הצעה שאי אפשר לסרב לה

שלום לך,

ההצעה שאי אפשר לסרב לה מכילה 2 עקרונות:

הלקוח חש מוטרד כל עוד הוא לא מקבל את ההצעה

למשל:
לקוח הסובל מכאבי בירכיים חש בכאב כל הזמן ומחכה להצעה טובה שתבטיח לו כי לאחר השימוש במוצר כאבי הבירכיים יפסקו
או למשל : לקוח שלא מצליח לייצר לעצמו מספיק לקוחות ולא יודע איך להגיע אליהם כדי שתהיה לו יותר הכנסה ממתין או מחפש הצעה כמו שלי :-) שבה הוא יקבל הנחיה מה לעשות כדי שהלקוחות יגיעו ויגיעו יותר

הלקוח אומר לעצמו "אני חייב לקנות את זה עכשיו!"

הוא לא מסוגל לסבול יותר את הכאב בבירכיים
או את תחושת היאוש והכישלון בכך שלא מצליח לפרנס את משפחתו כמו שהיה רוצה

בדפים הבאים אני נותנת לך את 8 הטריקים, האלמנטים והפרטים שיהפכו את המוצר שלך ממוצר "רגיל" למוצר שאי אפשר לעמוד בפניו והלקוח פשוט "חייב אותו"

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

8 הטריקים, האלמנטים והפרטים שיהפכו את המוצר שלך ממוצר "רגיל" למוצר שאי אפשר לעמוד בפניו והלקוח פשוט "חייב אותו"

1. **להציג את המוצר עם כל הרכיבים <u>החשובים</u> שבו** (ראה פירוט או היזכר בטבלה שהכנת בדף של "המסר השיווקי שלך") ולא רק רכיב אחד ממנו.

2. **ארוז את המוצר בצורה מיוחדת/יפה/מפתה!**
כן, כן, ממש כמו שהמוכרת בקונדטוריה מוכרת לך את העוגה (שאתה רוצה להביא הערב למארחים שלך) ואורזת אותה בתוך נייר צלופן עם 2 סרטים תכולים בצד ומצרפת סוכריה בצורת לב לבנה וקושרת אותה לסרט התכול בצד עם חוט זהב דק...(אפילו לא כתבתי באיזו עוגה מדובר ואני בטוחה שכבר בלוטות הרוק מתחילות לפעול :-))
ובמקום לשלם על העוגה 40 ש"ח, אין לך שום בעיה לשלם עליה 80 או 100 ש"ח

כעת רשום רעיון שלך "לאריזה" מיוחדת לשירות או המוצר שלך:

3. **הוסף למוצר כלי עזר**
<u>לדוגמא בתחום המוצרים הפיסיים :</u>
"קסטרו" מוסיפה ללקוחות קולב הנתן לסגירה ומתאים גם לנסיעות לכל מי שרוכש אצלה בלייזר או מעיל.
"איקאה" מוסיפים בריזות הרהיטים שלהם את המברגים או כלים ספציפים מיוחדים שיהיו זמינים לכל מי שבונה ולא יהיה צורך לרוץ לחפש בחנות אחרת, זה חלק מהמוצר.
<u>לדוגמא בתחום מוצרי השירות:</u>
קצת דומה למה שאני נותנת בסידרת הכלים שלי הזו, קבצי אקסל נוחים למילוי שיעשו לך סדר בחומר ויקלו עליך בחישובים.
יועץ יכול לתת טפסים מיוחדים, הדרכה מיוחדת מוקלטת שהכין מראש ועוד...

כעת רשום רעיון לכלי עזר שאתה חושב שיעצימו את השירות או המוצר שלך:

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

4. **הצג את המוצר בצורה ברורה:**
אם הוא מוצר פיסי הדגם כיצד משתמשים בו
למשל : אם זה צעיף, הדגם אפשרויות ללבישתו. אם זה מכשיר חשמלי, הדגם כיצד מפעילים אותו ומה הוא עושה. אם זה שירות ייעוץ, פרט כמה זמן זה לוקח, באיזו תדירות, היכן מתקיים וכו...

כעת רשום רעיון אם חסרה איזו שהיא הדגמה, ואם כן מהי?:

5. **הוסף בונוסים או מתנות** שתומכים במוצר, מעשירים אותו או אפילו רק "מדליקים" את הלקוח כך שהוא "מת" לרכוש את המוצר ולו רק כדי לקבל את הבונוס או המתנה.
הבונוסים יכולים להיות מוצרים אחרים שלך או מוצרים של אחרים.

כעת רשום מספר בונוסים שנראה לך שיכולים לתרום למוצר שלך

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

6. **תן אחריות** - מטרתה להפוך את הסיכון.
והרעיון הוא שהסיכון ברכישת המוצר הוא לא על הלקוח אלא עליך!
הלקוחות לא אוהבים להרגיש שהם קונים "חתול בשק" ולכן אתה פשוט מציע לו לרכוש את המוצר, לקבל אותו, להשתמש בו פרק זמן מסויים שתחליט עליו ואם עד מועד פקיעת תוקף האחריות הלקוח מחזיר את המוצר הוא מקבל את כל הכסף חזרה!
האחריות מרגיעה את הלקוח, מורידה ממנו את הפחד שאולי זה לא יעבוד לו, אולי השמלה שהיא קונה באינטרנט לא תתאים לה, אולי זה לא בדיוק מה שהתכוון אליו וכו'

הכנתי לך דוגמא:



כעת נסח את האחריות שלך למוצר או השירות שלך:

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

7. **הצג את המחיר**

חשוב!
כאשר אתה מציג את המחיר שלך באינטרנט כדאי שתתמש במילה "השקעה"
אנשים אוהבים להרגיש שהם משקיעים בעצמם ולא סתם משלמים מחירים...

כמו כן, חשוב להשתמש בהגיון ולהסביר מדוע המחיר שלך הוא כפי שקבעת:
אם יש לך מוצר ללימוד עצמי או כל מוצר מידע אחר תוכל להוסיף את המשפט הבא:
"אם הייתם צריכים לשבת עימי וללמוד את זה, זה היה עולה לכם ___ אבל עם תקחו את הערכה שלי שהיא Y שעות לימוד זה יעלה לכם רק Z ממה שהיה עולה לכם האלט' הראשונה"

הנחה
הנחה היא אלמנט מפתה מאוד שגורם ללקוח לרכוש מיד כדי לא לפספס את ההנחה
גם לעיניין ההנחה אפשר להוסיף היגיון ולהסביר מדוע אתה עושה הנחה: " נשארה לי כמות מסויימת במלאי ולכן אני מוריד את המחיר"
כאן כדאי לשלב את אלמנט ההגבלה בזמן "ההנחה תקפה עד..." או לחילופין את אלמנט הכמות "עד גמר המלאי" או "ל - 20 מקומות הראשונים בלבד" או "נותרו רק 5 מקומות" או "נותרו רק 7 פריטים", המוצר ירד מהמדפים
אני חוויתי "פיספוס" כאשר רציתי לרכוש נעלים מסויימות בהנחה, ראיתי את המחיר שהוצג וחשבתי לנסות בשעה מאוחרת יותר ...אלא שכשחזרתי לרכוש אותן כבר לא נותרו במידה שלי :-(

הערה חשובה:
אל תרמה!
אם באמת המחיר מוגבל בזמן - עמוד בזמנים ואל תמכור אותו בהוזלה אחרי המועד
אם הכמות מוגבלת ל - 10 , אל תמכור 11 ויותר

תשלומים
הרבה יותר קל למכור מוצר ב - 5*400 מאשר ב - 2,000 ש"ח
הנחה על תשלום במזומן גם כן יכולה לעזור

כעת רשום את ההצעה הכספית שלך ע"פ הערונות הנ"ל:

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

8. **עדויות/הוכחות/הדגמות** - אף אחד לא רוצה להרגיש שהוא שפן נסיונות
ספר כמה אנשים כבר השתתפו בתוכנית/קורסים שלך
כמה השתמשו במוצר שלך והצליחו ל...
"רוב הלקוחות שלי שחוו את אותה בעיה עשו/התחילו כך...וזה מה שהם השיגו..."
כך יראו חייו של הגולש לאחר שישתמש במוצר, כמה טוב וקל יהיה לו...
הוסף המלצות, צטט עדויות של הלקוחות (בטקסט או בצילום וידאו)

כעת רשום לפחות 5 עדויות ו/או הוכחות שהמוצר או השירות שלך עושים את "העבודה" ;-)

שם המעיד :
העדות:

שם המעיד :
העדות:

שם המעיד :
העדות:

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**

שם המעיד :
העדות:

שם המעיד :
העדות:

© כל הזכויות שמורות ל **לילך דרור | מגירות** מייסדת **"בית הספר לשיווק באינטרנט"**