



电话推销

案例编号：TJVI-S&M-021

案例名称：电话推销

案例部门：市场销售部

案例描述：

某天，某酒店预订员小王接到一位美国客人从上海打来的长途电话，想预订两间每天收费在 120 美元左右的标准双人客房，三天以后开始住店。小王马上翻阅了一下订房记录表，回答客人说由于三天以后饭店要接待一个大型国际会议的多名代表，标准间客房已经全部订满了。小王讲到这里并未就此把电话挂断，而是继续用关心的口吻说：“您是否可以推迟两天来，要不然请您直接打电话与南京 XX 饭店去联系询问如何？”美国客人说：“我们对南京来说是人地生疏，你们饭店比较有名气，还是希望你给想想办法。”小王暗自思量以后，感到应该尽量勿使客人失望，于是接着用商量的口气说：“感谢您对我们饭店的信任，我们非常希望能够接待象您们这些尊敬的客人，请不要着急，我很乐意为您效劳。我建议您和朋友准时前来南京，先住两天我们饭店内的豪华套房，每套每天也不过收费 280 美元，在套房内可以眺望紫金山的优美景色，室内有红木家具和古玩摆饰，提供的服务也是上乘的，相信您们住了以后会满意的。”小王讲到这里故意停顿一下，以便等等客人的回话，对方沉默了一些时间，似乎在犹豫不决，小王于是开口说：“我料想您并不会单纯计较房金的高低，而是在考虑这种套房是否物有所值，请问您什么时候乘哪班火车来南京？我们可以派车到车站来接，到店以后我一定陪您和您的朋友一行亲眼去参观一下套房，再决定不迟。”美国客人听小王这么讲，倒有些感到情面难却了，最后终于答应先预订两天豪华套房后挂上了电话。

案例分析：

在小王的劝说下，客人最终在酒店预订了两天的豪华套房，不仅为酒店留住了客人，也为酒店创造了额外的收益。小王的工作表现是值得酒店的员工学习的：（1）高度的责任意识，让他想法设法为酒店创造利益，并没有因为没有相应房型就把客人直接拒绝在门外；（2）良

企业案例

制作单位：天津职业大学



好的职业素养，让他能够继续对客人保持关注，从而获得客人的信任；（3）得体的沟通方式，循序渐进的让客人考虑他的意见，而不显得突兀；（3）恰当的语言表述，让客人听起来始终是站在他们的立场为他们考虑问题，整个交流过程礼貌周到，显得非常热情。

后续跟进：

小王将预定信息及时反馈至前厅部，并将要求一并告知。客人来到南京后，酒店派车亲自去接了客人，并且提供热情上乘的服务，最终客人决定在该酒店的豪华客房下榻。

案例反思：

1. 酒店预订员在平时的岗位促销时，一方面要通过热情的服务来体现；另一方面则有赖于主动、积极的促销，这只有掌握销售心理和语言技巧才能奏效。案例中的小王在促销时确已掌握所谓的“利益诱导原则”，即使客人的注意力集中于他付钱租了房后能享受哪些服务，也就是将客人的思路引导到这个房间是否值得甚至超过他所付出的。

2. 小王之所以能干，在于他不引导客人去考虑，而是用比较婉转的方式报价，以减少对客人的直接冲击力，避免使客人难于接受而陷于尴尬。小王的一番话使客人感觉自己受到尊重并且小王的建议是中肯、合乎情理的，在这种情况下，反而很难加以否定回答说个“不”字，终于实现了饭店积极主动促销的正面效果。

案例启示：

1. 在无法满足客人提出的要求时，不能直接拒绝，要学会委婉的“升档推销”；
升档销售时要让消费者觉得物有所值。