

# Wstęp do zeszytu ćwiczeń Zgarnij klienta

Ten zeszyt ćwiczeń, dostępny pod adresem <ftp://ftp.helion.pl/przyklady/zgakli.pdf>, zawiera wszystkie ćwiczenia pisemne i zadania do wykonania zamieszczone w książce *Zgarnij klienta*. Czytając książkę, trzymaj go zawsze przy sobie. Za każdym razem, gdy będziesz miał do wykonania ćwiczenie pisemne, zanotuj swoje przemyślenia w zeszycie. W ten sposób, gdy otrzymasz zadanie do wykonania, będziesz gotowy do podjęcia działań niezbędnych do tego, żeby znacząco powiększyć grono swoich klientów.

Każda lekcja zamieszczona w tym zeszycie ćwiczeń odpowiada jednemu rozdziałowi w książce *Zgarnij klienta*, co ułatwia korzystanie z niego w trakcie czytania książki. Ponadto, podobnie jak w książce, każde ćwiczenie jest oparte na poprzednim, dlatego wykonuj je wszystkie w odpowiedniej kolejności. Nie pomiń żadnego ćwiczenia!

Teraz nadszedł czas na podjęcie działań. Wszystkie informacje, których potrzebujesz, żeby zdobyć komplet klientów, znajdziesz na stronach mojej książki. Czy zadasz sobie trud wykonania zadań, dzięki którym dasz się poznać światu z lepszej strony? Oczywiście tylko Ty znasz odpowiedź.

To zależy od Ciebie — tylko od Ciebie — podobnie jak Twój sukces. Tylko Ty możesz sprawić, że to, co robisz dzisiaj, przyczyni się do sukcesu Twojej firmy (albo mu zaszkodzi). Moim zdaniem jest to bardzo ekscytująca perspektywa.

# Twoje fundamenty

Jeśli chcesz przyciągać rzesze klientów, musisz mieć solidne fundamenty. Zaczynj od następujących elementów:

- Wybierz idealnych klientów dla siebie, tak abyś pracował tylko z takimi ludźmi, którzy Cię inspirują i dodają Ci energii.
- Zrozum, dlaczego ludzie kupują to, co sprzedajesz.
- Nadaj swojej marce osobisty charakter, żeby była wyjątkowa i łatwa do zapamiętania.
- Opowiadaj o tym, co robisz, w taki sposób, żeby nie dezorientować ani nie nudzić rozmówców.

Ćwiczenia zamieszczone w pierwszym module przeprowadzą Cię przez proces budowania fundamentów, ponieważ potrzebujesz platformy, na której mógłbyś pewnie stanąć — doskonale skonstruowanej struktury, która będzie wspierać wszystkie Twoje działania marketingowe i rozwojowe, a także — śmiem twierdzić — stymulować Twój rozwój osobisty.

Budowanie fundamentów przypomina nieco układanie puzzli. Będziesz brać po jednym kawałku naraz, a kiedy wszystkie puzzle znajdą się już na swoich miejscach, Twoja firma otrzyma mocne, solidne fundamenty.

Moduł pierwszy składa się z trzech lekcji:

*Lekcja 1.* — Polityka czerwonego aksamitnego sznura

Opracuj własną politykę czerwonego aksamitnego sznura, która będzie przepuszczać tylko idealnych klientów — tych, którzy Cię inspirują i dodają Ci energii.

*Lekcja 2.* — Dlaczego ludzie kupują to, co sprzedajesz

Wykonaj cztery kroki, które pomogą Ci zrozumieć, dlaczego ludzie kupują to, co sprzedajesz. Jest to konieczne, jeśli chcesz, żeby Twoje usługi zaczęły cieszyć się niesłabnącym popytem.

- Krok 1. Określ swój rynek docelowy.
- Krok 2. Poznaj najpilniejsze potrzeby i największe pragnienia tego rynku.
- Krok 3. Złóż ofertę inwestycyjną.
- Krok 4. Odkryj i zademonstruj korzyści, które płyną z tej oferty.

*Lekcja 3.* — Stwórz osobistą markę

Opracuj plan, który pomoże Ci stwierdzić, z czego chcesz być znany na swoim rynku.

*Lekcja 4.* — Jak mówić o tym, co robisz

Stwórz dynamiczny dialog, w którym będziesz mówił ludziom, kim jesteś i czym się zajmujesz.

# Polityka czerwonego aksamitnego sznura

**1.1.1. Ćwiczenie pisemne:** Aby zacząć identyfikować typy klientów, z którymi nie chcesz współpracować, stwórz listę cech albo zachowań, których nie zamierzasz tolerować.

- Co Cię zraża i zniechęca?
- Jacy ludzie *nie* powinni zostać wpuszczeni poza czerwony aksamitny sznur, który chroni Ciebie i Twoją firmę?

**1.1.2. Ćwiczenie pisemne:** Teraz przyjrzyj się uważnie liście obecnych klientów. Bądź absolutnie szczery wobec siebie. Którzy z Twoich obecnych klientów pasują do profilu, który właśnie stworzyłeś — którzy z nich *nie* powinni zostać wpuszczeni poza czerwony aksamitny sznur, który chroni Ciebie i Twoją firmę?

**1.1.3. Zadanie do wykonania:** Pozbądź się felernych klientów, których wymieniałeś w poprzednim ćwiczeniu. Może to być tylko jeden klient, a może być ich kilkunastu lub kilkudziesięciu (czy ostrzegałem Cię, że będę Cię wypychał poza strefę komfortu? Jeśli nie, robię to teraz). Czy Twoje serce zaczęło mocniej bić? Czy żołądek podchodzi Ci do gardła na samą myśl

o tym? Czy Twoje ciało oblał zimny pot? Czy może skaczesz z radości pod sam sufit, bo wreszcie ktoś pozwolił Ci się pozbyć felernych klientów? Być może doświadczasz i jednego, i drugiego — to zupełnie normalne.

**1.1.4. Ćwiczenie pisemne:** Określ swojego idealnego klienta. Wymień *cechy*, które powinien mieć.

- Jakimi ludźmi lubisz się otaczać?
- Czym się zajmują?
- O czym rozmawiają?
- Z kim się przyjaźnią?
- Jakie standardy etyczne sobie wyznaczają?
- Jak się uczą?
- Jaki wkład wnoszą w rozwój społeczeństwa?
- Czy są uśmiechnięci, otwarci, kreatywni?
- Jakie środowisko chciałbyś stworzyć w swoim życiu?
- I kto powinien zostać przepuszczony przez czerwony aksamitny sznur, który Cię chroni?

**1.1.5. Ćwiczenie pisemne:** Teraz spójrz na swoją bazę obecnych klientów. Wypisz nazwiska klientów lub współpracowników, z którymi najbardziej lubisz przebywać.

- Z kim najbardziej lubisz współpracować?
- Kogo z radością witasz w swoich progach?
- Którzy klienci sprawiają Ci problemy?
- Z którymi klientami pracuje Ci się tak dobrze, że aż trudno Ci uwierzyć, że dostajesz za to pieniądze?

**1.1.6. Ćwiczenie pisemne:** Stwórz w głowie obraz tych ludzi. Wypisz pięć najważniejszych powodów, dla których lubisz z nimi pracować. Co najbardziej Cię pociąga we współpracy z nimi?

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**1.1.7. Ćwiczenie pisemne:** Teraz przeprowadź bardziej szczegółową analizę. Gdybyś pracował tylko z idealnymi klientami, jakie cechy absolutnie *musieliby* mieć, żebyś wykonywał swoją pracę *najlepiej*, jak potrafisz? Bądź uczciwy i nie bój się usunąć niektórych ludzi z listy. Bądź egoistą. Myśl o sobie. Wykonując to ćwiczenie, oprzyj się na założeniu, że będziesz pracował tylko z najlepszymi z najlepszych. Bądź odważny i napisz wszystko, co przychodzi Ci do głowy, nie filtrując ani nie cenzurując swoich myśli.

**1.1.8. Ćwiczenie pisemne:** Jakie filtry zamierzasz zastosować, żeby wyeliminować klientów niedoskonałych?

**1.1.9. Ćwiczenie pisemne:** Wypełnij tabelę z rankingiem klientów. Podziel swoich obecnych klientów na trzy grupy: idealni klienci, felerni klienci oraz pozostali. Posegreguj ich zgodnie z własnym sumieniem.

Idealni klienci	Felerni klienci	Pozostali

**1.1.10. Ćwiczenie pisemne:** Spróbuj wymyślić, jak wzbudzić zapal w klientach, których zakwalifikowałeś do grupy „Pozostali”. Zastanów się, czy kiedyś (być może nieumyślnie) sam nie przyczyniłeś się do tego, że nie stali

się oni idealnymi klientami. Przejdź do działania — wyłącz na chwilę lewą, logiczną półkulę swojego mózgu i pozwól prawej na trochę kreatywnego szaleństwa.

- Czy mógłbyś w jakiś sposób wzniecić w nich nowy ogień albo wzbudzić większą pasję do Waszych wspólnych działań?
- Czy powinieneś od samego początku wyrażniej precyzować swoje oczekiwania wobec klientów?
- Czy jesteś w stanie wzbogacić dynamikę między Wami, inspirując ich albo rzucając im nowe wyzwania?



## Dlaczego ludzie kupują to, co sprzedajesz

### Krok 1. Określ swój rynek docelowy

**1.2.1. Ćwiczenie pisemne:** Przez kilka chwil zastanów się nad poniższymi pytaniami i zanotuj wszystkie myśli, które przyjdą Ci do głowy. Dzięki temu dowiesz się więcej na temat tego, jaki rynek jest dla Ciebie najlepszy. Twoje pasje, naturalny talent oraz to, co już wiesz i czego chcesz się nauczyć, to klucze, które pomogą Ci uzyskać odpowiedź na pytanie, jak powinieneś określić swój rynek docelowy.

- Jakie grupy ludzi korzystają z usług, które oferujesz?
- Z którymi z nich najlepiej się rozumiesz albo które budzą w Tobie największą pasję i podekscytowanie?
- W której grupie (lub grupach) znasz kogoś albo kogoś obsługujesz?
- O której grupie (lub grupach) wiesz najwięcej — albo o której najbardziej chciałbyś się czegoś dowiedzieć?

- Do jakich aspektów swojej pracy podchodzisz z największą pasją?
- Jakie naturalne talenty i mocne strony wykorzystujesz w swojej pracy?
- Na jakich aspektach swojej branży znasz się najlepiej?

**1.2.2. Ćwiczenie pisemne:** Pomyśl o swoich zainteresowaniach i doświadczeniu życiowym. Jeśli będziesz miał wspólne zainteresowania albo doświadczenia ze swoimi klientami, łatwiej będzie Ci się z nimi identyfikować i wczuć się w ich sytuację.

- Czy identyfikujesz się z jakimiś życiowymi sytuacjami lub rolami, które mogłyby pomóc Ci dotrzeć do określonego rynku docelowego?
- Czy masz jakieś zainteresowania albo hobby, które mogłyby pomóc Ci dotrzeć do określonego rynku docelowego?

**1.2.3. Ćwiczenie pisemne:** Teraz chciałbym, żebyś odpowiedział na jedno pytanie: jaki jest Twój rynek docelowy? Jeśli nie jesteś jeszcze gotowy, żeby na nie odpowiedzieć, stwórz listę opcji, które Ci odpowiadają. Przyjrzyj się im (ale niezbyt długo), a następnie wybierz jedną z nich. Nawet jeżeli nie jesteś jeszcze do niej przekonany, po przeczytaniu kilku następnych rozdziałów wiele rzeczy Ci się rozjaśni.

## **Krok 2. Poznaj najpilniejsze potrzeby i największe pragnienia tego rynku**

**1.2.4. Ćwiczenie pisemne:** Jakie są *najpilniejsze potrzeby* Twoich klientów (co chcieliby od siebie odsunąć)?

*Przykład:* Pilną potrzebą, która spowodowała, że kupiłeś tę książkę, mógł być stres spowodowany tym, że potrzebujesz więcej klientów (i pieniędzy), ale nie wiesz, jak i komu powinieneś reklamować swoją firmę. Być może na Twoim biurku leży spory stos rachunków i zaczynasz odczuwać strach. A może wiesz, co powinieneś zrobić, żeby przekonać klientów do skorzystania z Twoich usług, ale brak Ci motywacji do działania, na czym cierpi Twoja firma.

**1.2.5. Ćwiczenie pisemne:** Jakie są *największe pragnienia* Twoich klientów (do czego chcieliby się zbliżyć)?

*Przykład:* Skoncentrujmy się znów na Tobie. Twoim największym pragnieniem może być nabranie pewności siebie i zdobycie kontroli, co pomoże Ci pozyskać tylu klientów, ilu tylko zapragniesz. Może marzysz o niezależności finansowej. A może po prostu chciałbyś móc co roku pojechać na prawdziwe wakacje. Albo chcesz mieć wspaniale prosperującą firmę, w której będziesz się w pełni realizował i która będzie przynosić Ci ogromne pieniądze.

### **Krok 3. Złóż ofertę inwestycyjną i Krok 4. Odkryj i zademonstruj korzyści, które płyną z tej oferty**

**1.2.6. Ćwiczenie pisemne:** Jakie głęboko zakorzenione korzyści przynoszą Twoje usługi osobom, które je kupują?

## Stwórz osobistą markę

**1.3.1. Ćwiczenie pisemne:** Stwórz listę sytuacji, w których pozwoliłeś na to, żeby inni decydowali za Ciebie, zapomniałeś o własnych zasadach albo poszedłeś na daleko idący kompromis w sprawach związanych z Twoją firmą, zarówno teraz, jak i w przeszłości.

**1.3.2. Ćwiczenie pisemne:** A jaka jest druga strona tego medalu? Opisz sytuacje z życia zawodowego, w których czułeś się ożywiony i pełen energii — kiedy w pełni wyrażałeś samego siebie. Wszystko, co robiłeś, przynosiło wspaniałe efekty. Użyj wszystkich swoich zmysłów. Co sprawiało, że w tamtych chwilach czułeś się tak wspaniale?

**1.3.3. Ćwiczenie pisemne:** Teraz porównaj sytuacje z obu list — te, w których poszedłeś na kompromis z własnymi zasadami, i te, w których pozostałeś sobą.

- W jaki sposób możesz zmienić swoje zachowanie, tak aby mówić i działać odważnie, w pełni wyrażając samego siebie?
- Jak powinieneś komunikować się z innymi ludźmi, żeby mieć pewność, że już nigdy nie zrezygnujesz z własnych zasad i nie pozwolisz na to, żeby ktoś decydował za Ciebie?

**1.3.4. Ćwiczenie pisemne:** Zaczniij od kilku sytuacji (najlepiej mało krępujących), w których mógłbyś poćwiczyć śmiało, swobodne wyrażanie samego siebie.

**1.3.5. Ćwiczenie pisemne:** Zanotuj kilka sytuacji (mniej komfortowych), w których chciałbyś umieć wykazać się większą odwagą.

**1.3.6. Ćwiczenie pisemne:** Określ jedną ze swoich najważniejszych intencji związanych z Twoją firmą.

*Przykład:* Chcę zdobyć komplet klientów.

**1.3.7. Ćwiczenie pisemne:** Zastanów się, czy istnieją jakieś zamiary, które mogą być sprzeczne z intencją określoną w poprzednim ćwiczeniu. Prawdopodobnie tkwią one w Twojej podświadomości i są trudne do zidentyfikowania. Zamiary takie prawie zawsze są oparte na strachu.

*Przykład:* Jeżeli zdobędę komplet klientów, nie będę miał czasu dla siebie. Albo: żeby zdobyć komplet klientów, muszę się wypromować, przez co stanę się żałosny i bezbronny. Albo: chcę zdobyć komplet klientów, ale *myślę*, że promowanie samego siebie jest nieatrakcyjne.

**1.3.8. Zadanie do wykonania:** Określenie sprzecznych intencji i pogodzenie się z ich istnieniem jest pierwszym krokiem na drodze do rozwiązania tego problemu. Najważniejsza jest sama świadomość, chociaż nie zawsze wystarcza, żeby zapobiec blokowaniu pozytywnych zamierzeń. Następnym krokiem w tym procesie jest zidentyfikowanie strachu, który leży u podstaw tych intencji. Dopiero wtedy będziesz mógł zacząć usuwać blokady w swojej głowie.

Na tym etapie konieczne jest, żebyś poprosił jednego albo dwóch prawdziwych, oddanych Ci przyjaciół o wysłuchanie Twoich przemyśleń. Kiedy zaczynamy zmieniać nasze życie, czy to osobiste, czy zawodowe, nasza rodzina i przyjaciele często czują się zagrożeni. Świadomie życzą Ci, żebyś odniósł sukces, ale ich intencje mogą stać w sprzeczności z tymi życzeniami, ponieważ podświadomie chcą oni pozostać w strefie komfortu i zatrzymać tam Ciebie. Takich ludzi nie powinienes prosić o pomoc przy tym ćwiczeniu.

Opowiedz o swoich intencjach i sprzecznych z nimi zamiarach jednemu lub dwóm przyjaciołom i poproś ich, żeby pomogli Ci stwierdzić, czy Twoje obawy rzeczywiście mają solidne podstawy, czy może są oparte na bezpodstawnym strachu. A następnie wspólnie z nimi wymyśl sposoby na pokonanie tych problemów.

Możesz sam wykonać to zadanie, ale pamiętaj, że często jesteś zbyt blisko własnego strachu, żeby go dostrzec. Oddany przyjaciel, mentor albo profesjonalny szkoleniowiec, który potrafi spojrzeć na Twoją sytuację obiektywnym okiem, pomoże Ci nabrać odpowiedniego dystansu.

**1.3.9. Ćwiczenie pisemne:** Aby dowiedzieć się, który z Twoich sekretnych talentów lub dziwactw może przynieść Ci bogactwo, szczęście i oszałamiającą sukces zawodowy, odpowiedz na następujące pytania:

- W czym jesteś wyjątkowy?
- Z jakimi trzema rzeczami najbardziej się kojarzysz?
  1. ....
  2. ....
  3. ....
- Czy masz jakieś szczególne talenty, które odziedziczyłeś po swoich przodkach? W czym byłeś dobry od dziecka?
- Za co ludzie zazwyczaj Cię chwalą i podziwiają?
- Co uwielbiasz robić w życiu osobistym i o czym mógłbyś rozmawiać całymi godzinami?
- Na czym musiałaby polegać Twoja praca, żebyś nigdy się nie nudził, opowiadając o niej?

**1.3.10. Zadanie do wykonania:** Wyślij e-mail do co najmniej pięciu ludzi (przyjaciół, członków rodziny, klientów, sąsiadów i znajomych z różnych obszarów Twojego życia).

- Poproś ich, żeby podali pięć najważniejszych Twoich cech lub dziwactw.
- Zapytaj ich o najciekawsze i najzabawniejsze chwile, które z Tobą spędzili.
- Powiedz im, żeby nie wstydziło się napisać tego, co przyjdzie im do głowy.

**1.3.11. Ćwiczenie pisemne:** Zaczynaj od podstaw. Niech Twoje oświadczenie będzie proste i zrozumiałe. Odwołaj się do swojego rynku docelowego, który określiłeś w Rozdziale 2. książki *Zgarnij klienta*. Za pierwszym razem po prostu podaj odpowiedź, która będzie dokładna i zrozumiała. Wymień wszystkie możliwości, które przychodzą Ci do głowy.

- Jak odpowiesz na pytanie, *kim jesteś i co robisz?*
- Komu pomagasz i w jaki sposób? Dokończ to zdanie: „Pomagam...”.  
*Przykład:* Pomagam usługodawcom zdobyć komplet klientów.

**1.3.12. Ćwiczenie pisemne:** Czas, żebyś ponownie opuścił swoją strefę komfortu. Odłóż na bok wewnętrzną krytykę i spójrz na siebie i swoją pracę z szerszej perspektywy — *szerszej* niż ta, na którą odważyłeś się kiedykolwiek wcześniej. Bądź najbardziej idealistyczny, zainspirowany, kreatywny i potężny, jak to tylko możliwe. Pamiętaj, że to, co robisz, stanowi odzwierciedlenie tego, kim jesteś. Zanotuj wszystko, co przyjdzie Ci do głowy.

- Jaki masz cel?
- Jaka jest Twoja wizja tego, co zamierzasz osiągnąć dzięki swojej pracy?

**1.3.13. Ćwiczenie pisemne:** Pamiętając o tym, co przeczytałeś przed chwilą, wymyśl co najmniej trzy odpowiedzi na pytanie, *dlaczego to robisz?*

1. ....
2. ....
3. ....

**1.3.14. Zadanie do wykonania:** Jeśli odpowiedź na pytanie, *dla czego to robisz*, nie przychodzi Ci od razu do głowy i masz trudności z jej sformułowaniem, spotkaj się z grupą przyjaciół, którzy dobrze Cię znają, i poproś ich, żeby pomogli Ci wymyślić to oświadczenie. Bardzo często nie zdajemy sobie sprawy z naszych najbardziej naturalnych cech, a to właśnie one są kluczowymi elementami odpowiedzi na pytanie, *dla czego to robisz*. Obiektywna opinia kogoś z zewnątrz, kto ma zupełnie inny punkt widzenia niż Ty, może bardzo Ci pomóc.



## Jak mówić o tym, co robisz

**1.4.1. Ćwiczenie pisemne:** Każde z poniższych pięciu zadań wykonałeś już w poprzednich ćwiczeniach. Teraz tylko musisz wstawić je w odpowiedniej kolejności. Przykłady mają formę scenariusza, tak abyś mógł je wykorzystać jako szablony. Zabierzmy się do pracy.

Część I: Określ swój rynek docelowy w jednym zdaniu.

Część II: Określ i podsumuj trzy największe i najważniejsze problemy, które dręczą Twoich docelowych klientów.

1. ....
2. ....
3. ....

Część III: Opisz, jak możesz zaradzić tym problemom, i zaprezentuj klientom swoje unikalne rozwiązania.

Część IV: Opowiedz o najbardziej spektakularnych rezultatach, jakie osiągnąłeś Ty lub Twoi klienci.

Część V: Wymień głębsze korzyści, które odnoszą Twoi klienci.

**1.4.2. Zadanie do wykonania:** Przećwicz to z jednym lub dwoma znajomymi. Zadajcie sobie nawzajem spontanicznie pytanie: „Czym się zajmujesz?”. Jeśli boisz się, że zabraknie Ci języka w gębie, gdy niespodziewanie usłyszysz to pytanie podczas rozmowy telefonicznej, zawieś tekst z Dialogiem *Zgarnij klienta* na ścianie przy telefonie jako przypomnienie. Najważniejszą zasadą systemu *Zgarnij klienta* jest stosowanie jego zasad w praktyce. Nauka to jedynie środek do celu. Dopiero podjęcie właściwych działań pomoże Ci zdobyć rzesze klientów.

Kiedy już przećwiczysz odpowiadanie na pytanie „Czym się zajmujesz?”, zanalizuj swoje rozmowy z kolegami pod następującym kątem:

- Czy w Twoim głosie nie było słyhać zdenerwowania i skrępowania?
- Czy Twoi rozmówcy czuli Twoją pasję i podekscytowanie, gdy opowiadałeś o swojej pracy?
- Co najbardziej przykuło ich uwagę?
- Co podobało im się najbardziej (najmniej) w Twoim Dialogu *Zgarnij klienta*?

Wykorzystaj tę okazję, żeby poznać uczciwe, otwarte opinie, dzięki którym będziesz mógł jeszcze bardziej udoskonalić swój Dialog *Zgarnij klienta*, doprowadzając go do perfekcji.

# Budowanie wiarygodności i zaufania

W tym module opracujesz strategię budowania wiarygodności i zaufania. Dzięki tym cechom wyróżnisz się spośród tłumu i zaczniesz nawiązywać cenne relacje z potencjalnymi klientami. Twoja strategia będzie oparta na:

- postawieniu się w roli sympatycznego eksperta w swojej dziedzinie;
- zdobyciu zaufania klientów w trakcie cyklu sprzedaży;
- opracowaniu produktów i programów, które będą budować Twoją markę;
- prowadzeniu z klientami uczciwych rozmów, które przynoszą rezultaty.

Odpowiesz sobie na pytanie, co musisz robić, kim być i co tworzyć, żeby dotrzeć do ludzi, którzy są idealnymi klientami dla Ciebie. Lekcje zamieszczone w Module drugim przeprowadzą Cię przez ten proces krok po kroku.

Wkrótce przekonasz się, że marketing i sprzedaż wcale nie muszą oznaczać żmudnej pracy, co więcej, zgodzisz się ze mną, że te działania mogą być przyjemne, a nawet ekscytujące.

Moduł drugi składa się z następujących lekcji:

*Lekcja 5. — Kto wie, co Ty wiesz — i czy jesteś lubiany?*

Postaw się w roli autorytetu w danej dziedzinie — znanego, cenionego eksperta w swojej branży.

*Lekcja 6. — Proces cyklu sprzedaży Zgarnij klienta*

Dzięki zrozumieniu sześciu kluczowych kwestii zbuduj z klientami relacje oparte na zaufaniu. Następnie na podstawie tej wiedzy stwórz cykl sprzedaży składający się z pięciu etapów.

- Klucz 1. Kim są Twoi docelowi klienci?
- Klucz 2. Czego szukają?
- Klucz 3. Gdzie Cię szukają?
- Klucz 4. Kiedy Cię szukają?
- Klucz 5. Dlaczego powinni wybrać właśnie Ciebie?
- Klucz 6. Jak powinny wyglądać ich relacje z Tobą?

*Lekcja 7. — Potęga produktów informacyjnych*

Stwórz produkt lub program, który będzie określał, kim jesteś, a jednocześnie zaspokajał potrzeby Twoich idealnych klientów.

*Lekcja 8. — Niewiarygodnie proste sprzedawanie*

Naucz się lubić proces sprzedaży i pozbądź się ograniczających Cię przekonań na temat tego, czy jesteś wart pieniędzy, które zarabiasz. Dzięki tym ćwiczeniom spojrzysz na cały proces z innej perspektywy.

## Kto wie, co Ty wiesz — i czy jesteś lubiany?

**2.5.1. Ćwiczenie pisemne:** Odpowiedz, proszę, na następujące pytania:

1. W jakich dziedzinach obecnie jesteś ekspertem?
2. W jakich dziedzinach musisz jeszcze poszerzyć swoją wiedzę?
3. Jakie obietnice możesz złożyć klientom docelowym (a następnie je spełnić), żeby zdobyć pozycję eksperta?
4. Jakie obietnice, które budzą w Tobie obawy, chciałbyś złożyć klientom docelowym (i je spełnić)?
5. Co musisz zrobić, żeby przestać się obawiać składania i spełniania tych obietnic?

**2.5.2. Ćwiczenie pisemne:** Pamiętając o tym, jakich odpowiedzi udzieliłeś w ćwiczeniu 2.5.1, odpowiedz na jeszcze jedno pytanie: gdyby istniała *jedna rzecz*, z której mógłbyś być znany wśród docelowych klientów, co by to było?

**2.5.3. Ćwiczenie pisemne:** Czego musisz się *nauczyć*, żeby zostać autorytetem w dziedzinie, w której chcesz być znany?

**2.5.4. Ćwiczenie pisemne:** Napisz, w jaki sposób mógłbyś nauczyć się rzeczy, które wymieniłeś w ćwiczeniu 2.5.3.

*Przykład:* Książki, strony internetowe, programy szkoleniowe, praktyka u mentora, który już jest autorytetem w wybranej przez Ciebie dziedzinie.

**2.5.5. Ćwiczenie pisemne:** Wypisz pięć tytułów książek, które spełniają powyższe kryteria.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**2.5.6. Zadanie do wykonania:** Kup te pięć książek.

## Proces cyklu sprzedaży Zgarnij klienta

### Klucz 1. Kim są Twoi docelowi klienci?

**2.6.1. Ćwiczenie pisemne:** *Kim jest Twój docelowy klient? Opisz go możliwie najdokładniej. Pozwól sobie na dużą kreatywność. Wymień tyle szczegółów, ile tylko potrafisz.*

*Przykład:* Moja przyjaciółka Lorrie Morgan Ferraro, znana autorka tekstów reklamowych i właścicielka [www.Red-Hot-Copy.com](http://www.Red-Hot-Copy.com), tak opisuje swojego docelowego klienta: „Nikki Santon, 37-letnia rozwódka prowadząca własną firmę i zajmująca się organizowaniem konferencji internetowych. Bardzo dobrze zna się na zagadnieniach związanych z internetem i biznesem. Większość swoich zysków inwestuje z powrotem w firmę. Mieszka w San Diego na strzeżonym osiedlu wraz z 10-letnią córką Madison. Interesuje się szkolnym życiem córki i zawozi ją na lekcje tańca. Ma domową firmę, która przynosi jej 117 tysięcy dolarów rocznie. Trzy razy w tygodniu uprawia jogging. Lubi kupować ubrania znanych projektantów po okazjonalnych cenach i marzy o tym, żeby kiedyś razem z córką pojechać do Włoch”.

Teraz Twoja kolej. Opisz osobę, którą chciałbyś przyciągnąć do swojego cyklu sprzedaży.

## Klucz 2. Czego szukają?

### 2.6.2. Ćwiczenie pisemne: *Czego* szukają Twoi potencjalni klienci?

*Przykłady:* Chce powiększyć grono klientów, żeby osiągnąć niezależność finansową. Chce lepiej zorganizować swoją pracę, tak aby przeprowadzać więcej transakcji. Chce stworzyć liczne strumienie pasywnych dochodów, żeby już więcej nie musiał wymieniać czasu na pieniądze. Chce pogłębić relacje z partnerem, żeby nie czuć samotności. Zawsze zadawaj sobie pytanie, *po co*. Chce zdobyć komplet klientów *po to, żeby* osiągnąć niezależność finansową.

## Klucz 3. Kiedy Cię szukają?

### 2.6.3. Ćwiczenie pisemne: Opisz sytuacje, w których Twoi potencjalni klienci prawdopodobnie zgłosiliby się do Ciebie po Twoje usługi, produkty i programy. *Kiedy* Cię szukają?

*Przykłady:* Stracił pracę. Otwiera nową firmę. Jest tak zdezorganizowany, że przestał panować nad swoją firmą. Nie może porozumieć się z partnerem. Właśnie urodziła dziecko i nie może zrzucić dodatkowych kilogramów zgromadzonych w trakcie ciąży.

## Klucz 4. Gdzie Cię szukają?

### 2.6.4. Ćwiczenie pisemne: *Gdzie* szukają Cię idealni klienci?

## Klucz 5. Dlaczego Ty?

2.6.5. Ćwiczenie pisemne: *Dlaczego* potencjalni klienci powinni wybrać właśnie Ciebie? (Nie próbuj pominąć tego ćwiczenia! Bądź odważny! W pełni wyraż samego siebie. Pamiętaj, to nie jest czas na pokazywanie skromności).



## Klucz 6. Jak powinny wyglądać ich relacje z Tobą?

**2.6.6. Ćwiczenie pisemne:** Jak Twoim zdaniem powinny wyglądać Twoje relacje z potencjalnymi klientami? (Uwaga: określenie sposobu komunikacji jest pierwszym krokiem na drodze do zbudowania relacji opartych na zaufaniu).

## Cykl sprzedaży Zgarnij klienta — Etap pierwszy

*Przykład Michaela dla Etapu pierwszego:* Na pierwszym etapie moim celem jest przyciągnięcie potencjalnych klientów do mojej strony internetowej. Aby to osiągnąć, stosuję Strategię wykorzystywania internetu, Strategię przemawiania i demonstrowania oraz Strategię pisania (zostaną one szczegółowo opisane odpowiednio w rozdziałach 12., 13. i 14. książki *Zgarnij klienta*).

**2.6.7. Ćwiczenie pisemne:** Etap pierwszy Cyklu sprzedaży *Zgarnij klienta*:

- Jaki jest Twój cel na pierwszym etapie cyklu sprzedaży?
- Jak zamierzasz go osiągnąć?

## Cykl sprzedaży Zgarnij klienta — Etap drugi

*Przykład Michaela dla Etapu drugiego:* Moim celem dla drugiego etapu jest zachęcenie osób odwiedzających moją stronę internetową do wpisania swojego imienia i nazwiska, e-maila oraz miejsca zamieszkania w zamian za darmowy rozdział z tej książki oraz wysokiej jakości 60-minutowe nagranie, na którym obszerniej omawiam swoje koncepcje, zasady i strategię.

**2.6.9. Ćwiczenie pisemne:** Etap drugi Cyklu sprzedaży *Zgarnij klienta*:

- Jaki jest Twój cel na drugim etapie cyklu sprzedaży?
- Jak zamierzasz go osiągnąć?

## Cykl sprzedaży Zgarnij klienta — Etap trzeci

*Przykład Michaela dla Etapu trzeciego:* Moim celem dla trzeciego etapu jest umożliwienie zakupu tej książki na *Amazon.com* osobom, które wyraziły zainteresowanie darmowym rozdziałem i 60-minutowym nagraniem. (Nie musisz być autorem książki, żeby to zrobić. Możesz zaoferować wstępną sesję, ocenę potrzeb, książkę elektroniczną, płytę CD, udział w zajęciach albo inną ofertę, która charakteryzuje się niskimi barierami wejścia).

**2.6.10. Ćwiczenie pisemne:** Etap trzeci Cyklu sprzedaży *Zgarnij klienta*:

- Jaki jest Twój cel na trzecim etapie cyklu sprzedaży?
- Jak zamierzasz go osiągnąć?

## Cykl sprzedaży Zgarnij klienta — Etap czwarty

*Przykład Michaela dla Etapu czwartego:* Moim celem dla czwartego etapu jest skłonienie ludzi do tego, żeby zapisali się na moje seminaria *Zgarnij klienta* organizowane w całych Stanach Zjednoczonych i w Kanadzie — tych samych, którzy odwiedzili moją stronę internetową, wyrazili zainteresowanie darmowym rozdziałem i nagraniem, a także kupili moją książkę.

**2.6.11. Ćwiczenie pisemne:** Etap czwarty Cyklu sprzedaży *Zgarnij klienta*:

- Jaki jest Twój cel na czwartym etapie cyklu sprzedaży?
- Jak zamierzasz go osiągnąć?

## Cykl sprzedaży Zgarnij klienta — Etap piąty

*Przykład Michaela dla Etapu piątego:* Moim celem dla etapu piątego jest zachęcenie idealnych klientów do udziału w moich Intensywnych programach szkoleniowych *Zgarnij klienta*. Oczywiście, w tych programach

wezmą udział również osoby, które nie uczestniczyły w poprzednich szkoleniach i takie, które tylko przeczytały moją książkę (albo nie zrobiły nawet tego), ponieważ ktoś, komu ufają, polecił im właśnie mnie. Nie możesz jednak liczyć tylko na to. Odniesiesz większy sukces, jeśli dokładnie zaplanujesz, w jaki sposób zapoznasz ludzi ze swoją ofertą.

**2.6.11. Ćwiczenie pisemne:** Etap piąty Cyklu sprzedaży *Zgarnij klienta*:

- Jaki jest Twój cel na piątym etapie cyklu sprzedaży?
- Jak zamierzasz go osiągnąć?

## Potęga produktów informacyjnych

**2.7.1. Ćwiczenie pisemne:** Na razie nie musisz robić nic trudnego. Po prostu przelej na papier pomysły, które zrodziły się w Twojej głowie.

1. Jakiego rodzaju produkt lub program chciałbyś stworzyć? Co budzi w Tobie największą pasję? Co chciałbyś zaoferować docelowym klientom?
2. Do kogo będzie skierowany ten produkt? (Odwołaj się do rynku docelowego).
3. Jakie korzyści będą czerpać docelowi klienci z tego produktu?
4. Jak powinien on wyglądać? Jaki wizerunek i (lub) emocje powinien przekazywać?
5. W jaki sposób mógłbyś przekształcić tę samą treść w inne formaty, odpowiadające różnym poziomom cenowym i mieszczące się w Twoim cyklu sprzedaży?

**2.7.2. Ćwiczenie pisemne:** Odpowiedz na następujące pytania:

- Dlaczego klienci docelowi potrzebują tego produktu właśnie teraz?
- Jakie korzyści musi dawać produkt, żeby zaspokajał potrzeby klientów?
- Czy Twój produkt będzie w jakiś sposób różnić się od podobnych na rynku?
- *Premia:* Jak możesz spełnić swoje obietnice „zawiązka”, dodając do nich wartość, której klienci się nie spodziewają, dzięki czemu Twój produkt będzie niezapomniany?

**2.7.3. Ćwiczenie pisemne:** Jaka rola podoba Ci się najbardziej albo jest najodpowiedniejsza dla Twojego produktu lub programu i dlaczego?**2.7.4. Ćwiczenie pisemne:** Jaką strukturę wybierzesz i dlaczego?**2.7.5. Ćwiczenie pisemne:** Wybierz jeden rodzaj tytułu, który będzie pasował do Twojego produktu lub który szczególnie Ci się podoba, i wymyśl kilka różnych tytułów. Baw się przy tym i pozwól sobie na dużą kreatywność.**2.7.6. Ćwiczenie pisemne:** Stwórz spis treści. Zadać sobie następujące pytania:

- W jaki sposób przebiega stopniowe zrozumienie Twojego tekstu?
- Czy treść jest logiczna i zrozumiała?

## Niewiarygodnie proste sprzedawanie

**2.8.1. Ćwiczenie pisemne:** Wybierz mały problem, z którym obecnie się borykasz (nic wielkiego). Odpowiedz na następujące pytania:

- Co to za kłopot, problem lub dylemat?
- Od jak dawna Cię dręczy?
- Jakie nieudane próby jego rozwiązania podejmowałeś w przeszłości?
- Dlaczego nie można naprawić tej sytuacji?

**2.8.2. Ćwiczenie pisemne:** Odpowiedz na następujące pytania:

1. Nad czym pracujesz? Jaki jest Twój cel? Opisz go w pozytywny sposób. Wyraźnie określ swój cel i kiedy zamierzasz go osiągnąć.
2. Skąd będziesz wiedział, czy go osiągnąłeś? Użyj wszystkich swoich zmysłów i spróbuj wyobrazić sobie końcowy efekt. Zastanów się, jak będziesz się wtedy czuł i jak zmienia się Twoje relacje z innymi ludźmi.

- Jaki rezultat zobaczysz?
  - Jakie opinie usłyszysz?
  - Jak będziesz się czuł?
3. Jakie korzyści niesie ze sobą osiągnięcie tego celu? Jeśli będziesz dążył do jego realizacji i odniesiesz sukces, co zyskasz? Podaj konkretne przykłady. Czy zmienią się Twoje relacje z określonymi osobami? Czy będziesz lepiej spał w nocy? Czy pewność siebie, którą zyskasz, osiągnąwszy swój cel, wpłynie na inne obszary Twojego życia?
4. Jeśli odniesiesz sukces, ile będzie dla Ciebie wart?
5. Czy korzyści przeważą nad stratami, które zakładasz?

**2.8.3. Zadanie do wykonania:** Ćwicz, nie wywierając na sobie żadnej presji. Najpierw wypróbuj ten proces z przyjacielem i zobacz, co się stanie. Skoncentruj się na tym, żeby:

- pozwolić mu opowiedzieć jego historię;
- odkryć znaczenie ukryte w jego słowach;
- stale zadawać sobie pytanie, jakie Twój rozmówca odczuwa potrzeby, które są głębsze niż wypowiedane przez niego słowa;
- zapytać, co jest dla niego najważniejsze w życiu;
- zidentyfikować jego czułe punkty albo emocjonalne włączniki.

## 7 głównych strategii autopromocji systemu Zgarnij klienta

Po ukończeniu pierwszego i drugiego modułu masz już fundamenty swojej działalności i opracowałeś strategię budowania wiarygodności i zaufania. Uważaj, ponieważ jesteś na drodze do polubienia marketingu i sprzedaży — co więcej, bardzo możliwe, że po prostu to pokochasz.

Kiedy ukończysz moduł trzeci, nie tylko będziesz szaleńczo zakochany w marketingu i sprzedaży, ale również z pasją będziesz stosował 7 głównych strategii autopromocji *Zgarnij klienta*.

Moduł trzeci składa się z następujących lekcji:

*Lekcja 9.* — Strategia budowania sieci kontaktów

Komunikuj się z ludźmi i dziel się z nimi, budując relacje, które będą przynosiły korzyści obu stronom.

*Lekcja 10.* — Strategia bezpośredniego kontaktu

Dotrzyj do idealnych klientów, osób odpowiedzialnych za podejmowanie decyzji, przedstawicieli prasy i wielu innych, którzy mogą pomóc Ci odnieść sukces.



*Lekcja 11. — Strategia zdobywania klientów z polecenia*

Naucz się rozpoznawać sytuacje, w których najłatwiej jest pozyskać klientów z polecenia.

*Lekcja 12. — Strategia wykorzystywania internetu*

Korzystaj ze swojej strony WWW, żeby kontaktować się z potencjalnymi klientami.

*Lekcja 13. — Strategia przemawiania i demonstrowania*

Dziel się swoją wiedzą, żeby dotrzeć do potencjalnych idealnych klientów.

*Lekcja 14. — Strategia pisania*

Dowiedz się, jak znaleźć idealne tematy, i poznaj najlepsze sposoby na rozpowszechnianie swoich tekstów wśród potencjalnych klientów.

*Lekcja 15. — Strategia utrzymywania kontaktu*

Komunikuj się z potencjalnymi klientami dzięki usystematyzowanej i zautomatyzowanej strategii utrzymywania kontaktu.

Koncepcje i zadania do wykonania, opisane na następnych stronach, pomogą Ci wzbudzić niesłabnący popyt na usługi i produkty, które oferujesz, i przyczynią się do zdobycia dużego grona wartościowych, dobrze płacących, inspirujących klientów.

## Strategia budowania sieci kontaktów

**3.9.1. Zadanie do wykonania:** Zabieraj wszędzie ze sobą książkę *Zgarnij klienta* i wyjaśniaj ludziom, dlaczego ją czytasz. Będziesz miał okazję porozmawiania o systemie *Zgarnij klienta*, o tym, że chcesz dawać innym tak wiele, aż zaczniesz wątpić, czy to nie za dużo — a potem dawać jeszcze więcej, i o tym, jak to współbrzmi z Twoimi wartościami i z tym, co robisz. Potem będziesz mógł rozpocząć Dialog *Zgarnij klienta*.

**3.9.2. Ćwiczenie pisemne:** Napisz listę pięciu książek, które według Ciebie powinna przeczytać każda osoba należąca do Twojego docelowego rynku. Przy każdym tytule wypisz nazwiska osób, które według Ciebie najbardziej skorzystałyby na przeczytaniu danej pozycji.

Książka	Osoba
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

**3.9.3. Ćwiczenie pisemne:** Zrób listę pięciu książek, które ktoś Ci polecił, albo takich, o których wiesz, że zawierają informacje cenne dla Twoich docelowych klientów. Następnie jeszcze w tym tygodniu pójdz do księgarni i kup przynajmniej jedną z nich.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.9.4. Ćwiczenie pisemne:** Książki nie są jedynym źródłem wiedzy. Jak już wspomniałem, są nim również nasze życiowe doświadczenia, obserwacje i rozmowy, które przeprowadziliśmy z różnymi ludźmi. Pomyśl o dziedzinach, na których najbardziej się znasz, i wypisz co najmniej pięć z nich. Niech to ćwiczenie sprawi Ci przyjemność. Jeśli wiesz dużo na temat akrobacji spadochronowych albo ikebany (japońskiej sztuki układania kwiatów), dodaj to do listy! Nigdy nie wiesz, jakie wspólne tematy możesz znaleźć z nowo poznaną osobą.

1. ....
2. ....
3. ....

4. ....

5. ....

**3.9.5. Ćwiczenie pisemne:** Najpierw zrób listę pięciu ludzi należących do Twojej sieci kontaktów, którzy stale Cię wspierają, oferując porady, kierując do Ciebie klientów i pomagając Ci na wiele innych sposobów. Potem dla każdego z nich znajdź osobę, z którą mógłbyś go poznać. Czy znasz kogoś, kto mógłby wnieść coś wartościowego w jego życie? Czy to jest Twój potencjalny klient, partner biznesowy lub sprzedawca?

<b>Osoba, która Cię wspiera</b>	<b>Człowiek, z którym mógłbyś ją poznać</b>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

**3.9.6. Ćwiczenie pisemne:** Zastanów się, jacy ludzie i jakiego rodzaju przedsiębiorcy *nie* należą do Twojej sieci kontaktów. Zrób listę pięciu osób, o które chciałbyś powiększyć tę sieć, i wypisz sposoby na to, żeby je poznać.

<b>Nie należy do Twojej sieci kontaktów</b>	<b>Gdzie go (ją) znaleźć</b>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

**3.9.7. Ćwiczenie pisemne:** Przypomnij sobie sytuację z niedalekiej przeszłości, czy to o charakterze zawodowym, czy osobistym, kiedy ktoś okazał Ci współczucie. Pomyśl, jak wtedy się poczułeś. Jak zmieniło się Twoje nastawienie do tej osoby po tym wydarzeniu?

**3.9.8.** Zastanów się przez chwilę: czy ostatnio zdarzyło Ci się przegapić okazję do zacieśnienia więzi z jakąś osobą? Wymień pięć znajomości, które mógłbyś nawiązać, gdybyś tylko podzielił się swoją wiedzą i siecią kontaktów lub okazał współczucie.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.9.9. Ćwiczenie pisemne:** Wymień trzy miejsca w internecie, gdzie mógłbyś zacząć rozwijać swój profil osobisty i zawodowy, dając coś wartościowego innym ludziom.

1. ....
2. ....
3. ....

**3.9.10. Ćwiczenie pisemne:** Spróbuj zgłębić ten temat i znajdź trzy inne formalne okazje do rozbudowania sieci kontaktów podobne do wymienionych w książce *Zgarnij klienta* — takie, w których możesz wziąć udział z zamiarem wniesienia wartości w życie innych uczestników i powiększenia swojej sieci znajomości.

1. ....
2. ....
3. ....

## Strategia bezpośredniego kontaktu

**3.10.1. Ćwiczenie pisemne:** Wybierz trzy osoby, z którymi chciałbyś się skontaktować bezpośrednio i osobiście (mogą to być potencjalni klienci, osoby odpowiedzialne za podejmowanie decyzji w organizacjach lub stowarzyszeniach albo przedstawiciele prasy).

1. ....
2. ....
3. ....

**3.10.2. Ćwiczenie pisemne:** Wybierz jedną z tych osób i napisz do niej list na podstawie wcześniejszych wskazówek. Pamiętaj, żeby zadać sobie pytania kontrolne, zanim wyślesz list.

**3.10.3. Zadanie do wykonania:** Wyślij list, który napisałeś. Zastanów się, w jaki sposób ponownie skontaktujesz się z jego adresatem i kiedy to zrobisz, a następnie zaznacz tę datę w kalendarzu, żeby o niej nie zapomnieć.

**3.10.4. Zadanie do wykonania:** Zadzwoń do jednej z osób, które przed chwilą wybrałeś. Jeśli chcesz, może to być telefon w celu podtrzymania kontaktu z osobą, do której wcześniej napisałeś list.

**3.10.5. Zadanie do wykonania:** Kup kilkanaście kartek pocztowych i odpowiednią liczbę znaczków i włóż je do notatnika, neseseru, torebki lub trzymaj w samochodzie. Kiedy poznasz kogoś, z kim chciałbyś poznać się bliżej, napisz na pocztówce krótką, osobistą notkę i wyślij ją do tej osoby. Możesz być pewien, że Twój wysiłek zostanie zauważony i doceniony. Na stronie [www.1800Postcards.com](http://www.1800Postcards.com) możesz zamówić stosunkowo niedrogie kartki pocztowe dostosowane do indywidualnych potrzeb klienta.

**3.10.6. Ćwiczenie pisemne:** Wymyśl pięć dzikich, szalonych, wyjątkowych pomysłów na to, żeby nawiązać osobisty kontakt z jakąś osobą. Najlepiej, żeby to był ktoś, z kim nie byłeś w stanie skontaktować się, korzystając z tradycyjnych metod.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.10.7. Ćwiczenie pisemne:** Zrób listę pięciu mediów, do których chciałbyś dotrzeć. Pamiętaj, że muszą one być skierowane do Twojego docelowego rynku.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.10.8. Ćwiczenie pisemne:** Korzystając z szablonu, który pobrałeś ze strony *www.BookYourselfSolid.com*, napisz własną notkę o tym, jakie wyjątkowe wyniki osiągnął jeden z klientów korzystających z Twoich usług. To będzie wspaniały pierwszy krok — potem wystarczy już tylko kilka drobnych poprawek, a Twoja notka prasowa będzie gotowa.

**3.10.9. Ćwiczenie pisemne:** Stwórz plan dotarcia do każdej z trzech osób, które określiłeś w Ćwiczeniu pisemnym 3.10.1. Nie pomijaj żadnego z powyższych kroków.

**3.10.10. Zadanie do wykonania:** Weź do ręki plan, który przed chwilą przygotowałeś, i określ dokładnie, kiedy zamierzasz wprowadzić go w życie. A następnie zrób to. Nawet najwspanialsze plany i pomysły nie będą nic warte, jeśli nie będziesz wytrwale podejmował działań w celu ich realizacji — tak długo, aż wreszcie zdobędziesz więcej klientów, niż będziesz w stanie obsłużyć.



## Strategia zdobywania klientów z polecenia

**3.11.1. Ćwiczenie pisemne:** Przypomnij sobie, kiedy ostatnio przyszedł do Ciebie klient z polecenia:

1. Kto mu Cię polecił?
2. Czego dokładnie dotyczyło to polecenie?
3. Czy nowy klient od razu potrzebował Twoich usług?
4. Jak się z Tobą skontaktował: osobiście czy przez osobę, która mu Cię poleciła?
5. Czy poinformowałaś osobę, która Cię poleciła, o swoich usługach, zanim ta powiedziała o Tobie Twojemu nowemu klientowi?
6. Czy starałeś się podtrzymać kontakt z nowym klientem?
7. Czy skorzystał on ponownie z Twoich usług i nadal jest Twoim klientem?

**3.11.2. Ćwiczenie pisemne:** W Dzienniku okazji do zdobycia klientów z polecenia zacznij notować wszystkie takie sytuacje. Aby otrzymać darmową wersję naszego gotowego Dziennika okazji, wejdź na stronę [www.Book-YourselfSolid.com](http://www.Book-YourselfSolid.com) i kliknij zakładkę *Free Resources*, a następnie pobierz plik z Dziennikiem.

**3.11.3. Ćwiczenie pisemne:** Zrób listę korzyści, które przyniosła klientom współpraca z Tobą. Wymyślaj kolejne argumenty tak długo, aż wyczerpiesz wszystkie możliwe korzyści.

**3.11.4. Ćwiczenie pisemne:** Pomyśl o swoich dwóch najlepszych klientach i wypisz powody, dla których mogliby chcieć Cię polecić swojej rodzinie i znajomym. Pamiętaj, żeby myśleć w kategoriach korzyści. Jak te osoby się poczują, gdy polecą Cię komuś bliskiemu?

*Przykłady:* Czują się wspaniale, gdy pomagają swoim przyjaciołom rozwiązać problem w życiu osobistym lub zawodowym. Czują się wyjątkowi, gdy uda im się pozytywnie wpłynąć na życie bliskiej osoby. Czują, że są ważni i znają się na rzeczy. Czują się akceptowani, gdy przyprowadzają przyjaciół i znajomych z pracy do profesjonalisty. Czują się pewni siebie, ponieważ są cennym źródłem informacji dla swoich bliskich i znaleźli im kogoś, kto jest wykwalifikowany, zaangażowany i powszechnie lubiany.

**3.11.5. Ćwiczenie pisemne:** Określ typ klienta z polecenia, z którym najchętniej byś współpracował. Twoja rodzina i przyjaciele mogą nie mieć pojęcia, komu powinni Cię polecać.

*Przykłady:* Członkom rodziny, bliskim przyjaciołom, sąsiadom, znajomym, kolegom z pracy, właścicielom małych firm, dyrektorom wyższego szczebla, ludziom, którzy są w trakcie rozwodu albo mają problemy finansowe.

**3.11.6. Ćwiczenie pisemne:** Napisz, gdzie Twoi klienci i znajomi mogliby spotkać osoby, którym mogliby Cię polecić.

*Przykłady:* W biurze, odprowadzając dzieci do szkoły, na lokalnych imprezach, na zawodach sportowych, spotkaniach biznesowych, towarzyskich spotkaniach po pracy, przyjęciach charytatywnych, siłowni, wiecach politycznych.

**3.11.7. Ćwiczenie pisemne:** Napisz, w jaki sposób Twój klient i znajomi powinni polecać Cię innym osobom. Określ swoje wymagania bardzo szczegółowo. Wyobraź sobie, że jesteś jednoosobową firmą zajmującą się public relations. To Ty decydujesz o tym, jak ludzie będą o Tobie mówić.

- Co mają mówić?
- Jak powinni opowiadać o Tobie i Twojej pracy?
- Czy chcesz, żeby używali jakichś określonych słów lub zwrotów?
- Czy chcesz, żeby mówili, że jesteś najlepszy?
- Czy chcesz, żeby wspomnieli, że ostatnio dostałeś nagrodę za wyjątkowe zasługi dla lokalnej społeczności?

**3.11.8. Zadanie do wykonania:** Napisz krótki e-mail składający się z jednego lub dwóch akapitów, w którym wyjaśnisz, komu pomagasz i w jaki sposób to robisz (możesz posłużyć się jedną z wersji swojego *Dialogu Zgarnij klienta*). Wyślij tę wiadomość do wszystkich klientów, a także do znajomych, przyjaciół i rodziny, z prośbą o informacje o osobach, którym mogliby Cię polecić. Nie zapomnij potem przesłać osobistej notki z podziękowaniem.

**3.11.9. Zadanie do wykonania:** Obiecuj sobie, że przez pięć kolejnych dni będziesz prosił wszystkich, żeby polecali Cię innym ludziom.

## Strategia wykorzystywania internetu

**3.12.1. Ćwiczenie pisemne:** Jaki jest główny cel Twojej strony internetowej (podpowiedź: odpowiedziałem na to pytanie za Ciebie w książce *Zgarbij klienta*).

**3.12.2. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź w internecie trzy lub cztery strony, które Ci się podobają, i tyle samo takich, które Ci się nie podobają. Określ, jakich formatów użyli twórcy tych stron i jakie opcje zastosowali, a następnie zastanów się, co Ci się w nich spodobało lub nie. Te przykłady mogą być bardzo przydatne, gdy będziesz tłumaczył projektantowi, jak ma wyglądać Twoja strona. Jeśli to możliwe, wybierz do tego ćwiczenia strony firm lub osób, które mają taki sam rynek docelowy co Ty. Zanotuj, co zawierają te strony i w jaki sposób prezentują swoją ofertę. Być może przy okazji sam wpadniesz na jakieś ciekawe pomysły.

**3.12.3. Ćwiczenie pisemne:** Zidentyfikuj pięć najlepszych słów i wyrażeń kluczowych dla swojej strony WWW.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.12.4. Zadanie do wykonania:** Teraz, gdy znalazłeś już słowa kluczowe dla swojej strony, podejmij siedem kroków, które pomogą Ci ją zoptymalizować, albo (jeszcze lepiej) zatrudnij kogoś, żeby zrobił to dla Ciebie:

- Dla każdej podstrony wymyśl unikalny tytuł, który będzie zawierał słowa kluczowe; tytuły te powinny opisywać korzyści, które oferujesz.
- Upewnij się, że projektant Twojej strony używa znaczników `<h1>` i `<h2>` i zamieszcza w nich kluczowe słowa i wyrażenia. Dla wyszukiwarek te znaczniki to najważniejsze elementy podstrony, które opisują to, co się na niej znajduje.
- Umieść słowa kluczowe w tekście, który stanowi łączy do podstron.
- Użyj słów kluczowych w tekście wyświetlanym na głównej stronie; możesz go nawet pogrubić w kilku miejscach, ale nie popadaj w przesadę.
- Umieść słowa kluczowe na górze i na dole każdej podstrony — i jeszcze raz przypominam: nie popadaj w przesadę.
- Powiedz projektantowi strony, żeby umieścił słowa kluczowe w atrybucie ALT znacznika `<IMG>`.
- Powiedz projektantowi strony, żeby umieścił słowa kluczowe w atrybucie TITLE znacznika `<A>`.

Oto kilka rzeczy, których nie powinienesz robić, bez względu na to, co mówią inni:

- Nigdy nie próbuj przechytryć wyszukiwarki. Tak nie postępują osoby kierujące się zasadami systemu *Zgarnij klienta*. Jeśli to zrobisz, możesz znaleźć się na czarnej liście wyszukiwarek. Nikt, nawet mechanizm wyszukiwający (a może zwłaszcza on), nie lubi być oszukiwany.

- Tak samo nigdy nie próbuj ukrywać słów kluczowych albo wypełniać nimi strony, bez końca je powtarzając.
- Nie używaj ramek ani animacji flash. Ani jedno, ani drugie nie są szczególnie lubiane przez wyszukiwarki.

Pamiętaj, wyszukiwarki wykonują pracę dla swoich klientów — wyświetlają rezultaty, które odpowiadają kryteriom wyszukiwania. Postaraj się jak najbardziej ułatwić im to zadanie.

**3.12.5. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź pięć stron WWW, które mają wysoką pozycję w rankingu Google i mają taki sam rynek docelowy jak Ty. Aby dowiedzieć się, jak wysoko jest notowana dana strona, pobierz okno wyszukiwania Google ze strony [www.Google.pl](http://www.Google.pl) i zainstaluj je. W tym celu wejdź na główną stronę Google i kliknij łącze *więcej*.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.12.6. Zadanie do wykonania:** Teraz skontaktuj się z administratorem każdej strony WWW, zaprzyjaźnij się z nim, zaoferuj mu coś wartościowego i zaproponuj wymianę łączy. Upewnij się, że jako pierwszy umieściłeś u siebie łącze do jego strony — w ten sposób pokażesz mu, że nie rzucasz słów na wiatr.

**3.12.7. Zadanie do wykonania:** Wymyśl ciekawy podpis e-mail i natychmiast zacznij go używać.

**3.12.8. Zadanie do wykonania:** Znajdź najbardziej atrakcyjne grupy dyskusyjne i listy pocztowe, których członkami są Twoi klienci docelowi i które koncentrują się na tematach mieszczących się w zakresie Twojej specjalizacji. Gdy dołączysz do takiej grupy, będziesz mógł pisać inteligentne, przemyślane posty, które wiele wniosą w prowadzone dyskusje. Możesz odpowiadać na pytania innych członków grupy, polecać cenne źródła

informacji albo po prostu dzielić się swoją opinią na tematy związane z własną branżą. Nigdy nie wiadomo — być może sam sporo się nauczysz, czytając posty innych osób.

**3.12.9. Ćwiczenie pisemne:** Wymyśl kilka wyjątkowych, nietypowych pomysłów na promocję związaną i zastanów się, kto mógłby zostać Twoim partnerem marketingowym.

**3.12.10. Zadanie do wykonania:** Dotrzyj do ludzi, których wymieniałeś w ćwiczeniu 3.12.9, i opowiedz im o swoich pomysłach.

**3.12.11. Zadanie do wykonania:** Stwórz formularz „powiedz znajomemu” i zacznij go używać — albo zleć to komuś, kto zrobi to dla Ciebie.

**3.12.12. Zadanie do wykonania:** Dokonaj wszystkich niezbędnych zmian na swojej stronie z podziękowaniem, tak aby jak najlepiej wykorzystać jej potencjał.

**3.12.13. Zadanie do wykonania:** Wejdź na stronę <http://www.google.pl/ads/> i załóż na niej konto. Następnie wymyśl próbną kampanię reklamową dla jednego ze swoich produktów lub usług. Postaraj się, żeby Twoje opłaty były niewielkie, ponieważ dopiero na przykładzie tej próbnej kampanii nauczysz się, jak korzystać z systemu pay-per-click, a zdobytą w ten sposób wiedzę wykorzystasz w trakcie prawdziwej kampanii reklamowej, która będzie Cię kosztować już dużo więcej. Na *Google.com* znajdziesz wspaniałe samouczki i strony z plikami pomocy, które zawierają odpowiedzi na ewentualne pytania. Śledź na bieżąco, jaki odsetek osób klikających Twoją reklamę zmienia się w Twoich potencjalnych oraz prawdziwych klientów — dzięki temu będziesz mógł obliczyć zwrot ze swojej inwestycji.

**3.12.14. Zadanie do wykonania:** Jeśli jeszcze nie masz kursu elektronicznego, raportu specjalnego albo innej oferty, która kusiłaby gości Twojej strony, napraw to i stwórz produkt na podstawie wskazówek, które opisałem w rozdziale 7. książki *Zgarnij klienta*. A potem dopilnuj, żeby formularz z opcją wpisania e-maila znalazł się w widocznym, łatwo zauważalnym miejscu na Twojej stronie.

**3.12.15. Zadanie do wykonania:** Jeśli nie masz jeszcze automatycznego systemu wysyłania e-maili, dzięki któremu mógłbyś pomóc potencjalnym klientom skonsumować Twoją ofertę, wejdź na stronę *www.Booked-SolidCart.com* albo zwróć się do profesjonalisty, który stworzy taki system dla Ciebie.

**3.12.16. Zadanie do wykonania:** Zastanów się, jaką darmową usługę chciałbyś zaoferować swoim potencjalnym klientom, i natychmiast wprowadź ją w życie. Tego rodzaju strategię marketingową mogą stosować wszyscy usługodawcy.

**3.12.17. Ćwiczenie pisemne:** Wymyśl kilka dodatkowych ofert, które mógłbyś zaproponować klientom.

**3.12.18. Zadanie do wykonania:** Zaczynaj oferować klientom jeden z produktów lub usług, które określiłeś w ćwiczeniu 3.12.17.

**3.12.19. Zadanie do wykonania:** Opracuj strategię wyjścia i wprowadź ją w życie albo zatrudnij kogoś, kto zrobi to dla Ciebie.



## Strategia przemawiania i demonstrowania

**3.13.1. Ćwiczenie pisemne:** Wymyśl trzy sposoby na zaoferowanie swoim potencjalnym i obecnym klientom czegoś wartościowego w formie zaproszenia.

1. ....
2. ....
3. ....

**3.13.2. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź kilka grup lub organizacji z poziomu pierwszego, z którymi mógłbyś nawiązać kontakt.

**3.13.3. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź kilka grup lub organizacji z poziomu drugiego, z którymi mógłbyś nawiązać kontakt.

**3.13.4. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź kilka lokalnych lub regionalnych związków branżowych albo firm z poziomu trzeciego, z którymi mógłbyś nawiązać kontakt.

**3.13.5 Ćwiczenie pisemne:** Znajdź kilka krajowych lub międzynarodowych związków branżowych z poziomu czwartego, z którymi mógłbyś nawiązać kontakt.

**3.13.6. Ćwiczenie pisemne:** Dowiedz się, kto jest odpowiedzialny za podejmowanie decyzji w organizacjach, które wypisałeś w poprzednich ćwiczeniach. Zanalizuj swoją sieć kontaktów i zastanów się, czy znasz kogoś, kto mógłby poznać Cię z którąś z tych osób — albo zna kogoś, kto mógłby to zrobić.

**3.13.7. Zadanie do wykonania:** Po przeczytaniu rozdziału 13. książki *Zgarnij klienta* skontaktuj się z tymi osobami, korzystając z nowo poznanych strategii bezpośredniego dostępu, i zaproponuj im, że wygłosisz referat na organizowanym przez nie spotkaniu.

**3.13.8. Ćwiczenie pisemne:** Oto krótki, sześciopunktowy poradnik, który pomoże Ci uporządkować zgromadzone informacje i przygotować się do wykonania prezentacji.

*Krok 1.* Zaczynj od określenia głównego celu prezentacji.

- Co mają *wynieść* z niej słuchacze?
- Z jakim pomysłem, koncepcją lub strategią mają się zapoznać?  
W jaki sposób na nich skorzystają?

*Krok 2.* Przygotuj wstęp. Powinien on zawierać następujące elementy:

- cel prezentacji;
- opis prezentacji — co zamierzasz zrobić;
- korzyści prezentacji — co wyniosą z niej słuchacze;
- opis prezentera — kilka słów na temat tego, dlaczego to właśnie Ty wygłaszasz ten referat, a także informacje na temat Twojej strony internetowej oraz krótka prezentacja oferty „Zawsze miej coś, na co mógłbyś zaprosić ludzi”.

*Krok 3.* Podziel treść prezentacji na punkty, wyróżniając najważniejsze zagadnienia i umieszczając je w odpowiedniej kolejności. Postaraj się, żeby struktura Twojej prezentacji była jak najprostsza.

*Krok 4.* Podsumuj najważniejsze kwestie — to, czego właśnie nauczyłeś słuchaczy albo co im zademonstrowałeś.

*Krok 5.* Zachęć publiczność do zadawania pytań (możesz to również zrobić w trakcie wygłaszania prezentacji — wybierz formę najbardziej odpowiednią w Twoim przypadku).

*Krok 6.* Zakończ prezentację, dziękując słuchaczom oraz gospodarzowi spotkania za uwagę, i przypomnij im, że mogą nawiązać z Tobą bliższy kontakt, jeśli skorzystają z oferty „Zawsze miej coś, na co mógłbyś zaprosić ludzi”.

## Strategia pisania

**3.14.1. Ćwiczenie pisemne:** Zrób listę kategorii tematycznych, którym najchętniej poświęciłbyś swój artykuł. Mogą one być związane z Twoją specjalnością, z pasjami, zainteresowaniami, lekcjami, które dostałeś od życia, a także z tym, czego chciałyby się dowiedzieć osoby, do których kierujesz swój artykuł.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.14.2. Ćwiczenie pisemne:** Opierając się na kategoriach tematycznych wybranych w ćwiczeniu 3.14.1, zrób listę pięciu tematów, na które miałbyś sporo do powiedzenia.

1. ....
2. ....
3. ....

4. ....

5. ....

**3.14.3. Ćwiczenie pisemne:** Wymyśl pięć tytułów na podstawie tematów, które wcześniej wybrałeś. Pamiętaj, że tytuł musi w kilku słowach podsumowywać treść artykułu i sprawić, że ludzie, którzy są zainteresowani danym tematem (a nawet ci, którzy nie są!), będą chcieli czytać dalej. Im więcej słów kluczowych jesteś w stanie w nim umieścić, tym lepiej!

1. ....

2. ....

3. ....

4. ....

5. ....

**3.14.4. Ćwiczenie pisemne:** Napisz akapit wprowadzający, w którym wymienisz wszystkie najważniejsze informacje zawarte w artykule. Pamiętaj, żeby nawiązać do tematu zaprezentowanego w tytule i opowiedzieć czytelnikom o korzyściach, które przyniesie im Twój artykuł. To dobry moment na to, żeby zwrócić się osobiście do odbiorców i wyjaśnić im, w jaki sposób możesz pomóc im nauczyć się czegoś nowego, rozwiązać problem albo po prostu zapewnić im krótką rozrywkę.

**3.14.5. Ćwiczenie pisemne:** Czas napisać tekst artykułu. Powinien on być rozwinięciem wstępu i spełniać obietnicę, którą w nim złożyłeś. Jeśli utkniesz, nawiąż do kwestii, które poruszyłeś wcześniej. Pamiętaj, że pierwsza wersja artykułu nie musi być doskonała. Redagowanie i wprowadzanie poprawek zabiera dużo czasu wszystkim autorom tekstów. Na tym etapie skoncentruj się na najważniejszych kwestiach i baw się dobrze w trakcie pisania!

**3.14.6. Ćwiczenie pisemne:** Zakończ artykuł mocnym uderzeniem. Wypisz wnioski podsumowujące główne kwestie i wyjaśnij czytelnikom, jak mogą wykorzystać rady, których im udzieliłeś.

**3.14.7. Ćwiczenie pisemne:** Stwórz własną notkę od autora. Pamiętaj, żeby powiedzieć, w czym się specjalizujesz, opisać swoją firmę (oferę), wyraźnie zachęcić czytelników do działania i zamieścić łącza oraz dane kontaktowe.

**3.14.8. Zadanie do wykonania:** Zbierz w jednym miejscu wszystkie informacje, które zgromadziłeś, i napisz artykuł zawierający 500 – 750 słów na wybrany przez siebie temat, włącznie z notką od autora. Kiedy dokonasz wszystkich niezbędnych poprawek i będziesz już zadowolony ze swojego artykułu, przeczytaj go przyjaciółom, znajomym albo innym autorom tekstów i poproś ich o wskazówki i rady.

**3.14.9. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź co najmniej pięć katalogów artykułów, które obejmują Twój rynek docelowy, i wypisz ich adresy.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.14.10. Zadanie do wykonania:** Wyślij swój artykuł do pięciu katalogów wybranych w ćwiczeniu 3.14.9.

**3.14.11. Ćwiczenie pisemne:** Znajdź pięć czasopism elektronicznych, które są skierowane do Twojego rynku docelowego, i wypisz ich adresy.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.14.12. Zadanie do wykonania:** Wyślij swój artykuł do pięciu czasopism elektronicznych wybranych w ćwiczeniu 3.14.11.

**3.14.13. Ćwiczenie pisemne:** Zrób listę pięciu drukowanych gazet, czasopism lub biuletynów, które są adresowane do Twojego rynku docelowego.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**3.14.14. Zadanie do wykonania:** Wyślij list z zapytaniem do wydawców publikacji, które wybrałeś w ćwiczeniu 3.14.13.

**3.14.15. Ćwiczenie pisemne:** Stwórz harmonogram rozsyłania swoich artykułów do czasopism — może to być raz w tygodniu, co dwa tygodnie lub raz w miesiącu.

**3.14.16. Zadanie do wykonania:** Wyznacz sobie datę, kiedy powinieneś napisać i rozesłać nowe artykuły, a następnie zrób to. Albo wejdź na stronę [www.BookYourselfSolid.com](http://www.BookYourselfSolid.com) i zatrudnij wirtualnego asystenta, doświadczonego w znajdowaniu właścicieli stron WWW lub biuletynów, którzy są zainteresowani publikowaniem ciekawych artykułów.

## Strategia utrzymywania kontaktu

**3.15.1. Ćwiczenie pisemne:** Jakie informacje powinieneś przekazać obecnym i potencjalnym klientom, wobec których stosujesz strategię podtrzymania kontaktu opartą na swoich zainteresowaniach oraz potrzebach i pragnieniach rynku docelowego?

**3.15.2. Ćwiczenie pisemne:** Jakich narzędzi użyjesz, żeby podtrzymać kontakt z klientami?

**3.15.3. Ćwiczenie pisemne:** Jaki format będzie miał Twój elektroniczny biuletyn?

**3.15.4. Ćwiczenie pisemne:** Jak zamierzasz zautomatyzować swoją strategię utrzymywania kontaktu?