

新零售成交动作分解

主讲人/盛斌子老师

一、 找到客户

1. 非竞争对手导购、店长、老板疯狂加粉
2. 横向跨界同类顾客场景：美容、美甲、美发、女子会所等
3. 老顾客
4. 共享礼品
5. 联盟宝典
6. 老顾客群、新顾客群
7. 联合促销。
8. 混进当地各类高端社交群
9. 微信眼，精准投送广告
10. 本地生活服务号
11. 本地的微商大号
12. 搞同城购物
13. 打开 QQ 群，开始精准搜索
14. 微信加粉机器
15. 免费 WIEI 系统
16. 本地网站推广：论坛、百度、抖音节等
17. 其他等等

二、 勾引客户

(一) 信息方向

1. 新品信息：图片+文字

2. 产品工艺信息
3. 店面形象信息
4. 明星代言信息
5. 品牌投入信息
6. 品牌获奖、专利
7. 促销现场信息
8. 成交晒单信息
9. 客户代言信息
10. 沙龙活动或者推广活动信息
11. 免费吃喝玩乐游戏互动小礼品信息
- 12. 团队建设信息转发客户的成长、励志、正能量的故事**
13. **公益慈善信息**家装、风水、命理、八字
14. 生活绝招
15. 话题营销

(二) 信息分类与频次

1. 纯商业类
2. 公益类
3. 知识普及类
4. 正能量类
5. 话题类、公关类
6. 私密、亲子
7. 频次

8. 文字设计
9. 图片设计
10. 朋友圈个人照
11. 个性签名

(三) 发送时间：四个黄金时间段

(四) 客户分类管理的四个技巧

三、 粘住客户

1. 粘住他的关键字：圈子、话题、互动、二次转发，关键中的关键是互动
2. 首次加好友策略与招术
3. 如何互动
4. 如何点赞、评论、观点陈述
5. 聊天背景图
6. 聊天的文字语言技巧
7. 后续互动一对一管理
8. 给朋友感想、观点、赞美、建议
 - 1) 建顾客群的实操技巧：话题、水军、红包、邀约、事件营销
9. 准客户群线上内购会操作心法与流程
10. 第三方混群沟通心法与技巧
11. 拉客进店，进入成交环节
 - 1) 促销（团购、联盟、签售）的即时性
 - 2) 服务的即时性
 - 3) 产品即时性

4) 政策即时性

5) 货期即时性

四、 成交客户

(一)内购会活动操作步骤与流程

(二)场景问答-购买场景的迷局与破解

1. 客户说太贵了，咋办？
2. 客户抓住一个产品比较参数不放时怎么办
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. 现场与朋友讨论“你觉得如何？
14. 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
15. 如何防止小孩搅局
16. “我再看看吧！”如何拆解？
17. 客户说没有听过这个品牌

18. 顾客问：“你们公司倒闭/撤柜怎么办？”
19. 碰到顾客要求退单的情况怎么最大限度的挽回话术
20. 拆解“退单”的纠结迷局

(三) 逼单绝活-成交的临门一脚

1. 如果客户说超出预算
2. 针对客户预算的期望值的“双簧”策略
3. 客户觉得价格贵了
4. 如果客户上来就询价
5. 为什么顾客会感慨“好贵啊”
6. 客户说是和老板是好朋友了，要求再打折
7. “你能便宜点吗？”
8. 客户觉得贵了，您是说价值，还是换商品呢？
9. “假单”营销
10. 让客户相信这个价格是最优惠的理由
11. 假定成交的动作
12. 成交时，顾客查网上产品与价格咋办？

—结束—