

# 外呼营销技巧分享

2022年8月



# 目录

## Contents

01

外呼营销理解

02

沟通技巧学习

03

营销技巧学习

04

录音案例分享



## 外呼营销理解



# 外呼营销理解

**什么是外呼营销？**

**产品成功量=良好的沟通+产品卖点+规则介绍**





# 外呼营销理解

## 如何完成一通营销电话(以推荐套餐为例)

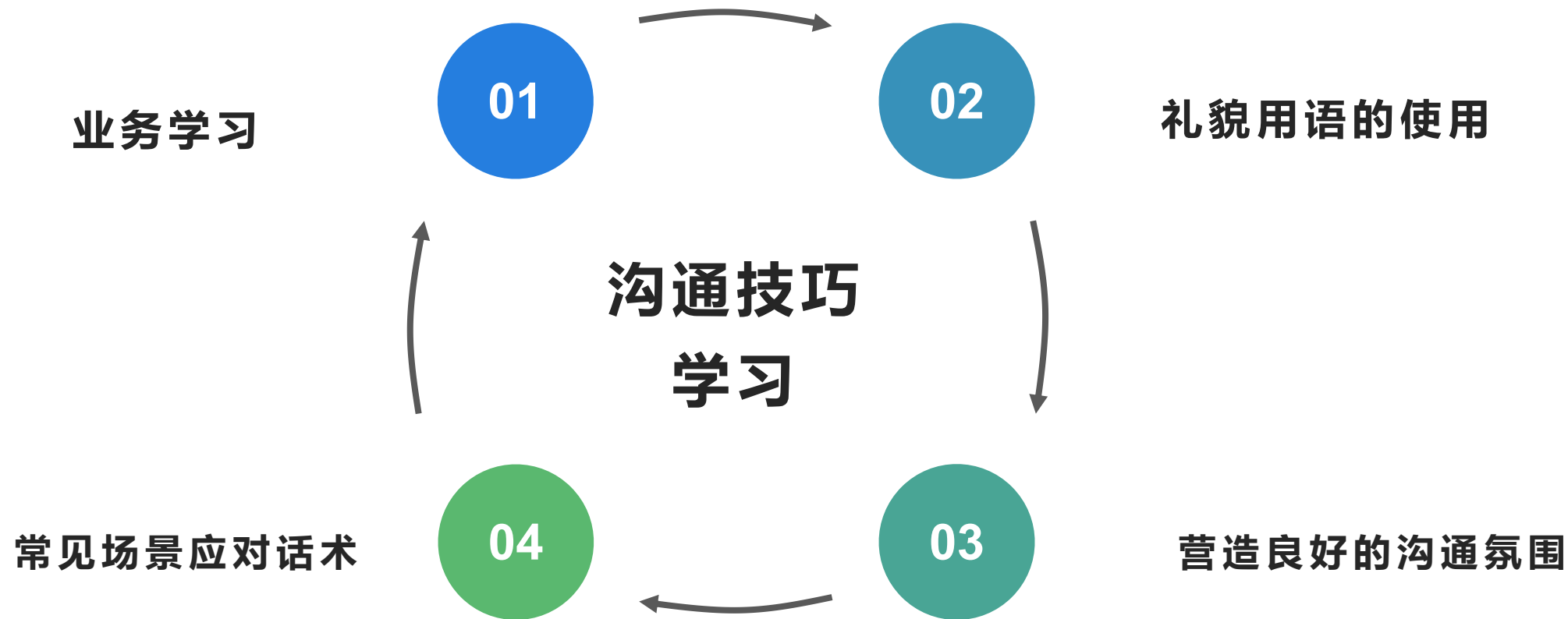
- 1、**开头语**：您好，我是湖南移动电话经理，请问您是手机XXX尾号XXXX的机主吧？（必须核对前三后四位）如不是本机机主：您方便让机主接听一下电话吗？若机主不在结束营销。
- 2、**切入语**：看您这张卡用了\*\*年了，您是我们的尊贵客户，根据您近期套餐使用情况，特别给您带来最新的XX套餐，现在给您介绍一下好吗；
- 3、**营销语**：留意到您这几个月流量/通话分钟数用的比较多，您现在的流量/通话分钟数只有\*\*\*\*，您只需增加\*\*\*\*元更换成\*\*\*\*套餐，流量/通话分钟数可以达到\*\*\*\*，比您原来的套餐划算很多，现在给您办理您马上就可以使用了好吗？
- 4、**挽留语**：其实分摊下来每天只需花\*\*元，您就可以享受\*\*\*\*流量或语音，还提供XX权益/宽带给您使用，相比您目前的套餐更划算，我现在为您办理好吧？
- 5、**确认语**：按照脚本介绍具体资费及规则，并与客户确认您对于以上介绍的资费及套餐规则是否都清楚了呢？
- 6、**成功结束语**：稍后您可能会收到一条对我本次服务的测评信息，1分为不满意，10分才是满意，期待您的10分好评，非常感谢，祝您生活愉快，再见！







## 沟通技巧学习



# 业务学习

包括熟练掌握所推业务知识、营销脚本内容

## 1、理解性学习

边记忆边思考的学习，而不是单纯死记硬背性的学习。学一个业务时，多思考，想一下在向客户营销此业务时，客户可能会提出什么疑问或会有什么顾虑，能够做到举一反三，灵活运用。

## 2、关键字记忆法

业务知识内容有很多，而且不断更新，在这么多内容中其实有很多都是解释性文字，故在学习过程中要学会挑选关键字或关键点，利用这些关键字或关键点来记忆学习。

## 3、多比较, 多总结, 多记录

学会对所学不同业务进行比较，从中找出规律（包括相似点、不同点），并记录下来，进行对比记忆。







## 礼貌用语的使用

通话中多是用礼貌用语，和赞美客户的词语。如：“您好”“抱歉打扰您”“感谢您对我们公司的支持”“您的声音真好听”“感谢您的包容与理解”“非常高兴我们公司有了像您这么专业的客户”“有您这样的客户是我们的荣幸”。



## 营造良好的沟通氛围

语速适中，适当停顿，言简意赅突出产品亮点，与客户保持互动，一问一答，切记机械化念脚本。

1、语速适中，适当停顿，能让客户迅速了解到我们营销人员的来意和判断自己是否需要接受我们的营销，也能够让我们自己更快的掌握客户的需求，进行针对性营销，提高营销成功率；2、可以提升客户整体满意度感知。



# 常见场景应对方式

| 常见场景                           | 应对话术   |
|--------------------------------|--|
| 客户对10085频繁打外呼电话不满。             | 先生很抱歉打扰您了，可能之前确实是有我们别的同事跟您联系过，不过我们给您带来的活动是不一样的，要不您先听我给你介绍一下，您看是否有兴趣，好吗？  |
| 客户表示10085推荐的活动一点都不合理，明显比自己消费高。 | 先生，没关系，如果您不需要这个优惠，我们就不帮您参加，什么都没动您的，您的建议对我们很重要，以后我们也会多多改进，争取推出更优惠的活动，谢谢您了。  |
| 客户表示移动的信号越来越差了，打个电话都打不通。       | 先生/女士，周边用移动号码的朋友反应我们的信号还是不错的，如果您所在的位置信号确实不好，您可以打10086人工热线，把您的位置告诉客服，会有技术人员给您联系做处理的。                                      |
| 客户表示移动套路太多了，我怕上当。              | 先生，确实现在有很多网上诈骗电话，你有这个顾虑，我可以理解，我的工号是xxx，您可以记下来，我现在答应跟你办的业务，稍后都有短信下发给你，如果您看到有不一致的，或者有另外开通别的业务，您都可以呼入10086，我们会有工作人员帮您处理，好吗？ |

| 常见场景                                 | 应对话术  |
|--------------------------------------|---|
| 客户表示你们移动怎么每天都是在我们上班时间来电话，就不能下班后再联系吗？ | 确实很抱歉打扰到先生您了，我们因为也是考虑到中午或者您下班后也要休息，所以才选正常上班时间，也感谢您百忙中抽空接听我们的电话，那这样，先生，我们来电是给您带来一个保底优惠的，您看什么时候方便，我给您约个其他的时间再跟您联系介绍一下好吗？    |
| 客户对于提前终止需要支付违约费用表示拒绝。                | 先生，说是这么说，但这个违约费只有您提前终止才会需要支付，如果您使用的好，您自己也不会去退呀，您就当使用一年时间试试看嘛，如无通知，顺延的话，好用你就接着用，不好用您再取消也不迟，那到时自然也不需要您支付任何违约费。              |
| 客户表示要去营业厅问问看，去营业厅办。                  | 先生，我们就是移动公司的专属外呼人员，如果您觉得哪里不了解，我可以再给您详细介绍一下，我们的通话也有录音，而且您去营业厅办理还要排队，没有电话办理那么方便快捷，我现在给您办也是立即生效，您会收到短信提示的，你也不用特意跑一趟，也帮您省了时间。 |

# 常见场景应对方式

| 常见场景                              | 应对话术  |
|-----------------------------------|---|
| 客户表示保底活动要使用一年的时间太久。               | 先生，因为这个保底活动确实是额外给您增加了流量了，而我们给您的优惠添加就是一年的使用周期，那一年您每个月都可以多使用XX流量，用起来更方便呀，而且很多客户都还希望能够使用更久，所以我们活动是如无通知自动顺延的，但是您到期不用也可以自行取消，也是很灵活的。             |
| 客户情绪比较激动的安抚话术。                    | 先生，您先别生气，您的心情我完全可以理解，如果换成是我，将心比心我也会着急，想去查询清楚，如果您确实有疑问，稍后您拨打10086热线可以核实一下好吗？   |
| 客户表示对移动外呼不满，天天接到很多骚扰电话，显示的是10085。 | 很抱歉先生，给您带来了困扰，实际上我们10085是专门的外呼平台，也是移动公司正规的外呼部门。我们电话也是全程有录音，给您参加的每个活动都有短信通知，您自己也能查到，更何况我们并不是每个客户都会联系，确实您是我们的优质客户，才会联系您。所以您不妨先了解一下。说不定真的很适合您。 |

| 常见场景                           | 应对话术  |
|--------------------------------|---|
| 客户表示对天天接到很多骚扰电话，都是一些外地号码。      | 哦，先生，您是说你经常接到骚扰电话是吗？显示的号码如果不是10086或者10085，那就不是我们移动这边给您拨打的，如果是其他座机或者手机号码给您打了骚扰电话，您可以手机下载一些软件进行屏蔽，或者把这些号码拉入黑名单，他们就打不进来了。              |
| 客户表示我就是这个月流量用的多，以后就会控制下来。      | 先生您其实一直都有流量使用需求，您原来也是有用了流量的，只是最近确实用的特别多，而且现在流量您不管走到哪里都需要用到的，哪怕您出去买个菜都要微信付款，也要耗费流量，办理保底业务后，您使用数据上网也不用总担心流量不够。                        |
| 客户表示我还有其他的电信号码也有流量，这个号码不用这么高消费 | 先生，您这个号码是我们很多年的老客户了，所以现在我们有优惠活动都是优先打电话您的，您可以以后把这个移动号码作为主号码来使用呀，趁着有活动办理，流量通话都多些了，电信号码可以把一些不必须的业务取消把套餐也可以改小一些，这样综合起来，您的流量增加了，消费也稳定了呀。 |

# 常见场景应对方式

| 常见场景   | 应对话术  |
|--|---|
| 客户表示移动不断的把我的套餐升级，越来越高，我原来才18元的。                                | 先生，您先别生气，您的心情我可以理解，我刚刚看了下你平时的流量和通话使用情况，其实您打电话确实不多，关键就是流量，我看您流量一个月都用到了XXM了，您是有上网的需求的，上个月消费高就是流量超出了，现在我们这个保底活动，每个月多增加了。。刚好可以稳定您的消费。 |
| 客户表示现在忙、在开车、不方便接听电话  | 先生，如果您现在不方便，要不我帮您预约晚点再跟您联系好吗？现在开车还是不过多打扰您了，那您注意安全，晚点再联系您。   |
| 客户表示不确定要跟家人商量一下。   | 这个没问题，您家人要是听懂了这个活动内容肯定也是会同意的，您可以跟家人一起去对比一下，我们推荐的绝对是很适合您的，稍后呢 我给您回个电话，到时候您再告诉我商量结果好吗？  |
| 客户表示在10086反映的问题一直没有得到回复。<br>(CSR要耐心聆听并积极回应客户，是的，明白，理解~让客户有认同感) | 先生，您刚刚说的问题我都听明白了，也确实能够理解您的心情，给您带来不便很抱歉，我们是10085外呼部门，可能您的问题在现在的电话中无法直接帮您处理，您稍后可以拨打10086服务热线，把情况告知我们前台客服，可以要他们帮您做加急催办，行吗？           |
| 客户表示移动宽带网络太卡了，都想换号码了。  | 给您带来不便了确实很抱歉，其实现在移动的宽带已经得到全面提升了,还有专门的宽带服务热线1008616，如果您后续遇到任何的宽带或者电视问题都可以打我们热线咨询的。我们也会有专门的客服人员为您服务。                                |





## 营销技巧学习





切入营销语的应用

01



02

产品亮点展示

营销技巧  
学习



04



03

挽留话术的应用

满意度邀评话术



1

## 直奔主题法

关注到您是我们的优质客户，本次来电为您带来一个保底享的优惠活动，就是您现在的套餐不改变，在原套餐基础上每月额外增加\*\*流量和\*\*语音通话，只要您每月承诺保底消费\*\*元，现在给您办理您稍后收到短信就可以用的好吧？

2

## 自身举例法

像我自己，还有很多家人朋友都办理了 this 优惠，这个优惠真的是性价比很高，非常划算，现在帮您办理好吗？

3

## 场景画图法

举个例子：1、疫情期间出门在外都要扫场所码，健康码等，这都是需要流量的；2、我们平时买东西，扫码支付，如果您手机流量限速了，网络卡就无法支付，非常不方便，我们现在这个套餐内都是不限速的流量，现在给您办理好吗？

4

## 消费分析法

我这边帮您看了一下，您上个月有超出消费都用到40块钱了，上上个月也用到30块钱左右，现在这边有5G的流量和200分钟通话一个月只需38元，如果您没有超出流量和通话也不开通其他收费业务，那以后您每个月固定38元就够了，现在帮您办理好吗？

5

## 以退为进法

您不想办理也是没关系的，不过现在这个活动真的很适合您，性价比也很高，机会难得，如果您错过了真的很可惜。

6

## 产品对比法

您现在用的是\*\*套餐，您每个月消费是在\*\*块钱左右的，套餐流量只有\*\*，通话分钟只有\*\*，我们新套餐相当于每个月只要多加\*\*钱就可以增加到\*\*流量，\*\*分钟通话，是非常超值的，而且来电提醒功能费三块钱也是直接给您减免，现在办理马上就可以使用了好吗？

# 切入营销语的应用

| 营销业务         | 运用方法       | 切入营销话术  |
|--------------|------------|---|
| “5G全家享”套餐    | 直奔主题法（未超套） | 关注到您是我们湖南移动优质客户，本次来电特为您推荐最新的5G套餐，套餐包含xx分钟国内通话，xx流量，和一条xx兆宽带，每个月只需xx元，且还可以减免3元来电提醒费用，现在帮您办理您马上就可以使用好吗？                                 |
|              | 产品对比法（超套）  | 感谢您对中国移动的支持，关注到您最近流量/通话分钟数已经超出产生扣费，您现在的套餐流量/通话分钟数只有**，特向您推荐最新的5G**套餐，流量有xx，比之前增加了xx，通话有xx，比之前增加了xx，还包含一条xx兆宽带，比您原来的套餐更加优惠，这边为您办理一下好吗？ |
| 动感地带（惠生活版）套餐 | 直奔主题法      | 关注到您是我们湖南移动优质客户，本次来电特为您推荐最新的动感地带（惠生活版）套餐，套餐包含xx分钟国内通话，xx流量，和一条xx兆宽带，每个月只需xx元，而且每月有腾讯、爱奇艺等15大主流app会员任选其一领取，现在帮您办理您马上就可以使用好吗？           |
| 升档享套餐双倍流量或语音 | 直奔主题法      | 感谢您对中国移动的支持，现给您带来套餐享双倍活动，每月套餐XX元，包含**分钟语音，**G流量，因为您是移动优质客户，现在办理可以享受双倍流量/语音，额外再给您增加**G流量/**语音通话，优惠期1年，还有**M的宽带，我这边优先为您办理好吗？            |

# 切入营销语的应用

| 营销业务          | 运用方法  | 切入营销话术   |
|---------------|-------|--|
| 升档享套餐七折特惠活动   | 直奔主题法 | 感谢您的接听，因为您是我公司幸运客户现可以享受套餐费用七折优惠，原价**元套餐，现在办理一年内享七折优惠，只需**元/月，包含*****，直接为您办理，希望您用的满意，可以吗？   |
| 神州行和飞享2022版系列 | 直奔主题法 | 感谢您的接听，关注到您现在套餐还是之前的老套餐，通话和流量都非常少，现特来电给您带来新办和飞享套餐，每月有**流量和**通话，每月套餐费只需##元，现在给您办理马上就可以使用。   |
| 保底送优惠活动       | 直奔主题法 | 感谢您的接听，本次来电，因为关注到您是我们的优质客户，特给您带来保底享优惠，可以给您增加##流量、##语音，只需要您承诺每月保底消费##元，包括您的主套餐、语音流量包、套外流量语音和短信费，其他不包含。以上包括的费用不足##元会在月底一次性补足##元，现在办理还额外给您12个月咪咕视频+云游戏+和彩云+权益超市黄金会员，12个月到期后会自动取消。 |
| 亲情权益          | 直奔主题法 | 您是移动优质客户，关注到您还有一个亲情成员通话优惠的福利没有领取，不需要多出费用就可组建一个移动本省19人的亲情权益，可以享受成员间国内（不含港澳台）通话免费，且没有时间限制，需要帮您办理一下吗？   |

# 切入营销语的应用

| 营销业务        | 运用方法        | 切入营销话术  |
|-------------|-------------|---|
| 5G特惠流量包     | 直奔主题法       | 根据您的使用情况，特向您推荐一款优惠的5G特惠流量包，在不更改您套餐的情况下每月多XX元就可以增加XX流量，开通立即生效，您马上就可以使用，现在就为您办理好吗？  |
| 不降档客户赠送流量优惠 | 直奔主题法       | 感谢您的接听，本次来电，因为关注到您是我们的优质客户，特给您每月赠送10G流量，连续赠送12个，且到期后会自动取消，现在帮您办理上好吗？  |
| 不限量转5G套餐    | 产品对比法/场景画图法 | 感谢您对中国移动的支持，关注到您近几个月流量都用完限速了，限速之后网速很慢，您平时看视频、网上购物、在线支付等都很不方便，现给您升级5G套餐后流量有xx，且流量用完后也不会限制您的网速，超出按xx进行计费，也很划算。这边帮您办理一下好吗？ |



# 产品亮点展示

| 业务名称           | 产品亮点  |
|----------------|---|
| "5G全家享" 套餐     | 来电提醒、流量结转、语音流量可共享、宽带和电视权益、五优服务、5G优享服务和5G极速服务 (如客户原套餐是 unlimited 套餐推5G套餐时, 1年内每月会再赠送50G流量) |
| 动感地带 (惠生活版) 套餐 | 随心选会员权益 (每月15大主流app会员选一)、惠生活权益(每月可领取价值20元代金券)、宽带电视权益 (78元套餐包含300M宽带, 98元包含300M宽带+魔百和长期免费) |
| 升档享套餐双倍流量或语音   | 加赠12个月双倍套餐流量或语音、优惠期一年, 到期前有短信提醒, 且到期后客户也未参加其他营销活动还是可以自由调整移动公司在售套餐                         |
| 升档享套餐七折特惠活动    | 享受1年套餐七折优惠 (原价与折后价格对比)、优惠期一年, 到期前有短信提醒, 且到期后客户也未参加其他营销活动还是可以自由调整移动公司在售套餐                  |

| 业务名称          | 产品亮点  |
|---------------|---|
| 神州行和飞享2022版系列 | 套餐内流量可结转、套餐总价低  |
| 保底送优惠活动       | 套餐不变, 每月承诺消费##元, 每月增加##流量和##通话, 出一份费用享受双份资源, 优惠期一年, 如无通知自动顺延    |
| 亲情权益          | 业务免费、成员直接互打电话免费   |
| 5G特惠流量包       | 套餐不变单独增加流量包, 没有合约限制, 不需要可以随时取消, 不取消长期有效, 流量可以结转、共享, 优先级高于套餐内流量。 |
| 不降档客户赠送流量优惠   | 免费赠送, 连续赠送12个月, 到期后自动取消   |

权益超市黄金会员的营销亮点（会员福利社/流量礼包/精选5折购/会员优惠购等四大权益内容可同时享受）

领取方式一：中国移动客户端 登录中国移动客户端-点击下方中间位置[权益]-[分类]进入

领取方式二：微信公众号 进入“移动花卡”公众号-点击页面下方菜单栏[权益领取]-[权益超市]进入

| 热门排名 | 权益分类  | 具体优惠   | 备注  | 参考话术   |
|------|-------|--|---|--|
| TOP1 | 会员福利社 | 黄金会员客户享有会员福利社的资格，每月可在会员福利社领取福利优惠券，如美团88元外卖券包、唯品会10元优惠券。            | 具体规则可告知客户以领取页面在规则为准。会员福利社的优惠券每月供应数量有限，领完即止。 <b>同一优惠券每月限领一张</b> ，常见问题见会员福利社领取规则。 | 我关注到您是我们的优质客户，有一项权益还没有领取，现在办理是不用另外收费，也没有任何合约，还可享受美团88元外卖券包、唯品会10元优惠券，您可以登录中国移动客户端去领取对应福利了，非常方便。  |
| TOP2 | 流量礼包  | 黄金会员客户每月可领取1GB流量日包1份，领取后实时下发，24小时内有效。若当月未领取，则次月无法补领。               | <b>领取后24小时/流量使用完毕失效，每月仅限领取一份。</b>   | 我关注到您是我们的优质客户，有一项权益还没有领取，也没有任何合约，现在给您办理是不用另外收费，您还可以登录中国移动客户端去领取1GB流量日包，领取后24小时内有效。   |
| TOP3 | 精选5折购 | 黄金会员客户每月在指定纯权益产品中选择1款以5折价格购买。如腾讯视频月卡、爱奇艺黄金会员月卡、美团外卖代金券。（每月仅限购买一款）。 | 每月仅限购买一款。   | 我关注到您是我们的优质客户，有一项权益还没有领取，现在给您办理是不用另外收费，也没有任何合约，您还可以在指定纯权益产品中选择1款以5折价格购买。如腾讯视频月卡、爱奇艺黄金会员月卡原价30，现在只需15元一个月。（每月仅限购买一款），现在办理您就可以登录中国移动客户端去享受对应福利了。 |
| TOP4 | 会员优惠购 | 黄金会员客户可以会员价购买纯权益产品。  |   | 我关注到您是我们的优质客户，有一项权益还没有领取，现在给您办理是不用另外收费，也没有任何合约，您还可以会员价购买纯权益产品。如优惠视频月卡原价30，现在只需21元一个月。现在办理您就可以登录中国移动客户端去享受对应福利了。                                |

# 挽留话术的应用

| 营销业务           | 拒绝场景                              | 方法                   | 挽留话术   |
|----------------|-----------------------------------|----------------------|--|
| 5G全家享套餐/动感地带套餐 | 客户表示自己不是5G手机，用不了5G/客户表示5G网络覆盖还没普及 | 运用五优话术挽留客户           | 您办理5G套餐后，4G、5G手机都可以使用，使用5G手机在5G网络下可以享受高速优质的5G网络，如果您使用的是4G手机，在4G网络下也可享受优先接入和优先加速的服务。                        |
| 5G全家享套餐/动感地带套餐 | 客户表示移动宽带网速太慢，不想使用移动了              | 利用宽带可以提速挽留客户         | 您现在宽带只有**M，所以可能会比较慢一点，我们现在的套餐包含**M的宽带，更改后系统会给您自动升级到**M的网速，家里的宽带网速就会更块，更流畅，办理后稍后重启直接就可以使用。                  |
| 5G全家享套餐        | 客户表示消费不了这么多钱                      | 运用消费结合法，产品对比法凸显新套餐优势 | 您现在用的是**套餐，您每个月消费是在**块钱左右的，套餐流量**G,语音**分钟，我们新套餐相当于每个月只要多加几元钱就可以享受到**分钟语音，**G流量是非常超值的，而且来电提醒功能费三块钱也是直接给您减免。 |

# 挽留话术的应用

| 营销业务                  | 拒绝场景                | 方法                            | 挽留话术   |
|-----------------------|---------------------|-------------------------------|--|
| 5G全家享套餐/动感地带/和飞享      | 客户直接拒绝营销            | 站在客户的角度为客户算账，从而突出新套餐的优势       | 办理后给您多了**分钟比您超出划算，您超出是一毛五一分钟，一百分钟就得十五，二百分钟就得三十，我们这边多给您**分钟，但只比您原套餐多了不多二十块钱，所以比您超出后按一毛五扣费划算很多。                                      |
| 5G全家享套餐/动感地带/和飞享/保底优惠 | 担心扣费整月费用的客户         | 强调套餐资源全量提供但是费用按天收取            | 现在办理套餐立即生效，而费用是按天收取，不会收取全月费用，但是套餐内所有资源可以全量使用，非常划算。   |
| 5G全家享套餐               | 客户表示现在是不限量流量的套餐不想更改 | 利用不限量套餐流量限速及1年内每月会再赠送50G流量来挽留 | 您现在套餐流量的确是不限量的，但是用完**G后就限速，限速之后网速慢很慢，您在外线上支付，扫码都无法使用，非常不方便，现在给您办理的套餐包含的都是通用流量，且不限速，使用更畅快，超出之后按照**收费，另外1年内每月还会再赠送50G流量，都是不限速的，非常划算。 |

# 挽留话术的应用

| 营销业务                  | 拒绝场景                            | 方法                | 挽留话术  |
|-----------------------|---------------------------------|-------------------|---|
| 所有业务均适用               | 客户表示自己去营业厅办理                    | 以退为进法             | 你去营业厅也是可以的，您看天气这么热/冷，您在我们这里办理省时省事，可以节约你亲自跑一趟的时间，而且您到营业厅办理还需要要提供证件，取号，排队非常麻烦，我处直接帮您办理只需您按一下数字1键就可以，而且办理成功后也会有中国移动10086给您下发业务受理短信，您可以放心，现在帮您办理好吗？ |
| 5G全家享套餐/动感地带/和飞享/保底优惠 | 客户表示移动不断的把我的套餐升级，越来越高，我原来才18元的。 | 结合时间消费需求及所推业务亮点挽留 | 先生/女士，您先别生气，您的心情我可以理解！我刚刚看了下您平时的流量和通话使用情况，其实您打电话确实不多，关键就是流量，我看到您流量一个月都用到了**了，您是有上网的需求的，上个月消费高就是流量超出了，现在我们这个套餐/保底活动，每个月多增加了**流量刚好可以稳定您的消费。       |
| 所有业务均适用               | 客户对外呼不信任                        | 强调10085属于移动外呼营销专线 | 10085是移动专属外呼热线，办理成功后也是会有中国移动10086下发短信给您的，而且我们通话都是全程录音的，您可以放心的。  |



# 挽留话术的应用

| 营销业务    | 拒绝场景                        | 方法                   | 挽留话术   |
|---------|-----------------------------|----------------------|--|
| 动感地带套餐  | 客户表示暂时不需要                   | 随心选会员权益挽留            | 您现在是**元套餐，套餐内流量和通话都比较少，通话只有**分钟，流量**M,给您升级**元套餐，不管是流量还是通话，都给您增加了很多，而且您还可以每个月领取一个会员，就是看视频的VIP会员，比如说：爱奇艺、腾讯视频、优酷、哔哩哔哩、芒果TV、咪咕视频、酷狗、QQ音乐等，每月您都可以任选一个领取，你也知道单独办理一个会员都是一个一个月三十块钱的，这样也可以帮您节省单独开通会员的费用了，现在给您办理好吗？ |
| 5G特惠流量包 | 现在不想更改套餐但是流量使用需求较大的客户       | 采用以退为进法结合客户使用需求推荐流量包 | 如果您暂时不想变更套餐也是可以的，可以办理一个****流量包，价格不高，如不需要还可以随时取消，同时可以避免流量超出产生高额的流量费用。   |
| 保底优惠    | 客户表示我用不了那么多的流量，平常都是有WIFI上网； | 场景画图法                | 看到您现在确实是没怎么用，但是现在是数据网络时代，如果您出门在外扫码，支付，还有使用微信、刷抖音，看视频都需要用流量，您流量如超出费用就比较贵，您现在办理这个**这样您也方便很多  |

# 满意度邀评话术



**营销成功邀评话术：**您的业务已受理成功，稍后您会收到一条对我个人本次服务的测评信息，10分是满意，1分是不满意，期待您的10分满意。那不打扰您了，祝您生活愉快，再见！



**营销失败邀评话术：**您不需要也没关系，下次有更合适的活动我们再联系您，稍后您会收到一条对我个人本次服务的测评信息，10分是满意，1分是不满意，期待您的10分满意。那不打扰您了，祝您生活愉快，再见！





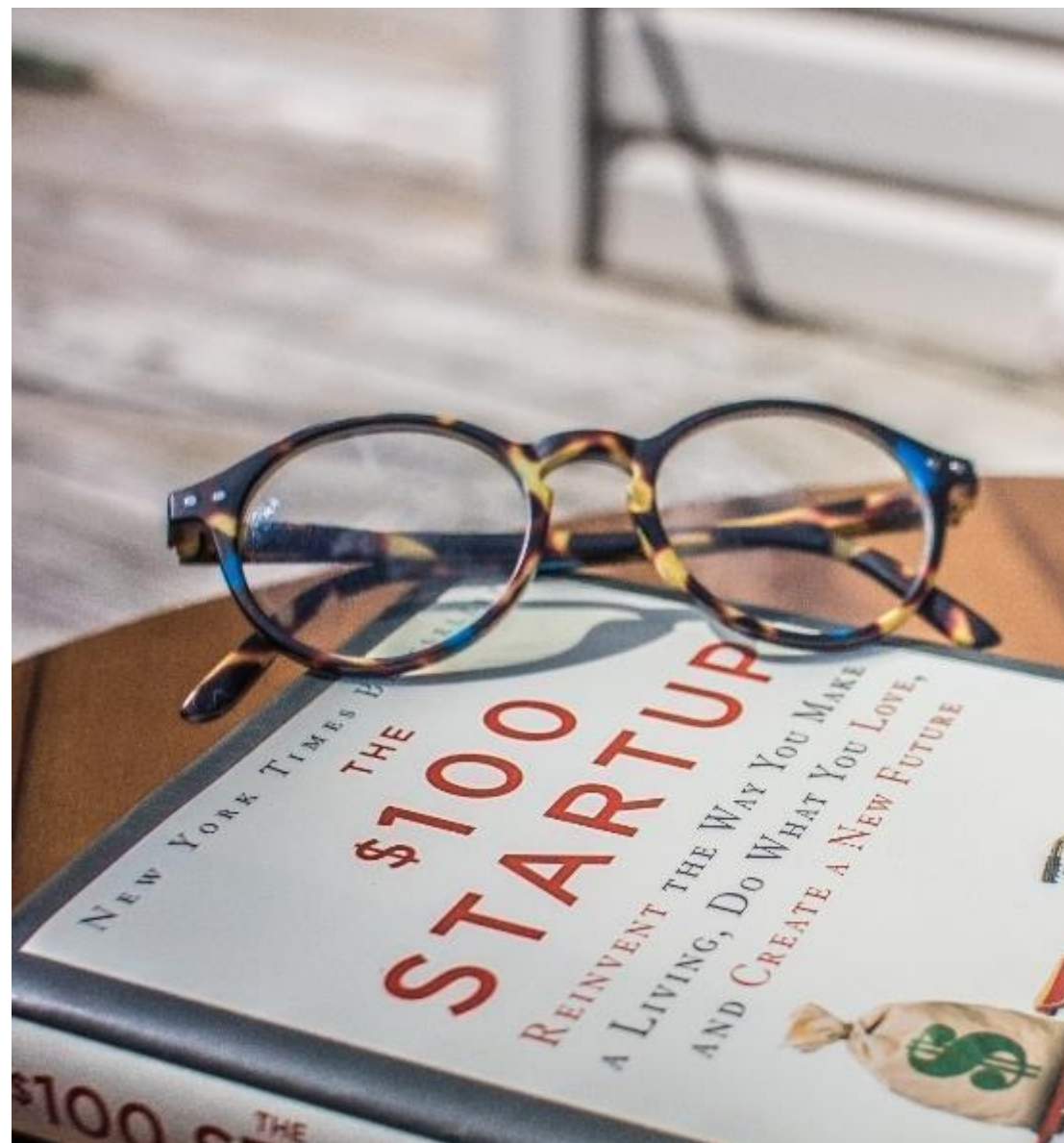
## 录音案例分享



## 保底优惠88元档案例分享



20220803102903751\_1\_715\_25001



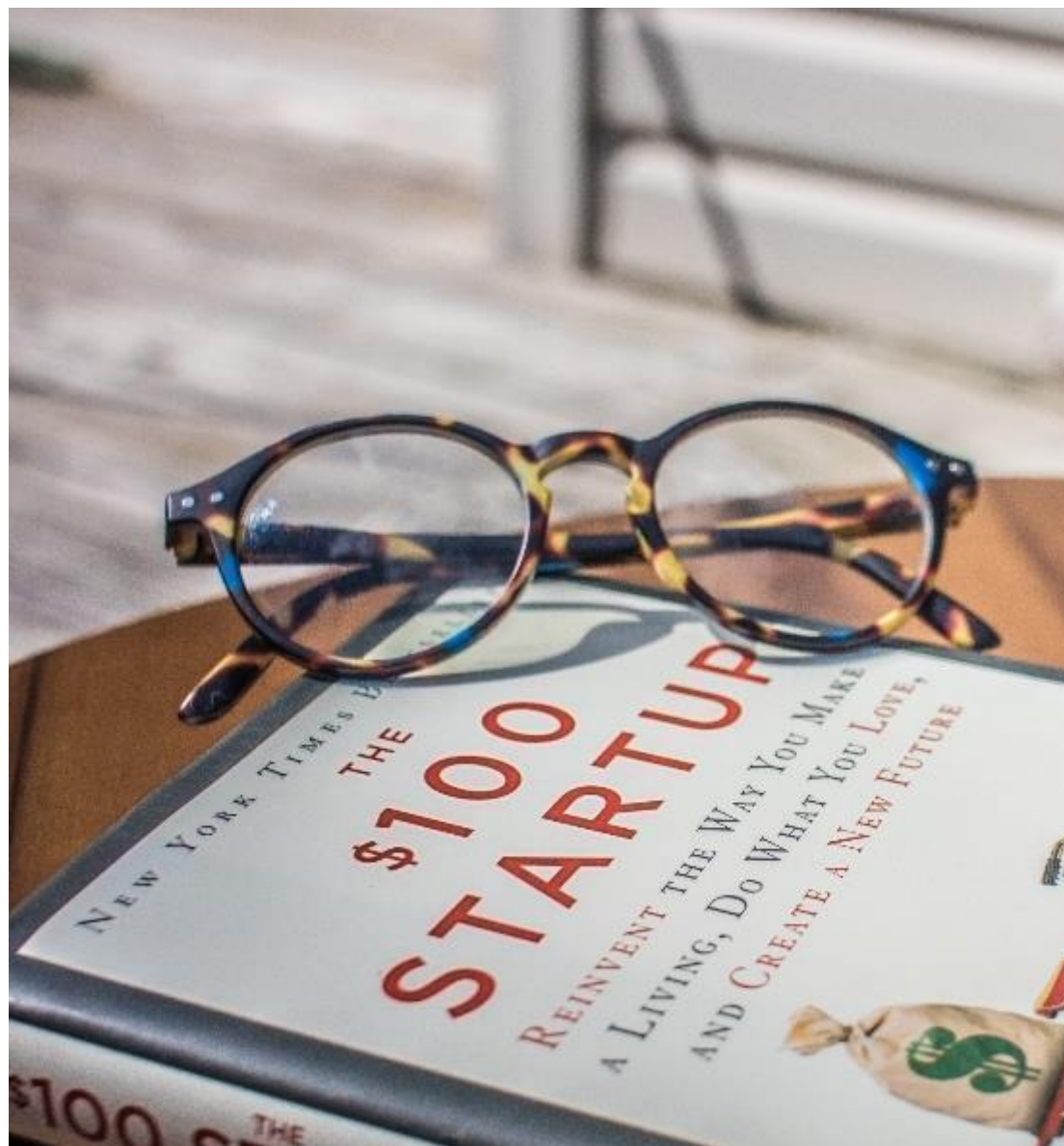
## 录音内容及点评

### 录音内容：

CSR外呼向客户推荐办理保底享优惠88元档，告知给客户带来保底送优惠活动，套餐不变，多增加25G流量和400分钟通话，还可以领取咪咕视频会员，免广告看VIP电影、电视剧，只要每月承诺保底消费88元，客户同意，后客户同意，CSR完整介绍所办业务名称、具体资费、优惠期及所有业务规则，客户按1确认后办理成功，CSR满意度邀评后报结束语挂机。

### 录音亮点：

第一步、CSR直奔主题，表示给客户带来保底送优惠，并突出活动亮点，套餐不变，额外增加5G流量和300分钟通话；  
第二步、利用可以领取咪咕视频会员，免广告看VIP电影、电视剧这一亮点成功吸引客户；  
第三步、完整的介绍所办业务名称、具体资费、优惠期及所有业务规则；  
第四步、业务熟练，语速适中，礼貌邀评。



## 升档98元动感地带享双倍流量优惠案例分享



20220703110303024\_1\_314\_25002.mp3





## 录音内容及点评

### 录音内容：

CSR外呼向客户推荐办理升档98元动感地带享双倍流量优惠，表示给客户带来优惠套餐，每月有400分钟通话，流量可以享受一年双倍有40G，还有30G定向流量，客户直接拒绝，CSR立即查询客户近期账单，告知客户消费到达100多，且通话都超出很多，并告知客户现在套餐是老套餐，套餐内没有通话，且打电话比较贵，100分钟就需扣19元，并再次突出所推套餐优势，后客户同意，CSR介绍业务规则，客户按1确认后办理成功，CSR满意度邀评后报结束语挂机。

### 录音亮点：

第一步、CSR直奔主题，突出活动亮点（流量双倍，定向流量30G）。

第二步、客户拒绝后立即使用消费分析法和产品对比法进行挽留。

第三步、完整的介绍业务规则。

第四步、礼貌邀评。

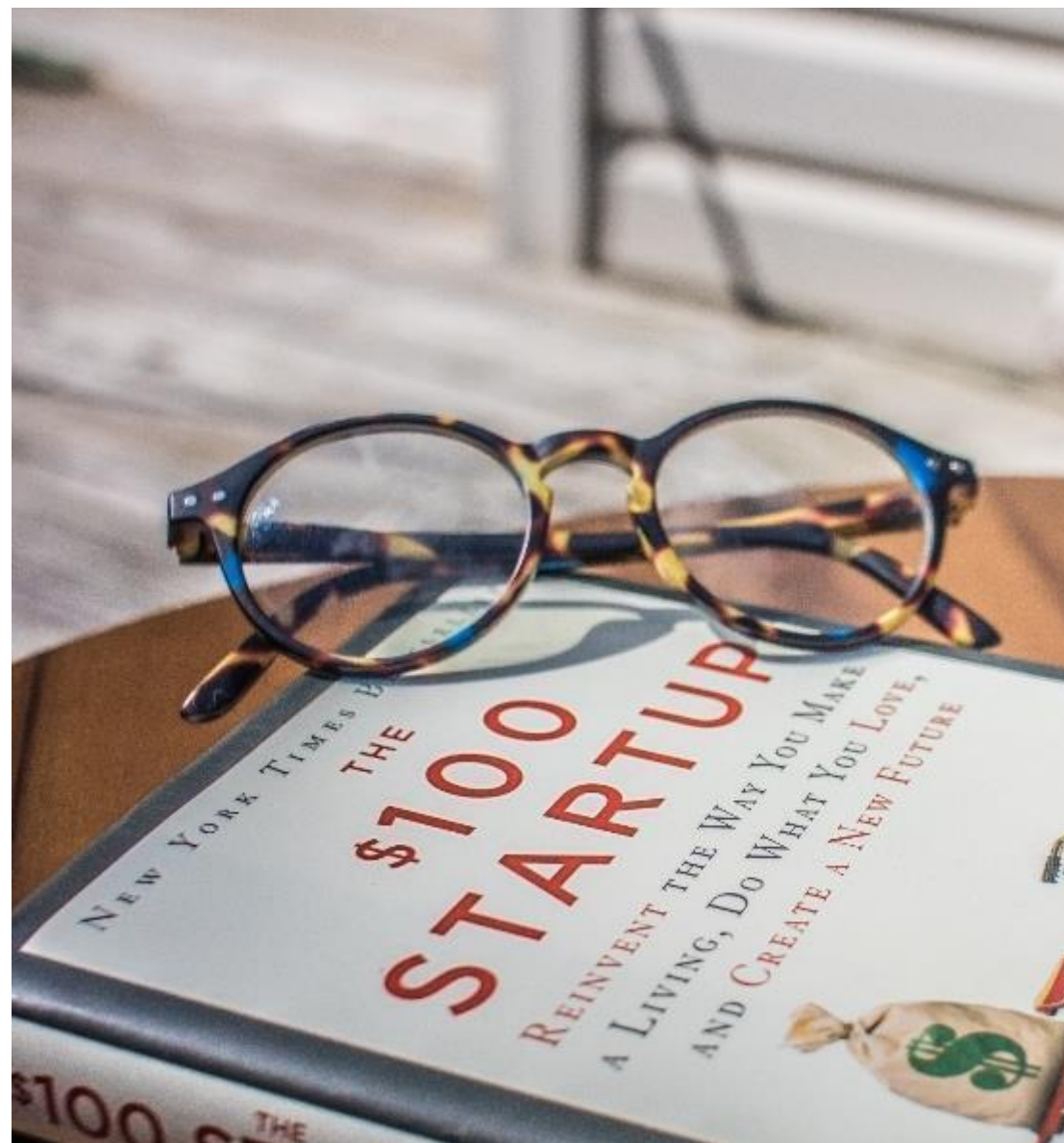




# 升档享199元套餐七折特惠活动案例分享



20220704104428809\_1\_435\_25002.mp3





## 录音内容及点评

### 录音内容：

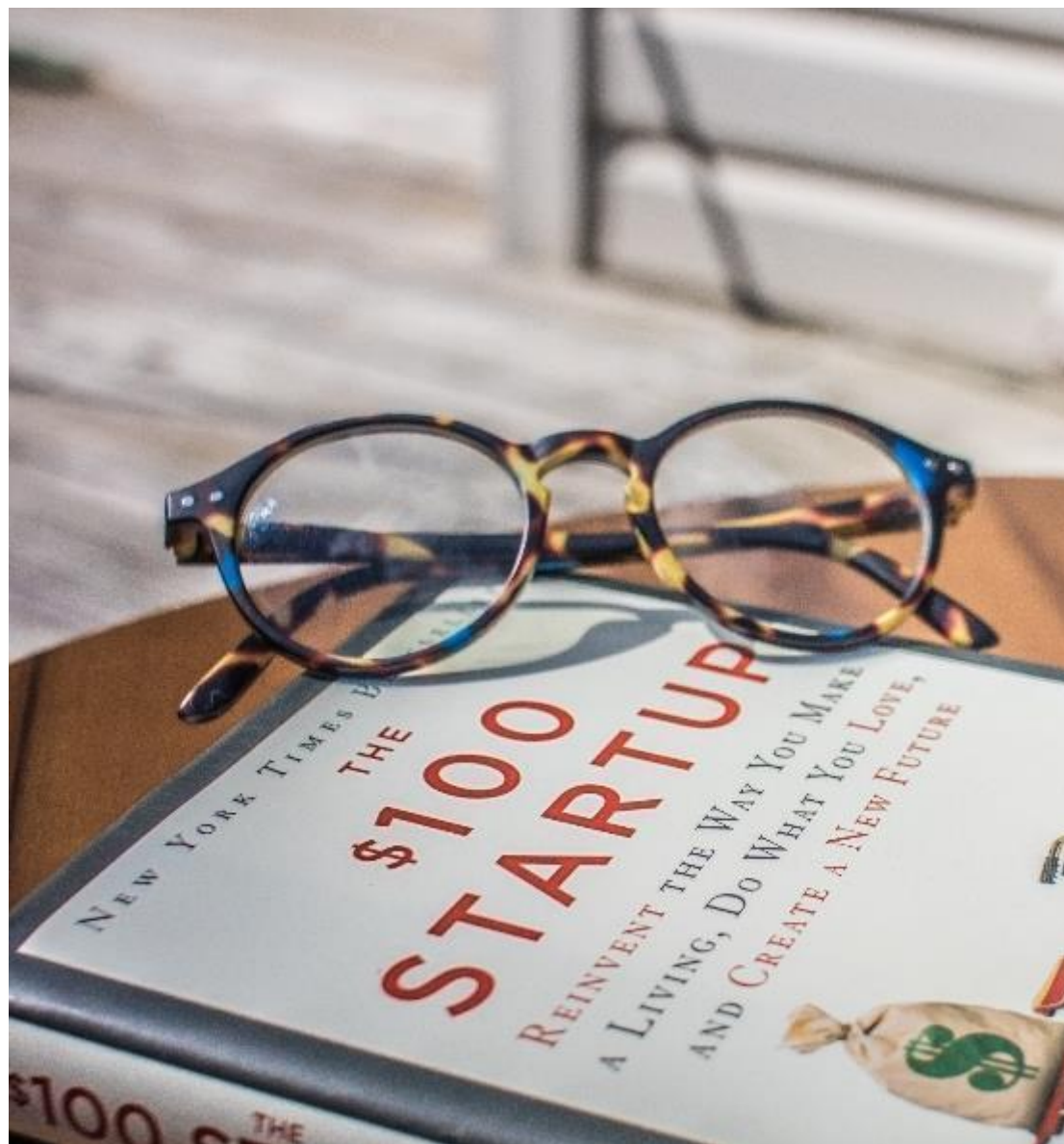
CSR外呼向客户推荐办理升档享199元套餐七折特惠活动，表示客户是4星客户，给客户带来套餐七折优惠，原价199元享受一年7折，140元每月，比原套餐只多1元，流量有60G,没用完还可以结转到下个月，打电话有2000分钟，宽带也可以提速到500M，办理后马上就可以用，并再次强调套餐费只增加1元钱，流量就可以增加30G,客户同意，CSR介绍业务规则，客户按1确认后办理成功，CSR报结束语挂机。

### 录音亮点：

第一步、CSR直奔主题，表示客户是4星客户，给客户带来套餐七折优惠，并运用产品对比突出活动亮点。

第二步、强调只增加1元钱，流量就可以增加30G流量，成功吸引客户，促成营销。

第三步、完整的介绍业务规则。



# 承诺不降档客户-5G网络流量体验 案例分享



20220704154959682\_1\_988\_25002.mp3



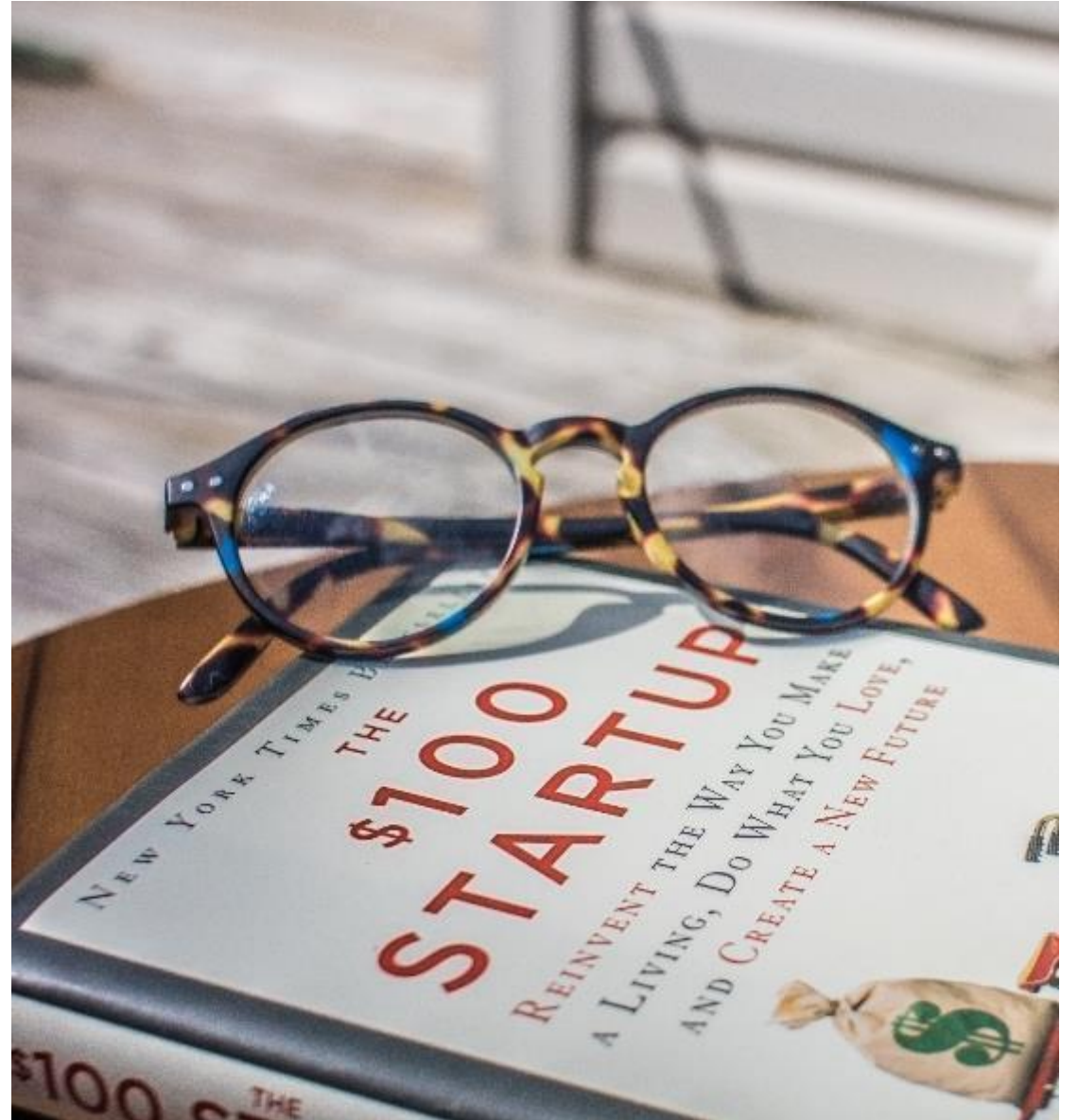
## 录音内容及点评

### 录音内容：

CSR外呼向客户推荐办理赠送10G流量优惠，告知客户每月免费赠送10G流量，连续赠送12个月，到期会自动取消，客户同意，CSR介绍业务规则，客户按1确认后办理成功，CSR满意度邀评后报结束语挂机。

### 录音亮点：

第一步、CSR直奔主题，突出活动亮点（免费赠送、赠送12个月、到期会自动取消）。  
第二步、针对客户顾虑是否会收费，到期后是否会取消，CSR再次解释，解除客户顾虑，从而得到客户认可，促成营销。  
第三步、完整的介绍业务规则。  
第四步、礼貌邀评。

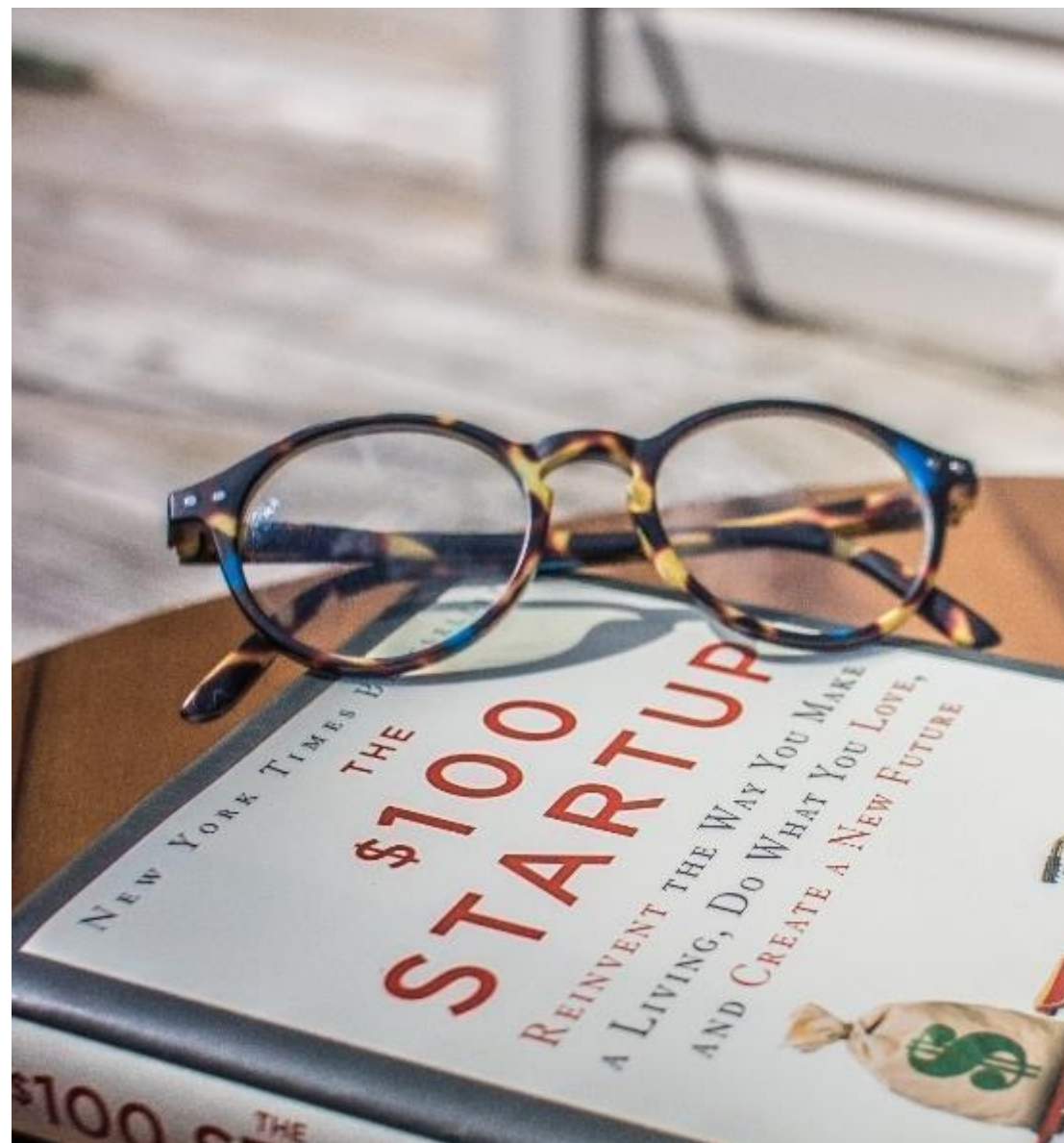




# 不限量套餐迁转全家享套餐案例 分享



20220719155844300\_1\_926\_25002



## 录音内容及点评

### 录音内容：

CSR外呼营销推荐办理升档享199元套餐七折特惠活动，告知客户以后打电话可以增加至2000分钟，流量有60G，还包含一条500兆的宽带，原价是199元现在办理可以享受7折，打完折是140元，希望您用的满意好吗？客户直接表示我的流量是无量化的，CSR告知客户您现在的是4G套餐，流量超出的话是不收费，但是您的流量现在是41G用完了就会限速，网速很卡很慢，我们现在的套餐是有60G流量，一年内的话每个月还给您额外增加50G流量，一共就有110G不卡不限速的流量，打电话原来是1000分钟可以给您增加到2000分钟，每个月就是140元就可以了好吗？客户询问是5G套餐吗？CSR告知客户是5G套餐，但是网络是4、5G通用的，现在给您办理就可以用了，客户同意办理，CSR再次为客户详细介绍业务规则，客户同意后再转接语音确认办理。



## 录音内容及点评

### 录音亮点:

第一步：CSR业务熟练准确地告知客户新套餐的优惠内容，并且利用套餐折扣优势吸引客户；

第二步：当客户表示自己是流量不限量套时，CSR立即利用不限量套餐，但是流量会限速会卡顿，影响使用感知来挽留，而再次强调所推套餐优势，强调套餐享七折，另外还赠送50G流量，从而成挽留；

第三步：整通电话CSR语气柔和，思路清晰，业务熟练，营造了一个良好的沟通氛围。





# 录音案例分享



20220618144445342\_1\_640\_25005.mp3



20220622090625525\_1\_445\_25005.mp3



# 录音案例分享

**成功录音内容：**CSR外呼客户推荐保底享优惠139元档。营销时CSR告知每个月可以额外给客户增加40G流量和1500分钟通话，不用更改套餐，只需要每个月套餐费、流量费、语音费、短信费等合计起来消费达到139元就可以了，办理上马上就可以使用。**客户表示不需要，现在的套餐差不多够了。**CSR解释客户每个月消费都是124元，这个124元是包含在保底139内，相当于每个月多15元就可以多使用40G流量。客户同意办理。CSR介绍具体资费及业务规则后经客户同意办理成功，CSR邀评后挂机。

**失败录音内容：**CSR外呼客户推荐保底享优惠88元档，告知客户套餐不变在原套餐基础上额外增加25G流量和400分钟通话，**客户表示不需要暂时够用**，CSR未挽留直接引导宽带新装后报结束语挂机。





# 录音案例分享

## 成功录音亮点:

第一步、直奔主题，告知给客户带来优惠，不更改套餐每月增加40G流量和1500分钟通话，只需每月消费达到139元；

第二步、利用消费分析法，结合客户消费账单进行挽留，成功吸引客户；

第三步、完整清晰介绍资费规则等；

第四步、与客户确认对所以资费及规则都清楚的前提下转语音确认，业务受理成功；

第五步、礼貌邀评，报结束语挂机。

## 失败录音存在的问题:

- 1、针对客户拒绝的原因，未进行有效挽留；
- 2、未进行满意度邀评。



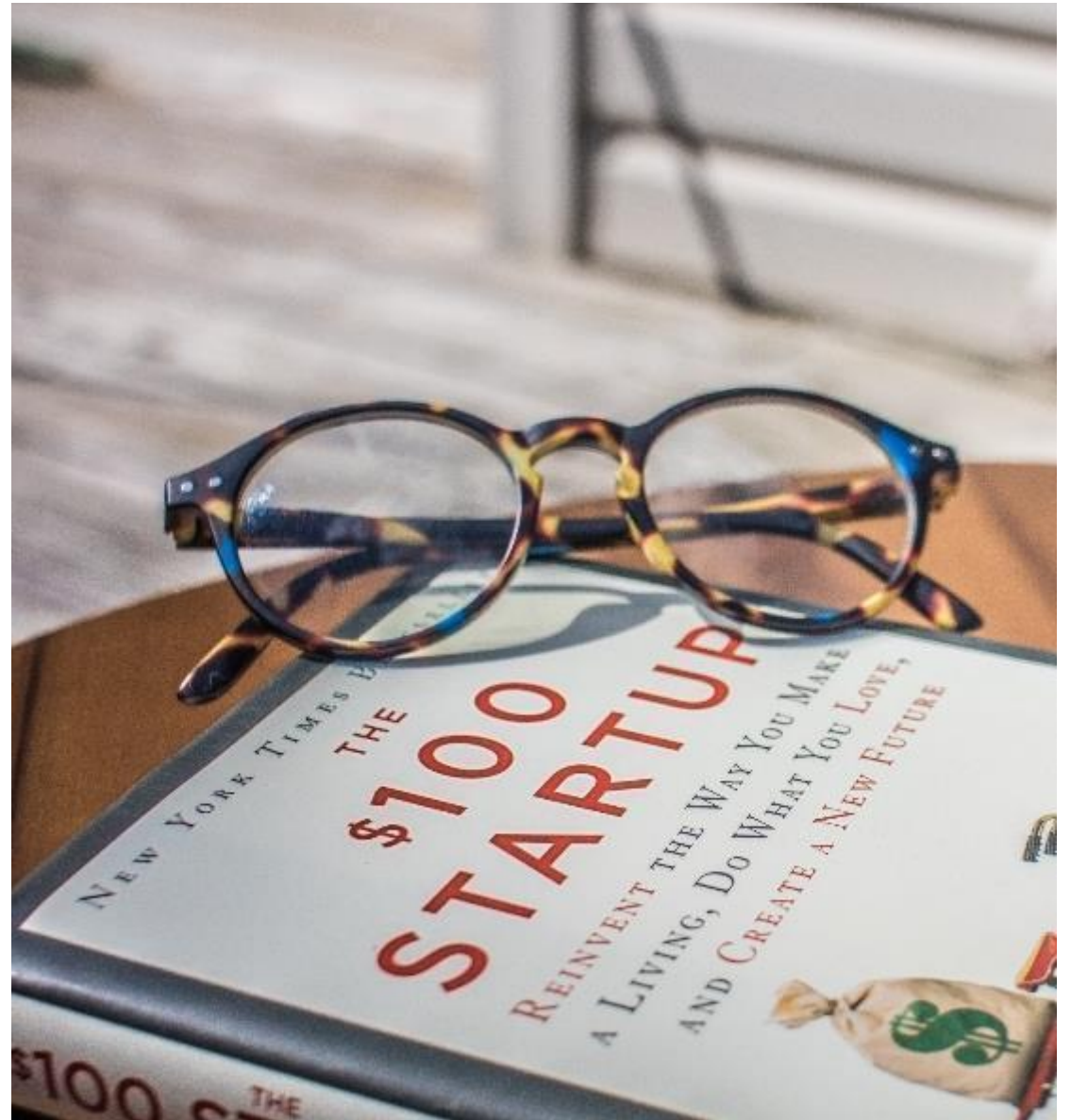
| 账单信息 全部收起 + 全选                               |        |        |         | 您本月共消费:124.00元 |                      | 账单发送   |  | 账单打印 |  |
|--|--------|--------|---------|----------------|----------------------|--------|--|------|--|
| 价格   | 0.00元  | 减免     | 0.00元   | 实际消费           | 0.00元                |        |  |      |  |
| 科目   | 价格(元)  | 减免(元)  | 实际消费(元) |                |                      |        |  |      |  |
| 套餐及固定费                                       | 159.00 | -35.00 | 124.00  |                |                      |        |  |      |  |
| <input type="checkbox"/> 权益超市黄金会员            | 5.00   | -5.00  | 0.00    |                |                      |        |  |      |  |
| <input type="checkbox"/> 全家享套餐119元档          | 119.00 |        | 119.00  |                |                      |        |  |      |  |
| <input type="checkbox"/> 5G畅享流量30元10GB       | 30.00  | -30.00 | 0.00    |                |                      |        |  |      |  |
| <input type="checkbox"/> 个人付费-集团彩铃月基本使用费5元/月 | 5.00   |        | 5.00    |                |                      |        |  |      |  |
| 增值业务费  | 5.00   | -5.00  | 0.00    |                |                      |        |  |      |  |
| <input type="checkbox"/> 来电显示功能费             | 5.00   | -5.00  | 0.00    |                |                      |        |  |      |  |
| 合计   | 164.00 | -40.00 | 124.00  |                |                      |        |  |      |  |
|  |        |        |         |                | 实际应付                 | 124.00 |  |      |  |
|  |        |        |         |                | 本月中国移动已为您节省 40.00元 > |        |  |      |  |

| 账户信息    |           | 积分信息    |         |         |
|---------|-----------|---------|---------|---------|
| 本月余额(元) | 223.35    | 上月结余(元) | 347.35  |         |
| 本月入账(元) | 0.00      | 本月支出(元) | -124.00 |         |
| 账户名称    | 本月账户余额(元) | 上月结余(元) | 本月入账(元) | 本月支出(元) |
| 腾讯龙     | 223.35    | 347.35  | 0.00    | -124.00 |

| 消费情况     |           | 消费趋势     |           | 消费分布 |  |
|----------|-----------|----------|-----------|------|--|
| 近3个月平均消费 | 124.00元   | 近6个月平均消费 | 124.07元   |      |  |
| 近3个月平均流量 | 1468229MB | 近6个月平均流量 | 1668834MB |      |  |



# 录音案例分享



20220614165608177\_1\_267\_25005.mp3



20220622091316597\_1\_744\_25003.mp3

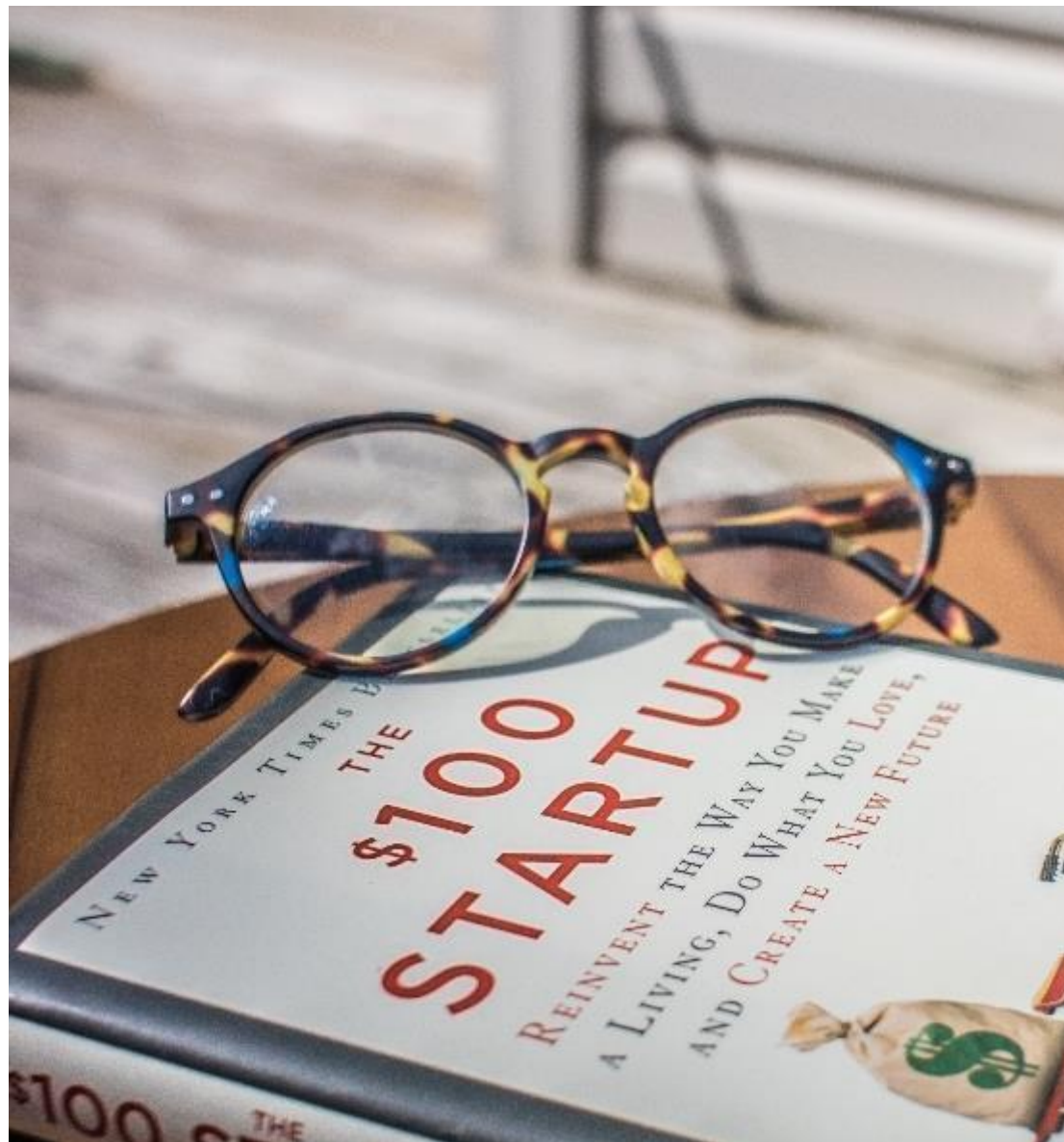




# 录音案例分享

**成功录音内容：**CSR外呼客户推荐办理保底优惠139元档，告知客户查看到客户近期流量有超出，现套餐不变的情况下额外增加40G流量和1500分钟通话，只要每月保底消费达到139元，包括月租在内，**客户表示在用另外一张卡上网**，CSR查询客户消费情况，告知客户每月都有用这张卡上网，并告知客户如果说您平常没用的话您就不用办理这个优惠，但是您确实也在用这个移动号码上网，而且流量也是用的特别多，流量还超了。因为您超出也要收费对不对，超出一个g就要三块钱，十个g需要三十块钱了，现在有这个活动一个月也就多二十块钱，您多了四十g的流量，以后每个月有七十g，然后这个二十块钱您还可以自己再拿来用的。您可以拿来包一个流量包也可以，包一个流量包有一个十五块钱十个g的，不用另外交费，还是一百三十九，那您加起来就有八十g的流量，这个号码每个月有八十g了。用起来也是更方便更划算的，这是一个活动，您也可以使用对比一下嘛，您可以专门拿这张卡上网都可以呀，加流量包加保底加套餐每个月有八十g的流量嘛，您可以专门用这张卡上网的呀。客户同意，CSR介绍规则后帮客户办理。

**失败录音内容：**CSR外呼客户推荐办理保底优惠88元档，告知客户套餐不变在原套餐基础上额外增加25G流量和400分钟通话，客户拒绝，CSR再次向客户推荐特惠流量包，**客户表示有两张卡在用**，CSR未挽留直接引导宽带新装后报结束语挂机。



# 录音案例分享

## 成功录音亮点:

第一步、结合客户近期消费情况进行切入，引出所推业务，并言简意赅突出亮点（套餐不变，增加了40G流量和1500分钟通话）；

第二步、针对客户对流量费用的质疑，进行解释并挽留；

第三步、利用消费对比的方法进行挽留；

第四步、利用保底优惠与客户实际消费间的差价，成功推荐了流量包；

第五步、完整介绍业务资费及规则；

第六步、礼貌邀评，报结束语挂机。

## 失败录音存在的问题:

针对客户拒绝的原因，未进行有效挽留。





|       |        |    |          |       |        |      |    |
|-------|--------|----|----------|-------|--------|------|----|
| 国内剩余量 | 0.00MB | 总量 | 607.93MB | 上月结转量 | 0.00MB | 是否封顶 | 封顶 |
| 流量限速  | 未限速    |    |          |       |        |      |    |

|        |      |     |     |     |
|--------|------|-----|-----|-----|
| 流量使用明细 | 查询全部 | 总流量 | 已用量 | 剩余量 |
|--------|------|-----|-----|-----|

| 商品名称             | 优先级  | 流量类型   | 适用范围 | 总量          | 已用量         | 饱和度     | 剩余量    | 开始时间                | 结束时间                | 结转属性 | 产品编码     | 超额流量   | 共享属性 |
|------------------|------|--------|------|-------------|-------------|---------|--------|---------------------|---------------------|------|----------|--------|------|
| 全家享套餐119元档(4月结转) | 1668 | 移动数据流量 | 国内   | 9GB362.85MB | 9GB362.85MB | 100.00% | 0.00MB | 2022-04-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 可结转  | 99667694 | 0.00MB | 结转共享 |
| 全家享套餐119元档       | 1668 | 移动数据流量 | 国内   | 30GB        | 30GB        | 100.00% | 0.00MB | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 不可结转 | 99667694 | 0.00MB | 当月共享 |
| 5G畅享流量30元(10GB)  | 2550 | 移动数据流量 | 国内   | 10GB        | 10GB        | 100.00% | 0.00MB | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 不可结转 | 99664880 | 0.00MB | 当月共享 |

|          |      |    |     |     |
|----------|------|----|-----|-----|
| 其他资源使用情况 | 查询全部 | 总量 | 已用量 | 剩余量 |
|----------|------|----|-----|-----|

| 商品名称         | 优先级  | 资源名称         | 总量   | 已用量  | 剩余量 | 单位 | 开始时间                | 结束时间                | 套餐编码       |
|--------------|------|--------------|------|------|-----|----|---------------------|---------------------|------------|
| 视频增值业务专属流量预付 | 5699 | 定向流量预付       | N    | 2.35 | -   | MB | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 1710000054 |
| 全球通换卡短信权益包   | 2820 | 赠送短信条数50     | 50   | 2    | 0   | 条  | 2022-05-01 11:13:59 | 2022-05-31 23:59:59 | 99722211   |
| 短信礼包合约4      | 2800 | 赠送短信条数500    | 500  | 0    | 0   | 条  | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 99679930   |
| 彩信礼包合约4      | 2800 | 赠送彩信条数500    | 500  | 0    | 0   | 条  | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 99679912   |
| 全家享套餐119元档   | 2240 | 赠送通话分钟数 1000 | 1000 | 31   | 0   | 分钟 | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-05-31 23:59:59 | 99667694   |

|            |       |      |
|------------|-------|------|
| 套餐外其他资源使用量 | 超额使用量 | 资源类型 |
|------------|-------|------|

- 消息
- 提醒
- 账单
- 转号
- 设置
- 服务
- 我的手机
- 充值
- 宽带专区
- 网络开关
- 营销活动专区
- 其他页面

Windows 10 任务栏显示：14:33 2022/7/1



# 录音案例分享



20220703165304443\_1\_656\_25002.mp3



20220301143455945\_1\_655\_25003.mp3





# 录音案例分享

**成功录音内容：**CSR外呼客户推荐办理保底优惠239元档，告知客户现在199元套餐不变，每月包含套餐费，通话费，短信费等消费一起到达239元就可以额外增加100G流量和2000分钟通话，客户询问是要升级到239元吗，CSR解释不更改套餐，消费到达239元就可以，客户询问消费达不到239元是否也按239元收费，CSR告知是的，客户表示不办理了，后CSR表示客户流量使用比较多，又向客户推荐办理10元5G特惠流量包，客户同意，CSR介绍具体规则后办理成功。

**失败录音内容：**CSR外呼客户推荐办理保底优惠78元档，告知客户给其带来保底优惠，套餐不变，增加20G流量和400分钟通话，客户表示不不要，不更改套餐，CSR直接报结束语挂机。



# 录音案例分享

## 成功录音亮点:

第一步、直奔主题，引出所推业务，言简意赅突出亮点（套餐不变，增加了100G流量和2000分钟通话）；

第二步、针对客户顾虑会将客户套餐升级，进行解释并挽留；

第三步、客户拒绝后，立即结合客户流量使用情况执行第二推荐，向客户推荐了5G特惠流量包；

第四步、突出5G特惠流量包的亮点（流量可以结转和共享，不取消长期有效，套餐是不会更改的）；

第五步、完整介绍业务资费及规则；

第六步、礼貌邀评，报结束语挂机。

## 失败录音存在的问题:

**问题:** 客户质疑自己套餐不需要更改时，CSR未挽留，也未执行第二推荐，且急于挂机。

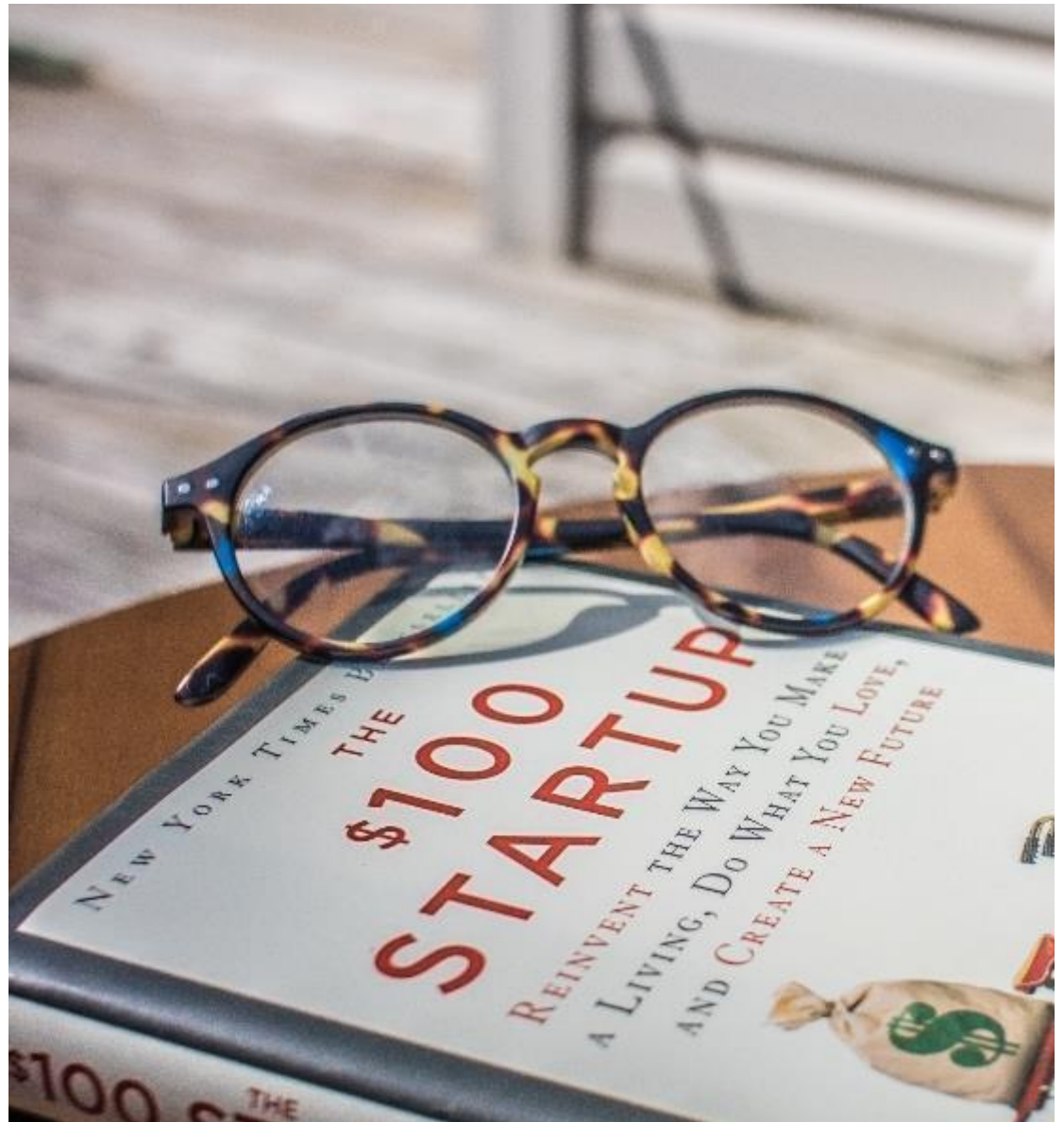
**建议:** 1、客户反问自己套餐不变时，CSR可以解释一下告知客户套餐确实是没有更改您的还是58元档，您原来套餐内的所有内容都还是有的，现在是只要您的消费达到了78元，加上您58元套餐费用，还有您办理的集团，还有流量包，甚至产生的高清视频通话费都是可以包含在保底内的，我帮您看了下您现在本身的固定费用也都已经达到了70元，等于说您每个月只需要多增加8块钱，就可以多增加20G的流量和400分钟的通话了；2、客户询问时应该要正面回应，不能避而不答，当客户明确拒绝，挂机也应当报完结束语，切勿急于挂机，给客户造成不好的感知。





| 国内剩余量  | 0.00MB | 超额量         | 8GB25.671MB | 上月结转量    | 0.00MB   | 是否封顶    | 封顶                  |                     |                     |      |          |        |     |
|--|--------|-------------|-------------|----------|----------|---------|---------------------|---------------------|---------------------|------|----------|--------|-----|
| 流量限速   | 未限速    |             |             |          |          |         |                     |                     |                     |      |          |        |     |
| 流量使用明细 <input type="button" value="查询全部"/> <span style="float: right;">总量 <input type="text"/> 已用量 <input type="text"/> 剩余量 <input type="text"/></span>    |        |             |             |          |          |         |                     |                     |                     |      |          |        |     |
| 商品名称   | 优先级    | 流量类型        | 适用范围        | 总量       | 已使用量     | 饱和度     | 剩余量                 | 开始时间                | 结束时间                | 结转属性 | 产品编码     | 超额流量   | 共享  |
| 全家享套餐199元档(家庭共享)   | 1668   | 移动数据流量      | 国内          | 60GB     | 60GB     | 100.00% | 0.00MB              | 2022-06-01 00:00:00 | 2022-06-30 23:59:59 | 不可结转 | 99667697 | 0.00MB | 当月并 |
| 全家享套餐199元档(5月结转)   | 1668   | 移动数据流量      | 国内          | 744.74MB | 744.74MB | 100.00% | 0.00MB              | 2022-05-01 00:00:00 | 2022-06-30 23:59:59 | 可结转  | 99667697 | 0.00MB | 结转  |
| < >  |        |             |             |          |          |         |                     |                     |                     |      |          |        |     |
| 其他资源使用情况 <input type="button" value="查询全部"/> <span style="float: right;">总量 <input type="text"/> 已使用量 <input type="text"/> 剩余量 <input type="text"/></span> |        |             |             |          |          |         |                     |                     |                     |      |          |        |     |
| 商品名称   | 优先级    | 资源名称        | 总量          | 已使用量     | 剩余量      | 单位      | 开始时间                | 结束时间                | 套餐编码                |      |          |        |     |
| 视频短电信业务专属流量预付  | 5699   | 定向流量预付      | N           | 0.13     | -        | MB      | 2022-06-01 00:00:00 | 2022-06-30 23:59:59 | 1710000054          |      |          |        |     |
| 全球通白金卡短彩权益包  | 2820   | 赠送短信条数150   | 150         | 5        | 0        | 条       | 2022-06-01 11:36:01 | 2022-06-30 23:59:59 | 99722213            |      |          |        |     |
| 短信礼包合约5  | 2800   | 赠送短信条数1000  | 1000        | 0        | 0        | 条       | 2022-06-01 00:00:00 | 2022-06-30 23:59:59 | 99683507            |      |          |        |     |
| 存量0元集团老用户0元包1200分钟   | 2405   | 赠送通话分钟数1200 | 1200        | 16       | 0        | 分钟      | 2022-06-01 00:00:00 | 2022-06-30 23:59:59 | 31992228            |      |          |        |     |
| 全家享套餐199元档(家庭共享)   | 2240   | 赠送通话分钟数2000 | 2000        | 557      | 0        | 分钟      | 2022-06-01 00:00:00 | 2022-06-30 23:59:59 | 99667697            |      |          |        |     |
| 激活 Windows<br>更新或重置 设置 以激活 Windows.  |        |             |             |          |          |         |                     |                     |                     |      |          |        |     |

- 首页
- 账户信息
- 账单
- 号码
- 设置
- 网络故障
- 宽带业务
- 业务受理
- 国际专区
- 梦网开关
- 常用活动
- 专区
- 其他页面



全部收起 ▾ 全选

您本月共消费:74.06元 [账单发送](#)

1.00元 减免: 0.00元 实际消费: 0.00元

|   | 价格(元)        | 减免(元)        | 实际消费(元)      |
|---|--------------|--------------|--------------|
| <b>级固定费</b>                             | <b>70.00</b> |              | <b>70.00</b> |
| <input type="checkbox"/> 10元10G个人放心用叠加包 | 10.00        |              | 10.00        |
| <input type="checkbox"/> 和飞享(2019版)58元档 | 58.00        |              | 58.00        |
| <input type="checkbox"/> 新增用户2元包1200分钟  | 2.00         |              | 2.00         |
| <b>外语音费</b>                             | <b>4.06</b>  |              | <b>4.06</b>  |
| <input type="checkbox"/> 高清视频通话费        | 4.06         |              | 4.06         |
| <b>业务费</b>                              | <b>5.00</b>  | <b>-5.00</b> | <b>0.00</b>  |
| <input type="checkbox"/> 来电显示功能费        | 5.00         | -5.00        | 0.00         |
|   | <b>79.06</b> | <b>-5.00</b> | <b>74.06</b> |

[账户信息](#) [积分信息](#)

本月余额(元) 上月结余(元) 本月入账(元)  
70.48 ▾ 0.00 + 150.00 >

| 账户名称 | 本月账户余额(元) | 上月   |
|------|-----------|------|
| 盛*   | 70.48     | 0.00 |

[消费情况](#) [消费趋势](#) [消费分布](#)

**消费**

近3个月平均消费 71.38元

**流量**

近3个月平均流量 55GB508MB





## 总结

要做好营销需做到以下三点：

- 1、拥有扎实的基本功，也就是熟练掌握业务及脚本知识。
- 2、充分了解客户信息（利用系统功能了解客户消费情况，资源使用情况，办理哪些优惠活动及业务等），做到知己知彼。
- 3、掌握良好的沟通及营销技巧，并能够灵活地运用到营销过程中。



感谢聆听!

