

# 南阳KTV品牌营销服务公司

产品名称	南阳KTV品牌营销服务公司
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

KTV怎么能不营销？营销又怎么能不懂得顾客的心理？懂得以下的八个营销套路，保准能你的业绩大幅提升，使你的KTV火爆非凡！

### 1、利用从众心理

大多数人都有从众心理，大多数人会选择大家都喜欢去的KTV，因为他们认为这家KTV好，所以才会有这么多人排队。

店家可以利用从众心理，制作本店客人爆棚现象。

（1）一般新店开业或是店里生意不好的时，可以邀约一些人到店消费，也就是所谓的充场，造成KTV火爆的假象（当然这只能用的了一时，比较重要的还是产品本身）。一般充场人员可以来自于老板的一些朋友，也可以是一些有合作关系的商家，如果是老店，可以针对沉睡会员做一些免赠活动。

（2）派房的时候可以适当的慢一些，让门店在黄金档大厅人满为患的感觉，形成等位。如果懂得控房技巧，可以适当控制房间的派出，让人感觉包厢房源紧张，生意火爆的感觉。

（3）在等候区营造热烈的气氛，吸引其他人的目光。可以搞些小活动、小游戏，赠送礼品等等。

排队时间是有限度的，太长的队伍反而会造成新客的流失，因此店家要把握好尺度。

## 2、先推荐贵的，顾客会消费更多的钱

人们在做预测的时候，内心中往往充满了对事物不确定性的恐惧和不安，因此，通过设想一个具体的数字可以明显降低这种不安，并且坚定自己的信念。这种思维机制，称为“锚定”。

当顾客到你的店中消费时，我们的店员需要做适当的推荐及推销，你可以先推荐较贵的，顾客不接受，再向他们推荐较低的，他们就会觉得这个比较便宜的更划算，更容易接受。例如：推销储值卡，很多员工怕卖不出去，为了让客人能够购买一般会推销价值较低的。如果你肯试一下从比较高价值推销，比如，你和客人说：“大哥，您可以办一张我们的5000元储值卡，这张卡可以享受.....”。可能你会觉得大多数顾客都不会买这么贵的卡。但实际上确实你低估了消费者的消费能力，比较重要的是客人一旦觉得贵不想买这么贵的卡，这时你再推销1-2000的卡，很多客人会感觉这个价位很划算。“没有比较，就没有销售”。

## 3、消除“选择困难综合征”

这个词大家应该很熟悉，现在很多都说自己有“选择困难综合症”，其实这是很正常的心理。当选择越多时，我们反而越纠结，越焦虑，无法做出选择。

很多店设计了很多套餐，各种消费模式，其实他们忽略了人性，大多数人都会有选择困难症，顾客往往会花费很多时间在犹豫中。当顾客不知道点什么的时候，他们往往会选择之前选择的酒水或是消费套餐，这样并不利于提高销售额。

因此KTV的套餐以及推荐的酒水不要过多，要适量，并及时撤掉不受欢迎的产品。

## 4、天气好时，推荐会员充值卡成功率会更高

心理学家发现自然环境也会影响人的决策。人类在社交判断和决策，很容易受到触觉影响。人在舒适的环境里的时，更容易购买享受型产品。在天气好的时候，向顾客推荐你会员充值卡，成功率更高哦。

所以，店里的环境有多重要你就知道了，环境包括灯光、音乐、气味、员工形象、热烈的氛围以及消费者喜欢的装修等等。

莱斯特大学的心理学研究显示，在KTV里播放古典音乐能鼓动顾客消费更多，因为这使让他们觉得自己更富有。

## 5、商品组合出售，顾客更愿意掏钱

一打啤酒180元，一个果盘68元，啤酒+果盘188元，你会选择哪个？

当然是第三种，同样的价格多8元就可以多一个68元的果盘。

其实店家想要卖的就是188元的组合产品，加入果盘只是让你有对比，感觉套餐更划算更划算。

或者一打啤酒180元，加1元就可以送干果拼盘一个，道理同样。

第一种方法肯德基和麦当劳比较常用，一般用于套餐。第二种方法超市用的比较多。

## 6、降低掏钱心痛的效应

人们在买东西的时候，会衡量产品带来的好处和即将失去金钱的痛苦。人们在购入高价产品时，其实会产生生理痛感，掏钱不仅心痛，也会身痛。因此，商家要想办法降低这种痛感。

(1) 鼓励顾客使用移动支付、信用卡及储值卡，因为看不到实际的金钱，可以降低顾客的痛感。储值卡出来可以提前预收资金、增加顾客粘性，还有一个较大的作用就是降低顾客心痛感应。

(2) 增加产品的附加价值，提高消费的快感。其实很多超额消费都是在这种情况下达成的。酒喝美了、服务做到位了、装B的感觉找到了，这是花的就不是钱了，花的是一种幸福快乐的感觉。

## 7、酒水单上不出现金钱符号，提高人均客单价

从心理学上看，消费者会受到促发效应影响。

促发效应是指，先前的知觉会刺激会影响的下一个知觉刺激的反应。

如当你使用¥和\$等金钱符号的时候，就会促发消费心中复杂的情绪，也会出现比较以自我为中心或自私的行为。在消费过程，就会“悠着点”点。所以尽量缩小现金符号，直接写数字，后面的现金符号或者“元”可以不写，或者很小。

## 8、数字游戏，击溃消费者心理价格防线

高明的数字游戏，击溃消费者心理价格防线

产品价格定成零数会比整数看起来更便宜，更容易让顾客掏钱。9.9元，顾客会觉得是9元，虽然只比10元差0.1元，但顾客还是觉得9.9元更便宜。所以很多KTV的酒水套餐定价为199元、298元等。

KTV超市还可以推出一两个低价单品，可以拉低KTV整体价位，让顾客觉得KTV整体价格不贵。例如“吊炉花生”5块钱一包、矿泉水1块钱一瓶，让所有的顾客都感觉超级实惠。虽然便宜甚至每包客人都都会点，但是这些并不会影响到你的整体应收。但千万不要降低酒水的价格，水的低价只带给顾客的一个感觉，酒要是低价，那就真的会降低店面业绩了。