

# 最新经典销售信 宣城销售话术文案(通用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 经典销售信篇一

每个人都喜欢听到好听话，客户也不例外；因此，赞美就成为接近顾客的好方法。赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而让准顾客知道你的话是真诚的；赞美的话若不真诚，就成为拍马屁，这样效果当然不会好。

赞美比拍马屁难，它要先经过思索，不但要有诚意，而且选定既定的目标与诚意。“王总，您这房子真漂亮。”这句话听起来像拍马屁。“王总，您这房子的大厅设计得真别致。”这句话就是赞美了。

下面是二个赞美客户的开场白实例。

“林经理，我听华美服装厂的张总说，跟您做生意最痛快不过了。他夸赞您是一位热心爽快的人。”

“恭喜您啊，李总，我刚在报纸上看到您的消息，祝贺您当选十大杰出企业家。的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

## 2. 举著名的公司或人为例的开场白

人们的购买行为常常受到其他人的影响，电话销售人员若能把握顾客这层心理，好好地利用，一定会收到很好的效果。如：“李厂长，××公司的张总采纳了我们的建议后，公司的营业状况大有起色。”

举著名的公司或人为例，可以壮自己的声势，特别是，如果您举的例子，正好是顾客所景仰或性质相同的企业时，效果就更会显著。

### 3. 利用赠品的开场白

每个人都有贪小便宜的心理，赠品就是利用人类的这种心理进行推销。很少人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜，又实用。

在电话销售的推销中，说好第一句话是十分重要的，顾客听第一句话要比听以后的话认真得多。听完第一句话，许多顾客就自觉不自觉地决定是尽快打发电话销售人员走还是继续谈下去。因此，电话销售人员要尽快抓住顾客的注意力，才能保证推销的顺利进行。

## 经典销售信篇二

### 1. 好奇心利用法

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。美国杰克逊州立大学刘安彦教授说：“探索与好奇，似乎是一般人的天性。神秘奥妙的事物，往往是大家所关心的对象。”那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与众不同的东西，往往会引起人们的注意。电话营销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

#### 【示例】

电话销售人员对顾客说：“张先生，您知道世界上最懒的东西是什么吗？”顾客感到迷惑，但也很好奇。这位电话销售人员继续说：“就是您藏起来不用的钱。它们本来可以购买我们的空调。让您度过一个凉爽的夏天。”

电话销售人员对顾客说：“每天只花元就可以使您的卧室铺上地毯。”顾客对此感到惊奇。电话销售人员接着道：“您卧室12平方米，我厂地毯价格每平方米为元，这样总共需元。我厂地毯可铺用5年，每年365天，这样平均每天的花费只有元。”

电话销售人员通过制造神秘气氛，引起对方的好奇。然后，在解答疑问时，很技巧地把产品介绍给顾客。

## 2. 激起兴趣法

这种方法在开场白中运用得最多、最普遍，使用起来也比较方便、自然。激起对方兴趣的方法有很多，只要我们用心去观察和发掘，话题的切入点是很容易找到的。

### 【示例】

有一次，他打电话给美国哥伦比亚大学教授强森先生，其开场白如下：

“哲学家培根曾经对做学问的人有一个比喻，他把做学问的人按其运用材料的差异分为三类，比喻成三种动物。第一种人好比蜘蛛，他的研究材料不是从外面找来的，而是由肚里吐出来的，这种人叫蜘蛛式的学问家；第二种人好比蚂蚁，堆积材料，但不会使用，这种人叫蚂蚁式的学问家；第三种人好比蜜蜂，采百花之精华，精心酿造，这种人叫蜜蜂式的学问家。教授先生，按培根的这种比喻，您觉得您属于哪种学问家呢？”

这一番问话，使对方谈兴浓厚，最终成了非常要好的朋友。

## 3. 真诚赞美法

每个人都喜欢听好话，顾客也不例外。因此，赞美就成为接

近顾客的好方法。赞美顾客必须要找出别人可能忽略的特点，并且让顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚，就成为拍马屁，这样效果就不好了。赞美要先经过思索，不但要有诚意，而且要选择好既定的目标。

### 【示例】

电话销售人员：“方经理，我听东方科技的林总说您是一位热心爽快的人，跟您做生意最痛快不过了。他刚刚跟我订购了十台显示器，据说您最近也需要购买显示器？”

## 4. 第三人介绍法

告诉顾客，是第三者(如顾客的亲友)要你来找他的。这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理。一般而言，大多数人对亲友介绍来的电话销售人员都比较客气。

### 【示例】

电话销售人员：“您好，是李经理吗？”

顾客：“是的。”

电话销售人员：“我是陈立平的朋友，我叫常亮，是他介绍我认识您的。前几天我们刚通了一个电话，在电话中他说您是一个非常和蔼可亲的人，他一直非常敬佩您的才能。在打电话给您之前，他叮嘱我务必要向您问好。”

顾客：“谢谢，他客气了。”

电话销售人员：“实际上我和立平既是朋友关系又是顾客关系。一年前他使用了我们的产品之后。公司业绩提高了20%。在验证效果之后，他第一个想到的就是您，所以他让我今天

务必给您打电话向您介绍这个产品。”

通过第三人介绍，更容易打开话题。因为有“朋友介绍”这种关系之后，就会无形地解除顾客的不安全感和警惕性，很容易与顾客建立信任关系。但是，对于这种打着别人的旗号来推介自己的方法，尽管很管用，还是要注意一定要确有其人其事，绝不可自己杜撰。要不然，顾客一旦查对起来，就会对你的. 这种欺骗行为感到很生气。

## 5. 牛群效应法

### 【示例】

电话销售人员在介绍自己产品的时候，告诉顾客同行业的几家主要企业都在使用自己的产品，这时“牛群效应”开始发挥作用。通过同行业几家主要企业已经使用自己的产品的事实，可以刺激顾客的购买欲望。

## 6. 巧借东风法

三国时，诸葛亮能在赤壁之战中一把火烧掉曹操几十万的大军，借的就是东风。如果电话销售人员能够敏锐发现身边的“东风”，并将之借用，往往能起到四两拨千斤的效果。

### 【示例】

linda是国内一家大型旅行公司的电话销售人员，她的工作是向顾客推荐一张旅行服务卡。如果顾客使用该卡去住酒店、乘坐飞机时，可获得折扣优惠。这张卡是免费的，她的任务是让顾客充分认识到这张卡能给对方带来哪些好处，然后去使用它，这样就可以产生业绩。刚好她手里有一份从成都机场拿来的顾客资料，我们看看她是怎样切入话题的。

linda□“您好，请问张经理在吗？”

顾客：“我就是，你哪位？”

linda：“您好，张经理，这里是四川航空公司顾客服务部，我叫linda。今天给您打电话最主要是感谢您对我们川航一直以来的支持，谢谢您！”

顾客：“这没什么，不客气。”

linda：“为答谢老顾客对我们公司一直以来的支持，公司特赠送一份礼品表示感谢。这份礼品是一张优惠卡，它可以使您在以后的旅行中不管是住酒店还是坐飞机都有机会享受优惠折扣。这张卡是川航和g公司共同推出的，由g公司统一发行。在此，请问张经理您的详细地址是什么。我们会尽快给您邮寄过去。”

顾客：“成都市……”

## 7. 与人为师法

有些人好为人师，总喜欢指导、教育别人，或显示自己。电话销售人员可有意找一些不懂的问题，或懂装不懂地向顾客请教。一般顾客是不会拒绝虚心讨教的销售人员的。电话销售人员就可利用向顾客请教问题的方法来引起顾客注意。

### 【示例】

“王总，在电脑方面您可是专家。您也看过我公司研制的新型电脑的相关资料，请您指导一下，在设计方面还存在什么问题？”受到这番抬举，对方肯定会认真地看看你们预先送过来的相关资料。一旦被电脑先进的技术性能所吸引，就会促成销售。

## 8. 老顾客回访

老顾客就像老朋友，给他们打电话往往会有一种很亲切的感觉，对方基本上不会拒绝。

### 【示例】

电话销售人员：“王总您好，我是东方旅行公司的小舒。您曾经在半年前使用过我们的会员卡预订酒店，今天是特意打电话过来感谢您对我们工作的一贯支持。另外，有件事情想麻烦一下王总。根据我们系统显示，您最近三个月都没有使用它。我想请问一下，是卡丢失了，还是我们的服务有哪些方面做的不到位？”

王总：“上一次不小心丢了。”

电话销售人员：“原来是这样子，真抱歉没有及时给您电话了解这一情况。那我再给您重办一张，本周之内给您寄过来。还有，最近我公司又推出了一项旅游优惠活动……”

从事销售的人都知道，开发一个新顾客花的时间要比维护一个老顾客的时间起码多3倍。据权威调查机构调查的结果显示，在正常情况下，顾客的流失率将会在30%左右。为了减少顾客的流失率，我们要时常采取顾客回访方式与顾客建立关系，从而激起顾客重复购买的欲望。通常在做顾客回访时，电话销售人员可以采取交叉销售，给顾客介绍更多的产品，供顾客选择。

电话销售人员在顾客回访时要注意以下几点。

- 1、在回访时首先要向老顾客表示感谢。
- 2、咨询老顾客使用产品之后的效果。
- 3、咨询老顾客现在没再次使用产品的原因。

4、如在上次的交易中有不愉快的地方，一定要道歉。

5、让老顾客提一些建议。

6、向老顾客介绍新的产品以及公司的新动向。

9. 其他别开生面的开场白

1、提及顾客目前最关心的事情。

“李总您好，听您同事提到，您目前最头疼的事情是公司现在很难招到合适的人，是吗？”

2、提及顾客的竞争对手。

“我们刚与安联公司(目标顾客的竞争对手)合作过，他们认为我们的产品对打开高端市场起到了非凡的作用，所以我今天决定给您打一个电话。”

3、提及顾客最近的活动。

“在贵公司最近参加的业界研讨会上，张海工程师提到xx观点，我认为我们公司最新推出的产品正好符合张工所说的……”

4、引起他的担心和忧虑。

“不断有顾客提到，公司的销售人员很容易流失这一现象，这实在是一件令人担心的事情。”

5、提到你曾寄出的样品。

“前几天曾给您寄过我们公司的产品样品……”

“我寄给您的样品，你试用过后感觉效果怎么样?，，



## 6、提及促销活动。

“我公司推出春节‘合家欢’活动才十天，就有两万名顾客参加了该项活动。你只要每月多交5元，就可以在春节期间任打市内电话……”

## 7、提出问题。

电话销售人员直接向顾客提出问题，利用所提的问题来引起顾客的注意和兴趣。

“张厂长，您认为影响贵厂产品质量的主要因素是什么？”

## 8、向顾客提供信息。

电话销售人员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，如市场行情、新技术、新产品知识等，会引起顾客的注意。这就要求电话销售人员能站到顾客的立场上，为顾客着想，尽量阅读报刊，掌握市场动态，充实自己的知识，把自己训练成为这一行业的专家。顾客可能会对电话销售人员应付了事，可是对专家则是非常尊重的。

比如，你对顾客说：“我在某某刊物上看到一项新的技术发明，觉得对贵厂很有用。”

## 9、用数据说话。

电话销售人员为顾客提供信息，用具体的数字说明问题，关心顾客的利益，也能获得顾客的尊敬与好感。

“如果我们的服务能让您的销售业绩提高30%，您一定有兴趣听，是吗？”

“如果我们韵服务可以为贵公司每年节约20万元开支，我相信您一定会感兴趣，是吗？”

## 经典销售信篇三

尊敬的xx□

现在我的在珠宝公司已经两个月了，在刚来到公司的时候，我对公司的发展前景和前途非常的看好，我觉得我终于找到以及适合的工作的地方了，我终于可以凭借我的能力在一加公司供职了。

不过现实总是那么无情，才两个月，我的一些想法和观点都发生了改变，我开始对我之前的想法产生了怀疑，直到现在我做出我的决定。

真的很遗憾，匆匆两个月尚未度过，居然要和各位说再见。

近两个月来，受到公司的礼遇及重用，主持公司市场策划部的日常工作，从而使自己拥有了一次难能可贵的学习机会。策划人不是文员，其功能定位决定了他们必须企业中成为核心决策的技术参谋。一个不能与企业主同声共气的策划人是不能完成他的职业使命的。

一直以来，我从不怀疑自己的专业精神以及对工作成果的高标准要求，工作中的一切障碍对我而言只能算是一次全新的磨砺。但是，策划人毕竟也有弱点的，过于感性的思维、追求完美的表现以及职业特征所需要的与公司最高决策者直接沟通的欲望等等等等，这一切似乎都成了鄙人工作中不可逾越的鸿沟，始终游离于固有企业文化所构筑的壁垒之外，这些都是我始料未及的。工作热情就这样被一次次的熄灭，几经努力下成效甚微。

我始终认为，企业的运作是以构建适合发展的市场平台为基础，获取有效利润为最终目的，而策划人就是为企业主实现这一目标而努力着。

我要走了，我相信我在过去的表现虽然不错，但是远未达到公司缺我不可的情况，所以我的离去不会给公司带来多少的损失，公司的人才有很多，随便找出一个人就能够顶替我的空缺，所以我想领导也不会难为我。

我走了，但根据企业的长远发展战略规划以及现实经营状况，公司仍然需要其他的策划人，希望在我身上发生的事情不要再发生。给策划人多一些空间，甚至于对某些关键事务的决策权，是比薪酬待遇更能留住策划人的极佳方法。

但是我想我在公司才待了两个月就要走，真的是非常的遗憾，但是人各有志，我也不知道我是怎么想的，不过在公司我感觉我们有什么发展的前途，我只好离开。我对自己的举动也感到非常的无奈和自责！

最后，我想说的是，我从未低估过公司的发展前景，因此，让我在此衷心的祝愿公司的明天更美好！

敬礼！

辞职申请人：

2021年2月26日

## 经典销售信篇四

“小姐，这是我们刚到的秋冬最新款，我来给您介绍??”（正确，开门见山）

“小姐，您眼光真好，这双鞋是今年秋冬最流行的?款式，穿起来会显得非常与众不同，请您试一下，这边请！”（正确，新款加赞美）

“小姐，您好，这是今年夏天最流行的露趾、绑带凉鞋，特

别符合您的气质，穿上后您会显得更加妩媚动人。我帮您试穿下，看是否合脚?这边请!”（正确，突出新款的特点）

“小姐，您好，这是我们最新款的金属色系带凉鞋，是今年夏天的流行款，金属色系带风格非常受欢迎，这边请试穿下!”（正确，表达新款的畅销）

“小姐，这款鞋，是今年夏天的流行时尚，木纹跟的原木色调搭配卯钉展现率真自我的风格，镂空设计让随性中流露出自然的性感，我帮您搭配试穿下，这边请!”（正确，突出新款式的利益点）

“小姐，您眼光真好，这款鞋是今年春夏最流行的休闲款式，蝴蝶结圆头鞋，和正装、休闲装都很好搭配。”（正确，突出新款的卖点）

## 经典销售信篇五

篇一:创新创业计划书模板

创新创业计划书模板

1(业务要点

整个创业计划的概述

2(产品/服务

3(市场分析

4(竞争分析

5(创业计划的实施

创业计划将如何实施;实施战略是什么。

5. 1实施战略5. 2战略联盟5. 3创业周期(初期、发展期、成熟期)和预算

6(团队管理

团队主要成员组成;他们拥有何种经验, 业绩和技能;创始人和主要成员的介绍

7(资金需求

7. 1需求量7. 2估值和理由7. 3资金用途

8(财务分析

财务规划8. 1预计收益和支出8. 2现金流动

9. 盈利模式

如何使盈利模式差异化, 提高核心竞争力。

9. 1资源配zhi9□2信息控制9. 3产品/服务创新9. 4绩效管理

第一步:创业计划的准备工作

(二) 可造部分:产品命名

命名时应考虑的因素:直观, 创新用语, 暗示创业模型, 有说服力, 吸引顾客的注意力。

(三) 注意事项:

1 以顾客为中心

2 使用图表示来说明概念，清晰，简洁的书面材料，直截了当。

## 第二步:创业计划的整理工作

### 1 明确顾客群

把注意力集中到一个清晰的市场，并与潜在的顾客交谈。

### 2 说明谁会购买产品

创业模型，即如何获得利润;销售方式，即如何把产品送到顾客手中。

### 3 展示的潜力

使用类比的方法说明这是一种产品还是一桩生意?这次风险事业的潜力是大还是小?

### 5 与竞争对手相比，有哪些优势?

?确立竞争优势

?谁是当前的直接竞争者?

?从别的角度的解决方案?

?注意当前自己存在的缺陷

### 6 保护优势