



ЧАСТНАЯ ПРАКТИКА

БИЗНЕС-ШКОЛА ДЛЯ ПСИХОЛОГОВ, КОУЧЕЙ, ЭКСПЕРТОВ И КОНСУЛЬТАНТОВ

ПЛАН ПРОДАЮЩЕЙ КОНСУЛЬТАЦИИ

для коучей, психологов и экспертов



Автор: Владислав Зади́рин

 [vlad.zadirin](https://www.instagram.com/vlad.zadirin)

Давайте знакомиться!

Более 10 лет я занимаюсь бизнесом — запустил более 20 бизнес-проектов. А 2,5 года назад я начал свою частную практику. За это время я 3 раза стартовал с полного нуля и уже заработал более 10 млн рублей, без вложений! При этом, работая всего 10 часов неделю, а свободное время я тратил на семью и путешествия.

Помог более 50 экспертам увеличить свой доход от 2 до 30 раз. Смогу помочь и вам!

ШАГ 1. ЗНАКОМСТВО

Первые 2-3 минуты консультации надо подстроиться под клиента, поговорить в свободном режиме, "о погоде". Он уже знает о вас по вашим социальным сетям, возможно вашей рассылке, у него уже сложилось о вас впечатление. А вы уже знаете кое-что о нём из его анкеты на консультацию

ШАГ 2. ТОЧКА А

На данном этапе надо выяснить что у клиента происходит сейчас? Какая ситуация. Обычно здесь можно задать 5-7 уточняющих вопросов о его текущей ситуации.

Важно, чтобы человек в подробностях рассказал о своей ситуации. Это всё равно что, вы как врач берёте предварительные анализы, чтобы поставить диагноз.

Например, я спрашиваю, сколько что стоит из его услуг, кто целевая аудитория, что лучше всего продаётся, какая база подписчиков, что он пробовал, что получилось и т.д.

ШАГ 3. ТОЧКА Б

Нужно выяснить - чего хочет клиент? Что конкретно он хочет получить и за какой срок? Лучше загнать клиента в конкретные временные рамки - 1-3-6 месяцев, спросить что он хочет получить за определённое время.

Например, я спрашиваю сколько нужно клиентов, как много в неделю, сколько надо денег в месяц, каким способом и т.д.

ШАГ 4. МОТИВАЦИЯ

Здесь выясняем мотивацию клиента получить результат. Часто для клиента является загадкой его глубинная мотивация. Вот её и нужно вытянуть из клиента.

Например:

- Как это может повлиять на вашу жизнь, если это получится?
- Насколько это для него важно по шкале от 0 до 10? Если меньше 7, то мотивация слабая для покупки вашей программы.
- Почему это важно для него?
- Что случится, если ничего не изменится и он не получит тот результат, который хочет?
- Что для клиента будет означать, если ничего не изменится через 3-6 месяцев?

ШАГ 5. ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТИ

Чтобы продать платную программу нам важно выявить какие препятствия клиент видит сам на пути получения результата?

В идеале ваша программа должна помочь снять каждое препятствие на пути клиента.

Часто эти вопросы ставят в тупик клиентов задуматься. И это делает вашу как бы ПРОДАЮЩУЮ консультацию ценной в глазах клиента.

Клиент в результате консультации становится более осознанным.

Например:

- Что не позволяет вам получить этот результат сейчас?
- Назовите 3 основных препятствия, которых вы видите на пути к этому результату?
- Какие 3 проблемы вы видите, из-за которых вы ещё не там, где хотите быть?

После каждого ответа я рекомендую записывать себе эти препятствия на бумаге, чтобы в конце консультации "собрать" из этих препятствий специальное предложение для клиента.

ШАГ 6. ОСОЗНАННОСТЬ

На этом этапе нам нужно аккуратно включить желание клиента преодолевать эти препятствия в принципе и преодолевать их вместе с вами. Нам важно настроить человека на решительные действия.

Например:

- Что вы готовы сделать, чтобы получить эти результаты?
- Есть ли что-то такое, что способно вас остановить?

- Считаете ли вы себя человеком, способным получить эти результаты?
- Какую цену вы сейчас платите за то, что у вас нет желаемого?

ШАГ 7. РЕКОМЕНДАЦИИ

Итак, у нас есть цель клиента, его текущая проблемная ситуация и 3 проблемы на его языке (он сам нам их сказал).

На данном шаге можно дать клиенту несколько рекомендаций как решить его проблемы.

Но нельзя говорить, как конкретно.

То есть можно говорить ЧТО ДЕЛАТЬ, но не КАК ДЕЛАТЬ.

Например, когда клиенту на консультации я вижу, что ему надо выбрать нишу, я не говорю какие конкретно методики ему использовать, я могу поверхностно сказать, что ему надо посмотреть, с каким запросом к нему чаще приходят клиенты и т.д.

Нужно дать 2-3 рекомендации.

Самое главное - нужно рассказать, с какими сложностями столкнётся клиент, когда будет делать это САМОСТОЯТЕЛЬНО. Можно рассказать про ошибки, которые обычно делают люди в этом вопросе.

ШАГ 8. ПРОДАЖА

Здесь вы уже говорите, что у вас есть программа, которая помогает эти проблемы решить.

Например:

- Я обладаю такими знаниями, техниками и приемами...
- И у меня есть программа, которая помогает получать эти результаты.
- Смотрите, я вижу у вас следующие проблемы...
[Перечисляете проблемы, о которых он вам рассказывал]
- Я могу помочь их решить с помощью моей программы.

Дальше вы рассказываете про свою программу - оффер, модули, блоки, результаты, организационные моменты.

Но без цены!!! Цену не называем.

После рассказа о своей программе вы спрашиваете: «Может быть у вас есть какие-то вопросы?»

Цену вы не называете до тех пор, пока человек сам не спросит. Когда он спрашивает, вы говорите: «Инвестиция в программу составляет X рублей».

Рассказываете про финансовую сторону.

Дальше, всё зависит от вашей стратегии, как вы будете продавать.

Вариант 1. Любой ценой сделать так, чтобы клиент оставил вам хоть какой-то депозит. А потом доплатил остальную часть программы. То есть в этом варианте мы больше продаём на эмоциях.

Вариант 2. Мы отталкиваем клиентов. Отправляем их подумать, переспать и связываемся с ними на следующий день, чтобы они приняли взвешенное решение. Этот подход больше подходит для премиальных программ, сильно дорогих и для состоятельных людей.

Такие люди не любят, когда на них давят.

И в том и другом случае важно договориться о следующем контакте, чтобы человек сказал "да" или "нет".

Например:

- Когда вам написать, чтобы узнать ваше решение?
- Сколько вам нужно времени, чтобы принять окончательное решение?

ПЛАН Б

Если вы видите, что клиент не заинтересован в покупке вашей платной программы, попросите у него отзыв.

Но это еще не все!

- Если к вам на консультацию пришел не целевой клиент, то вы зря потратите время
- Если вы не сможете донести ценность своей услуги, то клиент у вас все равно ничего не купит

Хотите узнать?

- Как привлекать на консультацию максимально целевых клиентов, чтобы они были готовы покупать ваши услуги дорого?
- Как донести ценность своей услуги до клиента, чтобы он автоматический хотел ее купить?

Тогда записывайтесь на бесплатную диагностику!

За 30 минут мы составим с вами персональный план создания очереди из клиентов в вашей частной практике и самому быстрому выходу на доход 300-500 000₽ без ежедневного блогерства, работая всего с 5-10 клиентами в месяц.

А если на диагностике вы назовете кодовое слово - **РАЗБОР**, то получите от меня разбор кейса: **Как коуч по мышлению Эмилия заработала 160 000₽ за 8 дней**