

电话营销：七种方法让不可能成为可能 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E7_94_B5_E8_AF_9D_E8_90_A5_E9_c28_33501.htm

医药保健品市场成就了一个又一个营销神话，很多企业都是凭借一套行之有效的模式成就市场霸业，而对于刚起步的中小企业，如何发展？差异化的竞争方式被认为是最好的方式，只要你能够成功区别对手，你的胜算就多一些。2004年，我所服务的一家医药公司，采用一种新型的营销模式电话营销，却用较低的成本，取得了较好的成绩。电话营销虽然不是最新的销售方式，但作为一种行之有效的方法，它具有投入小，产出高的特点。只要运作规范，方法得当，一样可以大有作为。对于每一个患者，经过多年的治疗，一定有一些怨言，有一些问题，我们采用远程电话沟通，最后产生销售，这就需要有一整套的沟通方法和技巧。通过运用这些方法和技巧，达到沟通的目的，在沟通的过程中，总结了一些沟通的原则，通过这些原则的使用，提高销售，达成目标。电话沟通，本身是无法与患者见面，虚拟了一个服务网，如何取得患者的信任，是营销成败的关键。我们所采用的七种方法，有效的对患者进行掌控，产生了良好的效果。

一、放风筝 这是针对反应平淡的患者采用的方法，不能放弃跟踪是原则。因为这类患者还没有引起他们的兴趣点，在沟通的过程中没有发现。放风筝就是一种很好的方法。什么是放风筝呢？首先就是要做好长期跟踪的准备，同时，要掌握一个度，追的太紧，患者易产生极端，甚至不采取我们的治疗了，这就有可能流失；如果追的太松，如果其它厂家介入，也有可能流失。因此，这个过

程就像放风筝，拉的太紧，它飞不高；线放的太长，收线就慢。因此，要适度跟踪患者。

二、换位 换位有两层意思，一是与患者换位，要站在对方的立场考虑问题，设身处地的为患者考虑，进而把握患者的心理，寻求有效的对策。你只有站在对方的立场，你才能感受到患者真正需要的是什么？只有了解了患者的需求，你才能有的放矢，抓住要点。二是人员换位，也就是说在和患者沟通的过程中，如果发现患者不能下定决心购买，就可以借助专家的力量，因为专家具有一定的权威性，让专家给患者沟通一次，促使其产生信任，下定决心进行治疗。

三、表与里 表与里就是学会由表及里，从表面现象看到内在实质，学会分析问题，找出患者真正关心的内在问题。多问几个为什么，不能被表面现象所迷惑，找到患者真正的需求，满足他们的需求，实际也就达到了我们的目的。

四、留想头 在沟通的过程中，如果出现患者有抵触情绪而不能进一步向既定目标迈进，就要立即结束那些患者不感兴趣的话题。但这并不是我们的目的，要给患者留下一些想头。比如可以告诉他们一个小偏方，你为他着想，给他好处，他总不能不接受吧！这样就可以为下一次沟通留下话题，使你与患者的联系不会间断。

五、大范围 在这种电话行销的过程中，要想达到更高的销售，就要有更多的目标名单，只有名单多了，你筛选的有效名单才会多，因为成交是有一个概率的，所以只有通过大范围的筛选，你才会有更多的销售机会。

六、比较 比较是在销售过程中有效的沟通方式。主要有两个方面的内容。一是在和竞争对手的比较中，要善于发现自己的优势，而不是去攻击对手，只讲我们的特点，别人没有的，首先取得竞争优势。二是让患者参与进来，让

他自己和自己比较，五年前的病情和今天的病情有多大区别（经过治疗，很多都没有改变），这就说明五年前没有选择正确的治疗方法造成的结果。七、替代法 一是用专家亲笔信代替电话沟通，此法主要是对于来信的患者，经过沟通后又反应平淡的，专家亲笔信可以增强信任度。二是替患者着想，因为有些患者总是自己拿不定主意，这时销售人员要抓住时机，帮助他下定决心，促成购买。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com