

前言：

大家好，我是逸凡，很多时候我们在互联网学习一个课程的时候，看似很有收获，但是到了实操的时候，却发现无从下手，这并不完全是某一课程的质量不好，很可能是课程的内容没有聚焦到一个小点，来给你针对性的指导。

我发现，很多的课程都是给出大概的一个框架，然后讲述的内容大部分都是从1-100的过程，而很少有人能够单拎出来讲0-1的过程，其实这个过程才是最难的，而1-100虽然困难，但是有后续提升和优化的空间，而如果0-1的过程没有准确的指导和方法论的话，那么后续的1-100很可能就此断档，没有机会发挥。

而本次课程我将会把我4年以来做前端社群运营的方法论给大家一一讲清楚，让你真正能够掌握到0-1的方法论，以及简单到你可以直接去复制我的方法，学了就能用。

一、什么是社群运营。

什么是社群运营？

现在我们可以把社群运营来拆分看，可以分为**社群+运营**。

01、社群：即多人因为**共同的目标或者兴趣爱好**相聚成为一个**团体**，在既定工具上共同交流和成长的形式，常见载体为：微信、钉钉、知识星球等。

02、运营：即**通过一定的方式和方法**，**反哺**于社群，让社群更加**稳定、长久**的发展下去。

而社群运营就是通过一定的方式和方法来让我们建立的共同目标或者以兴趣爱好为基础而成立的团体良好的、长远的发展下去。

本次课程，是带大家认识和精通社群运营的一个方向，即**转化方向**。

这是一个非常一线的工作，因为相对于后续的社群运营管理来讲，如果没有社群运营的转化方向这个工作类别输送新鲜血液的话，可能就没有后续的社群管理，因为很难有人能自发的因为共同的目标或者兴趣爱好建立这样的社群来让你管理。所以，这是一个**很重要切必须**的一个岗位。

二、社群运营的转化方向具体是做什么的？

现在我们先来给社群运营的转化方向来下一个定义。

看起来高大上的社群运营转化方向，其实并不复杂，本质上其实还是一个**销售**的工作，理解了这一

点，你就可以正确的看待社群运营的转化工作了。

为什么，销售会被提升到一个这样的高度，看起来这么高大上呢？

是因为，**载体不同**，平时以往的销售，大家的印象一提起来就是：

1. 面对面的销售，也叫面销，像大部分的房产经纪人、再早以前的做直销的，像某利、某美、某限级等，都是很常见的面销的工作方式。
2. 电话销售，也叫电销，涉及到的类型最具代表性的是之前的保险行业，像某安，现在也还有在延续这样的工作，一个电话给你来推销这样活着那样的产品。
3. 会展销售，也叫会销，通常是指组织一批人来给人们开会，或者做展览，然后在会议或者展览期间售卖产品。
4. 更多的销售形式我就不一一举例了，大家一定都是或多或少的接触过。
5. 咱们来讲一下为什么销售会出现社群转化这样的名字。社群这个定义我们前面讲到过了，即多人因为**共同的目标或者兴趣爱好**相聚成为一个**团体**，而转化来讲就是你能让通过添加你微信来的好友成为你的社群的用户，简单讲，如果你是知识付费领域的社群转化运营者，你能让多少学员为你的课程付费。

好，总结下，到这里我们讲清楚了什么事社群、什么是运营，什么是社群运营，什么是社群运营转化，那么接下来我们来讲一下，社群运营转化岗位必经的三个阶段。

三、社群运营转化岗位的三个必经之路。

前面我们有提到，社群运营转化岗位的本质其实就是 **【销售】**，只不过现在是转移到线上来以社群的方式来做，我相信很多人其实对于销售这个字眼本身就是非常排斥的，因为在大家对销售的认知里往往面临着两个极端：一个是做的好，换来的是丰厚的薪水；做的差，到头来只能勉强混个温饱，让自己身心俱疲，满满的泪水与委屈，同时上司看在眼里也不闻不问，只会不断的以KPI压垮你。

出现这样的情况，其实是你还没有认清销售本质的问题，这就是：销售到底是什么？什么样的人适合做销售？销售到底是分为几个阶段，以及我当前处于什么阶段，我能朝着什么样的阶段发展，接下来，我们就详细的来一一拆解一下：

销售到底是什么？

如果讲到销售到底是什么的话，我不希望给大家传递一个学术上的定义，这往往是难以理解或者让人觉的虚无缥缈的东西。

我认为的销售是：以合适方式和方法找到合适的人，把自己的产品推向合适的人手里，去要求成交。

你会发现，我在这一个简单的定义当中，有用3个合适以及1个要求成交。这是为什么呢？

合适的方式和方法，是因为我们在销售的过程中，包括你的文字、语言，甚至是肢体动作都要做到合理，也就是通过你的文字、语言、肢体等让对方感觉到好，因为大概率没有一个成交是可以在双方难受的情况下成交的。双方互相认可形式的成交是最舒适、最有成就感的状态。

合适的人，是因为，没有一个产品是针对所有人的，套用改编一句经典的话：只要你不是人民币，就做不到人人都喜欢。就是怎么一个道理。而找到了合适的人，符合你的产品定位以及对方自身的需求，这个销售过程会变得非常自然与顺利。

要求成交，是因为，人都是有选择困难症以及决策困难症的，你要用自己的销售节奏，来不断的引导他去给自己一个购买理由，也就是成交时的压迫感，但是这个压迫感也是可以做到舒适的，后面我会详细的讲解。

我们讲了销售到底是什么之后，相信你对此有了一定的了解，那么，什么样的人适合做销售呢？

我的答案是很肯定的：每个人都有做销售的潜质，而且我很建议在一个人的一生的经历中都有一次销售的工作，因为这样可以让你从更多的角度去看待事情，当你找到了方式和方法之后，其实做起来也会非常的轻松，那么接下来我们通过销售的三个必经之路来解析下：

1、【开始迈步】：

其实销售最难的地方，**难在踏出第一步**，因为你知道，做销售的时候，过程中会发生的问题和情况都是**未知的**，不像在你在做其他类型工作的时候，往往都是有固定的流程和方向的。

社群销售可能会面临着：**不回复、回复了也都是没有价值的闲聊，diss（怼）你，等等，**

可能这样的情况，你遇到一次还好，如果短时间内多次经历的话，会让你的自信心和自尊心受到很大的打击。

很可能这段时间你都会怀疑自己，我是不是真的不适合做这个岗位，以及自己的语言表达是不是真的有问题等，从而不敢再开始。到了最后自己的选择就会变成远离这个行业，**闻之色变**，这个阶段给了你太多的心理阴影，不敢再踏足。

2、【中期阶段】：

这个时候，你迈出了这一步，能够坦然的面对各种突发状况、diss消息，以及很尖锐的问题的时候，转化还是做不好。

这个时候，你需要去沉淀的是一个方法轮，这个沉淀的时候，可以是古板一些的，因为还没有找到

朋友之间聊天的状态， 可以通过复制粘贴回复， 只要能够回复他的问题点就可以的。

但是， 这个时间要短一定不能长， 如果时间长了， 没有办法进步， 而成了一个只会回复问题的客服。我想这个是大家都不想要的结果。

3、【后期沉淀】：

在经历过开始和中期的时候， 你到了后期， 这个时候， 你就会沉淀出来自己的方法轮和销售节奏。

方法论就是可以脱离任何的固定模板的话术， 然后去看到他问题的关键点， 去有【意义】的一一解答了。

为什么说有意义的一一解答， 就是说要回复无效的信息， 再加上销售节奏， 就是在回复的过程中， 可以抓住机会就给出要求成交的信号， 这个信号不一定很强烈的指向购买付费， 但是一定要有， 要让他知道他给你回复之后， 最后的结果都是要付费。

这样的话， 可以让她自己的潜意识里慢慢接收付费这件事儿， 然后销售节奏的力度也是不断的加强的。

针对以上三个阶段情况应该怎么渡过和改善：

1、【开始迈步】：

在这个阶段很多时候遇到的问题和想法， 都是自己的内心戏。

可能对方本身没有那样的想法， 你给他强加“戏份”了， 这个时候， 你先去做， 在做的过程中， 遇到问题不怕， 可以大胆的问对方， 得到真实的回答后， 根据情况来解决问题。这样能够大幅减少沟通的障碍， 提高沟通的效率。毕竟靠猜， 始终得不到正确的回答， 还会让对方觉得你不专业。

还可以自己不断给遇到的情况写话术， 自己头脑模拟等等都可以， 然后沉淀吸收， 因为你下一次做的时候， 遇到同样的问题就知道怎样去从容的面对了。

这个阶段就是要让自己不断的遇到问题、面对问题， 解决问题， 我接触一个新的销售的工作的时候（因为我干的工作几乎都是销售， 但是都是不同行业的， 但也能做出不错的成绩来， 而且能够很好的迁移到任何销售的场景中来）。

我最喜欢一开始就遇到问题了， 尤其是那些老人都没有遇到的问题， 这样的问题我最喜欢了， 因为他们都没遇到过， 我自己都解决完了， 某些程度上， 我还会给自己洗脑， 我比他们还要强， 哈哈， 也是相当正向的一个反馈了。

所以， 遇到问题不可怕， 正确的面对他， 然后想办法来解决问题就好了， 慢慢的你也可以变成专家。

2、【中期阶段】：

这个时候可能你该遇到的问题已经都遇到过了，但是还是在用淡斑的话术回复，这个时候，你需要做的是，同样的一个场景，一个问题，可以考虑2-3种不同的回复方式，甚至是更多的回复方式。

因为这样可以锻炼你的思维能力，以及更好的回复语言，找到认为当前最好的最舒适的回复方式来回复对方，这样就是一个提升。

另外，把这些思考的过程以及话术沉淀先来，尤其是你头脑演练的方式找到好的回复方法时，更需要沉淀下来，灵感时一瞬即逝的，很可能过一会儿你就忘了。

经常这样去做，你的话术能力一定会提升的很快，摆脱呆板的回复。

同时这个时候还应该可以练习的一点是：**销售节奏**，即不能在聊天的过程中总是被对方带着节奏走。

如果始终是被对方带着节奏走的话，那么成交起来会很困难，你是销售者，一定要有属于自己的销售节奏。

我知道，这个时候，你不知道应该怎么去建立自己的销售节奏，尤其不知道怎么去判断时机。我给大家一个万能的用法，即：在回复完对方的问题后，始终会掺杂一些自己的产品的信息或者功能，这个信息和功能也是和他的问题沾边的，这样的话，你们所有的对话都是建立在产品的前提下，方向就不会偏离了，这样出现3轮左右的时候，就可以问一句：你看咱们还有其他的疑问吗？如果没有疑问的话我给你发下咱们的购买链接，来开启下吧？

你看，这样就是一个完整的销售的闭环，多试试，自己就能找准属于自己的销售节奏了。

3、【后期沉淀】：

到了这个时候，你已经有了有了方法论和销售节奏的时候，你现在需要做的事不断的提高方法论的有效性和销售节奏的明确性。

切忌不要让自己当一个客服，只会呆呆的回复问题，要去主动引导，增加主动出击的动作，建立自己的SOP，不断的迭代和优化，长期下来，你一定会成长为一个优秀的社群转化者。

总结：

1、不要怕。

怕是解决不了问题的，去坦然面对各种尖锐的问题，不要给自己和学员强加内心戏，不懂或者不明确的地方就直接问。

这个地方好的处理方法就是你把他的问题用你自己的语言转化过来去反问他是不是这样，如果不对的

话，对方也会给你他真实的想法，然后根据具体的情况来处理就可以了。

2、被拒绝。

很正常，有句话不是说的很好么：我又不是人民币，怎么能让人人都喜欢我呢？销售也一样。找到精准的人去搞定它就可以，其他的前期就当历练，聊的多了，脸皮就厚了，内心就强大了。

3、目标性。

说到目标性，我希望给大家聚焦一个小点，而不是相对而言空泛的数字目标或者公司给你的KPI，那些东西在实际销售过程中很难起到作用。

你要做的是当你在和学员聊天的时候，整体的感觉还不错的时候，你可以假定他一定会付费，然后牢足了劲儿，去和他聊，去引导，把你会的销售方法以及优惠方式相结合，去用销售节奏打出去。

1个学员不行，聊上10个，这个感觉就出来了，如果10个还没有，那么一般情况下，就是方法上还有问题，或者话术上有问题，去复盘，去找问题点，改善了继续聊。会有好的结果的。

更具体和个性化的销售转化的困难点，可以添加我的微信：yfansmile，备注：社群课程，不备注不通过哈，因为好友坑位有限，也是为了更好的、更精准的服务大家。

四、社群运营转化的【道】、【法】、【术】、【器】

接下来我们就要开始讲解社群运营转化的具体的方法了，大家认真听，干货的不能再干货了。

本次讲解我将从【道】、【法】、【术】、【器】四个方面来讲。

“道、法、术、器”是出自老子的《道德经》，

【道】 是天道，

【法】 是人定的，就是说你该怎么跟着“天道”去做。“法”也有善恶之分。顺应天道的“法”就是善法，相反，违背天道的“法”就是恶法。

【术】 是指技术层面上的操作方法。

【器】 是指有型的物质或是有形的工具。有句话叫“工欲善其事，必先利其器”，指的就是这个意思

那么听起来高大上的道、法、术、器迁移到我们的社群转化工作中来呢？我理解的是：

【道】：

最顶层的天道是什么？即解决用户的信任问题，所有的成交一定是建立在信任的基础，因此，解决信任问题就是我们社群转化工作的道，明确了这一点，我们接下来的**【法】**、**【术】**、**【器】**，都是基于此来开展的。

【法】：

即方法，在社群运营的过程中就是备注标签，人群分类，让自己的沟通更精准。

因为很多时候我们面临的人群都是纷杂的，如果没有一个好的用户管理的流程，那么沟通起来找到精准人群可能就是一个大海捞针的过程，当然你会说群发呀，等等一些手段吧。

但是如果我们能把一些工作做在前面，去提前识别出一部分的精准人群，是不是能够大大的增加我们的转化效率呢？所以，一定要把这一部分的内容好好学习，消化吸收，会对你工作的实质性的帮助起到决定性的作用，也是你和别人拉开差距的一个重要过程。

【术】：

利用好话术，给人的感觉真实、足够的尊重以及好的销售感。

【器】：

直播中的各种福利优惠，找到适合自己的，擅长的切入点，去切学员的问题点，来转化。

接下来我们一一展开来讲一下：

【道】：

转化核心就是解决信任问题，和下面的**【法】**、**【术】**、**【器】**密切相关。

【法】：

一、当好友加进来的时候：

如果是手动通过的话最好：一个好友一个好友的通过的：修改备注、打标签，发欢迎话术以及资料这串动作下来再进行下一个，这样的好处是不会乱，不会忘记打标签或者漏发资料的情况（当然，每个人有自己的习惯，找到自己的方法就好，比如之前神器wetool等第三方工具）。

这里说到备注和标签：

备注：

1、我的做法是 **【日期+主题+简短的本身的微信名的方式】**，

日期：就是当时加你好友的时间，方便以后看到他的微信的时候知道你大概和他沟通了多长时间，沟通过几轮，更方便复盘去找到长时间没有成交的原因。

主题：就是他是因为什么原因找到你的，比如知识付费行业：经常会有直播，就写**【XX直播】**就

好，方便你后续一眼就知道他是因为什么样的动机加的好友。

简短的微信名：为什么说是简短的呢，因为很多时候你昨晚前面两部的时候，而他的本身的微信名有很长，这个时候就不能成功修改，这个时候把微信名删简短一些，成功备注就好，因为他本身的微信名，对你的成交几乎没有什么关系。



当然这个地方找到适合自己的模型就好，因为备注这个东西前任前面，每个人的习惯不同。这个地方大家应该都没有问题。

2、在和用户交流的同时，我会**根据用户回复的状态，来再修改备注**，

比如：对有意向的人，可以把日期+【主题】+微信名中的微信名再修改成【意向】，比较杠精的人，可以备注【杠精】，明确了无意向的人会备注【无意向】

这样的做法在整个转化的过程中，尤其是涉及群发的时候，一眼就能看到不用给谁发，而谁又是重点需要必须发的，避免过度群发，导致他本身对我们的印象不好，因为很有可能后续又有意向了，只要不删除你还是有成交的可能的。

还有一个好处就是在这样分类的时候，当你去面对一场直播或者其他类型的用户，当数量达到一定级别时，比如1000人，2000人的时候，有这样的备注就能大大提高你的效率，重点回复有意向的人群，早些时候或者不忙的时候来回复【杠精】和【无意向】的人群，这样也能大大节省你的精力。

当然，并不是完全不管【杠精】和【无意向】这部分人群，关于【杠精】和【无意向】这部分的人群的转化，可以通过朋友圈或者后续的直播课再来潜移默化的影响，因为有些人就是需要长周期的维护，也就是咱们常挂在嘴边的要【养】一段时间。

3、在用户购买了产品的时候，可以把备注修改成【已购】、购买的首字母【GM】等方式，这样的话方便统计数字，在电脑版微信上直接输入你的对应的标签即可在下方直观展示有多少人了。

这个方法无论自己的公司是不是有客户管理系统方便你查找，建议都这样设置，因为这样的话，在后续用户有问题咨询你的时候，优先级也都是不一样的。

我们不能说，人家购买了，就完全不理他了对吧，我认为越是购买了的用户，不管她有什么问题都应该第一时间优先响应，这样用户的粉丝粘性也会逐步加强，后续也会很乐意帮你安利给身边的朋友，做到良性的口碑传播。



二、这里讲完了备注，咱们继续往下说，说一说关于人群识别+备注的事情：

1、一般知识付费的时候，添加好友都是附带着赠送一些资料，这个时候你的人群识别就开始了。为什么这样说呢？

我知道有一部分现在正在从事社群运营转化的小伙伴，一定有这样的情况，就是发送完资料，觉得这一个步骤的工作就已经完成了，其实只是刚刚开始，这个时候你就可以，按照你的产品信息来进一步挖掘需求了。

举个例子：

假设你的工作时和写作相关的，那么给她发送完资料后，就可以问问她是不是平时有写作的习惯呀？咱们想通过写作达到什么样的状态，是想提高自己的思维能力，沟通水平还是想增加副业变现呀？

你看，通过这么几个问题的沟通，是不是能够把他加好友领取资料的目的进一步明确呀，不管她回答什么，都可以；这一步就是首先要了解他的目的以及需求，然后做好备注即可，切忌这个阶段不要一上来，看到她的目的之后就直接发你的产品，太着急，会吓跑的哈哈，除非她主动问了。

然后的做法就是可以针对他的回答再聊几轮，尤其是如果有直播的配合就很不好了。让她耐心等待下直播的开始。备注好【有意向】、【有戏】等标签，直播后再开始重点沟通就好了。

2、针对群发：

01、当人数比较多的情况下，我们就会用到群发的模式，这个时候，大部分人可能会很少回复你，但是没有关系，咱们要做的就是已经给咱们回复的用户服务好，然后认真的打好标签。

02、当然你会说，这标签就短短的几十个字，如果想打完整的标签，也不够用啊，没关系，微信上还有一个功能是描述，在备注页面有以下几个栏目：备注名、标签、电话号码、描述，因为每个人可能会聊很多轮，当你发现有价值的信息的时候，都可以备注到描述里，然后在对话的时候，看到有意向的标签后，可以打开看看之前写在描述里的内容，这样的话，咱们的解答会更加有针对性，以及引导起来会更加的方便。

03、还有几种情况就是，在直播完之后，你群发了，他也回复了，但是回复给你的话都是比较偏向于diss的话，我举个例子“

001、你们这个直播简直了，就是明显的割韭菜，呵呵了，我就，白浪费我的时间。

【解释说明：很多时候大家都害怕遇到这样的情况，我想说的是：无论什么时候都无需害怕，正确的去面对他就可以。回头想想其实对方或者其他的学员有这样的心态会说出来这样的话，都是很正常的，我们做转化的工作者，要时刻记住一点，学员学什么都是对的，因为每个人的接受能力以及想法都不一样，我们做好自己的回应就可以了】

你可以这样说：

同学，很抱歉给你带来了不好的体验，可能当前的直播内容对于你来讲，并不是很适合你当前的状态，你想听那些内容，可以给我反馈下，我也会反馈给公司，在后面的直播里，尽量做响应内容的增加哈。

关于割韭菜这件事儿呢，不存在的哈，咱们都是成年人，有自己的判断标准呀，如果觉的课程的内容适合咱们可以报名学习，如果不适合，如果直播里的某一点能够帮助到咱们，又收获就是很好的呀。

【你看，其实没有必要回避他的话，正面的回应他就可以，一般这个时候显得我们大大方方的，没有做什么不道德以及违法的事行，没有必要心虚，一方面也能尽量舒缓对方的情绪。】

当然这个时候呢，我们可以做一个标签，【杠精】或者其他你自己能识别的，如果后续的沟通中，你们之间关系有缓和，后面的私聊和群发可以根据当前的情况觉得是否去做，备注是否在更新等。

04、群发之后有顾虑的人。

这种情况是我们非常喜欢的，抓住他的需求点，针对性的解答就可以，不过一定要注意的是销售节奏。

什么是销售节奏呢？即关单技巧。

如果一味的只是回答对方的问题的话，那么你只是一个初阶的小客服，这个时候除非意向特别强烈的你可以成交，其他的就很难了。

怎么做呢？

方法就是回答好问题的同时，都可以加一句：你看，我这样回答，能够清楚的解答咱们的疑问吗？咱们还有其他疑问吗？没有的话，我给咱们发下产品链接，开启下课程，我给咱们对接接下来的事情。

这样的好处是，又解答了他的问题，让他感受到我们是一个实实在在的人，而非机器人，是在乎他的感受的，并且还能把销售节奏体现出来，踢单。

05、再有就是过了直播时间但是没有听课，要求回播的人，这样的情况，可以把标签改成回播，除非他明确的要链接直接开课程，可以直接发，否则就只是备注，然后第二天群发，这些人是一定要触达的，然后通过群发后给的回复，继续引导，整体备注标签的方法如上循环操作。

【法的总结】：

- 1.添加好友后要及时做好备注，以及在沟通的时候做好备注以及描述的更新。
- 2.发送资料后，增加主动挖掘需求的动作，为之后的成交做好铺垫。
- 3.碰到diss型的用户，不要怕，正面回应，以及感受上的挽回。

4.建立好的销售感，及时关单。

5.还有一点，对有顾虑的，一下子回复比较多的内容的，这种的我会认为他比较喜欢表达，这种人给他发长文字回复是没有问题的，相反我觉得他也会比较喜欢你多发一些，多讲一些，毕竟用户辛辛苦苦给你说了这么多，讲了自己的情况，你三两个字就打发对方，也不太尊重对方，至少我这样做下来，没有反馈不好的意思的。如果觉得字多，忙不过来，那么就发语音，讲的清晰还详细。

【术】：

秉承的原则：

1、让用户感觉到好。

我所知道的部分销售者，有时候在面临着KPI等压力的时候，尤其是最后几天，会极度的崩溃，情绪很不稳定，有时候，话说的很重，反而会让对方感觉很不好，会更难成交了。

你可以这样给自己舒缓压力，反正是最后几天了，我再努努力，好好去复盘下自己的客户资料，然后去找一下之前有意向但是不了了之的人，再去 **【真诚】** 的沟通下，看看还有没有机会，这个时候，切忌着急，给对方的文字或者语音还是要站在对方的角度去帮助他解决问题。

因为你的文字或者语言所传递出来的信息大家都能感觉到。所以在和用户沟通的时候，一定要注意自己的言行，让对方时刻感觉到好，你传递的是正能量的信息。

2、站在对方的角度去考虑问题。

为什么要站在对方的角度考虑问题？

因为咱们的产品之所以被创造出来，肯定是市场上有某一部分人群有需求，比如：保险解决的是想要获得保障，解决未来可能会发生的风险问题；护肤品的出现是解决人的爱美的需求以及皮肤问题。写作课程是解决人们想通过写作来开展副业或者想要自己的说话方式更加有逻辑的问题。而咱们这门社群运营转化课程是想给大家解决在转化过程中的流程问题。

而当你学会了站在了对方的角度去考虑问题的时候，那么你的回答，就会更加针对性，能够让对方感受到你俩之间是同频的，你很懂他。这样比你傻傻的回复自己认为的话要好的多，其实信任就是在这样的交流过程中不断的加深的。

3、帮助用户解决实际的问题。

触发用户购买你产品的核心动力，一定是可以解决的他在某方面的实际问题，而在整体的对话上，也一定重点去挖掘他的实际需求，找到你的产品和他的需求的关联点，只有这样，成交才会更加顺利。

4.从来都没有永恒的固定话术的模板，只有用心的针对性解答

为什么说没有永恒的固定话术模板，是因为只要你是复制粘贴来回复的内容，对方一定能够看出来你是复制的，这个感受会非常的不好，我来问你问题，就值得你用2秒的时间来回复吗？显然不是。

在回复对方时候，一定要去认真看他写的内容，然后拆解出来他的要点，针对要点性的问题去一一的解答，然后在加上你的销售节奏。

这样的话，对方是能够感受的到你的真诚的，这也是我写在第1点的让用户感觉到好的一个表现。

【器】：

器，就是你的武器，在这里就是指你在提单的时候能够用到各种东西，当然前提是在规则之内的。

在做一场活动，或者是一个直播的时候，尤其是在有优惠或者各种福利的时候，你一定要是最了解优惠和福利的那个人，甚至要比制定规则的人都要了解，因为你是实打实的一线人员，如果自己都做不到准确了解信息的话，那么后面的关单也是很难。

在这里，说一点非常有效的关单方法，就是你要学会组合现有的权益，然后给对方提出解决方案。

只会关单的销售虽然已经非常优秀了，但是你还可以更加优秀，就是在用户有疑虑或者某些原因暂时无法成交的时候，你要勇于去提出解决方案，然后问他这样合适不合适，如果合适就顺利的关单了，如果不合适他会给你说哪里不合适，然后在根据他的回复来制定方案，再次询问，其实这个过程也是更加明确的去挖掘他的需求以及是不是真的有意向报名的过程。