

装修公司电话销售开场白秒 电话销售开场白(通用7篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看看吧。

装修公司电话销售开场白秒篇一

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，而且要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。

装修公司电话销售开场白秒篇二

告诉客户你是谁，打电话的目的是什么，如果正中客户需求则努力询问他关心的`问题是什么；如果客户以有些忙拒绝，则要给出缓和的余地，比如告诉客户过多长时间之后再打给他，然后在约定的时间再次打电话问候，争夺二次销售的机会。

可以告诉客户你在做的事情，邀请客户一起来参与。比如邀约客户，你可以介绍活动的内容后询问客户是否有时间参加，

如果可以的话到现场参加活动，将活动中比较吸引人的亮点突出，并告诉他还能带上亲朋好友，主办方也会准备一些小小的惊喜。

直说是某某人的朋友，直接表达诉求。比如因为听说您有这样的装修需求，而正好我公司销售的产品能符合您的装修需求，还能根据您的需求提供更好的服务，约您有空的时间来专卖店内看产品，了解一些细节等，这样能增强客户的信任度，争取销售的机会。

简单的自我介绍后，以调查的形式展开，可以询问对于装修中是否存在一些问题没有解决，亦或是装修是否有困惑等，通过探求客户的需求，打开营销的方式，在根据这些需求推荐正好匹配的产品，能增加电话营销的成功率。

自报家门后，告诉消费者在他住的这个小区内有一套样板间的展示，客户有空的时间可以随时去参观，了解产品的装修效果和产品质量，并表示样板只是其中的一小部分产品，想要更多的个性化和了解更多的装修风格，可以到就近的专卖店咨询。

这种方式只适用于装修工长，家装公司等与行业相关的人，因为他们相比于普通的消费者而言会了解行业多一些，通过电话介绍自家的产品优势，并直接表明相互之间合作的方式，会让工长第一时间知道合作的模式，在适当的时机还可以约见面，增加成功的概率。

装修公司电话销售开场白秒篇三

几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣。如：

“张经理，我是来告诉你贵公司节省一半电费的方法。”

“王厂长，我们的机器比你目前的机器速度快、耗电少、更精确，能降低你的生产成本。”

“陈厂长，你愿意每年在毛巾生产上节约5万元吗？”

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，而且要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。”

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，对于神秘奥妙的事物，往往是大家所熟悉关心的注目对象。”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，电话销售人员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

一位电话销售人员对顾客说：“老李，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。

告诉顾客，是第三者(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，所以，大多数人对亲友介绍来的电话销售人员都很客气。

如：“何先生，您的好友张安平先生要我来找您，他认为您可能对我们的印刷机械感兴趣，因为，这些产品为他的公司带来很多好处与方便。”

打着别人的旗号来推介自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要确有其人其事，绝不可能自己杜撰，要不然，顾客一旦查对起来，就要露出马脚了。为了取信顾客，若能出示引荐人的名片或介绍信，效果更佳。

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。

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。如：“张厂长，您认为影响贵厂产品质量的主要因素是什么？”产品质量自然是厂长最关心的问题之一，电话销售人员这么一问，无疑将引导对方逐步进入面谈。

在运用这一技巧时应注意，电话销售人员所提问题，应是对

方最关心的问题，提问必须明确具体，不可言语不清楚、模棱两可，否则，很难引起顾客的注意。

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，把自己训练成为自己这一行业的专家。顾客或许对电话销售人员应付了事，可是对专家则是非常尊重的。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。”

电话销售人员为顾客提供了信息，关心了顾客的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

电话销售人员利用所推销的产品来引起顾客的注意和兴趣。这种方法的最大特点就是让产品作自我介绍。用产品的腿力来吸引顾客。

电话销售人员利用向顾客请教问题的方法来引起顾客注意。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电话销售人员的。如：“王总，在计算机方面您可是专家。这是我公司研制的新型电脑，请您指导，在设计方面还存在什么问题？”受到这番抬举，对方就会接过电脑资料信手翻翻，一旦被电脑先进的技术性能所吸引，推销便大功告成。

电话销售人员要力图创造新的推销方法与推销风格，用新奇的方法来引起顾客的注意。

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。

装修公司电话销售开场白秒篇四

如：电话销售人员：您好，李经理，我是××，××公司的，有件事情想麻烦一下您！或有件事想请您帮忙！

客户：请说！

一般情况下，在刚开始就请求对方帮忙时，对方是不好意思断然拒绝的。电话销售人员会有100%的机会与接线人继续交谈。

如：电话销售人员：您好，是李经理吗？

客户：是的。

电话销售人员：我是××的朋友，我叫××，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，他务必叮嘱我要向您问好。

客户：客气了。

电话销售人员：实际上我和××既是朋友关系又是客户关系，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电话。

通过“第三者”这个“桥梁”过渡后，更容易打开话题。因

为有“朋友介绍”这种关系之后，就会无形的解除客户的不安全感和警惕性，很容易与客户建立信任关系。

在大草原上，成群的牛群一起向前奔跑时，它们一定是很有规律地向一个方向跑，而不是向各个方向乱成一片。把自然界的这种现象运用到人类的市场行为中，就产生了所谓“牛群效应法”也可以叫做从众心理，它是指通过提出“与对方公司属于同行业的几家大公司”已经采取了某种行动，从而引导对方采取同样行动的方法。

电话销售人员在介绍自己产品的时候，告诉客户同行业的前几个大企业都在使用自己产品的时候，这时“牛群效应”开始发挥作用。通过同行业前几个大企业已经使用自己产品的事实，来刺激客户的购买欲望。

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，具体参看以下案例。

如：约翰·沙维祺是美国百万圆桌协会的终身会员，是畅销书《高感度行销》的作者，他曾被美国牛津大学授予“最伟大的寿险业务员”称号。一次他打电话给一位美国哥伦比亚大学教授强森先生的开场白如下：

约翰·沙维祺：“哲学家培根曾经对做学问的人有一句妙语，他把做学问的人在运用材料上比喻成三种动物。

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，您觉得您属于那种学问家呢？”

这一番问话，使对方谈兴浓厚，最终成了非常要好的朋友。

三国时，诸葛亮能在赤壁一战中，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“四两拔千斤”的效果。

如：冰冰是国内一家大型旅行公司g的电话销售人员，她的工作是向客户推荐一张旅行服务卡，如果客户使用该卡去住酒店、乘坐飞机时，可获得折扣优惠。这张卡是免费的，她的任务是让客户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客户资料，看一下她是怎样切入话题的。

电话销售人员：您好，请问是李经理吗？

客户：是的，什么事？

电话销售人员：您好，李经理，这里是四川航空公司客户服务部，我叫冰冰，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！

客户：这没什么！

第一，开场白要好。

第二，提问题。

在面对面的销售中，销售员应以一种自然而然的方式激起顾客的购买欲望。这种方式就是提问，通过提问题我们可以得到下列结论：找出客户脑子里究竟在想什么？；找出客户的真正的动机如何；找出客户相信什么？；通过提问题，你就

拥有掌控权，并引导他们的注意力，让他们进入你所想要的状态。但是，切记在当你向客户提出问题的后，从客户的口中得到一定要是“是”“对的”等等一些肯定的答案。这样可以顾客感到舒服。

第三，不时的赞美你的客户。

卡耐基说|“人性的弱点之一就是喜欢别人赞美”，每个人都会觉得自己可夸耀的地方，销售员如果能够抓住顾客的这个心理很好的利用，就能成功的. 接近顾客，用赞美的方式开始销售就会很容易获得顾客对自己的好感，销售成功的希望也大为增加。

当然，赞美对方并非美言相送，随便夸上两句就能奏效的，如果方法失当反而会起相反的作用，因此，销售员在利用赞美的方法时必须看准对象，了解情况，选对时机，恰到好处地进行赞美。同时，你的赞美要有诚恳之意，让顾客感受到你的赞美是发自内心的。赞美是销售技巧当中较为重要的一项，认真学好，练好，用好这个技巧，一定能让你的定单越来越多。

第四，抓住顾客的心，一句定成败。

其实不少销售员都有良好的口才，能打动顾客的好销售员却并不很多，原因就是所有的销售员说同样的话，所以要想获得成功就必须与众不同，有更出色的口才，作为销售员，在销售洽谈中如果能把握对方心理就可以“一言而胜”或“一言而败”。

所谓一言而胜，就是说这一言，说到了对方的心上，打动了对方，实现了自己的目的。所谓一言而败，就是说你的话没有说到人家的心上，人家不爱听，你就算白说了。对于销售来说，抓住顾客的心，是说服顾客的利器，是把握主动权的保证，只有抓住顾客的心，才能让顾客一步一步，循循善诱，

激发顾客的购买欲望，使其产生拥有这种商品的感情冲动，促使并引导顾客采取购买行动。第五，不要说负面的话。

话语的正面性与负面性或者说肯定性与否定性，是说话时必须注意的另一个重要方面，在一般情况下，那些毫无声气，灰暗，冷淡的话，谁听了都会丧气，。正如在烟雨天气里难于有一个好的心情一样，面对这样的话题很难指望顾客积极的反应。优秀的销售员通常都是开朗的，而且常常面带笑容，令人看了觉得非常舒服。他们的话语也多时积极肯定，充满活力的。

第六，替客户着想，站在对方的立场上说话。

纵观时下，有多少销售员忙碌一整天下来，却始终一点成绩也没有，为什么呢？因为他们满脑子想的，只是他们自己的需要，而不想象顾客并怒需要买任何东西，如果真有这个需要，他们也会自己上街去买。相反，如果销售员能使了解他们的服务，是在帮助人们解决问题，在这种情况下，人们当然会掏钱买他的东西。

每个人都需要满足自己懂得别人的需求，才能够得到别人的欣赏，也就能够得到别人的好意和欢迎。

第七，表情是无声的语言。

表情是一个人内在精神的外部表现，是自然而然流露出来的，不是假装出来的，任何人都不可能装出来让人感动的表情，你要想销售自己，就要有真诚的态度，有了真诚的态度，你就会产生自然动人的表情，就会感染顾客。

我认为，当非语言的行与说话的内容冲突时，非语言的行为远比说话更具影响力，换言之，接触，姿势，手势以及面部，远比说话重要，并决定信息传递的感觉。所以，你在顾客面前一定要言行一致。因此，当你与顾客沟通时，想要与对方

迅速达成亲和关系的话，就要了解说话与肢体语言是建立亲和关系的重要因素。

第八，避免与顾客发生争执做。

所以，他就是你的上帝，细想一下，你得罪了上帝，会有什么好处呢？所以无论在任何场合，都要使顾客在整个过程中处处受到尊敬，而不应该用批评来毁坏他的形象，。如果你必须提出不同观点或纠正别人的话，你尽可能把话说的得当一些，要一心一意做到对事不对人。

第九，借别人的口，说自己的话。

素不相识，陌路相逢，如何让对方了解你是他朋友的朋友，亲戚的亲戚，显然十分牵强，但一般的人不会驳朋友的面子，不至于让你吃闭门羹，尤其是与对方的初次见面显的尤为重要。但是，对于第三者提供的信息，也不能全部拿来当话讲，还要根据需要有所取舍，配合自己的临场观察，切身体验灵活应用。同时，还必须切实弄清楚这个第三者与被托付者之间的关系，这点非常重要，不然，说不定效果适得其反。借人口中言，传我心腹事”，这是一条销售的捷径。

第十，多听少说。

装修公司电话销售开场白秒篇五

每个人都喜欢听好话，客户也不例外。因此，赞美就成为接近客户的好方法。赞美客户必须要找出别人可能忽略的特点，并且让客户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？”

装修公司电话销售开场白秒篇六

[电话销售开场白]电话销售开场白需要注意什么？如何进行开场白？——详细知识

一：准备..心理准备，在你拨打每一通电话之前，都必须有这样一种认识，那就是你所拨打的这通电话很可能就是你这一生的转折点或者是你的现状的转折点。有了这种想法之后你才可能对待你所拨打的每一通电话有一个认真.负责.和坚持的态度，才使你的心态有一种必定成功的积极动力。内容准备，在拨打电话之前，要先把你所要表达的内容准备好，最好是先列出几条在你手边的纸张上，以免对方接电话后，自己由于紧张或者是兴奋而忘了自己的讲话内容。另外和电话另一端的对方沟通时要表达意思的每一句话该如何说，都应该有所准备必要的话，提前演练到最佳。在电话沟通时，注意两点：1注意语气变化，态度真诚。2言语要富有条理性，不可语无伦次前后反复，让对方产生反感或罗嗦。

二：时机…打电话时一定要掌握一定的时机，要避免在吃饭的时间里与顾客联系，如果把电话打过去了，也要礼貌的征询顾客是否有时间或方便接听。如“您好，王经理，我是公司的，这个时候打电话给你，没有打搅你吧？”如果对方有约会恰巧要外出，或刚好有客人在的时候，应该很有礼貌的与其说清再次通话的时间，然后再挂上电话。如果老板或要找之人不在的话，需向接电话人索要联系方式“请问先生/小姐的手机是多少？他/她上次打电话/来公司时只留了这个电话，谢谢你的帮助”。

三：接通电话…拨打业务电话，在电话接通后，业务人员要先问好，并自报家门，确认对方的身份后，再谈正事。例如：

“您好，我是公司，请问老板/经理在吗？老板/经理，您好，我是公司的，关于……。讲话时要简洁明了…由于电话具有收费，容易占线等特性，因此，无论是打出电话或是接听电话，交谈都要长话短说，简而言之，除了必要的寒暄也客套之外，一定要少说与业务无关的话题，杜绝电话长时间占线的现象存在。挂断前的礼貌…打完电话之后，业务人员一定要记住想顾客致谢，”感谢您用这么长时间听我介绍，希望能给你带来满意，谢谢，再见。”另外，一定要顾客先挂断电话，业务电话销售技巧开场白人员才能轻轻挂下电话。以示对顾客的尊重。挂断后…挂断顾客的电话后，有许多的业务人员会立即从嘴里跳出几个对顾客不雅的词汇，来放松自己的压力，其实，这是最要不得的一个坏习惯。作为一个专业的电话销售人员来讲，这是绝对不允许的。

四：接听电话的艺术…。有时一些顾客图省力，方便，用电话也业务部门直接联系，有的定货，有的是了解公司或产品，或者是电话投诉，电话接听者在接听时一定要注意，绝对不能一问三不知，或敷衍了事推委顾客，更不能用不耐烦的口气态度来对待每一位打过电话的顾客。

装修公司电话销售开场白秒篇七

“喂，陈先生吗？我是*市场部/陈明，我们有非常庞大的产品，有和（产品形式），今天我打电话过来的’原因是我们的产品已经为很多）（同行业）朋友的所认可，能够为他们提供目前最高效的服务，而且我们还给他们带来很多（利益），为了能进一步了解我们是否也能替您服务，我想请教一下您目前否有购买其他产品和服务？”