

经验分享：破解“价格高”“不赚钱”两大难题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022__E7_BB_8F_E9_AA_8C_E5_88_86_E4_c28_646434.htm

本文主要介绍破解“价格高”“不赚钱”两大难题，供大家参考。如果你是一名市场总监、销售总监，或者是总经理，你会发现本公司销售人员回来说得最多的有两句话，一句就是：“客户说我们的价格太高！”另一句就是：“客户说卖我们的产品不赚钱！”我发现销售管理者和总经理面对“价格高”和“不赚钱”两大营销难题常常采取的办法是采取促销、返利或降价等措施，但是，又发现即使反复采取这些措施后，销售人员回来说得最多的还是这两句话，是乎“价格高”和“不赚钱”两大营销难题根本没有也没法得到解决。时间一长，管理者还认为是销售人员是在找借口或托词，这两句话背后的含义不就是因为公司产品的价格太高，或客户卖我们公司的产品不赚钱，所以我们公司的产品不好卖、很难卖吗？！有的还认为是客户不想好好地卖我们的产品，而故意找借口或托词。于是客户说客户的，业务员你说你的，企业做企业的，置之不理，听之任之。每次开会、汇报、建议，老生常谈，习以为常。到后来大家还认为这是销售中正常的事，企业是不可能解决的。如果你是一名业务员，到客户那里又确实发现客户说得最多的就是这两句话：“你们的产品价格太高！”“卖你们的产品不赚钱！”大部分销售人员只能面露苦笑，一脸尴尬。有些聪明的业务员就会耍起请吃、请玩、抽烟的小花招转移话题。乍一看，这是一件很普通正常的小事，其实是企业营销大事。能解决“价格高”和“不赚钱”两大营销难题，其实，

就是解决营销根本问题。有人从事营销多年，一直在思考一个问题：什么是营销？营销是要解决哪些问题？后来研究发现：营销就是要为客户提供三大利益，即物质利益、过程利益及关系利益。说起物质利益，大家都不陌生，那就是客户(指中间商、零售商)卖我们的产品是要赚钱的，或者说客户(使用者)买我们的产品就是买产品的功能、性能、效用等。物质利益是基础利益也是比较低级的利益。而过程利益就是指在与客户接触过程中给客户带来新的理念，新的方法。这些理念和方法可以帮助客户解决其所面临的问题。这种利益是“渔”而非“鱼”。过程利益是中等层次的利益，最高层次的利益是关系利益，就是我们要使客户经销我们的产品和服务时让他们能赚到更多的钱，或者使用我们的产品和服务时，让他们获得到的利益不单单是产品或服务的直接的功用，还有一种精神上或思想上的满足，价值得到体现，或具有成就感。营销中以上问题的出现就是因为大多数人只关注营销过程中的物质利益营销。而仅让客户得到物质实惠和物质利益又是远远不够的，或者说解决不了营销中遇到的“价格高”和“不赚钱”两个问题。下文先从过程利益说起。在原来工作过的企业担任营销副总的时候开拓山东市场，当时组织山东省的经销商在青岛开会，笔者发现有一位烟台的经销商很受经销商们的尊重，一调查，原来这位经销商年销售额过亿，规模做的很大，企业经营的很成功，所以很受大家尊重。笔者回来后未过多久就立即给这位经销商打电话，说笔者星期五到烟台，请他把营销人员组织起来将为他的公司进行为期两天一晚的免费营销培训。这位经销商老板姓盛，盛老板高兴的不得了，他连说了好几声“好!好!好!”后来这位

盛老板安排了公司所有的员工都参加了。两天一晚的培训结束后，笔者要去德州，结果奇迹出现了，这位盛老板亲自开他的专车陪笔者去德州，大家知道德州与烟台相距很远，至少五百公里以上。到了德州以后，德州的经销商楞了：“这位刘总是何方‘神圣’？！还由我们省里最大的经销商亲自开车不远千里送过来。”还赶紧说：“刘总，我们的货款已经准备好了，并准备再次大量订货。”笔者说：“我过来不是要货款和订货的，而是看你们销售中有什么困难和难题，是否需要我帮助解决的？销售人员是否需要我来做个免费培训什么的？”培训结束后，经销商也从“刘总”改口到“刘老师”。在市场上，笔者就是这样轮番地为经销商提供培训和辅导，帮助经销商解决销售和管理难题，不仅所负责的企业销售业绩翻番式的增长，而且，几乎听不到客户说“你们的产品价格太高”和“卖你们的产品不赚钱”两句话，因为“学生”是不会与“老师”讨价还价、嫌赚钱多或少的。这里一个很重要的原因就是客户在与我们开展业务合作的过程中学到了东西，掌握了管理和营销的工具和方法，使得自身经营水平和盈利能力得以提高。也就是说，我们在给客户提物质利益的同时，提供了比物质利益更加难以得到的过程利益。当绝大部分企业营销人员还停留在请客户吃饭、喝酒、洗桑拿(也是物质利益的组成部分)的时候，而笔者增加了“授人以渔”这种过程利益，市场表现和竞争结果可想而知。当前，不管什么行业，都存在一个共性的课题，那就是普遍的经销商和零售商都面临观念更新、营销和管理水平需要极大提升以及很好地解决企业稳健经营和快速发展的问题。可以大胆地预见，哪家企业为经销商和零售商对以上问题解决的愈

好，或者说哪家企业为客户提供的过程利益愈多，经销商和零售商就愈心甘情愿地卖那家的产品，就愈推崇哪家企业。当然，向客户提供过程利益的途径和方式方法是多种多样的，例如，湖南科力元高技术有限公司是中国一家实力强大的电池供应商，技术在业内处于领先地位，其客户多为电动工具、玩具、草坪灯等类型生产企业。虽然说科力元为客户提供的电池是合格产品，但是客户还是要对其提供的产品以及其它电池供应商提供的产品进行检测和把关，而这些客户对如何检测电池以及配备哪些检测设备并不是行家里手。科力元一方面为客户提供成套电池检测设备，另一方面，对客户进行培训指导，直致其掌握检测技术。在短短的三年时间里，科力元在与客户合作的过程中，就是这样本着让“客户终身收益”的理念，实质性地帮助客户解决具体问题，使客户掌握相对自身来说很难的技能和技術，使专业技能得以提升，超越价格战，在业内创建了持久的竞争优势。相关推荐：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