

Ads - Landing Page For Your Ads

Source:

ADS - Landing Page For Your Ads

Subject:

Most businesses throw away money because what they say doesn't trigger their perfect customer

Working title / Headline:

Selling To Your Clients Without Selling

General Idea / structure: Sales people are annoying, people hate being sold to, but they absolutely love to buy. So the whole classic sales routines such as handling 341 objections and forcing to client into a yes is bs. Why would you have to handle objections if you are selling a product that actually benefits the client? And besides, a man convinced against his own will is of the same opinion still. The thing is what works is specialisation. So by that I mean instead of pitching your stuff, and trying to push down your shit on people's throat who might not even need it, it makes a lot more sense to ask questions, figure their situation out, see if they would even be a great fit and lastly something revolutinizing... If they aren't, you thank them for their time and leave them alone. This way you save time, energy, and make more money because you have more time talking to the right people...

Selling To Your Clients Without Selling

One of the most annoying things in this world are salespeople, who are constantly trying to sell you things you don't need.

Now this doesn't mean that every salesperson's like this, and that there's nobody doing great sales. In fact, I really appreciate it when a salesperson does great at their job, because the whole idea of sales is fulfilling a need or desire that someone already has, with the belief that the sale benefits the buyer more than the seller.

Now with this being said I can completely understand why sales has that sleazy, annoying reputation.

But **your** selling doesn't have to be like this, you CAN sell without being annoying or forcing people into a "yes".

In the next 2 minutes I'll tell you exactly how to do that.

Sell Without Being Annoying

Now in most sales movies such as The Wolf Of Wall Street, Glengarry Glen Ross, Moneyball etc. the idea is that salesmen are manipulative sociopaths.

I'm sure you've all seen the movies where they defeat the "Let me talk to my wife first" objections, alongside 200 other objections. All these "yes funnels" and "classic sales" stuff is something I never liked.

And if you think about it... it makes absolutely **zero** sense. If you're selling a product or service that is truly beneficial to the customer, you don't have to try getting your point across, argue or defeat objections.

It's like trying to sell a bottle of water in the middle of the Sahara Desert to the person who hasn't drank for two days.

You are moving them towards a **positive** outcome in their life.

The problem is that you are providing something that moves the right people towards a positive outcome, but you're wasting your time trying to sell to the wrong people.

The Sales Approach That Reshaped My Success

My marketing mentor Professor Arno had a saying that goes something like:

"People love to buy, they hate being sold to."

Instead of doing my pitch, I started to: ask questions, get to know their situation, qualify them and figure out if they'd be a good fit for my offer.

Which means that when I held the customer's desires/wants/needs above my own, I actually got to see if the offer even benefits them in the first place.

And, guess what, if it looks like we're not going to be a great fit...?

I'll thank them for their time and leave them alone.

This is the thing that made me stand out from other salesmen, because no one else would ever do this.

And it also:

- 1) Saved me hours and hours and hours of time.
- 2) Saved me untold amounts of frustration, stress and tension.
- 3) Allowed me to use much more time talking to prospects that were a good match.

4) Allowed me to maintain my professional and abundant frame.

Selling is a trillion times easier if you come from this angle.

Ask questions to find out what their problem is.

Tell them what your solution could do for them.

Ask if they want that.

Try it out for yourself if you want to “Sell Without Selling”

Talk soon,

Viktor

Eladás, Eladás “Nélkül”

Itthon a “sales”-nek sajnos távoli múltba visszanyúló aljas, idegesítő és rossz híre van.

A “sales” lényege, hogy egy olyan igényt vagy szükségletet elégítsen ki, ami valakinek már alapból megvan az érdeklődőben. Mindezt azzal a meggyőződéssel, hogy az eladásból a vevőnek nagyobb haszna származik, mint az eladónak.

Tehát, hogyan adj el te anélkül, hogy aljas vagy idegesítő lennél, vagy belekényszerítenéd az embereket egy „igen”-be.

A következő 2 percben megmutatom pontosan, hogyan legyél te az első értékesítő akit imádni fognak az ügyfelek és vásárlók.

Ne Legyél Idegesítő

A legtöbb saleses filmben mint például: A Wall Street farkasa, Glengarry Glen Ross, Moneyball stb. az az elképzelés, hogy az sales-ben dolgozók manipulatív szociopaták.

Biztos vagyok benne, hogy láttátok már azokat filmeket, ahol 200 különféle kifogás mellett még a „*Hadd beszéljek előbb a feleségemmel*” ellenvetést is legyőzik. Ezeket az „*igen-utcákat*” és a „*klasszikus sales*” dolgokat sosem szerettem.

Plusz ha belegondolsz... nincs is semmi értelme.

Ha egy olyan terméket vagy szolgáltatást árusítasz, ami valóban hasznos az ügyfél/vásárló számára, akkor nem kell próbálkoznod az érveid megértetésével, nem kell veszekedned vagy ellenvetések legyőznöd.

Ez olyan, mintha a sivatag közepén egy palack vizet próbálnánk eladni annak, aki már két napja egy kortyot sem ivott.

Egy pozitív végkifejlet irányába mozdítod őket.

A **probléma** az az, hogy olyasmit kínálsz, ami az arra megfelelő embereket tényleg pozitív irányba vinné, viszont te azzal vagy elfoglalva, hogy "rossz", azaz arra nem megfelelő embereknek próbálsz eladni.

A Sales Megközelítés, Ami Átformálta a Sikeremet.

A marketinges mentoromnak, **Arno**-nak volt egy mondása, ami valahogy így hangzott:

„Az emberek imádnak vásárolni, de utálják, ha eladnak nekik”

Ahelyett, hogy az eladásra fókuszáltam volna, elkezdtem inkább kérdezősködni...

Megismerni a helyzetüket, kvalifikálni őket, megnézni, hogy egyáltalán megfelelő lenne-e nekik az én ajánlatom, stb.

Ez azt jelentette, hogy amikor az ügyfél szükségleteit/vágyait/kívánságait/ a sajátjaim fölé helyeztem, akkor tudtam valójábanátlátni, hogy az ajánlat hasznos lenne-e egyáltalán számukra.

És képzelj, ha úgy tűnt, hogy nem lenne számukra kifizetődő az ajánlatom...?

Megköszöntem az idejüket, és elköszöntem tőlük.

Ez az, ami **teljesen** elhatárolt a többi sales-es közül, mert ezt senki más nem merte ezt megcsinálni.

És mit nyertem ezzel?

- Órákat és órákat spóroltam meg.
- Mérhetetlen mennyiségű frusztrációtól, stressztől és feszültségtől kíméltem meg magam.
- Lehetővé tette, hogy sokkal több időt fordítsak olyan ügyfelekkel beszélgetni és nekik segíteni, akiknek relevánsak és hasznosak a szolgáltatásaim.
- Lehetővé tette számomra, hogy megőrizsem a profi imagemet.

Százsor könnyebb úgy eladni, hogy ebből az irányból közelíted meg.

- Tegyéél fel kérdéseket - tudd meg mi a problémájuk.
- Mutasd meg nekik, hogy mi a te megoldásod - hogyan segítené az **Ő helyzetüket**..
- Kérdezd meg, hogy van-e erre igényük. - megfelelő lenne-e nekik ez a megoldás

Próbáld ki ezt, ha zökkenőmentesen akarsz eladni, megfelelő vevőknek.

Beszélünk hamarosan,

Viktor

Viktory. Marketing

WIIFM

Source:

Arno About - WIIFM

Subject:

Most businesses are coming at sales from a completely wrong perspective and by making everything client based they will excel.

Working title / Headline: Perfects Customers On Autopilot

General Idea / Structure: There is an approach we tend to take in life, which is looking at things from the perspective of what's in it for us. Why would I do xyz, why should I go to abc, what's in that for me, how does that benefit me. Now this approach in the business world is a exactly the same. The person selling something is thinking about what's in it for them and the customer buying from that seller has what's in it for them in their mind as well. YOU can take advantage of this by flipping it the other way around and think about what is in service/product for my customer? This shift in your perspective will massively increase your business life for the better.

Attention : There is one simple perspective shift anyone can make that if implemented correctly, focusing on the client and their wants and needs will skyrocket your sales.

Interest : Everybody, including you and me, is going through their everyday life doing what is beneficial to them. 95% of the time they are thinking about what's in it for them. They drink that coffee because, they eat this because, they do that because, so the pattern is we do things because it's what we feel has something in it for us.

Desire : Now we all want to win our perfect clients and do business with them as much as possible. The thing is, they are people just like us, and they go through their days just like us. The same question echoes in their heads: "What's in this for me?" But why does this matter? We can easily get our customer if we just propose the idea/product/service in a way of highlighting what's in it for them. This concept is so simple yet not many people seem to be taking advantage of it. Just for a quick sidenote: Asked dad about WIIFM, never heard of WIIFM.

Perfects Customers On Autopilot

Today I'm going to be sharing with you an insanely simple but extremely powerful **sales/marketing/business** approach that barely anyone is taking advantage of. This is the formula that allows YOU to stand out and win your perfect customers.

This will not only allow you to attract more of these customers and filter out those who are not, but will also help you excel in your personal/everyday life.

The Approach Of Customers And Businesses

Us humans, we are very simple creatures and tend to do most things in life based on a very foundational approach. We go to xyz because... we eat this because... we do that because... at that moment, we feel that is what's **best** for us.

Therefore whenever we're puzzled with a question/situation/problem the first thing that bubbles up in our mind is, what's in this for me? What could be potentially good or bad about this for ME?

This is not bad nor good, but a fact.

Every business owner has this motive in their mind. And the customer buying from them is no different.

I once asked my father, who has been in sales for 30+ years, ran multiple companies, held hundreds and hundreds of sales presentations and is now the founder, CEO and Head of Sales of his own company, about the "WII FM Radio Station".

He looked at me just as confused as you are looking at this article right now, and said he has no idea what I'm talking about.

I explained to him that every person he is selling to is listening to the same Radio Station the WII FM - What's In It For Me. All of his customers are buying from him because they have their own WIIFM's in mind and are acting accordingly to that.

See, there are concepts even the old school sales guys never heard about...

Good News

We all want to attract perfect customers, with whom we can do great business, but how do we do that?

Good news is that these "perfect customers" we are trying to reach, they are just PEOPLE too. They go through their days and weeks just like we do. They have the exact same "What's in it for me?" mindset.

By taking their approach we can shift our way of selling in their direction.

The Simple Shift For YOUR Success

By now you can probably guess what I'm about to say, but I'll tell you anyway. You should focus on highlighting the aspects of the offer that benefits the customer. That nurtures their wants/desires/needs.

Now you might be thinking: How do I know what these people want?

This is the most important part and the foundation of this principle...

You DON'T start by trying to sell whatever you have to offer, but instead you start asking QUESTIONS.

- Asking questions about their situation and needs
- Qualifying them for your offer
- Figuring out if you are even a good fit

Not everyone is your perfect customer, but if you stop wasting time on people who aren't and instead start focusing on the people who ARE, you will:

- Save hours and days and weeks of your time
- Make even more money
- Save yourself from a lot of stress, frustration and tension

Now that sounds a lot better than just trying to get everyone say yes to your offer.

It's funny but this one simple approach of focusing on the **WIIFM** factor will allow you to dominate in whatever industry you are in.

Try out for yourself and I guarantee you, you will see the difference.

Talk soon,

Viktor

Tökéletes Ügyfelek Autópilótán

Ma meg fogok veletek osztani egy borzasztóan egyszerű, de rendkívül hatékony értékesítési/marketing/üzleti megközelítést, ami félelmetesen kihasználatlan manapság. Ez az a képlet, amely lehetővé teszi, hogy kitűnj és elnyerd a tökéletes ügyfeleidet/vásárlóidat.

Nem csak azt teszi lehetővé, hogy több ilyen ügyfelet szerezz és kiszúrd azokat, akik nem azok, hanem még a magánéletben is rendkívül hasznos lehet számodra.

Vágjunk is bele!

Ügyfelek és Vállalkozások Hozzáállása

Mi, emberek, egyszerű teremtmények vagyunk, és hajlamosak vagyunk a legtöbbször egy nagyon alapvető megközelítés alapján cselekedni. Azért megyünk x-be, mert... azért esszük y-t, mert... azért tesszük z-t, mert...

abban a pillanatban azt tartjuk számunkra a legjobb opciónak.

Ezért amikor egy kérdéssel/helyzettel/problémával szembesülünk, az első dolog, ami felbukkan az agyunkban, hogy:

“Mi hasznom van nekem ebből”?

Mi lehet ebben jó vagy rossz ebben **nekem**?

Ez nem egy rossz vagy jó dolog, szimplán egy tény.

Minden vállalkozónak ez jár a fejében és a tőlük vásárló ügyfélnek sem jár más.

Egyszer megkérdeztem Édesapámat, aki több mint 30 éve dolgozik az sales-ben, több céget vezetett, több száz sales előadást tartott, és most saját cégének vezérigazgatója és értékesítési vezetője, hogy hallott-e már a „WII FM rádióról”.

Épp olyan értetlenül nézett rám, mint ahogyan most te nézed ezt a cikket. Azt mondta, hogy fogalma sincs, miről beszélek.

Elmagyaráztam neki, hogy minden ember, akinek elad vagy el akar adni, ugyanazt a rádiót hallgatja; a WII FM-et - “What's In It For Me” (Mi Hasznom Van Nekem Ebből).

Minden vásárlója aki tőle vásárol a saját WII FM-jét tartja szem előtt, és ennek megfelelően cselekszik.

Látod, vannak olyan dolgok is, amikről még a “old-school” sales-ek sem hallottak...

Jó Hír

Mindannyian tökéletes ügyfeleket szeretnénk, akikkel nagyszerű üzletek köthetünk, és sikeresen együtt dolgozhatunk, de hogyan is tegyük meg ezt?

A jó hír az, hogy ezek a „tökéletes ügyfelek”, akiket próbálunk elérni, ugyanúgy emberek mint mi. Ugyanúgy élnek meg a napjaikat és a heteiket, mint mi. Pontosan ugyanaz a „Mi hasznom van ebből?” gondolkodásmód jellemzi őket.

A szükségleteiket szem előtt tartva az irányukba kormányozhatjuk az sales taktikákat.

Egyszerű és Fontos Változás

Mostanra már valószínűleg kitaláltad, hogy mit fogok mondani, de azért elmondom.

Az ajánlatod azon részeinek kiemelésére kell koncentrálnod, amelyek annak az ügyfél egyedi helyzetét pozitív irányba vinnék.

Most talán arra gondolsz, hogy: *“Honnan tudhatom, hogy mi kell ezeknek az emberek?”*

Ez a legfontosabb része és alapja ennek az elvnek...

NEM azzal kezded, hogy megpróbálsz eladni, hanem azzal, hogy KÉRDÉSEKET teszel fel.

- Kérdéseket teszel fel a **helyzetükről** és az **igényeikről**.
- Kvalifikálsz őket az **ajánlatodra**.
- Feltérképezed, hogy **illenek-e** egyáltalán a szolgáltatásodhoz.

Nem mindenki lesz “tökéletes ügyfél”, de ha nem pazarlod az idődet azokra akik nem azok, és helyette inkább azokra koncentrálsz akik igen, akkor:

- Órákat, napokat és heteket spórolsz meg az idődből
- Még több pénzt kereshetsz
- Rengeteg stressztől, frusztrációtól és feszültségtől szabadulhatsz meg.

Sokkal jobban hangzik, mintha csak megpróbálnál **mindenkit** rávenni, hogy igent mondjon az ajánlatodra.

Vicces, de ez az egyszerű megközelítés, hogy a vevő szükségleteire koncentrálsz, lehetővé teszi számodra, hogy kitűnj a versenytársaid közül.

Próbáld ki magad, és garantálom, hogy látni fogod a különbséget.

Hamarosan beszélünk,

Viktor

Viktory. Marketing