



SME 销售话术手册 *Beta*

新浪——商业运营

目录

一.使用说明.....	3
二.粉丝通销售话术（以电商行业为例）.....	3
1、开场白.....	3
2、挖掘需求.....	4
3、推介产品.....	6
4、常见问题.....	8
5、促单成交.....	10

一.使用说明

本手册中话术基于电商行业进行撰写，在实际使用中，请根据目标行业的情况进行调整。

二.粉丝通销售话术（以电商行业为例）

1、开场白

重点：明确客户行业痛点，清楚粉丝通较于该行业已有推广渠道的主要优势。

【客户关注粉丝通引流效果，目前使用淘宝直通车等推广方式。】

销售：请问是 XXX 公司的李总吗？

客户：是的，您哪里？

销售：李总您好，我是 XX 的 XX，您现在讲话方便吗？

客户：有什么事？/你说吧！

销售：看到您的店铺在使用淘宝直通车在进行推广，看样您对流量很关注。目前新浪基于微博推出了一款可将宝贝信息主动推送给用户，通过微博短链将客户引流到您店铺的方案，天猫的一家女装店（请选用对应行业的案例）就在用这个方式，半个月内为该店铺带来了 4.6 万的访问流量，平均一个流量 0.79 元。2013 年 4 月份，阿里巴巴投资新浪微博一个主要原因就是看中了新浪微博的庞大用户群以及能给电商平台带来流量。所以希望占用您 2 分钟，给您简单介绍一下。

客户：说来听听。

（开始进入询问及了解客户需求导入产品阶段）

2、挖掘需求

重点：通过开放型和封闭型问题确认客户的明确需求，针对需求引入产品。

（1）基于案例挖掘需求 1

销售：.....（针对客户完成开场白）

客户：那个天猫女装店是怎么做到的？

销售：刚才提到的是一家叫做 cici-shop 的天猫店，主要以日系时尚少女服装为主，不知道您是否听说过这家店（适当增加互动环节）？您也知道女装行业同质化很严重，竞争非常激烈。为了区隔竞争对手，他们使用这款叫做粉丝通的产品在微博上有针对性的对一线城市 18 到 32 岁的喜欢日系服饰的女性进行重点投放，客户对效果很满意。您产品的目标用户群和他的差不多，是不是同样面临着类似的挑战？（简单介绍优秀案例，引导客户思考以需求挖掘）

客户：情况差不多。

销售：您目前除了投淘宝直通车之外，还在投哪些推广渠道呢？（开放型问题，了解客户当前的主要渠道，了解客户的现状和需求）

客户：我们还投了钻石展位，淘宝客，基本上有效果的都投了。

销售：像钻石展位能起到品牌塑造和店铺引流的作用。我能不能这么理解，您采用这些渠道，一方面希望有流量，另一方面也在逐步的塑造品牌，以区隔对手？（封闭型问题，确认客户的推广需求）

客户：差不多，我当然希望不仅卖衣服，还能像韩都衣舍似的打造成品牌。

销售：您家的衣服款式很不错，相信.....，李总，想问一句，这些渠道的效果达到您的预期了吗？（开放型问题，了解客户对效果的衡量标准）

客户：效果还能接受，不过目前直通车，有些关键词的竞争挺激烈的，点击成本也有些高。还有就是知道曝光次数，但是很难衡量品牌塑造的效果。

销售：李总，我能不能这么认为，您期望宣传品牌和获得流量，而且品牌宣传效果可以衡量，流量获得成本更低？（封闭型问题确认客户需求）

客户：是的。

销售：那您和我介绍的客户挺像的，他们也是关注品牌和流量，用了粉丝通，仅半个月曝光就达到 310 万次，带来了 4.6 万流量，平均一个流量 0.79 元。同时他的官方微博增加了 6000 多活跃粉丝，这些活跃粉丝就是他品牌的支持者，愿意收到这个品牌更多的信息。假如您也使用这种方案，是不是您打造品牌的目标有帮助呢？（针对需求引入产品）

客户：.....

（进入产品推介阶段）

（2）基于案例挖掘需求 2

销售：.....（针对客户完成开场白）

客户：说说看。（客户不置可否，未能了解客户的兴趣点）

销售：像我刚才提到的那家天猫店，您也知道电商的女装行业竞争非常激烈，所以客户希望有一种低成本方式进行客户引流，同时塑造品牌，以区隔对手，提升自身的竞争力。他家和您的情况差不多，李总，咱家是否也面临类似的挑战？（拆解案例，降低用户回答问题的难度，有效引导客户互动，逐步挖掘客户的需求）

客户：其实大家的情况都差不多，不过我们首先希望客户到店消费，品牌的塑造不是当前的主要目标。

销售：他家投过直通车，投过淘宝客，您现在主要用哪些方式进行推广呢？

客户：这两个渠道都有。他家效果怎么样？

销售：您也知道，像直通车，用户可以很方便的进行比价，有时候是有流量没转化。所以很多店铺也在拓展更多的流量渠道。咱家使用直通车和淘宝客的效果如何？

客户：差不多，.....

销售：也就是说您希望有一个低成本的方法来为您的店铺引流？

客户：当然了，价格上面只要低于 XX 元一个流量就行。

销售：这家就尝试使用粉丝通进行投放，因为很多微博用户是 80 后女生，他们可以称得上是电商消费的主力军，在微博上很容易就能定位 80 后女生，只针对他们投放爆款产品，投放具有针对性。半个月为该店铺带来了 4.6 万的访问流量，平均一个访问 0.79 元。假如您也用这种方案，也必然会给店铺带来可观的流量。

客户：.....

（进入产品推介阶段）

3、推介产品

重点：针对用户的需求介绍产品，站在客户的角度上思考，将产品的特点转化为客户唯一关注的收益，且语言便于理解。

（1）客户希望宣传的内容看到的人越多越好

销售：新浪微博是国内极具影响力的微博，有 5 亿多用户，这些用户与您的产品目标客户基本一致，所以有了粉丝通，他们都成为了您广告的投放对象，

这意味着您无需受粉丝数量的限制，就可以轻松将您的广告直接投放给海量用户。（海量触达）

（2）客户希望能精准定位潜在用户，避免广告费浪费

销售：因为用户注册新浪微博时候要求选择兴趣，所以系统可以从几十万个角度将用户进行兴趣分类，所以您可以指定投放给哪类人，也就是说你更容易找到您的潜在客户再投放广告，避免广告费的浪费。（精准投放）

（3）客户希望能少花钱多办事

销售：微博上的用户看到感兴趣的内容后都会转发给自己的朋友，所以有很多粉丝通广告被转发，他的朋友看到之后再转发，而用户帮您转发帮您做宣传，对您来说是免费的，这意味着您广告的推广效果有一部分是不花钱，您每分钱花的更有价值了。（多维传播）

（4）客户希望能更好的展示宝贝

销售：新浪发布了微博淘宝版，提供了淘宝专属的特型微博，每条微博中可以发布 1 个店铺信息和 8 个商品也就是九宫格形式发布图片，这意味着您的微博更能吸引用户的注意力，宣传效果会更好。新浪和阿里巴巴共同发布的数据显示，使用微博淘宝版之后，比使用之前的微博导流量猛增了 5 倍。（微博淘宝版，除了三大特征之外，不同的行业的客户对产品特征的关注点也有所不同，因此需要不断总结客户的关注点，提前准备话术）

4、常见问题

重点：提前准备，做到对答如流，在回答问题时展现专业性，提升客户对销售人员的信任。

（1）使用粉丝通后，我的广告出现在什么位置？

销售：显示在您微博信息的靠前位置，一般是您从上往下数的第三个，如果是您的粉丝接受到您的广告，那么就直接显示在第一个位置。使用粉丝通推广的微博都带推广的字样，您下次刷微博的时候可以注意一下是否有这种微博（或现场刷微博展示给客户看）。

（2）我怎么知道有多少人看过我推广的内容？

销售：新浪提供了强大的后台系统，既可以在上面设置广告创意，投放人群，还可以查看曝光量，互动数，通过短链给您店铺带来的流量数。展现形式简单明了，操作也很简单。

（3）后台怎么操作才能定位喜欢日系服装的女性？

销售：粉丝通很容易操作，您可以直接选定女性，还可以设置年龄段，比如可以指定只针对 18 到 26 周岁的女生进行投放。然后再通过兴趣标签进行精准定向，这些用户的兴趣标签可能包括日系，日本动漫，某位日本时尚女星等等，这样就可以实现人群定向。

（4）兴趣标签是什么，怎么得到的，我能看到吗？

销售：后台系统会针对用户进行分析，分析的维度包括用户注册时填写的兴趣爱好，他关注的蓝 V 账号（比如他关注了名车，那么他的兴趣中就会包括汽车相关的兴趣标签），还有就是用户所发的微博内容。为了保护用户的隐私，目前一个人在系统中的兴趣标签外部不可见。

(5) 粉丝通和百度竞价排名有什么区别？

销售：有几方面不同，

1. 粉丝通基于用户的兴趣标签进行用户群定位从而主动推送广告信息，百度的竞价排名是用户搜索时才根据关键词进行展现。
2. 如果用户对产品感兴趣，可以在微博上与商家互动，实现双向交流。百度的竞价排名无法互动。
3. 粉丝通一次只展现一个广告，对商家来说是独占用户的注意力的。百度一次会显示很多商家信息，用户看到广告后的注意力比较分散。
4. 新浪和阿里巴巴合作，将粉丝通作为向淘宝电商引导流量的一个重要渠道。但阿里已经封杀从百度的流量，电商用户投百度也无法带来流量。

(5) 兴趣标签是什么，怎么得到的，商家能看到吗？

销售：微信是私密空间内的闭环交流，而微博是开放的扩散传播。一个注重交流，一个注重传播。所以很多厂商用微博进行营销传播，用微信进行客户关系维护。此外，阿里已经不封杀了从微信的流量，所以电商客户投微信无法带来流量。

(6) 微博的活跃度是否在降低？

销售：任何产品都会经历投入期，成长期，成熟期等几个阶段，每个阶段的时长不同，目前微博经历了其成长期进入了成熟期，用户稳定，并且活跃用户保持在 5000 多万并且稳中有增。目前微博仍然是用户接收最新消息的主要渠道，比如最近发生 XXXXX 事件，很多人都是通过微博了解最新的发展动态。

5、促单成交

重点：接收到成交信号便勇敢的尝试成交。

（1）直接成交法

销售：这份合同里面详细列出了我们为您提供的服务以及收费等内容，请您过目，
如果没问题的话，在签字处签字即可。

（2）选择成交法

销售：您看您是今天有空还是明天有空，我把合同给您带过去？

（3）假定成交法

销售：如果您现在签约的话，就可以在双十一大促前完成开户等准备工作，同时
也有时间测试出效果最好的广告创意，这样双十一节日时就可以大规模投放，
为您店铺带来实实在在的流量。节日的效果比平时要好。您看如何？