

# **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. **Заккрытие сделки** – доведение клиента до оплаты, организационные и технические моменты



# Этап №1.

## Квалификация

# Квалификация

- **Запрос клиента** – соответствует ли запрос клиента вашей экспертизе, 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.

## Заккрытие сделки

# Заккрытие сделки

- Фиксирование договоренностей
- План ближайших 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  
продающих 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  
твердые обещания?**



## Пример №1.

За 6 месяцев вы сделаете X5  
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 привлечь 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?