CO LUDZIE
POWIEDZĄ

Jak sprawić, by **klienci kupowali**

#biznes

#biznes

Czołem!

Jeśli zamierzasz właśnie przeczytać ten dokument, to znaczy, że jesteś przedsiębiorcą. Lub zamierzasz nim zostać.

Składam na twoje ręce listę zasad i porad, które od wielu lat przyświecają mi na mojej biznesowej drodze nauczania języka angielskiego. Dzięki nim zbudowałem od zera lokalną firmę osiągającą rok w rok 5-cio i 6-cio cyfrowe przychody w dość trudnej i bardzo konkurencyjnej branży, w której większość podmiotów walczy o klienta ceną, coraz bardziej psując rynek.

Zapoznając się z poniższymi kategoriami, poświęć każdemu punktowi przynajmniej kilka minut na zastanowienie się:

A czy już to robisz?

B jeśli jeszcze tego nie robisz, to jak mógłbyś zacząć to robić?

Wiele przykładów, jakie tutaj znajdziesz odnosi się do branży, w której działam - nauczania języka angielskiego klientów prywatnych oraz firmowych, ale gwarantuję Ci, że zasady, którymi się kieruję, są na tyle uniwersalne, że z powodzeniem zastosujesz je również u siebie.

Powodzenia!

Arek Mikrut

Szkoła języka angielskiego Co Ludzie Powiedzą

01
RACHUNEK SUMIENIA

1. Co twój produkt daje klientowi? Jakie korzyści będzie miał z jego zakupu? Sporządź możliwie jak najdokładniejszą listę.

> **PRO TIP:**
> Skoncentruj się na potrzebach klienta - wejdź w jego buty.

2. Jakie podstawowe pragnienia zaspokaja twój produkt?

   W *Tested Salesmanship*, Elmer Wheeler wymienia następujące pragnienia:
   - Bycie kimś ważnym, zdobycie wyższego statusu
   - Uznanie
   - Akceptacja
   - Wygoda (oszczędność czasu, łatwość osiągnięcia celu, uniknięcie wysiłku)
   - Sukces (pieniądze, bezpieczeństwo, lepsza emerytura, lepszy samochód, itp)

3. Czy wiesz, czego poszukuje twój potencjalny klient? Zacznij mówić do niego jego własnym językiem. Obserwuj grupy na FB i udzielaj się w nich. Wykorzystaj Wykop, Reddit.

> **PRO TIP:**
> Zwróć uwagę na to:
> a) Na co skarżą się klienci
> b) Jakie pytania zadają na grupach/forach
> c) Z czym mają problemy

4. Jak opisujesz i pozycjonujesz swój produkt lub usługę (nie chodzi mi o SEO, ale bardziej segment rynku - kto jest twoim klientem? Rodzice z małymi dziećmi, czy może programista-cyfrowy nomad? Czy twój produkt jest dla mas, czy dla wybranych?)

> **PRO TIP:**
> Przeanalizuj narrację w reklamach dużych samochodów rodzinnych i luksusowych aut sportowych. Czym się różnią? Jakim językiem są pisane? Do kogo zwraca się narrator? Jak jest postrzegany SUV Lamborghini, a jak Hyundaia? To, w jaki sposób opisujesz swój produkt lub usługę przygotowuje grunt do jego percepcji przez potencjalnych klientów.

5. Czy zadbałeś o pozytywne opinie/recenzje?
   Pamiętaj, że aby dokonać zakupu, potencjalny klient musi postrzegać produkt jako dobry i musi być przekonany, że dzięki produktowi osiągnie zamierzony efekt. I to wszystko odbywa się na długo przed zakupem!

PRO TIP:

Pamiętaj przy tym jednak, że nie chodzi o to, że twój produkt jest super, czy że twoja firma jest super. Chodzi o to, że to KLIENT stał się super po użyciu produktu. Przykład - „Mój kurs angielskiego jest super, bo dużo się na nim mówi" vs. „Po moim kursie angielskiego będziesz mógł swobodnie rozmawiać na każdy temat".
Ludzie nie kupują tego, co chcą sprzedać sprzedawcy. Ludzie kupują to, co mogą dzięki produktowi/usłudze osiągnąć (patrz punkt 2).

6. **Postaw się na miejscu swojego klienta i napisz idealną recenzję swojego produktu biorąc pod uwagę to, co udało Ci się dzięki niemu osiągnąć.**
   Nie myśl o tym, jak (twój) produkt wypadnie w oczach innych. Mów o sobie i o swoich rezultatach.

7. **Zrób listę rzeczy, których twój klient nie mógł osiągnąć i co udało mu się osiągnąć dzięki twojemu produktowi.**

8. **Zdefiniuj ostateczny cel twojego Klienta.**
   Osobiście mam problemy z hodowaniem kwiatków. Zawsze przeleję lub ususzę. Zakupiłem takie urządzenie komunikujące się ze smartfonem, które wsadzasz w doniczkę i pokazuje ci co kwiatkowi potrzeba - nawóz, więcej wody, więcej światła, mniej wody, itp. Nie chcę być najlepszym na świecie pro-użytkownikiem tego urządzenia. Chcę mieć kwiatki, które nie zwiędną po miesiącu. Po co? Bo ładnie wyglądają i oczyszczają powietrze.
   Klient nie chce być mistrzem w używaniu twojego produktu. On chce być mistrzem w tym, co mu twój produkt pomoże robić, czyli - w moim przypadku - chcę być kwiatkowym mistrzem w swoim własnym domu (a tak naprawdę wystarczy mi to, żeby nie uschły po miesiącu ;)).

02
JAK ROZMAWIAĆ Z KLIENTAMI?

1. **Zwracaj się do klientów osobiście - dużo lepszą więź stworzysz adresując maile w stylu „Cześć Darku", niż „Mój drogi przyjacielu" :)**

2. **Pisząc e-maile czy posty, odnoś się do zainteresowań klienta lub tego, czym się zajmuje. Np. możesz stworzyć post przeznaczony tylko dla osób pracujących w IT.**

3. **Świadomie obniż swój status.**
   Nie wymądrzaj się, ale jednocześnie pozostań ekspertem w swojej dziedzinie. Twoi klienci będą się czuli lepiej w Twoim towarzystwie. Deprecjonuj siebie, a nie klienta - możesz na przykład opowiedzieć trochę żenującą historię związaną z Twoim produktem, dzięki czemu pokażesz bardziej „ludzką twarz". ***Ludzie lubią kupować od ludzi, których lubią*** :)

4 **Dowiedz się, jakie są przekonania twoich klientów w danym momencie w związku z branżą, w której działasz.**
Zgódź się z nimi i nie sprzeczaj się z klientem! Stara zasada „klient ma zawsze rację" pasuje tutaj idealnie, mimo, że klient wcale tej racji mieć nie musi. Gdy już poznasz te przekonania, powiąż je z twoim produktem. Klient uważa, że szkoły językowe są horrendalnie drogie i idą tylko na „masówkę"? Przytaknij. A potem pokaż, że u Ciebie jest inaczej i z czego wynika cena.

PRO TIP:
Buduj więź z klientem przyznając mu rację - ludzie nie lubią czuć się samotni, chcą wiedzieć, że gdzieś na świecie jest ktoś, z kim mają wspólnego wroga - na przykład blokadę językową. Chcą, żebyś stanął po ich stronie.

5 **Przedstaw opowieść o tym, jak udało Ci się pokonać problem klienta.**
Opowiedz historię, z którą twój potencjalny klient będzie mógł się utożsamić.

PRO TIP:
Stosuj przy tym metafory i nieoczywiste porównania - wówczas klient automatycznie doświadczy tego, co opisujesz. Zamiast „bazgrał jak kura pazurem" napisz „pisał niczym lekarz w pośpiechu wypisujący receptę"

6 **Nie zadawaj klientowi pytań - zamiast tego, formułuj zdania twierdzące.**
Dzięki temu wyczujesz, czy klient chce wdać się w dyskusję. Dopiero wtedy - zacznij zadawać pytania.

7 **W rozmowach twarzą w twarz, delikatnie naśladuj mowę ciała, ton głosu i tempo wypowiedzi klienta.**

8 **Stawiaj otwarte pytania - żeby odpowiedź nie zamykała się tylko na tak/nie.**
Na przykład, zamiast pytać „znasz angielski?" „Tak/Nie", zapytaj „Jak opisałbyś swoją znajomość angielskiego?"

9 **Pytaj „który wolisz", a nie „co myślisz".**
Dzięki temu sugerujesz klientowi, że już podjął decyzję. Na przykład, zamiast pytać „który kurs angielskiego uważasz, że byłby dla Ciebie odpowiedni", pytaj „Wolisz kurs gramatyczny, czy konwersacyjny"?

10 **Zadaj klientowi pytanie, na które nie zna odpowiedzi.**
Na przykład: „Czy wiesz ile więcej zarabiają osoby deklarujące zaawansowaną znajomość języka angielskiego?" Dzięki temu zainteresujesz go i otworzysz niebanalną dyskusję.

03

NIE BĄDŹ DLA WSZYSTKICH. BĄDŹ DLA TYCH, KTÓRZY NA CIEBIE ZASŁUGUJĄ

1. **Zacznij budować wierną rzeszę fanów.**
Dziel się wiedzą, twórz content. Czerp inspiracje od Instagramerów, którzy mają własne marki. Ich fani są im tak wierni, że nawet nie rozważają kupna produktów od kogoś innego. Musisz położyć fundamenty pod to, by ludzie cię znali, lubili cię i ci ufali. Stwórz jedyny w swoim rodzaju ekosystem, w którym klienci będą otrzymywać wyjątkowe doświadczenia i będą wracać po więcej.

2. **Poświęć czas na to, by wyedukować swoich przyszłych klientów.**
Pokaż klientom co robią źle i jak może wyglądać ich życie po osiągnięciu celu.

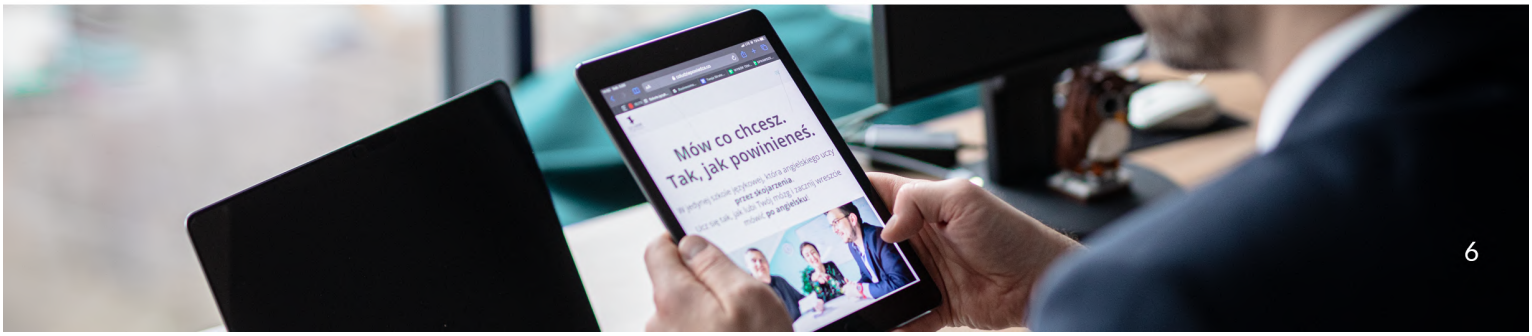
> **PRO TIP:**
> Nie zdradzaj jednak jak dokładnie mogą tego dokonać - jeśli podzielisz się zbyt obszerną wiedzą, to dlaczego klient będzie miał w ogóle od ciebie cokolwiek kupić? Powiesz „co" i sprzedaj „jak".

3. **Ustal swoje moce przerobowe, np. pojemność sal.**
Sekret polega na tym, aby ludzie złożyli więcej zamówień niż liczba dostępnych produktów. Jeśli jest więcej chętnych niż dostępnego produktu - nie będziesz mieć problemu z tym, by wychodzić na plus.

4. **Nie potrzebujesz, aby każdy był twoim klientem.**
Możesz być trenerem personalnym i kasować 2.000 zł za trening. Wtedy wystarczy Ci 10 klientów rocznie. Pokaż klientom, że ty jesteś tylko jeden, a chętnych na twoją usługę jest multum.

5. **Nie mów klientom, czego potrzebują.**
Dowiedz się, czego potrzebują, a potem to stwórz. Zanim stworzysz produkt, czy usługę, poczekaj, aż wystarczająca liczba osób zgłosi zainteresowanie. Stwórz na stronie formularz zgłoszeniowy i ogranicz liczbę dostępnych produktów. Pamiętaj, że liczba potencjalnych klientów, który wyrażą zainteresowanie twoim produtem musi być większa niż liczba dostępnych produktów / twojego czasu.

6. **Wyskakuj z lodówki. W „The Zero Moment of Truth" piszą, że klient potrzebuje średnio 11 interakcji z marką.**
Zapewnij mu je! Ponadto, miej na uwadze, że badania wykazały, że 7h spędzonych z potencjalnym klientem sprawia, że postrzega Cię on jako swojego przyjaciela, a nie po prostu znajomego. Pamiętaj, ***ludzie lubią kupować od ludzi, których lubią!***



TIPS & TRICKS

1 Sygnalizuj nad czym pracujesz. Stopniowo i powoli. Intryguj, uchylaj rąbka tajemnicy.

2 Spraw, by twoi klienci byli gwiazdami twojego show. Przed pandemią w naszej szkole co miesiąc wybieraliśmy Kujona Miesiąca. Zdjęcie wyróżnionej osoby, która w nagrodę otrzymywała kubek z logo szkoły, dumnie wisiało na korytarzu i na szkolnym FB.

3 Organizuj eventy, na które mogą przychodzić tylko twoi klienci. Co 2-3 miesiące organizujemy tematyczne wydarzenia - The Big British Breakfast, Bagpipes and Poetry, etc.

4 Nagrywaj swoich klientów na YT, TT, IG. Niech mówią o sobie, o tym jak twój produkt zmienił ich życie.

5 Zadzwoń do klienta po zakupie. Upewnij się, że jest zadowolony. Buduj relacje!

6 Spraw, by zmiana, której pragnie klient wydawała się cool, była pożądana i interesująca. Jeśli twój produkt zakłada jakieś wyrzeczenia, np. nauka angielskiego, czy schudnięcie, zazwyczaj klient wybierze prostsze rozwiązanie, np. podręcznik z serii „Angielski w tydzień" albo tabletki na odchudzanie. Pamiętaj o tym!

7 Czy masz już swoje mission statement? Zdefiniuj jaka jest twoja filozofia - w co wierzysz? Co wspierasz? Co potępiasz? Nie wszyscy muszą się z tobą zgadzać. Ale wystarczy te kilkadziesiąt/set osób, które nadają w 1000% na tych samych falach, co ty.

8 Odmawiaj klientom! Nigdy nie powinieneś poświęcać swoich standardów tylko po to, by wcisnąć jeszcze jednego klienta. Jak to mówią - kocha, to poczeka!

9 Rób to, co inni. Tylko na odwrót. Poczytaj o Strategii Błękitnego Oceanu.

10 Daj klientowi prostą opcję wycofania się z transakcji, np. możliwość rezygnacji w ciągu 30 dni, gdy produkt nie spełni oczekiwań.

11 Nie mów jak. Powiedz co, a potem sprzedaj jak.

12 Spraw, by za twoim produktem stali ludzie, a nie marka. Ludzie. Porównaj Apple i Coca-Colę. Wiesz kto jest prezesem Apple, prawda? Albo przynajmniej wiesz, kto przez wiele lat nim był. A teraz wymień przynajmniej jednego prezesa Coca-Coli :)

13 Pieniądze na marketing wydawaj na obecnych klientów. Dopiero potem - na potencjalnych. Istniejący zrobią marketing za ciebie.

14 Zrób specjalną edycję produktu - tylko dla wybranych klientów/grupy demograficznej/osób na liście mailingowej, itp.

15 Poświęć swoją przestrzeń w mediach społecznościowych swoim klientom. Poproś ich, by opowiedzieli swoją historię. Możesz też przedstawić case studies wybranych klientów (za ich zgodą!). Ludzie

To by było na tyle!

Mam nadzieję, że w Twojej głowie już rodzą się nowe pomysły jak tu usprawnić swoją firmę i zwiększyć przychody. Trzymam za ciebie kciuki - daj znać jak ci będzie szło!

Jeśli będziesz mieć jakieś pytania, na które będę mógł odpowiedzieć, pisz śmiało: arek@coludziepowiedza.co

Będzie mi również bardzo miło, jeśli zaobserwujesz mnie na jednym z naszych mediów społecznościowych:

- Co Ludzie Powiedzą
- **Grupa:** Angielski przez skojarzenia
- coludziepowiedza.co
- business.coludziepowiedza.co
- angielski.przez.skojarzenia
- linkedin.com/company/6598440/
- coludziepowiedza
- coludziepowiedzaco