

אז מה המשימה שלכם להיום?

המשימה שלכם מחולקת לשלושה חלקים.

החלק הראשון זה לשבת ולרכז לעצמכם איזה סוג עדויות חשוב שתהיינה בדף המכירה שלכם בהקשר של השירות שלכם ובחוויה שהלקוחות שלכם עוברים.

תחשבו,

מה הדברים שאנשים שואלים אתכם?

אלו הדברים שאנשים לא מבינים?

במה אנשים משתפים אתכם?

באיזה התלבטויות?

אלה הדברים שבהם הם אולי לא סומכים עדיין עליכם?

אולי לא מאמינים מספיק בעצמם? תחשבו על הדברים שאתם נתקלים בהם.

אלו הן העדויות שאתם תרצו לשלב בדף המכירה.

אחרי שגיבשתם לעצמכם אילו עדויות מתאים שיהיו בדף המכירה שלכם,

תחשבו איזה לקוחות מתאים לפנות אליהם,

איזה לקוח מתאים לכל עדות.

תתחילו לצרף את הפאזל הזה.

עכשיו שיש לכם ביד רשימה של עדויות ולקוחות,

אתם מתחילים לפנות ללקוחות האלה. ואני אומרת, כן,

אנחנו עובדים בלגייס עדויות.

עדויות זה רכיב כל כך חשוב בדף המכירה.

רכיב שהרבה מאוד בעלי עסקים נוטים להזניח אותו.

או לא להכניס בכלל, או לא להכניס מספיק,

או להכניס מאותו סוג של עדויות.

תוצאות, תוצאות, תוצאות, תוצאות.

אולי היא מהממת, היא מקסימה, היא עזרה לי.

מגוון העדויות שלמדנו כאן ביחד הופך את דף המכירה שלכם לבלתי מנוצח.

זה דף מכירה שבנוי כשיחת מכירה אותנטית,

קשובה ומאוד מאוד מעמיקה ואישית.

זה דף מכירה שממש נותן יד ללקוח ומלווה אותו לאורך החששות שלו, אי ההבנות שלו וההתלבטויות שלו.
וזה בדיוק מה שדף מכירה טוב צריך לעשות.
וכזה דף אתם רוצים שיהיה לכם. אז אתם תעבדו בלאסוף עדויות, כי אתם מבינים שעדויות זה דבר חשוב מאוד.
אז אתם פונים לאותם הלקוחות,
ואתם מסבירים להם שאתם מבקשים מהם עדות או איזשהו שיתוף לגבי החוויה שלהם.
רוב האנשים,
כל האנשים בניסיוני מאוד מאוד שמחים לעזור.
עכשיו,
אתם מציעים להם בדיוק כמו שלמדנו,
או
אם הם רוצים לקבוע איתכם איזושהי שיחה קצרה שבה אתם תשאלו אותם מספר שאלות והם יענו,
או אם הם רוצים שתשלחו להם את השאלות ואז הם יקליטו לכם.
תסבירו להם שאתם מטפלים בהקלטה,
ואתם כמובן תבקשו מהם אישור לפני שהדבר עולה לדף המכירה.
ליד כל לקוח כדאי לצרף תמונה שלו.
גם את התמונה אנחנו נקפיד שהיא תהיה באיכות ויזואלית טובה, שהיא תכבד את הלקוח, וכמובן אנחנו נבקש את
אישורו של הלקוח לפני פרסום העדות והתמונה.
הדבר השלישי שאתם עושים זה לשלוח אליי את ההקלטות של הלקוחות שלכם,
או את ההקלטות השיחה שלכם עם הלקוחות שלכם.
בשלב הזה אני כבר אקח את ההקלטות, אני אתמלל עבורכם את ההקלטות,
ואני גם אעשה בהם איזשהו סדר ראשוני, או לפחות בחלקם אני אדגים לכם איך לדלות מתוך ההקלטה את עיקרי
הדברים.
אחר כך אני אחזיר לכם את התכנים,
אנחנו נראה ביחד עבור כל עדות ועדות מה המשפט המרכזי שאנחנו נרים אותו לכותרת.
הדבר הזה מאוד מאוד חשוב,
כי אנחנו רוצים שהעדויות האלה ישרתו גם את מי שייכנס ויקרא את כל העדות בפנים,
וגם את מי שהוא רק מזפזפ.

לכן אנחנו תמיד נרצה למצוא את משפט הליבה,
אותו אנחנו נשים בכותרת,
ואחר כך אנחנו נאפשר לקרוא עוד למי שרוצה.
ואני רוצה לסיים במשהו מאוד מאוד חשוב.
הרבה פעמים אנשים אומרים לי, מי בכלל קורא את העדויות האלה? ואני רוצה לומר לכם, א',
כאשר בן אדם רוצה מאוד ומתלבט מאוד,
הוא קורא את העדויות.
והדבר השני הוא שגם אם מישהו לא יקרא את העדויות בדף המכירה שלכם,
עצם העובדה שהעדויות האלה נמצאות שם,
זה דבר שנוסף ביטחון מאוד מאוד גדול ומשמעותי.
רק ההצצה הזאת בעין, והראייה של מגוון כל כך גדול של עדויות, וכל כך הרבה אנשים שהיו בתוך התהליך שלכם,
ושיש להם דברים לומר, והדברים גם נשמעים שונה,
העין קולטת את זה, הלב קולט את זה,
זה נוסף תחושת ביטחון מאוד מאוד גדולה,
ורק הדבר הזה מעורר אמון בכם,
ביכולת שלנו כאנשים להצליח בשירות שלכם. כי הנה, תראו כמה אנשים הצליחו,
בוודאי אני יכול להיות כמו אחד מהם.
לכן, לא לדאוג,
גם אם מישהו לא יקרא את העדויות,
זה לא הופך אותן לפחות יעילות.
תשקיעו בעדויות.
לכו תביאו את העדויות שלכם. אני מחכה כאן לתמלל אותן, לערוך אותן,
לעזור לכם להוציא מהם את המיטב.
בהצלחה.