

赋能零售动作分解-360度引流与成交

主讲人/盛斌子老师

第一篇 策略篇

一、“局”理论：所有成交的本质都是设局

1. 基本服务
2. 增值服务
3. 硬性洗脑
4. 软性洗脑
5. 吸引-粘住-搞定

二、BAFE 万能导购法则

三、经典案例回放

第二篇 卖场巅峰销售“独孤九剑”

一、引客-360度寻找目标客户

1. 收买导购+微信群+卡拉 OK
2. 专业市场或小区乔装拉客
3. 铺贴工、安装工
4. 老顾客
5. [360度全景物料二维码 附件\二维码](#)
6. [微信](#)+房产+传播公司+物业
7. [LBS](#)
8. 房管局、水电公司
9. 盯住对手 400 电话
10.

二、感客-视觉的狂欢与盛宴

1. 门头
2. 橱窗
3. 物料
4. 声音
5. 灯光
6. 道具
7. 食物
8. 礼品

三、 看客-察颜观色、洞悉购买需求

- 1、根据客户的状态（穿着，状态，进店时间，看门套数）分析
- 2、根据性别，人数分析客户
- 3、购买建材的人群（年龄、性别）分析
- 4、购买力分析
- 5、生活耐用品的与众不同特征
- 6、从哪些方面挖掘客户的隐性需求
- 7、顾客对产品的参数需求
- 8、购买意向分析：哪些类型的客户意向较深，更容易快速成交？

四、 动客-快速制造紧张的成交法

1. 沟通的三大要素：声音、动作、内容
2. 情绪传染的身体语言密码
3. 顾客进来的如何做好第一步
4. 端茶倒水的技巧
5. 以动作提升客户的优越感

6. 忙碌成交法
7. 打造“忙碌”的技巧：假定成交的动作
8. 送客的技巧
9. 解码客户的动
10. 成交时机的客户动作

五、 说客-好话一句三冬暖

1. 寻找感情的桥梁
2. 谈资技巧
3. 销售开场技巧
4. 团队协作送客艺术

六、 问客-问对问题赚大钱

1. 问对问题赚大钱
2. 提问的模式类型
3. 强化对客户信息的挖掘

七、 听客-有效倾听的技巧

1. 有效倾听，除了“耳到、眼到、心到”之外，还必须掌握以下关键技巧
2. 如何从倾听中发现需求
3. 聆听的艺术
4. 记事本营销术

八、 赞客-拍马屁的艺术

1. 赞美技巧
2. 赞美的操作要点
3. 动态赞美技巧

4. 不同年龄与性别的赞美技巧

九、 服客-以服务提升客户粘性

1. 只有越“小众”的，才有忠诚度
2. 老客户开发，从客户第二次进店开始
3. 在签订合同后，还应完成哪些售后服务工作
4. 真正的“订单” → “定单”
5. 降低退单率的方法
6. 乔迁道贺
7. “总部”回访开发
8. 面对业主资料，进店客户等潜在客户的名单的开发策略
9. 让老客户推荐新客户的技巧
10. 让客户推荐老客户绝对不能完全靠一张嘴，需要两种方法配合
11. 老客户口碑服务技巧
12. 如何处理老客户投诉

第三篇 场景销售篇

一、 场景问答-购买场景的迷局与破解

1. 客户抓住一个产品比较参数不放时怎么办
2. 处理客户关于“产品难打理”问题的技巧
3. 客户为什么不让跟着咋办？
4. 客户说自己随便看看，不用跟着，到时再叫你，咋办？
5. 客户东看看，西看看，购买意向不强
6. 如何解决“看了就走”或者“只看不说”的客户？

7. 哪些方面可以提高客户的滞留时间？
8. 巧妙接近客户的开场话术
9. 正确接近顾客的“产品”开场方法
10. 客户觉得样品或者款式太少了
11. 客户说“过~天再来买，~的时候再来买”
12. 夫妻或者父母或者朋友一起来的接待要点
13. 顾客说“我要问老婆，朋友，设计师，产品之后才能决定”
14. 现场与朋友讨论“你觉得如何？”
15. 顾客同行的其他人不买账，说道：我觉得一般，到别处再看看吧
16. 如何防止小孩搅局
17. “我再看看吧！”如何拆解？
18. 客户说没有听过这个品牌
19. 每个品牌都说自己是知名品牌，其实很多荣誉都是花钱买的
20. 顾客问：“你们公司倒闭/撤柜怎么办？”
21. 碰到顾客要求退单的情况怎么最大限度的挽回话术
22. 拆解“退单”的纠结迷局

二、 逼单绝活-成交的临门一脚

1. 客户采购预算的分析
2. 如果客户说超出预算
3. 针对客户预算的期望值的“双簧”策略
4. 客户觉得价格贵了
5. 如果客户上来就询价
6. 为什么顾客会感慨“好贵啊”

7. 客户说是和老板是好朋友了，要求再打折
8. “你能便宜点吗？”
9. 客户觉得贵了，您是说价值，还是换商品呢？
10. “假单”营销
11. 让客户相信这个价格是最优惠的理由
12. 安装促单法（额外赠送 VS 暗示成交）
13. 假定成交的动作
14. 成交时，顾客查网上产品与价格咋办？