

《全面打造企业收钱系统》

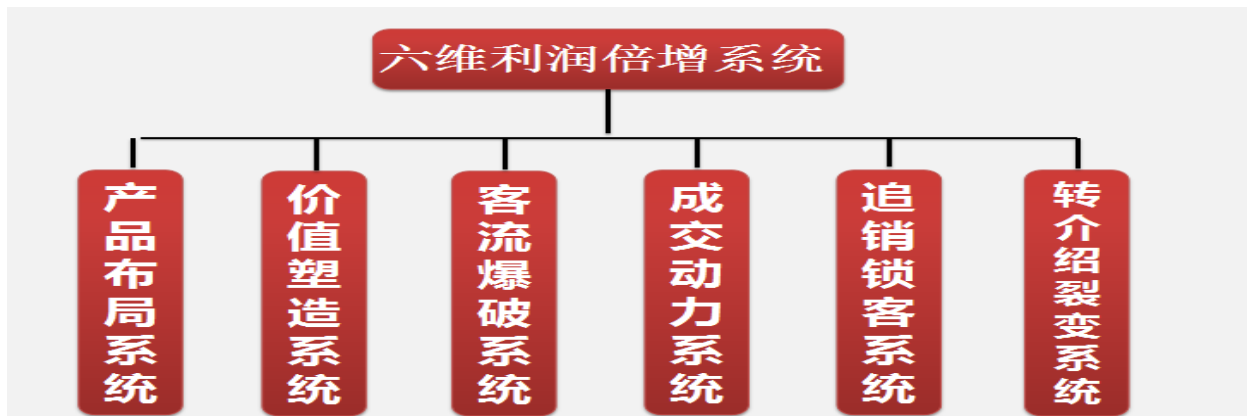
——成交动力&追销锁客&裂变系统

【课程背景】

好不容易引流来的客户却迟迟不买单，拖延、再考虑、甚至是去到竞争对手那里，成交率不高、客户白白流失，心痛不已。老客户复购率低、很多都变成一锤子买卖，需要不断开发新客户，营销成本浪费巨大。老客户转介绍更是寥寥无几。

- 如何能够让客户实现自我说服，大大提高成交率？
- 如何能让客户抢着买单？
- 如何能让客户持续购买而不是流失去竞争对手那里？
- 如何能让客户主动帮我们转介绍？
- 如何能够提前收回现金？

就是我们企业经营面临的难题，也是本课程的内容所在。课程从成交动力、追销锁客转介绍裂变 4 大模块进行分享，全面构建企业的收钱能力。



【课程收益】

- 了解顾客不买的 5 大原因
- 掌握 9 种消除顾客购买障碍技术
- 学会设计从众心理的 3 种策略
- 掌握激发客户成交动力的内在核心因子
- 学会追销的 3 种方法
- 掌握锁住客户的 13 把大锁
- 学会裂变的 3 大核心人性驱动
- 掌握病毒裂变的 7 种玩法

【课程对象】 老板、CEO、营销部门负责人、各部门高级经理、总监、店长、营销骨干。
(本课程涉及到营销策略及营销流程的优化，须有决策权的领导者参与)

【课时安排】 2 天 (6 小时/天)

【课程特色】

采用学员分组模式。实战型职业培训讲师，于风趣幽默，用通俗的语言传递实用方法，可

让不同文化层次的学员轻松理解。方法、策略实操性强，善于在导入方法的基础上挖掘参与者智慧，最终将方法与企业实际结合，得出可直接落地生根的操作策略或方案。

【课程大纲】

第一章 如何激发客户购买欲望，提升成交率？

- 1、顾客不买的 5 种原因
- 2、风险逆转：9 种技术消除顾客购买障碍，直接购买
- 3、赠品：3 个要点成交率立即翻倍
- 4、稀缺：2 个技巧，让人立即掏钱购买
- 5、从众心理设计：3 种策略让顾客自觉购买
- 6、紧迫：不拖延立即付款的动力

第二章 如何能够锁住顾客持续不断回头消费？

- 1、追销
 - 1) 增销
 - 2) 搭销
 - 3) 捆绑

3 个方法立即增加顾客消费金额
- 2、锁销：13 把大锁让客户想跑都跑不掉
 - 1) 会员锁
 - A、5 种折扣会员锁客策略
 - B、2 种消费送礼锁
 - C、2 种代金券锁
 - D、2 种充值卡锁
 - E、产品锁
 - 2) 赠品锁
 - A、回头赠品锁
 - B、双促赠品锁
 - C、整合赠品锁
 - 3) 返钱锁
 - A、消费返钱锁
 - B、分期返本锁
 - 4) 利润腾挪锁
 - A、利润转充值
 - B、利润转回头
 - C、利润转补贴
 - 5) 6 大特权锁
 - 6) 3 把还魂锁
 - 7) 积分锁的两种玩法
 - 8) 升级锁
 - 9) 排名锁
 - 10) 竞赛 PK 锁
 - 11) 充值锁
 - A、充值的 3 种形式
 - B、8 大充值放大器

C、8大充值收钱模式解析

超值折扣模式

超值免单模式

超级赠品模式

增值抵现模式

押金退还模式

回购返利模式

消费利息模式

万能充值模式

12) 人情锁

13) 关系锁

第三章 如何让顾客转介绍并进行病毒裂变

成本最低效果最好的获客方法当属老顾客转介绍。互联网企业都非常重视MGM营销 (Member Get Member),让老顾客去带来更多新顾客。

1、3个核心点：发动你的老顾客自发帮你宣传

2、激发人们自动转发的3大驱动力

A、名驱动模式

B、利驱动模式

C、情驱动模式

3、病毒裂变的7种玩法

1) 福利式

2) 助力式

案例：大润发免费送可乐背后的玄机

3) 拼团式

4) 砍价式

5) 子母式

6) 火拼模式

7) 种子病毒模式

4、业务员模式

1) 等级分销式

2) 合伙人式

3) 兼职业务员式

第四章 落地实施

经过三个章节的对照和反思，每人都完成了收钱模式的改进计划。方案的实施在组织后续配合和跟进下能更有效落地，实现客流倍增和业绩提升。

1. 引导互动：汇总整合行动计划

2. 组织配合实施的三种方式，实际操作案例

3. 互动探讨：组织措施配合；

4. 行动计划制定