

2022.03.08

為什麼他每 3 天就能賣一輛百萬賓士？ 超級業務的 4 門「養客經營學」



關超澤

(厂马、万马)

小檔案

- 2008年北京首都醫科大學學士
- 2010年健身教練(1年4個月)
- 2011年房屋仲介(1年5個月)
- 2012年踏進**汽車銷售業(中華賓士)**
- **2017年1年售出120輛賓士車，成為新人最快升副理的業務員**
- **賓士AMG車款銷售冠軍及連2年銷售排名前10傑**



「大家覺得一個好的業務，應該先有名，還是有利，或名利雙收？」

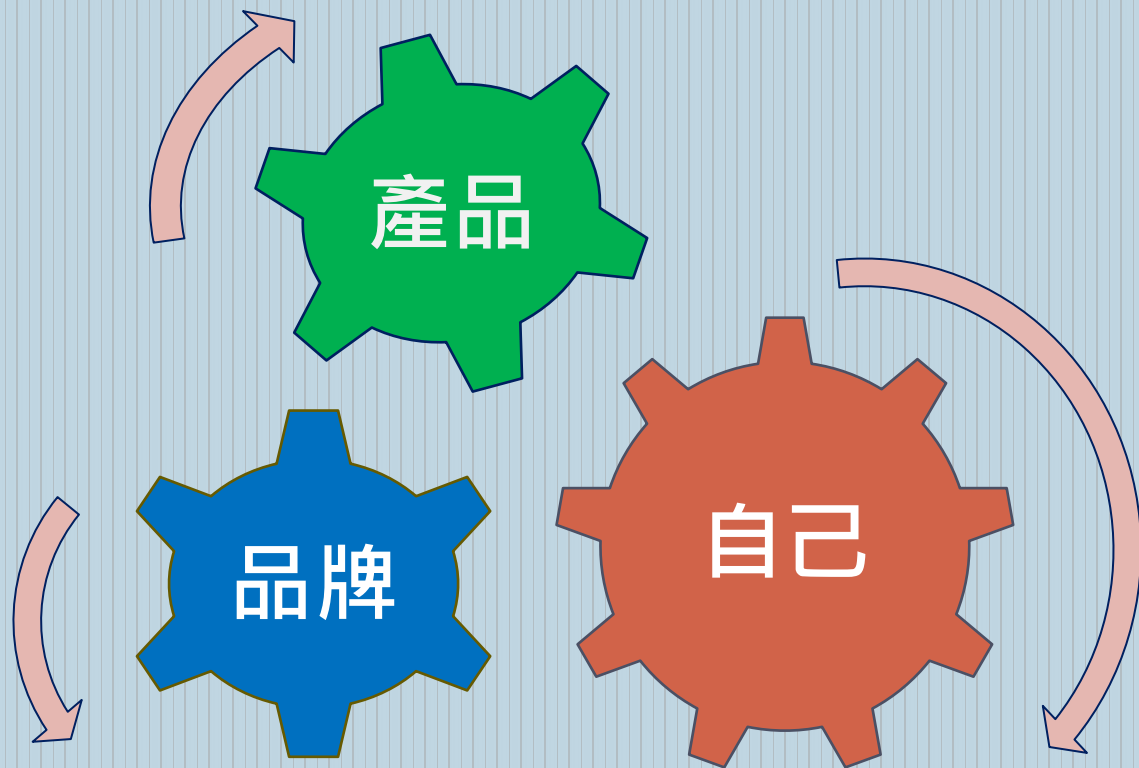


- 當初為了『利』而去，以為守株待兔就有客戶上門，結果幾乎沒客戶，領悟：顧客不會跟不專業的人買房子。



- 名是好的口碑與名聲。
- 轉戰汽車業後，靠「持久的熱情」，自己喜歡產品，讓顧客知道產品的好，消費者才會買單。

3個面向，像車輪滾動，會不斷循環，自己了解產品、了解品牌差異、知道產品特性，才能讓客戶接納。



4招養客經營哲學

1. 資料蒐集
2. 誠實為上策
3. 快與負責
4. 建立多項連接點

STOP 01

資料蒐集

紀錄顧客的資料與喜好，聯繫會變得更便利與充足

- 記下客戶喜歡的手錶或車子
- 與客戶交談後，隨即將客戶的特色、身上的配件輸進手機。
- 詳列每次見到客戶的時間、見面進度等。
- 絕不緊迫盯人，每3天就追蹤一次進度，讓客戶回家想一想。
- 不造成壓力，有助於談妥下一次生意。



STOP 02

誠實為上策

不會刻意迎合客戶的要求

- 車款改款，不會馬上請客戶購車，而是告知接下來的改款規劃」，讓客戶參考日後的汽車樣式，選擇增加，連帶也提升成交機率。
- 實在告訴客戶某些型號車子為什麼賣不好，不是性能不好，是需求不同。愈誠實地告知實情，愈有助於成交。



STOP 03

唯快不破，快與負責

立刻回覆，滿足需求，是取得顧客信任最好的方法。「細心」是業務的不敗法則

- 若遇到來電詢問，盡量第一時間就回覆。
- 業務員更需「負責」，客戶下訂新車後，小至船運時間、船隻名稱都告知客戶，透明、清楚的態度，讓客戶能十足安心。

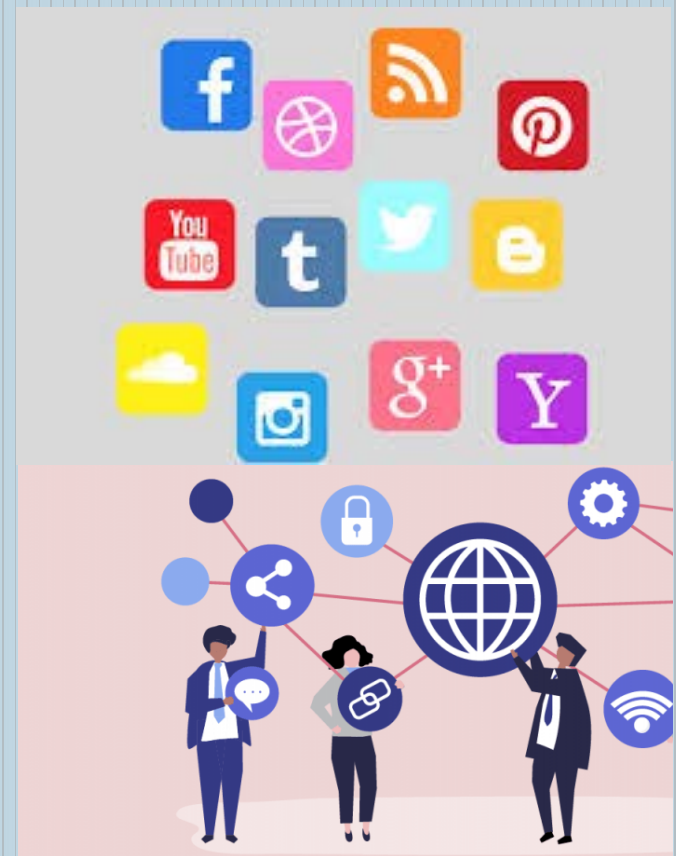


STOP 04

建立多項連接點

運用通訊軟體與顧客維持良好關係

- 「每天至少問候30名客戶」
- 不用「罐頭訊息」，而採用各種有質感的照片，自製賞車知識或問候，從各方管道建立連結點。



自己—品牌—產品

「養住客戶的心」，要把自己的知識面與產品的主觀感受做到充足準備。