

倍速获客系统

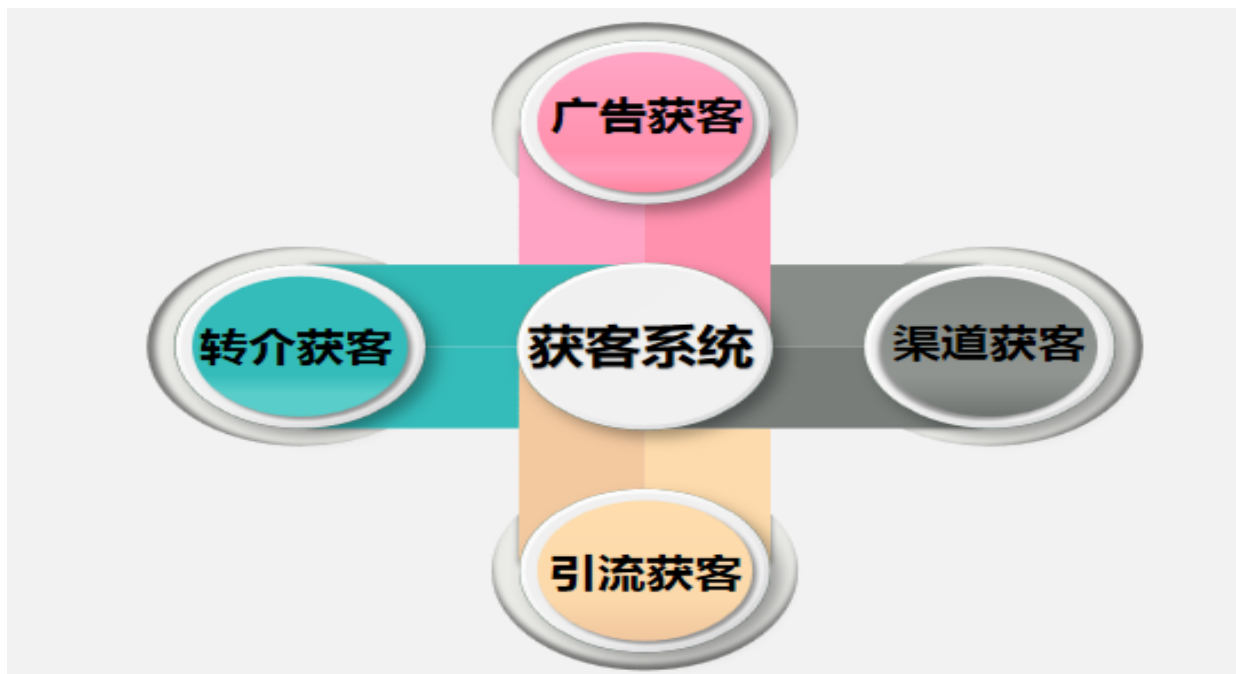
——《企业客流爆破系统》课程

课程背景：

一家公司最重要的就是客户，有再好的产品没有人知道，没有客流最后只会变成自娱自乐。客流即财流。现在消费者注意力分散，获客变得越来越难、获客成本越来越高。如何快速精准获客成了必修课题。

- 传统的电视、平面媒体成本高，效果越来越差，企业将何去何从？
- 如何制作有杀伤力的广告，让消费者看到就被心锚就被种下？
- 如何能够让我们的广告一经投放立即有人会忍不住付钱给我们？
- 商业的本质就是买卖二字；如何让更多人买我们的产品？如何让更多人卖我们的产品？
- 如何实现前后端的配合赚别人看不到的钱？
- 如何设计鱼饵（引流产品）让客户自愿上钩？
- 如何找到客户聚集体（鱼塘），让鱼塘主心甘情愿地为我们输送客户？
- 企业最重要的资产就是老客户，如何让老客户不断裂变帮我们带来源源不断的新客户？

就是我们企业经营者目前最重要的课题，也是本课程的内容所在。课程从获客的四大路径都有详细的方法、策略以及可实操的工具。突破空洞的理论、无法落地的窘境。注重自我对照、反思和制定可实施改进措施，形成自有独特的营销获客模式。实操性极强，现场就可以通过工具和方法生成自己的获客策略和系统，从而放大客流、提升企业业绩。



课程收益：

- 了解企业获客的4大通道
- 掌握广告制作的核心

- 掌握高转化营销页面的 8 步法
- 了解合作获客的 2 大模式
- 掌握引流的核心逻辑
- 掌握引流 3 步法、引流产品设计的 4 大要点
- 掌握 12 种引流模式
- 掌握客户裂变的地图

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）

课程时间：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 广告获客--如何制作直击人心的广告，激发客户兴趣？

最快速获取新顾客的方法是什么？毋庸置疑是投放广告。很少有企业可以不做广告把业务做到全国乃至全世界。即使强调口碑的互联网企业同样在铺天盖地投放广告。

1. 广告的形式及核心
 - 1) 广告的两形式
 - 品牌广告
 - 直效广告
 - 2) **广告的六脉神剑：16 字揭露广告的全部秘密**
2. 品牌广告
 - 1) 品牌广告：一句话让别人一句话记住你
 - 2) 常见有效的两种类型品牌广告
 - 3) 事实型广告
 - 案例：8 条事实型广告**
 - 事实型广告格式
 - 4) 叫卖型广告
 - 案例：8 条叫卖型广告**
 - 叫卖型广告格式
 - 5) 广告要有效学学毛主席
3. 直效广告（一条投放立即有人回应或者付钱）
 - 1) **案例：健美产品广告如何让人看完就电话咨询**
 - 2) 民间高手的赚钱妙计：两步营销的秘密
 - 3) 3 步流程海量获取百度、头条、抖音、朋友圈等平台的顾客
 - 4) 2 大原则 60 秒设计出高度诱人的广告标题
 - 5) 2 种图片让你的广告关注度加倍
 - 6) 15 个实战广告标题
 - 7) 8 步框架策划高转化营销页面

第二章 渠道获客---如何让更多人帮我们卖？

我们想要的客户早已经是别人的客户。我们所需要的就是跟他们进行合作把他们的顾客变成我们的顾客。

1. 寄生模式
2. 分销模式
 - 1) 如何让更多人帮我们卖产品
 - 2) 7-2-1 法则让渠道商蜂拥而至找你进货
 - 3) 增加渠道 3 种方式：代理、直供、连锁
 - 4) 代理
 - 3 个步骤招满全国代理
 - 5 种方法从人群中找到准代理
 - 6 大诱因吸引人们踊跃投资加盟做代理
 - 8 条指标筛选合格代理
 - 5) 直供
 - 渠道的本质
 - 多渠道组合运营
 - [苹果的多渠道组合策略](#)
 - 6) 连锁
 - 三种连锁模式
 - 直营
 - 加盟
 - 直管

第三章 引流获客---如何吸引客户主动来到我们身边？

- 1、引流的前提思维
 - a、前后端思维
 - 小米前后端布局思维
 - b、前端让利、后端盈利
 - c、引流的核心在于吸引
- 2、鱼塘、鱼饵理论
- 3、引流三步法
 - a、定客群
 - b、找鱼塘
 - c、放鱼饵
- 4、鱼饵打造的 4 大要点
 - a、低成本
 - 买客思维
 - b、高价值
 - c、高诱惑
 - d、相关联
- 5、引流产品包装
 - a、价值描述
 - b、价格标定
 - c、产品主题
 - d、使用时限

e、稀缺性

6、引流模式（12大引流模式让你客流爆满、踏破门槛）

- 1) 教育资讯类产品模式
- 2) 咨询服务产品模式
- 3) 诊断检测模式
- 4) 抽奖券卡模式
- 5) 代金券模式
- 6) 消费卡模式
- 7) 礼品卡模式
- 8) 消费礼品卡模式
- 9) 打包引流模式

10) 切割引流 7 大模式

局部切割模式

阶梯级别模式

时段切割模式

空间切割模式

人群切割模式

频次切割模式

主副切割模式

11) 增设引流模式

产品增设模式

会员增设模式

公司增设模式

12) 联盟引流模式

7、引流渠道鱼塘的操控

- 1) 6 种常见的鱼塘
- 2) 鱼塘选择的 4 个标准
- 3) 鱼塘合作的 4 大理由
- 4) 鱼塘如何正确发放引流产品

第四章 转介绍获客---如何让客户成为我们免费的业务员不断裂变客户？

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
- 3、转介绍实操：3 大要素开启病毒式传播
- 4、裂变的 5 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

5、裂变实操流程图

第五章 落地实施

经过四个章节的对照和反思，每人都完成了客流爆破的改进计划。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