

# 鱼塘式营销——小成本撬动大流量<sup>©</sup>

## 【课程收益】

- 1、营销从根源抓起，精准定位客户
- 2、开拓新思路，主动获取新客源
- 3、重视拓客成本，维系终身价值
- 4、有理论，有执行，有实践，有成果

## 【课程时长】

4天（2+2天，每天6小时，两个课程之间隔一个月）

章节	题目	时间
第一章	鱼儿：细分定位，锁定精准客户	第一天
第二章	鱼塘：找对客户群，让营销有的放矢	
第三章	塘主：从塘主合作到自建鱼塘	
第四章	鱼饵：巧设卖点，让客户蜂拥而至	第二天
第五章	钓鱼：黄金五步法，大幅提高成交率	
第六章	养鱼：极致用户体验，带来持续变现	
课后作业	持续一个月的项目实战	用微信群沟通
第七章	总结与回顾（课程复盘）	半天
第八章	实战篇（用PPT做报告+点评）	一天半

备注：具体授课内容的时间安排以现场为准。

第七、第八章是回课的内容，老师会在前两天课讲完后布置营销策划和落地执行的作业，一个月后回到课堂总结复盘+PPT报告，老师点评，学员讨论。

## 【课程大纲】

### 序章：分组+选队长

### 第一章 鱼儿：细分定位，锁定精准客户（第一天）

一、客户不一定等于用户

二、三大聚焦，占领客户心智

案例：王老吉的标语隐藏什么秘密？

定位的目的，定位的好处

三、客户画像对销售的四大妙用

四、如何做客户画像？

课堂互动：给你的客户画像（分组）

### 第二章 鱼塘：找对客户群，让营销有的放矢

一、流动型鱼塘的类别和营销策略

二、周期型鱼塘的类别和营销策略

三、稳定型鱼塘的类别和营销策略

四、线上鱼塘的类别和营销策略

五、线下鱼塘的类别和策略

课堂互动：鱼塘画像（分组）

### 第三章 塘主：从塘主合作到自建鱼塘

一、不同鱼塘的营销策略

二、流量困局

核心——不信任

三、与塘主合作

塘主的分类？

思考塘主的痛点？

#### 四、自建鱼塘，打造 IP

课堂练习：用鱼塘思维制作自己的鱼塘打法表（分组）

### 第四章 鱼饵：巧设卖点，让客户蜂拥而至

#### 一、别拿胡萝卜钓鱼

如何设计适合自己又能解决客户痛点的“鱼饵”

#### 二、买客户思维

拓客成本+终身价值

#### 三、微信朋友圈营销（客户的朋友圈即他人的鱼塘）

课堂练习：用朋友圈互推做引流练习，PK 哪个组加的客户微信多！

#### 四、鱼饵的传播方式

课堂练习：制作“鱼饵”，并设计“自建鱼塘”，做引流计划（分组）

### 第五章 钓鱼：黄金五步法，大幅提高成交率

#### 一、破冰（夸赞技巧、套关系策略、寒暄聊天技巧）

#### 二、介绍（产品说明：FBI 价值说明法+三点式描述法）

#### 三、报价（错误的报价方式、三不报价、三明治报价法、转移技巧）

#### 四、解惑（解除客户抗拒技巧、平行架构法、如何巧妙让步）

#### 五、成交（发现成交信息、逼单大法、车轮战杀单、假设成交法、起死回生）

### 第六章 养鱼：极致体验，带来持续变现

#### 一、为何要“养鱼”？（回头顾客、转介绍、口碑）

二、极致的体验感（尖叫法则）

三、如何提升产品的体验感？（客户服务的重要性）

四、朋友圈+微信群“养熟”

五、与客户搞关系的三大技巧

聊天+套近乎+夸赞

套近乎的 20 个关键词

课堂练习：快速找到相互的 5 个共同点+找到赞美点夸赞练习

课程结束，曹老师将预留 10 分钟的课堂提问。