

## 粘住消费者的20个思维方法

### 1, 不要把消费者当傻瓜

每一个消费者的意见都值得思考，虽然有时大部分消费者提出来的问题让你厌烦、不想应付，但请记住愿意提意见的消费者是对你抱有希望的消费者。

### 2, 产品是所有的根源

如果不能做与众不同的产品，就需要做与众不同的产品价值与文化，这不仅仅只是在包装上营销上加以强化，还应从产品的使用上去挖掘对消费者的价值，用心去挖掘，务必让消费者感觉眼前一亮，深深记住。

### 3, 消费者的个人资料是你获得的重要“资产”

但千万不能进行滥用或过度骚扰，就算是发短信或发EMAIL，也要适可而止，就像追求恋爱一样，如果她对你有意思肯定会积极回应，太多的狂轰乱炸只会带来负面印象；

### 4, 去建立一个与你的消费者之间的互动机制

当网站做了一个市场推广后，需要有一个端口来接收消费者的反馈，收集用户的心声是最容易的事情，然后你就知道怎么做了；

### 5, 还要有一个追踪消费行为、用户回访轨迹的数据后台

这样你就能对你网站的整体情况有所把握。但重要的是不要被大量的数据所迷惑，只要抓住最重要的一二个数据就够了，进行分析消化，就像两条腿的人，你懂的；

## 6，没有一个消费者不想花最少的钱得到最好的东西

但世界上没有既便宜又高质的东西，你最好跟消费者声明，你这里的产品都是物美价廉的。不要事后去跟消费者争辩你的产品多么的好，因为不只你一家有这个产品，而且你也不见得多了解你的产品；

## 7，你要有一个自己的产品价格体系

将高中低的产品进行分类管理，切忌不要在上市初期就虚抬了价格，然后大降价以吸引消费者的购买，这样等于搬石头砸自己的脚，因为可以预测，你的产品以后还要经历多轮的促销打折，有经验的消费者是会翻历史销售记录的，然后对你的诚信提出质疑，老客户也就慢慢流失了；

## 8，如果你的目标是要做成一个品牌

那么能不打折就不打折，价格战是“敢死队”式的电商才用的策略，与其打折掉价，还不如搭配套餐送礼物，让消费者感觉良好，记住大部分人其实不一定想买便宜货，但是他们一定对“占便宜”乐此不疲。

## 9，从经营的角度来看

你是选择100件产品卖1万件，还是1件产品卖1万件呢？请给你自己设定一个使命：存在即是制造品质的产品！这个世界上已有太多泛滥的同质的垃圾产品，不需要多一个你来搬运。品质即是口碑，品质即是生存的保障；

## 10，消费者每选择一次购买你的产品

即是与你进行了一次交流，体验了你的服务，珍惜每一次交流的机会，最好让消费者留下来一点TA的评论，不论是好的或坏的，都能让你了解消费者的真正想法。初创时应该重视前100名客户的意见，在100个反馈面前，能让你梳理出消费者最关键的一二点需求，再去放大它。

## 11，永远不要跟消费者说你没赚钱、你做这个活动是亏本赚信誉的话

做生意赚钱是天经地义的，不需要为自己贴上“公益”的标签，这样会让消费者觉得你虚伪。只要你把产品做出品质，做出独特性，消费者是心甘情愿让你赚钱的，利润是生存的基础。

## 12，企业在经营过程中，出现一些这样那样的问题总是难免的

面对消费者的质疑时应虚心接受、耐心答复，不要急于自我保护;而面对消费者有时的无理取闹也应坦然处理，不要恶言相向，客户的愤怒总是有缘由的，肯定是你做得还不到位，常反省，多改善。

## 13，一定要有自己的原则与姿态

在处理公开事情上，一定要公平、公正，既要有大企业的大度，也要有小企业的谦卑，“像一个真正的品牌那样地处事”，真正的品牌传达给它的消费者的感觉就是真诚、可靠、值得信赖，让消费者以拥有你为荣吧!

## 14，要重视“社区”的力量

如果有可能，现在马上建立一个自己的消费者社区，把你的老客户、潜在客户都聚集在一起，给TA们建立一个网上家园。消费者社区的价值在于“制造口碑”、“话题互动”、“信息传播”、“培养意见领袖”、“倾听客户意见”，还有种种你觉得对企业有利的东西，都可以从社区中、从客户中获得。更重要的是，用心把这个社区经营个一二年，你会发现管理、服务、营销方面的成本将会大大的减少。

## 15，如果你的网站现在已有一个消费者社区了

那很好，委派一些善于与客户打交道的人去运营它，要求他们与消费者打成一片，并且有任劳任怨任骂的服务精神，不仅要耐心地解决消费者的问题，还必须与消费者交朋友。最后，重点关注那些热爱分享、积极友好、乐于助人的女性用户，她们会是你的福星。

## 16，从网站的首页到产品的内页，你都要向消费者传达这样一种信息

你们不仅仅是卖货的企业，而是卖一种生活理念，卖的是服务与体验。消费者会因为一时冲动而买下你的产品，而不会一辈子冲动。在没有拥有一批老客户、忠诚客户的情况下，千万不要急，要保持耐心，为了冲销量而拼命打折促销，只会让消费者更快地离你而去。

### 17，尽可能多的在网站中、产品页面中留下消费者可以联系到你的若干种方式(主要是线上)

如消费者社区入口、在线留言板、反馈邮箱、在线IM等，如果产品真有问题，让消费者能够第一时间联系上你，反馈意见，千万不要逃避应承担的责任。

### 18，当你的老客户、活跃客户们购物时

不要吝啬经常给他们赠送一些小礼物，礼物真的不用很大很贵，只要让你的客户知道这是你的一份心意，是你对他们支持你的感激之情就好，忠诚的客户一般都很感性，只要你尊重他们，他们也会报以桃李。长期信赖你，支持你，为你传播口碑的客户，理应得到“VIP”的待遇。

### 19，重视你的产品展示在消费者面前的第一印象，好的印象会给你加分

如果你的用户对象主要是女性，那么不妨多加点可爱、感性的元素，比如把外包装设计得粉嫩一点，色彩搭配更鲜明、柔和一点(让消费者知道你是什么“颜色”)，在盒子里再放上一张手写的小纸条，所有这些，都是为了让消费者更期待收到你的东西，并体验感动。

### 20，记住时时刻刻要“营销”，而不是广告

通过各种社会化媒体的渠道去传播品牌，传播你与客户的故事，微信，微博，博客，新闻，去所有你的客户、潜在客户会去的地方进行营销，让他们看到你，并为成为你的客户而自豪，偶尔会有一些人从人群中跳出来：“嘿，我用过XX家的东西，还不错。”看吧，这就是你要的答案。

在消费者服务方面，并没有一劳永逸的方法，所有平常不过的方法都需要你日积月累地去做，才会产生积极的效果，慢慢爆发它的威力。而如果现在有一种超级有效的方法，能够立马让大众对你聚焦，眼光发亮，就好像1元秒杀、跳楼价清仓、全场五折这种活动，是可以为你赚足眼球，但这种方法就像打激素，是不可持续的，还会打乱你的价格体系，让你接下来的业务难以开展。我想，三思过后，你也可能不会采用这种对品牌短期有效、长期有害的方式去“讨好”消费者的，不是吗？

总之，记住一个核心点，你所做的一切，都是为了让消费者信任你。有了信任，消费者才会与你擦出火花，才会拥有一种热情，像一个恋人一样把你向TA的亲朋好友们介绍，TA会以你为荣，而TA的亲朋好友们也会称赞TA有眼光。一切就是这么简单。

本文链接：<https://sanrenwenku.com/zhichang/swxfz1618023728mf38nh.shtml>