
《微信营销：指尖上的财富密码》

【课程大纲】

一、微信营销的价值与入门技巧

- 1、解读微信的多重“身份”
- 2、在微信上可以卖哪些东西
- 3、微信营销能为客户带去什么
- 4、找准营销定位的方法
- 5、发掘并善于运用自身优势
- 6、突破订阅号“被折叠”的局限
- 7、全面提升服务号的关注度
- 8、抓住企业号的商机
- 9、如何建立自己的客户群
- 10、从竞争对手那里“取经”
- 11、规避微信营销中的误区
- 11、规避微信营销中的误区

二、微信营销的粉丝运营策略

- 1、快速“吸粉”的10大方法
- 2、怎样分辨“真人粉”与“僵尸粉”
- 3、提高粉丝质量的技巧
- 4、警惕“吸粉”的雷区
- 5、找出“掉粉”的根源
- 6、怎样将产品卖给真正需要的人

-
- 7、借助老客户的力量发展新客户
 - 8、将“他的客户”转化为“我的客户”
 - 9、如何提升客户服务的质量
 - 10、别让一次性销售断了财路
 - 11、如何实现营销双赢

三、搭建超级微信营销平台

- 1、注册专属的微信公众账号
- 2、进行微信认证的意义和方法
- 3、打造响亮的名号与醒目的头像
- 4、充分发挥功能介绍的作用
- 5、设置有吸引力的欢迎语
- 6、巧妙编写信息标题
- 7、打造精准的推送内容
- 8、设置精彩的自动回复
- 9、开展有效的人工回复
- 10、推销二维码的方法

四、便捷的微信营销推广方法

- 1、如何开展朋友圈口碑营销
- 2、让“免费广告”漂流起来
- 3、一摇、一扫提升产品曝光率
- 4、让附近的客户主动找上门来

5、游戏和表情也能创造商机

6、拓宽微信支付的财路

7、打造有价值的“菜单”

8、有声有色的推广技巧

9、强有力的短信推广妙招

五、目标客户定位与分析

微信营销先瞄准后开枪

1、目标客户定位:她是你的菜吗？

目标客户定位三原则

2、如何利用互联网搜索目标客户？

互联网帮你找对客户成大单

3、微信添加对方前的六要素分析

借助互联网进行客户分析

4、如何提升微信添加通过率？

让她觉得你真实可靠相见恨晚

5、如何从对方微信圈内容分析客户？

微信朋友圈是她的精神家园

案例与讨论：环融集团客户定位分析

六、通过微信互动建立信任

先卖自己，再谈产品

1、你准备用诚心赢得她的真心吗？

把最真实的呈现给她，不要装逼

2、你的行为和形象她会讨厌吗？

设计一个让她惊喜的微信名片

3、你有什么值得她爱？

给客户一个购买的理由

4、你有换位思考赢得她的信任吗？

别用老掉牙的销售伎俩向她施压

5、你的说话方式她喜欢吗？

说话要真诚，多与他们交流

6、你说的话是她喜欢的吗？

注意倾听，了解客户的所思所想

7、你说的时候，她能听到吗？

留心她在什么时候接收最方便

8、谁都不喜欢被冷落，你会回应她吗？

朋友圈适时互动赢得芳心

9、你会给她制造有趣、惊喜和浪漫吗？

让她觉得你是有血有肉的人

10、产品靠谱吗？能带来安全感吗？

告诉她不只是她购买了这款产品

11、你有感动过她吗？

攻心为上，攻城为下

12、如何让她觉得你有品位？

定时分享干货，让她自发给你点赞

13、情人眼里出西施

不要在客户面前诋毁别人

14、像热爱生命一样热爱你的工作

热情的销售员最容易成功

15、如何和四类客户“同流”？

识别客户性格，同流交心

案例：葛经理的客户为何那么铁？

七、挖掘客户潜在需求

价值比感情更忠诚

1、判断客户需求的方法

消费者也有需求 5 层次

2、如何判断客户显性需求

挖掘需求，学会聆听

3、挖掘客户潜在需求

挖掘需求，更在于问

4、如何借机创造需求

交心到位交易自然成

5、有价值才会永恒

充分围绕产品的价值做文章

案例：赵本山是如何卖拐的？

八、引导立项、推介产品

先勾引，再上瘾

1、选择合理时机推出产品

交心到位，交易自然成

2、产品的不同展示方式

立体展示产品

3、先别谈价格，只塑造价值

先谈价必掉价

4、客户的案例更能打动客户

用案例引导客户

5、网络时代把握产品互动性

微信产品推介分析

案例：产品展示现场模拟

九、客户异议处理

客户异议很有“意义”

1、客户异议的概念

排除异议，方可成交

2、客户异议的分类

三类九种异议

3、客户异议处理方式

六种常见异议处理方式

4、如何理解“客户是上帝”

异议就是成交的突破口

5、以退为进避免与客户冲突

学会与客户婉转迂回

案例：小华是如何处理三大异议的？

十、谈判成交、回收账款

沉着冷静、落袋为安

1、该出手时就出手

该出手时决不能心软

2、成交是自我内心的较量

敢于要求，执着不放弃

3、成交的一刹那是感性的

让感情为成交再加一把火

4、冷静理性签完合约

让客户感觉到决策是对的

案例：广电集团项目成交案例分析

十一、卓越售后服务

服务也是营销

1、产品、服务与品牌

2、1与21的关系

3、服务打破同质、凝聚情感

4、售后服务方式种种

5、将客户资料分类

6、微信维护客户经验分享

7、“刁丝”如何变“粉丝”？

案例：海底捞产品与服务营销分析