



小暖访谈

对话
9 代
销者

王小暖,专注于彩票营销培训,深耕于实体店营销领域。旨在为代销者开拓思维、教授方法,帮助规范运营、提高销量。为全国各省市中心培训数百场,为近万名代销者提供线上培训,为广大代销者提供更多营销“干货”。

本报特约王小暖撰稿《小暖访谈——对话代销者》。

对话陕西代销者孙宏斌——

如何利用大型赛事拉新提量

“执一不失,能君万物。”管仲的这句名言是说,坚持专一而不放松,就能够统帅万物,使日月与之同光,天地与之同理。无论做什么事情,只要选准目标并坚定不移地去努力,一切资源都会向你聚集。正应了那句“成功都留给了有准备的人”。

孙宏斌,陕西代销者的优秀代表,他把管仲的这句话当成座右铭,自大卖场时期踏入体彩,到2001年开了体彩店,至今已有20年,俨然已经成为专家型代销者,获得全国优秀投注站及优秀个人、全国竞彩明星代销者、陕西省诚信代销者等多项荣誉,其成功的关键一招就是利用大型赛事拉新提量。近日,孙宏斌分享了他是如何通过赛事拉新提量以及日常维护的。

牢固树立大赛思维

在孙宏斌的眼里,每逢大型赛事的到来,都是难得的良机。他反复强调:“不管是世界杯、欧洲杯还是五大联赛,都是‘上天’赐给我们的礼物。这是体育爱好者的狂欢盛宴,喝啤酒、看比赛、猜胜负几乎是每个球迷的标配。我们应该珍惜每一次大型赛事带给我们的机会,强化大赛意识,机遇来临,必须全力以赴,绝没有放过去的理由。不管是门店宣传还是促销方案都应该突出大赛的特色,做好充分的准备,各个方面的工作都要紧紧跟上去。”

孙宏斌所强调的大赛思维,至少有三个维度。

第一,踏准时间节点。每一项大型赛事都有规律可循,时间安排相对固定。孙宏斌的店面一般每两年进行一次大的装修和升级,在时间上全部选择在赛事的空档期,确保为赛事让路。多年的坚持,已经成为习惯。保持这样的节奏,孙宏斌的内心很踏实,安排很从容,也让老购彩者心中有数,进而成了习惯。

第二,以流量增销量。俗话说,有钱的捧个钱场、没钱的捧个人场。从常规意义上讲,流量是基础,销量是结果。只要客流量足够大,彩票店的口碑就好,名气也就随之扩散出去了。在大赛期间,购彩者的群体会显著增加,每个店

都会有一些的新鲜血液补充进来。孙宏斌的独到之处在于,对于这些新的购彩者,持续不断地认真维护,持续保持热度,最大限度地转化成固定客户。

第三,利用赛事储备客户信息。每个赛事时间相对是短暂的,对大赛期间加入的新客户,千万不能做成一锤子买卖,一定要留存好相关的信息,特别是联系方式,电话、微信等尽可能多留一些,比赛期间要给出一些有价值的相关资讯,赛事结束后要经常联系沟通,主动向他们介绍彩票的相关热点、新上玩法、近期赛况等,从而增加客户粘性,提高固定客户的转化率。

着力营造大赛氛围

孙宏斌的体彩店位于城区繁华的主干道上,难得之处在于门前有一个比较开阔的场地,他把这块场地作用发挥到了极致。每逢有大型赛事,赛前他都提前预热,在场地显眼的位置张贴大幅喷绘布景进行宣传,未赛先预热,营造比赛氛围。赛会期间,他做了一个大大的投影,不间断地播放比赛进程,吸引广大群众特别是体育爱好者驻足观看。

在店面陈设上,孙宏斌也是下了功夫,结合不同赛事,突出相应赛事元素的占比,让店面色彩主基调同大赛的主题相呼应,同时装饰了相关的彩旗、赛事日程表、比赛状况、吉祥物、明星海

报等,琳琅满目、丰富多彩,错落有致、个性鲜明,让每一位购彩者很容易融入到大赛的氛围之中,在享受比赛的同时,也提高了购彩的积极性。

一提到大型体育赛事,孙宏斌就显得格外兴奋,他说:“2010年世界杯的时候,我做了一个世界杯墙面,还定制了一个大力神杯的模型放在墙边,个头很大,在我们这个城市还是很新奇的,好多市民专门跑过来照相打卡。这件事很快就引起了媒体的关注,宝鸡日报社的一个体育记者专程来店里拍照,还对我进行了采访。经过媒体宣传,我的店一下子火了,引起了更多人关注,来店里拍照的人更多了,购

彩的人也增加了很多。这件事给我很大启发,要想吸引更多的人关注,就要有自己的特色,比如制作一些大型的、有特色的宣传品,像大面积的喷绘、地贴、投影和大型玩偶模型等。”

孙宏斌坦诚地说,他是AC米兰的球迷。为此,他在店内吧台的上空挑高处做了一个阁楼,定位是VIP专属空间,以AC米兰为蓝本,有针对性的进行装饰,请人用手绘漫画的方式,呈现了米兰历史上比较有名的人物以及一些重要历史时刻的经典故事,布置了雅致的茶台和一些有珍藏价值的物件,摆放着签名足球、特色球衣等,可以说已经成了球迷聚集地了。

大赛拉新四大妙招

利用大型体育赛事拉新,是提高销量的关键一环。孙宏斌深谙其中的奥妙,多年来的实践,效果可以说是立竿见影,屡试不爽。对此,他有四大妙招。

第一招,组织观看比赛。利用体彩店门前的开阔场地,购置了超过100吋的投影幕布,及时播放热点赛事,并且免费提供啤酒饮料。看似是付出了一定的成本,带来的却是意想不到的好口碑,到这里看比赛的人越聚越多,影响力越来越大,同时也进一步体现出彩票的公益属性。

第二招,送女士彩票。通过观察,孙宏斌发现有很多情侣喜欢

结伴到店里看比赛。他敏锐地意识到这一商机,于是就开动脑筋,别出心裁地想出“免费送给进店女士一注竞彩”,实践证明这的确是一个好方法。给女士送彩票,不仅仅是发展了一名女性购彩者,同时也让她的男朋友有更多的时间留在店里,不少人逐渐成了固定的购彩者。

第三招,组织擂台赛。擂台赛的主角是新加入的购彩者。他们对彩票的认知比较少,经验也不足,并且很容易流失。大型赛事期间,新成分会比较集中,通过擂台赛的形式,不管购彩金额多少,都邀请他们参与,大家在一起学习、

切磋、交流,慢慢地都融入到这个圈子里来,粘性增强了,购彩者的队伍也就越来越壮大了。

第四招,与周边店铺合作。基于彩票店周边有很多火锅、烧烤之类的店铺,总的客流量非常大,每逢大型赛事一般都组织播放。孙宏斌主动跟这些店家沟通,大家资源共享,他制作桌贴、门形展架、定制打火机、抽纸等,免费送给这些店铺进行宣传推广,而这些店铺的顾客则可以凭借吃饭的结账小票,根据金额不同来彩票店免费领取相应面额的彩票,通过这样的合作,最终实现了共赢。



孙宏斌

摆正心态面对未来

对体彩未来市场和体彩实体店的规划发展,孙宏斌认为,总的看是朝着更加健康、更加有序、更负责任的方向发展,每一名彩票代销者都要加强学习,熟知政策,不怨不悔,摆正心态,紧跟时代潮流,激发自身潜能。

孙宏斌坚定地说:“没有淡季的市场,只有淡季的心态。彩票政策无论怎样调整,其发展方向是正确的。我们没有必要去抱怨,而是要抱定积极乐观的态度,做好自己该做的事情。可惜的是有些代销者经不起一点点的风浪,遇到一点困难就选择了退出。这对坚持下来的人来说反倒成了一个机会,我们要想方设法把他们的购彩者吸引到自己

的店里来。”

展望未来,孙宏斌信心满怀。他说:“5G时代的到来会让短视频成为炙手可热的宣传方式,我们都要抓紧给自己充电,学会使用、利用短视频,用最短的时间掌握最全面的技能,不然,被淘汰是必然的。现在我使用短视频已经比较熟练了,这要得益于我报名参加了小暖老师的短视频课程。下一步,我要尽快把短视频用得更熟练、更有效。”

孙宏斌算得上是行业内资深的专家,但他依然奔跑在学习的道路上,不断用新知识、新技术武装自己,这也许就是他从业20年来,销量稳步提升的关键原因之一吧!



大型赛事是体育爱好者的盛宴,也是体彩代销者的盛宴。孙宏斌充分利用体育大赛,主动作为,推陈出新,在拉新提量上作文章,赛前宣传、氛围打造、维护客户、资源共享、用心服务、创新发展、不断充电、强化学习……一样也不少,样样有成效。这些宝贵的经验和实例操作,可复制可推广,你学会了吗?