

曝光率营销之 增加**消费金额**策略

49种策略总有一种适合你



赚

内部绝密

目录

1. 提升你的价格
2. 向上销售
3. 交叉或加码销售
4. 向下销售
5. 记录顾客购买倾向
6. 利用问卷
7. 允许分期付款或融资
8. 实施独有性
9. 重新布局商店和商品
10. 使用销售店材料
11. 刺激购买
12. 以二选一或者提问的方式销售
13. 打包交易
14. 大批量购买交易
15. 超过最低消费，赠送礼物
16. 接收信用卡，支票
17. 确认客户知道你的产品或服务的完整清单
18. 收取咨询费
19. 销售服务合同
20. 销售额外保修期或保险
21. 培训你的团队

- 22.使用销售话术
- 23.教育你的客户
- 24.储存更多高价位的产品
- 25.创造一个有质量的画面
- 26.只针对 A 类客户的服务
- 27.清除 C 类或者 D 类客户
- 28.允许交换贸易
- 29.提供送货上门
- 30.收取送货费，邮费，包装费
- 31.建立密切关系，特别对待
- 32.设定和权衡平均消费金额目标
- 33.为大量购买加强客户动机
- 34.增强团队大批量销售动机
- 35.停止折扣
- 36.增加价值
- 37.解释你的价值
- 38.促销
- 39.闪光灯促销
- 40.培训价值而不是价格
- 41.直接要求人们买更多
- 42.买三送一
- 43.买一送一优惠

- 44. 仓库内视频促销
- 45. 店铺，团队，交通工具的外观
- 46. 首先建议最贵的产品
- 47. 提供购物清单
- 48. 最低消费账户
- 49. 允许分批付款

赚第1桶金

一. 提升你的价格

1. 今天增加 10%.
2. 相对于大幅度的涨价，慢慢的逐步加价会更容易被接受.
3. 当你碰到 5 到 10 个反对的人时，把他们的注意力转移到你产品的质量 and 优势上去，从而塑造产品的价值.
4. 准备提供一些额外的服务和售后调查.

二. 向上销售

1. 详细的讲解这个高级版本的好处.
2. 把价格放在长远目标来看：“当然这个价格有点高，但是从长远来看还是值得”.
3. 提供多项选择：不要只销售昂贵产品，因为有些人可能预算比较紧.

三. 交叉或加码销售

首先向他们展示最贵的产品，然后交叉或加码销售的产品价格就会看起来十分的便宜.

四. 向下销售

1. 一定要等到你绝对确认他们不能负担得起贵的产品再实行.
2. 尝试讲出这两款产品的不同之处.
3. 假如你没有便宜点的款式，你可以尝试向他们推销其他产品.

五. 记录顾客购买倾向

1. 确保每个员工都有个备忘录.
2. 确保它使用在每一个客户身上.

3. 设立奖励系统，奖励那些销售了清单上之外的产品的销售员。
4. 测试和估算。

六. 利用问卷

1. 要让你的问卷成为既简单，又有效的销售工具。
2. 激励客户去参与，或者跟他们解释你现在正在卖的产品将如何帮助他们。
3. 千万不要害怕问更多的问题，挖掘更深。
4. 尽可能迅速的索要他们的建议。

七. 允许分期付款或融资

1. 确保他们值得这么做。
2. 把它当做是真正的销售工具去完成这笔交易。
3. 问问他们：“每个月你可以支付多少？”然后计算出适合他们的支付计划。

八. 实施独有性

1. 假如有些客人支付不起，那么就让他们走吧，会有其他客人支付的。
2. 独有性所以可以卖的贵，是因为它的稀有性，因此还要害怕加价。
3. 利用你产品的独特性作为销售工具，因为人们喜欢拥有别人没有的东西。

九. 重新布局商店和商品

1. 最畅销的产品应该放在眼睛最容易看到的地方。

2. 不畅销的产品应该放在下面.
3. 确保所有的产品都有清晰的标签，并且保持干净.
4. 在顾客结束购买的通道处应该摆放特价产品和刺激性产品.

十. 使用销售店材料

1. 销售产品能带来的好处，而不仅仅是产品的特点.
2. 保持标签清晰，色彩鲜明.
3. 把可以和这个产品一起购买的产品列出清单，包括所有的附件和服务.

十一. 刺激购买

1. 总是在人们等待的地方放些特别有诱惑的东西.
2. 打特价，这样人们会认为，“为什么不买点呢？”
3. 记住人们来的时候都是因为某种需求和理由来的，所以只要给他们足够多的诱惑，他们就会下定决心购买.

十二. 以二选一或者提问的方式销售

1. 给他们两个或者三个选择.
2. 给他们选择的时候，最好不是选择项，而只是关于单个方面.
3. 记得要问，“你还需要在这里买点什么东西呢？”

十三. 打包交易

1. 最好把一些能够互补的产品捆绑在一起，而且是人们所需要的.
2. 附带或赠送的产品用解释它的价值和好处.

十四. 大批量购买交易

1. 注意保持获得足够多产品的便利性.
2. 注意不要损害你自己的利润

十五. 超过最低消费，赠送礼物

1. 选择一个成本价格低，感官价值高的东西或者服务
2. 在你的所有广告中都告知，你在派发礼物
3. 设定一定的时间限制.

十六. 接收信用卡，支票

1. 使人们尽可能更加容易的去购买.

十七. 确认客户知道你的产品或服务的完整清单

1. 告诉人们你所从事的是哪一行，销售的是什么产品，并且反复的告诉他们.
2. 确保所有的销售员工尽可能多的知道你所提供的产品和服务.
3. 使它成为你必须执行的系统化工作，因为你的团队队员每次都要告诉客户你生产的所有产品.

十八. 收取咨询费

1. 像个专家一样销售.
2. 小心点，对于特别昂贵的产品，客户将期待免费得到信息.
3. 利用时间销售其他产品，如果你已经在顾客的心目中成为专家了，这就是轻而易举的事情了.

十九. 销售服务合同

1. 试图在购买的时候就签订跟踪服务约定.

2. 采取主动性.
3. 使它成为特别交易的一部分，利用它去完成这笔交易.
4. 向你的客户解释，假如你不回来维修和服务的话，保证期限将到期.

二十. 销售额外的保修期或保险

1. 做这件事情，要保证它有利可图，并且几乎每次都是这样.
2. 使它成为一个特别的报价，比如你可以有点优惠等
3. 最好在销售的时候做，因为如果在后续去做的话难度就增加了，接触顾客是需要成本的.

二十一. 培训你的团队

1. 不断的教育你的销售团队你销售的是什么，它是如何帮助顾客的.
2. 在技术方面，销售团队应该和你一样对产品很了解.
3. 有一个奖励系统，鼓励销售团队升级销售.
4. 把你花费在培训销售团队的时间当做是你投资的一部分.

二十二. 使用销售话术

1. 训练销售团队每次都使用话术.
2. 花费时间去分析什么样的话术效果好，时刻修改它们，并不断测试让它达到最佳的效果.
3. 记住话术不仅仅是为了单向的电话营销.

二十三. 教育你的客户

1. 确保你的客户不停的被告知你销售是什么产品，你有什么特

别的优惠.

2. 假如你开始有什么特别的优惠，立即告诉他们.
3. 始终如一的合同是必须的.
4. 客户应该知道定期光顾是会受到奖励的.
5. 假如他们介绍了一个朋友给你，就给他们送一个礼物或者特别的折扣.

二十四. 储存更多高价位的产品

1. 永远为那些有钱要花费的人准备高利润的产品.
2. 分析高价值和低价值产品的利润率.

二十五. 创造一个有质量的画面

1. 确保你的销售团队穿戴整洁：一套漂亮的制服是很有必要的.
2. 奖励那些一直让自己看起来很整洁，很完美的人.
3. 找一个专门为你的经营场所的清洁而负责的人，绝不能给顾客留下一点不好的印象.

二十六. 只针对 A 类客户的服务

1. 知道谁是你最好的客户.
2. 每次都像对待贵族一样对待他们.
3. 考虑他们的终身价值.
4. 对于那些继续光顾的人给予礼物和奖励，鼓励他们带来朋友.

二十七. 清除 C 类或者 D 类客户

1. 千万不要直接说“走开”，但可以清楚明了的说明你可以接受什么，你不可以接受什么.

2. 要记住，还是任何一个客户都是一个好客户。

二十八. 允许交换贸易

1. 大声告诉市场，用交换贸易引起人们的注意。
2. 确保你可以一定的利润做成这笔交换贸易。
3. 利用它使得产品看起来像是更加昂贵的产品。

二十九. 提供送货上门

1. 在你的成本上加少量的费用。
2. 尝试把送货费标明在你的广告中。
3. 只与那些信用度较高的快递公司合作。

三十. 收取送货费，邮费，包装费

1. 通过大量从物流公司购买服务而获得较低的价格。
2. 千万不要害怕收取额外费用。
3. 仔细包装产品。

三十一. 建立密切关系，特别对待

1. 了解人的客户，从倾听开始
2. 总是提及他们的名字。
3. 千万不要总谈公事。

三十二. 设定和权衡平均消费金额目标

1. 确保每个人都可以清楚的看到你们的目标和任务。
2. 公开展示你们的进程，清楚的看到每个个体做的怎么样。
3. 对于那些达到目标的人们给予慷慨的奖励。

三十三. 为大量购买加强客户动机

1. 永远给客户新的动机去花费更多钱，这比向新客户打广告更有效。
2. 增添一点幽默性。

三十四. 增强团队大批量销售的动机

1. 告诉每个人你的目标。
2. 让每个人都明白他应该达到什么样的业绩才能完成共同的目标。
3. 让每个人都可以跟踪的方式监视进程。
4. 给予好的奖励点燃人们的热情。
5. 确保礼物不会减少你的很多利润。

三十五. 停止折扣

1. 展示你的产品的质量 and 利益，而不是价格。
2. 提供额外的服务。
3. 千万不要害怕丢掉生意，要记住 C 类客户和 D 类客户的规则。

三十六. 增加价值

1. 寻找比较便宜的增添价值的方式。
2. 这些额外部分应该也是销售话术的一部分。
3. 产品越贵，你就给予越多。

三十七. 解释你的价值

1. 你的价值不是指你能赠送给客户什么，而是让客户相信你的服务。
2. 一些简单的事情，例如“挑选颜色的权利”就可以是一个技巧。
 1. 通常都把促销和特别优惠联系到一起。
 2. 设定时间紧迫感；只限今天
 3. 一旦他们获得促销产品之后，再想办法让他们注意到更多你的其

他产品.

4. 与众不同.

三十九. 闪光灯促销

1. 这个折扣必须让人印象深刻.
2. 鼓励人们大量购买
3. 当他们被吸引过来时，鼓励他们大批量购买
4. 小心处理闪光灯般的销售技巧.

四十. 培训价值而不是价格

1. 集中精力在利益上而不是价格上.
2. 用这样的话转化它，”难道你不想要再加点钱去增加保险吗？”

四十一. 直接要求众买更多

1. 提醒客户准备一些备用品在手中，并强调便利性.
2. 让人们听起来是这个产品随时都有可能会缺货..
3. “只有在这个星期都有这个特价”也会让客户去思考.

四十二. 买三送一

1. 确保有利润在，有利可图
2. 假如有可能，把这个成本转移到你的供应商.
3. 要有时间紧迫感.

四十三. 买一送一优惠

1. 确保有足够的利润.
2. 把它当做招揽客户的工具.
3. 使它有时间紧迫感.

4. 大多使用在产品清仓，使库存转化成现金。

四十四. 仓库内视频促销

1. 使用专业的制作.
2. 使用简单的语言，用图像说事.
3. 千万不要弄的很长.

四十五. 店铺，团队，交通工具的外观

1. 调整你公司的颜色和商标，这样你就可以一直使用相同的信息了.
2. 仔细的挑选颜色.
3. 不断的向队员强化外观的重要性.
4. 以身作则.

四十六. 首先建议最贵的产品

1. 绝对不要坚持不懈的向每个人介绍最贵的，最好的产品.
2. 千万不要集中精力在价格上，相反应该不断的推销产品的利益.
3. 千万不要太固执己见.

四十七. 提供购物清单

1. 保持备忘录的简洁性：只包含那些有大量吸引力的产品.
2. 假如他们购买超过三件产品，就向他们提供套餐交易.
3. 让客户详细阅读备忘录.
4. 不要仅仅列出你现在所卖的产品.
5. 备忘录上包含你的合同细节，假如他们把备忘录带回家，打电话去说服他们采取行动.

四十八. 最低消费账户

1. 清楚解释为什么你需要实施最低消费账户.
2. 设定一个数目，让这个数目尽可能低.
3. 小心处理信用卡.

四十九. 允许分批付款

1. 确保你有足够的利润去支付额外的管理.
2. 利用它成为你营销和促销的卖点.
3. 寻找季节性的高峰.
4. 绝对不要错过任何一次特价销售的机会，当他们进来购买支付的时候.

扫描二维码
获得更多营销资讯

