



修正版的美国电话行 销销售法规-主要规定 和深远影响

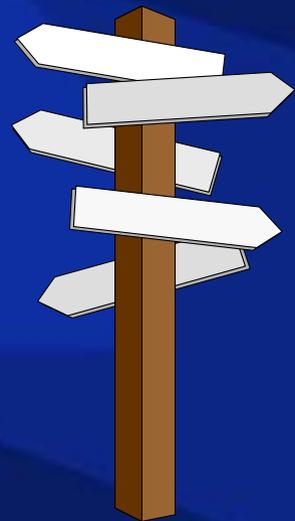
李宝民
九五资讯产业有限公司
2003年7月23日





大纲

- 九五资讯公司电话行销的背景介绍
- 电话行销的统计数字
- “别打电话来”列表调查
- 调查的目的
- 主要调查发现
- 电话行销规则的修订
- 规则修订值得关注的问题
- 什么将保持不变
- 联邦贸易委员会电话行销规章制度所覆盖的业务
- 对电话行销机构和呼叫中心行业带来的冲击
- 由法规修订带来的收益





九五资讯公司电话行销的案例

Telesale

Telemarketing

美国长途电话公司电话服务销售
国内银行信用卡销售
电话卡销售
药品销售 杂志销售
会员卡的销售/目录销售

数据库营销公司客户数据更新
终端客户满意度调查
电信公司帐单催缴
新产品市场调查

互联网宽带网服务销售
企业用汽车购买寻求调查
企业用设备销售
哈佛企业管理杂志销售
网上招聘服务销售

分销商满意度调查
电脑厂商销售渠道管理
展会邀请
专网潜在企业客户挖掘
电脑软件潜在用户调查

B to C

B to B



Conversational Soft Sell (CSS™)

交谈式的软销售

- CSS™ 是一个理念
- CSS™ 是根据事实“人们不愿被卖，他们希望被提供机会去购买” 所以这是一个没有强迫性并且使用一种自然的，礼貌的，和友善的态度来和顾客交谈。
- CSS™ 是一个系统
- CSS™ 是在顾客认同之下并采用一系列交谈式的接触方式来和顾客接触的系统。
- CSS™ 是一个流程
- CSS™ 的流程是采用一系列的接触（包含邮件，电话，传真，电子邮件，面对面）并且依照顾客**购买决定的心理学**来作安排。





系列联系的数字统计

在芝加哥的Dartmouth公司提供给市场管理杂志中对电话营销接触的统计数字统计如下

48% 潜在顾客只接触一次

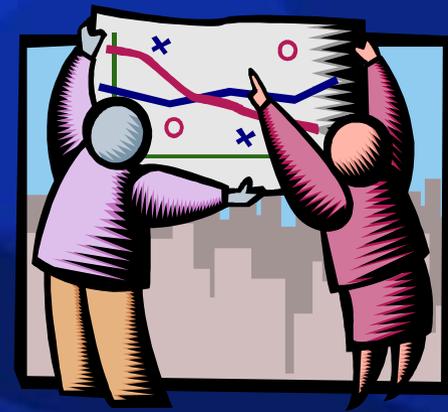
20% 潜在顾客只接触二次

7% 潜在顾客只接触三次

5% 潜在顾客只接触四次

4% 潜在顾客只接触五次

只有16% 潜在顾客能够联系5次以上





四种与生俱来的思维过程/购买决定的模式

四种与生俱来的思维过程/购买决定的模式(BDPs)	购买决定的模式	占人数的%	多少种联系方式 邮件/电话等可促成决策者购买
主意型 (2)	迅速做出决定	15%	1 to 2 Contacts (2)
交流型 (3)	很快做出决定	15%	2 to 3 Contacts (3)
创造型 (5)	谨慎做出决定	35%	4 to 5 Contacts (5)
分析型 (7)	非常谨慎做出决定	35%	5 to 7 Contacts (7)



CSS™ 一系列的联系 (CONTACT)

☞ 接触 1 - 市场

☞ 话务代表确认电话并语音留言。

☞ 接触 2 - 市场

☞ CSS 介绍与介绍指南一起发出

☞ 接触 3 - 探究潜在客户

☞ 打电话询问是否可以送出信息与回电。

☞ 接触 4 - 市场

☞ 有关信息的资料夹与感谢信一并送出。

☞ 接触 5 - 探究潜在客户

☞ 话务代表安排电话或面对面约会。

☞ 接触 6 - 市场

☞ 话务代表送出 CSS 再次的感谢信。

☞ 接触 7 - 销售

☞ 销售代表根据安排完成处理约会。

☞ 接触 8 - 客户服务

☞ 打客户服务电话确认客户是满意的。





电话行销的统计数字

- 在美国目前大约有140,000家电话行销公司，而其中约有14,000家是欺骗人的。
- 美国联邦调查局统计出每年美国人民损失大约\$400亿美金在电话行销的诈骗事件当中。
- 美国司法部估计每一年每六个人当中就有一个人遭遇电话行销的骗局。
- 98% of 1百78万受调查者在最近一项网上调查中指出电话行销使其愤怒。
- FTC 在1999 年接到17,423通有关电话行销的投诉案件超过1997年的2,260件八倍之多。
- 电话行销业者平均每日打出 1 亿四千八百多万的电话。平均每人每日接到2到3通电话行销电话。
- 国家最高检察院估计每年受电话行销欺骗者可达五百万人之多并且五分之一的人没有报案。
- 92%的美国成人曾经遭遇过电话行销的骗局。





美国十大电话行销的欺骗

1. **塞填收费**-对可选但顾客没选的服务项目发出帐单
2. **预付费用的贷款**-对个人或公司贷款作出虚伪的承诺并且要求事先支付费用。
3. **强迫**-消费者被坑骗而在不知不觉或不同意之中被转换了长途电话公司。
4. **奖品/彩票**-需要事先付款的虚假的竞赛奖品并且从来没有兑现的。
5. **在家工作的计划**-误导民众相信可以获利而购买其所卖的销售工具来从事充填信封,制造假珠宝或其他可在家工作的项目。
6. **杂志销售**-电话行销商假冒杂志出版商来要求顾客续订但是从交货或是虚报成本。
7. **信用卡的提供**-虚假的信用卡承诺,常常针对那些不良信用的人并且要求事先支付费用
8. **电话按次支付费用的服务**-对于使用800号,900号或是国际娱乐电话的实际成本没有正确的或完全的说明
9. **商业机会/连锁店**-对顾客投资做事先包装好的商业机会或连锁店的获利几乎作出过分夸张的陈述
10. **旅游/假期**-提供虚假的免费旅游或是折扣票

- 公众发现行销电话十分令人反感，同时是打扰别人的。因此，公众抵制行销电话的请求日益增长。
- 美国的许多州已经通过了“别打电话来”（“Do Not Call”）相关法律以保护消费者，免于被主动行销电话进行骚扰。
- 美国联邦法律在防止主动行销电话方面不是有效的。
- 美国联邦电话行销法律并没有充分地阐述电话行销本身具有潜在的欺骗性。
- 1994年FTC颁布实施的电话行销销售法规是近年来电话中心和电话行销行业史上最重大的事件。



“别打电话来”列表调查

- 美国新泽西州就电话行销及“别打电话来”列表民意测验目的是为了探究民众对巩固本州电话行销相关立法的支持度，新立法将包括在全州范围内提供“别打电话来”列表的选择。
- 在调查中发现，新泽西州民众对新的电话行销立法具有压倒性的强有力支持。因为，新法律将为民众提供一种新的选择，他们可以将自己的姓名与电话号码列入“别打电话来”的名单中。



- 调查针对美国新泽西州民众，主要探究：
 - 对于电话行销的印象
 - 民众对确定电话行销合法性的能力
 - 对新泽西州电话行销法律中包含“别打电话来”的列表的支持程度
 - 探究民众将其姓名与电话号码列入“别打电话来”列表中的可能性
 - 对新泽西州电话行销法律，特别是某些涉及公开消费者信息和消费者保护的相关法律的支持
 - 评定“别打电话来”列表作为2002立法机关办理的优先级别

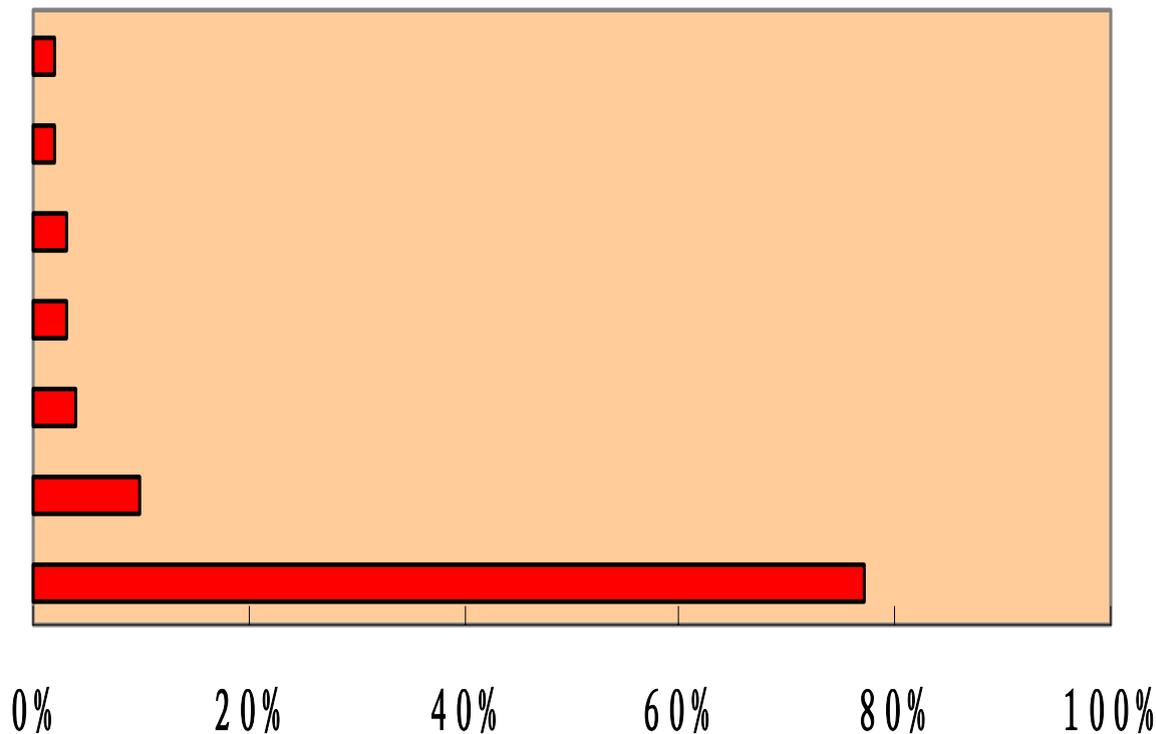




发现 1 — 民众认为电话行销是一种侵扰

- 有价值的消费者信息
- 巨大的消费机会
- 不确定/拒绝
- 令人讨厌/损害
- 其他
- 对消费者的盗窃行为
- 对个人私生活的侵扰

Impressions of Telemarketing Calls

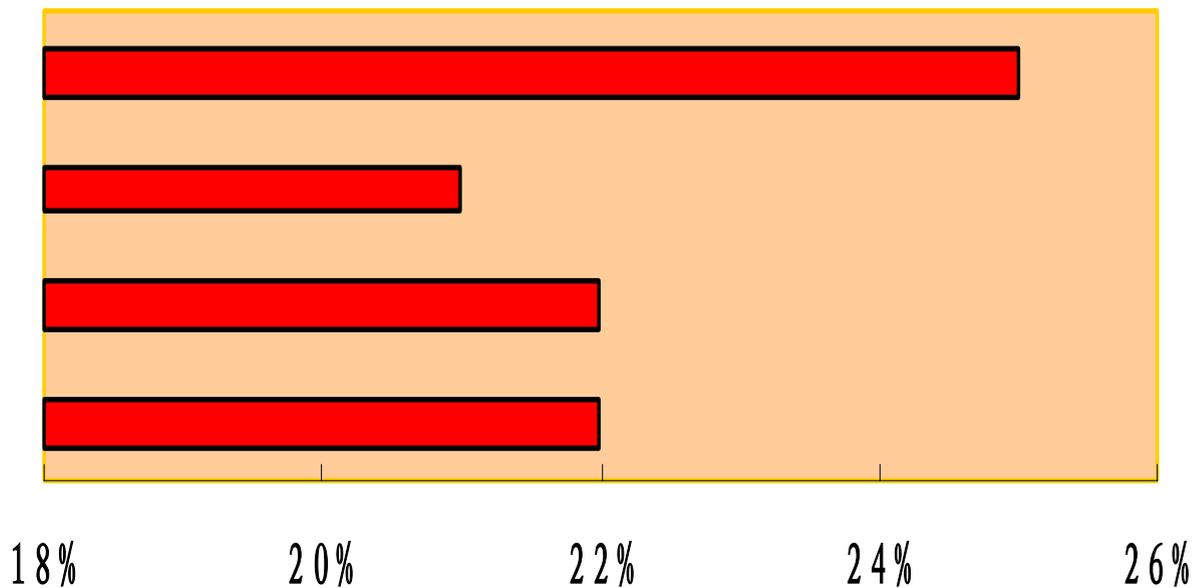




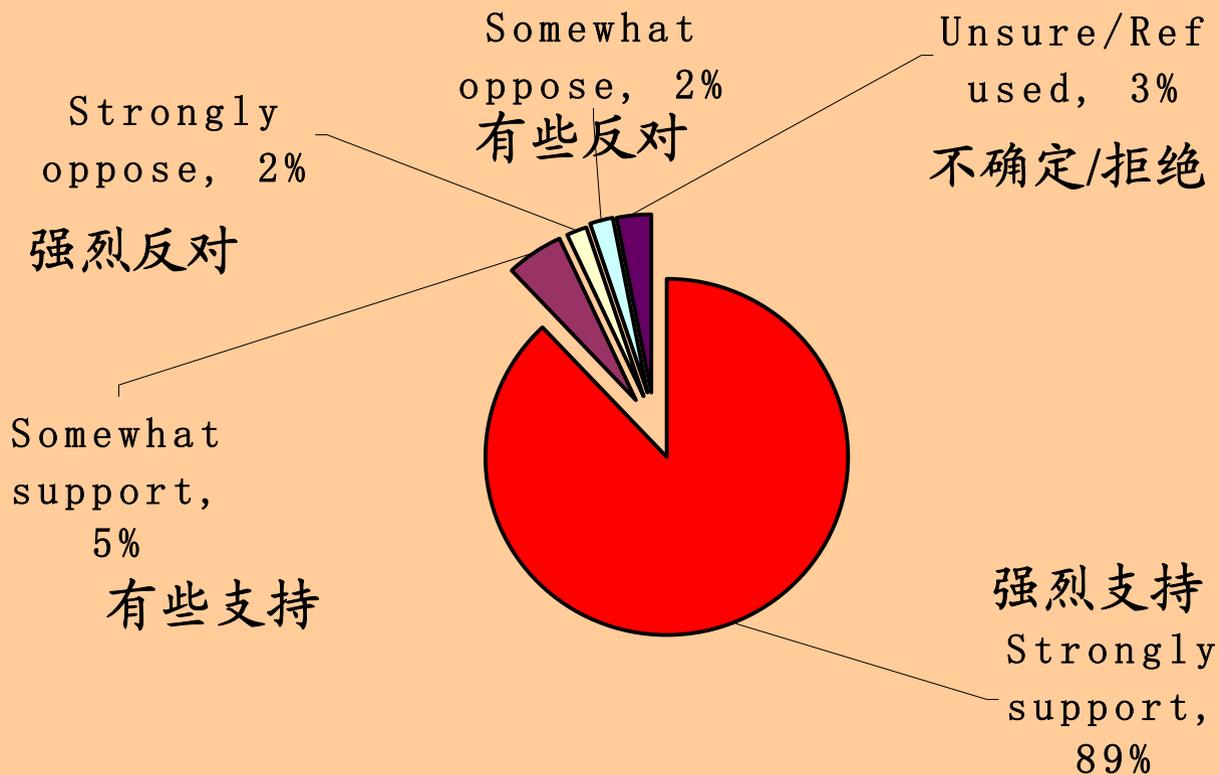
发现 2 - 探测来电是合法的电话 行销的能力

Ability To Detect Legitimate
Telemarketing Calls

有些困难
非常困难
有些容易
非常容易

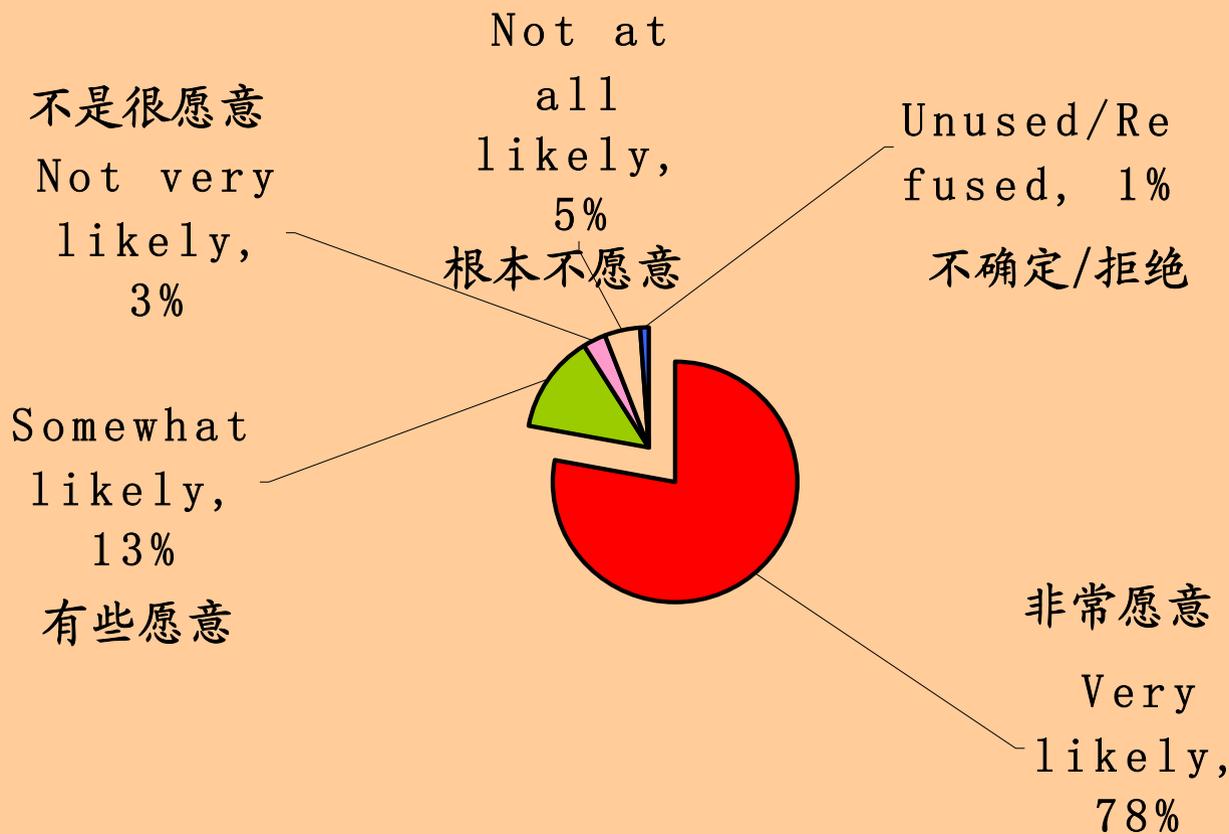


对“别打电话来”列表的支持





民众将其姓名与电话号码列入“别打电话来”列表中的意愿





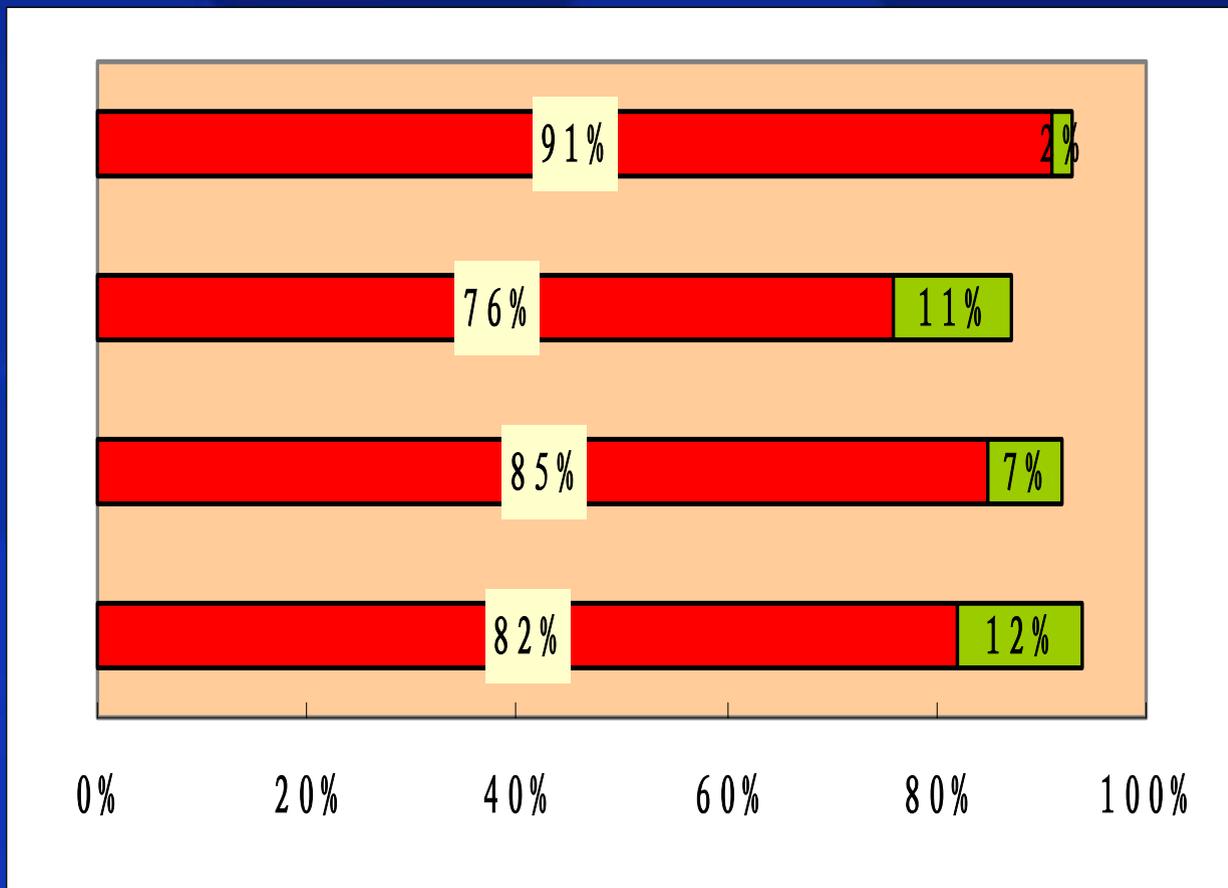
民众强烈支持电话行销立法，要求公开事项及消费者保护法律

进入银行帐户时需文字授权

要求注册并对电话行销机构的设限

销售条款的公开

销售电话的身份验证





电话行销销售法规

- 必须表明这是一通销售的电话而且提供销售者的姓名。
- 必须告知全部价格。
- 必须在付款之前说明销售合约的条款。
- 必须正确的说明所要销售的东西。
- 必须不可误导所要销售的东西。
- 必须表明通货, 交换, 和取消是否允许。
- 不可威胁, 恫吓, 和骚扰民众。
- 必须消费者要求将其例入“do not call”名单。
- 必须提供胜算的几率。
- 必须告知顾客不是一定要购买之后方可有赢的机会。
- 不可要求购买者付所赢之物当付的税金。
- 必须提供进入比赛的详细说明。





电话行销销售法规的修订

- 美国联邦贸易委员会（简称“FTC”）最近针对电话行销销售法规进行了几项修订，这种法规是用于管理电话行销人员和消费者之间的交易行为的。
- 许多修订将于**2003年4月1日**起生效，这些修订将很大程度地改变电话行销的方式，以及电话销售业务与其消费者的联系纽带。
- 在美国的所有企业都将遵循新修订的电话行销销售法规，其中包括在美国的所有业务，在美国的所有电话服务机构，在美国从事客户联络中心运营的企业，以及**服务于美国消费者的国际性电话呼叫中心**。





电话行销销售法规变化值得注意的方面

1. 创建全国范围内的“别打电话来”的注册
2. 来电者身份信息的传送
3. 降低“被放弃”的来电
4. 对未被授权帐单的限制





1. 创建全国范围内的“别打电话来”注册方式

- 这种方式将允许消费者将其姓名和电话号码列入**限制性列表**当中，这将保证他们将不会接到来自电话行销人员的电话打搅。
- 在企业从事电话行销业务之前将**按季度**检查其电话列表名单，并将注册的消费者信息从其业务列表中剔除。
- 一种**已确定的业务关系**已经存在于消费者与其电话行销业务之间。消费者将在“别打电话来”的名单中得到豁免，另一方面，电话行销人员将自由的联系那些没有进行注册的消费者。



NATIONAL
DO NOT CALL



1. 创建全国范围内的“别打电话来”注册方式（续）

- 如果未能遵照相关法规执行将被处以最高\$11,000美元的罚款。
- 修订法规的独立性规定还禁止了相关企业阻止消费者将其信息注册在“别打电话来”的名单中。
- 消费者能自2003年7月开始将其信息进行注册，该信息将一直保留5年之久，直到他们要求删除这些信息，或他们的信息发生变更。
- 各个企业和电话行销公司在2003年9月份开始可以使用这些注册的名单信息。在10月份，美国联邦贸易委员会将开始强制执行相关修订的法规并对违规者处以罚款。





“Do Not Call”注册人数超过二千六百万人

- 在2003年七月十六号, 10:30 a.m. 之时, 消费者已在美国国家 “do not call” 名单中注册的人数已累计致二千六百三十万电话号码- 其中 21.3 million 申请是来自互联网并且 5 million 来自电话.





2. 来电者身份信息的传送

- 许多电话行销业务都采用阻隔相关来电信息的做法，防止来电者身份被识别，这样将导致消费者对“不知名”的或“不可获得”的来电者的恼怒。
- 美国联邦贸易委员会已经有明确规定，即所有电话行销人员在电话销售过程中，必须将其电话号码和姓名发送到来电身份识别服务系统中。
- 电话行销业务自修订法规生效后有一年的调整期，到2004年的上半年以后应完全地遵照新修订法规进行。



3. 放弃电话的降低

- 美国联邦贸易委员会针对电话营销法规的修订将强有力地降低了此前的电话放弃率。例如，当消费者接起电话但发现对方没有任何声音，——这是因为电话销售人员已经断开连接，或他们无法提供一个电话销售代表回应消费者的接听。
- 如果一通电话实时地由电话销售代表接听，那么这通电话将不会被认定是放弃的电话。或者在**两秒钟**后还是没有人工应答，将播放自动语音信息，宣布该电话来自哪个公司，并说明谁将处理这个电话。



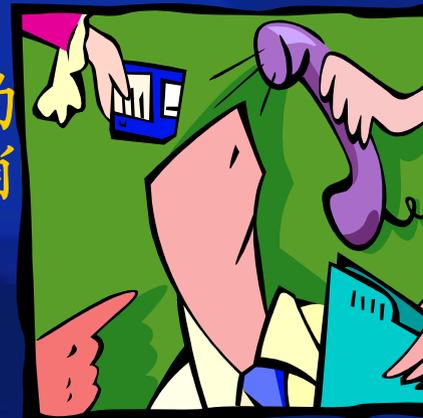
3. 放弃电话的降低

- 电话行销人员需要给予消费者充足的时间接听电话，允许消费者一方电话的振铃次数最多响4次或等待15秒。
- 新法规明确规定当消费者接听电话后，企业不应放弃该电话，或放弃类似电话总量不应超过3%。
- 为了维持这样的放弃率，美国联邦贸易委员会需要所有相关企业保留详细的通话记录，同时应符合放弃电话的标准。



4. 未被授权开具帐单的限制

- 美国联邦贸易委员会修订的电话营销法规中特别强调，当电话营销人员在给消费者开具帐单时，必须**征得消费者的同意**。
- 美国联邦贸易委员会明确的规定电话营销人员在给消费者开具任何产品或服务的帐单前必须接到消费者**表达出的可被证实的认可**。
- 电话营销人员可以书面或口头形式得到消费者得确认，但他们必须以一种十分清晰、容易被理解的语言向消费者提供完整的有可能发生的费用清单信息及日期。
- 如果组织机构未能得到消费者明确的、直接的赞同或允许的话，这将被认为是滥用职权向消费者开具帐单的行为。



4. 未被授权开具帐单的限制

- 美国联邦贸易委员会采取更加严厉的措施控制电话行销人员使用已获得的消费者帐户信息。
- 即使电话行销机构有权使用或进入消费者帐务信息，电话行销法规仍然强调在向消费者收费前必须取得他们的同意。其中包括交易的全程录音或记录信息，以及让消费者重复其帐户信息入帐号等。





有什么仍然保持不变

- 电话行销人员必须在8:00 am 至 9:00 PM (当地时间) 的时段中联系消费者。
- 及时地向消费者告之其身份, 同时说明来电的目的, 是为了向消费者介绍他们的产品或服务。
- 公布所有有关销售产品或服务的信息。
- 避免错误传达有关销售的产品与服务信息。





联邦法律与各州法律的遵守

- 每个独立的州已经拥有相关法规，规定正确的电话行销的操作。但重要的是，美国联邦贸易委员会的修订并不会取代各个州自身的现有“别打电话来”的法规。
- 电话行销人员应服从全国性的登记注册法规，以及利用和更新各州已有的“别打电话来”的名单。
- 尽管做了巨大的努力使全国的注册与各州的注册信息统一起来，但不同的名单信息仍然存在，因此，电话行销人员必须确保他们使用的潜在消费者数据库中，不包含全国注册名单信息和各州的注册名单信息。





在美国联邦贸易委员会规章制度覆盖下的业务

- **免除** - 许多金融机构，长途电话公司，航空公司以及国家管制的保险公司将不受相关法规的约束。但是他们仍然需要遵守贸易委员会的法规。
- **非赢利机构** - 寻求慈善募捐的机构将免除以上相关法规的限制。
- 对于以赢利为目的电话行销公司，但代表某个慈善机构工作时，也必须遵守相关修订法规，尽管他们不需要使用“别打电话来”的名单信息。





在美国联邦贸易委员会规章制度覆盖下的业务

- 国际性电话营销机构，无论是否代表美国公司还是代表外国公司，在与美国的消费者联络时，他们都有义务遵守电话营销销售法规。
- 此外，将业务外包给一个电话营销机构的美国公司也必须对其外包机构的违章行为负责。





对电话行销机构和呼叫中心带来的影响

- 许多相关机构必须调整他们的战略，目的是为了依从于新修订的法规。电话行销机构必须意识到FTC的修订，并致力于**创建一种文化**以支持相关法规的执行。
- 电话行销机构必须认识到**消费者信息的重要性**，以及改变原来随便使用这些信息的方式。在其战略范畴内，合理地使用这些信息，并符合新修订的法规。
- 一旦电话行销机构将其业务策略调整过来以迎合相关法规，他们就必须**整合他们的技术**以适应这样的调整。





预拨号系统

- 大多数的预拨号系统在4-5秒内，并不能自动察觉对方的实时应答，更何况是在2秒以内，这是FTC强制执行的规定。尽管如此，当今最先进的拨号技术能够在1秒内实现自动察觉，以实现FTC的相关规定。
- 要达到以上的要求，对于大多数电话营销中心来说都要对其预拨号系统进行重新投资，以提升其效率。



来电者身份识别系统

- 目前，现有使用的许多预拨号系统的功能实现要优先于来电者身份识别系统。
- 因此，许多系统都不能传递来电者身份识别信息，或自觉地就将来电者身份识别信息给阻隔掉了。
- 这对于新修订的法规来说是不可接受的。当大多数电话行销机构都在考虑改善他们的预拨号系统时，他们必须确保升级的系统能够显示来电身份识别信息。





CRM 及顾客信息系统

- CRM 系统应与预拨号系统以及其他顾客交易技术紧密地集成在一起，以便降低操作的复杂性以及使所造成的混乱最小化。
- 由于违反修订法规将面临上千元处罚的危险，企业希望确保他们的顾客信息系统能胜任这项工作。



- 代表不止一家的电话行销公司将对其电话通讯硬件系统进行预期的改造。按照电话行销法规规定，电话行销人员必须将具体的身份信息，他们所在的机构等信息传送给相关的消费者。
- 例如，如果一个服务机构代表不止一个推销产品的实体，那么在每一通电话中，行销人员应将其推销产品的机构明确的告之消费者，同时还应将其所在的服务机构告之对方。





在客户联络中心技术方面需要重新评估与重新投资

- 电话行销人员必须适应新的报告流程，相应地对业务技术流程进行调整以遵守新修订的相关电话行销法规。首先，美国联邦贸易委员会要求，所有电话行销人员对其**例行报告**更加严格和苛刻，并对消费者的要求反应应更加迅速。
- 美国联邦贸易委员会负责追踪电话行销机构所通报的**电话放弃率**。因此，他们必须非常小心的处理类似电话，并最终其放弃的原因。
- 电话行销机构必须坚持不懈地对“别打电话来”的注册名单进行更新和使用，并确保他们不会触犯新修订法规。





对于修订的法规可能带来的收益

- 消费者是此次电话行销法规修订的最大赢家。此次法规的修订是对消费者隐私最大的尊重，消费者信息将被公平地、安全地使用，同时避免了未经授权的计帐。
- 那些不希望接收电话行销呼叫的消费者将明显体会这种“非请自来”的电话行销呼叫会大幅度降低。
- 那些不介意接收行销电话的人，但非常恼怒所接电话只是无声的情况将会大有改善。理论上，日后所有电话只有3%的数量会是“放弃”的电话。



对于修订的法规可能带来的收益

- 新修订的法规大幅度降低了放弃电话，这将帮助电话呼叫中心在需要电话销售代表时，更好地话务量的预测，并顺畅地进行劳动力资源的分配。
- 此外，更好的掌握何时、何地进行电话外呼人员的安排与需求，呼叫中心经理将能很好地在呼出与呼入业务之间进行切换与安排。
- 电话行销的成功率与机会将有效的提高。电话行销业务更具针对性，因为他们的电话外呼数据库中潜在的客户信息更有效。





对于修订的法规可能带来的收益

- 最后，美国电话行销产业总体上来说应收益于此次的法规修订。修订的法规能更好地进行电话行销业务实践，同时也在该行业内**创建了一种更高的伦理道德上的标准**。
- 当各个企业和相关机构对其电话行销销售法规的日益重视和遵守，将使**电话行销行业的名声得到改善**。对消费者而言，将更加能够接纳基于电话方式的营销活动。
- 不良的电话行销从业者将难以立足生存。





中国电话营销发展应有的启示

- 避免重蹈覆辙。
- 建立行业的规范和自律行动。
- 成立政府的管理和监督部门。
- 加强人才的培养和组织的完善。
- 积极建立客户数据库和数据挖掘。
- 不断完善技术的更新和客户实际寻求的相结合。
- 考虑设立“Do Not Call”名单并交由专门机构管理和保存。
- 尽量避免“cold call”的电话，深度发展既有的顾客（cross-sell/up-sell）
- 结合电话营销和传统营销体系。





在线注册“别打电话来”名单

- 如果您对美国联邦贸易委员会修订的电话行销销售法规感兴趣的话，并希望进一步了解有关信息，请浏览以下相关网站：

1 美国电话服务协会：www.ataconnect.org

2 美国直复营销协会：www.dma.org

3 美国联邦贸易委员会：www.ftc.gov



谢谢

Thank You

