

A photograph of two women smiling and talking to each other, overlaid with a semi-transparent green filter. The woman on the left has long, wavy blonde hair, and the woman on the right has dark hair pulled back. They are both looking towards each other. The text 'РАБОТА С ПОТРЕБИТЕЛЕМ' is centered over the image in a white, bold, sans-serif font.

РАБОТА С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Мы уже говорили о том, что ваш бизнес будет развиваться успешно в том случае, если вы будете соблюдать баланс между личными продажами и построением команды.

Продажи по вашим личным рекомендациям очень важны, ведь они дают возможность сразу получать доход!



Что же может делать
Дистрибьютор Coral Club,
чтобы рекомендовать
продукт максимально
эффективно?

1. Сами пользуйтесь продуктом!

Используя продукт, вы улучшаете состояние здоровья, получаете результат!

Зарождается эмоциональный заряд позитива, без которого немислим сетевой бизнес. Именно этот позитив, эта вера будут подтверждать ваши слова о продукте.



Попробуйте произнести несколько фраз, пусть и правильных, но о том, во что вы не верите.

А теперь расскажите о вашем здоровье, которое значительно улучшилось, благодаря продукту.

Есть разница?
Огромная!

2. Определите с потенциальным Клиентом цели относительно улучшения его здоровья.

Нам всем нужны цели. Они помогают сконцентрироваться и дают перспективу. Обычно люди продумывают профессиональные и личные цели, например, покупку дома и создание семьи. Но как насчёт тех целей, которые влияют на долголетие?

Важно создать стратегию поддержания здоровья на 5, 10 и 20 лет вперёд. Спросите, каким Клиент себя видит через 20 лет в аспекте здоровья? Как он хочет выглядеть?

Сложно представить, что будет через такой большой промежуток времени, но это может помочь принимать правильные решения сегодня. Итак, сформулируйте с Клиентом цель и идите от нее назад. Начните с контрольных точек на этом пути.

На какие факторы риска Клиенту нужно обратить внимание в ближайшие 5 лет с учетом его возраста?

А через 10 лет, если бы вы могли вернуться в сегодняшний день, что бы вы сделали по-другому?

Каковы ближайшие задачи по мнению Клиента?

3. Определите сумму, которую Клиент готов ежемесячно инвестировать в свое здоровье.

Исходя из конкретной суммы, подберите продуктовые программы.



4. Говорите с Клиентом о выгодах

Выясните, что наиболее важно для Клиента: эффективность продукта и скорейшее решение задач, достижение целей; приемлемая цена; удобство использования; безопасность применения и отсутствие побочных эффектов; престижность бренда?

Для подтверждения эффективности, результативности продукта, создайте у себя на планшете или в ноутбуке альбом с результатами применения продукта Клиентами. Периодически пополняйте свою подборку новыми отзывами и фото.

Для тех, кто сомневается в приобретении продукта из-за «высокой стоимости», подберите оптимальный вариант программы, распределите стоимость на количество дней приёма (покажите, что в день цена продукта получается доступной, не дороже, например, стоимости одного пирожного, или чашки кофе).

Не забудьте рассказать и о возможности покупать продукт со значительной экономией по цене Клуба, а также Бонусе рекомендаций.

Если для Клиента важно, сделайте акцент на удобстве приёма. Например, можно брать в дорогу, не нужно хранить в холодильнике и т.д.

Расскажите о важности профилактики заболеваний, нашей Концепции здоровья. Мы начинаем с клетки. Для того, чтобы максимально эффективно достигать целей по здоровью, решать задачи, необходимо подходить комплексно. При правильном приёме, все продукты Coral Club безопасны для организма и не имеют побочных эффектов.

Ну и конечно, не забудьте сказать о том, что Компания уже много лет на рынке, с помощью продукции Coral Club люди во многих странах мира успешно решают задачи по здоровью!

5. Сопровождайте своего Клиента

Назначив программу, определите с Клиентом дату вашего телефонного разговора.

Сделайте первый звонок через неделю, чтобы узнать, принимает ли Клиент продукты, понятен ли режим и периодичность приема, каково самочувствие.

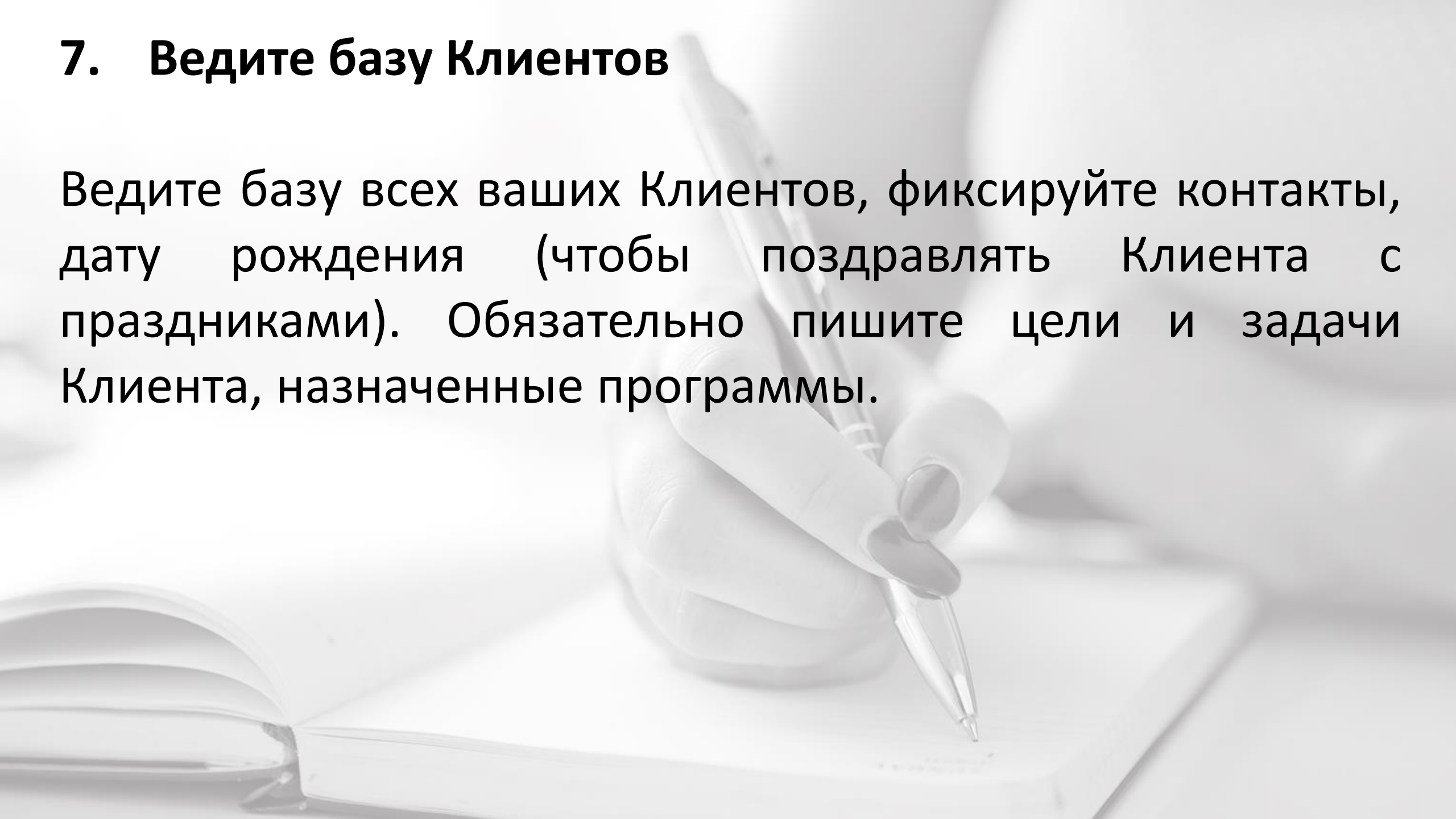
Далее, периодически (раз в две недели, раз в месяц) обращайтесь к Клиенту, чтобы поддержать его, откорректировать программу, ответить на вопросы.

6. Воспитывайте «осознанного» Потребителя

Ведите группы в соцсетях и мессенджерах, подключайте к группам своих потребителей. Публикуйте в группах результаты использования продукта, отвечайте на вопросы Клиентов, делитесь важной информацией.

7. Ведите базу Клиентов

Ведите базу всех ваших Клиентов, фиксируйте контакты, дату рождения (чтобы поздравлять Клиента с праздниками). Обязательно пишите цели и задачи Клиента, назначенные программы.

A grayscale background image showing a hand holding a pen and writing in a notebook. The hand is positioned in the center-right, with the pen tip touching the page. The notebook is open, and the pages are visible. The overall scene is softly lit, creating a professional and focused atmosphere.



ЗАДАНИЕ

1. Изучите дополнительные материалы сайта СВА.

<https://cba.coral-club.com>:

- Раздел Лидерский опыт: найдите и посмотрите лайф-хаки Лидеров «О продукте».
- STEP 2: пройдите обучение «Как создать групповой товароборот».

2. Начните рекомендовать продукт Клиентам.

