客户真的很难生存，不仅在客户开发方面放松了很多，同时客户服务也缺乏持续性，只是对部分关系较好的客户联络较多，大量的客户已经基本上忘记了联系，客户关系也没用以往那么用心，因为对客户没有以往那么关心，转介绍的数量大大减少，坚持该坚持的，这也许是今年最大的不足。

如果说\_\_年还有什么遗憾，应该就是和我一样坚持在财通、在证券行业的兄弟姐妹们，辛辛苦苦的一整年，没有赚到钱，没有过上有品质的生活，年底了，回家甚至囊中羞涩，但是我坚信我们的付出会有回报，所有的遗憾，只要还在坚持，我们的\_\_，不要像去年这样狼狈，一定要实现我们的财务自由。

**20\_电话营销策划方案3**

与客户初次接触，归入关注类客户。首次接触到客户是有一次她前来营业厅办理一年期的定期存款，是我接待了她。初次了解到客户是很少与我行有业务往来，而且当时客户不愿意留下联系方式，主要是她对我行的服务或者产品都比较缺乏信心。当时我还是把该客户归入我值得关注类的客户群里，记录了下来。

抓住一切能有效和客户建立友好关系的机会。偶然机会找到熟络客户的突破口。在偶然一次机会，得知她跟我辖管下的另一名大客户是好朋友，有了这首桥梁关系，我多次约她们出来聊天，慢慢她开始信任我，还得知客户原本是农业银行的大客户\_\_\_\_\_\_\_

逐渐在客户心中建立值得信息的形象。后来了解到她家庭状况，自己经营一间杂货店，店里都是有儿子和老公管理，她只负责一些财务，帮我介绍新的客户，一共把他行的50万存款转到我行，购买过理财产品、基金、保险，在上一年开门红时曾经投保过十万元，

在这一过程中，我感受最深的是，在充分理解产品的同时，还应该充分了解大众心理，在与客户沟通当中，营造轻松，惬意的谈话氛围外，尽量以提问的方式迅速了解客户的需求、客户的担忧，提问的问题尽量与产品有关，充分了解他们想要得到什么?可以怎样得到?以及得到之后所能给他们带来的好处，及时耐心回答客户疑问，从而把适合的产品推荐给合适的目标客户。尽量的站在客户的角度去

营销，不要夸大其词，要用事实说话，用自己的情绪去感染客户 ，增强客户对自己的信任，才能达到说服的效果，这样做也使得销售的成功率会大大增高。

及时了解到客户资动态，推荐适合的产品给客户。\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_了解到她不意愿让家人知道她有这笔存款，目的是为了五年后夫妻俩去旅游的费用，抓住机遇，及时成功推荐了我行正在热锁的金满仓五年期分红型保险

在本次的成功保险销售及一直以来在营销方面的积极探索中总结出了具有自身特色的保险营销方式，以下是个人在保险营销方面的一些心得和体会：

一是主动发掘客户。作为\_\_银行的理财经理，我一直认为：在种类齐全的银行金融产品中，总有一款适合客户，有时你多问候一句，多了解客户，就多一个机会;二是充分了解客户，把合适的产品及时推荐给客户。与客户开展充分的面对面的交流。在这一过程中，我感受最深的是，在充分理解产品的同时，还应该充分了解大众心理，在与客户沟通当中，营造轻松，惬意的谈话氛围外，尽量以提问的方式迅速了解客户的需求、客户的担忧，提问的问题尽量与产品有关，充分了解他们想要得到什么?可以怎样得到?以及得到之后所能给他们带来的好处，及时耐心回答客户疑问，从而把适合的产品推荐给合适的目标客户;四是做好售后服务。对日常所销售产品的功能应当为客户详细予以说明，必要的话做好演示，提高客户对我行产品的信任度和使用度，为今后给客户推荐其他相关产品打下一个良好的基础;

五是保持积极的工作心态。作为银行从业人员，我们每天都要与不同的客户群打交道，因此一些细节性的东西，往往会影响到与客户的交流，甚至会导致客户降低对我行业已建立起来的忠诚度，对于客户的拒绝应当用积极的心态去看待，切记不要因此而影响到自己销售的积极性，并对客户拒绝的原因加以分析，以便今后纠正改进。

**20\_电话营销策划方案4**

一网络电话营销及现状

通使用电话以及互联网，来实现有计划、有组织、并且高效率地推广广大客户群、提高顾客满意度、维护顾客等市场行为手法。成功的网络电话营销应该是电话双方都能体会到电话营销的价值。

与传统的面对面的营销方式相比，在电视网络购物已成为一种潮流方式。因此，在网络中的电话营销给人们提供了更多的便利和保障，也正以速度快、能够帮助客户解决问题的特点，逐渐成为一项强有力的营销模式。

二网络电话营销的特点

1.唯一能够传递信息的要素：声音

网络电话营销过程是靠声音来传递信息的，外呼人员只能靠“听觉”去“看到”客户的所有反应并判断沟通方向是否正确，同样地，客户在电话中也无法看到外呼人员的肢体语言、面部表情，只能借着他所听到的声音及其所传递的讯息来判断自己是否喜欢这个服务人员，是否可以信赖这个人，并决定是否继续这个通话过程。

2.通话成功的关键：引发客户的兴趣

网络营销人员必须在极短的时间内引起客户的兴趣，在电话拜访的过程中如果没有办法让客户在20～30秒内感到有兴趣，客户可能随时终止通话，因为他们不喜欢浪费时间去听一些和自己无关的事情，除非这通电话让他们产生某种好处。

**20\_电话营销策划方案5**

20\_年，旅顺支行在零售客户营销中另辟蹊径，广博社会资源，开展了系列对陌生大客户短信及电话营销策略，效果显著。20\_年年度保险销售王李娜再次发力，成功营销行外新增资金100万购买保险产品。

4月7日，旅顺支行李娜营销一行外客户预约购买私人银行300万产品，在协助客户去他行办理电汇时得知客户资金是为该行行长存任务的共计400万五年定期存款，于是抓住营销契机为客户推荐了我行正热销的平安“金富贵B”万能型保险，并根据客户实际情况重点讲解了该产品避险避税避债的功能，最终获得了客户的认同。

对于保险产品销售心得，李娜总结了三点：首先是销售人员本人对风险管理方面的认同和对保险产品的认知。其次是对所销售产品的了解，当我们自己觉得是款好产品，才会有信心去推荐给别人;最后，是找准客户群体，保险产品适合的是风险承受能力较低，中长期存款和国债客户。基于以上三点，相信创造下一个保险销售佳绩将不再是奇迹。[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！