

Marketing Sieciowy Pro

cz.3

Największy sekret sprzedaży (szczegóły w środku)

UWAGA:

Nie masz praw do przedruku i odsprzedaży tego ebooka! Nie możesz także dawać komukolwiek i w jakikolwiek sposób treści tutaj zawartych. Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, reprodukowana, powielana ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody Wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie oraz odsprzedaży.

Informacje, które zamierzam Ci tutaj przedstawić mogą uchronić Ciebie i Twój biznes przed powolną i bolesną śmiercią. Po przeczytaniu tego rozdziału, już nigdy więcej, nie będzie tak jak dawniej. Twoja sytuacja zmieni się diametralnie.

Uwaga! To co teraz tutaj przeczytasz jest wręcz banalne!

Tak naprawdę, to nie mam dla Ciebie żadnego „Największego sekretu sprzedaży”. Natomiast mam informacje, które z pewnością przydadzą ci się do budowania i rozwoju Twojego biznesu. Są to rzeczy oczywiste – dla osób zajmujących się na co dzień marketingiem – jednak niestety dla większości sprzedawców bezpośrednich pozostają one nadal jedną z największych zagadek wszechświata.

Większość Networkerów i sprzedawców nieustannie biega za swoimi klientami – u których i tak już od samego początku nie mają szans – dzień w dzień... z nadzieją, że pewnego pięknego dnia dotrą w końcu do tego magicznego miejsca, gdzie wszystko zmienia się na lepsze.

A odpowiedź na większość ich problemów leży tuż pod ich nosem. Ale obojętnie jak prosty nie wydawałby się być ten „Sekret”, moim zdaniem jest to Święty Graal wszystkich sprzedawców:

Potencjalny klient, który przychodzi z własnej woli, jest o wiele bardziej wartościowy, niż ten, za którym musisz się uganiać.

To jest największy sekret, za którym kryją się największe sukcesy – ale niestety chyba żadna firma MLM nie uczy tego swoich dystrybutorów. ☹️ Prawdopodobnie nawet nikt o tym nie wspomina.

Żeby móc zrozumieć dogłębniej tą zasadę, pozwól że przybliżę Ci kilka kluczowych pojęć.

Skuteczność i efektywność - niby słowa - synonimy, ale tak naprawdę, to między tymi słowami kryje się wielka różnica. A w świecie biznesu, to często najdrobniejsze rzeczy decydują o sukcesie lub porażce – tolerancja na błędy jest tutaj bardzo znikoma (mały błąd może pociągnąć na dno cały biznes).

Skuteczność i Efektywność – jaka to różnica?

Tak, w wielkim skrócie można powiedzieć, że:

Skuteczność to jest duży obraz, a efektywność to szczegóły.

Zrobić coś w efektywny sposób oznacza, zrobienie tego w szczegółowy sposób przy minimalnym wysiłku.

Natomiast być skutecznym oznacza, aby dowiedzieć się, jakie działania są najbardziej istotne dla osiągnięcia określonego (dużego) celu. Bez względu na okoliczności – skutecznie albo nie skutecznie.

Skuteczność jest w odróżnieniu do efektywności (czy jak kto woli wydajności), uniezależniona od okoliczności, które są konieczne do osiągnięcia jakiegoś celu. Pracować skutecznie, oznacza wykonanie powierzonego zadania możliwie jak najlepiej. Natomiast pracować w efektywny sposób oznacza, zrealizowanie zadania przy jak najmniejszym wykorzystaniu zasobów.

Interpretując to w taki sposób znaczy, że jednak lepiej być Skutecznym niż Efektywnym.

A dlaczego?

Ponieważ niektóre działania mają większy wpływ na sukces niż inne. Niektóre działania natomiast, obojętnie jak szybko i dobrze są wykonane, nigdy nie dadzą Ci takich samych rezultatów, jak inne.

Postaram Ci się to wyjaśnić trochę lepiej na konkretnym przykładzie:

Odległość z Nowego Yorku do San Francisco wnosi około 2900 mil, czyli jakieś 4500 km (wschodnie i zachodnie wybrzeże Stanów Zjednoczonych).

Założmy, że zorganizujemy teraz małe zawody, aby zobaczyć, kto pierwszy pokona dystans od miejsca, gdzie kiedyś stały dwie słynne wieże Empire State Building do na przykład Golden Gate Bridge. Każda forma transportu jest dozwolona.

Ty decydujesz się na rower ☺. Ale nie byle jaki rower. Kupiłeś najlepszy jaki mogłeś znaleźć na rynku. Same opony są warte ponad 2300 zł, a cały rower opchniesz bez problemu na Allegro za ponad 30.000 zł.

Oczywiście wyposażyles się również w niezbędny ekwipunek. Masz wszystko, czego profesjonalny rowerzysta potrzebuje: począwszy od rękawic, okularów przeciwsłonecznych, kurtki, kasku, ochraniaczy, odpowiedniego obuwia na Camelback (to rodzaj plecaka, zawierający elastyczny wkład na wodę bukłak, z którego wyprowadzona jest elastyczna rurka, sięgająca do ust użytkownika) kończąc.

Nie da się również ukryć, że jesteś świetnym rowerzystą. Ale mimo wszystko zaczniemy nasz wyścig nie wcześniej niż za 5

miesiący, aby dać Ci trochę czasu na przygotowania. Oczywiście masz zamiar wygrać ten wyścig i dlatego planujesz do tego czasu przejść na zawodowstwo.

„Zwykli ludzie” osiągają średnią prędkość może na poziomie 20 km/h. A ten kto jest w stanie przejechać 100 kilometrów dziennie, ten naprawdę jest bardzo dobry.

Doskonale wiemy, że jesteś ponad przeciętnie dobry, ale nawet przez te 5 miesięcy nie będziesz w stanie dojść do poziomu najlepszych rowerzystów świata. Dlatego według mnie, możemy założyć, że dziennie pokonasz około 100 kilometrów. Utrzymanie takiego tempa przez cały wyścig będzie na pewno kosztować Cię dużo sił. Będziesz mieć prawdopodobnie tylko czas na jedzenie, spanie i pójście do toalety.

W sumie będziesz potrzebować około 45 dni – niezły wynik.

Nie biorę tutaj pod uwagę ewentualnych kontuzji i zmian pogody, co może kosztować Cię dużo czasu.

Ja natomiast zdecydowałem się na motocykl. Mogłem kupić ścigacza za np. 30.000 zł lub taki za 1000 zł. Nie ma to znaczenia, ponieważ przy średniej prędkości 70 km/h i jeździe przez 8 godzin dziennie, mogę pokonać całą trasę w 8 dni.

Nawet nie musiałbym się do tego szczególnie przygotowywać. Mogę być śmierzącym leniem, a i tak Cię pokonam. I mógłby spędzić ten czas nawet w miły sposób. Mógłbym po drodze zatrzymać się na kilka dni w jakimś ładnym mieście i np. trochę pozwiedzać. Dobrze zjeść, zrelaksować się, poznać nowe obyczaje itd.

I tylko najgorsze warunki pogodowe (huragan, trzęsienie ziemi) lub jakiś wypadek, mogłyby mnie powstrzymać od zwycięstwa.

Po co to porównanie?

No właśnie... możesz być najefektowniejszym (najwydajniejszym) rowerzystą na świecie, możesz być najlepszy technicznie i mieć najlepsze wyposażenie – a mimo wszystko – każdy nawet w najgorszym samochodzie bez trudu Cię pokona, ponieważ posiada skuteczniejszy środek transportu.

Co z tego wynika: Nie ma sensu być efektywnym, jeśli nie potrafisz działać skutecznie. Jeżeli spróbujesz zwiększyć swoją efektywność, to może to oznaczać, że zmniejszysz skuteczność. Za każdym razem kiedy próbujesz coś osiągnąć (sponsorować więcej osób, zarobić więcej kasy, więcej sprzedawać), są pewne działania, które lepiej niż inne nadają się do osiągnięcia danego celu.

Musisz znać wszystkie najskuteczniejsze czynności i kierować większość swojej energii właśnie na te działania. Dzięki temu osiągniesz rezultaty, które są niezbędne do przetrwania pierwszej fazy budowy Twojego biznesu. W taki sposób zwiększysz swoje szanse na długoterminowy sukces. Dopiero wtedy, gdy już uporasz się z podstawowymi rzeczami, możesz skierować swoją uwagę na „ciekawsze” rzeczy.

To jest właśnie powód dlaczego u niektórych osób wszystko wygląda tak łatwo, podczas gdy inni harują do upadłego.

Ci, którym wszystko wydaje się przychodzić z taką łatwością, koncentrują się w pierwszej kolejności na podstawowych rzeczach. Na samym początku załatwiają najważniejsze sprawy. Natomiast ta druga grupa osób – u, których nie widać żadnego postępu – to są ci, którzy nieustannie walczą, aby udoskonalać

mało istotne rzeczy. Rzeczy, które tak naprawdę nie mają żadnego wpływu na ich sukces.

A dlaczego oni to robią?

Przeważnie wynika to z błędnych lub z braku informacji, ale czasami również dlatego, że łatwiej jest poradzić sobie właśnie z tymi „nieistotnymi” rzeczami. One wymagają mniej wysiłku. Ponadto, niektórzy ludzie lubią załatwiać nieistotne sprawy, ponieważ daje im to poczucie robienia czegoś sensownego.

Jedno jest jednak pewne: być efektywnym, bez konieczności bycia skutecznym, jest jednym z najszybszych sposobów, aby zaharować się na śmierć.

Na podstawie tego przykładu widać, jak łatwo można skutecznością pokonać kogoś, kto działa tylko efektywnie.

Wiem, co myślałeś po przeczytaniu powyższego przykładu. Zapewne pomyślałeś, że jest to śmieszny przykład, prawda? Tylko jakiś kretyn chciałby pokonać motocyklistę na rowerze.

Niestety taka „sytuacja” ma nieustannie miejsce w świecie biznesu. Wróćmy do miejsca, w którym rozpoczęliśmy ten temat...

Różnica między kimś, kto przyciąga do siebie potencjalnych klientów, a osobą, która nieustannie ich ściga, jest ogromna – poważnie!

Tutaj nie chodzi tylko o to, że wyniki osoby, która przyciąga innych do siebie, są o 5, 10 a czasami nawet o 20 razy lepsze... te rezultaty są nawet łatwiejsze do osiągnięcia. I teraz postaram się Ci wyjaśnić, dlaczego uważam, że ta różnica

między skutecznością a wydajnością odnosi się do wszystkiego, co robimy.

Firmy MLM uczą, że istnieją różne metody rekrutacji ludzi i budowania własnego biznesu. Zazwyczaj kosztuje to bardzo dużo czasu i energii, aby nauczyć się tym metod.

Pierwszym zadaniem, jest stworzenie listy rodziny i znajomych. I wtedy Ci biedni ludzie zaczynają przeszukiwać wszystkie możliwe źródła, zaczynając od Facebooka... listy gości ze ślubu... wizytówek... książek telefonicznych... I to wszystko ma służyć jako pierwsze źródło kontaktu.

Nawet jeśli podejmiesz połowiczne próby zbudowania organizacji, to z tymi listami za daleko nie dojedziesz (przynajmniej większość). A więc, gdzie należy kontynuować poszukiwania nowych potencjalnych klientów i współpracowników?

Możesz próbować przeróżnych technik, ale w końcu przyjdzie taki moment, w którym będziesz musiał poszerzyć krąg swoich znajomych...

I teraz zapewne otrzymasz najlepsze wskazówki, te już osławione taktyki budowy Biznesu MLM.

Ludzie zapisują się nawet do różnych stowarzyszeń, klubów itp., aby tylko zdobyć więcej kontaktów lub otrzymać listy poleconych. Tutaj ma zastosowanie również pewna reguła, która mówi, że każdy kto przetnie Ci drogę, może zostać Twoim klientem.

A gdy namierzysz już swoją ofiarę, to wtedy dostajesz kolejne wskazówki, jak przebić się ze swoją ofertą.

Następnie ustalacie termin i czas spotkania jeden na jednego, gdzie musisz wszystko osobiście tłumaczyć. Często może towarzyszyć Ci jakiś doświadczony lider, co ma zapewnić Ci większą wiarygodność i przekonać klienta.

Ponadto istnieje jeszcze metoda na telefon. Możesz również pożyczyć swojemu klientowi płytę CD lub DVD i następnego dnia ją po prostu odebrać.

Oczywiście nie możemy zapomnieć o klasycznych spotkaniach prezentacji biznesowych (jeśli takie spotkanie prowadzi doświadczony lider i zaprosisz właściwe osoby, to dopiero wtedy możemy powiedzieć, że ta metoda faktycznie jest skuteczna). Często są to cotygodniowe spotkania, ale od czasu do czasu odbywają się specjalne konferencje, na które zapraszani są Top Liderzy...

Jeśli taka „zmieniające życie” konferencja ma miejsce, to każdy nowy dystrybutor nie ma wyboru i na siłę musi zaciągnąć swoich znajomych na takie spotkanie. Bo przecież kto może lepiej przekonać do biznesu niż taki „Guru”.

Firmy wykorzystują te metody na różne sposoby... również poszczególni liderzy posiadają swoje własne strategie szkolenia nowych osób. Duże rzeczy jest ustalanych przez osobiste preferencje. Niektóre metody będą lepiej działać dla jednych, a gorzej dla drugich.

Niektórzy ludzie są bardzo bezpośredni, gdy spotykają klienta po raz pierwszy.

A inni przerabiają pewien proces, który np. może składać się z kilku kroków, czasami jest to jedno spotkanie, a czasami są to 3, 4, 5 czy więcej spotkań, zanim spróbują zamknąć transakcję.

Szczerze, to wszystko nie robi żadnej różnicy.

Możesz ludziom przystawić pistolet do głowy, aby ich zmusić do Twojego biznesu. Możesz im nawet zaproponować 500zł, a może nawet i 1000zł, jednak w większości przypadków będziesz po prostu tracić swój cenny czas.

Jeśli tak dokładniej się temu przyjrzeć, to te wszystkie metody, to po prostu różne taktyki i metody, aby dotrzeć do ludzi. **A uganianie się za ludźmi, to na pewno nie jest skuteczny sposób prowadzenia marketingu.** Możesz opanować te staromodne metody nawet do perfekcji, a i tak będzie Ci ciężko odnieść sukces.

Dlaczego?

Tak długo, jak będziesz się narzucać ludziom, którzy już od samego początku nie wykazują żadnego zainteresowania, to niestety te wszystkie spotkania, płyty CD, DVD, prezentacje biznesu, będą mało skuteczne. Bez względu na to, jak dobrze opanowałeś te metody.

Gdy znajdziesz już zainteresowaną osobę, to nie ma znaczenia, co z nią później zrobisz – to jest bardzo ważne. Chce powiedzieć, że nie musisz się nad tym krokiem zastanawiać dopóki, dopóty faktycznie nie znajdziesz sobie potencjalnego klienta lub współpracownika.

Jeśli będziesz mieć do czynienia nie z jedną a z grupą już zainteresowanych osób, to będziesz wyprzedzać swoją konkurencję dosłownie o lata świetlne.

Być skutecznym oznacza zarabiać jak najwięcej pieniędzy – zwiększyć rentowność, czyli zwrot z inwestycji (obojętnie czy zainwestowałeś pieniądze, czas, masę wysiłku czy wszystko jednocześnie).

Wiele osób, które prowadzi działalność w domu ma strasznie napięty grafik. Często są tak zapracowani, że zapominają nawet o jedzeniu. Ponieważ czas jest tak cenny, to są oni zmuszeni ustalać priorytety i zwracać uwagę tylko na takie rzeczy, dzięki którym faktycznie mogą rozwijać się dalej.

Również oni muszą się zdecydować. Faktem jest, że jeśli chcą się dalej rozwijać, to po prostu nie stać ich na to, aby tracić cenny czas na coś innego niż skuteczne działanie... na coś, co przynosi im zyski.

Typowe metody tradycyjnych firm są bardzo nieopłacalne. One prowadzą do tego, że tracisz dużo czasu i energii na ludzi, którzy absolutnie nie są zainteresowani Twoją ofertą. To się po prostu nie opłaca.

W taki oto sposób jakieś grupowe spotkanie, ma w lepszy sposób od ciebie pokazać Twoim ludziom ich szanse na sukces. Uważa się również, że możesz zyskać na wiarygodności jeśli wykażesz, że istnieje dużo osób, które już osiągnęły w tym biznesie sukces. Obecność wielu ludzi na takich konferencjach ma jeszcze dodatkowo podnieść rangę tego spotkania. Wszystkie te czynniki razem wzięte, mają powiększyć twoje szanse u potencjalnych klientów i współpracowników.

Ale istnieje prostszy sposób, aby to osiągnąć – niestety najczęściej pomijany.

Zastanów się przez chwilę – dlaczego firmy i liderzy tak bardzo chcą zaciągnąć potencjalnych klientów na prezentacje biznesowe? Ponieważ dzięki temu możesz im o wiele łatwiej sprzedać swoje możliwości biznesowe? Nieprawdaż?

Ale jedno musisz wiedzieć - proces sprzedaży nie zaczyna się w momencie, gdy ktoś zdecyduje się otworzyć usta. Zaczyna się dużo wcześniej... ponieważ:

Najskuteczniejszy i najbezpieczniejszy sposób, aby coś sprzedać, to znaleźć ludzi, którym nic nie trzeba sprzedawać!

I jeśli mówię „znaleźć”, to chodzi mi tutaj o to, że musisz się wypozycjonować w taki sposób, aby to ciebie było można znaleźć, ponieważ...

Musisz po prostu jako sprzedawca i przedsiębiorca nauczyć się wykorzystywać istniejące problemy ludzi. Mianowicie, gdy możesz pomóc komuś rozwiązać jego problem i gdy jeszcze nie musisz go tworzyć, to wtedy będziesz gładko płynąć z prądem, zamiast wiosłować pod prąd. Bo przecież po co utrudniać sobie życie, prawda?

Po co walczyć z wiatrakami i na siłę przekonywać ludzi, którzy marzą tylko o tym, aby zostawić ich w spokoju?

Jeśli zastosujesz tę prostą koncepcję w praktyce, to znacznie zwiększysz swoje szanse na sukces w tym biznesie. Jeśli jakaś osoba jest już do czegoś przekonana, to nie będziesz musiał się tyle trudzić, aby jej coś sprzedać.

Ale to jeszcze nie wszystko.

Jeśli ktoś jest naprawdę zainteresowany, tym co oferujesz, to super – ale ten ktoś musi Cię sam odnaleźć.

Nigdy z góry nie zakładaj, kto spośród wszystkich ludzi, których na swojej drodze spotkasz, jest właściwym kandydatem do

Twojego biznesu. I to jest właśnie powód, dla którego kazano Ci rozmawiać dosłownie z każdym, kogo spotkasz.

Błąd.

Są dwa typy ludzi: osoby zainteresowane, ale które zachowują się biernie oraz osoby, które się czymś interesują i aktywnie tego szukają – to są właśnie ludzie, których chcesz mieć w swoim biznesie. Dobrą wiadomością jest to, że takich ludzi naprawdę łatwo znaleźć (oni nawet to ułatwiają).

Ludzie, którzy naprawdę czegoś chcą, szukają różnych możliwości, aby to dostać. Oni nie siedzą w miejscu z nadzieją, że ktoś o nich pomyśli i zapuka do drzwi. Gdy ktoś jest czymś zainteresowany, to czyta książki i gazety na ten temat, przeszukuje Internet.

Zobacz Szukaj Dokładnie tutaj znajdziesz swoich ludzi. A klient, który aktywnie szuka informacji, jest najlepszym klientem jakiego możesz mieć.

Gdy zrozumiesz, jak przyciągnąć uwagę tych osób w momencie, gdy oni Ciebie szukają, to zwycięstwo będziesz mieć już prawie w kieszeni. Nie będziesz już musiał stosować żadnych zakręconych technik perswazyjnych.

A najważniejsze jest to, że:

Nie będziesz już się uganiać za ludźmi. Zamiast tego, to ty będziesz przyciągać potencjalnych klientów i współpracowników! I to jest pierwsza i zarazem najważniejsza rzecz, jaką musisz zrobić. Ponieważ...

Średnia oferta skierowana do odpowiednich ludzi, przyniesie Ci więcej korzyści niż super oferta skierowana do obojętnych osób.

Niektóre osoby mogą pracować całe swoje życie w sprzedaży, a i tak nigdy nie rozumieją tego. Są przekonani, że jedynym sposobem jest uganianie się na ślepo za ludźmi i przytłaczanie ich całą stertą informacji – niezależnie od tego czy oni tego chcą czy nie.

Teraz jest ten „Sekret” jak znaleźć odpowiednich ludzi, tak oczywisty, że mi nawet trochę głupio, że, aż tak to roztrząsałem.

Ale wiesz co? Wolę prowokować niż być splukanym. To przydarza się większości osób, ponieważ popełniają błąd i nie stosują się do prostych zasad. Jeśli mówię, że jest to podstawowy element marketingu, którego musisz się nauczyć – to mówię na serio.

Chciałbym to jeszcze raz powtórzyć:

Prawdopodobnie również i ty znasz ten typ szczerego i uczciwego człowieka z niesamowitą etyką pracy. Zawsze gotowy, bez wymówek. Po prostu osoba, która wykonuje swoje zadanie.

Jest to czysta przyjemność współpracować z kimś takim.

A jednak tej osobie brakuje najważniejszej rzeczy, aby odnieść sukces jako niezależny dystrybutor: Doświadczenia w Sprzedaży.

Za to, jeśli ktoś ma już trochę doświadczenia w świecie sprzedawców i dodatkowo potrafi wykorzystać dobrze skonstruowany system marketingowy, to cyfry na koncie mogą być naprawdę niesamowite.

Cdn...