

克亚营销机构特别报告系列



刘克亚

营销魔术师

版权所有 克亚营销机构

目录

| | |
|------------------------|----|
| 1、克亚老师与学员方佩的电话密谈····· | 03 |
| 2、克亚老师与学员王利明的电话密谈····· | 17 |
| 3、克亚老师与学员周少梅的电话密谈····· | 27 |

案例简介

方佩，河北廊坊舞蹈学校校长兼首席培训师。她的挑战是如何低成本快速提高招生人数？如何轻松击溃竞争对手？怎样才能提高课程的价格而不会引起学员家长的反抗？最后，怎样才能吸引并留住最优秀的舞蹈老师？

在不到 30 分钟的电话咨询中，我快速聚焦到她最大的机会和问题，从营销理念到营销策略和营销技术，给了她近 10 种不为人知的、既高效又实用的方法和手段。不管你从事何种行业，相信这些方法和手段对你都将是极大的启发和指导。

克亚：方佩是做舞蹈学校的，现在是在河北廊坊，我们现在要集中精力讨论你的舞蹈学校，告诉我你现在在做什么，问题是什么？然后我希望，聚焦在你的最大的机会，或者可能是最大的问题，好吗？

方佩：恩，我现在是做一个专职的，从事舞蹈培训的学校，学生对象是少儿、5-15 岁的学生。现在规模有 200 人，一所学校。

克亚：学生上课的情况是怎样的？

方佩：每个学生一个星期上四个小时的课，分两次上，周六一次、周日一次。

克亚：这些孩子都是要考级的吗？

方佩：不，考级是自愿的。

克亚：百分比多少？

方佩：考级、不考级各占 50%。

克亚：你卖的课程是怎样的？

方佩：我们分为两种，一种是四个月的课，一种是一年的课。

克亚：百分比是多少？

方佩：前者跟后者比是 3: 1。

克亚：更多的是短期的课。分别是多少钱的？

方佩：300 元四个月，和 800 元一年。

克亚：因为你们那个地方价格比较便宜，这个价格其实还有上升的空间。你的学生报第一次课时，选择的最大可能性是四个月的课？还是一年的课？

方佩： 四个月的课。

克亚： 四个月的课，有的上完还会再续延是吧？百分比是多少？

方佩： 80%。

克亚： 然后再续四个月和再续一年的比例是怎样的？

方佩： 1: 1

克亚： 50%是四个月、50%是一年。平均一个学生会跟你学多长时间？

方佩： 一年半左右。

克亚： 在你四个月的课程中，你一般在什么时候推荐学生去续延课程呢？是在结束之后，还是三个月、两个月以后？

方佩： 三个月之后吧。

克亚： 然后你现在是通过什么样的方式去招生？

方佩： 主要通过两种方式，第一种是利用老学生的家长推荐……

克亚： 你不做公开课，学生通过直接推荐，直接进你班是吗？

方佩：对。

克亚：你有零风险承诺吗？就是上多少次课不满意退钱？

方佩：没有。

克亚：家长推荐是一个，另外一种方式呢？

方佩：另外一个是通过电视媒体宣传。

克亚：你有一个节目是吗？

方佩：对，我们每年都做一期电视汇报。

克亚：在你们当地电视台是吗？需要花钱的吗？

方佩：当然。

克亚：做一次多少钱？

方佩：3000元左右。

克亚：广告做完了平均帮你招多少人？

方佩：30 - 50 人吧。

克亚：就是花 3000 就可以赚 9000，是吧，这是最保守的。为什么只做一次？

方佩：因为我们的形式不是一般的广告形式，电视节目是以演出我们的节目为主。

克亚：我明白，但是你现在的数字表明每花 3000 块钱可以带来 9000 块钱的利润，这是保守的计算，很显然如果做第二次，即使效率会低一点，但也不会低到哪儿去，有可能赚 8000 块。所以最直接的方法，你应该想办法再做一次。

方佩：目前因为我这边人手比较少，非常缺乏老师，就我一个人。

克亚：所以你现在不是没有学生，是因为没有老师。OK，两个办法：一，提高价格。入门的价格不提，提高你的中级班和高级班的价格。提价的方式分为三步走。

第一，你宣布你要提价 30% 或者 20%。你自己决定，什么时候开始。在这个时间之前，提前报名的可以享受原有的价格，这样就会有更多的人会提前报名。然后到那一期了，真提价，比如从 300 块到 400 块，但是你送他价值相当于 50 - 100 块的

舞蹈服，这是第二步。第三步，把送的奖品或者是赠品去掉。

经过这三个步骤，家长接受起来是非常轻松的。同时你利用涨价的机会可以在第一步招更多的人，有没有理解？

方佩：有理解。但是我以什么样的名义涨价，容易让家长接受呢？

克亚：提价，一、你必须承诺我们要做的更好。你发现学生需要更多的辅导，你将要投入更多的精力。譬如说你要增加一个助教或者你要给他们增加更多的训练，或者我们需要配备一些设备。

首先要考虑你能给他什么，这样能够更好，然后因为这些会产生很多的成本，所以我最终必须要提价。但是如果你们现在报名，你们仍然可以享受原有价格，OK？

提价没有问题，但是提价必须有一个前提，你给人家多创造了什么价值，你要告诉人家；以及由此而产生的成本，你也要告诉他们，原因很重要。照这样提价是没有问题的。

我觉得，既然你有80%的比率上高级班，那么很显然你可以保持初级班的价格不变，加大初级班人数，争取把80%的生源带到中级班，这样的话，你赚钱在后面，同样的付出你得到的回报完全不一样。

当你提价 10%、30%，比如说多出来 50、100 元，这个多出来的价格对你来说是 100% 的利润；因为你原来的价格已经包括所有的成本了，所以你需要增加前端，有这么几个方法。

你需要在汇报演出的时候，进行电视录像，做一个 DVD。你给所有的参赛选手每人一张，然后再多给每人比如 10 张，他可以送给他们的亲友、朋友或者同学。一张 DVD 的成本只有几块钱，但是有一定比例的人就会送给他们的朋友，因为这里边有他们自己，所以他们很美，愿意把它送给很多的朋友...

在 DVD 里，你说，“你怎么知道你的孩子有没有舞蹈天赋？你知道舞蹈对你孩子的性格、智慧有多大影响吗？”.....免费咨询电话：XXXXXXXX。这样，很多人就会打电话给你，OK？

以后每个月你们可以进行一次生日派对，就是把这一个月过生日的小孩全部集中在一起，你把生日派对演变为一个汇报演出，（有蛋糕，这个月过生日的小孩可以汇报演出）然后告诉过生日的小孩，可以请 5-10 个自己的好朋友或者同学，其它的同学也可以带 2-3 个同学、朋友，然后就会有很多人来。

在这种情况下你给他们提供零风险报班条件，你报了我们四个月的班，上了三次如果不是 100% 的满意，可以退款，一分钱不要！这样相当多的人就会报名，对吧？

你看，我能给你很多想法，每一种方法都没有风险，也不需要任何投入，但是只要你按照这些方法，你的生意就会慢慢做大，2倍、3倍、4倍……完全可能！

方佩：克亚老师，就刚才您说的那个，曾经我也想过，可是效果并不是像我想象的那样？

克亚：因为有很多事情你没有做好，比如说，你要请一个专业的人来摄影，然后你说，你看我们投入了很多钱，希望你们送给真正需要的朋友，但每人只送10张；另外你要把每一个参加表演的小朋友来一个特写，否则她为什么要送人呢？

方佩：对、对，很多人看到没有他，就不想要…

克亚：所以你们拍摄的不对嘛！拍摄是有技巧的，开场的时候给她一个特写，结束的时候给她一个特写。

我所有的营销策略、技术，100%没有问题。但是对每一个行业它需要做一些稍微的改变，这是必须的。概念肯定是没有问题的，只需要稍微的调整，就能适用不同的行业，所以我觉得你应该快速的去做。

我给了你很多的想法，你总结一下，然后把它排出顺序；不要

眉毛胡子一起抓，全部冲上去，把这些想法一个一个地验证，这样我相信你不需要多投入一分钱，你的效果就会很惊人！

方佩：谢谢克亚老师！还有一个问题，我们县城有好多家竞争对手，当然现在我是龙头老大，虽然我现在势单力薄，但是我想不出更多、更有效的宣传办法？

克亚：你现在已经很多人了，你不需要宣传，你现在是需要老师去培训。你宣传的目的，是为了多招生，但你现在都没法教更多的人了，你为什么还要宣传，你懂我的意思吗？

你现在最重要的问题是，在你宣传之前你需要解决老师的问题。解决老师的问题很简单，你不要像别的学校一样付最基本的工资，这样老师是没有积极性的，你需要付他基本的工资加上10%的收入提成。这样如果做的很好，他的收入会是其它学校的两倍甚至更高，这样你就能吸收到最好的舞蹈老师。

但是因为他得到的是提成，当他赚一万块的时候，实际上你赚的钱远远超过一万块，所以你不需要担心……

方佩：克亚老师，您说的10%是指净利润还是销售收入？

克亚：我想你的成本不多，销售收入提成可能会更好一些。为什么呢？首先销售收入比较容易计算，然后利润呢，人家会觉得“我怎

么知道你怎么计算利润呢”是吧？所以会有争议。

但我想差别不大，比如说10%的利润也就是8%或者7%的收入，那你就算10%的销售收入，你宁可让他觉得占了你的便宜……这个都是细节问题。

方佩：我们现在一天有5个班，其中2个小班交给了一名刚毕业的老师，那这2个小班所有的工作由她负责，但每周她都要先向我们汇报她备课的情况，然后我们也会再对她做很多的指导，那这两个小班的收益是不是也应该跟她有一个分成？

克亚：对，这样她的积极性会很大。下次她会更配合招生，她会让更多学生报下一个班，你需要这样去做。我所有的学员在我的指导下全是这么做的。

方佩：是这样的，非常实用。克亚老师，最后的问题就是，有很多潜在的学员，他们都要续课的，而且我们这边的每一家舞蹈班，都是承诺可以先免费试课、不交钱试课，那他们往往都是先试我们的，因为我们口碑是最好的？

克亚：先试多久不交钱？

方佩：试一次。

克亚：那你现在改成：必须先交钱，但是可以试一个月或试三次。你可以先交钱，但是我100%退钱。让他多试几次，别人都是试一次，你说我试三次。那他试的次数越多，他待下去的可能性越大。所以很简单，如果你教的很好，他就不会走，因为你把他“锁住了”，他就不会再到别的地方去试了。

方佩：有的学员家长心理就是：我都要试一试，都参与，比较一下，我才能做出选择。可能就是试试这家、再试试那家……

克亚：没关系。因为你已经免费让他试了三次，别人让他试一次；如果你确实是比别人好，他试三次对你的判断更加有利。再说他在这里已经交过钱了，他再退出去的可能性更小一些，对吧？你让他要先交钱，别人让你试一次，我让你试三次；但是我承诺100%退你钱，如果你不满意的话。这样就解决了你的问题。

方佩：克亚老师，那还有很多家长他不做任何准备来试课，不带钱，来的目的就是想试课。

克亚：OK，我觉得你可以做一个实验，一期你就让他进，另外一期你就要求他交钱。测试两期，你看成交的效果有什么不一样？这样你一定可以得到一个比例，知道哪一个是更好的做法。你懂我意思吧，没有说一定，但是你做这两次实验应该得到一些数据，这些数据就能指导你怎么做。

方佩：就是我们跟家长说明情况，

克亚：对，你说为了更好的配合老师的工作，提高教学的效果，试课需要统一安排，需要先交钱。如果你想让效果更好的话，你可以在家长交完钱后，送给他一个特别的奖品，或者特别的赠品。譬如说一本舞蹈书或者其它的。对你来说，一个是宣传，一个是他交完钱手里拿了一个东西会感觉到踏实一些。对吧，这样就能够解决一些问题。

方佩：或者可以跟家长解释说是为了工作...

克亚：还有一个办法，你说第一次来我们这里试课都需要做一个基本的检查，你给她一个5分钟的试跳，做一个基本的评估，然后你说：行，你可以试课，指定他们什么时间来试。先评估跳一跳，看一看怎么样。感觉一下行不行。然后给他安排固定的时间来试课也是一种做法。

方佩：也就是说试课是有所管理的。

克亚：对，不能像大街上一样，那样交费的学员会有意见的。你说，“我们试课都必须事先和老师协调，否则会影响教学效果。我相信你一旦交完钱之后，你也不希望每天都有新人进来，所以为了保证效果，为了对老师负责、对学生负责，我们必须事先

通知老师，并且我们不可能在同一个时间安排太多的人试课。”
如果你太随便，他会觉得不值钱；而你很认真的告诉他有个程序，他会觉得你认真负责。

方佩：另外克亚老师，您觉得像我们这么一个规模的培训学校，它应该有几个角色呢？比如我，既是负责人，又是主要的培训师...

克亚：现在是这样的，我认为你应该招募其它老师，用我刚才说的这个办法，基本工资加上提成。基本工资不低于竞争对手的工资，提成至少是她工资的 50%，甚至超过 100%，这样她的积极性被激发了，然后你应该在关键的时候才出现。你要注意打自己的品牌，这样那些老师就不会对你产生威胁，而且你也不需要天天上课。

方佩：不天天上课可能有问题，刚才您讲到的那个承诺主要是对培训师质量的承诺、对教学成果的承诺。我有九年的经验，完全可以胜任，而且能做的很好，但是对于别的老师，我们要是给学员做承诺的时候，就不敢这么做承诺...

克亚：所以你需要去找最好的老师，你给最好的报酬。零风险承诺这是应该的，从道义上、从理论上，你必须做的承诺。没有家长花钱买你的时间，人家买的是结果，你必须对你所做的事情的结果负责任，本来就应该承诺。如果你没有承诺你就在糊弄学生，很简单，OK？

你要找最好的老师、给她最好的报酬，学生多招 5 个人，她的工资就出来了，所以你不要吝惜这个。你用我的营销办法，你必须把最有能力的老师聚集在你的周围，给她最高的报酬，但这是一种对利润的分享、分成，所以你没有任何风险。

方佩：对。那您的意思是不是，从另一个方面来说就是宁缺毋滥，一定是很优秀的老师。你要是做的不好，你不要钱我都不能用。

克亚：当然了，零风险承诺是你营销的杀手锏，如果她不能做到这个，就相当于你说话不算数。

(完)

案例简介

王利明，广东韶关一家经营电焊耗材公司的老板。他的主要挑战是：如何在没有自己的销售人员的情况下，快速增加客户的数量，提升销售额和利润？

在不到 30 分钟的时间内，我给了他一个巧妙利用杠杆借力的技术，不仅不需要招收新的销售人员，而且还可以在零投入、零风险的情况下，让他的销售额和利润在三个月内增加一倍或者更高。不管你从事何种职业，也不论你想不想创业当老板，相信这段咨询一定让你眼界大开！

王利明：你好，是克亚老师吗？

刘克亚：我是克亚。你是王利明吗？

王利明：是的，非常感谢克亚老师一直以来的一些指导，因为我买了您的两套课程。

刘克亚：最新的 CD 有听吗？有没有启发？

王利明：有，很有启发。

刘克亚：我不知道你有没有看过第二套 DVD，我在里面讲了很多营销

的案例，其实我的营销策略和概念用在任何的行业都是一样的。我当时的想法是在第二届向全行业开放，这一届主要是对培训师，但是有很多、很多人都要求加入，所以我说开放10个名额，这样让不同行业有一个互动。

这一次我们面对其它的一些行业，有做有机农业的、有做保健的……各种各样的行业，好像你是做外贸的？

王利明：我实际不是做外贸的，做的还是建筑材料，还是内贸方面。我做了5、6年技术，做了3年销售，才出来创办了自己的公司。

刘克亚：在过去的3年当中你做的怎么样？

王利明：我感觉还可以吧。

刘克亚：那我们这一次的咨询是集中在营销上，时间也很紧张只有30分钟。我希望在这一段时间给你一些非常具体的、全新的想法和思路，然后有一些具体的行动，让你能够创造更多的效益。

你觉得听完这些CD之后，对你自己的做法有一些启发，在有限的时间内，我再给你一些新的想法。你现在做的核心产品是什么？

王利明：是一个焊接方面的材料，主要客户是一些焊接厂商。现在有一、二十家客户。

刘克亚：客户购买是每个月都买还是一次性购买？

王利明：都有的，只要需要就会购买。

刘克亚：那对你的客户平均来说，大概每一家每个月买多少？

王利明：每一家客户平均的话，5000 - 10000 块钱吧。

刘克亚：然后一个客户跟你合作之后，会跟你多久？

王利明：2、3 年左右。

刘克亚：那 5000 块钱，你算下来会有多少钱的利润？

王利明：大概有 20%。

刘克亚：利润大约 1000 块。也就是说一个客户第一单成交后，他对你的价值保守估计是 2 万块。那你是怎么找进来这些客户的呢？

王利明：我的客户几乎都是通过我卖设备积累下来的。另一方面我也跟一些和我们有关的厂商联系过.....

刘克亚：这些厂商本身就是你的“鱼塘”，你应该跟他们合作。我告诉你怎么跟他们合作？这些其它材料，你本身是不做的，两种合作方法：一、你向你的客户推荐我的产品，然后我向我的客户推荐你的产品。假如你能找到 3-5 家这样的厂商，你的客户数量会很快的增长。

还有一种方法你找出这样 3-5 家的厂商，你跟他们的销售员或者老总说：你向你的厂家推荐我的产品，我第一单的利润全部让给你，那很多人就会给你介绍客户。而你知道你每成交第一单新客户，下面都会给你带来的两万块的利润。所以假如你找 5 家这样的公司，每一家每个星期给你送来一个新客户，然后第一单你一分钱不赚，当然下面你都会有很多钱赚。

所以你应该找很多鱼塘，把第一次的利润 100% 的让给他，让他全力以赴帮你推新客户。如果已经是你的客户不算，他必须找来新的客户。第一次成交 100% 的利润都是他的。那你没有任何的风险，你牺牲的只是第一次的利润。

王利明：那克亚老师，因为我做材料刚做 3 年，但是别的厂商看不上我们这种最小的耗材.....

刘克亚：你可以跟销售人员联系，他会在乎这个利润，你不要跟公司合作。销售人员他甚至都不需要帮你销售，帮你引荐客户没有问题吧，如果成交了，第一单所有的利润全部给他，你一分钱不赚。

然后你接着维护这个客户第二个月、第三个月……将来平均两年的利润都是你的。如果这样的话说你是不是是一分钱的成本没有，一点风险没冒，你每个月每星期会有免费的客户送给你。这样你坐在家里，你牺牲的只是第一个月的利润，但是你没有任何风险，这样你会有无穷多的客户进来，你的公司会快速的膨胀。

王利明：克亚老师，我们这个原材料行业，有时候因为品质的问题或者是竞争的问题，很容易丢客户……

刘克亚：提高销售额有三种方法，一种方法是增加客户的数量；另外一种方法是增加客户每一次购买的交易额；第三，是增加客户购买的频率，也就是跟着你时间的长短。

我现在教给你的是增加客户的数量，然后我还可以教你，如何让客户每一次购买的更多，然后我还可以教给你如果延长客户跟你做生意的时间，有很多、很多方法。

维护客户是另外的问题，我刚才给你的建议是一点风险都没有，但是你得来了稳定的客户，即使有一半的客户购买两次就结束你也不会亏，对吗？这样你就可以把前端找客户的精力全部节省下来，用来维护客户的质量和服务，你的客户跟你的时间就会更长。所以这是一个最重要的战略转移。

你把前端找客户的精力全部节省下来，让别人帮你找客户，你没有冒一点风险、你没有做广告、你也没有雇一个自己的销售人员到处找，而你牺牲的是你第一个月得到的利润，前提是如果他不成交，你也不会牺牲，所以没有任何风险。

这样把你的精力花在，怎么把进来的客户让他成交额更大，怎么把进来的客户让他成交的频率更大，所以这样整个你的成长会非常的快。这只是其中的一个思路，有很多、很多种思路。这也就是我跟你说的，我的营销会让你在极短的时间内有几何的倍增。

假如说我们用这种方法，你找 5 个相关的“鱼塘”销售人员，（我想这对你来说很容易，）这 5 个销售人员在一个月的时间内，让你的客户量加倍应该没有问题。如果在这三天培训班上，我再给你一些方法，让你客户每次的成交额增加一倍，也是可以做得到的。然后我还可以教你方法，本来这个客户要跟你 2 年，我会教你方法让他跟你 4 年。

每个地方都加倍，你知道你的销售额增加了几倍吗？8倍，是吗？但是你的利润增加的不止8倍，为什么呢？因为你的固定成本早就已经含盖了，你后来增加的是利润，你的毛利会越来越高。所以我想在很短的时间内让你的利润增加10倍是非常容易的。我不知道你现在的利润是多少，增加10倍，对你来说应该是一个可观的数字。

王利明：我现在一个月销售额才做十一、二万吧，因为我现在没有业务人员，所以……

刘克亚：所以你按照我刚才说的方法，你不需要业务人员，因为你让别人在帮你找新客户。你自己招业务人员是有风险、有负担的，但是按照我说的方法，找这5个人，你是没有任何风险的，工资不用你付，然后他成交后你再付他利润，OK？

王利明：克亚老师，现在跟我合作的厂商，把他们所有客户的电话都已经给我了……

刘克亚：你需要的是和他们的销售人员去联系，不是公司；因为公司对你的1000块钱可能不在乎，但做事还要靠销售人员，所以你需要跟销售人员联系。找10个销售人员进行测试，也许一个月后只有3个人给你带来新客户，另外7个人不行，那你就不要再和那7个人合作了，然后再找其它的销售人员

合作。

我刚才和你说的这招，你没有任何风险、你没有任何投入，如果做的很好，你的客户量会很快的加倍。当你的前端客户量加倍的时候，那后端的订单就会自动来，所以这时候你可以雇更多的人来进行后端的的服务。你每雇一个人是因为你前端已经有这么多的收入了，所以你没有风险。

所以我要对你整个营销思路进行一个大的变动，把你的精力放在后端，把前端的利润让出去，让别人帮你做，这就是：杠杆借力。

王利明：我记得我看您第一套碟片的时候，最重要的就是学会了这个“杠杆借力”，但是具体的不知道怎么去用……

刘克亚：那我刚才和你说的就是一个最好的例子，这只是其中的一个方法。在三天的培训班上你还会学到更多方法。我完全相信在三个月内，加倍你的生意是非常容易的。

王利明：下面还有一个问题请教克亚老师，我这个耗材是一个代理的方式，面对客户因为不是国际大品牌，所以很多客户不认可……

刘克亚：我觉得品牌是第二步的事情，你首先把你每个月从10万做

到 100 万，然后我们再解决品牌，那是另外的、一种更长远的策略了。

我这三天的课目的不是帮你成为一个营销专家，其目的是想给你，我所有技术中的最精华的精华、最简单的技术，你冲出去马上就能赚钱。

你比如说我刚才给你的这一招，你去找一些好的销售人员，每找 10 个就有一些人能够给你带来客户，马上就能赚钱，而且你没投入一分钱，这是我们的目的。

因为我知道只要你赚了钱，你就会相信我给你的东西是有价值的，否则没有用，对吧？我现在可以给你讲很多品牌营销的秘诀，品牌的東西更复杂而且不可能在三、五天内产生效果，等你每个月做 100 万、一年做 1000 多万，那时候我们再来解决品牌的问题。

你来参加三天培训班的时候，不要一开始就问我关于品牌的问题，三天结束之后你可以问我这些问题，我给你一些回答；那时候因为你已经有了一些背景，你对我营销的模式、理念有了一些基本的理解，好不好？

王利明：好的。克亚老师，我的想法是，做什么事情总会有方法的。

为什么我刚刚开始做的时候，这么累、这么辛苦？可能因为

没找到方法。就像学英语，当时想把英语学好，所以我很主动就参加了培训班。

刘克亚：营销更简单，实际上我教给你的这个方法，你马上就可以用，如果你愿意的话，是吗？其实很快就会产生结果。

王利明：绝对。我肯定会马上用的！谢谢克亚老师！

刘克亚：再见！

(完)

案例简介

周少梅，江苏无锡一家自来水净化设备公司的老板。咨询前她的营销手段非常局限、落后、过时，可以说基本上是模仿市场上流行的做法，没有任何创新。在不到 30 分钟的电话咨询中，我给了她众多全新的营销理念、营销策略和营销手段，包括如何更精准的锁定目标客户，如何改进广告文案，怎样提高潜在客户数量，如何倍增她的成交率，怎样与产品或服务互补的公司或机构形成战略合作关系，以及如何优化她的销售流程，从而让销售变得轻松自然，铲除高技能人员短缺的瓶颈……

值得称赞的是，周少梅的行动力极强，她很快吸纳了我的建议，改革了公司的营销策略，在不到一个月的时间内，将我的营销秘诀转化成了源源不断的销售额、利润和现金。

周少梅：你好，克亚老师，很高兴有机会向你咨询！

刘克亚：你好，周少梅。我们先进入正题吧，因为时间有限。这样，你先花一分钟的时间，介绍一下你目前做的事情，大概是什么样的情况，然后你的产品是什么？销给什么样的客户？现在遇到哪些问题？

周少梅: 好的, 我是做净水设备的, 就是把设备接在水管上, 这样直接出来的水就可以饮用了, 这可以代替桶装水, 家用、公司、单位用都可以。

刘克亚: 做了多长时间了?

周少梅: 做了6年了, 从前年开始我自己代理了一个品牌, 然后自己操作江苏省这一块。

刘克亚: 所以你是这个公司的老板?

周少梅: 对。

刘克亚: 你做自己的公司两年了?

周少梅: 不到两年, 严格的说是一年多的时间。

刘克亚: 你这个产品是什么? 是一个设备装在水龙头上吗?

周少梅: 对, 一个设备, 接到水的终端, 然后出来的水直接就能饮用不用再买桶装水。

刘克亚：你是有几个不同类型的产品，还是只有一个产品？

周少梅：有几个不同类型的。

刘克亚：你最典型、卖得最多的产品，是什么价格？

周少梅：卖得最多的有两款，普通型的，它的功能有保健作用，价位大概在 3580 元；还有一个最高价的是 6980 元，还有一个最低价的是 460 元，它不能达到纯净水的标准，但能起到一部分净化作用。

刘克亚：所以现在基本有三款产品，四百多、三千多和六千多的。你是怎么样找客户的呢？

周少梅：我平时就是让员工去发宣传单。

刘克亚：到什么地方发宣传单？

周少梅：到一些社区。

刘克亚：发宣传单只是一种方法，还有什么呢？

周少梅：主要就是发传单，然后就是员工直接去单位里面找客户。

刘克亚：如果我从来没有了解过你这个产品，现在你发个传单给我，然后你通过一个什么样的销售流程向我销售呢？假如我现在拿到你的传单，我要打电话给你吗？

周少梅：对。

刘克亚：你提供什么价值给我，我为什么要打电话给你？

周少梅：我们发传单主要是让想了解产品的客户给我们打电话，然后我们有一个会议营销……

刘克亚：其实你发传单，让客户打电话给你，是为了让客户进入一次会议营销的流程，就是你要把大家集中起来，然后集中进行会议营销，会议要讲多长时间？

周少梅：我们一个礼拜 2 次会议，一次讲 2 个小时。

刘克亚：2 个小时，然后在这个会议上你试图成交，right？

周少梅：对。

刘克亚：成交比例怎样？

周少梅：不好。

刘克亚：还有一个问题，如果会议上成交了，意味着什么？是现场交你三千块钱还是交个订金？订金多少钱？

周少梅：交订金，100-200 都可以。

刘克亚：然后多少天之内，你帮他装？

周少梅：三天。

刘克亚：装完之后呢？

周少梅：装完之后付全款。

刘克亚：你有零风险承诺吗？多长时间不满意可以退吗？

周少梅：一个月不满意可以全款退。

刘克亚：退的多吗？

周少梅：退的没有。

刘克亚：你现在的的问题就是人数太少，或者高质量的客户太少？

周少梅：对。

刘克亚：我问你，假如我是你的潜在客户，你能向我明白地展示，我的水有问题，而用了你这个产品之后的，好处在……你能展示出来吗？

周少梅：能，这个可以和其它的水做对比。

刘克亚：怎么做？具体来说，你有一个化学试剂还是什么？你的核心卖点是什么？

周少梅：第一，水是碱性的，第二个它有矿物质。

刘克亚：所以，你的核心价值是你这个水有利于健康，为什么？一是碱性的，二含有微量的矿物质，其它的水没有。那这个水你卖的是营养价值还是安全、干净？

周少梅：营养、干净都具备。

刘克亚：客户购买哪一个对他们更重要？

周少梅：健康。

刘克亚：你能证明他的水是有问题的，而过滤之后就是干净的吗？

周少梅：能。

刘克亚：怎么证明？

周少梅：比如说，自来水我们用铝器去测试，含铝质量非常高，而过滤之后铝质量就没有了。另外我们还把墨水和酒混在一起，过滤之后出来的就是白水，直接就能饮用。

刘克亚：你现在有多少客户？

周少梅：现有的，有几十个。

刘克亚：客户推荐客户的情况有吗？

周少梅：有。

刘克亚：你鼓励吗？

周少梅：鼓励。

刘克亚：你怎么鼓励的？

周少梅：我给客户返一定比例的提成。

刘克亚：你觉得有用吗？

周少梅：有，但感觉作用很小。

刘克亚：有几个问题。我觉得你现在需要设计一个简单的试验。我先大概跟你说一下几个思路，然后我们再聚焦几个点上展开。很重要的，你销售的不是产品，你销售的是产品的价值和利益，你必须让客户明确地认识到，你的产品的价值和利益。你产品的价值是营养和干净，并且你得有简单的手段让他自己认识到他的水是有问题的，但你能够给他提供解决方案。

你需要设计一个、两个或者最多三个简单的试验，让客户自己就能证明他的水有问题。也许是一套试纸，也许是给他两个化学试剂或者其它的什么工具。这是一个你必须要做的事

情，你必须要让客户认识到你产品的价值，因为你卖的是价值，如果他认识不到，你就卖不掉。这是第一个问题。

第二个问题，你的销售流程需要改。你的销售流程应该这样做。首先，你用传单、宣传页来教育客户，让他认识到他的水是有问题的，然后你让他领取一份免费的自我检测系统，他们回家自己就可以进行一个对比试验，这样他就能立刻认识到水有问题，他就会清楚的意识到水的问题，这样他行动的能力就会更强，这是你要做的。

你的宣传单要起到三个作用。一，教育客户。为什么水的质量会对他的健康有影响？二，教他怎么使用你这套很简单的自测系统。三，告诉他检测结果对他意味着什么。

我想 80% 的客户的水都是有问题的，你告诉客户，如果有问题请马上打电话，然后我们会送一套产品到你家，帮你安装你只需要交一个订金……

你可以把客户的身份证、家庭住址登记下来，你帮他把设备装好，同时再给他几套检测水的手段，让他每天或者每星期，能够对过滤过的水和没过滤的水进行一个比较，这样在这段时间内，他会非常清楚，你这个东西确实不一样。

你可以对他讲，一个星期后，如果你觉得没用，我把设备卸下，把押金退给你；如果你觉得有用，你再补齐余款就行

了。很简单，没有压力！你觉得这样，成交会不会变得更加容易呢？

周少梅：会。

刘克亚：为什么要留几套试剂给他？因为要让他自我说服，他需要相信这个东西可以起作用，当然前提是，你这个东西确实不一样。这样销售应该很容易。还有，我建议你去掉会议营销，因为它有两大问题。一个是成本，但这不是最大的问题，更重要的是，你需要把很多人集中起来，这是一个难事。

我现在给你改的流程，是很简单的，任何时候你都可以成交，但你需要几个好的电话接线员，他们的工作就是让客户同意你去他家安装，这个应该很容易。然后你给客户一个星期的体验时间，这是让他进行自我成交，但客户没有任何的压力。这是第二，对你销售流程做了一个改进。

第三个你需要做的是……让客户推荐客户，这应该是一个不错的手段。但我认为你给客户回扣，这不是一个很有吸引力的点，我相信真正买你六千块或者三千块东西的人，应该不属于经济很紧张的人群，他们可能不在乎你回扣的几百块钱。你应该送给他们一个特别的礼物，譬如说，这些人喜欢出国旅游，那你就送他一个境外游的抽奖机会，你说，我们每个月会有抽奖名额，这样可能对他更有意义。

对于抽奖的机会，你可以找一个旅游公司，你说，我们一起合作，你给我最低的价格，只能是成本价，一分钱不能多，为什么？因为我在帮你宣传。假如说，你100个人抽1个，你送他，譬如香港5日游，4000块钱，那成本价可能也就2000来块钱，但是你卖掉100个设备，你已经赚了很多钱，对吧？所以你琢磨一下，就是你的销售流程设计的不对。

周少梅：恩。有非常多的启发和领悟。

刘克亚：我的咨询，一般十五分钟，就能够给你几个很有价值的启发，同时在最后的几分钟，我想再给你几个想法，就是赚钱有三种方法。

一，提高成交率。来100个潜在客户你成交2个和20个是

完全不一样的，所以你的第一个注意力必须聚焦在这里。如果你不能提高成交率，那其它的东西都在浪费。

你们为什么开始不成交呢，就是你们整个程序的设计有问题，整个销售流程有问题，所以我现在给你改了个销售流程，让你的成交变得毫无压力，这样你的成交率会提高，这是第一个赚钱的方法。

第二个赚钱的方法，就是让已经成交的客户还有重复购买的机会。这对你意味着两件事。一、你是不是每年还卖给他化学药品之类的东西？是否进行定期的更换？多长的周期？

周少梅：豪华型的六千多的一款，时间会比较长一些，5-10年。

刘克亚：所以基本上很少？

周少梅：对。

刘克亚：当然还有很多种方法，但我们今天没有那么多时间探讨，有一点很重要，你可以让客户帮你介绍更多的客户。为什么呢？如果他很注重水的质量，那他也会影响他周围的朋友。我帮你设计的是毫无压力的成交法，所以他会愿意帮你推

荐，这应该非常有效。这是第二点。

第三点，就是反过来，让更多的潜在客户找到你。目前，你只有一种方法——发传单，这是非常无效的，因为传单带来的潜在客户的质量不高。但就算你仍然在发传单，你用我帮你设计的流程，成交率也会有很大的不同。

为什么呢？你原来发传单目的是要让潜在客户来参加你的会议，现在你发传单的目的是让他领一个免费的自测系统，哪一个更容易？

周少梅：肯定是第二个。

刘克亚：所以嘛！但我认为，你还有很多其它的方法可以尝试，譬如说，在无锡，有很多相对中高档的诊所，每一个诊所都有很多客户，这些客户应该说，他们对生命健康是有讲究的，所以他们会愿意花钱买健康。你可以找到这些客户源，我想在无锡找上三家、五家应该不成问题。

你说，我可以以你们的名义，为你们的客户提供一个2小的水保健、水卫生的讲座；或者只要是你们的老客户，我们将为他们提供一个免费水质检测。这样你以它的名义

把传单或信件发出去，命中率应该很高。如果你自己发，发出去 10 封信，可能有 3 个来，如果他们发，可能就有 6 个，为什么？因为信任不一样，对他们而言，你是一个陌生人。

这就是一种杠杆借力，懂了吗？你要的客户已经在别人的鱼塘里了，你到处去发传单，就相当于你在大海里捞鱼，我现在教你的是，到别人的鱼塘里去钓鱼，哪一个更有效？

周少梅：肯定是别人的鱼塘。

刘克亚：但是你需要跟这些塘主协商好，你为他的客户提供一个免费的讲座，比如说 2 个小时的水讲座，讲卫生、讲安全、讲营养，对塘主来说，就是为他的客户创造了一个价值，但他无需承担其它的费用。

或者你可以说，如果有人在一年的内购买，我可以给你提成，但我觉得你先不要这样说，如果有难度你再说。如果你走一圈，找到 10 家这样的塘主，应该有 2、3 家愿意合作。你需要先跟这 3 家合作起来，好了之后，再把这个好消息传播给另外 7 家原先没有同意的，这样可能又有两家愿意合作。然后，你再把这 10 家扩展到 20 家、30 家，这样是不是很容易

易？应该比你发传单效果好多了。

周少梅：对。

刘克亚：还有一个办法，你当地有什么报纸？

周少梅：《快报》。

刘克亚：在《快报》登分类广告应该没有多少钱，一次几百块钱，你可以这样登：“95%的可能性，你现在每天喝的水有问题，这对你的生命质量会有很严重的影响……打电话免费获得我们的自测系统，在一分钟之内你就知道，你的水有没有问题？”这样，应该有很多人打电话给你。

假如说你花 500 块钱，有 10 个人打电话，最后成交一单，你也赚，对吗？

周少梅：对。

刘克亚：还有，假如说你这个广告是在星期一做的，因为你事先赚了钱，所以你可以在星期二、星期三各做一期，然后你测试哪一个时段更好？其实花不了多少钱，你都可以做，可以测

试... ..赚钱应该是一件很容易的事情。

周少梅: 听您说了之后, 我才觉得赚钱是很容易的事情。我又总结了一个新的找客户的方法, 我简单和您说一下, 就是我们最差的一款设备是 460 元的, 我想把这个产品送给那些拥有我客户资源的人。

刘克亚: 也可以, 做为礼物送给他。

周少梅: 比如卖电器的、卖空调的。然后我就收他一个安装费。

刘克亚: 可以, 这样你前面就没有损失, 而且你还抓住了一个潜在客户, 然后你再帮他升级。你是从哪里得到这个启发的?

周少梅: 从那个镜前灯的案例中。

刘克亚: 这个想法非常好, 你现在对杠杆借力有一些感觉了。

周少梅: 这样很容易就把客户找出来了。

刘克亚: 对, 我刚才给你很多想法, 你回去之后, 先把这些想法整理一下, 把值得做的东西, 排一个顺序, 然后一个一个去实践。

你记住我的理念，从成功走向成功，你首先要把一件事情做成功了，然后再去放大，这样更容易！

就像在报纸做广告一样，我不会让你一次性先登一个整版的，我让你先登一个分类的广告，测试一下，就是这个道理。

周少梅：恩，这样我的思路更清晰了，前面找客户加上后面您给我的这些想法，我一定会好好地运用。

刘克亚：我相信，这些想法会让你少走很多弯路，让你的赚钱变得更加轻松！好，那就这样，再见！

周少梅：谢谢克亚老师，再见！

(完)

本案例版权属于克亚营销机构，欢迎与朋友分享，但不得以任何形式篡改、翻录、复制或买卖。为保护咨询者隐私，对话中的咨询者姓名及所在城市均用化名。

更多零投入、零风险快速赚钱的案例和秘诀，请立即登录

<http://www.keyaliu.com/firepower/comein/>