

چگونه مشتری احتمالی را به مشتری قطعی یا توزیع کننده تبدیل کنیم؟

این مهارت پیامد جانبی و طبیعی پیگیری کردن به روش حرفه ای است. در جریان پیگیری پشت پیگیری، **هدف آموزش دادن و جا انداختن کار محقق میشود**. اما معنایش این نیست که پراسپکت می آید و از شما میخواهد که او را ثبت نام کنید. **وظیفه ی شماست که او را به سمت این تصمیم هدایت کنید**.

کلید موفقیت در اینجا ترکیبی از داشتن برخورد خوب و پرسیدن سوال های خوب است. برخورد خوب یعنی نوع نگرشی که به مشتری احتمالی دارید. کلمات و حرکات شما یا باعث میشوند مشتری احتمالی احساس اعتماد به نفس بیشتری کند یا باعث میشوند به این کار شک کند.

در سال های ابتدایی کارم برخورد من افتضاح بود. سعی ام این بود که افراد را "وارد کنم" نه این که به آنها آموزش دهم و کار را جا بیاندازم. مشتری احتمالی هم متوجه نیت من میشد. من هیجان زده و احساساتی میشدم و **فقط به نتیجه فکر میکردم**. میتوان گفت من احساس نیاز میکردم. هر بار که به این قسمت میرسیدم، خودم را کاملا محتاج نشان میدادم. باز مشتری احتمالی متوجه هیجان من میشد و معمولا توی دلش خالی میشد و پا عقب میگذاشت.

وقتی میدیدم کسی وارد کار نمیشود و چون نمیفهمیدم که مشکل از روش من است، **رفته رفته به این تصور رسیدم که مردم علاقه ای به بازاریابی شبکه ای ندارند**. این تصور هم رفته رفته به همه چیز سرایت کرد و نتیجه این شد که از همان اول پیش بینی میکردم که مشتری احتمالی وارد کار نمیشود. در اکثر مواقع، من کاملا آماده نبودم. ابزارهای معرفی کار، ابزارهای پیگیری یا هر چیز دیگری را که لازم بود نداشتم. تصور کنید این حرکت من چه تاثیر ناخودآگاهی روی مشتری احتمالی ام میگذاشت. **همه کلمات و حرکات من حاکی از ناشی گری و عدم اعتقاد به کار بود**.

به جای پرسیدن سوال و با دقت گوش دادن به جواب ها، **من فقط حرف میزدم و حرف میزدم و حرف میزدم**. به جای این که به دغدغه های مشتری احتمالی توجه کنم، تمرکزم بیشتر روی این بود که خودم را جذاب نشان دهم. مشتری احتمالی این برخورد را دوست ندارد. **هیچ کس دوست ندارد**.

از این رو، دوباره سراغ حرفه ای ها رفتیم و از آنها الگو برداری کردم. به برخورد بهترین پیگیری کننده ها دقت کردم و آن را تقلید کردم. با حرفه ای های زبده مصاحبه کردم تا بفهمم که چه کاری را متفاوت انجام میدهند. کم کم متوجه نقص های روشم شدم.

اول: یاد گرفتیم که حرفه ای ها احساسات خودشان را در کار دخالت نمی دهند. به عبارتی دیگر، آنها با هدف آموزش دادن و جا انداختن کار به مشتری احتمالی کمک می کنند که تصمیمی بگیرد که بر زندگی تاثیر مثبت داشته باشد. آنها به کسی نیاز ندارند. سعی نمی کنند هر کسی را وارد کنند. **آنها از روی صداقت سعی در کمک کردن دارند.**

دوم: حرفه ای ها از کار خود کاملاً مطمئن هستند. آنها توقع دارند که مشتری احتمالی وارد کار شود، چون **باور ژرفی دارند که این فرصت کاری به سود مشتری احتمالی است.** حرفه ای ها آدم های سفت و محکمی هستند. بسیاری از آنها وقتی می بینند شخص تصمیم می گیرد که وارد کار نشود عمیقاً تعجب می کنند.

سوم: برایم جالب بود که دیدم حرفه ای ها به همان اندازه که از محصول یا فرصت بازاریابی شبکه ای تعریف می کردند از خودشان هم می گفتند. منظورم از این حرف این است که آنها برای اینکه به مشتری احتمالی کمک کنند که تصمیمش را بگیرد **نمی گفتند:** "من برایت همه کاری میکنم" **بلکه می گویند:** "ما محصول و شرکت خیلی خوبی داریم، ولی من می خواهم درجه یک باشم. به نظرم دوتایی می توانیم با هم به این هدف برسیم." این حرف دلگرمی خوبی به مشتری احتمالی می دهد، چون او متوجه می شود که در این کار دست تنها نیست.

چهارم: آنها همیشه آماده اند. همیشه. اگر یک نفر همین الان بخواهد دست به کار شود، حرفه ای تمام لوازم را آماده دارند.

و پنجم: آنها سوال پشت سوال می پرسند و به دقت و با حوصله گوش می دهند. آنها مثل مشاور عمل می کنند که میخواهد به یک نفر دیگر کمک کند که مشکل حل شود. بهترین مشاورها در جهان باید چندین و چند سوال بپرسند تا بتوانند راه حل ارائه دهند. **برای حرفه ای ها در بازاریابی شبکه ای، سوال اثربخش ترین ابزار است.**

همانطور که متوجه شدید مدتی طول کشید تا این نکات را متوجه شوم. تازه این نصف راه بود. **داشتن اطلاعات یک چیز است و عمل کردن به آن یک چیز دیگر.** من اندازه حرفه ای ها با استعداد نبودم، اما میتوانستم از کار آنها الگو برداری کنم. برای همین کاری را کردم که آنها میکردند.

احساساتم را کنار گذاشتم (البته اوایلش واقعا اینطوری نبود): خودم را قاطع نشان میدادم تا افراد وارد کار شوند (البته اوایلش واقعا اینطور نبود): به مشتری احتمالی میگفتم، "من از تو خوشم آمد!" (هرچند میدانستم اوایل این کار من فایده ی زیادی ندارد): من همیشه آماده بودم: سوال های زیادی میپرسیدم، و سعی میکردم بیشتر به دغدغه های مشتری احتمالی توجه کنم و خود نمایی کنم.

به مرور تقلید مکانیکی من تبدیل به باور ژرف شد. دیگر حرف و عملم یکی شده بود. همین اتفاق میتواند برای شما هم بیافتد.

بیا بیاید در مورد سوال پرسیدن صحبت کنیم. اگر شما مشاور بودید و کارتان این بود که ببینید فلان فرصت برای مشتری مناسب هست یا نه، چه کار میکردید؟ چند تا سوال میپرسیدید، درسته؟

برای این که به مشتری احتمالی کمک کنید که در خصوص فرصت پیشنهادی شما تصمیم درست را بگیرد، باید همین کار را بکنید. ولی به جای این که بپرسید، "نظرت چیه؟" - **سوالی که هیچ فایده ای ندارد** - یاد بگیرید سوال هایی بپرسید که مشتری را به مسیر درست هدایت کند.

متوجه شدی؟

- "از بین چیزهایی که الان دیدی کدامیش را بیشتر از همه دوست داری؟"
- "آدم هیجان زده میشود، نه؟"
- "قبول داری که این کار میتواند فرصتی برای تو باشد؟"

از میان این مثال ها، بیشتر از همه از سوال "کدامش را بیشتر از همه دوست داری؟" استفاده میکنم. جوابی که به این سوال داده میشود **تقریبا همیشه مثبت است**. با سر نخي که این جواب به آدم میدهد میتوان به حوزه ی مورد علاقه مشتری احتمالی پی برد.

بعد میگویم، "بگذار یک سوالی ازت بپرسم. از یک تا ده چه نمره ای به خودت میدهی؟ ۱ یعنی علاقه ای نداری و ۱۰ یعنی آماده ای که همین الان کار را شروع کنی." مشتری احتمالی یک عددی میگوید. معمولا از این عدد مشخص میشود که آیا برای تصمیم گیری به اطلاعات بیشتری احتیاج دارد یا تمایل دارد که همین الان کار را شروع کند.

اگر حس کردید که مشتری احتمالی به اطلاعات بیشتری نیاز دارد، قرار ملاقات بعدی را بگذارید. ولی اگر حس کردید که او آماده ی شروع کار است، چهارتا سوال از او بپرسید. در طول فعالیت حرفه ایم، با این

" بسته ی چهار سوالی " همیشه به نتایج قاطعی رسیدم. اگر اینها را خوب یاد بگیرید و استفاده کنید، با دیدن شمار زیاد کسانی که میتوانند به آنها کمک کنید شگفت زده میشوید.

سوال شماره ۱: " با توجه به چیزهایی که الان دیدی، اگر قرار باشد به صورت پاره وقت این کار را شروع کنی، تقریباً ماهی چقدر باید از این کار در بیاوری تا در قبال وقتی که میگذاری برایت بصرفد؟ " اکثر توزیع کننده ها به جای پرسیدن این سوال، تقریباً اینجور چیزی میپرسند، " دوست داری ماهی ۱۰۰۰۰ دلار درآمد داشته باشی؟ " این کار را نکنید. به جای این که پیش بینی کنید مشتری چه میخواهد، تنها بپرسید که در قبال وقتی که میگذارد انتظار چه درآمدی را دارد، و بعد منظر جواب او شوید.

سوال شماره ۲: " تقریباً هفته ای چند ساعت قطعاً میتوانی برای این کار وقت بگذاری که به این درآمد برسی؟ " الان مشتری باید کله اش را کار بباندازد و با ماشین حساب ذهنی خود حساب کند که با چند ساعت میتواند به آن درآمدی که گفت برسد.

سوال شماره ۳: " تا چند ماه هفته ای این تعداد ساعت کار میکنی تا به آن درآمد برسی؟ " این سوال آنها را وا میدارد که فکر کنند و ببینند اگر درآمد سوال شماره یک را میخواهند تا چه اندازه باید در این کار جدی باشند.

سوال شماره ۴: " اگر راه رسیدن به درآمد (پاسخ مشتری به سوال شماره ۱) در ماه با (پاسخ مشتری به سوال شماره ۲) ساعت کار در هفته تا (پاسخ مشتری به سوال شماره ۳) ماه را به تو نشان دهم، حضری دست به کار شوی؟ " در اکثر مواقع، جوابی که میشنوید مثبت است. وقتی مشتری احتمالی میگوید، " حتماً، نشانم بده "، میتوانید طرح بازپرداخت شرکت خود را بیرون بیاورید و با کشیدن چند دایره و شاخه راه رسیدن به هدفش را توضیح دهید.

کمتر پیش میاید که فرد رقم غیر واقع بینانه به شما بدهد. شاید یکی بگوید که میخواهد با هفته ای دو ساعت کار تا یک ماه به درآمد ماهیانه ۱۰۰۰۰ دلار برسد. کمتر اتفاق می افتد، ولی می افتد. اگر اینجور موقعیتی مواجه شدید، مثل مشاور عمل کنید و بگویید، " متاسفم، ولی توقع تو خیلی بالاست. میتوانی به درآمد ماهانه ی ۱۰۰۰۰ دلار برسی، ولی بیشتر از اینها باید وقت بگذاری و تا چند ماه باید صبر داشته باشی. اگر مایلی انتظارات خودت را پایین بیاوری، میتوانیم صحبت کنیم " .

اگر جواب این چهار سوال مثبت نبود، ایرادی ندارد معنایش این است که مشتری احتمالی به پیگیری بیشتر نیاز دارد تا به آمادگی برسد. قرار پیگیری بعدی را بگذارید و این مراحل را تکرار کنید. این مهارت به

تمرین نیاز دارد. ولی همیشه به دردتان میخورد. اگر مشتری های احتمالی زیادی دارید که مشغول برانداز کردن کار هستند و پا جلو نمیگذارند، این مهارت خیلی به کمکتان می آید.

MLMCENTER.NET