**1、**

**1秒免单，业绩暴涨10倍**

一家奶茶店，一直亏损，因为位置有点偏，最后想了一个策划方案：凡是来消费的顾客，只要拿出手机秒表，按出11秒就可以免单，前后相差0.5秒打8折。看似简单，其实是非常难做到的，每个人都喜欢去碰小概率事件，三个月之后，这个奶茶店天天排起了长队，业绩暴涨10倍.

**2、**

**有一家生意非常火爆的饭店**，宣传广告语是这样写的：“多陪陪父母，带着父母任意一位来，菜品可以打7折，多陪陪孩子，带孩子来，也可以打7折，全部都带来吃饭可以打6折。”

不少人看到这个广告，尤其是老人们口口相传，都期待着子女带他们去，子女们平时也很忙，在一起的时间也很少，于是就决定一起去，父母也开心，子女也尽了一点孝心，顺了父母的心愿，餐厅也赚了钱，你看懂了吗？

**3、**

**一位小伙卖酒卖不出去，不知道怎么办？**

其实非常简单，**买130元的酒送130元的大米。**130元的酒成本30元，130元的大米成本70元，130元减掉30元的成本再减掉70元的成本，还剩下30元。

找到更多的小超市进行合作，免费铺货，卖掉了再给钱，买一份还转30元，自己留下10元，给老板20元，一年找到1000家超市合作，超市一年能赚20多万，自己一年赚几百万，用这个方法什么也不用干，一年就能赚几百万的模式，你学会了吗？

**4、**

**你一定记得益达当年的广告语：“**嘿，你的益达，不，是你的益达，花了巨额的广告费，这句话虽然让很多人知道了益达，但是它的销量却毫无提升，因为**好的广告语不在于有趣，优美，而在于行动指令**，后来他们改成吃完喝完嚼益达，目标明确，因此销量剧增

淘宝在购物车图标上多画了一个加号，下单率提升了15%，最后又改成加入购物车这5个显眼大字，下单率再次提升一倍，这些都称之为行动指令，你想让顾客怎么做，给他一个简单的指令，这个指令就会影响顾客，你学会了吗？

**5、**

**女大学生卖空气净化器，月入10万，背后的思路**

别人将空气净化器卖给业主，她将空气净化器卖给了车主，并且营销技巧十分高明，她直接与洗车店谈合作，给洗车店老板出了一招，只要在我店里洗车3次以上，就可以只用100元购买价值400元的，日本进口车内甲醛测试仪。

洗车店凭这一招吸引了比往日多5倍的客户，她复制这方法与同城1000家店进行合作，一个月成交了1千单，月入10万。

**6、**

有一家粥铺，由于租金上涨，就把粥从原来的5块钱涨到了8块钱，涨价后营业额从6万降到了3万，怎么办？

最后想了一个方案：把5块钱的粥降到3块，拿来引流，并且增加新品，设置18元一份的招牌粥，比如海鲜粥，还增加了其他的配菜。一个月后他的营业额涨到了10万元，这就是**前端引流用爆款，后端延伸产品链**获取利润，你看明白了吗？

**7、**

有一对90后的小夫妻，投资40万，开了一家早餐店，做了一场活动，客户**充值300元送300元的储值卡，同时赠送300元的小米粥，再返300元的现金，**三个月的时间收款120万，他们是如何做到的？

首先客户充值的300元是可以在店里任意消费的，送300的小米粥是分成100份3块钱的小米粥，来增加客户早上进店的频率。

返客户的300元现金是分成12个月，每个月30日的时候返还25块钱现金，如果客户不领的话，25元现金还可以冲抵35块钱在店里消费，**于是锁定了客户一年的时间，是不是很简单，你听明白了吗？**

**8、**

有家餐厅开业打出一个口号，开业前7天一个菜只需要1元，然后就是20个特价菜展示图片，确实很吸引人，结果前两天餐厅爆满，但是来的人都点1元的菜，吃完就走了，老板不赚钱，所以第三天就不想搞了。

后来换了一个方案，首先，不能让所有的客户都有资格点1元的菜，规定49元办一个会员卡，会员可以点，其次会员不仅可以在开业活动的7天内任意点1元的菜，还再送10个一元的菜供会员在开业活动结束后来享用，就这两个调整，3天后一算账，现金收了5万多！

**9、四两拔干斤的营销案例**

有一个小规模食品公司辣酱上市前，欲做宣传，但是他们没有那么大的资金实力，租不起市区的广告牌，然后他们租下城门口一个不值钱的广告牌。

租下广告牌后,并不是直接在上面打广告，而是贴出广告位招租启事：“广告位招租，全年88万!”天价招牌的冲击力似乎毋庸置疑，渐渐全城人都知道城门口有个贵的离谱的广告位。一个月后，这个辣酱广告登了上去，市场迅速打开。

**10、免费还能这么玩**

一家女装店做了一场活动，三天成交了400个客户，消费者预存9块9就可以免费领取价值129元的厨房四件套，同时预存的9块9升级为两张50元的代金券。

厨房四件套的成本是10元，消费者预存的9块9，刚好回收了我们的成本，相当于免费送了顾客两张50元的代金券。这个方案，如果我们没有提供赠品，而是直接送给客户代金券，肯定没有人要，即使要了也不会到店消费。

因为免费的没有人会珍惜，而花费9.9换来了代金券会让消费者觉得占了很大便宜，会想办法给消费掉。