

# **Эксперт на миллион**

## **День 3**

---

**СЕРГЕЙ ЗАГОРОДНИКОВ**

**Личные продажи один на один**

## **Стратегия №1.**

Повышение осознанности клиента  
(выращивание и проблематизация  
клиентов на консультации)

Продажи всем клиентам,  
работа в долгую

## **Стратегия №2.**

Продажи только квалифицированным  
клиентам (готовые покупать)

# **Этапы продажи один на один**

# Этапы личных продаж

1. **Квалификация** – нужно понять, стоит ли тратить время на человека или нет
2. **Образ будущего результата** – нужно понять, как клиент видит результат и путь к результату
3. **Ваше предложение** – нужно дать обещание клиенту, которое замотивирует его купить ваш продукт, продать идею
4. **Возражения** – нужно дать ответы на все вопросы клиента (логика), которые он задаст
5. **Закрытие сделки** – доведение клиента до оплаты, организационные и технические моменты

# Этап №1.

## Квалификация

# Квалификация

- **Запрос клиента** – соответствует ли запрос клиента вашей экспертизы, вашему продукту?
- **Срочность** – насколько срочно клиенту?
- **Время** – есть ли у клиента время, чтобы инвестировать в решение этой задачи?
- **Бюджет** – есть ли у клиента бюджет на решение этой задачи?

## **Ключевая идея №1.**

Если человек не прошел хотя бы по одному параметру, не стоит с ним дальше общаться. Инвестируйте время в поиск новых заявок, которые будут соответствовать параметрам квалификации

## **Этап №2.**

Образ будущего результата

# Образ будущего результата

- **Точка Б** – чего конкретно хочет клиент и за какой срок?
- **Критерии достижения точки Б** - как клиент поймет, что он получил результат?
- **Мотивация** – почему для клиента важно получить этот результат?
- **Препятствия** – что не получается, в чем нужна помощь

## **Ключевая идея №2.**

Нужно максимально точно, конкретно и детально вытащить из клиента его точку Б  
(образ будущего результата)

Точка А – не важна  
Точка Б – основа высоких продаж

# Этап №3.

## Предложение

# Предложение

- **Обещание** – нужно пообещать клиенту результат за определенный срок (из его слов)
- **Будущее** – нужно нарисовать ему новое будущее, показать новую жизнь (представьте, что у вас будет вот так... и не будет вот таких проблем...)
- **Усилители** – нужно дать план достижения результата, дать ясность и показать, что ваш продукт дает результаты (кейсы клиентов)
- **Проверка интереса** – как вам это предложение? Есть ли вопросы?
- **Название цены** – ваш результат стоит вот столько. Есть ли вопросы?

## **Ключевая идея №3.**

У клиента должны загореться глаза, он  
должен "купить вашу идею" внутренне  
(эмоционально)

# Этап №4.

## Возражения

# Возражения

- Если квалификация пройдена правильно и клиент эмоционально купил уже вашу идею, то у него останутся чисто технические и организационные вопросы
- Отвечаем на все вопросы клиента, которые он задает
- Не отвечаем на вопросы, которые клиент не задает
- Если клиент все равно хочет подумать, то нужно вывести его в честную обратную связь

## **Ключевая идея №4.**

Возражения – это нормально.  
С ними нужно работать

**Этап №5.**

Закрытие сделки

## Закрытие сделки

- Фиксирование договоренностей
- План ближайшие действий для оплаты
- Уточнение организационных моментов
- Прием денег на счет

# **Ключевая идея №5.**

## Куй железо, пока горячо

# Ключевые моменты

## **Момент №1.**

**НЕ НАДО** продавать тем,  
кто не прошел квалификацию

**Момент №2.**

**НЕ НАДО** копать точку А клиента

## **Момент №3.**

**НЕ НАДО** проводить долгих  
продающий консультаций

# **Почему люди не платят на продающих консультациях?**

ТОП-3 причины

## **Причина №1.**

Нет квалификации клиента

## **Причина №2.**

Не создан образ будущего  
результата клиента

## **Причина №3.**

Нет работы с возражениями и дожима  
(доведение до оплаты)

# Как называть цену?

Клиент спрашивает –  
Сколько это стоит?

**Неправильный ответ**

Моя программа стоит XXX руб.

## **Правильный ответ**

1. Вот какой ты получишь результат
2. Вот за какой срок ты его получишь
3. И за это ты мне заплатишь XXX руб.

## **Важно!**

После озвучивания цены,  
вы должны замолчать

# **Методология твердых результатов**

**Как давать клиентам  
твёрдые обещания?**

## **Пример №1.**

За 6 месяцев вы сделаете Х5  
в личном доходе

## **Пример №2.**

За 2 месяца вы познакомитесь с  
нормальным мужчиной

## **Пример №3.**

За 3 месяца вы скинете 10-15 кг

## Главная проблема

Эксперт продает свое  
время и не хочет продавать  
конечный результат

**Статистика:**  
Без твердых обещаний  
незнакомые люди с холодной  
рекламы не покупают. Покупают  
только те, кто вас давно знает  
(ловушка теплой аудитории)

**Что делать?**

**Чтобы выйти на  
холодную аудиторию**

Нужно обещать твердый  
результат (понятный для клиента)

**Как это делается?**

## **Важный момент №1.**

Распределение ответственности  
за результат между экспертом и  
клиентом

**За что отвечает эксперт?**

За методику получения  
твёрдого результата

**За что отвечает клиент?**

За внедрение методики  
(домашние задания)

## **Важный момент №2.**

50% - ответственность эксперта

50% - ответственность клиента

**Что нужно, чтобы с  
вероятностью 100% клиент в  
вашей программе получил тот  
результат, который вы обещаете?**

**Фактор №1.**  
Клиент с достаточным  
уровнем мотивации

## **Фактор №2.**

# Методика достижения твёрдого результата

**Как привлекать клиентов  
с высокой мотивацией?**

**Элемент №1.**  
"Вкусный" оффер  
для идеального клиента

**Элемент №2.**  
Дорогая цена

## **Элемент №3.**

Высокая срочность решения  
проблемы у клиента

## **Элемент №4.**

Состояние кризиса у клиента

## **Элемент №5.**

Наличие ресурсов у клиента  
(время и деньги)

**Не надо брать на себя  
лишнюю ответственность!**

**Ваша ответственность  
кончается на методике  
получения результата**

**Из чего должна состоять методика  
получения твердого результата?**

# **Элемент №1.**

## Дорожная карта из точки А в точку Б

## **Элемент №2.**

Математика результата  
(переход количества в качество)

**Элемент №3.**

Трекинг (план и факт  
по метрикам)

## **Элемент №4.**

Работа с сопротивлением  
(страхи, убеждения)

**Элемент №5.**  
Усилители результата  
(шаблоны, контакты, техники и т.д.)

**Что дальше?**