

讲清价值

谈生意的本质是价值和价格的交换，不是卖产品！ 老板只为ROI买单

高德vs竞对优势是什么？

不同平台对比

平台	是否要年费	是否需要服务商、运营团队	关键运营	基础成本	客资是否ROI稳定	客资到店率
美团	是	是	装修，评分评论、榜单	高	是	低
抖音	否（医美无法入驻）	是	大量内容	高	否	低
小红书		是	大量内容	高	否	低
高德		否	基础装修	低	是	高

高德优势：

- 运营人员成本最低，无需专业度
- 基础成本投入极低
- 客资稳定，花多少钱就可以买多少客资
- 到店决策快，最后一公里决策。对比美团买券，抖音兴趣屯货，小红书留资转化到店不确定性，高德客户已经是要准备出发前的决策，到店更快，转化更高

如何介绍我们的优势：

话术+内容

eg：基础成本投入极低：

单店：抖音、小红书、美团玩不起，因为其他成本（服务商+内容成本+引流品折损）太高，卷不过大商家

大品牌：不用增加运营人员成本，ROI稳定；增加高德平台，不增加成本，反而会降低整体线上运营的ROI

不同平台的和获客关键路径？

不同平台对比

美团：上线→装修（复杂）→评价&上榜→到店

抖音：上线→装修（简）→内容（直播+内容+达人）+爆品→投广→到店

小红书：上线→装修（简）→内容（直播+内容+达人）+爆品→投广→到店

高德：上线→装修（简）→投广→到店

高德路径优势

高德路径简单，完成基础装修，开启投广，就可以开始拿客资了

如何介绍我们的优势：

话术+内容

好的成交，是卖产品还是卖方案？

买产品：高德年费功能+高德流量

买方案：算投入产出+运营措施+我们长期的配合关系

基建：品钩子+广告配置（运维配合）

方案成交的关键是ROI！

广告预算：广告预算/客资成本=客质量

门店收益：客质量*有效转化率*升单收益

成本：年费+广告+运营成本（0）

平台ROI=门店收益/成本