

南阳KTV零成本做营销推广方案编制

产品名称	南阳KTV零成本做营销推广方案编制
公司名称	河南融河矩媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:融河矩媒
公司地址	中国 河南 南阳市 卧龙区蓝钻星座
联系电话	18338218580 13323693821

产品详情

1、营销要先人一步

打仗讲究的是兵马未动粮草先行，做娱乐也如同打仗，店还没开，营销要先行。我们很多传统的做法是等店开了以后才着手准备宣传工作，那么显然已经错过良佳宣传时机了；

很多人都知道开业要搞优惠活动，而且往往都还挺下血本的，少则免费试唱，多则免费酒水，但是搞了以后发现效果也不甚明显，为什么呢？原因很简单，活动没有扩散出去，优惠力度再大又有谁能看得见？

正确的做法是提前开启营销造势活动，都会提前一个月到半个月开始到处售卖会员，吸引别人办卡。沉淀我们的客源，让我们的鱼塘里有足够的鱼量。

2、周边的资源非常重要，

也是检测的标准。

如果让我们把一个信息传递出去，那么先影响到的肯定是身边人，而且先愿意帮助你传播的也是身边人，所以营销第一步就是先从我们身边的朋友尝试，做好初步的积累和测试。

开业营销启动应该抓住身边的资源，并且好好利用身边的资源。可以让我们的客人进行初步的尝试试唱，各个产品的试吃，然后不断的修正我们的产品结构。

所以，营销不能忽略身边人，要把比较基础的传播环节做扎实了，效果是立竿见影的。

3、寻找到我们的

目标精准客户

对一个新开的KTV门店来说，第一批顾客是至关重要的。

很多KTV都喜欢追求一炮打响的开门红局面，一开业就要排起长队，这样才能吸引更多人，同时显示自己的气势，所以往往会搞各种各样的优惠活动吸引人来排队。

我们的建议是，除非我们的团队磨合的非常好，也做好了各个方面的培训合作训练，否则这样的做法非常不可取。

一个新KTV开业，从产品到人员到设备各方面都是新的，都需要磨合和熟练，尤其是客人的动向和流程，突然一下子高负荷运转难免会出错。

所以新KTV开业顾客不求多，但求精准，哪怕只有一个人、一个包房，也要把比较好的产品较好的服务较好的感觉呈现给他，让他觉得这家店还不错，下次还会再来，给出一个完美的分值。

4、口碑营销是好的营销

口碑，就是用户对你的店的评价，口口相传的营销方式。

我们努力做好了产品、服务，顾客当面称赞你了，可以让我们欣慰一下。顾客如果将这种好说给了他朋友，那么下一次可能会为你带来一个新的顾客。如果顾客把这种称赞晒在了网上，影响的就是上百甚至上千人做决定。尤其现在的朋友圈的精准客户群体，更加是精准的传播方式。

5、给出一个

让客人无法拒绝的理由

宣传我们的店

做好的营销方案应该让好的客人愿意主动替你的店做宣传。为什么去星巴克的人都要拍照，为什么喝到喜茶的人要拍照，为什么很多人在店门口看到一只奇丑无比的玩具娃娃都要凑上去拍照发朋友圈。

一个人愿意拍照宣传一家KTV店无外乎两个原因，一个是可以装逼，一个是有趣。

逼格往往在于彰显自己的品味，趣味则分两种，正常的趣味是为了衬托自己的审美，还有一种逗比的趣味叫自黑。

让顾客来曝光我们的KTV才是营销的高级段位，如果实在不济，做不到让顾客主动传播，也可以搞一些优惠活动吸引顾客拍照分享，或者诱导他们去网上写点评。比如定点拍摄的地方，还有就是抖音的运用也是不错的方案。

6、把客人当成朋友

服务做到初恋

我们常常的听见说，顾客就是上帝，但是我想更好的是，服务则是把顾客当朋友。如果客人是上帝高高在上的，我们把客人捧那么高是因为我需要赚你的钱，这样的服务往往是带有功利性的，你仰视别人，换来的只能是别人对你的俯视。

我们换个思路，把顾客当朋友就不一样了，平视对方，则更显真诚，把顾客当朋友，让顾客来你店里就有一种回家的感觉，以真诚换取真诚，生意做不好都不可能。

我们给很多KTV店做营销培训的时候都会说这样一句话，如何把顾客当朋友，其实很简单，我们就把客人当做是你第一个追求的姑娘，无微不至、体贴关怀全部用心，一下子都懂了，所以有句话说的很对，要视客户如初恋，这就是和顾客做朋友的比较高境界，客人也是可以感受到我们的用心的。

7、用感动服务突显专业

KTV的服务不是简单的提供服务，在娱乐行业中，这个部分做的好的是夜总会，娱乐的服务体现的更加的关怀备至，让你觉得非常的舒服，近几年量贩、纯K的进步非常大，现在大家都在提倡我们的感动服务，让我们的客人感动，这就特别彰显我们的细节的处理。

比如我们的客人喝酒喝多的时候，要主动给客人提供蜂蜜水，询问客人的状况，提供热毛巾的服务，提供毛毯的服务，等等，同时我们在提供这样的服务的时候，必须注重品质，不要因为免费的，就在品质打折扣，这样的话就得不偿失了。

8、老板是好的

品牌代言人

很多人都认为品牌营销就是找个人来做营销，一切交给他就好了。品牌是什么呢？我们认为，品牌不是店名，也不是说我们的店名气大了就是品牌，更不是说我们的店多了就是品牌。

品牌本质上是一种认知，它不是数量的累计，而是质的体现。

当然，做品牌之前，我们需要一个清晰的定位，我们需要做一个大的品牌，都是靠时间和金钱一点一滴积累起来的，这个一般KTV是很难做到的，但是每个人都想做到这个部分。

一个KTV店如果连创始人自己都羞于在朋友面前提及，从长远、到现实、到将来的梦想都没有故事可以讲，我们不认为这样的店会有成功的可能性。

9、无招胜有招

化有形为无形

很多的投资者都一夜暴富，都想快速的收回投资成本，都想使用一种方式，即不花什么钱，又能吹糠见米的方式，来个病毒式营销，来个番茄炒蛋般的传播，其实我们要罗马不是1天建成的，没有哪个品牌是一夜之间爆红的，我们更加要清醒的认识到，看见他背后的秘密的秘密，即使有可能也只是昙花一现。

我们常常羡慕其他门店KTV生意火爆，却不知道火爆背后是几十年如一日的辛苦耕耘，后面管理和营运团队的强大。

很多人新开KTV一个月就想赚钱，开店三个月就开始不耐烦，产品开始打折扣，服务开始打折扣，这样的店还想火简直就是异想天开。

我们认为好的营销就是坚持做到更好地常态，产品如一，服如一，环境如一，其他的留给时间，时间就是好的营销，时间自然会给你好的馈赠。