



צ'ק ליסט פרגמטי

לשימוש יעיל בנוסחה והפיכתה למעמד מכירה נכון שעוזר לך לתת המון ערך לקהל, לגרום להם לרצות לקבל עוד, להצליח למכור ולהרגיש בנוח עם כל התהליך הזה בשל הידיעה שיש לך כל מה שדרוש לך כדי למכור בצורה אותנטית וטבעית!

4 רכיבי הנוסחה והפעולות הדרושות להפיכת הרצאת מכירה להרצאה מוצלחת

רכיב ראשון - גיבוש הצעה עסקית שאי אפשר לסרב לה

זהו לב ליבה של המכירה שלך כשאתה נמצא מול קהל שהגיע להקשיב לך, בין אם מול קבוצה על במה או בוובינר ובין אם בשיחת מכירה 1:1.

בשלב הזה עליך להתמקד באיתור התועלות והרווחים שהלקוחות שלך יפיקו מהמוצר או השירות שאתה עומד למכור, ולאחר מכן עליך לדעת לתקשר את כל אלו בצורה ישירה עם הקהל עמו אתה מדבר כך ששני הצדדים ירגישו בנוח, שהכנות תהיה חלק בלתי נפרד מהתקשורת שלך ושהקהל שלך ירגיש שמה שאתה מציע תפור בדיוק בשבילו (בלי שום מניפולציה או פויילישיטיקים).

בשלב הזה:

- **מגדירים את ההצעה העסקית** של המוצר כך שהלקוח הפוטנציאלי הנכון מיד יבין שאתה מדבר אליו ומציע משהו שרלוונטי בדיוק לו. ההגדרה הנכונה תגרום לכך שהתחרות מהקולגות שלך למשל, פשוט תיעלם.
- מגדירים את הייחודיות של המוצר או השירות שלך בצורה כזו שיהיה לך קל לבטא אותה ושהיא תשקף לקהל בבהירות את הטרנספורמציה שהוא עתיד לעבור בעזרתך.
- יוצרים ומעצבים את ההצעה העסקית בצורה כזו שהלקוחות כבר יסתקרנו ויחכו להזדמנות לקחת את כל מה שהעברת להם, ולקבל בעזרתך העמקה, הרחבה - כלומר, ירצו להזמין או להירשם או לקנות.



מחנה קיץ
2014
פתיחה 15 ליוני

להרצות להצליח למכור להרגיש בנוח



- משלבים אלמנטים שיוסיפו מרכיב של דחיפות לרכישת המוצרים והשירותים שלך, מבלי שתישמע תוקפני ואגרסיבי. האלמנטים האלה הם מה שגורמים לקהל שלך לעצור ולשקול את ההצעה שלך ולא לדחות אותה לזמן אחר.
- קובעים את המחיר המושלם עבור המוצרים, השירותים או התכניות שלך (לא זול מידי ולא יקר מידי).
- יוצרים את טופס ההזמנה או ההרשמה שהלקוחות שלך יחכו לקבל (!!): כבר בשלב הזה בונים את הטופס כך שתוכל להשתמש בו כדי להציע את ההצעה שלך בבחירות ובמלוא העוצמה וכשתרצה לחלק אותו הקהל שלך ממש יבקש אותו ולא יעוות את הפנים כי מחלקים לו טופס הרשמה.

רכיב שני - יצירת הפתיח + גוף ההרצאה / שיחת המכירה

רק אחרי שיש לך הצעת מכירה מסודרת, מפורטת ואטרקטיבית לקהל הלקוחות האידיאליים שלך, אנחנו מוכנים להמשיך ולהתקדם קדימה לבניית מעמד המכירה, בין אם מדובר בשיחת מכירה, הרצאה, וובינר, סדרת השקה שמסתיימת בסרט מכירה.

המפתח הוא: **ממקום של "למכור בכל מחיר"** (או "העיקר למכור" מקום שיכול מאוד להיות שאתה נמצא בו עכשיו) לעבור לדבר **ממקום שבו אתה יוצר קשר ואמון מידי** של הקהל ולא פחות חשוב, **בונה שותפות** – מעגן אינטרס משותף שמייצר לגיטימציה להציע את המוצר או השירות שלך לאחר מכן. המטרה ליצור הרצאה כך שהיא תוביל בצורה טבעית וחלקה להצגת הצעת המכירה שהכנת. החלק הזה בנוי משני מקטעים: הראשון, הפתיח של מעמד המכירה (בניח הרצאה, אבל תבין שאפשר לקחת את הנוסחה ולבנות איתה כל מעמד מכירה בצורה מוצלחת). המקטע השני זה הגוף – החלק שבו אתה נותן לקהל שלך ערך ממשי ומידי לשימוש.

בשלב הזה:

- בונים את ההקדמה:
 - כותבים את הפתיח של ההרצאה בעזרת 5 משתני המיצוב, שכל אחד מהם תורם בצורה אחרת לבניית האמון, הסמכות המקצועית ולקבלת לגיטימציה מהקהל להציע להם הצעה עסקית בהמשך ההרצאה.



- מתחילים בסידניג (רכיב 3 בנוסחה) של ההצעה העסקית בעזרת טקטיקות סידניג שונות שמתאימות בדיוק לחלק הזה של מעמד המכירה. דוגמה לטקטיקה כזו היא הסיפור האישי שלך. משבצים בפתיחה של מעמד המכירה זרעים שבונים את הסמכות המקצועית ומייצרים לגיטימציה למכור בשלב מאוחר יותר.
- עוברים לבחור את התוכן שבו נותנים את הערך.
- אחת הטעויות הנפוצות היא לקבוע מראש מה התוכן שרוצים להעביר אז לבנות את מעמד המכירה. במקום לשבת לחשוב: מה אני יכול לתת, ללמד, להסביר, להעביר – עליך לחשוב: מה יש שם במוצר או בשירות שאני עומד להציע שאני כבר יכול לתת ממנו טעימה?
- המפתח לבחירת התוכן הוא: חיבור ישיר אל מה שיוצע אחר כך במכירה אבל לא רק – עליך להקפיד שאיכות וכמות התוכן שבחרת תהיה כזו שמצד אחד תיתן ערך עצום ומצד שני תגרום לקהל רעב לעוד.
- מפתח נוסף: עליך להתאים את גוף התוכן כך שיתאים להקצבת הזמן שיש לך לדבר, בין אם אתה אמור לדבר 20 דקות או שעתיים. להרצאה יש מבנה עם חלוקה לזמנים בתוך המבנה. גוף ההרצאה זה החלק שאפשר למתוח או לצמצם. את שאר החלקים מקסימום מקצרים אבל הם קבועים וזה היופי במבנה הזה. הכנת את שאר החלקים פעם אחת, תמיד "תהיה מכוסה" בפעמים הבאות.
- בונים את גוף התוכן עם הכנה לוגית לשלב המעבר אל המכירה כך שהמעבר למכירה יהיה טבעי ונינוח
 - זו סיבה נוספת שבגללה חשוב לך להכין את ההצעה העסקית לפני שהתחלת לפתח את גוף התוכן.

רכיב 3 – סידניג: הכנת הקרקע וזריעה לקראת מכירה מוצלחת

בשלב הזה יש לך (או לפחות אמורים להיות לך): הצעה עסקית אטרקטיבית, פתיח שיוצר קשר מייד, בונה אמון ומבסס סמכות מקצועית ולגיטימציה להמשך המכירה וכמובן המתווה של גוף התוכן – של הערך שאתה עומד לחלוק עם הקהל שלך.

בנקודה הזו, חוזרים אחורה בכדי לזרוע לקראת מכירה מוצלחת. הסידניג (הזריעה) מאפשר לך ליצור רעב ותשוקה בקהל שמאזין לך וצופה בך, מהרגע הראשון שאתה עולה על הבמה או פותח את שידור הווידאו שלך או את סדרת ההשקה שלך.



להרצות להצליח למכור להרגיש בנוח



זה ה"תבלין הסודי" שמבדיל את הנוסחה "להרצות, להצליח למכור ולהרגיש בנוח" מכל שאר שיטות המכירה שאולי נחשפת אליהן עד היום. הידיעה כיצד לזרוע את זרעי המכירה מתחילתה ולספר סיפורים רבי עצמה ועניין, הם המפתח ליכולת שלך למכור מבלי שאתה והצד השני תרגישו שאתה מכירתי מידי.

נקודה שאני מרגישה חובה מוסרית להתייחס אליה: אין שום דבר בזריעה בכדי להטות את דעת הקהל, לעשות עליו מניפולציה או לספק חלקי מידע שאינם הוגנים, ישירים או מחזקים את הטרנספורמציה שאתה עומד להציע במוצר שמוצע אחר כך למכירה.

הנקודה הזו ממש חשובה. עליך להסכים לאמץ מכירה מוסרית ואותנטית כדי שבקרב הקהל שלך תתחזק ההרגשה שאין כאן אחיזת עיניים ומכירת לוקשים אלא כוונה טהורה וכנה לעזור לאנשים שמאזינים לך להרוויח את הטרנספורמציה שאתה יודע לספק.

בשלב הזה:

- עוברים על מגוון של הטקטיקות של סידיניג ובוחרים לפחות 4 טקטיקות (חלקן כבר מוטמעות כחלק בלתי נפרד מהנוסחה עצמה, זה היופי הגדול של הנוסחה הזו). לכל אחת מהן עושים התאמה ביחס לחומרים שיש לך ולתעודת הזהות שלך ושל העסק שלך ומשבצים אותן במקומות הנכונים בתוך מבנה מעמד המכירה שהכנת עד לשלב הזה.
- חוזרים אל המיינד-סט שעומד מאחורי מכירה שקורית בהרגשה טובה ונינוחה, משרישים אותה ומשתמשים בה בהכנת ההרצאה.

רכיב 4 - תכנות מתאים של המיינדסט לקראת ההצלחה

ההצלחה של המכירה שלך מותנית ב- 3 מפתחות מאסטר:

1. **המיינדסט הנכון** (התכנות הפנימי, התודעה) שיאפשר לך להרגיש בנוח עם המכירה ויאפשר לך לנהל מעמד מכירה אותנטי ונינוח גם לך וגם לקהל שלך. עליך להבטיח שהתכנות הפנימי שלך תומך בתוצאות אליהן אתה שואף ולא מחבל בהן (גם אם זה קורה לא ידיעתך).
2. **הידע והטכניקה הנכונים** שיעזרו לך מצד אחד לבנות נכון את כל מעמד המכירה, שלב אחרי שלב ומצד שני יאפשרו לך להעביר ערך עצום לקהל ובה בעת יעוררו בו רעב לעוד. הבעיה היא שהרבה בעלי עסקים מחזיקים



באוסף של טיפים ועצות ורעיונות שקשורים למכירה, אבל חסר החיבור שהופך אותם לתהליך מכירה טבעית, אותנטית ומוסרית – מכירה שמאפשרת גם לך וגם לקהל שלך להרגיש בנוח. את זה מספקת לך הנוסחה.

3. **מיילז'** – התנסות, תרגול – הפיכת התיאוריה לפעולות שחוזרות על עצמן בהתמדה. כמו שאני רואה את זה שוב ושוב במסגרת התכניות השנתיות שאני מלווה, ההתנסות – הפיכת הידע לפעולה – היא החלק הכי חשוב באיסוף הרווחים.

השלב הרביעי מכוון אותך לטפל במיינדסט ולפתח מיינדסט (תודעה, תכנות פנימי) שיתמוך בהצלחת המכירה שלך. אם נניח, ברגע שאתה מגיע לקטע שבו אתה יודע שאתה עומד למכור, רק המחשבה על המכירה מכווצת אותך ואתה מתפלל שהחלק הזה יגמר – תוכל להסיק שיש שם בתכנות הפנימי שלך איזושהי מחשבה, אמונה, תפיסה שמפריעות לך למכור בנינוחות ובטבעיות. כשאתה לא נוח עם המכירה, לקהל של לא נוח עם המכירה. דומה מושך דומה לו.

אתה רוצה להגיע לחלק שבו אתה מוכר עם הרגשת ביטחון פנימית. עם מרכז יציב ואיתן שיכול להתמודד בשלווה אמפתית עם כל התנגדות שתעלה בקרב הקהל.

כדי להגיע למצב תודעתי כזה עליך להסכים להכיר בעובדה שיש שתי מערכות שלך שמשותפות במכירה: מערכת היחסים שלך עם כסף ומערכת היחסים שלך עם "מכירות". יש קשר הדוק בין השתיים האלה לבין ההצלחה שלך במכירות.

המשימה המרכזית שלך בשלב הזה, כן, עוד לפני שיצאת למכירה, היא לייצר לעצמך בתוך עצמך מערכות יחסים מאוזנות ומתגמלות עם "כסף" ועם "מכירות". אולי זה נשמע לך כרגע תלוש מעולם המחשבות שלך אבל, אני מבטיחה לך שבהנחיה אחת איתי, תוכל לגלות שאכן, יש לך מערכת יחסים עם כסף, ויש לך מערכת יחסים עם "מכירות".

שיפור מערכת היחסים שלך עם כסף ומערכת היחסים שלך עם מכירות הוא תהליך תודעתי, מחשבתי, תפיסתי.

ככל שתהיה מודע לקיומן של מערכות היחסים האלה, לתוכן שלהן ולהשפעה שלהן על התוצאות שלך, כך תוכל לטפל במה שמעכב אותך מלהשיג את התוצאות הטובות שלך באמצעות תכנות מחדש.

התכנות מחדש מתרחש בעזרת תפיסות מתקנות, שימוש בעיקרון הפרדה השרשת אמונות מחזקות ומקדמות שיחליפו את המעכבות, אימוץ הרגלי שיווק ומכירה מוסריים ועוד.



רכיב 5 - המעבר מגוף ההרצאה אל ההצעה

הרכיב הזה בנוסחה מתמקד ביצירת מעבר חלק, קל וטבעי מהחלק של גוף מעמד המכירה, החלק שבו נותנים ערך לקהל אל החלק של הצגת ההצעה העסקית שבנית בשלב הראשון.

מה שחשוב בשבילך זה שתקפיד שהמעבר הזה יתרחש בצורה לא מכירתית, בצורה זורמת שמתחברת באופן טבעי אל החלק של גוף התוכן, בצורה שמשאירה הרגשה טובה אצלך וגורמת לקהל שלך להמשיך להיות מרותקים גם בשלב הזה שהוא כבר כניסה למכירה בלתי מורגשת.

בשלב הזה:

- מגבשים פסקה שהמהות שלה אינה מכירה לפנינו אלא ממש המשך מתבקש של גוף התוכן, כלומר, אם עד לרגע זה לימדתם משהו, גם בשלב הזה אתם מלמדים משהו. פסקת המעבר אינה: "עכשיו אני רוצה להזמין אתכם להשתתף בסדנא החדשה שלי שהיא מעולה".." ממש לא. פסקת המעבר יכולה להיות משהו בסגנון: "עכשיו אני רוצה להראות לכם איך אתם יכולים למנף את התהליך הרגשי שעברנו כאן עכשיו עם הכלי הזה והזה ולשלב אותו בחיים הזוגיים שלכם.." (דוגמה, כן ? ☺).
- כשכותבים את פסקת המעבר בונים אותה בשלבים כך שבהתחלה אם עדיין מלמדים ובסוף אתם מספקים את הרכיבים שגורמים לקהל לעצור ולשקול על המקום את ההצעה שלכם. הרעיון הוא ליצור מעבר חלק ולא מקוטע מהחלק של התוכן להצגת הצעת המכירה שלך, הן מבחינת הלוגיקה והתוכן והן מבחינה אנרגטית.
- משבצים בצורה הנכונה את העדויות וההמלצות. משום מה ישנם הרבה בעלי עסקים שמסתבכים בחלק זה של המכירה. הנה טיפ ראשון: איזה קול מדבר אצלך בראש כשמעלים מולך על הבמה 3-4 לקוחות שעומדים ומספרים על החוויות שלהם מהשירות או המוצר – ברצף ? אני מנחשת שמהו כמו "נו, ברור שהם יגידו רק דברים טובים כי הם רוצים לעזור לו למכור..." ואיך זה מרגיש לך ? מה ששנא עליך לא יעבוד על לקוחותיך ☺ לכן, במקום להביא סוללה של לקוחות לבמה בבת אחת, חשוב איך לשלב את העדויות הזו בצורה כזו שהם ישתלבו באופן טבעי במעבר שלך אל המכירה.
- מול הלקוח / הקהל, בזמן אמת, בנקודה הזו מחלקים את טופס ההרשמה רק אחרי שהקהל מבקש לקבל אותו.
- מראש, עליך לתזמן לרגע הנכון את חלוקת טופס ההזמנה או ההרשמה ולתכנן מה בדיוק אומרים כשהטופס בידי הקהל מפני שמדובר ברגעים שיש בהם בדרך כלל מהומה קצרה ועליך להקפיד שיש לך הכלים להחזיק את הקהל ערני, קשוב לך ודרוך להמשך הדברים שלך. (הרעיון לשחרר כל מבוכה או בושא שאולי יש לך בעניין מהחלק זה של המכירה שלך).



מחנה קיץ
2014
פתיחה 15 ליוני

להרצות להצליח למכור להרגיש בנוח



הנוסחה מעגלית והיא נסגרת בפרטים שהופכים את ההצעה העסקית לכזו שאי אפשר לסרב לה – זה השלב שעברת עוד לפני שפיתחת את מעמד המכירה.

מה מאפשרת לנו הנוסחה המלאה של "להרצות. להצליח למכור ולהרגיש בנוח" ?

1. לבנות שיחת מכירה ייחודית ואוטנטית שלך, שלוקחת בחשבון ורואה גם אותך וגם את הצד השני, ומשאירה את כל המעורבים בהרגשה טובה ונינוחה.
2. לדעת מה המבנה הנכון של הרצאה מכירה או שיחת מכירה, מהשנייה הראשונה ועד לסופה, כולל לדעת מה משך הזמן שמוקצב לכל חלק בהרצאה ואילו חלקים אפשר להאריך או לקצר בהינתן לך זמן נתון להרצות.
3. לבנות את הפתיחה של ההרצאה ב- 5 שלבים מובנים, כך שמיד תרכוש את אמון הקהל ותיבנה לך סמכות מקצועית ויותר מזה, תבנה לגיטימציה להצעת ההצעה העסקית בהמשך ההרצאה או השיחה.
4. לדעת בדיוק איך לבחור ולבנות את התוכן של ההרצאה או הסדנא, כך שיספק תוכן שימושי ועצום לקהל ויחד עם זאת, יגרום לאנשים לרצות להעמיק אתך לשלב הבא.
5. לגבש הצעה עסקית שאי אפשר לסרב לה ב- 7 שלבים מובנים ושיטתיים, כך שהיא תגדיל את מספר האנשים שאומרים "כן" על המקום.
6. לדעת מה אומרים בהצגת כל חלק שהופך את ההצעה לכזו שאי אפשר לסרב לה. יש לזה צ'ק ליסט מסודר עם נקודות שעליך להשלים לפני כל הרצאת מכירה או שיחת מכירה.
7. להשתחרר מהצורך לעשות סוויצ' בין חלק התוכן לבין חלק המכירה כך שגם אתה תרגיש בנוח עם המכירה ויותר חשוב, כך שהקהל ירצה לשמוע את ההצעה העסקית.
8. לדעת מה בדיוק אומרים בשלב המעבר מחלק התוכן בהרצאה אל שלב המכירה, ולעבור בנינוחות ובטבעיות לשלב ההצעה בעזרת טקטיקת סידינג פשוטה ופסקת מעבר קבועה שאפשר להתאים בקלות לכל מעמד מכירה.

לסיום....



מחנה קיץ
2014
פתיחה 15 ליוני

להרצות להצליח למכור להרגיש בנוח



אני מקווה שכעת מתבהרת לך התמונה ביחס לעוצמה המופלאה של שימוש בנוסחה וליטוש התודעה ביחס לנוכחות ולתוצאות שלך במעמדי המכירה הבאים שלך.

תאר לעצמך שאתה יוצא למעמד המכירה הבא שלך בנינוחות, עם ביטחון עצמי רב הנובע מהידיעה שאתה מוכן היטב ושיש לך כל מה שדרוש, בכדי לגרום לכמה שיותר אנשים לומר "כן" להצעה העסקית שלך - על המקום!

התוצאה היא:

- ✓ אתה מושך יותר לקוחות שיעבדו אתך
- ✓ אתה ממנף את הזמן שלך
- ✓ אתה מגדיל את ההכנסות שלך
- ✓ אתה יודע בדיוק מה לומר, מתי לומר, מה לעשות, איך לעשות את זה
- ✓ הכול קורה בהרגשה טובה ונוחה לכל השותפים בדבר

את זה בדיוק אני רוצה בשבילך!

ולכן, אני שמחה לספר לך (לא שלא יכולת לראות את זה כבר בכותרת של העמודים כאן) שב 15.06.2014 נפתח מחנה קיץ להכשרה מעמיקה ומעשית עם הנוסחה. כל מה שכתוב כאן בצ'ק ליסט, אני אשמח להדריך וללמד אותך לפרטי פרטים עד שתהיה לך ביד הנוסחה מותאמת למעמד מכירה אותנטי ונכון משלך.

✓ כן קרן אני רוצה לקבל עוד פרטים על מחנה הקיץ

אם יש לך שאלות אלי ביחס לשימוש המעשי בנוסחה ועבודה עם הצ'ק ליסט הזה - אני מזמינה אותך לכתוב אלי לכאן: info@kccollege.co.il. בשורת הנושא בבקשה כתוב: יש לי שאלות לגבי העבודה עם הנוסחה או הצ'ק ליסט כך אדע במה מדובר מיד ואוכל לענות לך.

בהצלחה גדולה,

שימשיך ויתעצם הטוב הזה