

Стандартная Схема продающей бесплатной консультации (для продаж коучинга и серий консультаций)

Теория и ключевые рекомендации.

Бесплатная Консультация - эффективный способ продажи ваших платных продуктов любых - консультаций, пакетов консультаций, консалтинга, коучинга, курсов и различных программ.

Несколько общих важных рекомендаций:

1. **Есть такой термин “обучение незнанию”** - это как раз таки вся суть бесплатных консультаций. По сути - вы обучаете человека тому, что ему нужно у вас что-то купить (=) Мы говорим **ЧТО надо сделать, но не КАК сделать!** Важно, чтобы клиенты постоянно сами спрашивали вас «а как это сделать???»». Поэтому просквозите всю вашу бесплатную консультацию вопросами типа «нужно делать именно это... а вы знаете как это сделать?». Задайте этот вопрос минимум (!) 5 раз. “Это называется обучением незнанию” Считайте, что если ваш клиент во время консультации задает вопросы «а как это сделать?», значит у вас хорошая продающая консультация. Это вам такой некий критерий эффективности.

2. ЕСЛИ ВЫ ПРОДАЕТЕ ИНДИВИДУАЛЬНУЮ РАБОТУ

Проведите АНАЛОГИЮ обучения 1 на 1 с автоинструктором: прочитав множество теоретических книг, попробовав разобраться с машиной самостоятельно, вы всё равно не сможете получить те навыки вождения, которые возможны только с инструктором.

Есть одна простая мысль, которая многим не приходила даже в голову: некоторые люди, ваши потенциальные клиенты просто-напросто не знают, что такое коучинг, консалтинг и что вы вообще подразумеваете под обучением. Поэтому им может быть невдомёк, почему это первая консультация бесплатно, а дальше надо заплатить аж 100 тыс. рублей. Как раз чтобы избежать таких недопониманий, приводите примеры-анalogии, объясняющие весь смысл индивидуального обучения (или чего-то ещё) и раскрывающие его эффективность.

3. **Отработка возражений**, происходит еще ДО того, как клиент их озвучил.

Обработка возражений может творить чудеса :)).

Поэтому это очень важная тема.

1. Самое классическое: “у вас дорого”, “нет денег” и т.д.

Есть такая интересная деталь с этим возражением – если его не назвали, и человек говорит, что он сомневается и ему ещё нужно подумать – скорее всего, дело как раз-таки в деньгах – он просто постеснялся это озвучить.

Самое лучшее время для обработки возражений – тогда, когда они ещё не прозвучали. Человек ещё ничего не сказал, а вы уже «я знаю, что вам кажется, что это дорого – да, так и есть, но это оправдано...». Да, отвечать на возражение можно и после того, как потенциальный клиент озвучил свои сомнения, обработка тоже работает.

Но идеальный сценарий – это обработать их, опередив клиента, это такая магия в скриптах – будто вы можете читать мысли :). Лучший ответ на возражение «дорого» - **“с моей программой вы сэкономите.. (или заработаете...)**

Донесите мысль, что человек, заплатив Вам сэкономит (либо в разы больше заработает) - Сэкономит - на разных специалистах, таблетках\ заработает - если вы продаете бизнес-продукт

“будете зарабатывать 150 тысяч в месяц - а это уже 1.800.000 в год”!

«перестанете тратить деньги на лекарства»

«перестанете тратить деньги на бесконечные консультации психологов».

2. “Мне все нравится, но я отложу на “потом” - не до этого. и пр. «потом» - часто подразумевающие «мне лень».

- “у меня для вас будет еще уникальное предложение - я расскажу чуть позже” - и даете классический срок действия 24-48 часов на скидку в 20%

3. “Я подумаю” - “мне нужно посоветоваться с магическим зеркалом”, “приму решение потом”

Великолепная фраза в этом случае, прямо-таки универсальная – «давайте подумаем вместе». Серьёзно, просто предложите людям озвучить вам вслух все их сомнения и переживания.

4. Все прочие возможные возражения “а вдруг не работает”, “я уже пробовал”, и так далее - закрываются кейсами из вашего рассказа. Нужно подобрать и рассказывать такие кейсы и результаты ваших клиентов, а те, которые (как вы уже знаете) закрывают основные возражения ваших потенциальных клиентов.

5. По возможности введите гарантию - на работу до результата, на бесплатное прохождение следующего потока курса (если не получил

результат), в крайнем случае - возврат 100% денег если клиент не получил результат (мощный триггер закрывающий основную массу возражений) - но с ним будьте поаккуратнее. Клиент должен выполнить все задания и не получить результат - только в этом случае мы возвращаем деньги.

2. ПЛАН БЕСПЛАТНОЙ ПРОДАЮЩЕЙ КОНСУЛЬТАЦИИ

Прежде чем вы начнете его использовать, нужно понимать, что именно этот план позволит начать продавать свои услуги и программы на регулярной основе. Именно этот план позволит продавать коучинг-программы и пакеты консультаций за 30-50 тыс. и выше. А свою 2-3х месячную коучинговую программу за 50-100 тыс. рублей уже в первую неделю его применения.

Поэтому, отнеситесь к нему со всей серьезностью. Задавайте именно эти вопросы и именно в таком порядке, как они выстроены. Записывайте за клиентом точные ответы, формулировки - именно как он их говорит (не переиначивайте, не обобщайте, именно слово в слово).

Не пропускайте вопросы и не нужно самодеятельности!

Просто подготовьтесь, выучите его наизусть и применяйте!

0. Подготовка

Прежде чем начать консультацию, я рекомендую 2-3 минуты пообщаться в свободном режиме – разрядить обстановку. Спросить у человека как прошел его день. Как настроение. И т.п. Затем мы начинаем задавать следующие вопросы:

1. Что происходит сейчас? (Какая ситуация сейчас) -)

1.а. В чем проблема?

Здесь важно, чтобы человек в подробностях рассказал о том, что он и как он делает прямо сейчас в сфере вашей компетенции. С какими успехами или неудачами.

*Попросите его дать Точную формулировку проблемы. Запишите ее прямо дословно себе в файл\на листочек. А в конце вашей встречи скажите, что вы с вашим багажом опыта можете помочь решить именно *записанная формулировка*... :). Вы удивитесь, но такая простая вещь действительно творит чудеса.*

2. Что вы хотите?

Чем конкретнее будет ответ, тем лучше. Уточняйте его вопросами. Вам важно, чтобы он описал как можно более конкретные измеримые результаты, которые он хочет получить. Предложите рассказать, каким они видят следующий уровень развития. И следующий уже за этим уровнем.

2.a. Как это повлияет на вашу жизнь (бизнес), если это случится?

Вот этот вопрос может дать вам много интересной ценной информации, которая пригодится вам на этапе, когда вы будете делать ему предложение.

2.b. Насколько это для вас важно по шкале от 1 до 10?

Если важность результатов для человека ниже 8, то вы вряд ли сможете продать ему свое решение. Если человек называет низкую цифру, то лучше сказать, что Вы вряд-ли сможете ему помочь, поскольку результат для него не важен. И он либо убеждает Вас в обратном, либо называет истинную цель.

2.c. Почему этот результат для вас важен?

Этот вопрос также дает массу ценных и интересных деталей, которые вы можете использовать в финальном предложении. Но, что еще важно, этот вопрос усиливает важность результата для самого клиента, повышая его мотивацию двигаться в этом направлении.

Внимание! Важно! Отдельно спрашиваем людей, **какая у них проблема и отдельно - какая цель!** – обязательно эти 2 вопроса должны прозвучать. Магия здесь в том, чтобы по итогу консультации вы подвели свой продукт/услугу к тому, что он поможет клиенту решить **конкретно его проблему** а результатом вашей совместной работы в рамках данного продукта станет именно та **формулировка (не проблемы уже, а желаемого результата :),** которую он озвучил.

3. Что не позволяет (мешает) вам получить этот результат?

Нам важно выяснить конкретные препятствия, которые на его взгляд ему мешают, чтобы в конце рассказать о том, как наше решение поможет ему справиться с ними.

*Важно, чтобы он перечислил эти проблемы. Мы слушаем, **но не пытаемся на месте их решать.***

3.a. Что еще мешает?

Этот вопрос можно и нужно задавать до тех пор, пока человек способен выдать что-то новое. После каждого ответа, мы повторяем

его за человеком и записываем себе в тетрадь или файл. Это нам также потом пригодится.

4. Что случится, если ничего не изменится, т.е. все останется как было?

Этот вопрос позволяет человеку более трезво и глубоко посмотреть на те неудобства и недостатки, которые есть, пока проблема не решена. Что еще больше усиливает его мотивацию начать решать проблему.

4.а. Что для вас это будет означать, если ничего не изменится?

Вопрос очень похож на предыдущий, но часто приводит к новым интересным ответам со стороны клиента. Поэтому не стоит им пренебрегать.

5. “Смотрите, если бы вы знали, как можно решить те проблемы, о которых вы рассказали. Если бы вы знали все необходимые технологии, которые могут вам помочь справиться с теми сложностями, которые вы описали. Если бы у вас был точный план действий, т.е. что конкретно надо делать и в какой момент. (Если бы вы сделали все, что будет рекомендовано) - **Считаете ли вы себя человеком, способным получить эти результаты?**”

Дальше мы переходим непосредственно к продаже нашего коучинга, консалтинга или любого другого решения проблемы, которая есть у этого человека.

Подводим к продаже. Вы говорите:

- Я обладаю “такими-то” знаниями, техниками и приемами. И у меня есть программа (пакет консультаций), которая помогает получать эти “такие-то” результаты. Вам было бы интересно о ней узнать?
- Смотрите, я вижу у вас следующие проблемы... [Перечисляете проблемы, о которых он вам рассказывал] которые мы записывали в самом начале!
- Я могу помочь их решить с помощью моей программы.
- Дальше подробно рассказываете о программе. Из каких блоков или шагов она состоит. Что вы будете делать на этих блоках и шагах и зачем.

ВАЖНО: *Здесь еще раз покажите ЧТО нужно делать, но не говорите КАК это делать. КАК - уже платно.*

- В каком формате вы будете работать. Что будет результатом прохождения программы.

ОЧЕНЬ ВАЖНО: *Донесите мысль о том, что клиент покупает у вас не обучение или терапию, а РЕЗУЛЬТАТ.*

Эта «болячка» есть у многих. Почти половина предложений описывают процесс (пусть и красивыми заумными словами), а не результат. Звучит это, например, так: «мы займемся с вами психоанализом, проработаем ваши детские травмы, связанные с родителями...». Это всё здорово, конечно, но людям такой оффер ничего не даст, они хотят знать, какую пользу, какой результат весь этот процесс принесёт, т.е. «вы станете уверенным в себе человеком и наконец-то получите работу своей мечты».

Затем спрашиваете:

- Интересно? Какие есть вопросы?

Цена обычно не называется до тех пор, пока человек сам не спросит.

Когда он спрашивает о цене, вы говорите:

- Инвестиция в программу составляет X рублей. (ставим свою “завышенную” на 20-25% цену)
- Делаете паузу.
- Но, для тех, кто делает инвестицию в течение 24-48 часов, она составляет всего (x – 20-25%) (ставим свою обычную цену)
- И сразу договариваетесь **когда** человек оплатит **и каким способом**

Если вы видите, что человек очень хочет, но у него проблема с финансами, то можете сказать следующее:

- Или есть возможность внести депозит 30%. Депозит не возвращается, но позволяет зафиксировать стоимость. Остальное можно внести не позднее 2х месяцев. Как только остальная часть будет внесена, мы начнем работу.

Дальше, человек либо отказывается, либо просит подумать, либо спрашивает, как оплатить. Если человек решает подумать, то договоритесь о дате и времени, когда вы с ним свяжетесь для того, чтобы узнать о его решении. Но

напомните ему, что **скидки** в таком случае уже не будет (если он не зафиксировал цену предоплатой)