

成約を上げる7つの質問

見込み客には2種類がいます。

1つは、市場内の見込み客。業界の商品を買ったことがある人
そして、もう1つは、市場外の見込み客。業界の商品をまだ買ってない人

同じ見込み客でも、市場内と市場外とでは
抱える悩みや関心事も異なるので、
当然、営業トークも変える必要があります。

そのことを無視し、一色単に営業トークを
行っても、成約が取れることはありません。

では、この2つの営業トークの違
いについて見ていきます。

まず、商談前に聞かなければいけないことがあります。

この質問を行うことで、どちらに
属しているのかが分かるというわけです。

その質問とは、

分かりやすく説明するために、
コンサルを例に試してみています。

例えば、

セミナーに参加し、その後、個別面談を行った
シュチエーションで考えていきます。

この度は、セミナーにご参加いただき
ありがとうございます。

<質問1>

こういったセミナーも参加されるのですか？

<質問2>

ちなみに、コンサルとかつて過去に
受けられた経験はありますか？

この質問をすることで、市場内か
市場外かが分かるということです。

見込み客というのは、

結果にお金を払った経験のある人
2競合他社のお客様

なので、この2つの質問をすることで
この見込み客の2つに該当しているかが
浮き彫りになります。

但し、無料セミナーにしか参加してきていない人でも、
市場内にいる可能性もあるので、必ず、質問2でセミナーに
参加していないという人にも、質問2は行ってください。

では、ここまでくれば、それぞれの
アプローチの違いをみていきます。

=====
市場内の人に対するアプローチ
=====

市場内の人ということは、
業界に入っている人なので、

これまでの取り組みを聞きます。

<質問3>
どんな取り組みをされてきましたか？

<質問4>
それは上手いっていますか？

これで、その見込み客が抱える
フラストレーションが分かったので、
そのフラストレーション元でもある
敵を叩くトークをすればいいだけです。

なぜ、その今の取り組みが上手いかない
のかを教えてあげ敵を叩きます。

=====
市場外の人に対するアプローチ
=====

市場外の人ということは、
業界にまだ入っておらず、

業界に対し、不安だったり恐怖を
持っているので、夢を語ります。

コンサルを入れると、こんな未来が
待っているという夢を語り不安を
消してあげます。

ただ、不安を消しても、100%なくなる
ことはないので、小さな金額で業界に入って
きてもらい実際体験をしてもらうことです。

ここでも同じく

<質問3>

どんな取り組みをされてきましたか？

<質問4>

それは上手いっていますか？

ただ、市場内と異なるのが、
その見込み客を攻撃してはいけません。

必ず、本だつたり教材を敵にします。

あとは、最後に共通の質問をして終了です。

=====

共通のアプローチ

=====

<質問5>

コンサルに興味ありますか？

<質問6>

それは、なぜですか？

この質問をすれば、見込み客は勝手に自分で自分を説得し始め、自己洗脳を開始します。

この間はあなたは口を挟んではいけません。

挟んだ瞬間、自己洗脳は途切れてしまいます。

そして、最後の決め台詞はこうです。

<質問7>

今後、どうされますか？

この質問を見てわかるように、個別相談という名ではあるのですが、

実際は、相談に親切にのることではなく敵を叩き、自己洗脳を与える機会を設けることです。

ここで成約しない人は、親切にすべてを回答しいい人で終わります。

もし、あなたが、本気でお客様を
救いたいのであれば、成約を勝ち取り、
成約後、アドバイスすることです。

最後にもう一度、7つの質問をまとめたいと思います。

=====
成約を上げる7つの質問
=====

<質問1>
こういったセミナーよ参加されるのですか？

<質問2>
ちなみに、〇〇(自分のサービス)とかって
過去に受けられた経験はありますか？

<質問3>
どんな取り組みをされてきましたか？

<質問4>
それは上手いっていますか？

<質問5>
〇〇(自分のサービス)に興味ありますか？

<質問6>
それは、なぜですか？

<質問7>
今後、どうされますか？

=====

無料⇒有料で躰く人へ

=====

あと無料相談はできるようになったけど
有料に移行できないという人がいます。
その場合の対処法になります。
まずはステップがあります。

1. 無料で受注をし、流れと実績をつける。
(無料で受注できない人は有料も売れない)

2 その実績をベースに、仕組みを作る。
(無料オファーでファーストアプローチし、有料へ)

ただ、無料⇒有料で躰く人は、
まだ心の中で自信がないと思っているか
自分の中で有料の境を決めていないことです。

まず、自信がない場合は、無料で数の数をこなし
自信をつけることです。

次に、報酬体型を成果報酬制にすることです。

次に、有料の境についてですが、これは、
セミナーやネットで商品売る場合も同じです。

いい内容と言われるが売れない人は、肝心な
商品の部分まで話しているケースが多いです。

個別コンサルを売る場合、
個別的なアドバイスはNGです。

この段階で話していいのは、
[what to]もしくは[事例]だけです。

あと、無料と有料の境が決めれない場合は、

リストフォルダーに関しては無料で
そこからの紹介者は、有料という境に
なります。

このように使い分けすることで、
有料に移行してもらえます。