

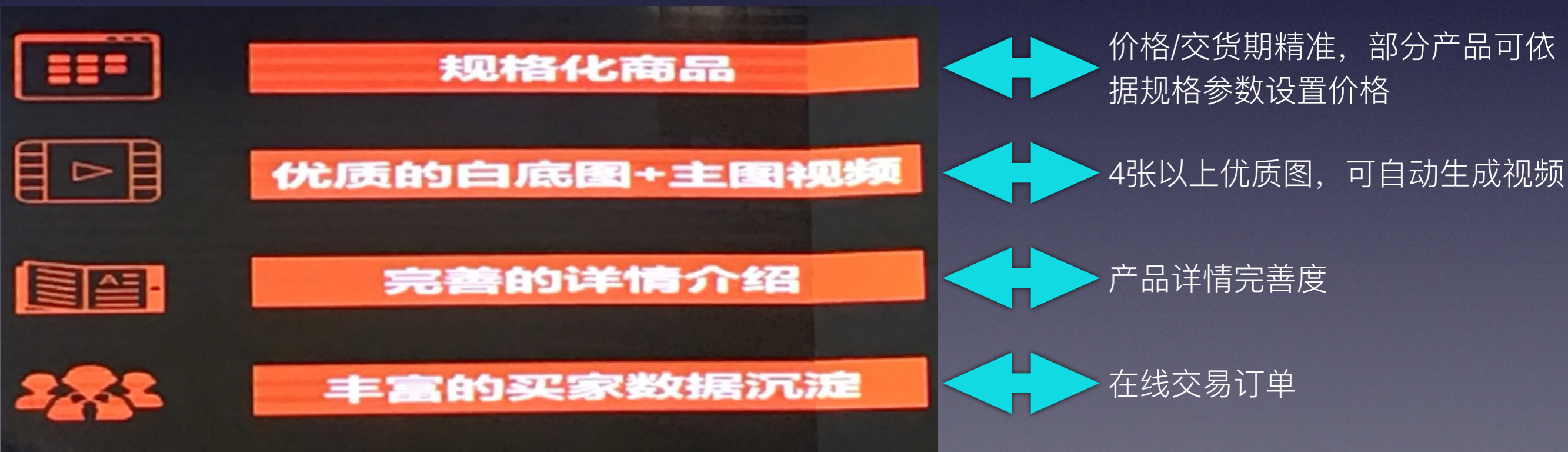
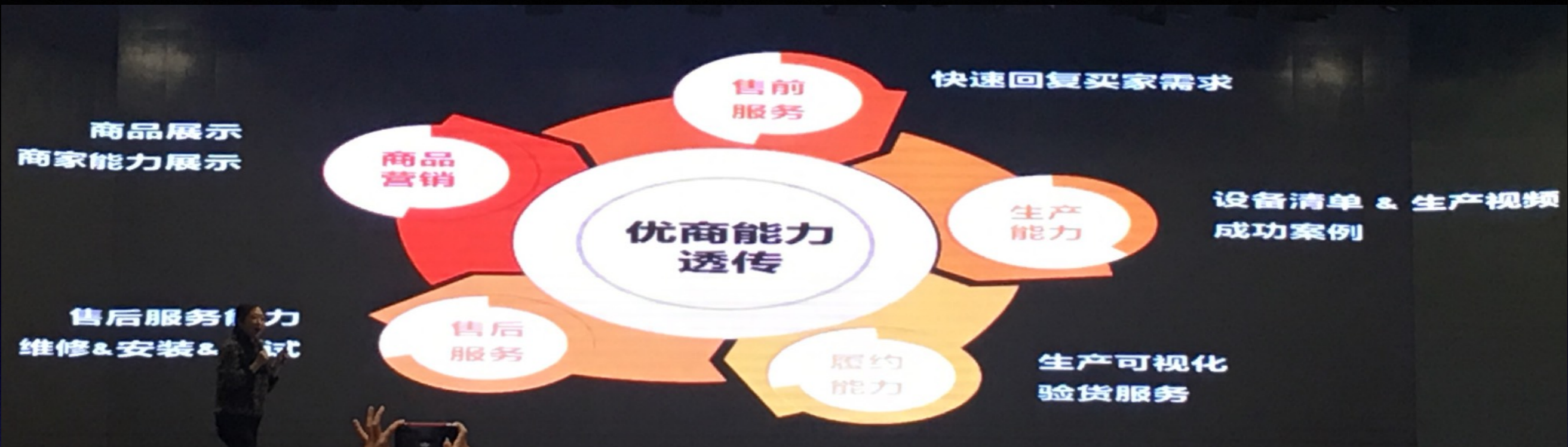
打牌理论：做电商就像打牌，知己知彼方能百战百胜

终局思维：资源决定效果，投入决定产出

客户视角：用运营视角看同行，用客户视角看自己

极致标准：极致追求，尽善尽美，细节决定成败

运营思维：一个客户卖10次，一个资源用10次！

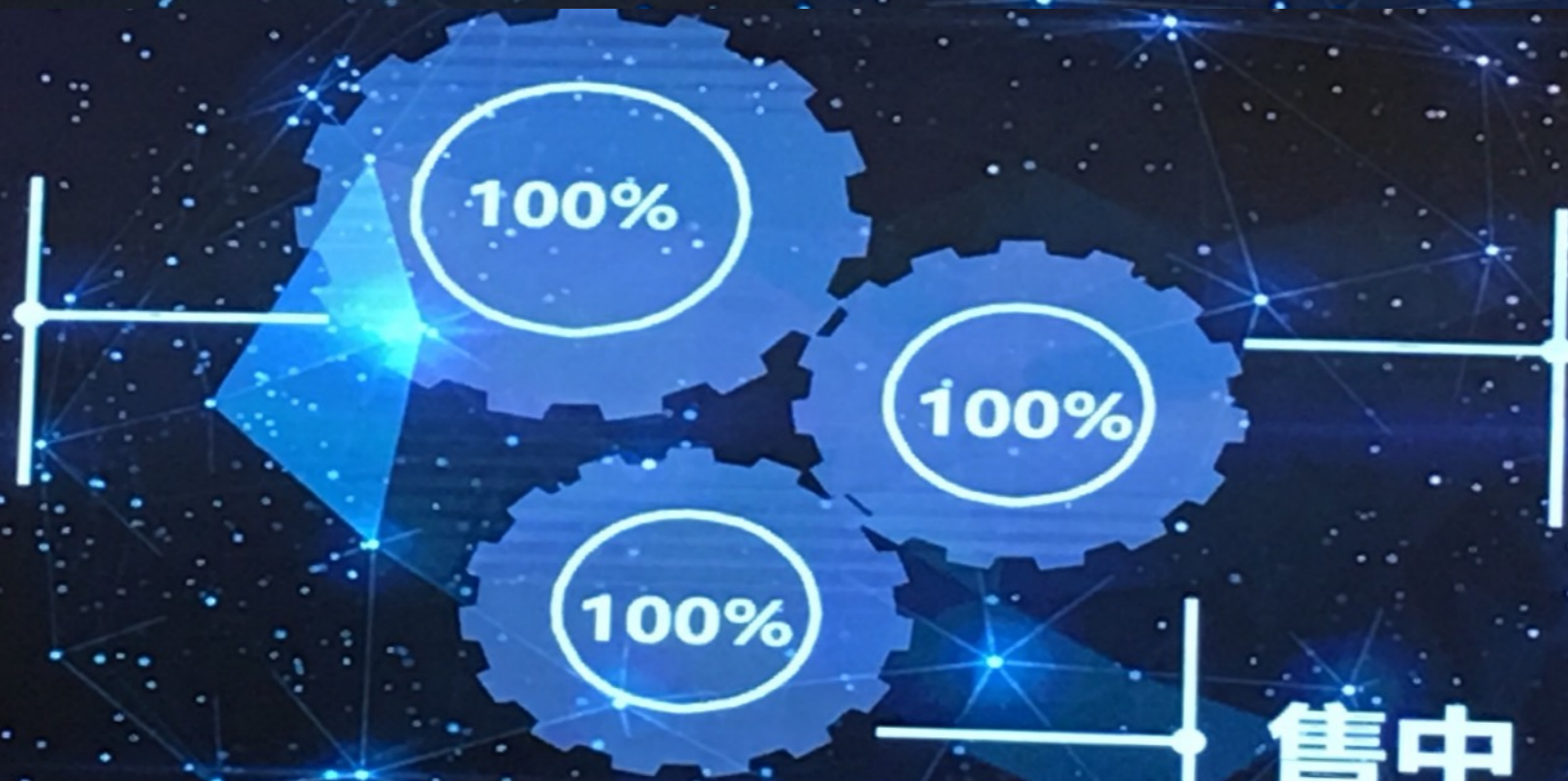


# 产品服务-售前



- ① 报价及时
- ② 说辞专业
- ③ 产品专业
- ④ 服务专业

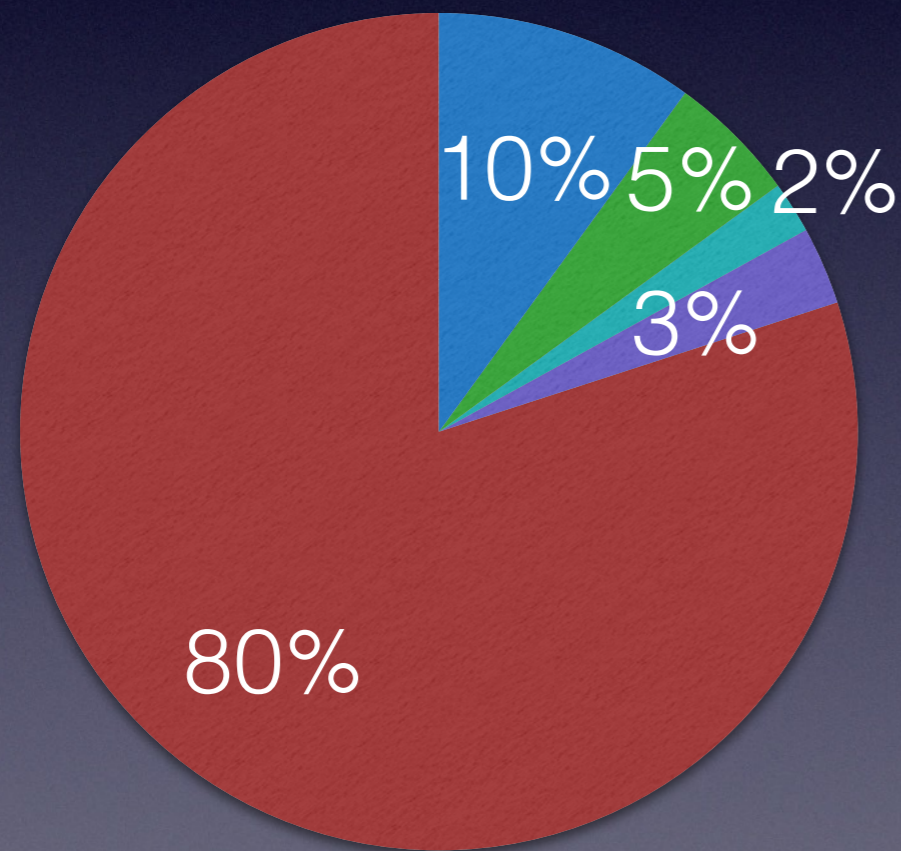
**售前**  
及时专业



**售后**  
不是终止 是开始

**售中**  
及时关注货物进度

邮件要坚持跟进，哪怕第一封邮件客户没回



2%成交=首次询盘

3%成交=第一次跟进

5%成交=持续2次跟进

10%成交=持续3次跟进

**80%成交= 4~11次的持续跟进**

# 找到匹配的点，拿下客户

## 产品优点

- 优于同行的地方是哪里？
- 产品性能/参数是多少？
- 产品独特的卖点或服务是什么？如何让客户知道并认可？

## 客户的兴趣点

- 价格/质量/交货期，付款方式？
- 购买期望？比较而已？

## 我们的底线

- 价格/交货期底线是什么？
- 触及底线的客户如何应对？

# 客户回复案例

## 员工A回复：

介绍公司历史，认证等  
直接发客户感兴趣产品款报价  
介绍了产品的具体特点和优势，售后服务  
客户如果在价格和配置方面有问题可以联系他。



## 客户一般反应：

这样的邮件，会认真看，然后回复业务员，告诉他客户关心的问题。  
最后可能是和这家成交，因为他们刚好能提供客户需要的款，并了解供应商和产品情况。

## 员工B回复：

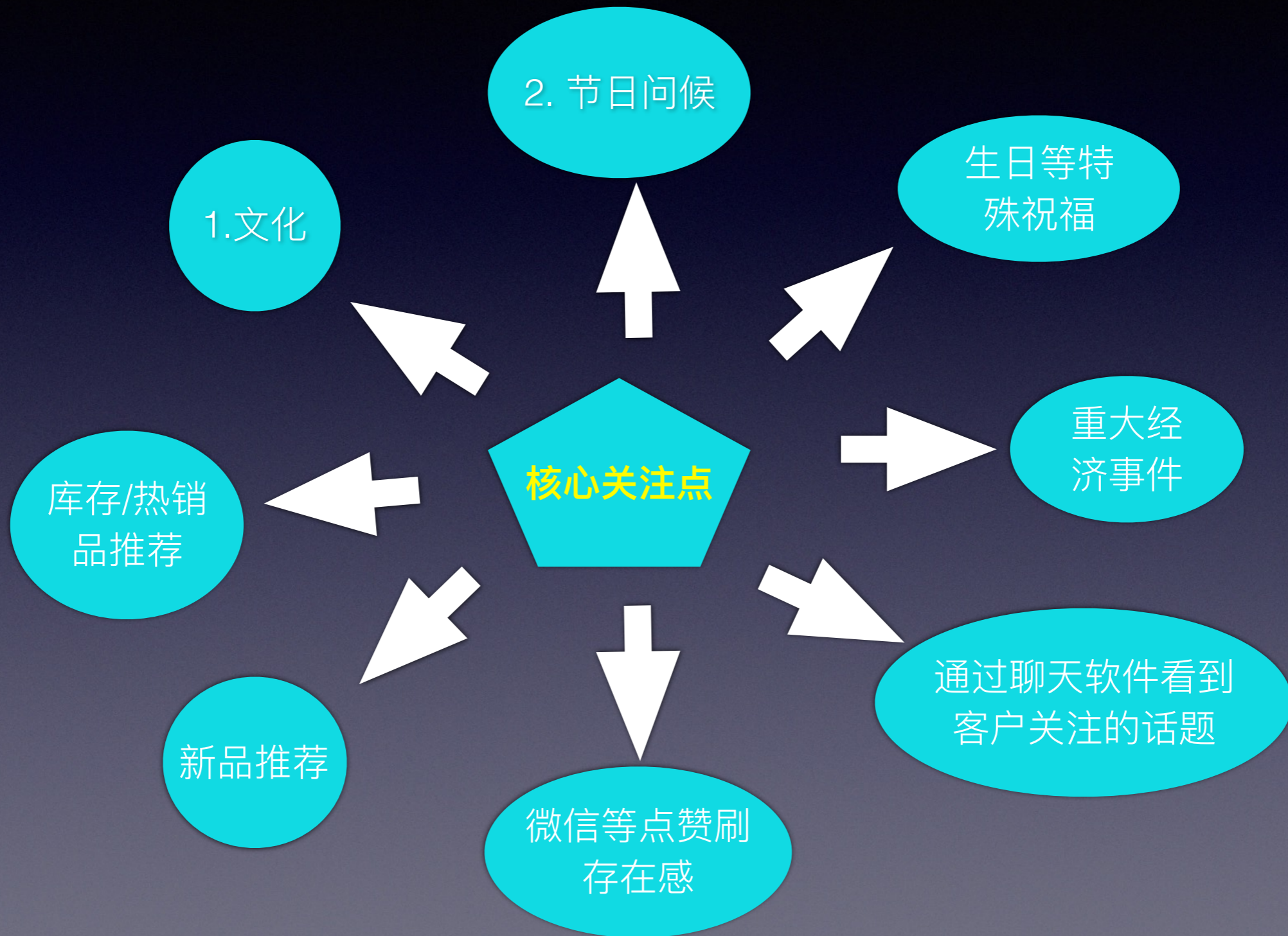
介绍了公司历史，认真等信息  
他们没有一模一样的款，但有相识的款  
分别列出他们和客户需求的款的区别，让人看上去一目了然  
介绍了自己这款产品具体特点和优势和售后服务  
客户如果在价格和配置方面有问题可以联系他。



## 客户一般反应：

对于这样的业务员，无论是否和他们成交，客户都很愿意认识他们。  
因为他不但对自己的产品非常了解，而且认真看了询盘要求，并马上推荐了相似的款。  
**所有买家都喜欢专业面认真的业务员，因为和这类人打交道非常省心。**

# 增加粘度，维护好老客户



# 如何发布优质产品

## 详细描述的重要性

- 通过详细描述的填写是否完整来判断信息的丰富度，影响排名，影响曝光
- 买家通过描述的填写是否专业来判断是否发送询盘给供应商，影响反馈
- 详细描述建议：产品细节描述（各种角度/包装），车间，质量哦你告知流程，证书等

# 能定价的所有产品都按照规格属性来调整设置价格（由于3月活动，目前店铺的RTS产品无法修改）

## -如何根据参数设置价格？

\* 产品类型  直接下单品  非直接下单品

支持买家直接发起信保订单，可快速提升该产品的订单转化，且获得更多曝光机会。

- 产品规格

\* Material

+ 添加

精度

+ 添加

稳定器外观尺寸

+ 添加

增加属性

交易信息 完善交易信息，方便买家做出采购决定。

\* 计量单位

销售方式  按件卖  按批卖

\* 价格设置  根据数量设置价格  根据规格设置价格

进入全屏编辑模式

设置价格

Material	精度	稳定器外观尺寸	可售数量	*价格	商品编码	操作
Stainless Steel	0.5%	keyword flowmeter				已启用

# 产品专业知识要点收集

- 注意平时产品知识要点收集总结，以图文形式提交公司用于社交平台及网络专业知识分享（绩效加分）
- 多百度/多总结增加自己的专业度