

改变你对待顾客关系的方式，开始享受复利效应！



LET

CUSTOMERS

BECOME

REPEAT CUSTOMERS

“赢”销法则

让顾客成为
回头客

【日】加藤芳久◎著 王芳◎译

把“冷漠顾客”变成“超级粉丝”

90%的顾客都是不理性的，正因为这样，你才有机会
把任何东西卖给任何人！



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



LET

CUSTOMERS

BECOME

REPEAT CUSTOMERS

“赢”销法则

→ → ←
让顾客成为
回头客
← ←

〔日〕加藤芳久◎著 王芳◎译



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

让顾客成为回头客 / (日) 加藤芳久著 ; 王芳译 . — 北京 : 北京理工大学出版社 , 2015.9

ISBN 978-7-5682-0725-6

I . ①让… II . ①加… ②王… III . ①销售学 IV . ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 127477 号

北京市版权局著作权合同登记号图字 : 01-2015-1534

OKYAKUSAMA no 9 WARI wo REPEATER ni SURU 33 no SHIKUMI © 2010 Yoshihisa Kato

Edited by CHUKEI PUBLISHING

Original Japanese edition published by KADOKAWA CORPORATION

Simplified Chinese Character rights arranged with KADOKAWA CORPORATION
through Beijing GW Culture Communications Co., Ltd.

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)
82562903 (教材售后服务热线)
68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 保定市中华美凯印刷有限公司

开 本 / 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张 / 6

字 数 / 85 千字

版 次 / 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 36.00 元

责任编辑 / 施胜娟

文案编辑 / 施胜娟

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换





没关阀门的水龙头，自来水哗啦哗啦地白白
流走……

就这样眼睁睁看着水在你面前不断流走，你
难道不会感到太浪费、太奢侈吗？

相信大多数人是想接住这不断流淌的水的。

但接住这些宝贵的水资源还需要一定的方法、策略，如果用千疮百孔的竹篮去接，那到头来只是一场空，白忙活。





那么，你有没有尝试用大盆子来接呢？

把水一滴一滴地都接住，最终定会积滴成河，
留住宝贵的水资源。



用积成河流的水浇灌农田，不久的将来作物一定会茁壮成长，粮食丰收。即使遭遇干旱天气，我们也能安然度过。

本书要告诉大家一个同样的道理，学会运筹帷幄，统筹大局，未雨绸缪。

通过把客户变成自己的“超级粉丝”，消除对未来公司 / 店铺发展的担忧。

希望大家能认真阅读本书，从中找到解决问题的方法、策略。

前言

假如你面前有一个水龙头，水正哗啦哗啦不停地流出，看到此情此景大家会有什么想法呢？

我想大家一定会觉得这样太浪费了。

在我们的身边，确实每天都在发生着类似的事情。

很多公司、商店每天都在不断地流失客户。

你公司的客户还一如既往地支持你们吗？

你公司的客户有没有在你不知不觉中慢慢流失呢？

如果客户的流失跟水从水龙头流出来一样，可以用肉眼看得

见，我想当看到有客户流失时大家一定会想办法挽回。然而，往往客户的流失是无形的，它可能在我们不知不觉中发生，无法用肉眼看得到。

那么我想问你个问题：

上个月来你的公司 / 商店的那位顾客，你有没有问他要联系方式？

去年向你索要过资料的客户，如今还和他保持着联系吗？

前年你给做过报价的那家客户，如今还和他有联络吗？

你是否曾经对“话不投机的客户”，或是距离遥远交通不便的客户，敬而远之，不愿意去接近、拜访他们呢？

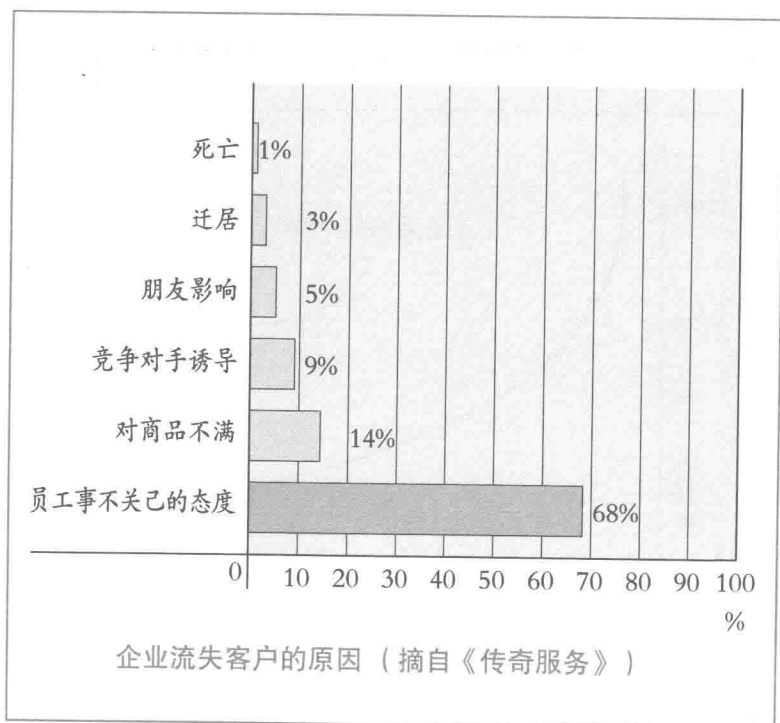
正如你的公司 / 商店每时每刻状况都在发生变化一样，客户身边也在发生着日新月异的变化。也许上个月你手上拿着的那些还无人问津的商品或服务，这个月已经变成了抢手货。

如果真的发生了需求的变化，客户会第一个想到你吗？

而你自身有没有建立起牢固的人际关系，让客户第一时间就想到去找你呢？

如果你的跟踪服务做得不到位，客户很可能就会再寻别人合作。这样一来客户就会不断慢慢地流失。

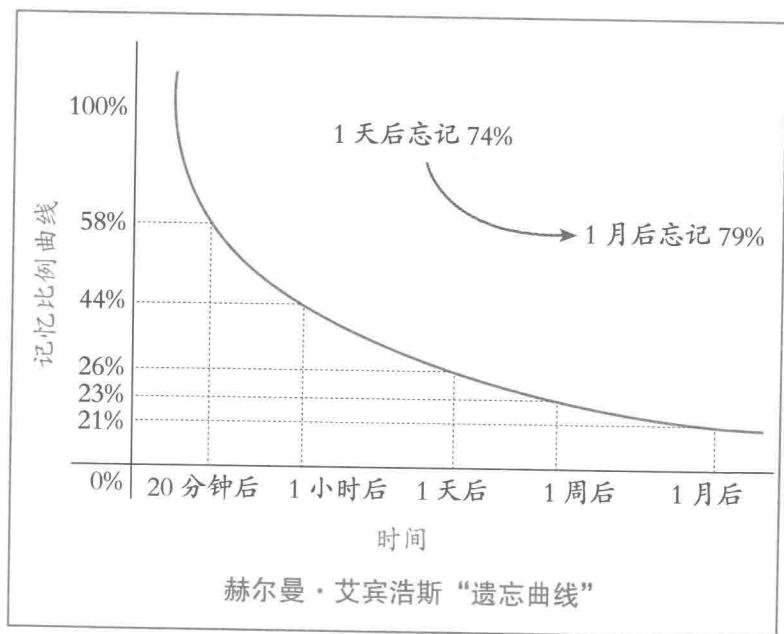
《传奇服务》（作者贝特西·桑德斯 Betsy Sanders，钻石出版社）这本书描述了美国著名高级商场和高档连锁百货店诺德斯特龙 (Nordstrom) “客户满意度”的调查情况，书中写道：企业流失客户最重要的原因在于“员工一副事不关己的冷漠态度”，这一因素成为客户流失的致命原因，其比例为 68%。



所谓“事不关己”，就是说公司/商店的工作人员根本不愿意主动联系客户，不积极对客户进行售后跟踪服务。

换个角度考虑，如果不积极认真地对客户进行跟踪服务就跟用竹篮接水一样，只会造成客户慢慢流失，而你对此结果只能心怀惋惜和遗憾。

根据德国心理学家赫尔曼·艾宾浩斯（Hermann Ebbinghaus）提出的“遗忘曲线”显示，人类一次性记住的东西，1天后会忘记内容的74%，1周后会忘记77%。



简而言之，假如你见了 100 个客户，你心里一定很兴奋，因为这意味着你的潜在客户也在随之增加。然而，一星期之后也许这 100 个人里只有 20 人还记得你，所以若想把他们变成你的客户，你还需要运用本书中的方法策略，赶快行动起来联系他们，不要让他们把你遗忘。

在本书中，我把到目前为止我所使用过的口碑营销方法以及客户回访方法体系统称为“建立纽带关系的独创法”分享给大家。我想无论是谁，只要认真运用这套方法策略，就一定能够提高销售业绩。

但有一点请千万不要理解错，让你与客户建立深厚的纽带关系并不只是单纯为了提高销售额。如果你真的认为与客户加深感情就是为了提高自己的业绩，这与结婚诈骗又有什么区别。所以通过本书我真正想传达给大家的是：顾客真心回馈给我们的笑容，顾客真正开心的微笑对我们才是最重要的。

我还希望传达一点：一切皆是缘分，请珍惜缘分。

你现在手中捧着这本书，也不只是单纯的偶然，所以也请你珍惜这份缘分。

实在抱歉，不自觉地聊到这些严肃话题……

请你从现在开始放松心情，一边品尝咖啡一边跟我在本书中遨游吧。

下面由我来给你介绍与客户建立纽带关系的各种方法策略。

赶快翻开下一页吧。

目录



序言 与客户建立紧密联系关系的公司会成功！

“没有与客户建立起紧密联系的关系，让我备受挫折……”

——我的辛酸经历 / 2

赢得好口碑，收获高回头率，这种趋势今后将越来越重要 / 6

只有与客户建立“纽带”关系，才能赢得好口碑，收获高

回头率！ / 8

如果运用好的方法策略，建立纽带关系也会变得轻而易举！ / 10

第一章 赢得好口碑，收获高回头率的 7 种策略

没有好口碑，没有回头客，事业终将无法取得成功！ / 14

制造与顾客的接触点的 7 种策略 / 21

能让 7 种策略效果倍增的 3 种秘密武器 / 48

第二章 与客户建立紧密联系关系的 9 种策略

与顾客建立信任关系的 2 种秘密武器 / 58

利用网络与客户建立紧密联系关系的 3 种策略 / 62

利用真实场景与客户建立紧密联系关系的 6 种策略 / 79

第三章 变顾客为“超级粉丝”的 7 种策略

实现加快客户“购买节奏”的 3 种策略 / 106

联动使用“建立紧密联系关系方法”的 4 种策略 / 113