# 杜云生-电话营销话术

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-07-11

*第一篇：杜云生-电话营销话术如何克服阻碍成交的借口一、如何解决价格问题问题：太贵了（不会解除价格问题的销售人员，是永远赚不到钱的）一）价值法 价值>价格 价值=长期的最大利益（要算出来） 价格：暂时所投资的金额必杀技：XX先生，我很...*

**第一篇：杜云生-电话营销话术**

如何克服阻碍成交的借口

一、如何解决价格问题

问题：太贵了（不会解除价格问题的销售人员，是永远赚不到钱的）

一）价值法

 价值>价格

 价值=长期的最大利益（要算出来） 价格：暂时所投资的金额

必杀技：

XX先生，我很高兴你能这么关注价格，因为这正是我们最能吸引人的的优点；您会不会同意一件产品的真正价值是它能为你做什么，而不是你要为它付多少钱，这才是产品有价值的地方。

举例：如果你在荒漠里，走了两公里，快要渴死了，一瓶水可值一百万，因为这瓶水让你重获你走回家所需要的力气，这是这一瓶水的价值。如果有一个卖水的人过来，一瓶水卖你十块钱，我保证你不会跟他讨价还价，如果你刚好有钱，你一定会买这瓶水，你说是吗？

二）代价法

代价>价格

代价=长期最大的损失（使用错误的方法）

学习很贵，不学习更贵（我完全相信今天你的竞争对手不懂这些方法，他们在市场上将会失去优势，您说是不是呢？我真心地希望我的顾客做出购买决定我就要让他知道不买所带来的损失）顾客嫌贵：表示他在乎钱，舍不得，要让顾客舍不得付出更大的代价就是购买 必杀技：

XX先生，让我跟你说明，你只是一时在意这个价格，也就是在你买的时候，但是整个产品在销售使用中，你的客户就会在意这个产品的品质（降低声音）。难道你不同意，宁可投资比原计划的额度多一点点，也不要投资比你应该要花的钱少一点点吗？您知道使用次级的产品到头来您会为它付出更大的代价的，想想眼前省了小钱，反而长期损失了更多冤枉钱，难道您舍得吗？

三）品质法

必杀技1：

XX先生，我完全同意您的意见，我想您一定听过好货不便宜，便宜往往没好货吧。身为一家公司，我们面临一个抉择：我们可以用最低的成本，来经营这个产品，使它的品质减到最低，或者我们也可以花多一点钱投资在提升店面经营业绩上，使你拥有这个产品时获得最大的利益。让产品能为你发挥最大的功效，也把你要做的事情做到最好的程度，所以产品会比较贵一点点，但是所投入的钱，会分摊到保用一辈子的时间，所以你每天的收益是不可计量的，客户先生，如果我认为，您应该一开始就投资最好的产品，否则到头来，你得为那种次级产品付出代价哦，不是吗？所以你为什么不一开始就选择用最好的呢？

必杀技2：

XX先生：大多数的人包括你我，都可以清楚地了解到：好东西不便宜而便宜的东西也很少有好的。客户有很多事可以提，但是大多数的人都会忘记价格，然而顾客绝对不会忘记差劲的品质和差劲的服务，您说不是吗？

必杀技3：

XX先生，您也知道，在很多年前我们公司就做了一个决策，公司认为一时为价钱解释是很容易的，然而事后为品质道歉却是永久的，您应该为我们的抉择感到高兴才对，不是吗？一时为价钱解释，真的要比事后为品质道歉容易多了

必杀技4：

XX先生，我们公司的产品确实有点贵，这正是我最自豪的地方。因为只有最好的公司才能销售最好的产品，只有最好的产品才能卖到最好的价钱。当然了，也只有最好的人才，才能进入最好的公司。我以代表市场上最好的公司为荣为傲。我们都知道好货不便宜，便宜没好货，其实最好的产品往往也是最便宜的。因为您第一次就把东西买对了，您说是吗？您为什么要买那种勉强过的去的产品呢？如果是长

期使用的话，好东西的成本会比较低，您同意吗？

四）分解法（转换顾客的感受：针对那些不论你怎么强调品质好服务好，他还是想买便宜的）

必杀技：

（1）贵多少？

（2）计算此产品使用的年份

（3）算出平均每年的价格

（4）所得的数字除以52

（5）算出平均每周的价格

（6）若是办公室使用则除以5，若是家中使用则除以7

（7）算出平均每天贵了多少

五）明确思考法（顾客头脑不清楚：产品到底有多贵或者贵多少）必杀技：

 跟什么比

 为什么呢？

 所以呢？

二、如何面对犹豫不决的客户

必杀技：

判断真假（真的：这是否是今天你唯一不能够买的原因？除了这个原因以外，还有别的原因吗？换句话说要不是因为这个原因，否则你就买了，是不是呢？锁定问题。如果今天我能解决你的问题你会下决定吗？如果说会，就购买，如果不会，说明这不是真正的原因）

三、如何克服无法成交的理由 1>别家更便宜

必杀技：

XX先生，你说的可能没错，你或许可以在别家找到更便宜的产品，在现在的社会中，我们都希望用最小的钱买到最大的效果，不是

吗？同时，我也常常听到一个事实，那就是最便宜的产品往往不能得到最好的效果，不是吗？许多人在购买产品时，通常会以三件事做评估：（1）最好的品质；（2）最佳的服务；（3）最低的价格；到目前为止，我还没有发现有任何一家公司可以同时提供给顾客这三件事情。所以我很好奇，为了能让你得到最好的效果，对你而言，这三件事情，哪一项是你愿意放弃的呢？是最好的品质吗？是最佳的服务吗？还是最低的价格呢？（最后一句放低音调）

2>超出预算

必杀技

XX先生，我完全可以理解你，一个管理完善的公司，需要仔细的编列预算，因为预算是帮助公司达成利润目标的重要工具，不是吗？为了达成结果，工具本身应该具有弹性，您说是吧？假如今天有进口化妆口能带给公司长期的利润和竞争力。身为公司决策者，为了达成更好的结果，您是让预算控制您，还是您来主控预算呢？3>我很满意目前的产品（八大步骤）

必杀技：

 要知道客户目前所经营化妆品的品牌

 要知道客户目前所经营的化妆品是否满意

 要知道客户目前经营化妆品的时间

 经营化妆品前是做什么的 转行经营化妆品时他考虑的利益有哪些？

 真的很满意吗？

 告诉我，既然几年前你做出了改变的决定，为什么现在你又否定一个跟当初一样的机会出现在你的面前呢？

 当时你的考虑带给你更多的利益，现在你为什么不再做一次呢？4.>以后经营进口化妆品

必杀技：

 以后你会经营进品化妆品吗？（会）

 现在经营跟以后经营有什么差别呢？

 你知道现在经营进口化妆品的好处吗？

 你知道以后再经营进口化妆品的坏处吗？（涨价、利润低） 计算现在经营进口化妆品比以后经营可以节省或多赚多少钱  计算以后再经营会损失或少赚多少

 如果客户无动于衷表示这是借口

5>我要问某某人

必杀技：

 XX先生（小姐）如果不用问别人，你自己可以做决定的话，你会经营进口化妆品吗？

 换句话说你认可我的产品和品牌了？

 那换句话说你会向别人推荐我的产品吗？

 也许是多余的，但请允许我多问你几句，您对公司产品品质还有问题吗？对服务还有疑虑吗？对价格还有疑虑吗？对我们公司还有问题吗？对我个人还有问题吗？您还有别的问题吗？（确定好） 太好了，接下来我们现在可以合作吗？ 6>我从未在第一次通电话就和陌生人做生意

必杀技：

我知道您的意思，并且非常理解您的意思。您不跟陌生人做生意吗，对不对？同时您知道吗？当我给你打电话的时候，我们就已经不是陌生人了。7>不要“成交法”（顽固者）

必杀技：

XX先生（小姐），我相信在世界上有许多优秀的推销员，经常有很多理由，向你推荐许多优秀的产品，可不是吗？而你当然可以向任何一位推销员说不，对不对？身为一个专业的客服销售代表我的经验告诉我，没有一个人可以对我说不？他们只能对他自己说不，对赚钱

说不。而我怎么能让顾客因为一点小小的问题而对他们自己说不呢？如果你是我，你忍心看到XX 先生，对他们自己的赚钱说不吗？所以今天我也绝对不会让你说不

十大必胜绝技成交技巧：

1.三句话成交法

 顾客先生，你知道它可以赚钱吗？

 你希望多赚钱吗？

 如果你希望多赚钱，你觉得什么时候开始比较适当呢？

2.下决定成交法

不管你做什么决定，买或者不买都必须做决定。如果你只要投资区区几千元就可以改善提升你店面的利润和经营业绩，那么让您的店面处于劣势或利润微薄中，又有什么意义呢？

3.我再想想看看（顾客）：这是一种不信任你的表现

A您不信任我吗？您不认为我会对您诚实和有帮助吗？

B 如果您信任我，我们现在就可以谈一谈（说完后不论花多长时间都要等待反应）

4.我负担不起

A如果花这笔钱真的会让你的顾客生活受到影响的话，那你是可以考虑适当的降价（但大部分情况不是这样，大多数这样的话是借口）B如果你的产品能帮他省更多钱或者赚更多钱的话，如果他真的负担不起的话，反而他更应该借钱去买这个产品。

5.价格太高了

 如果是免费，你愿意买我的产品吗？

 如果你买我的东西，我会让你看到它是物超所值的，这样你就等于你是免费得到它了。

 证明你的产品为什么是物超所值的6.客户爱拖延

重复强调一个危机的理由，迫使他马上立刻下决定（告诉他：不买可能会有什么，对他的坏处和痛苦）

7.真的太贵了

A你是指价格还是价值？

B你真正关心的是它的价格还是价值呢？

8.情景成交法

说故事，把故事中的主角变成顾客，让顾客进入故事中的角色，并体验故事。

9.富兰克林成交法：

拿出一张纸分为两部分，一边写你应该买这个产品的理由，一边写不该买这个产品的理由，让我们列出来吧！如果正面大于负面你就成交了。你也可以帮客户总结负面的，总之最后的结果不会大于之前你所帮他列的正面理由的。

10.问答成交法

 经营这种品牌产品是绝对有竞争力，你不觉得拥有它是非常值得的吗？

 当我们为您提供优质产品时，您需不需要我们为您讲解提升经营业绩的方法？

 您下订单的时候，还需不需要和别人商量？

 您希望用货运还是快递呢？

**第二篇：杜云生-绝对成交话术**

《考虑考虑》

1、某某先生，太好了，想考虑一下，就表示您有兴趣是吗？否则你不会说考虑考虑，这么重要的事，你一定会很认真做出决定吧？（是）你这样说该不会是想躲开我吧？（不会）那我就放心了。既然你有兴趣，你又会很认真的做出决定，我又是这方面的专家，那我们为什么不一起考虑呢，你一想到什么问题，我就马上答复你，这样够公平了吧？好，坦白讲，现在请告诉我，你最考虑的第一件事是什么事呢？你考虑的是不是钱的问题？

太贵了？ 《价值法》

你是指价格贵还是价值贵？

顾客先生，我很高兴你能这么关注价格，因为那正是我公司最能吸引力人的优点。你会不会同意，一件产品真正的价值，是它能为你做什么，而不是你要为它付多少钱？这才是产品真正有价值的地方。

如果你在沙漠里走了两公里，快要渴死了，一瓶水可以值一百万，因为这瓶水让你重新获得走回家的力气。这是这一瓶水的价值。

如果有一个卖水的走过来，一瓶水卖你10块钱，我保证你不会跟他讨价还价，是还不是？如果这时候你有钱，你一定会买这瓶水，你说是吗？

《代价法》 长期最大的损失 比如说：

某某老师上你的课多少钱？

如果你不会绝对成交，有可能你本来应该会买的客户，但是你讲错话了，导致他不买，有没有损失至少1000块（有呀）一天损失一个客户损失1000块，30天一个月损失了多少钱？（3万）12个月损失多少？（36万）那我说十年损失多少（360万)我说因为不会绝对成交你要付出代价是360万，你认为你愿意付出多少钱来学绝对成交。（100万)你是说代价贵还是价格贵？

客户先生，让我跟你说明一下，你只是一时在意这个价格，也就是在你买的时候，但是整个产品的使用期间，你会在意的是这个产品的品质。

难道你不同意，宁可投资的金钱比原来计划的稍微多一点点，也不要投资的比你应该要投资的少一点点吗，你知道使用次极品到头来，你会为它付出更大的代价的，想想，省了眼光的小钱，长期反到损失更多的冤枉钱。难道你舍得吗？

《品质法》

顾客先生，我完全同意你的意见，我想你一定听过好货不便宜，便宜没好货吧。是呀，身为一家公司，我们面临一个决择，我们可以用最低的成本来设计这个产品，使它的功能减到最低，或者我们也可以额外花多佘的投资在产品的研发上，让你拥有产品的时候，获得最大的利益。让产品能为你发挥最大的功效。把你的事情做到最好的层度，所以产品就稍微贵一点点。但是所投的钱分担到保佑你在一辈子的时间来说，你每天的收益是不可估量的。顾客先生，如果我认为你一开始就应该使用最好的产品，否则的话到头来你会为那些次极品付出更高的代价的，不是吗？为什么你不一开始就使用最好的呢？

顾客只是在买的时候会在乎价格，当他买的时候他在乎就品质和是服务了，难道你说不是吗？

顾客先生，你也知道，很多年前，我们公司就做了一个决策，我们认为一时为价格解释是很容易的，然而，事后为品质道歉却是永久的，你应该为我们的决择感到高兴才对，你说不是吗？

客户先生，我们公司产品，的确很贵，这正是我们最自豪的地方，因为只有最好的公司，才能卖到最好产吕，只有最好的产品卖到最好价格。你说是吗？也只有最好的公司才能要到最好的人才。我们都有知道一分钱一分货，其实最好的产品往往也是最便宜的，因为第一次就把东西买对了，为什么要买那种勉强过得去的产品呢，如果长期去使用的话。好东西的成本会比较低的，你同意我的说法呢？

客户先生，大多数的人包括你我，都清楚的了解到，好东西不便宜。而便宜的东西也很少是好的，客户有很多事可以提，但大多数的人都会忘记价格。然而他们绝对不会忘记差劲的品质和差劲的服务的。要是那件商品很差劲的话。你说是吗？

《分解法》 贵多少？

你知道这个产品可以使用多长时间吗？平均每一年才贵多少价格呢？ 每一个月多贵多少？ 每天贵多少？

如果每天平均才贵了XX钱，你愿不愿意每天多花XX钱，买到世界一流的产品？来为你的健康，为你的全家，为你的办公室的同事达到一个最好效果呢？ 1，计算贵多少

2，计算本产品使用的年份 3，将所得的数字除以52，4，算出每周使用多少

5，办公室除以5，家中除以7.贵多少？

1.计算些产品使用的年份 2.算出平均每年的价格 3.所得的数字除以52 4.算出平均每周的价格

5.若是办公室使用则除以5，若家中使用则除以7 6.算出平均每天贵了多少

《如果法》

客户先生，如果我价格低一点点，那你今天能做出决定吗？（不能，就不要降价;说能，就便宜点）

《明确思考法》

1、问跟什么比太贵了？

2、问为什么呢？ 《别家更便宜》

顾客先生，你说的可能没错，你或许可以在别家找到更便宜的产品。在现在的社会中，我们都希望以最低的价格买到最好产品，不是吗？

同时我们也常常听到一个事实，那就是最便宜的产品往往得不到最好效果，不是吗？

许多人在购买产品的时候都会以三件事做评估，1、最好品质。

2、最佳服务，3、最低的价格，你说对吗？到目前为止我还没发现有任何一家公司能同时提供顾客这三件事情，因为我们都有听说过好货往往不便宜，便宜没好货。你说是不是吗？所以我很好奇，为了能让你长期使用这个产品，这三件事情对你而言，哪一件事才是你愿意放弃的呢？是最好的品质吗？是最好的服务吗？那是最低的价格了。《超出预算》

我有了别的产品了

1、顾客目前所使用产品是什么

2、目前使用的产品是否满意

3、使用这个产品之前使用什么产品

4、为什么使用现在的产品，而不使用之前的产品的利益是什么

5、转变之后利益有得到吗

6、如果有得到，问他真的很满意吗

既然三年前你做了改变的决定，并且满意自己所做出的决定，为什么现在你又否定一个跟当初一样的机会出现在你的面前呢？当时你的考虑带给你更多的好处，怎么你现在不在做一次呢，你同意我的说法吗？

1.半年后你会买吗？

2.现在买和到时候买有什么差别呢？ 3.你知道现在买的好处吗？ 4.你知道到时候再买的坏处吗？

5.你在计算现在买，6个月后可以节省多少钱？或者多赚多少钱？6个月再买会损失多少钱？

借口之五：我很满意目前所用的产品 请问你要买我C产品吗？ 顾客：不要 为什么吗？ 顾客：我有B了 你用B是多长时间了？ 顾客：用三年了 很满意吗？

用B之前你用什么呢？ 顾客：用A呀

当初三年前从A转成B的时候你考虑了什么好处？ 顾客：考虑了一、二、三 考虑之后你得到了吗？ 顾客：得到了得到了 你真的很满意吗？ 顾客：真的

告诉我既然三年前你做出了从C转换成B的决定，并且很满意自己当时所做的考虑，现在为什么你又否定一个跟当初一样的机会在你面前呢？当初你的考虑带给你更多好处，为什么你现在不再做一次决定？你说我说的有没有道理呀？

借口之六：XX时候我再买 XX时候你会买吗？ 顾客：会！

现在买跟XX时候买有什么差别吗？ 顾客：……

你知道现在买的好处吗？

你知道XX时候买的再买的坏处吗？

我给你计算现在买XX个月后可以节省或多赚多少钱？ 再给你计算XX个月后再买会损失或少赚多少钱？

《我要问某某人》

第一句话：如果不用问某某人，你自己就可以做决定的话，你会买吗？（如果说不会，就表示自己都不认可，这个是假的，如果他说会，就表示他认可。）第二句话，你问他：噢，那换句话说某某人，你认可我的产品咯？（他说是呀）第三句话：那表示你会向别人推荐我的产品了。（他说是呀）

第四句话：我知道是多余的，但允许我多问几句好吗，你对我们公司还有别的问题吗？对产品的品质还有问题吗？对产品的价格还有问题吗？对服务有问题吗？你对产品还有别的问题吗？（他说有问题，其他都是借口）太好了，那只差要问你的老板了，那们什么时候问老板呢。我来帮你跟老板再解释一回。

**第三篇：电话营销话术**

结构

电话营销:开头话术、整体内容。

四步法

1、引起客户的兴趣

2、吸引客户的注意力

3、进行成功预约

4、促使客户做出承诺，引起客户的兴趣，如果没有新鲜的东西，打电话则易被拒绝。

好的开头：例如：您好，王先生，首先告诉您一个好消息

（什么好消息），是这样，我是龙发装饰公司，我们公司最近推出一项\*\*活动，这个活动对您而言有很多的好处（什么活动）（对我有什么好处）活动是这样......环境

电话营销的环境：

1、内部环境：公司的整体品牌影响力，以及电话营销的实际环境。

2、外部环境：对方接听电话的环境。

电话营销禁忌：

1、不要用免提

2、不要躺着或姿势不雅打电话

3、不要边吃东西边打电话

4、不要让电话响很长时间（过长要道歉）

5、不要谈具体业务（电话只用来预约）

6、不要不守电话信用，一定按时打电话。

7、不要问你是\*\*小区的业主吗？你有房子在\*\*小区吗？

8、不要问你家房子装修了吗？

9、不问“你觉得怎么样？”

礼貌征询顾客是否有时间或方便接听：您好\*女士（先生），我是\*\*公司的\*\*，这个时候打电话给您，没有打搅您吧？

所找人不在：请问\*\*先生的手机号是多少？他上次的电话来公司直留了这个电话，谢谢你的帮助。

挂断前的礼貌：感谢您用这么长时间听我介绍，希望能给您带来满意，谢谢，再见。

接起电话：您好，米诺装饰。很高兴为您服务，有什么可以帮您？

让顾客等候：对不起，请您稍等一下。

对不起，让您久等了。（并讲理由）

对方声音小：对不起您声音大一点好吗？我听不太清楚您讲话。

找人电话：对不起现在出去了，我是\*\*，如果方便的话，可不可以让我帮您转达呢？

\*：礼节与说服力并用，善用关键字，并坚守说实话的原则。电话销售的六个关键成功因素

1、准确定位你的目标客户

2、准确的客户数据库

3、良好的客户关系管理系统

4、广告、直邮方面的市场支持

5、高效的电话销售队伍

6、明确的电话销售流程

\*以客户为中心的电话销售流程

\*以客户的需求、决策为中心

\*感染力引起客户的兴趣，此次通话能给客户带来的好处。

开头语：

1、请问是XX先生吗？（有知道全名便称呼其全名。）

(别说“请问”，直接：是\*\*先生吗？你好，咱们这里是龙发。会意的小出声音。停顿两秒：是这样，咱们这里正好有咱西华苑那边现成的方案，还有咱们设计师前期做好的效果图。想请王先生您明天抽个时间过来参考参考，顺便可以参观咱们4000平米的实景样板间。绝对对您装修有帮助。看对方的回应......可以得知对方是否有装修的需要，接下来再酌情进行二次跟进。尽量与客户赢得再次通话的机会，例如：保持联系、那咱们这个周末再联系吧？、那咱就过两天我给您去电话，等等。（对于有意向来但不确定的客户，)可以短信的方式进行跟踪。）（如果在前两秒就感觉到了客户的反感：咱可以笑着以同立场的感觉慰问的口吻：是不是已经有很多装饰公司给您去过电话了吧？唉，这也是想为您服务了嘛，咱们家您是怎么考虑的？）

我是米诺装饰公司的，我姓X，XX先生（女士）是这样的，打电话给您呢，是有个非常棒的资讯要与您分享，就是在本周六上午9点到下午6点。我们将邀请80位要装修的业主一起参加一场家装设计咨询会（若不耐烦便说请问你家装修到哪一个阶段了呢？）

会有多名资深设计师现场为您解答您将要遇到的各种装修难题，请问您是和家人一起来呢还是自己来？（现场有多名资深的设计师为您解答家装方面的设计风格、施工工艺，教您如何挑选环保材料，全面解决您家装修难题。您看您有时间来参加一下吗？）

2、是这样的，在活动当中会有多名非常优秀的资深设计师现场为您解答家装方面的设计风格、施工工艺和如何挑选环保材料。我们会用从业多年的经验帮助您解决装修中的困惑。对这次难的的机会，您能确定那天携带家人一起来了解吗？

（好的）

· 那这样，为了保证您当天过来会有优秀的设计师亲自接待，我会寄一份邀请函，活动当天请您携带邀请函过来，先在公司前台做个登记。好吧？（好的）

· 那我们确定一下邮寄地址„.欢迎参加，谢谢！

3、您好，请问是XX先生吗？是这样的我是埃利特龙发装饰公司的，我姓杨，占用您一分钟时间。。

4、（1）又来拜访您了，我是米诺装饰的XX，您现在接电话方便吗 ？

（2）我打电话找了您好几次，都未能找到您，今天很高兴能和您通话。

5、我是米诺装饰的XX，咱们见过面的，（停顿）春节过后，正是装修的好时节，我现在有家装省钱的资讯想跟您交流一下：（1、我几经装修了）您找的哪家公司啊？。。在主材选购上也希望可以帮助到您，您要有需要就到公司来。。。（2好的你说）方案在电话里讲不清楚，我邀请您到我们体验馆我当面讲解，同时您可以顺便参加一下我们新装修的全山西最时尚最前卫的家居体验馆，肯定对您装修有很大帮助。

6、A:.../.....B:好多公司打过了

A:好多公司给你打过了，可我这是第一次给你打啊，而且我真的觉得这次活动真的对你们业主有很大的帮助，活动内容不仅有装修知识,还有风水与装修的结合，让你在装修方面更能独到好处，你看你是否考虑下

B:没空，忙，没时间

A:没关系，我们的最大目标就是能够为您服务，你可以留下你的QQ或邮箱地址吗？这样我们就可发一些效果图给你参考一下，到时候如果真的需要服务，我们还是可以联系的B:好的A:........A、客户回答：准备装修的（对活动感兴趣，询问具体时间和地址）

话务员 ：好的，我稍后将具体时间和地址发短信告诉您，我会提前帮您预留好位置，因为这次人会比较多，最好来之前将房子的户型图带上。欢迎您参加。（客户回答：1.有时间就去看看吧。

嗯，好的，因为这次客户比较多，礼物有限，我可以帮您登记下，预留一份礼品，安排优秀的客户经理和设计师为您服务，您看您大概什么时候来呢？好的，稍后我把地址和时间发到您手机上，欢迎您参加，谢谢。）

B、客户回答：不打算装修先（可能是比较忙，或近期确实没这个计划）话务员：（1）您的房子是准备自己住呢还是出租转让？（尽量多的了解客户信息）

A）晚点装修，近期没这个打算

没关系的，您可以前期对装修作一个全面的了解。刚好我们这次也有这个活动，对您的户型我们也做了方案，您可以来看看，参观下2025平米的材料展厅和样板房。了解装修所需的材料和标准工程.(客户说：再说吧)（话务员）XX先生（女士），您喜欢什么样的风格啊，留个QQ吧，我给您传一些我们做过的案例，祝您工作愉快。）

B）暂不装修：您看，咱家的房子已经买了，装修是早晚的事，即使您不装修或者不选择我们公司，我们给您提供了这么好的平台，让您了解关于装修方面的知识，对您来说也不是什么坏事，也是一次学习的机会，您说是吧，所以呢，你还是过来了解一下吧。）

C）：这个没有关系的啊，您那个房子买了肯定也是需要装修的啊，而且装修房子也是一件大事嘛，前期肯定是要了解一下的啊，对装修这块肯定要有一定了解的啊，现在来我们公司的话，正好可以帮您解决一些您的装修难题啊，也不是一定要在我们家签啊，货比三家，比较比较啊，反正又不吃亏，对吧

（2）好的，不好意思。

打扰了，谢谢，再见（改天再打电话邀约）

（3）出租，转让的哦，我也认识一些中介的朋友，我可以帮您打听一下现在的行情啊。（向客户索要QQ，）您看您身边有要装修的朋友吗，也可以介绍他们来参加我们的活动。祝您工作愉快。

（4）已经在做了（已经签合同了）

哦，那以后您有什么装修上面的疑问，都可以问我，我会为您解答。祝您装修愉快！

A．客户回答：没空，忙。

话务员：没关系的，提前了解一下对您日后装修会有很大帮助，而且这次咨询会机会难得！或留下QQ发一些活动内容或效果图。

一：

B：我家的新房近期不考虑装修，儿子还在国外。

A：哦，是这样啊！这一次的咨询对您家以后新居的装修会带来很大的帮助，设计师全方位解决您家的装修难题。这是机会难得，还是值得过来了解一下的，您来两位还是一位呢？

B：以后再说吧，我没时间

A：好的，那您先忙，或者您看如果您家人有时间的话，不如让他们过来了解一下。要么这样子，我把我们机构地址发给你，到时候您时间再安排一下，我星期五再联系一下您！

二：

B：我家已经找了其他公司在做了

A：您现在其他公司是做平面呢还是做效果呢？

B：平面

A：XX先生或者小姐，别墅的设计对设计师的要求很高，很多设计师都是用套房的设计理念进行别墅设计，我们公司有个很强大的设计师团队，设计师的作品在亚太地区获得优秀奖，做过的别墅实际案例相当多。如果您不介意的话，我们同样可以给您平面布局，让您进行多家比较，也许我们公司可以给到您更好的帮助（效果）

您是通过什么方式找到现在的装饰公司呢

B：朋友介绍、主动找上门

A：不管是朋友介绍，还是主动找上门，适合您的就是最好的，我们公司有一个强大的设计团队，设计师作品...（同上）...您有兴趣来了解一下吗？

B：我交设计定金了

A：如果您能采用我们的方案，在以后的施工中，我们会把您先前的设计定金损失那一块送还给您

三：

B：没时间考虑

A：没关系，如果您房子要在近期装修的话，刚好我们的咨询会给到您非常大的帮助，错过这个机会真的是非常可惜，我觉得您提前安排一下很有必要

B：我周六没时间

A：哦，那也没关系，那您什么时间比较方便呢？我可以帮您预约一下设计师，到时候一起去新居现场沟通会更好

B：再说吧

A：您家人如果有时间的话，不如让他们过来了解一下

四：

B：我们家已经开始装修了

A：哦，那不好意思了。早装修过程中，如果您有什么疑问，可以给我打电话，我会随时为您服务，您身边有朋友有装修的需要吗？麻烦您提供个电话给我，我记着。

请问您是上午有时间还是下午有时间呢?

我不确定到时候有没有时间

----那这样吧,我到周五的时候和您确定一下您的时间安排,欢迎您来参加我们活动.房子还没交付,我不着急装修

----是这样的,既然您买了房子,我想总归是要装修的吧?大多数业主是在交付的前几个工作日进行装修,从最初的选装潢公司到后期的定方案，材料,这也是需要一段时间的,这样装修时才会达到您预期效果.我不准备装修

-----您既使是不装修的话,我想对装修做个了解也是有好处的,因为我们有的是一个家,为了舒适生活的家,所以无论从开始的基础装修,到后来的软装配饰,我们都要有一个基本的了解,这样可以创造出更舒适温暖的家.业主：一，我还没装修呢？

家装顾问：1）那XX先生（小姐）您有没有了解一些装修方面的知识呢？

2）那XX先生（小姐）您近期有在准备装修的事情了吧？ 业主：1)还没考虑

——您的新房时自己住还是出租呢？

2）在准备的——我们这个咨询会是由多名资深设计师现场为您解答家装方面的装修难题，请问您是来两位还是一位呢？

二，房子还没拿呢？

——XX先生（小姐），我们是建议主家提前做了解的，因为装修涉及到设计、材料、价格。您肯定得比较一下，如果您是正常的上班族，只有周六周日休息的话，等到拿到房的时候，会很辛苦的，提前的把时间合理的安排我觉得对您会跟好一点。

1.三，忙，没时间。

——没关系的，这个咨询会对您日后装修也是能起到很大的作用和帮助的，您可以

提前安排一下，这次家装设计咨询会真的机会很难得，方便的话可以留个QQ吗？我发一些公司之前做的案例和各种风格的设计效果图给您坐坐参考。

四，已经装了。

——请问您是在设计中还是已经签了合同？（要业主客户比较比较，介绍朋友过来）

2.您已经拿到钥匙了对吧？

3.------拿了！（有意向装修）

4.刚好，我们有这样的活动，现场由多名资深设计师为您解答家装方面的设计风格，施工工艺以及教您

5.如何挑选环保材料，全面解决您家装修难题，机会难得，这将会对您有非常

大的帮助，可以特邀您及家人

6.参加，请问您是来2位还是来1位？（您能确定那天携带家人一起来了解

吗？）

7.好的，我把地址和时间发个短信告诉您，我这边提前帮您预留好位置，因

为这边人员比较多，最好来

8.之前将户型图带上，欢迎参加，谢谢！

9.-----拿了（没打算装修)

10.哦，我在打电话当中，有些客户是将房子出租或者是投资，请问您是怎

么安排的11.-----ⅩⅩⅩ

12.那这样，我把咱们之前比较精彩的案例（效果图）发给您参考，请问您的QQ或者邮箱号是多少？

13.-----ⅩⅩⅩ

14.-----谢了;再见

前提：某一交房小区，刚交不长时间

您好，请问xx先生（女士）是吗

我是xx公司的xx

给你电话，主要是有一个很好的资讯和你分享

我们在xx的样板房，正常做水电验收，邀请你一同参观，让你了解一下施工工艺，希望你能在？百忙中抽出时间下

客户：可以（带领客户了解验收标准，业主，设计人员，项目经理，施工人员签字验收）客户：哪一户，哪一幢（自己去看）

第一种情况：到时候有空就去看看吧，不一定有空的（有需求的）

好的，这次机会很难得，您尽量安排一下时间，我在星期五再跟您联系确认一下，帮你预留一下位置，好的，那我待会先把地址和时间用短信告诉您，欢迎您来参加，好的，再见！

第二种情况：不装修

哦，那您的新房是准备自己住呢还是出租转让呢？

1、出租

哦，好的，那XX先生（女士），您如果有亲朋好友需要装修的可以帮我们介绍一下，这次机会很难得的。

2、明年装修或者以后装修

您也可以过来看看的，多了解一些家装方面的知识，为您房子以后的装修做一个前期的准备，您方便把QQ留给我吗，我可以发一些效果图给您看看的。

**第四篇：电话营销话术**

电话营销（陌生电话）话术

随着以及全球一体化的进程，以及地区经济的发展，企业为了节省成本，更多的采用以互联网为基础的电子商务。其中，电子商务除了其自身的特性，利用便利的网络平台沟通处，另一个主要的行销方式，那就是电话营销了。

其实，对于电话营销，很多朋友并不陌生，因为不管你做不做生意，在现在信息社会中，电话沟通都是我们不可缺少的工具。

一、电话开始前的准备工作

寻找客户信息（从网站、媒体、朋友等各种渠道了解客户的基本信息）

二、电话接通后的技巧

简短地自我介绍（公司+自我）打电话的开场白，也就是话术

三、拿到客户陌生名单第一次打电话，模拟对话

模拟场景：

销售员：电话接通。您好！请问是某某电脑公司吗？我是东莞秋叶原电子有限公司XX，或者是说东莞宝利隆，我们是一家专业生产电脑周边线材厂家，看见贵司也是经营相关产品的，做得也挺好的，不知道是做代理还是自己生产？（或者是说看您代理某某公司的产品，我们也可以合作看看）。

客户：

1、会说是或不是？

销售员：今天给您打电话，是想和您分享一个好消息，我公司推出某某产品，想在某某地方寻找经销商或代理商合作，看看我们有没有合作机会。

2、会说我已经是秋叶原的代理了，你们跟秋叶原是什么关系？

我们是东莞秋叶原跟深圳秋叶原没有什么关系，我们也是生产厂家，品牌是做宝利隆的，质量跟价格都会比他们低。

客户一般有几种回答：

1、我们已经有某代理品牌或者合作厂家

没关系，可以多代理一个品牌，让客户有个多的选择，我可以先发些资料给您看看，说不定就有客户专门要我们的线材的，保持联系，很高兴和您通话，祝您工作愉快！

2、我们也是做生产厂家

销售员：那也没关系，同行也可以合作的，保持联系，再见。

3、哦！那你们什么什么线材什么价格？

销售员：这样吧，电话里也说不清，给您发些资料吧，告诉我您的QQ或者邮箱，谢谢！

4、我现在很忙，不需要，直接挂电话的。

销售员：这个就可以做上记号，以后有时间可以打，或者是以后都不打了。

5、不好意思现在接电话不方便。

销售员：可询问什么时候方便接再打过去。

6、老板不在，负责人不在。

销售员：询问什么时候方便接再打过去，或者询问老板或者负责人的电话。

打陌生电话只是电话营销的第一步，当然打电话过程中还是需要自己灵活对应。

**第五篇：电话营销话术**

一、打电话用语

那我们现在来看第一段，我们在电话里面呢，要非常急切地说话，要显示出真诚和热情，你可以说，“我希望能更多地了解贵公司的需要，你能告诉我，你是怎样评价目前贵公司的“培训”（这里换成你的产品）的吗？”这里是假设我是在推广培训课程的

这段话是开放式的问题，了解别人的需要，让别人把 对培训的看法完全讲出来，所以在电话中你要会问开放式的问题

第二段呢，我称他为关键的问题，一样要很真诚，要让他们知道你很关心他们，“我想要帮助你，但在帮助你之前，我要问一个很关键的问题，要是能发明一种课程，或者一种教材，来解决贵公司所有的问题，你认为这个课程或教材应该是什么样子的？”我表达的意思清楚吗？这是在发掘别人的需要，也是一个开放式的问题。你要背起来

对方的回答就是他对你的产品最大的需求了，明白我的意思了吗？

第三，决定购买，什么叫决定购买呢？我现在要抓住这四个关键字让你知道，这段话叫决定购买，每次谈到决定购买的时候，你就要联想起这段话，你要把他背起来。

“上一次你是怎么决定购买这个产品的呢？”“对于现在你使用的产品或服务你最满意的是哪些方面呢？”

比方讲我推荐给你一个培训课程，“上一次你是怎么决定要参加这个培训过程的呢？”“你对你现在在上的这个培训课最满意的是哪几方面呢？”朋友，这样的问话也是找出对方为什么要购买的理由和他决定的关键，和促使他下决定的种种的关键，都可以从中来找到，“你是为什么会决定购买这个房子的呢？你对你所购买的这个房子有什么满意的地方呢？”

不管卖什么都能问这句话

第四，主要的优点是，“我这次推荐给你的培训的优点是，第一、课程有效，第二，后续服务长久，第三，我们的性价比很高，我们的价格比较优惠，您对哪一点比较感兴趣呢？”“这一点为什么对你那么重要呢？”“这一个优点能达到你的要求吗？”

我们的产品的三大优点是什么什么，第二，什么什么，第三，什么什么，这三点你对哪一点比较感兴趣？为什么你对这一点比较感兴趣呢？这一点能满足贵公司的要求吗？

等于问你的产品的三大特色他最喜欢哪一个，并让他讲为什么，把他最欣赏的一点挑出来，也就够了，这叫主要的优点是...第五，如何制造一个问题： 1，你要说出他不可抗拒的事实

陈董事长，每个人都知道，一家公司所列印出来的文件，代表这家公司做事的品质，最少在客户心目中是这样想的对不对呢？

陈先生，众所皆知，一家公司复印的文件呈现在顾客面前，会代表这家公司做事的和产品的品质，在顾客的心目中。你说是不是呢？

2，你要把事实演变成问题

陈先生啊，据我所知，大部分的公司所列印出来的文件都不能反映出他们真正的做事品质，以至于他们的顾客对他们的印象是有偏差的，你说是不是呢？ 据我所知，这个问题背后隐藏着的就是，很多公司列印出来的文件，不能反映出他们最优良的品质，我的意思是说，很多文件印不好的话，会在顾客心目中对这个公司的产品品质和服务品质打折扣的，你说是不是呢？

3，你要提出一个开放式的问题让他思考这个问题与他的关系

陈董事长，您是如何避免贵公司的顾客对您公司的做事品质打折扣的呢？ 陈先生，您是如何确保贵公司每一张文件列印出来的效果都代表贵公司的最高服务品质和做事品质的呢？

陈先生，你是如何确保贵公司每一张印刷出来的文件都代表最高质量呢？陈先生，你是如何让公司的每一个顾客对你们的印象都是非常好的呢？ 陈先生，你是如何避免发生这样的问题呢？

第三句话不管你怎么问，就是把前面那个众所皆知的事实背后隐藏的问题联系在陈先生身上

让他思考，把一个问题种在他脑袋里面

扩大问题的三大步骤 1，提问题

前面的三个步骤统称为提问题，2，煽动问题，请问你把复印得不好的文件给顾客看，顾客的印象是怎么样的呢？顾客印象不好，那业绩会怎么样呢？业绩不好，利润会怎么样呢？请问利润不好，股东会会怎么想呢？股东不满意，这家最后股东会怎么样呢？请问陈先生这样想下去，再不解决的话，对你的前途会有什么影响呢？对贵公司的前途会有什么影响呢？竞争对手的服务品质越来越好了，形象越来越好了，而市场占有率又提升了，而你们公司提升不了，会怎么样呢？

顾客不解决小问题，顾客只解决大问题

示范：提出不可抗拒的事实：

陈董事长，我们都知道，很少有公司的业务员能达成公司为他们设定的目标，你说是不是呢？

事实演变成问题：

陈先生，很多业务员他们达不成目标反而把自己的无能怪到公司头上，抱怨产品抱怨公司，造成信心低落，恶性循环，你说是不是呢？

提一个开放式的问题让他思考这个问题与他的关系：

陈先生，你是如何确定贵公司的每一个业务员都保持最佳的士气呢？陈先生你是如何确保贵公司的每一个业务员都能百分之百达成贵公司为他们所设定的目标的呢？

煽动问题：陈先生，这个问题如果再不解决，会怎么样？业务员不断流失会怎么样？士气低落会影响其他人，士气低落会怎么样？团队精神失去了会怎么样？业绩下降利润会怎么样？利润不好股东会会怎么想？您的前途会怎么样？这样下去五年十年后，对手越来越强大了，而你们的市场反而萧条了，你有什么感觉？

接下来到如何电话约谈客户 接下来呢，如果你打陌生电话，没有经过任何人转介绍，你就主动打一个陌生电话，打陌生电话怎么样增加成功率呢？我们来试一下这几段话术

“你好，XX先生女士吗？我是XXX公司的XXX，我打电话给你是想向你介绍我们全系列的，提升业绩这方面的课程，要是我有办法帮助你达到，甚至超过你的需求，你有没有兴趣听听我的意见呢？”

这一段很简单地报出你的姓名，和你的公司，我想向你介绍一个什么项目，加一句话，要是我有办法超越你的期望，要是我有办法达到你的需求，怎么样讲都可以，要是我有办法如何如何如何你的话，你有没有兴趣听听我的意见呢？就等他回答，但你不要指望对方会马上答应你“可以”会答应你马上说“OK，可以见面”

不一定，各种回答都有，大部分都是“看看你什么方法吧”“再说吧”不管怎么样，我们要看对方的答案，来决定怎么讲，假设我们在对方停了两秒钟后，回答“看情况再说吧”。他不置可否，“XX先生女生，我想当面跟你谈谈这件事情，可不可以定在五月八号上午，或者是五月八号下午对你更合适呢？？”“还是五月十号好呢？”

在第二段话的过程中，我们见面谈一谈，然后二选一，电话的销售，一开始不是为了卖产品喔，电话的关键是为了约谈

电话里不用去卖东西，所以约谈的关键点是选一个时间，成交下来那个时间，是明天的上午还是下午好，是一点还是两点好，让他选一个。

“XX先生小姐，我是XX公司的XXX，我打电话给你是想向你提供一个比你目前做生意更好的营 销模式，我们见面的时候，我会向你说明，我们的教材或课程，会让你看到你想看到的结果的。我们在五月八号碰一次面好不好？还是五月九号对你更合适呢？”这叫更好的办法。“XX先生小姐你好，我是XX公司的XXX，现在我打 电话给你是想给你提供一个比你目前使用的方法更好的方法，来提升你的业绩，”一般人喜欢买方法，喜欢听提升业绩的办法。“我能跟你证明我们的课程或教材能提升你们的业绩的，我们是在明天的上午还是下午见面比较好？一点还是两点好呢？通过这次见面的话，你就知道我能为你达成目标的”

曾向另一家出售，这是一个创造竞争的方法，创造竞争是什么意思呢？“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，我想让你知道，上礼拜，我曾将我们的XX课程，另外一家跟您同类的公司，（你可以讲另外一家公司的名字或者不讲，随便你）因为那家公司与贵公司有相同的业务，我想贵公司在竞争中也希望得到同样的帮助吧？”我说得清楚吗？你告诉他有一个和你同类的公司在上礼拜与你合作，而且达到一个很好的效果，所以，因为你们是相同的公司，所以你也应该得到相同的帮助吧？“我们约明天上午十点钟还是十一点钟合适呢？”发一个问题，让他把时间敲定下来

还企求什么呢？“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，您有时间和我讲解几句话吗？”如果对方不讲话，就是默许你往下说。’‘XX女士你好，你是否考虑过，使用我们公司的产品好处非常多，对于这种产品，你还企求什么呢？要是我能跟你表情，我们的XX产品，能够满足，甚至超过你的要求，你一定很感兴趣是吧？’你还企求什么呢？“XX先生，你是否还考虑过，我们的课程，好处太多了，对于这种课程，你还企求什么呢？要是我能向你证明，我们的XX课程能帮助你超过你所有的要求，你一定很感兴趣是不是？几月几号几点钟我们见一次面好不好？还是定在几月几号几点钟更合适？”

要卖就卖增大业绩倍增业绩，“XX先生小姐你好，我是XX公司的XXX，你是否想到过，使用我们的课程，可能会倍增你目前的现金流量喔，我希望向你说明的就是这一点，我们可以约在几月几日几点见一次面吗？还是约在几月几日几点更合适呢？”倍增业绩是每个人都想要的。

领先产品，知道什么叫领先产品吗？“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，我们的教材是公认是领先的，我想您一定有兴趣了解我们的教材一定也能增强贵公司的业绩，让你在同行当中属于领先地位的。贵公司在同行中保持领先地位，这对你们来说是非常重要的事，你说是不是呢？”要加强权威感，加强自信感，你要说我们的产品是同行内公认领先的，而你们只要用我们的产品，也会在同行中变成领先地位的公司，保持领先对你们来说非常的重要，你说不是吗？ 我讲的够清楚吗？

“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，我现在有几个重要的数据想让你知道。”你有几个重要的数据想让他知道，所以他听起来可能觉得蛮重要的数据，人不想错过一些重要的信息，就是这个心理，接下来你往下说“我们的XX产品可以为您节省下来多少万元的人民币，要是我能向你说明这一点，XX先生女士，你一定能对省十万元人民币感兴趣，难道不是吗？这只要花你十五分钟时间就能搞清楚的，我们查一下月历，我们是明天上午见面还是下午见面比较好呢？”重要的数据，“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，我有几个重要的数据想让你知道，我们的产品如果能为您节省下十五万的人民币，还可以增大十三万的净利，你一定很有兴趣知道这一点，是吧？我要向你说明的就是这一点，这只要花你半小时就可以搞清楚了。我们是约明天还是后天见面呢？”我要向你说明的就是如何增加你的净利，降低你成本的方法。我讲得够清楚吗？这就叫重要的数据，把数据化的金钱算给他听

“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，只需要几分钟时间，我就能说明怎么样提升贵公司的业绩，提升百分之三十五的，增大业绩难道不是你们公司最想要的吗？我们约明天上午还是下午好？”增大业绩提升百分之三十五，把这个数字说给他听。

接下来叫给你送钱。“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，”他说有什么事啊，这时你说，“非常荣幸，我有可能送给你一百万人民币哦，”他会问你是怎么回事啊。这时你就有打开话夹子，有理由可以往下去了。有了接下去的话头了“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，我打这个电话是想给你们送20万人民币喔。”他说什么意思送我20万人民币，你说“因为我们的产品呢，能在一年之内帮你省20万人民币，我要向你说明的就是这一点，明天上午我们见面15分钟还是下午见面15分钟，我就可以向你说明了，我们要上午还是下午呢？”我讲得清楚吗？给他送钱

和你们一样的公司，“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，你们一定很有兴趣想知道，我们的XX产品已经成为XX家和你们一样的公司所采用的标准教材了，你会发现采用这个教材，你会和贵公司得到同样的好处的，我们在几月几号和几月几号都是有空的，你要选哪一天呢？我们可以去贵公司发表一次演讲或培训喔，我们可以跟贵公司做一次解说喔”和你们一样的公司是一样创造竞争力的意思。接下来，更大的利润，“XX先生女士你好，我是XX公司的XXX，明年贵公司可能赚到更大的利润，对这个，你感不感兴趣？”很少有人会说不感兴趣的，对不对？“如果能碰一次面或者安排一次会谈的话，我能够告诉你至少五种增大利润的办法喔。”他一听，可能对增大利润的方法很有兴趣啦。接下来，“让我们在几月几号见面，或者在几月几号更合适。”你要很具体地说要卖给他一个增大利润的办法，我说得清楚吗？

经过别人介绍而打的电话，可能就变得容易多了。

你要很自信地说，“XX先生女士你好，陈先生建议我打一个电话给你，他曾经跟我们合作过，在合作中他发现了能帮他提升很大的业绩，所以他认为我也可以帮助你提升业绩，所以他让我打这个电话给你，所以我们是约见一下好，还是你来我们公司谈好呢？”我说得清楚吗？通过别人转介绍而打的电话，我再示范一个

“XX先生女士你好，XX公司的XX先生呢，他建议我向你打一个电话，我们曾经向他们提供过许多的服务，XX先生他和他的公司，感到我们的工作对他们很有帮助，他认为我也可以同样帮助到贵公司，我们是约明天上午或下午我们见面了解一下，我是怎么帮助贵公司的朋友提升业绩的方法好吗？”

下一个方法，我们的客户，“XX先生女士你好，今天我特意打这个电话，是XX先生的建议，他从1999年起，就是我们的客户，他对我们专门举办的讲座，感到非常地满意，根据他的看法，他认为这个课程可以提高他公司的利润，也一定能提高你公司的利润的，他希望你考虑一下，了解我们的这一套培训课程，那你说我们是约明天上午还是下午呢？”

“我之所以想特别地见见你，是因为想让你了解我们公司的一些客户的看法，他们觉得我们使他们赚到更多的钱，降低了成本，减少了人员，我们这么多的客户也有很多是你认识的哦，我们要不要见面谈一谈呢？” “您对提高利润感兴趣吧？您对提高士气有兴趣吧？您对提高产量有兴趣吧？提高利润对你很重要吧？提高士气对贵公司很重要吧？提高产量对贵公司很重要吧？保持职工的主动性不是很重要吗？我们一直都是帮助像您这样的公司节省时间和金钱，你想知道我们是怎么做到的吗？你会赞赏我们的产品，能让贵公司得到利益的。你想要节约是吗？那我们要尽早谈一谈，我的确可以向你解释如何为你节约，只需要15分钟喔”

“我不确定能不能帮上你，XX先生女士，但请允许我跟你吃个午餐谈15分钟，弄清楚一些细节，如果我帮得上你的忙，我会告诉你，帮不上你的忙，我也会告诉你，这样够公平了吧？”你客观地说明，我不确定能不能帮上你的忙，但15分钟吃饭我就能告诉你了。

我不敢肯定，怎么说呢？“XX先生女士，我不敢肯定我的一些想法是否适合你的情况，然而我希望得到你对这个问题的回答，如果你的回答是是，那我说的那就不太适合你啦！要是你回答的是否，那么你抽一点时间，我们双方在一起谈个话，就太有必要了。”他说是什么事情你快说啊，你要问我什么啊？“我的问题是这样的，对于贵公司的业绩，你感到满意吗？”或者是“对贵公司职工的士气你感到满意吗？”或者是“对于贵公司所投入的资本和创造的利润，你真的满意吗？”朋友，有很少有人完全会说是的，我很满意。但要是他说是的，我很满意，那你不要谈也无所谓了。但大多数人会说，当然不满意啊，能更好当然更好啊，你说那我们很有必要谈一谈咯？我说得清楚吗？

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！