

案例詳解：

不講理論，只講做法

站在客戶角度 修改成交策略 營業額翻倍



這位老闆賣的是木雕，他是怎麼樣修改他的成交策略的呢，我們就直接進入主題。

先問你們一個問題，如果各位是木雕老闆你們會怎麼賣木雕？

一般人通常都是開設一間店或者是招代理商進行銷售，但是你們會發現這樣很難賣，為甚麼？因為沒有任何的定位。或許有些人會說，你們的定位是有錢人和一些藝術愛好者。但坦白跟你說，這樣有定位跟沒定位是一樣的。

接下來我們來看看這位老闆怎麼做的。

由於他賣的木雕價錢很高，都是幾萬塊起跳的，因此他專門將木雕賣給企業老闆，因為企業主比較有錢，並且認識其他有錢的老闆。他整個營銷流程是這樣的，我們舉例來說，假如一個市價五萬元的木雕，今天你只需要 3 萬元就可以買回辦公室。當你身邊的朋友看到這個木雕，如果喜歡，那麼你可以用五萬元的價格賣他，這樣不就賺了兩萬元。假設一年後沒人買你的木雕而且你也不喜歡了，那麼我就以三萬元買回你的木雕。

這樣對一位企業老闆來說，根本沒有任何的風險。

買木雕放在辦公室裡，可以顯得很有文化涵養，如果有人買走你的木雕，還可以賺進兩萬元。重點是一年後若不喜歡還可以退。

其實，這位賣木雕老闆除了讓顧客覺得零風險外，還運用了人性。

怎麼說呢？很簡單，老闆幾乎都是愛面子的人，如果他越看這件木雕越喜歡，那他肯定不會退，而且你們都知道，木雕是有增值空間的。假使這位老闆真的已經不喜歡了，通常會選擇送人撈一個人情。所以基本上真正退貨的只有極少數。

通過這個案例你們有沒有發現一件事情，高手都懂得將風險逆轉。把顧客所有的風險逆轉到自己身上，這樣顧客成交就會變得輕鬆很多。

案例講到這邊，你有沒有覺得這個木雕老闆很厲害呢！

思考：銷售從客戶角度出發，為什麼要買你家的產品/服務呢？能不能將客戶擔心的事情攤開解決呢？

給您一句神奇用語：這個案例干我甚麼事呢？

也許您不是賣木雕，但您有沒有想過在做生意的過程中，替客戶想想他能從中獲得什麼利益？
(秘訣！給客戶無法拒絕的理由，買你的產品/服務！)