

tegonieuczawszkole.pl

ELEMENTY PROCESU SPRZEDAŻY

NIKT NIE MA POJĘCIA O TWOJEJ OFERCIE	4
PROMOWANIE OFERTY	5
ELEMENT POZNAWCZY	6
ŁAMANIE OPORÓW	7
EKSCYTACJA I KORZYŚCI	8
AKCJA – PRZYCISK I ZAKUP	9
PONOWNNA SPRZEDAŻ	10



Schemat, który poznasz, to wyjściówka do zrozumienia procesów, które muszą nastąpić kolejno po sobie, by sprzedaż była efektywna. Opisane poniżej elementy skutecznego procesu sprzedaży, są kluczem do zamknięcia każdej sprzedaży...

Tomasz M. Pietrzak
<https://tegonieuczawszkole.pl>



NIKT NIE MA POJĘCIA O TWOJEJ OFERCIE

Sprzedać można dosłownie wszystko! Jak przeanalizujesz popularne nisze, to praktycznie każdy produkt mieści się w tej kategorii. Jednym wielkim oszustwem jest uważanie jakiejś niszy za lepszą, czy gorszą, ponieważ elementem numer jeden jest dobranie odpowiednich słów kluczowych.

Nisza to grabienie liści, jedzenie salcesonu, seks z koleżanką i wszystko co nas otacza. Nisza jest wszędzie, gdzie potrafi dotrzeć ludzka myśl. Do tej tak zwanej niszy należy dobrać odpowiednie słowa kluczowe, czyli statystykę pokazującą jakie frazy wpisuje internauta poszukując, np. salcesonu.

Odpowiednie słowa kluczowe w połączeniu z kolejnym elementem jakim jest start z promocją Twojej oferty dają przekaz marketingowy, czyli marketingowy szoł docierający do odbiorcy na różnych poziomach poprzez tekst, zdjęcia, audio i wideo.



PROMOWANIE OFERTY

Portale aukcyjne pierwszą młodość mają za sobą! Minęły już czasu kiedy chińskie lampki led do wybielania zębów sprzedawały się w nakładzie kilkuset sztuk na jednej aukcji. Mimo to nadal aukcje potrafią ściągnąć kilkudziesięcioosobową publiczność, ale gorzej jest z wynikami sprzedaży. Dlatego w aukcji o ile masz to w swoim modelu sprzedaży wklejaj link po więcej. Więcej wiedzy, czyli poradnik, instruktaż itp., by jak najszybciej wyrwać stamtąd potencjalnego kupującego.

Każdy z nas pragnie mieć na własność kawałek swojego wirtualnego świata, więc zakłada blog. Blog połączony z racjonalnym pozycjonowaniem, czyli zintegrowanym seo z budowaniem marki daje napływ potencjalnych kupujących, a Ci z kolei mogą za pomocą linka trafić na docelową stronę sprzedażową.

YouTube. Skoro źródła podają, że jest to czołowe miejsce pod względem wyszukiwania w sieci, to obecność w tym medium jest konieczna. Możesz kręcić na żywo, a jeśli obawiasz się, że ciocia zobaczy Twoją produkcję lub gdy masz pryszczę, to wykorzystaj nagranie z pulpitu...

Na social media możesz stracić cały dzień, a i tak będzie za mało! Liczą się Facebook, Instagram plus ewentualnie: Twitter, LinkedIn i Pinterest.

Co z resztą? Resztę olej! Jeżeli ktoś podpowiada Ci byś serfował po miniblogach, komunikatorach i innych tego typu serwisach, to jedyne czego Ci życzy, to straty czasu i niepowodzenia. Portale społecznościowe i telewizyjne tasiemce, to jedna wielka wylęgarnia ubóstwa i patologii społecznej. W ten oto sposób życie przecieka Ci przez palce, a Ty nadal nie zarabiasz...



ELEMENT POZNAWCZY

Jeżeli młody facet ma problem z potencją, bo haruje od rana do wieczora, stresują go fotoradary i kołchoźniczy system pracy, który zaczyna panować w społeczeństwie XXI wieku, to pogarsza się jego życie seksualne, a to najprostsza droga do sprzedaży suplementów na potencję. Podobnie jest z kobietami, których piersi są za małe, albo nie są zbyt jędrne, tak jak większości modelek po fotoszopie...

Cały sekret tkwi w konstrukcji pojęć: problem – rozwiązanie. Odbiorca ma problem – Ty masz rozwiązanie. Jeżeli Ty nie sprzedasz tej osobie rozwiązania, zrobi to ktoś inny. Możemy się tylko zastanawiać dlaczego ten ktoś kupił u konkurencji, a nie u Ciebie? Kupujący, to bestia buszująca w internetowej dżungli i oczekująca słów pisanych spontanicznie z elementami perswazji.

Tak przyjacielu, kupujący chce być manipulowany w elegancki sposób. Oczekuje tego od Ciebie! Jeżeli Twoja euforia nie udzieli się publice, to publika zamknie Twoją stronę i pozamiatane. Przypominasz sobie czasy JBP (pierwsza połowa 2012 roku), co wtedy działo się na Facebooku?...

Pół roku później cały świat uświadomił sobie, że nigdy więcej nie da się nabrać na tak głupkowate obietnice. Dzisiaj ta lekcja porażki giganta, który miał zrobić z każdego milionera dała wszystkim do myślenia. Dobrze, bo każdy trzy razy przemyśli zanim wdepnie w jakieś gówno i źle, ponieważ zniechęciło to wielu wspaniałych ludzi do budowania biznesu online. A mimo to, ludzie nadal inwestują w podejrzane projekty typu ICO, czyli bardziej eleganckie (mobilne) formy HYIP.

Zastanówmy się przez chwilę skąd wziął się fenomen, np. biznesów sokowych i kapsułek? Nasi praprzodkowie jedli byle co: korzonki, chwasty, zioła itd. Kto dziś jada jajecznicę z pokrzywą? Zaczynamy być konsumentami chemicznej pulpy przetworzonej na wszelkie możliwe sposoby. Nie trzeba być znawcą diety i mieć doktoratu z żywienia, by uświadomić sobie, że taki styl życia jest zwyczajnie trujący...



ŁAMANIE OPORÓW

Jest oferta, więc pojawiają się obawy, czy to będzie dobry wybór i czy nie wyrzucę kasy w błoto, ale jeśli budujesz solidną relację od początku swojej propozycji, np. pokazując swoją ścieżkę, to identyfikujesz odbiorcę z sobą. Nic tak nie działa jak szczerść! Pewnie zastanawiasz się teraz jak wygląda to w praktyce?...

Na początek informujesz odbiorcę, że jest tu i teraz, czyli osadzenie przekazu w czasie rzeczywistym. Następnie przywołujesz swoje doświadczenia, przez co budujesz zaufanie i prestiż eksperta.

Kolejny etap, to potwierdzenie obaw. Jesteśmy rozczarowani i mamy złe doświadczenia, ponieważ nie zawsze wszystko przebiega tak jakbyśmy sobie tego życzyli, ale mamy określoną wizję efektów, czyli oczekiwane rezultaty po zastosowaniu proponowanego rozwiązania.

To jest właśnie odpowiedni moment, kiedy po raz pierwszy sugerujesz, że trzeba zrobić to w taki, a nie inny sposób. Kolejno, krok po kroku! Jeśli możesz zaoferować element gwarancyjny, to zrób to właśnie teraz...

Na koniec pozostaje potwierdzenie oczywistej oczywistości, co w praktyce oznacza, że spełnienie wszystkich elementów zgodnie z ustalonym schematem, to najprostsza droga do sukcesu.



EKSCYTACJA I KORZYŚCI

Gdy zostaniesz kumplem odbiorców Twoich rozwiązań, inicjujesz coś, co wywołuje specyficzny stan podniecenia – emocjonalną ekscytację i powtarzalność rozwiązania. To jest właśnie to, co ja oferuję Tobie – wejście za kurtynę fascynującego świata biznesu opartego na sprzedaży online.

Nie ma możliwości odwrócenia tego trendu! Każdy z nas w zaciszu swojego biurka marzy o systematycznych przelewach i może nie są to na początku wizje bycia milionerem, ale apetyt rośnie w miarę jedzenia...

Problem w tym, by już od samego początku popełnić jak najmniej błędów. To, że każdy z nas popełnia błędy jest nieuniknione – tylko ten się nie myli, kto nic nie robi, ale od nas samych zależy ile porażek wyeliminujemy na starcie.

Pamiętaj również, że nadmiar korzyści jakie oferujesz, to jak działanie zasady: jeśli coś jest od wszystkiego, to jest do niczego. Jest takie męskie powiedzenie dorabiane do każdej oferty: pełen wypas, ciekawe, czy jeszcze loda robi...

Podsumowując ten temat! Wypisz trzy problemy jakich może uniknąć kupujący i trzy korzyści jakie osiągnie – unikniesz: raz, dwa, trzy, zyskasz: raz, dwa, trzy. Wpisuje się to doskonale w schemat działania człowieka – chcemy uniknąć bólu i osiągnąć satysfakcję.



AKCJA – PRZYCISK I ZAKUP

Wszystko, co robisz ma określony cel, czyli przeprowadzenie oczekiwanej akcji. Jeżeli efektem końcowym Twoich działań nie jest sprzedaż, to odpuść sobie – szkoda czasu. Pomyłką jest mówienie, że na końcu jest pozostawienie adresu email. Email to jest etap pośredni, a zbieranie emaili dla samego gromadzenia ich nie ma jakiegokolwiek celu.

Budowanie bazy bez posiadania oferty jest sprzedażą bez sprzedaży, czyli gadaniem o zarabianiu bez wyniku finansowego i jest to najgorsza z opcji jaką możesz ćwiczyć.

Postępując w ten sposób najzwyczajniej okradasz siebie i swoją rodzinę z najpiękniejszych chwil życia. Nie zarabiasz, a w ich oczach stajesz się życiowym nieudacznikiem. Prozaiczny powód – nie proponujesz możliwości zakupu, tłumacząc sobie, że budujesz bazę...

Sprzedawaj! Zawsze i wszędzie – 10 podejść, 100 podejść, 1000 podejść. Lepiej, gorzej, ale sprzedawaj! Nie wnikaj na początku w styl, w jakim to robisz – praktyka czyni mistrza. Pamiętaj, że zawsze od 1 do 3%, to kupujący na żywioł, bez większego zastanawiania się.



PONOWNA SPRZEDAŻ

Wypromowanie konkretnej oferty to nakład czasu i pieniędzy. Często pierwszy strzał to zaledwie pokrycie kosztów, więc rekompensatą będzie to, co sprzedasz ponownie – dokładnie tej samej osobie...

Opcje są dwie: sprzedajesz ofertę abonamentową lub podniesiony stopień. Abonament ma to do siebie, że jest w ustalonej kwocie i dacie każdego miesiąca, natomiast lejek sprzedażowy podnoszący stopień zaangażowania i zaawansowania opiera się na selekcji.

Analizując, to o czym dowiedziałeś się przed chwilą łatwo wywnioskować do jakiego modelu biznesowego powinieneś dążyć i dlaczego szukanie frajerów na złoty strzał jest najgłupszym rozwiązaniem. Tak działają wszelkie projekty typu HYIP, w których nikt nie wie o co chodzi, poza dymaniem naiwniaków.





Tomasz M. Pietrzak - autor poradników oraz książki pt. JAK ZOSTAĆ SZEFEM. Czyli... Minimalista, który nauczy Cię jak zbudować podziemne centrum propagandy...