服装店拼多多客服外包 询单转化率提升 客服如何包装产品卖点

产品名称	服装店拼多多客服外包 询单转化率提升 客服如何包装产品卖点
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	财富热线:13616541902 品牌:丛云电商 服务:售前售后一条龙
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18480727531 18480727531

产品详情

服装店拼多多客服外包 询单转化率提升 客服如何包装产品卖点

我们上节课讲了黄金10s，就是要快速人工响应客户。但是除了快，我们还要体现专业性、可信赖。比如客户问“ 这件衣服缩水？ ”，客服解答“ 亲亲，这款衣服的面料是合成纤维，缩水率在3%到4%的范围之内，是最不容易缩水的衣服哦！亲亲可以放心购买 ”，那客户一定心里想，听起来还蛮厉害的样子。

要做到炉火纯青，我们有3大关要过！

一、基础：对产品属性了如指掌

为啥说是基础呢？比如卖牛奶，你来我店里问生产日期是什么时候，我回复“ 亲亲，稍等一下，我去查下哦 ”，或者更过分的“ 亲亲，这边不太清楚，您去详情页找找看呢 ”。

你会怎么想？第一就是客服不专业；第二就是这家店是不是卖的过期牛奶，压根不知道生产日期？这两点都增强了你对这家店的不信任感。反正我是遇到过这种不靠谱的客服，然后直接就走人，懒得理客服了。

所以对产品属性了如指掌，应该是客服的必备知识储备，要做到有问必答快答。 以女装为例，一个女装店客服需要了解每个产品的以下信息

举个例子

但是怎么定义属性，我要收集哪些知识点呢？给大家支个招，我们在发布产品的时候，会出现产品属性需要填写，大家一定要完整填写，然后把这个背下来。再一个就是知道我们展现给客户什么，比如轮播图、详情图，涉及到功效、模特之类的。

二、进阶：挖掘产品的卖点，并运用到客服聊天中

熟背产品的属性是最基础的要求，但还远远不够哦。你想啊，平台有这么多卖同款的商品的，你和别人拥有一模一样的属性，如果你还只会向买家介绍基础属性的话，人家为什么会被你吸引呢？

我们不仅要熟诵产品的基本属性，还需要挖掘产品卖点，并运用到客服聊天中。

所谓卖点就是：别人没有你有，别人有你优。

大家可以从产品优势、用户需求、用户担心的点来挖掘产品卖点。

①产品优势：能够实现的功能和功效；比如衣服：防风、保暖、防晒、舒服、冰凉清爽、易吸汗、明星同款……

②买家需求：能给买家带来什么；比如衣服穿起来：遮肉、显瘦、显高、显脸小、抓人目光……

③买家担心点：买家迟迟未下单，纠结犹豫的原因。比如：衣服材质：掉色吗；缩水吗；勾丝吗；有无内衬，是否需要打底……②衣服的尺码：偏大、偏小……

找到了产品的卖点之后，客服要在聊天中向买家介绍产品的卖点，怎么说会比较好呢？

比如：你卖保温杯

①客服可以从产品优势的角度，比如，产品优势是保温效果好。买家问“ 杯子保温效果好吗？ ”客服给买家推荐的时候可以说“ 亲亲，很好呢！我们家做了八层锁温防护，可以达到36小时保温呢！ ”

②客服可以从买家需求的角度，比如，买家的需求的便携。买家问“ 杯子主要在外面用的，方便携带吗？ ”客服给买家推荐的时候可以说“ 亲亲，方便呢！这款是300ml相当于一瓶小矿泉水的容量，小包也能HOLD住哦 ”

③客服可以从买家担心的角度，比如买家担心安全问题。买家问：“ 杯子有异味吗，安不安全？ ”给买家推荐的时候说：“ 亲亲，安全呢！它采用的是食品级PP材质，不含双酚A，可经受反复高温，化学稳定性好。保证安全，您放心。 ”

学会了吗？客服在聊天中向买家介绍产品的卖点其实很简单：只要，多说一句。不要只是回答买家的问题，这句话每个客服都会说，而是要在回答买家问题的基础上，从产品优势、买家需求、买家担心点三个角度对买家的问题做出一个解释。只有这样才更容易说服买家，刺激买家下单，不试一下你都不知道你损失了什么。

三、高阶：能够包装产品卖点，总结形成方法论。

有的人可能会说，道理我都懂，但就算只要多说一句，我也不知道要说什么啊。不要担心，给你们推荐四种：多说一句的方法。

1.寻找原因法

找到产品的卖点之后问自己一个为什么？

假如你的衣服卖点是：轻薄透气；你可以思考：因为XXX，所以“ 你的衣服轻薄透气 ”成立！

举个例子：

买家问“ 老板，衣服透气吗？“

客服1回“ 亲亲，透气呢。“

客服2回：“ 亲亲，这款用的是超细纤维织物，有非常密集的孔隙，很透气呢。“

2.数字可视化法

数字可视化指的是寻找用户心中熟悉的相似物或者相似场景（和产品的联想距离越近越好）来解释数字，已达到让用户瞬间理解的目的。

举个例子

假如你是卖苹果的，卖点是甜，你该怎么说？

买家问“ 老板，苹果甜吗？“

客服1回：“ 亲亲，甜的。“

客服2回：“ 我们苹果甜度值达到18-21%，远远超过普通苹果的13%呢。“

3. 比喻法

利用比喻加强卖点的画面感。

假如你是卖床垫的，卖点是软，你该怎么说？

买家问“ 老板，床垫软吗？ ”

客服1回：“ 亲亲，很软哦。 ”

客服2回：“ 亲亲，客服床垫很软的呢，像躺在棉花上面一样！ ”

4.告知效果法

如果客服只给买家介绍产品特点，那么它并不具有多少说服力，因为买家感兴趣的是产品带来的具体的利益，而不是产品的特点。即便你的产品有这样的外观或质量，那又能怎么样呢？它的性能如何并且能带来什么利益才是买家关心的。

假如你是卖手机壳的。

客服给买家推荐的时候可以说：“ 买了这个手机壳，你就再也不用担心手机被摔了。“ （强调了能给他带来的利益），他会更愿意下单。

学会了包装卖点的方法，客服就可以在和买家交流的过程里尝试起来，形成一套适合自己家产品的方法论，并且不断的优化。注意不要强行的运用哦，不一定每一个方法都适合你的！

另外，你需要定期整理买家的问题，针对提问较多的问题，思考优化回答，并且提前设置好问题的快捷回复哦。不然当产品数量多、咨询量大的时候，一个卖点还要想好久怎么和买家说，等你想出来买家已经跑去别人家买啦。

举个例子：

买家提问较多的问题

客服回答

优化后的回答

衣服是什么面料？

亲亲，是纯麻纱织成的呢

亲亲，这件衬衣是由纯麻纱制成，您在炎热的天气下穿会觉得格外的清爽呢

裤子穿着舒服吗？

亲亲，穿着很舒服呢

亲亲，这款用得是100%纯棉，很容易吸汗，夏天穿能保持皮肤干爽，特别舒适呢

衣服版型怎么样?

版型很好呢

亲亲，这款是贴身的版型呢，非常显身材哦，我自己也买了一件，上街回头率很高呢

当然，整理优化话术可不是一次性的事，后续还需要不断的优化回复话术。注意：在和买家的沟通中，可以灵活运用多种方法。针对同一款产品，两个买家在意的点也有可能不一样，要灵活变通哦。

背好金句，少走弯路

1.对产品属性了如指掌，应该是客服的必备知识储备，要做到有问必答快答

2.从产品优势、用户需求、用户担心的点来挖掘产品卖点。

3.不能将产品卖点粗鲁的“扔给”买家，包装产品卖点比挖掘产品卖点还要重要。

4.定期整理买家的问题，优化客服回复，提前设置好问题的快捷回复。