

做直销如何迎合消费者

1、近身示范法

你的办公室、家庭，或者某个你常去的公共场合如健身房、俱乐部等是距离你也来试一试，看一看，尝一尝。在这个过程中，突出地表现产品的良好效用，以引起别人的关注，当别人进一步了解时，你就可以开始介绍产品了，比如：“我也是刚刚用这种产品。是一个好朋友介绍的。效果还真好。”介绍接近法所谓介绍接近法，就是利用有力人士的介绍，以接近准顾客。古云：“不看僧面看佛面。”一般人对陌生的直销商都有排斥感，可是在熟人的介绍之下，看在熟人的面子上，都会接受你的好意或邀请。样品接近法就是把一个产品当作样品，送给准顾客免费使用，以接近准顾客。大多数的人都对免费的试用品，通常会欣然接受，准顾客在收下样品后，无形中欠你的一分人情，大半会愿意听听你进一步的解说。

2、搭关系接近法

就是设法找出自己与对方之间的关系，进而拉拢两人间的距离，以接近准顾客。直销员与准顾客之间的共同经验，共同嗜好，共同朋友，共同学校等都是搭关系的好题材。此外甚至一面之缘或一起听过演讲，也可搭上一点关系。

3、构想式接近法

这是针对准顾客面临的难题与急迫的需要，提供一个解决的构想与方法，以取得接近机会。健康、美丽、财富、改善生活等可能都是准顾客关心的问题。若能列举他人接受建议后成功的实例，则更具有说服力。

4、资料式接近法

这是在访问之前，先寄产品目录与资料，然后再用电话追踪联络准顾客的方法。对直销员而言，打电话给已经接到资料的准顾客。说起话来会较自在，而且对方若同意接受访问的话，表示对产品兴趣度高，成交概率大。

5、顽强接近法

这是在遭受多次拒绝之后，仍旧锲而不舍，不断直接访问，寄送资料，打电话问候，以感动对方，取得接近的方法。原一平访问准顾客 72 次，才得以接近。但是此法需你多次上门，他才会感觉到是为他好，如果他对产品有很大敌意或根本就不需要，那么越访问越接近可能他就越厌烦。每个人都渴望别人的重视和赞美，只是大多把这种需要隐藏在内心的深处罢了。因此，只要你说“专程来请教您这位附近最有名的老板”时，几乎百试不爽，没人会拒绝你的。此一赞美的话术运用在商店街头的直接访

问时最为有效。那么，究竟要请教什么问题好呢?以一般商店的老板为例，例如：商品的优劣、市场现况、制造方法等等，都是请教的好题目。对于商店老板而言，有人诚恳求教，大都极为热心，会很乐意地大谈他的生意经。而这些宝贵的经验，也正是推销员需要吸收的。这么一来，一则可以增进生意知识，再则能增进与准客户之间的关系，真是一举两得，太划得来了。