



# 抓牢“二度两率”善营销

——加油站现场客户营销

辛伟征

## 课程大纲

---

### 1. □进站率：客户为什么来

#### 1.1. 商圈调查的两种方法

##### 1.1.1. 大商圈调查

##### 1.1.2. 小商圈调查

#### 1.2. 顾客营销目标

##### 1.2.1. 顾客全生命周期

#### 1.3. 顾客六维分类

#### 1.4. 顾客需求分析

##### 1.4.1. 单位客户需求分析

##### 1.4.2. 个人客户需求剖析

### 2. 满意度：如何让客户消费更多

#### 2.1. 有温度的服务打造

##### 2.1.1. 一声招呼好开口

##### 2.1.2. 让顾客宾至如归的话术

##### 2.1.3. 顾客与油站的情感连接

##### 2.1.4. 有温度的服务情态

2.2. 顾客异议处理五步曲

2.3. 引导加满提升消费量

2.3.1. 加满促销策划

2.3.2. 引导加满话术

### **3. 忠诚度：如何锁定顾客**

3.1. 加油卡营销秘籍

3.1.1. 暗示推销法

3.1.2. 鱼饵吸引法

3.1.3. 身份差异法

3.1.4. 算账营销法

3.2. 顾客社群营销

3.2.1. 引流建塘

3.2.2. 投食养塘

3.2.3. 捞鱼用塘

### **4. 转换率：如何引导消费非油品**

4.1. 销售铺垫

- 4.1.1. 热情服务
- 4.1.2. 建立信任
- 4.2. 开口营销三步曲
  - 4.2.1. 挖坑：引发兴趣七方法
  - 4.2.2. 填土：优势展示
    - 4.2.2.1. BFABE 利益焦点介绍法
    - 4.2.2.2. 话术设计四步曲
    - 4.2.2.3. 话术表达四个化
  - 4.2.3. 夯实：引导成交
    - 4.2.3.1. 顾客异议化解
    - 4.2.3.2. 现场逼单五招