

Sales Call Prep Mission

(English Version)

Preparation:

Clean the background, and tidy up the bed; in my opinion, appropriate Attire: Polo shirt, glasses (from the 2nd meeting onwards), washed face, and calmness

I am capable of carrying out any task they require of me. I am a strategic partner who not only highlights problems but also solves them, leading them to their "Dream State."

I am the right person with the capability to solve the issues they encounter. Somehow, I will manage to demonstrate myself as the key to their success.

Body Language: upright posture, calm demeanor, minimal hand movement, no face covering, no laughing, no showing fear, doubt, etc.

Knowledge Questions:

Good morning, I am ..., the person you have been in contact with via mail/dm/... - how is your day going?

(compliment on attire/background if appropriate)

Brief explanation of what will be done in this call: explain that as a Copywriter, seen as a strategic partner in their business, I need to analyze the current situation thoroughly - what we are facing, our goals; identify the current problem to provide a "prescription then."

Situation Questions:

Questions designed to delve deeper into their business and what they have done. You should already know based on the research you've conducted, but having input from a business fully immersed in the sector will help frame the situation more accurately:

What is the main goal of the business that you aim to achieve within a certain timeframe (3 months/6 months/1 year)?

Who is our "Target Market": the individuals we are seeking as potential clients?

Are we capturing the right people, or is it possible that after a meeting, they are not the suitable ones? (Target Market issue) => advertising problem

Problem Questions:

At this point, we understand their current situation and where they want to go: why haven't they reached that point yet? We need to identify the current "Roadblock" hindering goal achievement:

What do you believe is the obstacle preventing progress in your business?

Do you think you are doing a good job resolving it?

(especially) Do you think that is the current problem? (ask based on the answer to the previous question)

If they believe they are doing an excellent job overcoming this hypothetical "block," but the results don't change, it's likely the wrong problem.

Implication Questions:

These specific questions highlight the consequences of solving or not solving the problem. They will start to look into the future and imagine the outcomes of that problem:

Suppose we manage to overcome this problem. How do you think the situation will improve in your favor? What areas of your business do you think will benefit from this solution?

Now, try to envision how your business might evolve in the months/years if you never overcome this problem (a somewhat risky question, but useful for addressing the fear of not overcoming the problem).

Needs/Payoff Questions:

Only a few of these questions (1 or a maximum of 2) are necessary to give them a monetary value for how significant the problem is. The number is crucial to shift their mindset towards considering greater revenue rather than settling for their current state. (These questions will also aid in pricing, as you'll be paid based on the value you bring rather than an hourly rate).

If we manage to overcome the problem and bring more people/the right ones/... to make purchases, how much revenue would it bring to your company?

What value will it bring to your company over time (3 months/6 months/1 year)?

Discovery Project:

First and foremost, it's essential to provide a well-crafted (yet detailed) summary of the call thus far. Highlight the primary objective and the involved individuals, the problem blocking them from achieving their "Dream State," demonstrate the current benefit of overcoming this

problem, and, most importantly, show the consequences of overcoming or not overcoming the problem. Finally, reiterate the monetary value of problem resolution.

At this point, explain that since you've just acquainted yourselves, a small part of this project will be undertaken and presented to better understand each other's working methods and determine if you are "compatible" professionally. If this initial step is successfully completed and both parties agree to continue the project, you'll proceed.

This statement implies that you won't propose an expensive plan from the start, building credibility, especially if you lack social proof. It sets expectations at a more accessible level.

This small "Discovery Project" can be incredibly useful if successfully concluded. If they gladly accept it after your proposal and agree to continue collaborating, their trust in you and your potential will significantly increase. Subsequently, you can offer better prices for future projects.

Pricing:

The price will be considerably reduced since the project will be small. Based on the benefits this project will provide, payment will be adjusted accordingly: \$10,000 in profit (gross) => \$1,000 price; \$3,000 in profit (gross) => \$300 price; ...

You don't want to be paid for the time you work but for the value you deliver.

Ensure that the price you offer aligns with their expectations. The Needs/Payoff Questions should have given them an idea of this potential revenue. If they're still uncertain, estimate potential earnings: take the product and imagine selling it 3/5/10 times more due to your involvement and set the price accordingly (usually 10% is reasonable).

In the "Discovery Project," request a small upfront payment, but most importantly, collect it ALL AT THE END. As they don't know you and lack proof of your partnership's excellence, they won't pay an upfront fee. In the initial collaboration, payment should be collected at the end, contingent upon their satisfaction with the work done (which won't be overly complicated or time-consuming). You can say:

"I'll do it for free, and when we try launching it and see the desired results, you can pay me.

If we don't see results and you're not happy with the work, you don't have to pay me anything."

As a first approach, this is fantastic, as it empowers them with decision-making authority, and they won't have to pay anything until they're ready.

For future projects with them, you can request 50% upfront and 50% upon completion for individual tasks (Chat-Bot/Landing Page/...). If they are ongoing tasks (newsletter maintenance,...), you can set a monthly fee.

Handling Objections:

If the work has been done well, there shouldn't be many objections. If there are any, prepare before the call and review your notes.

Sales Call Prep Mission

(Italian Version)

Preparazione:

Background pulito, mettere in ordine il letto; a mio parere appropriato
Vestiti: Polo, occhiali (dal 2° meeting in poi), lavata di faccia e tranquillità

Io sono capace di svolgere qualsiasi attività loro mi richiedano, sono un partner strategico che (non solo mette alla luce i problemi, ma anche) risolve i problemi che li porteranno al loro "Dream State";

Sono la persona giusta e capace di risolvere i problemi che loro incontrano, in qualche modo riuscirò a mostrarmi come la chiave per il loro successo.

Body Language: postura eretta, calma, non muovere troppo le mani e non coprire il viso, non ridere, non mostrare paura, sfiducia, ecc...

Domande di Conoscenza:

Buongiorno, sono ..., il ragazzo con cui vi siete sentito via mail/dm/... ,
- come sta andando la giornata
- (complimento a vestiti/background se è la situazione)

Piccola spiegazione su quello che si farà in questa call: spiegare che come Copywriter, che nel loro business appare come un partner strategico, ho bisogno di analizzare al meglio possibile la situazione attuale, che cosa stiamo affrontando, i nostri obiettivi; identificare l'attuale problema, per poi fare una "prescrizione".

Situation Questions:

Domande che servono a conoscere più a fondo il loro business e che cosa hanno fatto, dovresti saperne già in base alle ricerche che hai svolto, ma con l'aiuto di un business interamente nel settore sarà più facile inquadrare la giusta situazione:

- Qual'è l'obiettivo principale del business che vorrebbe raggiungere in un certo arco di tempo (3 mesi/ 6 mesi/ 1 anno);
- Qual'è il nostro "*Target Market*": chi sono le persone che stiamo cercando come possibili clienti;
- Stiamo riuscendo a catturare le giuste persone, o capita che dopo un meeting non siano quelle adatte? (problema con il Target Market) => problema con l'advertising

Problem Questions:

A questo punto sappiamo la loro attuale situazione e sappiamo dove vogliono arrivare: perchè non ci è ancora arrivato?

Dobbiamo trovare l'attuale "Roadblock" che impedisce il raggiungimento dell'obiettivo:

- Quale pensi sia il blocco che ti impedisce di avanzare con il tuo business?
- Pensi di star facendo un buon lavoro nel risolverlo?
- (e soprattutto) pensi che quello sia l'attuale problema? (domanda posta in base alla risposta della domanda precedente).

Se pensa di svolgere un ottimo lavoro nel superare questo ipotetico “blocco”, ma i risultati non cambiano, probabilmente è il problema sbagliato.

Implication Questions:

Queste specifiche domande mostrano al business quali siano le conseguenze nel risolvere il problema, oppure nel NON risolverlo: Inizieranno a guardare al futuro e immagineranno quali saranno le conseguenze di quel problema:

- Mettiamo caso che riusciamo a superare questo problema, come pensi che la situazione migliorerà in tuo favore? quali aree del tuo business pensi che beneficino da questo superamento?
- Ora prova ad immaginare come possa evolversi il tuo business nei mesi/anni se non supererai mai questo problema; (domanda un po' pericolosa ma molto utile per mettere sul piano anche il rischio del non-superamento (fearness).

Needs/Payoff Questions:

In queste domande ne bastano veramente poche (1, max. 2) che darà a loro un valore monetario di quanto importante sia quel problema:

Il numero è importante per far cambiare il modo di pensare a loro, e farli pensare più ad un maggior ricavo piuttosto che all'accontentarsi del loro stato attuale.

(queste domande aiuteranno poi nel “pricing”, in quanto verrai pagato in base al valore che porti piuttosto che al rateo per email).

- Se riusciamo a superare il problema, e porteremo più persone/quelle giuste/.... a comprare, quanto ricavo porterebbe alla tua azienda?

- Quanto valore porterà alla tua azienda nel tempo (3 mesi/ 6 mesi/ 1 anno)?

Discovery Project:

Prima di tutto è importante fornire un riassunto ben fatto (ma anche dettagliato) della call fino ad ora, mostrare il principale obiettivo e le persone interessate, il problema che sta bloccando loro nel raggiungere il loro "Dream State", mostriamo quale sia l'attuale beneficio dal superamento di questo problema, e mostriamo soprattutto quali saranno le conseguenze se superiamo/ NON superiamo il problema; Infine replichiamo quale sia il valore monetario del superamento del problema.

A questo punto si spiega che, essendoci appena conosciuti, faremo una piccola parte di questo progetto che sarà poi presentato: con lo scopo di conoscersi meglio, capire come lavoriamo e soprattutto vedere se siamo "compatibili" lavorativamente: se questo primo step riusciamo a superarlo con successo e siamo ancora tutti e due d'accordo nel continuare il progetto, andremo avanti con esso.

Con questa affermazione gli fai capire che non gli proporrà un piano da 5k rendendoti quasi impossibile da crederci, soprattutto se non hai "social proof" dalla tua parte, abbassi l'aspettativa e rendi più alla mano l'offerta.

Questo piccolo "Discovery Project" sarà molto utile se riuscirai a concluderlo con successo: se dopo averlo proposto loro lo accetteranno volentieri e saranno d'accordo nel continuare la

collaborazione la loro fiducia in te e nel tuo potenziale aumenteranno a dismisura, e potrai così fare miglior prezzi per i prossimi progetti.

Prezzo:

Il prezzo sarà molto ridotto, in quanto il progetto sarà molto piccolo: in base al beneficio che questo progetto porterà, si verrà pagati di conseguenza: 10k di profit (lordo) => 1k di prezzo; 3k di profit (lordo) => 300\$ prezzo; ...

Non vuoi essere pagato per il tempo che lavori, ma per il valore che provvedi.

Vuoi assicurarti che il prezzo che provvedi sia in linea con le loro aspettative: le Needs/payoff Questions dovrebbero aver dato un'idea su quanto possa essere questo ricavo;

se si è ancora in dubbio, si fa una stima di quanto possa guadagnare: prendiamo il prodotto e immaginiamo che lo venda 3/5/10 volte grazie a noi, e mettiamo il prezzo in base a quello (di solito il 10% è buono).

Nel "Discovery Project" si chiede una piccola parte di soldi, e soprattutto TUTTA ALLA FINE: se non ci conoscono, e non abbiamo delle prove che siamo degli ottimi partner, non ci pagheranno mai una quota iniziale: nella prima collaborazione bisognerà farsi pagare alla fine e se loro saranno soddisfatti del lavoro svolto (il lavoro non sarà complicatissimo e non richiederà tantissimo tempo) Si dirà:

"lo lo svolgo gratis, poi quando proveremo a lanciarlo e vedremo i risultati richiesti allora mi pagherai.

Se non vedremo i risultati e non sarai contento del lavoro non dovrai pagarmi niente".

Come primo approccio è fantastico, in quanto li metti in una posizione di completa decisionalità, e soprattutto non dovranno pagare nulla finché loro non lo vorranno.

In futuri progetti con loro si potrà essere pagati 50% ad inizio lavori e 50% a fine, se sono lavori singoli (Chat-Bot/ Landing Page/..); se invece saranno lavori di "mantenimento": mantenimento della newsletter,) si verrà pagati una quota mensile.

Come gestire le obiezioni:

Se il lavoro è stato fatto bene, non dovrebbero essercene molte, se ce ne sono, prepararsi prima della chiamata e ripassare gli appunti.