

如何做好 PU 推广与营销

分享人：孙大伟

今天我把我在 PU 一年多的工作分享给大家，希望对大家有所帮助。

1、（产品）学生认为我们是“骗子”（表达产品和用户的需求）

西北的 pu 推广是从青海西宁开始的，当时对青海大学、团省委、师大进行了项目路演和宣讲，宣讲的结果他们并不买账，该团省委宣讲的主题反映出的仅仅是作为一个大学团学社管理或者学生记录社团活动的网站（它的需求在哪里呢？），反应最强烈的青海大学，来的是学生，讲的是团委对活动的掌控和成绩单。

结论：用户的需求是混合的不明确的（团省委的整个过程）所以这次的营销推广活动是没有成效的。

后来总结了 pu 的整个项目的来龙去脉，梳理了它的整个功能，可以确定的把 pu 定性为：为团委打造的为社团活动记录统计的工具，带着这样的思路，后面我们在西安，兰州、银川，甚至乌鲁木齐的推广效果特别好。因此销售的定义很单纯。销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。

在销售中，真正‘有用’的招数必须有两个基本的条件：充分了解客户的需求和充分了解竞争对手的行为。客户的需求就是那本一开始看的基础书，而竞争对手的行为就是知道他们如何挥拳，离开这两点、所有的招数都是扯淡。

2、工具化的应用是我们的敲门砖

大学信息化的建设非常快，也重视，但团却不是这样（团的特性等，党自己不干，却必须要干的事，有些事党没有提，团还想表现，想干）因此作为工具在团自身的层面 pu 还是有进入的可能，西安建筑科技大学、新疆农大、酒泉职业技术学院作为工具使用的推广，是很给力的

(关于学分的纠结：新疆财经大学)

所以我们可以定位 pu 是什么了

在这个过程中，有一个问题“从学生入手是错误的”（关系）

总结：弄清楚自己是谁，找准用户，找准需求

从技术更新和发展的角度看（微信的状况？可以发起活动，可以签到等等）pu 没有任何壁垒可言。

3、计划与总结广种薄收（渠道）怎么规划“跑”学校

Pu 的营销其实要比其他简单的多，简单就是我们的客户是单一的，不需要去筛选，就在那里，省去了我们寻找有效客户的成本。

但简单不是意味好做，那种样板式的市场推广方式是不适合互联网企业的，特点是快，

所以说先易后难，广种薄收，如兰州、上海、新疆

因此要批量化的推广，要做好批次的计划，广种薄收也是一个不错的

结果。

4、好的开头成功了一半

大家有没有体会写文章开头和结尾都是最难，古人称文章的开头为“凤头”，（猪肚、豹尾）就是说开头要美丽精巧、新颖贴切，要有创造力、震撼力、吸引力，读者看到这样的开头，必然会产生一种读之而后快的感觉。因此，下笔之前一定要精心构思、反复琢磨，务求精工。

所以说一个好的开头，往往是文章写作成功的一半。

那么，我们怎样才能写漂亮的引言段呢？

最直接的是要做到：开门见山，明确写作话题和目的。如何才能做到开门见山？我们可以采用以下几种方式：

- 1、提出有争议性的问题，激发读者兴趣，使其积极参与讨论；
- 2、以新颖的观点，吸引读者注意力；
- 3、对将要讨论的话题进行定义。等等

文章的开头引用到我们销售中，有着异曲同工的作用，销售人员无论是接近客户，还是产品介绍，以及每次的销售演讲，开场白在整个销售的过程中具有极其重要的作用。尽管可能接下来的洽谈过程可能听起来更令人紧张，但毋庸置疑，“良好的开端是成功的一半”。

开场白

以下我们选取一些比较流行的开白场的方式

重大利益冲击式的开场白

卖打印机的推销员：“王总，现在激光打印机的价格便宜得几乎要白给了！原先一台的价格，现在能给您三台！”（真的吗？现在多少钱？说来听听！）

以上的这些开场白都极具冲击力，不由得客户会不听你讲下去。

立场反转式的开场白

通常客户都是有逆反心理的！你越是夸赞你的产品好，他就越会觉得你在欺骗他。所以，我们就反其道而行之。

广告公司的业务员：“王总，我注意到您公司一直长期在新华日报等报纸上做广告，但从来不在我们报上做。我想，这其中一定有您的道理，是不是我们哪里做得不够好，您能否给我们提提意见呢？”（对方会说：“其实也不是，主要是我们-----。”看，这样是不是就好往下谈了呢？而且对方会很沾沾自喜的。）

印刷的业务员：“许经理，我发现您只是在杭州印刷图书。从来没在本地的厂里印过。我想一定有他们的长处，我们也想学一学。您最看重的是他们什么呢？是价格还是-----。”（既然你是那么的诚恳，对方也就不好推却，搞不好要聊上一下午也说不定。）

利用竞争者弱点式的开场白

这种方式并不是要我们公开诋毁我们的同行。而是充分站在客户的立场上，在以你十分专业的业务知识，对客户进行指导，由此来建立起沟通的桥梁。我们目前所知道 pu 面临的最大的竞争者“易班”

故事引入式的开场白

pu 的故事

对客户产品感兴趣式的开场白

案例

曾经有一个客户超难对付，许多保险公司的业务员在他面前纷纷落马。于小姐决定冒险一试。

来到客户的办公桌前，客户早就被秘书通知来的是个推销员，因此头也不抬：“你是今天第三个推销员了，估计也没什么新意，就别再浪费我们两个人的时间！你就请便吧！”

几分钟后，客户抬起头来，发现于小姐还在面前坐着便厉声道：“我叫你出去没听见吗？”

于小姐依然坐在那里看着桌子上客户生产的样品说：“您公司就是制造这个的吗？”

“没错！”显然因为一个外行人关注他的产品而引起了他的主意。语气不禁柔和了许多，目光也有了交流，变得友善了些。

于小姐抓住时机：“你做这一行有多少年了？”“哦！有好几年了吧！”客户颇有感触，同时也放下了手中的资料。“那您是怎样开始您的事业的呢？”-----（新疆财大的例子）

（宣传）打好手上的牌（苏州大学、挑战杯、杜慧量、付震帮，石部长），兰州团学校部、宁夏医科大学，

5、遇到的质疑

现在很多销售人员在销售产品时特别担心客户提出质疑的意见，认为如果客户提的问题太多就不能完成这次销售，还有些销售人员不能很好的处理客户疑问，导致不能成交，下面是我总结的销售技巧培训的五条金律，希望能对各位有所帮助。

第一、在不能了解客户的真实问题时，尽量让客户说话

多打听一些问题，带着一种好奇的心态，发挥刨根问底的精神，让客户多发发牢骚，多提提问题，了解客户的真实需求。

第二、同意客户的感受

当客户说完后，不要直接回答问题，要感性回避，比如说我感到您。。。。这样可以降低客户的戒备心理，让客户感觉到你是和他站在同一个起跑线上。

第三、把握关键问题，让客户具体阐述

“复述”一下客户的具体异议，详细了解客户需求，让客户在关键问

题处尽量详细的说明原因。

第四、确认客户问题，并且重复回答客户疑问

你要做的是重复你所听到的话，这个叫做先跟，了解并且跟从客户和自己相互认同的部分，这个是最终成交的通道，因为这样做可以了解你的客户是否知道你的产品的益处，这为你引导客户走向最后的成功奠定基础。

第五、让客户了解自己异议背后的真正动机

当客户看到了背后的动机，销售就可以从此处入手，想到并且说出客户需要的价值，那么彼此之间的隔阂就会消除，只有这样才能和客户建立起真正的相互信任的关系。

最后送给大家一句话:反对意见就是登上销售成功的阶梯。它们是销售流程中很重要的一部分，而你的回应方式也将决定销售结果的成败。

在 pu 的推广过程中同样遇到很多来自用户的质疑，不同的声音，

(1)、保密性的问题

(2)、我们都有的问题（公司是否靠谱）

(3) 商业模式的问题

(4)你们怎么不找团中央呢？下个文件你们不是不用这样辛苦的跑了
吗（或者你让团省委下个文件等等）

6、了解你的用户

(1)、我们用户的特性：矜持，禁锢、、自我（自尊、自主），荣誉感、使命感，最大限度的体现自我价值，追求自主性，个体化，多样性和创新精神

(2)、他们的诉求：其一：工作的方便性，这是工具的作用：全部都是考勤打卡、评选；

其二：压力感和成就感

7、拜访中需要注意的细节

(1)、什么时间去

(2)、做出好决定的详尽资讯（学校的现状，可以在在墙报等信息中了解，学校的历史等等）“兰州理工”

(3)、行为规范（称呼、着装、上厕所、看手机、接电话等等）

(4)、现场的把控（座位的选择：兰州学校部杨部长、宁夏大学）

(5)、要留有再次回来的机会：语言、握手

握手作为东方人传统的礼节，握手作为一种礼貌的“零距离”的接触，除了传递自己强烈的自信心，还能最大限度的拉近与客户的距离。回想一下，见面或送别时，当主人紧紧握住你的手，你的心中一定会涌现出一种

亲近的感情。因为手与手的接触，能令人产生一种心和心连在一起的感受、创造一种奇妙的亲近感。

所以我们在销售沟通中应该运用这个效应，要知道，一个有力到位而简洁的握手可胜过千言万语。

（6）表达诉求

我们的目的就是：在实际过程中，最容易出现的一个问题就是没有表达你要什么？怎么要？（前面讲到的文章的开头凤头/猪肚/豹尾）

销售洽谈的结尾部分往往是缔结的动作，所以结尾也非常重要。

（1）对洽谈有个要点的总结

（2）对本次洽谈的启发意义做适当延伸。比如，你可以用一个事例等对本次谈话的意义做一下总结和延伸，并取得对方的认同。

（3）直接表达你的诉求。（亚森的直率、杨部长的否定）

8、如何做一个合格的营销推广人员

（1）最重要的素质：坚持

做销售最重要的素质是什么？不同的人有不同的答案。有的人说是专业性，有的人说是沟通技巧，有的人说是亲和力等等。我们不否认这些素质在销售中的重要性，它们是成功的必要条件而不是充分条件。我认为做

销售最重要的素质是坚持，做销售没有坚持是不会成大器的，这种坚持主要体现在：

1、坚持在同一行业做下去。虽然各行业的销售原理是通的，但销售人员要想完全了解一个行业最起码需要三年时间，经常换行业会让你对每一个行业都有了解但都了解得不够透。不够透就不能在这个行业游刃有余，就不会有好的业绩。而且销售业绩与你所在的人脉、关系、资源是密切相关的。很多时候换了行业，之前的人脉、关系、资源就会用不上了，你得重新积累，这非常不利于销售人员的成长。

2、坚持在同一家公司做下去。很多销售人员没有定性，经常换公司。很多销售人员三个月没出业绩就换公司以为换个环境就能有好的业绩，以为跟客户沟通的很好，无论你到什么地方客户都会跟着你，这就大错特错了。

三个月没错业绩有可能第四个月就出业绩，前三个月有可能是积累，而恰恰销售人员没有坚持下去，就像烧开水烧到 99 度不烧了，再加一把火水就开了，可火停了。

客户认同你，不是认同你这个人，大家想一想，客户每天接触的那么多的销售人员，凭什么记住了你？销售人员必须记住客户认同你是认同你公司而不是你个人。大部分的销售人员都会有这样的体会：之前沟通很好的客户换了公司后沟通就很难进行了，

坚持在一家公司做，只要你勤奋，短时间不出业绩老板也不会让你离

开，坚持下去就会有业绩，而且很容易获得领导的青睐获得一定的职位提升。

你换公司，新公司老板肯定问你之前你的业绩。如果你说自己的业绩很好，老板就会问你离开的原因;如果你业绩不好，老板肯定不敢用。不管怎样，老板都会考察你一段时间，而你还要融合新的团队、新的环境，这对销售人员的挑战是非常大的。

3、坚持客户跟踪与维护。很多销售人员与客户初步接触后，在客户表示了有意向后（可能三个月后、半年后或者一年后），销售人员就开始了积极跟踪。一开始，销售人员表现了一定的积极性，比如发发短信、打打电话等等，可维持时间不长，渐渐地与客户沟通的次数少了，短信也不发了，电话也不打了。很快，客户就忘记了你。其实做销售比的就是坚持，你能够做到比你的竞争对手更频繁地与客户沟通（当然沟通也要有度），能否做到用更多的沟通手段让客户对你产生好感从而记住了你而不是你的竞争对手。

4、坚持学习。竞争环境非常激烈，销售人员只有不断学习才能提高自己的素养、气质和言谈水平，而这些对职业成长是非常有帮助的。销售人员必须将“活到老，学到老”的观念植入自己的脑海里，不断学习不断提升自己。当然学习有多种方式

（2）品德：

作为销售工作中的品德，而诚信就是重要内容之一。时刻记住自己对

客户、对公司的承诺，这样的营销人即使语言沟通能力欠缺一点，也是可信赖的。

销售最重要的就是要赢得客户的信任和喜爱，最有效的手段莫过于以自己的人格魅力感染客户。作为一名销售人员，我们要有一个成熟的人格，譬如：正直、诚实、守信，面见客户时不要仅仅是为了成交而信口雌黄；也不要是客户面前耍小聪明，认为自己什么都懂，所谓三流销售靠产品；二流销售靠理念；一流销售靠人格魅力，就是这个道理。

（3）练好基本功

◆ 计划性： 各个层面的计划，好处：效率，减少错误

◆ 良好的沟通技巧

T----P----O 的原则

在商务礼仪的着装原则中有个 T----P----O 的原则

T 代表时间（一天中的时间变化、一年的四季不同、时代的差异）；

P 场合原则（社交场合、商务场合、休息场合）

O 地点原则（地域、气候）

在人际沟通的语言沟通过程中，同样适用这个原则。说话是一门艺术，只有在合适的时间，合适的场合，面对合适的对象，说出恰如其分的话语，你的语言才真正产生生产力。

这里给大家找了个例子：战国时，楚王很器重手下安陵君。因为他能说会道，却不遇事张口就说，而是很讲究说话的时机。朝中很多人为了标榜自己的忠诚，纷纷表示愿随楚王一起死，以身为主殉葬，而安陵君却缄口不提。

一次楚王到云梦打猎，一箭就射死了狂奔的野牛。文武百官无不欢声雷动。楚王也高兴得仰天大笑：“今天真是快活！待我百年之后，你们谁能和我共有今天的快乐呢？”

此时，安陵君泪流满面地走上前去：“臣进宫就与大王同共一席，出宫与大王同乘一车，如果大王万岁千秋之后，我愿随大王奔赴黄泉，变做芦草为大王阻挡蝼蚁，那就是我最大的荣幸。”

楚王闻言，大受感动，正是被封为安陵君，从此一世富贵。

由此可以看出，把握说话时机非常重要，这个过程需要充分的耐心，也需要积极进行准备，等待条件成熟，充分掌握随机应变的原则。安陵君的过人之处，便在于他有充分的耐心，等待楚王欢欣而又伤感的那个时刻。此时，动之以情，最终达到了取悦军心的目的。

学会倾听

人际沟通是双向的沟通，绝不是你一方面的滔滔不绝。只有学会倾听，才能了解对方的想法、需求和期望，我们才能有针对性地采取下一步的沟通和行动。

共鸣原则

在人际沟通当中，要试图寻找双方能产生共鸣的东西。人都有一个特点，愿意与自己观点相同或接近的人成为知己，从而产生更加深入的沟通和交往。

不要做无谓的争辩

在语言沟通过程中，往往有观点不同的时候。这个时候要用艺术的

方法处理双方的分歧，万不可做伤害感情的争辩。尤其在销售过程中，经常会出现赢了口才，输了订单的状况。

快乐原则

人际语言沟通除了信息的传递和感情的沟通的基本作用之外，还有为双方创造满足感和快乐的作用。因此，如果你的谈话能增添些幽默、智慧，将会产生很好的沟通效果。

（4）和他们成为一类人，最重要的是熟悉他们的语言；

- ◆ 凝聚青年、服务大局、当好桥梁、去四化就是要在我们工作中去除那些可能存在，但是大家并不觉得，又严重影响工作效果的机关化、行政化、娱乐化，问题背后就是脱离青年学生，脱离青年群众，这是我们改革的重点。
- ◆ 2015 年中央召开了历史上第一个党的群团会议，下发了中央 4 号文件。吹响了群团组织全面深化改革的号角。
- ◆ 去年召开了全国学联二十六次
- ◆ 高校里推进班团一体化建设；我们希望在高校里进一步明晰团学结构和它的治理体系，理顺学校、院系和班级，以及学生会、团委、社团的关系。
- ◆ 六个方面的重点工作，这是重点推进的六个方面。具体来说，包括我们在学校战线五年规划中的四个方面：思想引领、素质拓展、权益服务和组织提升。还有两个方面，一个是互联网转型，一个是学生会工作，这样六个方面。
- ◆ 关于素质拓展，我们希望通过我们的工作，让青年学生能够有社会责任感，能够有创新精神、实践能力，能够积极投身到“十三五”建设中去，能够真正在创新、协调、绿色、开放、共享的格局之中，建功立业，发挥自己的作用。
- ◆ 团的项目有很多：三创、三走、三下乡。三创：创新、创业、创优，
- ◆ 高校实施“团支部活力提升工程”，去年也开展了“活力团支部”的创建活动，
- ◆ 比如说队伍建设，“三严三实”教育，团干部成长的讨论。
- ◆ 共青团网络新媒体的运营中心，微信、微博、网站，能够整合各方资源，能够打造具有影响广泛传播力的内容和产品，能够组织线上线下的一些互动活动。我们希望互联网不仅成为我们的工具，也是我们工作的载体，工作的内容和目标。

为何我们选择销售

当我们走出校园，憧憬着对未来事业和人生图画般美好的时候，发现我们是那么的孱弱，深刻感到自己知识的不足，说服力，谈判技巧，思想观念与心态，客户服务，人际关系，时间管理，心理学等等，而这些知识恰好是一个人成功所必备的技能。这些技能不是来自于课本，不是来自于培训，不是来自于心灵鸡汤式的教化，你的能力必然是在不断被别人拒绝和伤害中成长，做销售就有更多的机会被别人拒绝和伤害。