

Így lesz végtelen ötleted az ügyfélszerző posztokhoz

Útmutató, kifejezetten szolgáltató, szakértő, segítő, coach vállalkozóknak



(Ha olvasás helyett inkább az útmutatóhoz tartozó előadásomat néznéd meg, akkor [ezt itt éred el.](#))

Hogyan legyen végtelen ötleted ahhoz, hogy miről posztolj és hogyan tudod elkerülni, hogy kiáruld az értékes tudásodat az ingyenes kommunikációban? Ha megérted az "ügyfél-idővonal" elvét, akkor három legyet ütsz egy csapásra: egyszerre leszel kreatív, élvezetes és kevesebb szakmai edukációval fogsz sokkal több, magasabb árat fizető ügyfelet szerezni!

- Hányszor találsz magad kreatív válságban és mennyire okoz nehézséget, hogy posztokat találj ki? Mennyire van a posztjaidnak kiszámítható hatása?
- A legtöbb szolgáltató piszkosul szenved ettől a feladattól. Sőt, van, aki egyenesen utálja. Érzik, tudják, hallják, hogy csinálniuk kellene, de nincs rá energiájuk. Ha nagy nehezen ráveszik magukat, hogy csinálják, akkor meg azt látják, hogy nincs eredménye... nem csoda, ha elmegy tőle a kedvük.
- Ahhoz, hogy ezt a problémát, kihívást feloldjuk:
- **Első körben nézzük meg, hogy klasszikusan mit gondol kommunikációnak a legtöbb vállalkozó?**

Alapvetően három fő kategóriába esnek a vállalkozók:

- **vagy nem tanítanak semmit, csak pár mondatos posztokat tesznek ki**
 - ez lehet a szolgáltatásáról szóló, hogy „*ezt meg ezt csinálom, gyere hozzám*” – semmilyen edukáció nincs benne, üres promóció
 - lehet csak valamilyen véletlenszerű poszt, „*csak azért hogy menjen már ki ma is valami, mert muszáj*” – ez legtöbbször egy idézet, egy fotó, egy gondolat - de semmi érdemi érték, tanítás nincs benne
 - lehetnek szemelvények abból, hogy az illető hogyan dolgozik: „*így edzek épp, nézd*”, „*gyere hozzám, így dolgozom az ügyfelemmel*” - megint semmi érdemi információ, tanítás nincs benne
 - esetleg elkezd fogalmakat megosztani az illető, pl coachoknál látom ezt gyakran, hogy: „*mi is az a coaching?*” – hát ez ugyan, megint kit érdekel a közönségedből?
- **vagy elkezdnek "mikro tanácsokat", ötleteket, tippeket osztogatni**
 - ezt én úgy szoktam megfogalmazni, hogy lifestyle magazin, vagy női magazin jellegű tanácsokat ad a szakértő
 - például:
 - „*ha megromlott a párkapcsolatod, itt van 5 tanács, hogy mit csinálj*”
 - vagy, „*ha szeretnél lefogyni, itt van egy szuper recept*”
 - vagy, „*ha szeretnél izmosodni, akkor itt van 5 gyakorlat amit végezz*”
 - vagy, „*ha ki akarsz jönni a depresszióból, akkor így lélegezz, így sétálj, ezt és azt mantrázd*”

- mindjárt elmondom, hogy mi a probléma ezekkel a magazin jellegű tippekkel, tanácsokkal
- **vagy a harmadik opció, amikor a vállalkozó teljesen átesik a ló túloldalára: elkezdi letanítani a teljes szakmáját a közönségének a posztokban**
 - ezt szó szerint értem, tehát a posztjai olyanok, mintha felütötte volna a tankönyvét és abból osztana meg szemelvényeket – mindjárt elmondom azt is, hogy ezzel mi a baj
- **Mi ezzel az egésszel a baj? Miért nincs az ilyen jellegű kommunikációnak semmi értelme?**
 - **ha nem tanítasz semmit a közönségednek**, akkor nyilvánvalóan nem is fognak fejlődni az emberek, tehát nem lesz hatásod a piacra, így nem is várhatod, hogy több ügyfeled legyen - amit beleteszel, azt veszed ki,
 - ha nem edukálsz az embereket, nem lesz ügyfeled sem, ez ennyire egyszerű – az ügyféllé váláshoz nem csak az emberek szeme elé kell kerülni valamilyen bugyuta, üres poszttal, hanem valóban hitet akarunk nekik adni, hatástalanítani akarjuk a belső, visszatartó tévhiteteket, stb.
 - **ha csak ötleteket, tippeket, tanácsokat osztogatsz, akkor ugyan rámondhatnánk névlegesen a kommunikációdra, hogy te edukálsz az embereket, a probléma viszont az, hogy:**
 - azt a hamis illúziót kelted az embereket, hogy a problémájuk megoldása tényleg csak ennyi, pár tipp, pár tanács
 - a közvélekedéssel ellentétben nem az fog történni, hogy az emberek ettől rádöbbennek, hogy mi a problémájuk forrása és ez milyen összetett és milyen átfogó megoldást igényel, hanem épp ellenkezőleg, pont azt üzened nekik, hogy itt van pár tipp és tanács, nesze neked, oldd meg egyedül
 - a nagy kérdés: hogyan várod, hogy több és jobb ügyfeled legyen, csak azért, mert tippekkel halmozod el a piacot?
 - a tippek és tanácsok azt a hamis illúziót keltik az embereket, hogy a probléma megoldása csak ennyi, ennyiből nekik is meg kéne tudniuk oldani. mit eredményez ez végül?
 - elkezd próbálkozni az illető a tanácsaid mentén, de nem sikerül neki, tehát csalódott lesz
 - de ezután még rájön a helyzetére a szégyen is, hogy ennyiből kéne mennie, mégsem megy, tehát vele van valami baj, megszégyenül és még kevésbé mer segítséget kérni
 - esetleg megharagszik rád, hogy nem is működik az, amit tanítottál
 - tehát végeredményben frusztrált, haragos lesz az illető és elmegy tőled a kedve, lehet, hogy elmegy helyetted valaki máshoz
 - de az is lehet, hogy elkönnyveli, hogy neki a genetikájában van a baj, ő balszerencsés, az ő helyzete speciális, nem megoldható

- vagy az is lehet, hogy meg sem próbálja az illető a tanácsaidat, mert úgy van vele, hogyha a problémáját pár tanácsból meg lehet oldani - elvileg - akkor nem is akkora a baj
 - simán lehet, hogy követni fog téged továbbra is, mert jólesik neki megnyugodni a tippek láttán, azt hinni, hogy ezekkel majd eléri a célját, de cselekedni nem cselekszik
 - tehát fogyasztja ezután is, amit kiteszel, de kivár a végtelenségig, nem történik semmilyen érdemi változás az életében, sőt, hátráltatod őt
 - **ha elkezded letanítani a szakmádat, az egyrészt halál unalmas, másrészt megint összezavarja az embereket**
 - a sok, száraz technikai infó miatt elveszed az illető kedvét
 - nem érti meg az összefüggéseket, az okokat a saját életében a tanításaidból, tehát összezavarodik
 - túl soknak és nehéznek ítéli meg a feladatot, ezért
 - megijed tőle, elnapolja
 - elmegy más információforrásokhoz, vagy a konkurensedhez, vagy keres valamilyen alternatív megoldást
 - tehát amikor attól fél egy szakértői vállalkozó, hogy „jajj, mi lesz akkor, ha letanítja az értékes tudását ingyenesen az embereknek”, akkor azért valótlan a félelme, mert az emberek nem is tudnának mit kezdeni ezzel a sok infóval
 - miért? mert még nem is tartanak ott, hogy ezt be tudják fogadni. mi kell ahhoz, hogy befogadják? transzformáció! más az az ember, aki befizet hozzád, meg az az ember, aki most találkozik veled először
 - mindjárt megérted, hogy mire gondolok
- **Mire lenne szükség valóban, amikor edukációról, posztolásról beszélünk?**
 - **először is, ennek megértéséhez tisztázzuk az "ügyfélé válás idővonalát" - hogyan lesz valakiből ügyfél, milyen három szakaszból beszélhetünk?**
 1. **ügyfélé válás pillanatát megelőző szakasz** - ez azt az időszakot öleli fel, ami onnan indul, amikor elkezd valaki követni téged (értsd: életében először találkozik veled) és addig terjed, míg nem válik valaki valóban ügyfélé
 2. **ügyfélé válás pillanata** - ez az a pont, amikor az illető meghozza a vásárlói döntést
 3. **ügyfél szakasz** - ez pedig az a szakasz, ami a vásárlói döntés pillanatától egészen addig tart, míg teljesen ki nem szolgálod az ügyfelet
 - nézzük meg ezeknek a sajátosságait és azt, hogy valójában mire, milyen edukációra lenne szüksége a közönségnek az

- egyres szakaszokban – ebben rejlik ugyanis a kincs, a válasz arra, hogyan lesz végtelen ötleted az ügyfélszerző posztokhoz
- **ügyfélle választ megelőző szakasz - mi jellemzi itt a leendő ügyfelet?**
 - tudatlanság a probléma okait illetően
 - tudatlanság probléma megoldhatóságát illetően
 - félelem a megoldás fájdalmát, terheit illetően
 - félelem a megoldás időtartamát illetően
 - csalódottság az alternatív megoldásokban
 - csalódottság a konkurensidben
 - tudatlanság a megoldatlan probléma következményeit illetően
 - tévképzetek, tévhitek a problémájával és a megoldással kapcsolatban
 - **ügyfélle választ - mi jellemzi itt a leendő ügyfelet?**
 - ő már alaposan felkészült, de legalábbis az alapvető tévhiteit, bizonytalanságát kezeltük (feltéve, ha az előző szakaszban a megfelelő módon kommunikáltunk, reagáltunk a kétségeire, elakadásaira)
 - az ügyfélle választ pillanata tulajdonképpen az értékesítés, az értékesítésben pedig a maradék tudatlanságot, félelmet kezeljük
 - továbbá az értékesítésben már interaktív módon az adott illető konkrét kérdéseit is meg tudjuk válaszolni (tehát az értékesítés ideális esetben élőben/telefonon/online beszélgetésben zajlik)
 - **ügyfél szakasz - mi jellemzi itt az ügyfelet?**
 - itt már van tere a mélyebb szakmai dolgok megosztásának
 - itt már adatsz összetettebb feladatokat az illetőnek, hiszen tudod koordinálni, segíteni személyre szabottan
 - itt már egy partnerről beszélünk, nem egy hitetlenkedő jelöltről
 - **Hogyan lesz tehát végtelen ötleted a kommunikációhoz, és még egyszer, mit is kellene pontosan tanítani a posztjaidban?**
 - úgy lesz végtelen ötleted a posztjaidhoz, hogy te nem a szakmádat tanítod le ideális esetben a kommunikációban, hanem az élethelyzetek megoldását
 - élethelyzetből végtelen van, de a szakmádból csak egy!
 - ez azt jelenti, hogy nem arról fogsz beszélni a posztjaidban, hogy „mi a coaching”, „mi a magabiztosság”, „mi a fascia”, „milyen gyakorlatok léteznek”, és hasonló, hanem arról, hogy:
 - „ha ez és ez a problémád, akkor annak az az oka hogy, és abból úgy lehet kijutni hogy...”
 - „ha ezt és ezt tapasztalod, éled meg, akkor az azért történik mert, és úgy lehet kijönni belőle hogy...”
 - „ha azt gondolod, hogy neked ez és ez a problémád oka, akkor az valójában azért félreértés, mert és helyette ezt és ezt kellene tenni...”

- olyan élethelyzetből, ahol és ahogyan a probléma meg tud jelenni az illető életében, illetve félreértésből, tévhitből végtelen van
 - ez mind-mind egy kommunikációs lehetőség
 - a magánéletében, az egészségében, a kapcsolataiban, a munkájában... egy adott napja során
 - kismillió helyzetben tud megjelenni a problémája és tudja írni az életét úgy az illetőnek, hogy nem érti, mi történik vele
- tehát neked az embert és a gondolkodásmódját kell megszerelned, ehhez pedig rengeteg helyzet, példa, szituáció és megközelítés létezik
- gyakorlatilag pont fordítva kell kommunikálni, mint ahogyan sok vállalkozó teszi
 - ahelyett, hogy nekiállnék letanítani a szakmámat, vagy random ötleteket, tippeket osztogatnék, az illetőről kell először beszélnem, az ő félreértéseiről, okairól, majd innen jutok el a szakmai tanításig
 - ennek viszont korántsem kell annyira mélynek lennie, mint ami már az együttműködés része lenne amúgy is.
- **mi van akkor, ha továbbra is úgy érzed, hogy nincs elég ötleted?**
 - jó eséllyel nem ismered a közönséged és a közönséged gondolkodásmódját eléggé
 - miért nem ismered a közönséged gondolkodásmódját?
 - mert túl sokféle emberrel foglalkozol, tehát nem vagy specifikálva és nincs kidolgozva az álműgyfeled karakterrajza
- **ha szeretnéd még mélyebben megérteni az ügyfélszerzés stratégiáját**
 - akár az ezen anyagban említett kommunikációt,
 - akár az értékesítést,
 - akár az árazást,
 - akár a specifikációt,
 - akár az ajánlattételt,
 - akkor a csoportomban közel 200 videó és előadás közül tudsz válogatni a fenti témákban
 - ha még nem vagy benne a csoportomban, akkor [itt tudsz csatlakozni](#)
 - ha már benne vagy a csoportomban, de nem igazodsz ki az előadások között, akkor [itt írd rám Messengeren](#) és segítek neked kiválasztani a megfelelő előadásokat
 - ha pedig már benne vagy egy ideje a csoportomban, követed az előadásaimat, de szeretnél személyre szabott segítséget kapni az ügyfélszerző folyamatod megtervezéséhez, akkor [ezen a linken, az oldal alján éred el a naptáramat](#) – szoktam tartani limitált mennyiségben ingyenes telefonos konzultációkat, pont azért, hogy tisztánlátást adjak az elveszett szakértő, szolgáltató vállalkozóknak.

Hajrá! Sok sikert neked!

Üdvözlettel

Szőke András

www.szokeandras.com