

社区营销：沟通促销售 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E7_A4_BE_E5_8C_BA_E8_90_A5_E9_c123_288375.htm 随着市场的精细化运做，细节已引起众多厂家的重视，而作为社区营销中与消费者沟通的问题，也引起了营销人的关注。如何更高效的促成销售，和消费者成功的沟通。笔者在负责某奶业公司河南的销售工作，在产品上市初期，充分利用社区营销，取得了良好的业绩。社区营销的核心是沟通，沟通的目的是销售，如何与消费者沟通，决定着销售的成败。

一、沟通交流获取购买的信息和消费者沟通、交流的过程，是引导他，使之对产品有所了解，并产生兴趣的一个过程。在这个过程中，要把握消费者的一些表现，这些表现能使你捕捉到消费者的心理，能够加速成交的机会。感兴趣的消费者会有下面的几种表现：

- 1、比较认真的听你说话，很自然的和你聊天。这说明他对你有好感，愿意和你交流，要把握机会，加深双方的感情。
- 2、观看产品，甚至拿着爱不释手。这说明他对产品产生兴趣，他看的目的是为了发现一些问题，看看有没有不满意的地方，这时要打消他的疑虑，增强他的信心。
- 3、他想更加全面的了解产品及公司更多的情况，这时要简明扼要的介绍，他要求详细介绍时在告诉他更多。
- 4、仔细的询问价格、政策、优惠等，甚至会提一些反对意见，比如价格太高、包装颜色太深等。对这些问题要耐心的解释，通过不同的对比，如价格高，但是量比同类产品多，消费者更乐意买实惠的东西。对于消费者的种种表现，要及时把握，认真回应，解答疑问。同时，要能够善意的理解别人，在适当的时

候，可以向消费者提供一些好的建议，比如，不要空腹喝牛奶，最好吃一些面包或者小馒头等，扩大与消费者的交流范围，增进感情。在和消费者的交流过程中，要讲究策略，不要把自己公司、产品等所有的优势全部告诉他，使自己有一个回旋的余地。

二、社区营销中说服消费者的技巧

消费者往往会出于自我利益的保护，在没有完全了解产品带给他的利益或满足自己的要求时，他就有可能拒绝。而做为销售人员，就是要创造机会，最终达成销售，该怎么办呢？首先在心态上要保持冷静，要能够果断的提出成交的信号。有一个简单的三步成交法：

第一步：向消费者介绍产品的一个优点

第二步：征求消费者对这一优点的认同

第三步：当消费者同意产品所具有的这一优点时，向他提出成交的要求

当然，不是每一个消费者都会接受你的产品，接受你的服务。如果没有成功，继续向客户提出新的优点，直至达成交易。但不要让消费者产生厌烦情绪，即使没有成交，也要用友好的态度对待，以便为下一次创造条件。

在社区营销过程中，说服消费者是非常重要的的一环。除下静止的产品吸引顾客外，营销员的因素更为重要，要从消费者的需求寻找突破。

1、了解消费者的需要

要想说服你的顾客，首先要对每个产品的特点、价位等了解的清清楚楚，平时注意搜集顾客使用过的感受、变化等，这就是所谓的“知己”。“知彼”就是你要了解顾客的真正需要，知道他想要什么，结合自己的产品知识，行业背景，满足他的需求。

有一天，营销员李彤在某社区搞活动，询问的人很多，一个老大妈在宣传点前转来转去，好象自己拿不定注意。李彤迎上去问到：“大妈，您要买那一种牛奶？”“随便看看！”其实呢，这位大妈是要买牛奶，但

她究竟买那一种？给谁买的？这时，就要了解她的需求。李彤看在眼里，心里有了谱。她上前又问到，“大妈，您经常喝那一种牛奶？”大妈说，“我不经常喝牛奶，今天是想给孙子买，但不知道他喜欢喝那一种？”李彤明白了。结合自己的产品知识，给这位大妈推荐了儿童高钙酸奶和儿童钙铁锌酸奶，价位都是24元，又分别介绍了各自的优点，重点强调了钙铁锌酸奶的矿物质含量更全。通过比较，这位大妈很高兴的买了一箱钙铁锌酸奶，还直夸李彤懂的多，说要是好喝下次还来买。因此，在社区营销过程中，只有了解消费者的真正需求，才能结合自己的知识，去满足他/她。

2、提问比罗列产品的优点好 不要未听取顾客的意见，就向顾客介绍一大堆产品的好处。即使产品确实好，如果自己说出，也有“王婆卖瓜”的嫌疑，这样就会让顾客觉得你在驱使他买东西，他会产生逆反心理，反而不容易达到目的。如果由顾客自己说出，那就是真理。因此，应当边听边以探索的口吻提问，以了解顾客的真正意图，引导顾客，多用肯定的话。当顾客表示赞同时，营销员应该立即表示肯定，相反，如果顾客有异议，也不要冒失的否定他的见解，要用事实说话，让他心服口服。象李彤在营销过程中，她很有选择的告诉消费者，这两种牛奶，都很好，但是，钙铁锌酸奶含的矿物质多，适合儿童生长发育的需要，这样，产品的优点很明显的显现出来。这时，她问到，“大妈，你选那一种？”在这种二选一的情况下，顾客要做的第一件事是选择一个产品，并且，还觉得比另外一个产品好。这时，你不用罗列产品的优点，消费者自己会选择。

3、用对比使顾客也想“拥有” 顾客听到你说这个产品价格是多少时，总觉得你在催促他掏钱买

你的东西，难免会产生紧张心理，因此，对价格问题，一定要强化产品给顾客带去的好处，减弱产品价格的副作用，让顾客有一种“拥有”该产品的心理。在社区活动中，牛奶企业的主要目的是促使顾客预订牛奶，同时，用宣传促销售。李彤就用对比的方法成功的促成了一次预定。一位带着五岁小孩的女士在宣传点前问了好几次，觉得产品价格贵，很犹豫。后来，李彤告诉她，对面9#楼的某某孩子刚四岁，就一直订牛奶，公司每天早上送来，也不用下楼买，订半年还有优惠，挺方便的。另外，现在孩子正是长身体的时候，正在生长发育，营养就要跟得上。还告诉她，某某的孩子可壮实了，看上去就象五岁……。最后，这位女士一次就预订了半年。通过这样的说服，90%的人都会购买，为什么？因为产品能给他们带去好处，这种好处已经超过了价格的价值！他们拥有的不仅是牛奶，而是孩子的未来！

4、用情感感染顾客

推销的最高境界是推销一种观念，而不是产品，是用产品后的一种高品质的生活。在促销的过程中，顾客受情绪的影响很大。一位优秀的营销员，能够控制自己的情绪，让顾客感觉不到你在推销，而是在为他服务，帮他在解决问题。因此，要抓住时机，强化顾客的感情，让他觉得一定要买。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com