

Mapa Dostępu do Wartościowej Rozmowy

Zanim napiszesz pierwszą wiadomość — sprawdź, czy masz z czym wejść. Osiem pytań rozstrzyga, czy odezwać się bezpośrednio, wejść inną drogą, odłożyć temat, czy zostawić to konto.

PRACA WŁASNA · PIĘĆ MINUT NA JEDNO WEJŚCIE

KIEDY SIĘGNAĆ

- + zespół zaczyna konto na podstawie jednego sygnału zakupowego;
- + narzędzie pokazało wysokie zainteresowanie, ale nie wiadomo, skąd ta liczba;
- + cała personalizacja to stanowisko, awans albo nazwa firmy;
- + nie wiadomo, czy osoba, do której pisziesz, może w ogóle ocenić Twoją propozycję.

WYPEŁNIJ 8 PÓL

01 PO CO TEN KONTAKT

Co chcesz tej firmie umożliwić, zanim w ogóle padnie słowo o zakupie?

02 DLACZEGO AKURAT ONA

Co w tej firmie albo w jej sytuacji sprawia, że temat jest jej, a nie przypadkowy?

03 CO WIDZIAŁEŚ I SKĄD

Co konkretnie zaobserwowałeś, kiedy się to wydarzyło i skąd o tym wiesz?

04 CO JESZCZE MOŻE TO ZNACZYĆ

Jakie inne wyjaśnienie tej obserwacji jest równie prawdopodobne?

05 KTO TO OCENI

Kto po ich stronie jest na tyle blisko tematu, żeby ocenić Twoje zaproszenie?

06 CO Z TEGO MA KLIENT

Co ta osoba zyska, nawet jeśli nigdy od Ciebie nie kupi?

07 O CO PROSISZ I CZY WOLNO

Jaka jest najmniejsza sensowna prośba — i czy tym kanałem wolno się odezwać?

Piszesz, wchodzisz inną drogą, odkładasz czy zostawiasz?

CO Z TEGO WYCHODZI

Nie umiesz powiedzieć, dlaczego akurat ta firma

Nie pisz. Wróć do pytania 2 — na razie odzywasz się do listy, a nie do firmy, która ma powód Cię wysłuchać.

To, co zaobserwowałeś, ma równie dobre inne wyjaśnienie

Nie pisz o tym jak o pewniku. Zamień pytanie 4 w pytanie do klienta — to uczciwszy powód kontaktu niż postawiona z zewnątrz diagnoza.

Nie umiesz nazwać, co odbiorca zyska bez zakupu

Wróć do pytania 6 i dopisz jedną konkretną rzecz — porównanie, kryterium, wyliczenie. Bez tego prosisz o czas na poczet własnego planu.

Polecenie, materiał publiczny albo wydarzenie są krótszą drogą niż Twoja wiadomość

Wejdź tamtędy. Bezpośredni kontakt nie jest jedynym wejściem, tylko najdroższym dla odbiorcy.

Osoba odmówiła kontaktu, kanał jest niedopuszczalny albo dane pochodzą ze źródła, którego nie wolno używać

Zatrzymaj kontakt i dopilnuj, żeby wiedziały o tym pozostałe osoby i systemy. Zmiana kanału nie jest obejściem odmowy.