

Наталья Кочеткова

*50 эффективных
техник
привлечения
клиентов*

Для менеджеров по продажам
и консультантов сетевых компаний

Наталья Кочеткова

**50 эффективных техник
привлечения клиентов**

«Издательские решения»

Кочеткова Н.

50 эффективных техник привлечения клиентов / Н. Кочеткова —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-457-92042-2

В данной книге описано 50 техник привлечения клиентов и партнеров, даны готовые шаблоны и алгоритмы проведения встреч, бесед с людьми. Готовые шаблоны очень хорошо помогают, так как заученную фразу сказать легче. Каждый метод, предложенный в книге, отработайте постепенно. Когда вы четко знаете, что конкретно делать в данный момент, как начать разговор и как его закончить, — успех гарантирован.

ISBN 978-5-457-92042-2

© Кочеткова Н.
© Издательские решения

Содержание

Об авторе	6
Работа в городе для расширения внешнего спроса на продукцию вашей компании	7
«Список знакомых» или «Теплый рынок»	8
Со знакомыми надо как можно проще	9
Работа у входа в крупный супермаркет	11
Раздавайте свои статьи	12
Бегущая строка на телевидении с рекламой вашей продукции	13
Используйте местные газеты	14
Домашние кружки	16
Статусные продажи в санаториях, спортивных школах	18
Переговоры с директором по телефону	19
Работа в паре	21
Работа по рекомендациям	22
Конец ознакомительного фрагмента.	25

**50 эффективных техник
привлечения клиентов
Для менеджеров по продажам
и консультантов сетевых компаний
Наталья Кочеткова**

© Наталья Кочеткова, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero.ru

Об авторе

Здравствуйтесь, уважаемый читатель. С вами Наталья Кочеткова – консультант одной из сетевых компаний, с 15 летним опытом работы.



На личном опыте знаю, как нелегко начинать новый, незнакомый для тебя бизнес. Консультантами сетевых компаний, менеджерами по продажам чаще всего становятся люди, которые нигде специально не обучались искусству продаж, методам привлечения клиентов.

В данной книге описано 50 техник привлечения клиентов и партнеров в ваш бизнес, даны готовые шаблоны и алгоритмы проведения встреч, бесед с людьми.

Многие новички не знают, с чего начать разговор, что говорить людям во время встречи, где брать людей, как их пригласить. В данной книге не только рассказывается о способах поиска клиентов, но и даются рабочие шаблоны, алгоритмы разговора с людьми, техники проведения встреч. Эти шаблоны нужно выучить наизусть и научиться их применять в конкретных ситуациях.

Если вы уже опытный сетевик – эти шаблоны помогут вам научить правильным приемам привлечения клиентов своих консультантов новичков. Регулярно проводите тренинги по применению данных техник в парах и группах в виде ролевых игр. На тренингах дистрибьюторы по очереди выступают то в роли консультанта, то в роли потенциального клиента или партнера. Мы со своими новичками сначала отрабатываем телефонный маркетинг в парах, сидя спиной друг к другу. И только потом консультант начинаем самостоятельно работать.

Готовые шаблоны очень хорошо помогают, так как **заученную фразу сказать легче.**

Каждый метод, предложенный в книге, отрабатывайте постепенно. Когда новичок четко знает, что конкретно делать в данный момент, как начать разговор и как его закончить – он не уйдет. Однажды научившись, он будет всегда во всеоружии.

Работа в городе для расширения внешнего спроса на продукцию вашей компании



- Можно объединиться несколькими сетевым компаниям и организовать выставку вакансий и продукта. Или принять участие в ярмарке вакансий вашего города, арендовав столик.

- Принимайте участие во всех городских мероприятиях: днях города, конкурсах, эстафетах, детских праздниках. Как участники или в качестве спонсоров. Пусть о вас узнает как можно больше людей.

- Определите потребности населения вашего города, чтобы акцентировать внимание на местных проблемах. Это может быть зона радиации, наличие предприятий химической промышленности, высокий процент заболеваемости детей, угроза эпидемии и др). И работайте в этом направлении, продвигайте продукт, который будет решать эти проблемы.

- Можно проводить целевое анкетирование населения, исследования методом фокус-групп, чтобы выявить особенности региона и с их учетом определить эффективные методы работы. Определить, какие факторы влияют на отсутствие интереса и спроса у населения на продукцию вашей компании: негативная информация или полное отсутствие информации, интенсивная реклама конкурентов и пр.

- Проводите городские мероприятия регулярно: дни клиента, тематические презентации по разным товарным направлениям вашей продукции, информационные встречи по разным аспектам красоты и здоровья.

- Участвуйте в благотворительных акциях, организуйте свои.

- Организуйте презентации на предприятиях и в учреждениях, в малых организациях.

На таких встречах необходимо узнавать о потребностях людей и объяснять, как можно решать их проблемы с помощью продукции вашей компании или вашего бизнеса.

- Организуйте в городе клуб эффективного маркетинга, который объединит всех лидеров компаний МЛМ. Проводите совместные обучающие семинары и мероприятия. Особенно это эффективно для малых городов.

- Хорошо работают на расширение клиентской базы клубы «Худеем без диет и упражнений», «Дамский клуб».

Скооперируйтесь со своими партнерами и купите рекламный баннер на улице. Пусть о вашей компании узнает как можно больше людей. На баннере поместите адрес офиса, телефон. Организуйте дежурство консультантов в офисе.

В фитнес клубах повесьте стенд. На стенде поместите рассказ о компании и продукции, отзывы клиентов. В кармашек поместите анкеты. Под ним текст с гарантией подарков всем заполнившим анкеты. Подарком может быть пробник или каталог.

«Список знакомых» или «Теплый рынок»



Это самый известный метод поиска клиентов и партнеров. И самый первый, с чего начинают все дистрибьюторы. О том, как составлять список знакомых, написано очень много. В данной книге мы поговорим о том, как приглашать знакомых на встречу.

Вот один из примеров. Можно использовать этот **шаблон для приглашения по телефону или вживую, или по скайпу**. Помните, что телефон служит только для назначения встречи, если вы начнете давать информацию по телефону – вы потеряли человека.

– Привет, это Елена? Это Наталья. Звоню по делу, можешь говорить?

– Я занялась предпринимательством, а именно натуральными продуктами здоровья для людей, которые хотят чувствовать себя энергично (защититься от радиации, хорошо выглядеть, не болеть, не уставать – говорим то, что волнует нашего знакомого больше всего).

– Я ищу пару человек в команду. Я хочу рассказать тебе подробно, чем занимаюсь и может мы с тобой посотрудничаем? Тебе это может быть интересно?

– Да.

– Отлично. Тогда я зайду к тебе вечером и все подробно расскажу. Что взять к чаю?

– Да.

– Отлично. Тогда давай встретимся ближе к вечеру в кафешке. Во сколько тебе удобнее?

– Привет, это Наталья. Не отвлекаю?

– Слушай, я недавно начала сотрудничать с компанией ХХХ. Ты что-нибудь слышал об этом?

– Я занимаюсь созданием новой сети в нашем городе и думаю, что для тебя это тоже может быть интересным. Я была бы очень рада работать вместе с тобой. Я уже договорилась, что ты будешь моим гостем на бизнес-встрече тогда-то.

– Ты сможешь прийти?

Обратитесь к знакомым из сферы недвижимости, бизнес которых пошел на убыль. Они привыкли к определенному уровню жизни, не готовы работать на кого-то. Они привыкли делать бизнес, лежа на диване по звонку и получать %.

Обратитесь к **знакомым из туристического бизнеса**. Многие агенты сейчас в поиске.

Обратитесь к тем, **кто работает в сфере услуг**. Очень много мелких кафе, магазинов, мелких салонов банкротятся. И люди будут готовы принять ваше предложение.

– С моим проектом я могу довести тебя до постоянного дохода xxx долларов в месяц за 3—4—5 месяцев. Тебе это интересно?

– Я знаю, как с этим проектом дойти до постоянного дохода xxx долларов в месяц за 3—4—5 месяцев, тебе это интересно?

С бизнесменами.

– У меня есть интересное предложение для развития твоего бизнеса.

Со знакомыми надо как можно проще

– Привет, Николай. Не отвлекаю? Слушай, я хочу начать свое дело, мне нужна команда. Я знаю тебя, как делового человека. Если тебя заинтересует мое предложение, будем работать вместе. Давай встретимся.

– Слушай, у нас на фирме развивается новый многообещающий коммерческий проект и нужны люди. Я помню тебя как серьезного порядочного человека. Именно такие и нужны моему руководителю. Хочешь, я поговорю с ним о тебе?

– Да.

– Хорошо, я тебе перезвоню. (Через несколько минут, договорившись со спонсором о времени встречи, звоните.)

– У тебя есть возможность пройти собеседование. Записывай адрес и время.

Начинает задавать вопросы.

– Я так и знала, что тебе будет интересно. Именно поэтому там надо быть, чтобы все услышать из первых уст.

С близкими людьми просто говорите:

– Тебе это нужно!!

– А меня не интересует, есть у тебя деньги или нет.

(С соседкой)

– Мария Петровна, добрый день! У меня есть продукт, который я точно знаю, вас заинтересует.

– Да, я думаю, вы не тот человек, который не может потратить на свое здоровье 20 рублей в день. (Вот эти 20 руб. и делают продажу)

– Привет. У тебя есть 5 минут для меня?

– Я просто хотела узнать – у тебя есть телефон Маши?

– А зачем?

– Понимаешь, я ей обещала средство от мигрени. Не знаешь, ей еще нужно? (Сослаться на третье лицо, избегая прямого предложения).

– Да, а это что?

– Я бы тебе объяснила, но мне надо бежать. А тебе правда интересно? Ты приходи ко мне в гости. Мы с тобой столько не виделись. (Договариваетесь по времени).

Если ваш знакомый знает, чем вы занимаетесь. Если он при встрече начинает говорить о своих проблемах (денежных или других), вы отвечаете:

– Ты же знаешь, чем я занимаюсь. Можешь обращаться без напряжения. Я тебе помогу.

– У меня есть замечательный продукт для здоровья! Хочешь поднять уровень здоровья? Можешь ко мне обращаться, я тебе помогу.

– Я занимаюсь ... (одноминутная презентация), ты можешь присоединиться.

– Нет денег? Хочешь заработать или тебя все устраивает?

Шаблон приглашения по бизнесу на встречу со спонсором. Подходит для новичков, только подписавших контракт.

– Татьяна, привет. Тебя интересует дополнительный доход 2—3 тысячи рублей к основному заработку.

– Да, а что это?

– Рядом со мной предприниматель, ему в команду требуется всего 1 человек и я передаю ему трубку.

– Татьяна, здравствуйте. Меня зовут Я поняла, что вы ищите для себя возможность дополнительного дохода? Это так?

– Да.

– Я приглашаю вас на собеседование. У меня будет свободное время завтра до обеда. В ... час. Сможете подойти?

– Да.

– У меня время коммерческое, будьте добры, не опаздывайте.

С хорошими знакомыми.

Поговорили, пообщались и как бы между прочим задаёте вопрос:

– Слушай, а ты пользуешься косметикой, кремами? Очистку делаешь?

Если в ответ знакомая отвечает, что использует только мыло и воду. Переведите разговор на другую тему.

Если да, продолжаете:

– А какой?

– ХХХ

– Тебе она нравится?

– Да.

– А почему?

И вот тут очень внимательно слушаете! Вы услышите, что для человека самое важное в косметике: быстро впитывается, нет резкого запаха, нет раздражения, не надо доставать пальцами (т. е. закрыта помпой), много трав в составе, кожа хорошо увлажнена, надолго хватает.

В следующий раз вы будете знать, что именно из вашей продукции предложить вашей знакомой и как ее презентовать.

– У меня есть то, что поможет тебе решить твои проблемы.

– Приходи ко мне сегодня, я уверена – тебе будет интересно. Но если ты ради себя не хочешь, то приходи ради меня и я от тебя отстану.

– Я начал работать в большой фирме, у которой много товаров, полезных для здоровья. Я там по организации сбыта. Товар интересный и полезный.

– Ты для меня не последний человек и я хотел бы, чтобы ты знал, чем я занимаюсь. Посмотри вот это (даете диск, журнал, каталог). Это я даю тебе на 2 дня, мне это надо вернуть.

Работа у входа в крупный супермаркет

У входа в супермаркет повесьте плакат «Розыгрыш лотереи», поставьте столик с анкетами, ручками. Заранее договоритесь с администрацией супермаркета.

Подходящим людям говорим:

– Нужно заполнить небольшую анкету, бросить ее в урну. Каждые два часа мы вытаскиваем одну анкету и вы получаете в подарок сертификат, который можете потратить в нашем магазине. Мы с вами обязательно свяжемся и пригласим в наш магазин. Вот адрес нашего магазина. (Даете визитку.)

Можно аналогичным образом работать внутри магазина по предварительной договоренности с администрацией.

Раздавайте свои статьи



Напишите статью по определенной проблеме вашей целевой аудитории в форме продающего письма.

По следующему плану:

- описание проблемы,
- последствия – что произойдет, если ее не решать,
- как люди обычно решают эту проблему, несколько примеров, их плюсы и минусы;
- ваше предложение,
- отзывы,
- бонусы, ограниченные по времени,
- призыв к действию.

Где бы вы ни находились, всем раздавайте свои статьи, говоря следующее:

– Здравствуйте, может быть вам будет это интересно? Вот моя статья о...

И даете статью со своей фотографией и свою визитку. Еще лучше, если эта статья напечатана в местной газете.

Такую статью можно не только раздавать, но и разослать знакомым по электронной почте, выложить на свой сайт в PDF формате для скачивания.

Бегущая строка на телевидении с рекламой вашей продукции

Скооперируйтесь с другими дистрибьюторами и закажите рекламу на местном телевидении – одному дорого. Договоритесь с рекламодателем, что в понедельник в рекламной строке будут написаны имя и телефон одного партнера, во вторник – другого, в среду – третьего. Текст один и тот же, а телефоны меняются. Люди видят один и тот же текст, это работает. Реклама хорошо работает, если она идет 3 месяца подряд. Если человек 3 месяца подряд видит одно и то же, то он это покупает.

Используйте местные газеты



Заказывайте рекламу в местной газете, оплачиваем всей командой. Методика такая же, как заказ бегущей строки на ТВ.

Используйте объявления о покупке. Человек пишет: куплю машину. Наш человек. Звоните ему:

– Вы знаете, что водитель подвергается большому риску заболеть? Вы заинтересованы в продукции, которая защитит вас от проблем?

– Я звоню из центра красоты и здоровья. Предлагаю продукцию, которая поможет вам и вашей семье как можно дольше оставаться молодыми, красивыми и здоровыми. Вас это интересует?

Не важно, какой спич – главное количество контактов. Не следует всем своим консультантам давать один спич, так как все начнут звонить одинаково. Это раздражает людей.

Пишите статьи в местные газеты, которые отвечают на конкретный вопрос, помогают решать определенную проблему.

Проводите викторины по вопросам здоровья и красоты. Победителю вручите подарок из вашей продукции с каталогом и вашей визиткой. Напишите о победителе в газете.

Напишите отзывы о продукции вашей компании с вашими контактными данными.

Нашли в местной газете **объявления сетевиков**. Звоните по этим объявлениям.

– Меня зовут Наталья. Я работаю в компании с европейцами. Вы работаете в сетевом маркетинге?

– Сколько лет?

– **У меня есть для вас интересное предложение по развитию вашего бизнеса!**

Эта нестареющая фраза работает всегда. Просто и доступно!

Открываете местную газету – **раздел «Ищу работу»** и начинаете обзванивать тех людей, которые подходят вам по образованию и другим качествам:

– Здравствуйте, Ирина. Я звоню по объявлению по поиску работы. Вы можете сейчас разговаривать?

– Да.

– Скажите, вы уже нашли работу?

– Нет.

– Скажите, а вы ищете только работу по найму или готовы заняться собственным делом. Рассматривали ли вы такой вариант для себя?

– Нет.

– Извините.

– Да.

– Тогда давайте познакомимся. Меня зовут Наталья. Я предприниматель, предлагаю на рынок продукцию европейского концерна ХХХ и ищу себе надежного партнера с хорошими человеческими и деловыми качествами. В вашем резюме меня заинтересовали такие качества, как обучаемость, новизна, работа в команде и оптимизм.

– Я хочу с вами познакомиться. Если мы понравимся друг другу, найдем общий язык – я расскажу вам подробнее о моем предложении и сотрудничестве.

– Что вы об этом думаете?

– Да.

Назначаете встречу. Диктуете место и время.

– Еще раз напоминаю, что меня зовут Наталья, когда будете подходить, наберите мой телефон – я вас встречу. Если ваши планы изменяться – пожалуйста, позвоните мне заранее.

– Это сетевой маркетинг?

– Да, это сетевой маркетинг. Но я приглашаю вас познакомиться не с сетевым маркетингом, а лично со мной и моим бизнесом.

Домашние кружки

Если нет офиса, очень удобно работать домашними кружками на квартирах консультантов. Такие домашние кружки можно проводить один раз в неделю по очереди у каждого дистрибьютора дома. Все живут в разных районах города. Сегодня, например, собираются у вас дома и вы приглашаете своих знакомых, живущих поблизости, а ваши партнеры приглашают к вам домой своих знакомых, живущих в этом районе. На следующей неделе все собираются у другого консультанта вашей команды, и вы приглашаете своих знакомых, которые живут в его районе.

Пока гости собираются, можно рассмотреть фотоальбомы по теме встречи или видео.

Далее идет знакомство с гостями, представление ведущего. Ведущий рассказывает свою историю. Почему он пользуется продукцией компании или почему он занимается этим бизнесом. Как он к этому пришел.

Идет презентация бизнеса или продукции. Главное в рассказе – это результаты присутствующих на встрече консультантов.

В конце встречи даете каждому пакет предварительной информации или раздаете каталоги. Отвечаете на вопросы.

Желающих можно пригласить на кухню или в другую комнату для проведения индивидуальной беседы. Пока один консультант отвечает на вопросы, дает дополнительную информацию, другой работает с теми, кого заинтересовало ваше предложение.

На другой день каждый дистрибьютор (консультант) отзванивает своего приглашенного.

– Здравствуйте, Мария. Это, Наталья. Мы с вами встречались вчера там-то. Вас заинтересовала информация о возможности дохода (возможности поддержать здоровье).

– Да.

– Хорошо. Завтра я буду в вашем районе, когда к вам удобнее подойти до обеда или после обеда? В ... час, или в ... час. Ваш адрес? Как к вам удобнее добраться?

– Нет.

– Хорошо. Когда к вам можно подъехать, чтобы забрать пакет документов (каталог).

Уже на месте вы сможете поговорить о причинах отказа.

Приглашение на домашний кружок

– Татьяна, у тебя есть уникальная возможность услышать человека, который серьезно разбирается в вопросах здоровья. Ты будешь точно знать, что делать для здоровья своей семьи. У него много довольных клиентов. У тебя есть возможность встретиться с ним сегодня. Он будет у меня в ... час. Ты сможешь подойти?

Можно домашние кружки по продукту проводить дома у ваших клиентов. Попросите вашего клиента пригласить в гости своих знакомых на мастер-класс по косметике или встречу по здоровью. Можно проводить тематические встречи. Клиенту в благодарность обязательно сделайте подарок из продукции компании.

Пока гости собираются, можно рассмотреть фотоальбомы по теме встречи или видео. Можно провести дегустацию, если это возможно. Можно проводить такую встречу за чашкой чая. Но – никакого спиртного! Роль официанта выполняет хозяйка.

Главное – взять контактные данные всех присутствующих. На следующий день обзваниваете всех, кто был на домашнем кружке.

– Здравствуйте, Мария. Мы с вами познакомились вчера у Вас заинтересовала информация о Я завтра буду в вашем районе. Когда к вам удобнее подойти до обеда или после обеда? В ... час или в ... час. Ваш адрес? Как к вам удобнее добраться?

Статусные продажи в санаториях, спортивных школах

Продавайте продукт организациям оптом большими партиями. Чтобы это организовать, необходимо выйти на руководителя предприятия. Проблема в том, что здесь надо прогнаться через секретаря, дать ей минимум информации и добиться выхода на директора.

Заранее узнайте, как зовут секретаря. Надо сформировать свой вопрос так, чтобы секретарь не смогла сама принять по нему решение.

– Здравствуйте Татьяна Ивановна.

– Вы по какому вопросу?

– Если вы отвечаете за финансы, то я говорю вам о своем предложении.

– Нет, нет

– Спасибо, а кто отвечает за финансы? Кто принимает решения, связанные с финансами?

Она дает телефон или соединяет вас с директором.

Переговоры с директором по телефону



– Используете ли вы в работе с вашими клиентами витаминно-минеральные комплексы (препараты пробиотики)?

– Да.

– А где вы их берете?

– В аптеке.

– Аптека дает вам какие-то скидки, бонусы?

– Нет.

– А у меня есть для вас очень интересное предложение, которое могло бы позволить вам сэкономить деньги и приобретать витаминно-минеральные комплексы со скидкой. Я могу оказать вам услугу и договориться с компанией о предоставлении вам скидки.

И тут **директор постарается от вас отделаться**. Как преодолеть его возражения:

– Вы знаете, я очень занят. У меня нет времени.

– Я, конечно, очень хорошо это понимаю. Именно поэтому я вам и звоню, чтобы договориться о встрече в удобное для вас время. Это может быть даже ранним утром или по окончании рабочего дня. Это займет всего-навсего 15 минут. Итак, когда вам удобнее встретиться утром или вечером?

– А мне это неинтересно.

– Было бы очень странно предполагать, что вы будете заинтересованы тем, о чем пока не имеете никакой информации. Но я уверена, что как только вы узнаете все детали нашего предложения – у вас обязательно появится интерес! Для встречи мне понадобится всего 15—20 минут. Мы можем встретиться с вами завтра в 11—15 или в 17—20. Как вам удобнее? (давая такие цифры, вы подчеркиваете занятость человека).

– Направьте ваше предложение по факсу.

– Это я сделаю обязательно. Дело в том, что в наших проспектах прописана лишь самая общая информация. И в каждом конкретном случае требуются дополнительные комментарии. В дополнение к этому – наша личная встреча поможет вам сэкономить время и деньги, так как мы быстрее подберем оптимальный вариант. Какое время для вас более предпочтительно: во вторник утром или в среду вечером?

– Пока мы не можем себе это позволить.

– Многие наши клиенты сначала тоже так думали, пока не убедились в том, что полученная выгода в разы превышает затраты. При личной встрече я вам наглядно это покажу. Понадобится всего-навсего 15—20 минут. Когда вам удобнее:

– Нам это не надо.

– Возможно, вы и правы. Чтобы убедиться в этом наверняка, нам потребуется всего 15—20 минут. Когда вам удобнее

В завершении разговора обязательно повторите то, о чем договорились.

– До встречи в четверг в 13—45. До свидания.

Работа в паре



Работать в паре очень удобно. Мы несколько лет работали в паре с моим спонсором, довольно успешно. Можно работать двум консультантам одной ветки или параллельных веток. Оба в выигрыше.

Один консультант представляет приглашенному другому консультанта, как специалиста в области здорового питания или красоты, или как успешного бизнесмена.

Один приглашает своих знакомых к другому дистрибьютору, а этот своих знакомых к нему. Главное сделать хороший промоушен. Когда даешь информацию своим знакомым, они знают тебя с другой стороны, а не как специалиста по красоте или питанию.

Каждый представляет другого как профессионала. Здесь не должно быть сомнений по поводу профессионализма. Если человек сам пользуется продукцией, значит он имеет моральное право рекомендовать ее другим.

На презентацию бизнеса лучше приглашать к спонсору, но если его нет рядом – работа в паре с другим дистрибьютором – отличный выход.

Один дает информацию, другой делится своими результатами в нужный момент.

Работа по рекомендациям



Рекомендации – это и есть сетевой маркетинг. Идя от знакомого к знакомому, мы можем обойти весь мир. Отличная методика, но она требует серьезной работы с клиентской базой. Чтобы люди могли вас рекомендовать другим, они должны видеть в вас профессионала.

Рекомендация – это когда человек, который вас знает, представляет вас 3-ему лицу, знакомит вас очно или заочно – дает вам телефон. Благодаря рекомендациям ваш список знакомых становится бесконечным.

Просите рекомендации. Сам клиент до этого не додумается. Если вы научитесь брать рекомендации, вам не надо будет делать холодные контакты.

Вы встретились с человеком, рассказали ему о продукции, видите, что человек адекватно относится к полученной информации. Говорите следующее:

– Скажите, Ирина, вам понравилось общаться со мной (или информация о ...)?

– Да.

– Таких как мы с вами людей, которые хотят хорошего своей семье, близким, знакомым не очень много, правда? Ведь мы хотим, чтобы у всех было все хорошо. (Этой фразой мы даем понять, что он особенный человек и я особенный, что мы уже вместе, мы ценим семью и здоровье.)

– Да.

– Как вы думаете, может ли кого-либо теоретически – то, что я вам рассказала заинтересовать в принципе? (Услышали три да – это подтверждает, что вы с ним заодно).

– Да.

– Порекомендуйте мне одного—двух ваших знакомых, кому это могло бы быть интересно. (Он может порекомендовать или нет. Он может подумать, что это дорого и у его знакомых нет денег, побоится, что знакомые его не поймут).

Если вы это чувствуете, то говорите:

– Мне нужны не те, кто точно будет пользоваться этой продукцией, а те, кто как и мы с вами хочет, чтобы у них было все хорошо. В вашем окружении есть люди, которые ценят семью, здоровье. Я расскажу им об этом шансе. Возможно, они заинтересуются. Если нет – возможно, в их окружении будет кто-то, кому этот шанс будет интересен.

– Я просто расскажу им. Если им понравится, они возьмут этот шанс, если им это не нужно, возможно в их окружении есть кто-то, кому это будет точно нужно.

Снова заминка – вернитесь к началу.

– Скажите, вам понравилось как мы с вами общались?

– Да.

– Я все понятно рассказала, возможно, у вас есть вопросы? И продолжаем разговор.

Эта методика работает!!

Обязательно благодарите за полученные рекомендации. Позвоните человеку, который дал вам рекомендации, сообщите о результатах переговоров.

Приглашение по рекомендации на бизнес.

– Здравствуйте, Ирина. Меня зовут Наталья, мы с вами не знакомы. Мне ваш телефон дала наша общая знакомая Марина. У вас есть 2 минуты.

– Ирина, мне рекомендовали вас как серьезного человека. У меня свое дело и мне в команду требуется 1 серьезный человек. Вас интересует дополнительно 2—3 тысячи рублей к вашему основному заработку?

– Да. А что нужно делать?

– Мне вас рекомендовали, как серьезного человека, Ирина. И как серьезный человек, вы должны понимать, что серьезные дела по телефону не обсуждаются. Давайте встретимся и все обсудим.

Разговаривать надо с позиции нанимателя.

Шаблоны, как просить рекомендации.

– Среди ваших знакомых есть люди, которые хотят зарабатывать деньги?

– Есть бизнес без рисков и больших вложений.

– Я предприниматель, ищу серьезных людей для развития бизнеса в вашем регионе.

– Я понимаю, что вы сегодня не чувствуете необходимости воспользоваться моим предложением. Но вы могли бы мне помочь?

– Кто из ваших знакомых хотел бы заработать дополнительные деньги?

– Кто из ваших знакомых ненавидит свою работу?

– Кто из ваших знакомых ненавидит своего босса?

– Кто из ваших знакомых хотел бы иметь дополнительный доход при сохранении существующей работы?

– Кто из ваших знакомых хотел бы сменить квартиру на дом?

– Кто из ваших знакомых любит путешествовать?

– Посоветуйте меня своим знакомым, они вам потом спасибо скажут.

– Знаете ли вы кого-нибудь, кто помешан на здоровом питании?

– Есть ли среди ваших знакомых люди с амбициями?

– Хотел бы кто-то из ваших знакомых похудеть?

Выбираете вопрос по ситуации.

– Вас интересует, почему я спрашиваю?

– Ну, это идеальные кандидаты, которые имеют возможность зарабатывать так же, как и я. Я как раз ищу людей, с которыми можно будет сотрудничать. Как показывает практика, именно у них отлично получается.

Или:

– Моя компания сейчас расширяется в этом регионе и мы ищем как раз таких людей.

Человек в ответ говорит:

– А я?

И вы назначаете встречу.

Поговорили с человеком, он настроен позитивно – но сам не готов приобретать продукт. Просите рекомендации.

– Мария Ивановна, вы понимаете, что это дело хорошее?

– Да.

– Посоветуйте из ваших знакомых 2—3 человек, которым это будет интересно.

Человек у вас что-то купил. Положите в заказ 2—3 визитки. Попросите человека, чтобы он раздал эти визитки своим знакомым. Предупредите, что если по этим визиткам от него придут люди, он получит подарок.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.