

《倍速成交锁客系统》

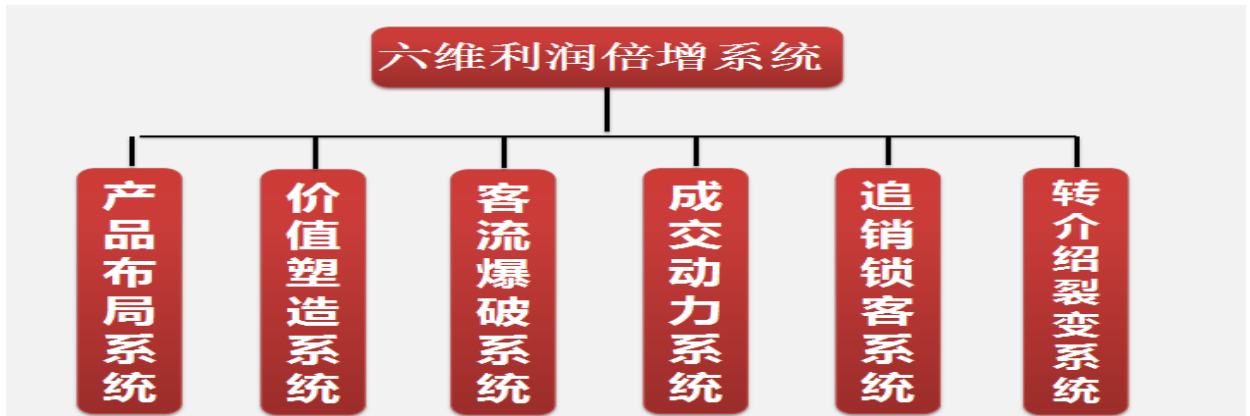
——成交动力&追销锁客&裂变系统

【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？
- 如何从卖客户1次到卖客户100次？
- 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】3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 成交动力--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