

בונוסים – המשימה שלכם:

אז מה המשימה שלכם?

אתם עושים דבר כזה.

דבר ראשון, אתם שואלים את עצמכם איזה בעיות חדשות יכולות להיווצר בחיים של הלקוחות שלנו ברגע שהבעיה שלהם שלשמה הם הגיעו תיפתר?

איזה צרות של עשירים חדשות פתאום ייוולדו להם, בסדר?

אני אתן עוד דוגמה.

נגיד שאני בפתרון שלי עוזרת ללקוחה שיגיעו אליה פניות.

למשל, אני מנהלת קמפיינים בפייסבוק ובאמצעותי הלקוחה מתחילה לקבל פניות.

נוצרת לה בעיה חדשה, לבעיה הזאת קוראים ניהול זמן או תיאום פגישות.

אם אני כבונוס אתן לה למשל, ואני נותנת בונוס כזה, הדרכה על איך להשתמש ביומן דיגיטלי, איזה יופי, נתתי לה בונוס שהוא גם ככה קיים אצלי, אני עושה את זה כל הזמן ללקוחות, אין כאן איזה משהו חדש,

ושוב היא כבר יכולה לדמיין את היום אחרי שיש לה כל כך הרבה פניות שהיא צריכה יומן דיגיטלי בשביל לנהל אותה,

איזה כיף זה,

עוד לפני שיצאתי איתה לדרך.

והדבר השני,

לא הייתי צריכה לעבוד קשה, לקחתי רכיב שגם ככה קיים ביום של העבודה שלי,

הבנתי אותו, סידרתי אותו, צירפתי אותו כבונוס לשירות שלי, ואיזה כיף וקל זה.

לכו אתם לעשות את זה, תשאלו את עצמכם איזה בעיות חדשות יכולות

להיווצר אצל הלקוחות שלנו אחרי שהשירות שלנו

יפתור להם את הבעיה שלשמה הם הגיעו.

והדבר השני,

זה תחשבו מה כבר קיים אצלכם בארסנל, מה הדברים שאתם כבר היום עושים בפועל, שיכולים להפוך לבונוסים.

כלומר, איפה כבר היום אתם פותרים באופן אינטואיטיבי את הבעיות האלה ללקוחות שלכם, ומה אתם יכולים כבר ממה שקיים או ממש בהתאמה קלה להעלות כבונוס עבור הלקוחות שלכם כאן ועכשיו בדף המכירה שאנחנו עובדים עליו עכשיו.

בהצלחה, אני מחכה לשמוע מכם ולקרוא את התובנות שלכם ואת המסקנות שלכם, ואני רוצה להזכיר לכם שזה צריך להיות מאוד מאוד קל.

אם הפתרון שאתם חושבים עליו, אם הבעיה החדשה הם מאוד מאוד מורכבים, אתם כנראה לא חושבים בכיוון הנכון.

אם הבונוסים שאתם מנסים לייצר הם דברים חדשים ומגניבים, דברים שצריכים עיצוב גרפי מורכב, דברים שלוקחים לכם הרבה מאוד זמן לפיתוח,

אתם כנראה לא בכיוון הנכון.

תחשבו פשוט,

תחשבו קיים,

תסמכו על עצמכם, אתם כבר היום אנשי מקצוע מעולים שבונים את השירותים שלכם בצורה מעולה.

אתם פשוט לא תמיד יודעים לקרוא בשם ולזהות ולשים לב שאתם כבר היום עושים את כל הדברים האלה.

אנחנו רוצים ללמוד לראות את הדברים ולהעלות אותם על פני השטח,

ולהציג אותם ללקוחות כדי שהערך שהלקוחות יקבלו וירגישו שהם מקבלים יגדל,

וכדי שלנו יהיה הרבה יותר קל וכיף לעשות את העבודה שלנו שאנחנו כבר ככה גם היום עושים בלי לשים לב.

בהצלחה.