

FHL 2020 Amerikából: hogyan tűnj ki a tömegből?

Rendszeresen képzem magam, ott ahol sokkal előrébb járnak mint mi. Mit tanultam Amerikában Russel Brunson-tól aki az értékesítési tölcsérek specialistája? Erről mesélek neked.

* * *

Mosolygós napot kívánok Neked! Ez itt az Imádok Vállalkozni Blog, annak is egy speciális podcast típusú hanganyag kiadása!

Szeretnék Neked beszámolni: múlt héten újra a Star Wars, a Csillagok háborúja földjén voltam az Egyesült Államokban, mégpedig Nashville városában, ahol részt vettem, életemben először, egy ötezer fős online marketing konferencián, amely a Russell Brunson fémjelzte csoporthoz tartozik, ez pedig a **Funnel Hacking Live**.

Évek óta kísérem figyelemmel Russel Brunson munkásságát és tanulok tőle. Az igazi szenialitása ennek a fiatalembernek, hogy az **értékesítési tölcsérek specialistája**. Fú... – kérdezheted: Mit is jelent ez?

Nézzük csak! Az értékesítési tölcsér az, ahogyan egy online digitális felületen az érdeklődőt akármilyen Facebook-hirdetésből, Google Adwordsből, vagy bármilyen offline hirdetésből eljuttatod a honlapodra, ahol bejelentkezik, tehát valamilyen módon el tudod tőle kérni az e-mail címét vagy a keresztnévét, majd szépen végig vezeted őt egy előre megtervezett tölcséren!

- A nagy, általános publikumból először érdeklődővé konvertálod őt, azzal, hogy bevezeted a világodba.
- Utána letölt valamilyen anyagot, ezáltal megadja az e-mail címét.
- Majd te szépen lassan, szisztematikusan ápolod vele a kapcsolatot, egészen addig, amíg vevővé nem válik.

Mondhatod, hogy Attila, figyelj ide, de én nem online bizniszben vagyok... Na, most kapaszkodj meg! Nekem ez óriási felismerés volt! Én már évek óta tudom, hogy ez nagyon jól működik a nem online bizniszek esetében – ez akár lehet egy étterem, kozmetikus, fodrász, fogorvos, vagy bármilyen más szolgáltatást nyújtó biznisz.

Ma, az őrült kommunikációs zajban, amelyben élünk, alapvetően a Facebook, az Instagram vagy bármilyen más közösségi média az, ahol a legkönnyebben utol lehet érni az érdeklődőinket. Azt mondtam: a legkönnyebben. Ugyanakkor benne van az is, hogy óriási a konkurencia zaj. Tehát: **szükséges kitűnnünk!**

Éppen ezért a mai tanításom erről fog szólni: hogy **hogyan tudsz kitűnni az óriási tömegű marketing kommunikációs zajból!**

Én azt gondolom, hogy Magyarországon óriásit fejlődött az online marketing az elmúlt 10-15 évben, de mégis: látván azt a világot, amit a konferencián megtapasztaltam, és azt, ahogy ők kezelik és értik ezt, azt kell, hogy mondjam: VAN HOVA FEJLŐDNI! De, ez jó, mert látjuk, hova fejlődhetünk, mert ők mutatják nekünk az utat. Ők, akik jóval előrébb járnak, mint mi.

Na, de nézzük csak, mit akarok ma tanítani Neked! **Hogy hogyan tudsz kitűnni a tömegből!**

Ennek a kulcsa A SZTORID, A TÖRTÉNETED különlegessége. Talán hallottad már azt a mondást: **az a vállalkozás lesz a győztes, amely a legtöbb pénzt tudja vevőszerzésre elkölteni!** Hát igen, de milyen vevőszerzésre? Fontos különbséget tenni, mert van a

- sima tranzakciós biznissz – azaz megveszik a terméket, és huss
- és az, hogy kialakítasz a vevőddel egy hosszútávú kapcsolatot.

És van itt valami, amit nagyon fontos, hogy memorizálj: **az első vásárlás lehet, hogy nem lesz nyereséges.** De! Egy vevőt vettél, akinek, ha megtervezed az életútját, akkor tudod, hogy az első vásárlás után milyen további hozzáadott értékű ajánlatokat fogsz tudni prezentálni neki, amiből ő vásárol és a végén nálad marad.

Mert tudod: **egy új vevő megszerzése sokkal több idő és költség, mint egy már meglévő vevőnek való értékesítés!**

Azt gondolom, mi emberek ki vagyunk éhezve a mesékre. Ha megnézed a híradásokat, azok is sztoriba vannak ágyazva, amikbe bele tudsz vonódni érzelmileg. A nagy kérdés pedig az: hogyan tudod a történeteket a saját biznisszed, szolgáltatásod pozicionálása során felhasználni?

Nagyon fontos, hogy figyelj arra, milyen típusú történeteket tudsz megosztani.

- Az egyik a Te saját történeted, megélt tapasztalatod vagy a vevőid tapasztalatai.
- A másik pedig a megszerzett tudáselemek.

Kell egy jó sztori, ami leköti az embereket!

Biztosan Te is tapasztaltad már, hogy ottragadsz egy oldalon, ha a címek, a sztorik, a hívókérdések megfognak Téged. Te is ki tudod ezt alakítani! Miről tudsz beszélni? – kérdezheted tőlem. Azt mondom: **mesélj magadról!** Az élményeidről, a kalandjaidról, a bukásaidról.

Én mindig ezt teszem, de én azt is elmondom, hogy mik azok az értékek, amelyek mellett kiállok, amikben hiszek.

- Hiszem azt, hogy Magyarországon is lehet igazán sikeres vállalkozást önerőből felépíteni és sikeresen működtetni.
- Hiszek abban, hogy ami nekem az álmom, hogy Időmilliomos Vállalkozóként éljek, azt más magyar vállalkozók is meg tudják tenni.

Gondold meg: azért vállalkoztunk, hogy szabadok legyünk, hogy azt tegyük, amit akarunk, amikor akarjuk, azokkal, akikkel akarjuk. Ez mind leírja, milyen az Időmilliomos Vállalkozó.

De kérdezheted: miről beszélj még? **A tapasztalataidról, a vágyaidról, a sikereidről!** De beszélj a **kudarcaidról, a kétségeidről** is. Sőt, ha van egy **hobbid, azt is sztorivá tudod alakítani**, amire az emberek figyelni fognak, így ki tudsz tűnni a tömegből!

Nagyon fontos, hogy ne csak a cuccot kommunikáld a vevőid felé, hanem hogy tudd azt az érdekességet adni magadból, amiért érdemes rád figyelni. És meglátod: figyelni fognak rád.

A sztori nélkül viszont senki nem fogja megvenni a termékedet, a szolgáltatásod!

De nagyon fontosak az esettanulmányok, vagy közösségi bizonyítékok is. Mit is jelent ez? Elmondom Neked! Ha a termékednek már vannak sikeres felhasználói, akkor gyűjts tőlük felhasználói véleményt, akár képpel vagy videós formában, és ezt tedd közzé. Nagyon fontos még, hogy el tudd mondani a saját eredettörténeted. Honnan indultál? Hol voltak a nagy áttörések az életedben? Mik voltak a legnagyobb bukásaid, sikereid? Kik a top szakértők a Te üzleti világodban, akiknek a sztorija tudja vonzani az érdeklődőket? De figyeld a napi politikát és bulvárt is, mert lehet, hogy olyat láatsz, amire tudsz reagálni!

Van egy elterjedt mondás: a nagy pénz a nagy listában van. De én pontosítanék: nem a lista méretében van a nagy pénz, hanem a listáddal kialakított kapcsolattartásban. Sokan elfelejtik ezt, bevetik a csalijaikat és megszerzik a vevőt, de ha nem vásárolnak, akkor elfelejtik őket. Azt mondom neked: **légy olyan marketinges, aki hosszútávon gondolkodik!**

Összefoglalom neked, mit hoztam Nashville-ből!

Ma az online marketing világcsúcsát éljük. Mindenre van lehetőségünk. De mindenki másnak is! A fontos az, hogy ki tudj tűnni! Megsúgom Neked a titkot: azt a márkát, brandet, ami a Tiéd, sztorikkal, érzelmekkel kommunikáld, mert arra fog a közönséged rákapni, rárezonálni.

Ne felejtsd el soha: nekünk az a legfontosabb, hogy ha megszereztünk egy vevőt, újra értékesítsünk a számára és elvezessük a tölcsér csúcsáig, ahol egy olyan rajongóklub van, akik **hirdetik a termékünket, szolgáltatásunkat és örömmel adják tovább a nevünket!**