

فهرست مطالب

مقدمه	۹
توزیع کنندگان تنبل نیستند	۱۱
بنابراین چرا توزیع کنندگان کار نمی کنند؟	۱۱
آن ها کاری انجام نمی دهند	۱۵
یک آزمایش	۱۶
یک جمله ساده برای جلب توجه سریع مشتری	۱۷
جالب تر نیست؟	۱۸
ایده ها	۱۹
دو جمله یا عنوان اول ولقما کوتاه	۲۵
تعدادی ایده برای جملات و عنوان های اول	۲۷
درباره تلفن زدن چگونه؟	۲۸
حقایق حرف می زنند، داستان ها می فروشند	۳۳
دلیل جلب توجه من	۳۴
مردم دوست دارند داستان هایی درباره دیگران بشنوند	۳۵
تعدادی مثال می خواهید؟	۳۵
جمله اول مورد علاقه من	۳۷
اغلب مردم بازاریابی شبکه ای را هر روز انجام می دهند، اما فقط برای آن پولی نمی گیرند.	۳۸
داستان	۳۸
بنابراین، چگونه برای این کار باید پول درآورد؟	۴۲

اما وضعیت از این هم بهتر می شود ۴۳

بهتر و بهتر می شود! ۴۴

اولین جمله خود را بگویید و سپس گوش دهید ۴۷

اولین جمله ها دلیل عالی برای ایجاد وقفه در ارائه تجاری شما هستند ۴۸

اغلب این ارائه ها به شکست منجر می شوند ۴۸

یک راه آسان تر برای حفر کردن به دنبال مشکلات، استفاده از یک جمله شروع عالی است ۴۹

و اکنون بهترین زمان شروع ارائه است ۵۱

تحت تاثیر قرار دادن مشتری با کلوچه شانس ۵۳

چگونه باید از این کلوچه شانس ها استفاده کرد؟ ۵۴

در کلوچه شانس های خود چه می توانید بگویید؟ ۵۵

دسته بندی کردن مشتری ها با اولین جمله ۵۷

شماره ۱: مشتری باید تمایل داشته باشد ۵۷

بررسی زمان ۵۹

دو ویژگی (علاقه+زمان) = مشتری عالی ۵۹

استفاده از جمله منفی برای مشتری ۶۱

روش برای انتخاب بهتر ۶۲

شروع یک ارائه با اولین جمله برای تعیین واجد شرایط بودن ۶۴

جلسات فرصت تجاری ۶۴

بستن کار در انتهای جلسه ۶۵

سوالات مثبت برای شروع ۶۶

سوالات شروع منفی ۶۹

به فرمول دیگری احتیاج دارید؟ ۷۱

یک فرمول دیگر ۷۲

برای دریافت ارجاع ۷۳

مثال هایی از درخواست ارجاع برای شروع مکالمه ۷۳

و بله، می توانید از این نوع سوال شروع برای فرصت های خود نیز استفاده کنید. ۷۴

آیا تبلیغات و عنوان ها جملات اول محسوب می شوند؟ ۷۶

آیا تا به حال روزنامه خوانده اید؟ ۷۷

وضعیت مشابه برای کتاب ۷۷

مشتری شما چیزی که می گوئید را اسکن می کند ۷۷

مشتری شما مطالب شما را نیز اسکن می کند ۷۸

عقاید احمقانه را فراموش کنید ۷۹

چه کسی می تواند جمله اول یا عنوان بهتری را انتخاب کند؟ ۷۹

چگونه بهترین جمله اول یا عنوان را انتخاب کنیم؟ ۸۰

اکنون انتخاب کنید ۸۱

حتی اگر نتوانید مشتری را جذب کنید، حداقل یک تحقیق انجام دادید ۸۱

اما این شش گزارش را از کجا باید پیدا کنم؟ ۸۲

اما این دلیل اصلی آزمایش نبود ۸۳

خوب، پس چگونه باید عنوان تبلیغاتی را انتخاب می کرد؟ ۸۴

آزمایش! این کلید کار است! ۸۵

آیا راهی وجود دارد که بتوانیم با کمترین هزینه آزمایش را انجام دهیم؟ بله! ۸۵

و نتیجه! ۸۶

متوجه برنده شدید؟ ۸۷

تعدادی جمله اول آزمایش شده که به خوبی کار می کنند ۹۳

آیا به اندکی الهام نیاز دارید؟ ۹۴

ایا می توانید خودتان جملات اول و عنوان هایی پیدا کنید؟ ۹۵

حدس زدن کار را خراب می کند ۹۹

آیا یک جمله را تنها به خاطر این که برای شما خوب به نظر می رسد، انتخاب می کنید؟ ... ۹۹

این آماتورها رقیب شما هستند! ۱۰۰

این آزمایش را انجام دهید و پول خود را سرمایه گذاری کنید ۱۰۱

مقدار کمی خشن باشید ۱۰۴

مطالب بیشتر درباره عنوان ها و جملات اول ۱۰۸

کلماتی را انتخاب کنید که با شوکه کردن مخاطب توجه او را جلب کنند ۱۰۸

نظرتان درباره یک مثال کاربردی برای یک محصول چیست؟ ۱۰۹

مثال های بیشتری می خواهید؟ ۱۱۰

شما محکوم به نوشتن عنوان ها برای موسیقی کانتری/غربی خواهید شد! ۱۱۱

به نظر جالب رسید، نظرتان درمورد تعدادی مورد بیشتر چیست؟ ۱۱۲

چگونه بدون رد شدن، به مشتریان سخت نزدیک شویم؟ ۱۱۳

و آیا متوجه شدید که تنها یک تغییر کوچک در تعدادی از کلمات اعمال شد؟ ۱۱۴

هشتری یابی سرد روی دارندگان تجارت کوچک ۱۱۵

آن ها نمی خواهند با شما صحبت کنند ۱۱۶

ایجاد احساس گناه با شکلات ۱۱۶

ساده بود؟ ۱۱۷

تبدیل هوارد هنفی به هزایای مثبت فروش ۱۱۹

مثال می خواهید؟ ۱۱۹

یک پیشنهاد عالی بدهید ۱۲۱

- تعدادی مثال برای محصولات و خدمات ۱۲۱
- چند مثال برای محصولات رژیمی ۱۲۲
- چند مثال برای سلامتی ۱۲۲
- تعداد زیادی مثال برای فرصت‌های تجاری ۱۲۳
- کارلوس برای نجات می‌آید ۱۲۳
- پیشنهاد خود را درست کنید ۱۲۴

جملات اولیه و عنوان‌های بد و سردرگم کننده ۱۲۶

- چرا باید ارائه را ضعیف شروع کنید؟ ۱۲۷
- خیلی خوب، فقط مقدار دیگری طنز ۱۲۸
- اکنون وقت جدی شدن است ۱۲۹

نمی‌توانید درباره یک جمله اول یا عنوان خوب فکر کنید؟ ۱۳۱

- از حرفه‌ای‌ها مدل‌سازی کنید ۱۳۱

جمله‌های اول یخ شکن شما ۱۳۴

- مردم پیر در اوکراین ۱۳۶
- شیوه شما نیست؟ ۱۳۸
- برای شروع تخیل شما ۱۳۸

فایل امضای شما در انتهای ایمیل ۱۴۰

- این نمونه‌ها چه چیز مشترکی با یکدیگر دارند؟ ۱۴۳
- یک امضای خسته کننده چه شکلی است؟ ۱۴۳

یک عنوان برای تبلیغات شما ۱۴۵

- چه اتفاقی می‌افتد؟ ۱۴۶
- چه چیزی باعث جذاب شدن عنوان‌های خاصی می‌شود؟ ۱۴۷

- مرحله ۱: باید مزایایی برای محصول خود انتخاب کنیم..... ۱۴۸
- مرحله ۲: شغل..... ۱۴۹
- مرحله ۳: جغرافی..... ۱۴۹
- مرحله ۴: اعداد غیرعادی..... ۱۴۹
- مرحله ۵: شخصیت..... ۱۵۰
- آیا چند مثال از به کار بردن این فرمول پنج مرحله‌ای می‌خواهید؟..... ۱۵۲
- بازهم می‌خواهید..... ۱۵۳
- یک بار دیگر؟..... ۱۵۴
- آیا این تنها روش برای ساختن عنوان‌ها و جملات اول عالی است؟..... ۱۵۴

موضوع ایمیل‌ها..... ۱۵۵

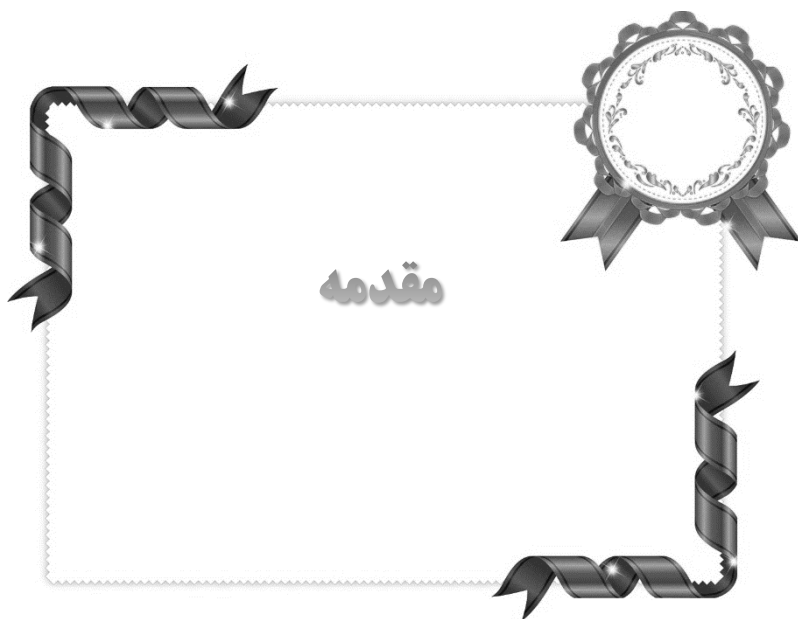
- موضوع پیام ایمیل شما..... ۱۵۵
- ببینید کدام کلمات یا عبارات مشتری را می‌ترسانند..... ۱۵۶
- درباره تجارت شما چطور؟..... ۱۶۲

خط موضوع پست‌های شما در شبکه‌های اجتماعی..... ۱۶۴

- به گونه‌ای از کنار من رد شوید مانند این که یک نینجا هستید..... ۱۶۴
- آیا جمله اول تفاوتی ایجاد می‌کند؟..... ۱۶۵
- چه چیزهای دیگری می‌توانیم بگوییم؟..... ۱۶۶

و بقیه کار به شما مربوط است!..... ۱۶۸

- کارگاه‌های بیگ ال..... ۱۶۹
- هدیه رایگان..... ۱۷۰
- درباره نویسنده..... ۱۷۱



قبل از این که منوی یک رستوران را ببینیم درباره غذا خوردن در آن تصمیم می‌گیریم و قبل از دیدن کامل یک ویدئو با چند ثانیه اول آن کاملاً تصمیم‌گیری می‌کنیم.

چرا؟

به دلیل این که سرما شلوغ است. ما سعی می‌کنیم از فعالیت‌هایی که باعث اتلاف زمان می‌شوند مانند گوش دادن به یک ارائه فروش خسته کننده طولانی دوری کنیم. ذهن ما به سرعت تصمیم می‌گیرد که آیا باید از فروشنده خوشمان بیاید یا نه. ذهن ما به سرعت تصمیم می‌گیرد که آیا پیشنهاد فروشنده برای ما جذاب است یا نه.

و سرانجام، ذهن ما به سرعت تصمیم می‌گیرد که آیا باید به فروشنده اطمینان کرد و او را باور کرد یا نه.

ما این تصمیم‌گیری را بر مبنای جمله اول یا چند جمله اول انجام می‌دهیم. ما

تنها چند ثانیه از موفقیت یا شکست فاصله داریم.

اگر اولین جملات ما بد باشند، کار تمام است و دیگر شانس نداریم.

آیا می‌خواهید تجارت خود را بهبود دهید؟ سریع‌ترین راه، بهبود جمله اول شما است.

-تام بیگ ال شرایتر.

برای نکات و راهنمایی‌های بیشتر در زمینه موفقیت، به کانال تلگرام زیر مراجعه فرمایید:

https://t.me/be_successfull



افراد تنبل هیچ وقت بی خیال برنامه‌های تلویزیونی نمی‌شوند تا در یک جلسه برای فرصت‌های تجاری شرکت کنند. افراد تنبل هیچ وقت روی بسته‌های توزیع گران، محصولات و مطالب تبلیغاتی سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. و هیچ فرد تنبلی تعهد به انجام پاره وقت کار در هر هفته نمی‌دهد تا آینده‌ای برای خودش و خانواده‌اش بسازد.

بنابراین چرا توزیع کنندگان کار نمی‌کنند؟

توزیع کنندگان جدید دو مشکل دارند:

۱ آن‌ها نمی‌دانند باید چه کار کنند.

۲ آن‌ها کارهای اشتباهی انجام می‌دهند.

این‌ها مشکلات جدی هستند.

من جلسات آموزشی مختلفی را در سراسر دنیا برگزار کردم. در اولین ساعت

کارگاه / اسپانسرینگ فوق العاده، از شرکت کنندگان یک سوال ساده پرسیدم:

"وقتی یک ارائه تجاری را برای یک مشتری انجام می‌دهید، اولین جمله‌ای که به دهان شما می‌آید چیست؟"

سکوت حکم‌فرما می‌شود.

شرکت کنندگان سعی می‌کنند تماس چشمی برقرار نکنند.

شرکت کنندگان نشان می‌دهند که در حال نگاه کردن به یادداشت‌هایشان هستند.

کل سالن دچار عذاب بزرگی می‌شوند و آرزو دارند شخصی به این سوال پاسخ دهد. اگر چیزی نگوییم، در بقیه روز صدایی در نمی‌آید.

در آخر، آن‌ها را راحت می‌کنم. توضیح می‌دهم که ما تنها یک شانس برای اثر اول خوب داریم. اگر اولین اثر ما خوب باشد، می‌توانیم در بقیه ارائه اشتباهاتی داشته باشیم و در عین حال مشتری بازهم ما را دوست داشته باشد و بخواهد به ما ملحق شود.

اگر اولین اثر باعث شود که مشتری در حالت تدافعی قرار بگیرد و به صورت ذهنی بخواهد از کیف پولش دفاع کند، تمام جملات بعدی شما را با ذهنیت منفی و شکاک می‌شنود. در این حالت مشکل بزرگی خواهید داشت. می‌توانید یک ارائه فوق العاده انجام دهید و آن را با یک نمایش لیزری خاتمه دهید و با این حال مشتری باز هم ملحق نمی‌شود.

به همین خاطر است که اولین جمله ما در یک ارائه بسیار مهم است. این جمله تقریباً همه چیز ارائه است.

این وضعیت برای هر ارائه‌ای نیز صحیح است:

✓ یک جلسه فرصت تجاری.

✓ یک تماس تلفنی مشتری‌یابی

✓ یک ارائه تجاری در پشت میز آشپزخانه

اولین جمله شما تعیین کننده وضعیت روحی و مقدار همکاری مشتری خواهد بود.

✓ یک جمله اول بد باعث می‌شود تا مشتری دستانش را تا کند، حالت دفاعی خود را فعال کند، از کیف پولش حفاظت کند و با وضعیت فکری شکاک به حرف‌های شما گوش دهد.

✓ یک جمله اول خوب باعث می‌شود مشتری شما به یک شریک تجاری تبدیل شود. در این حالت مشتری می‌تواند به یاد نیاوردن نام شرکت، سردرگم شدن شما درباره مواد سازنده محصول و ندانستن درست چگونگی کار کرد برنامه پاداش توسط شما را ببخشد.

مشتری شما در چند ثانیه اول تصمیماتی مانند این را می‌گیرد:

✓ آیا باید به این شخص اطمینان کنم؟

✓ آیا باید حرف‌های این شخص را باور کنم؟

✓ آیا باید این شخص را دوست داشته باشم؟

✓ آیا این شخص سعی می‌کند از من سو استفاده کند؟

✓ آیا می‌خواهم با این شخص تجارت انجام دهم؟

به همین خاطر است که من یک جمله اول خوب برای خودم ساختم. اغلب آموزش‌ها روی چگونگی ارائه محصولات یا برنامه پاداش تکیه دارند. ساعت‌ها و ساعت‌ها وقت صرف به یاد آوردن و تمرین تکنیک‌های ارائه و بستن قرارداد می‌شوند.

این تنها باعث اتلاف تلاش شخص است.

اگر جمله شروع عالی باشد، می‌توانید بقیه ارائه خود را خراب کنید و باز هم مشتری برای وارد شدن به این تجارت، التماس خواهد کرد. یا در حداقل حالت، به خوبی به حرف شما گوش می‌دهد.

آن را به این صورت در نظر بگیرید:

"ترجیح می‌دهم توزیع کنندگان من ارائه‌های شلخته‌ای برای مشتری‌هایی داشته باشند که آن‌ها را دوست دارند تا این که ارائه‌های کاملی را به مشتری‌هایی بدهند که از آن‌ها متنفر هستند."

اکنون به کارگاه "اسپانسرینگ فوق‌العاده" و شرکت کنندگان ناراحت آن بر می‌گردیم. من از آن‌ها خواستم اولین جمله‌ای که هنگام ارائه به زبان می‌آورند را به من بگویند.

و سپس بهانه‌ها شروع شد.

شرکت کنندگان گفتند:

✓ آه، تقریباً هر چیزی که در آن لحظه به نظر خوب برسد.

✓ من همیشه با جمله دوم شروع می‌کنم. هیچ وقت جمله اول ندارم.

✓ من گیج شدم. منظورم شما اولین جمله در یک جلسه فرصت تجاری

است؟ یا منظور شما اولین جمله در یک ارائه درون خانه است؟

✓ هرچی به ذهنم برسد.

✓ بستگی به مشتری، وضعیت هوا و حس من دارد.

✓ روی یک ارائه مولتی مدیا برمبنای برنامه پاداش متمرکز می‌شوم و هیچ وقت نگران احساس مشتری نیستم.

بله، جملاتی مانند این را به زبان می‌آورند.

اما می‌خواهید بدانید که در دلشان چه می‌گویند؟ آن‌ها می‌گویند:

"نمی‌دانم باید چه بگویم."

اسپانسرهای آن‌ها هیچ وقت اهمیت و استراتژی یک جمله شروع خوب را نمی‌گویند. آن‌ها هیچ وقت فکر نمی‌کنند که گفتن کلمات اولیه موثر برای شروع یک ارائه تجاری موفق لازم است. این مسئله واقعا غم‌انگیز است.

وقتی توزیع کنندگان شما:

۱ نمی‌دانند چه کار کنند.

۲ دقیقاً نمی‌دانند چه بگویند.

۳ و نمی‌دانند چگونه یک ارائه موفق را شروع کنند.

حدس بزنید چه می‌شود.

آن‌ها کاری انجام نمی‌دهند

توزیع کنندگان تنبل نیستند.

آن‌ها با نامیدی می‌خواهند تا یک تجارت بسازند.

آن‌ها تنها نمیدانند که باید چه بگویند و چه کار کنند.

شما تنها یک شانس دارید تا اثر اولیه خوبی بگذارید. به همین خاطر توزیع کنندگان آموزش ندیده مشتریان خوب را از بین می‌برند و آن‌ها را به دشمنان قسم خورده ضد بازاریابی شبکه‌ای تبدیل می‌کنند.

یک آزمایش

اولین جمله‌ای را بنویسید که در یک ارائه تجاری برای مشتری، به زبان می‌آورید.

✓ آیا جمله اول شما باعث انفعال مشتری می‌شود؟

✓ آیا جمله اول شما باعث می‌شود مانند یک فروشنده به نظر برسید؟

✓ آیا جمله اول شما باعث می‌شود مشتری حفاظی در برابر فروش روی خود قرار دهد؟

✓ آیا اولین جمله شما باعث می‌شود که مشتری به سرعت بخواهد شریک شما شود؟

برای یک لحظه صبر کنید. اولین جمله‌ای که استفاده می‌کنید را با صدای بلند بگویید یا بنویسید.



✓ اگر یک لحظه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم چگونه می‌توانید کار کنونی خود را رها کنید و بازهم بتوانید پول زیادی به دست بیاورید.

✓ اگر چند دقیقه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم چگونه با دو شب کار کردن در هفته، درآمدی مانند کار تمام وقت داشته باشید.

✓ اگر چند لحظه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم که چگونه یک ماشین جدید بخرید بدون این که مجبور باشید برای آن زیر بار قرض یا قسط بروید.

✓ اگر چند لحظه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم که چگونه میلیونر شوید.

✓ اگر چند لحظه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم که چگونه بتوانید سفرهای رایگانی برای همه عمر داشته باشید.

✓ اگر چند دقیقه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم چگونه دوست من ۵۰ درصد حقوق بیشتر به دست آورد و اکنون از خانه کار می‌کند.

✓ اگر چند دقیقه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم که چگونه می‌توانیم با یکدیگر در این تجارت باشیم.

✓ اگر چند دقیقه وقت دارید، می‌خواهم به شما بگویم که چگونه تجارتی با کمترین مقدار مالیات داشته باشید.

اگر چند دقیقه وقت دارید " یک عبارت شروع عالی مودبانه است که در خیلی از مواقع مانع از رد شدن نیز می‌شود.

جالب‌تر نیست؟

این‌ها مثال‌هایی از جملات اولی هستند که می‌توانند توجه مشتری را جلب کنند.

در این جا چند مثال دیگر از جملات اولی را می‌بینید که می‌توانند باعث به صدا درآمدن اخطار فروش و مقاومت در برابر مشتری شوند:

✓ اجازه دهید تا درباره تجارت فوق‌العاده خودم بگویم.

✓ یک فرصت خوب دارم که به نظرم برای شما عالی است.

✓ آیا انتخاب‌های درآمد برای خود را باز گذاشته‌اید؟

✓ به تازگی در یک شرکت عالی وارد شده‌ام و محصولات

✓ این یک فرصت فوق‌العاده است که تضمین می‌کند

خوب به نظرم دیگر ایده را گرفتید.

بعضی از جملات مشتری‌هایی خوب و ذهن باز را ایجاد می‌کنند که تمایل دارند به ما گوش دهند و بعضی جملات نیز به سرعت ذهن مشتری را می‌بندند.

از تخیل خود برای این موضوع استفاده کنید.

در این حالت فرض کنید که مشتری هستید. اکنون به عنوان مشتری دوست دارید تا چه چیزی بشنوید؟

برای مثال اگر بخواهید از یک سوال برای مشتری استفاده کنید تا توجه او را به مزایای عالی مالیاتی یک تجارت مبتنی بر خانه جلب کنید، می‌توانید بعضی از موارد مورد علاقه من مانند این‌ها را امتحان کنید:

✓ آیا می‌خواهید هر ماه ۱۰۰ دلار بازگشت مالیات داشته باشید؟

✓ آیا حداکثر مالیاتی را پرداخت می‌کنید که قانون به سرکارگر اجازه دریافت آن را داده است؟

✓ آیا می‌خواهید که از کاهش مالیات روی درآمد استفاده کنید؟

✓ آیا می‌خواهید که هر سال ۱۵ آوریل را جشن بگیرید و بخندید در حالی که دوستان شما مالیات پرداخت می‌کنند؟ (۱۵ آوریل روز پرداخت مالیات در ایالات متحده است.)

ایده‌ها

و سرانجام، به سراغ بعضی از جملات اول من می‌رویم تا بتوانیم قبل از رفتن به فصل بعد، تخیل شما را فعال کنیم:

✓ آیا این مشکل پنهان شما نیز هست؟ (کنجکاوی باعث می‌شود این آسان

شود).

✓ دیگر مجبور نیستید تا وقت زیادی را در مسیر بگذرانید و می‌توانید در خانه کار کنید. (درد نشستن در ترافیک و سوزاندن سوخت گران باعث انگیزه مشتری برای گوش دادن می‌شود).

✓ ۹۹ درصد دوستان شما اشتباه فکر می‌کنند. (به دلیل این که موافق هستیم، می‌خواهیم بیشتر بشنویم).

✓ ۳ اینچ از دور کمرتان را در این آخر هفته کم کنید. (به عنوان افرادی که رژیم می‌گیرند، همیشه نسبت به هر وعده رژیمی امید داریم. چند مثال بعدی نشان می‌دهند که این وعده چگونه کار می‌کند).

✓ این ماده چربی‌سوز هنگامی که خواب هستید کار می‌کند.

✓ درمان رژیم گیاهی تقریباً خیلی سریع کار می‌کند.

✓ تنها افراد احمق به روش قدیمی رژیم می‌گیرند.

✓ شخصی با قبض‌های کریسمس را می‌شناسید؟ (این جمله خیلی دقیق است. اگر شخصی با این مشکل را بشناسیم، توجه ما جلب می‌شود).

✓ چگونه باید یک حرفه بن بست خورده را تغییر داد؟ (توجه شخصی که ذهن باز دارد و هنوز امیدش را از دست نداده است را جلب می‌کند).

✓ وقتی که نباید سالم غذا خورد. (همین اکنون توجه من را جلب کرد!)

✓ سه دلیل برای این که رئیس خود را همین فردا اخراج کنید. (تصویری از تغییر آنی زندگی به مشتری می‌دهد).

- ✓ چگونه ظرف سه سال از دست همه بدهی‌ها خلاص شد؟
- ✓ چرا همسایگان و دوستان شما به سرعت به جلو می‌روند اما شما نمی‌توانید؟ (ما همیشه فکر می‌کنیم که دیگران رازی دارند که ما نمی‌دانیم و باید بیشتر بدانیم!)
- ✓ هیچ وقت دوباره قبض تلفن همراه را پرداخت نکنید. (مردم هیجان زده می‌شوند زیرا همیشه فکر می‌کنند توسط شرکت‌های مخابراتی سرکیسه می‌شوند.)
- ✓ تنها سه ساعت خواب و این هم اثبات! (من این را از آرت جوناک یاد گرفتم. اگر عبارت "این هم اثبات" را به کار ببرید، مردم به صورت ذاتی برای شنیدن بیشتر کنجکاو می‌شوند.)
- ✓ سالی یک تعطیلات شش هفته‌ای داشته باشید و رئیس خود را برای کار کردن استخدام کنید. (کاملاً غیرواقعی اما ما رویای آن را داریم و می‌خواهیم بیشتر بشنویم.)
- ✓ مانند یک میلیونر فکر کنید. (فکر کردن سخت نیست. گام راحتی به نظر می‌رسد.)
- ✓ چرا یک شخص ۲۸ ساله که دبیرستان را هم کامل نکرده است می‌تواند بیش از رئیسش درآمد داشته باشد؟ (احساس می‌کنیم که مهارت‌ها و دانش بیشتری نسبت به یک شخص ۲۸ ساله بدون دیپلم دبیرستان داریم. این اعتماد به نفسی به ما می‌دهد که می‌توانیم نتایج بهتری نسبت به او پیدا کنیم.)
- ✓ با کمتر از ۵۰ دلار مانند یک میلیونر به نظر برسید. (به نظر سخت

نمی‌رسد. چه کسی نمی‌خواهد تا برای کمتر از ۵۰ دلار، عالی به نظر برسد؟

✓ آنقدر پول به دست بیاورید که همسران نداند چگونه خرج کند. (این طنز باعث ظاهر شدن لبخند روی لب مشتری می‌شود و به صورت ذاتی، مقاومت در برابر فروش او را کاهش می‌دهد.)

✓ آیا می‌خواهید یک روز کامل در یک اسپا صرف کنید تنها با هزینه ۱/۹۵ دلار در روز؟ (کاهش هزینه به مقدار روزانه، یک روش آسان برای کاهش مقاومت در برابر قیمت است.)

✓ آیا وقتی رئیس‌تان به شما می‌گوید که باید بعد از اتمام ساعت کار، بازهم باقی بمانید و کار کنید، آب دهان‌تان را به سختی قورت می‌دهید؟ (ما همه غرور داریم و از این که بدون قدرت به نظر برسیم، متنفر هستیم. این سوال به خوبی به سراغ این احساسات می‌رود.)

✓ میل دارید به جای ۶۵ سالگی در ۳۵ سالگی بازنشست شوید؟ (و اگر با یک شخص جوان‌تر صحبت می‌کنید، می‌توانید این مقدار را به ۲۵ کاهش دهید.)

✓ با بدهی‌های کارت اعتباری خود خداحافظی کنید. (با این حرف، افرادی را هدف می‌گیرید که به خاطر قرض‌های کارت اعتباری زیر فشار هستند. انگیزه آن‌ها برای پول بیشتر به منظور رفع این بدهی‌ها باعث می‌شود ذهن آن‌ها برای صحبت‌های بعدی شما باز بماند.)

✓ با وام‌های خود خداحافظی کنید. (مردم رویای این را دارند که وقتی وام خانه‌اشان تمام شود، چقدر پول بیشتری به سراغ آن‌ها می‌رود.)

✓ اجازه ندهید هیچ سگته یا ناراحتی قلبی برای شما رخ دهد. (برای زندگی همیشگی ... بله! حداقل برای مدت طولانی‌تری. همیشه ناشناخته‌ها هستند که باعث استرس مشتری می‌شوند. در این جا وعده‌ای برای حذف این ناشناخته و آزاد کردن آن‌ها از این استرس را دادید.)



دو پاکت آماده کنید.

در یک سمت یکی از پاکت‌ها این را بنویسید:

✓ علاقه داشتن

روی پاکت دیگر، این را بنویسید:

✓ نداشتن علاقه

جملات اول از این کوتاه‌تر نمی‌شوند.

اکنون با دو پاکت خود به یک مشتری نزدیک شوید و مکالمه کوتاهی داشته باشید.

اگر مشتری علاقه‌ای به شرکت در یک جلسه فرصت تجاری نداشت تا درباره تجارت یا محصول شما بشنود یا یک بسته پیش از نزدیک شدن را ببیند، نگاهی به دو پاکت بیندازید و پاکت با عبارت "نداشتن علاقه" را به او بدهید.

مشتری متوجه می‌شود که شما پکت دیگری با عبارت "علاقه داشتن" در دست دارید. کنجکاوی او شروع می‌شود. ممکن است پیش خودش فکر کند، "هی، واقعا می‌خواهم بدانم در پکت 'علاقه داشتن' چه چیزی هست. بد نیست نظرم را عوض کنم و علاقه پیدا کنم. شاید بتوانم درخواست یک ارائه بدهم."

اگر مشتری واقعا علاقه مند نباشد، پکت "بدون علاقه" را می‌گیرد و می‌تواند محتویات آن را در زمانی که سرش خلوت است، بخواند. می‌توانید کوپن‌های تخفیف برای محصول یا خدمات را درون پکت قرار دهید یا نامه‌ای در آن قرار دهید که درخواست ارجاع افراد علاقه‌مند را می‌دهد.

در پکت "علاقه‌مند" چه چیزی قرار می‌دهید؟

از تخیل خود استفاده کنید.

می‌توانید یک تقاضا، یک کاتالوگ، یک تصدیق‌نامه، یا یک برنامه صوتی شروع به کار یا کوپن‌هایی برای آموزش رایگان قرار دهید. نکته اصلی این کار در این است که اغلب مشتری‌ها می‌خواهند بدانند درون پکت "علاقه‌مند" چه چیزی است.

می‌بینید، جمله اول لازم نیست طولانی باشد. آن‌ها می‌توانند به کوتاهی یک یا دو کلمه باشند.

مشتری‌ها دارای محدوده توجه کوتاهی هستند اما اگر اولین جملات شما مزایای مشخصی داشته باشند، به سرعت پاسخ می‌دهند.