

# 100% ГАРАНТИЯ РЕЗУЛЬТАТА!

# Об авторе



Владислав Марясов - предприниматель, бизнес-консультант, тренер и руководитель консалтинговой компании «Frimen Book».

Автор нескольких книг и статей по маркетингу и рекламе: «Как риелтору за 7 дней удвоить свой доход?», «10-как эффективной рекламы в Интернете».

Начинал с того, что в 2006 г. открыл свой первый бизнес.

Постоянно занимается саморазвитием. Обучается у великих мастеров маркетинга (Игорь Манн, Вадим Ширяев, Александр Левитас, Джей Абрахам и д.р.) и инфобизнеса (Андрей Парабеллум, Николай

Мрочковский и др.).

Ярый сторонник партизанского маркетинга и технологий внедрения информационного бизнеса в бизнес традиционный.

Активно занимается спортом с 13 лет и имеет 1 юношеский разряд по боксу. Любит командные виды спорта (футбол, баскетбол, волейбол), путешествия и стрельбу из пневматического оружия.

# Как риелтору за 7 дней удвоить свой доход?

Меня зовут Владислав Марясов. Я бизнес-консультант, эксперт по вопросам продвижения малого бизнеса в сфере услуг, руководитель консалтинговой компании «Frimen Book» и автор блога: <a href="www.maryasov.ru">www.maryasov.ru</a>

Эта книга посвящена очень интересной и актуальной профессии – риелтор. И самой проблемной теме – повышение своего дохода.

Сразу хочу сказать, я не являюсь риелтором и за всю свою жизнь я всего два раза продавал и покупал недвижимость. Но, я эксперт по вопросам маркетинга и рекламы. Я владелец консалтинговой компании «Frimen Book», которая тоже занимается услугами.

Эта книга не о том, как оформлять сделки и устанавливать тарифы на свои услуги. Эта книга о том, как риелтору, удвоить свой доход, даже тогда, когда агентство недвижимости не платит высокие проценты за сделку.

Еще одна причина, почему я решил написать эту книгу, это знакомство с клиентами в сфере недвижимости. И на их примере я понял, как же мало возможностей они используют, чтобы увеличивать свою прибыль.

Поэтому, если вы не являетесь моим клиентом, просто прочтите эту книгу. И попробуйте использовать те рекомендациями, что в ней есть. И вы увидите, как легко можно увеличить свой доход буквально в считанные дни. Уверен, у вас все получится.

Если вы все сделаете, как написано в книге. Если вы воспользуетесь каждой моей рекомендацией, и у вас ничего не получится. Напишите мне об этом. И я гарантирую вам следующее:

• Вы получите одну мою Skype консультацию продолжительностью 60 минут совершенно бесплатно.

# Как написана эта книга?

Формат книги следующий. Сначала вы получаете инструменты для увеличения свое дохода. Затем мы разберем конкретные действия и шаги, которые необходимо сделать.

Поэтому, не спешите прочитать всю книгу сразу и до конца. Сначала получите инструмент, а потом беритесь за первый шаг и внедряйте.

## Введение

Профессия риелтора, как и множество других профессий в сфере оказания услуг, является одной из самых сложных в продвижении.

Продажа услуг — это продажа в первую очередь себя как эксперта. Если вы не смогли продать себя, вам сложно продать свою компанию и те объекты, которые у вас выставлены на продажу.

Вам сложно заключать договора. Вам сложно договариваться о встрече. Вам сложно убедить клиента приехать к вам в офис или назначить встречу у него дома. Вам сложно подписывать договор.

Все это становится большой проблемой, если вы не смогли продать в первую очередь себя как эксперта.

На страницах этой книги вы узнаете готовые шаги, готовые рецепты, которые повышают вашу экспертность в глазах будущих клиентов. А на закуску, вы получите секретные фишки повышения вашего уровня дохода, которые используют только самые успешные риелторы.

# Как риелтору увеличить поток клиентов?

Чтобы увеличить поток входящих клиентов, нерадивые риелторы прибегают к различным хитростям и уловкам. Размещают вымышленные объявления о продаже квартиры. Пишут самые низкие цены, только для того, чтобы им позвонил клиент.

Настоящий риелтор работает иначе!

Сфера недвижимости стала одной из излюбленных тем начинающих предпринимателей. Желание заработать большие и быстрые деньги есть в каждом человеке. Поэтому, в России так много риелторов и агентств недвижимости. Ведь лицензия на данный вид деятельности не нужно. И стать риелтором или открыть свое агентство может практически каждый желающий. Достаточно иметь знания и небольшой капитал на офис. Хотя бывают такие риелторы, которые даже офиса не имеют. Сидят дома за компьютером и публикуют объявления на бесплатных интернет досках.

Если в этих строках вы увидели себя, значит пора что-то менять и переходить на новый уровень. Иначе вы так долго не протяните. Необходим комплексный подход к увеличению потока клиентов. И высокий сервис обслуживания.

Разговаривая с представителями (руководителями) агентств недвижимости я выяснил, что такие риелторы, сами того не желая, портят репутацию профессии в целом. И каждый риелтор, который обманным путем или недобросовестным отношением к сделке и клиенту в частности, пытается заработать себе на хлеб. Отрицательным образом влияет на общее представление о данной профессии и остальных участников рынка (конкурентов).

Говоря простым языком. Если ты накасячил, другим приходится отдуваться. Нет доверия к риелторам, если другой риелтор сделал свою работу не грамотно.

Что-то мы отвлеклись...

Как быть на связи 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году и не потерять ни одного клиента?

Чтобы не упустить ни одного потенциального клиента, необходимо всегда быть на связи. Даже того, когда вы спите или на шашлыках с друзьям, или на

море со всей семьей. Вы всегда должны быть ближе к своему клиенту. Всегда на связи.

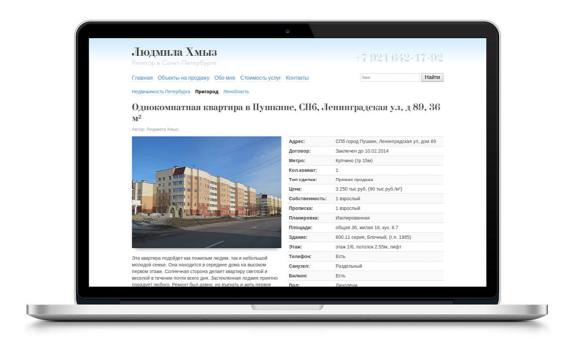
Запомните! Клиенту очень сложно выбрать надежного риелтора. Такого, которому можно доверь самое ценное – покупку или продажу своего жилища.

Это не значит, что вы всегда должны брать трубку, когда вам звонят в 2 часа ночи.

Чтобы быть на связи с клиентом, необходимо создать такие условия, при которых он всегда может вас увидеть и услышать, а так же написать и позвонить вам.

Есть несколько простых и несколько сложных способов оставаться на связи с клиентом.

# # Первый инструмент увеличения вашего дохода



Первое — это ваш личный сайт, на котором есть ваше фото, видео обращение, статьи и заметки, объекты для продажи и сдачи в аренду, контакты и форма обратной связи. Это помогает клиенту почувствовать, что вы рядом, что вы буквально на расстоянии вытянутой руки. На вас можно посмотреть. Вас можно почти потрогать. На вас можно положиться.

Ваш сайт — это подготовительный шаг к тому, чтобы продать себя как эксперта. Это возможность сделать презентацию 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.

Вы можете находиться на встрече или заболеть, ваш сайт будет продолжать работать и привлекать все новых и новых клиентов. Ваш сайт продает вас и ваши объекты круглые сутки.

Веб-сайт – это самый простой и самый мощный инструмент интернетмаркетинга, который существует на данный момент.

Как говорят эксперты, в ближайшие 10 лет у каждого пятого жителя планеты будет свой личный блог или сайт, который помогает оставаться на связи с клиентами и партнерами 24 часа в сутки, в не зависимости от географического положения и профессии.

Пусть это буден простой, можно даже сказать скромный, но все же веб-сайт. Веб-сайт для риелтора — это его визитная карточка.

Чтобы сделать веб-сайт, большого ума не надо. Вы можете заказать его в вебстудии, у фрилансера или сделать самостоятельно.

## Важные моменты при создании веб-сайта:

- Не копируйте текст с других сайтов;
- Если вы делаете себе блог риелтора подготовьте хорошие; фотографии для размещения на сайте. Самая главная фотография на сайте это ваше личное фото;
- Указывайте все возможные контакты для связи с вами;
- Настройте форму обратной связи и подключите sms уведомление;
- Зарегистрируйте свой сайт или блог во всех возможных поисковиках: Mail, Google, Яндекс, Rambler;
- После создания сайт, постарайтесь писать хотя бы по одному посту в неделю. Пишите что-то полезное и интересное для своих клиентов. Не пытайтесь сразу продать свои услуги через сайт.
- Прочтите пару книг по копирайтингу. Они помогут вам составлять грамотный текст для сайта и для продажи объектов недвижимости.

## Как заказать сайт у фрилансера и сколько это будет стоить?

Фрилансер – это удаленный работник (дизайнер, программист, веб-дизайне, копирайтер и т.д.). Фрилансер – это человек (мастер или не мастер), который сидит за своим монитором (возможно на другом конце страны или континента) и выполняет ваш заказ за перечисленные ему деньги (Яндекс Деньги, Webmoney и др.)

Чтобы найти фрилансера и заказать сайт, определитесь со структурой сайта, найдите примеры сайтов, который вам нравятся и ограничьте бюджет на его разработку.

Искать фрилансеров лучше всего на специальных площадках. Просто вбейте в Яндексе или Google: «сайты для фрилансеров» и вы найдете массу площадок, на которых тусуются свободные дизайнеры и веб-разработчики.

## Лидеры по популярности:

- Weblancer.net крупная биржа удаленной работы в Рунете.
- Freelance.ru одна из крупных бирж фриланса в Рунете.
- Free-Lance.ru биржа для фрилансеров разных специализаций.

- Freelancehunt.com биржа труда для программистов, дизайнеров, копирайтеров, иных специалистов.
- FreelanceJob.ru позиционируется как биржа для профессиональных фрилансеров, с хорошим портфолио.

Р.S. Я (Владислав Марясов) нашел в сети дизайнера, который сделал дизайн обложки для данной книги с 3D эффектом, всего за 200 руб.

## Как сделать сайт самому?

Для этого вам потребуется выбрать сервис или платформу, на которой вы будите создавать свой сайт. Самые популярные:

- 1. Wordpress
- 2. Joomla
- 3. Nethouse

Wordpress — это система управления содержимым сайта с открытым исходным кодом, распространяемая под GNU GPL. Написана на PHP, в качестве базы данных использует MySQL. Сфера применения — от блогов до достаточно сложных новостных ресурсов и интернет-магазинов. Встроенная система «тем» и «плагинов» вместе с удачной архитектурой позволяет конструировать практически любые проекты. WordPress выпущен под лицензией GPL версии 2.

Joomla - это система управления содержимым (CMS), написанная на языках PHP и JavaScript, использующая в качестве хранилища базы данных СУБД MySQL или другие индустриально-стандартные реляционные СУБД. Является свободным программным обеспечением, распространяемым под лицензией GNU GPL.

Nethouse - это бесплатный конструктор сайтов, который легко позволит создать сайт с нуля бесплатно и быстро буквально в несколько кликов. Вы можете привязать свой домен в популярных зонах .ru и .com или зарегистрировать новый. Создание сайта освоит даже новичок — не нужно знать html-код или просить знакомых помочь. Все что Вам нужно, у Вас уже есть: Ваше желание получить сайт и немного времени.

Самый простой способ сделать веб-сайт своими руками, воспользоваться бесплатными сервисами. Таких сервисов очень много в сети. Я предлагаю

обратить ваше внимание на сервис <u>www.nethouse.ru</u>. Это бесплатный сервис без сторонней рекламы, на котором вы можете сделать веб-сайт буквально за один день. Достаточно иметь готовые материалы для размещения, купить доменное имя для сайта, выбрать шаблон и дизайн для сайт и все готово.

Этот вариант хорошо подходит для небольших компаний или частных риелторов. Более подробно вы можете узнать об этом из моего бесплатного аудио курса: «Как сделать сайт за 2 часа совершенно бесплатно?» Заходите сюда: <a href="http://frimenbook.ru/besplatno">http://frimenbook.ru/besplatno</a>

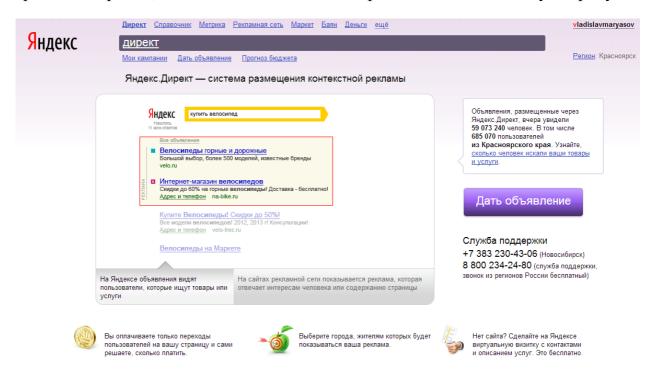
Даже если вы простой риелтор и работаете по найму. Вы можете (я рекомендую) сделать себе небольшой веб-сайт (блог) на этом сервисе, как это сделал я. У меня есть основной сайт консалтинговой компании: www.frimenbook.ru, и есть мой личный блог: www.maryasov.ru.

Такой сайт (блог) — это отличный инструмент для повышения вашего имиджа и компетенций в глазах ваших клиентов. Не пренебрегайте этим инструментом.

# # Второй инструмент увеличения вашего дохода

После того, как вы сделали себе сайт или блог, начинайте его рекламировать.

Самый простой способ сделать рекламу в интернете — это запустить контекстную рекламу. Для примера возьмем поисковую систему Яндекс. Когда вы ищите товар или какую либо компанию через Яндекс, вы сначало видите рекламный блок, а поток уже те сайты, которые поисковый робот проиндексировал, и выделили как наиболее релевантными вашему запросу.



Настраивая и запуская рекламу в поисковой системе вы имеет ряд преимуществ. Особенно, если вы живете в не большом городе, где про это способ знают очень мало людей.

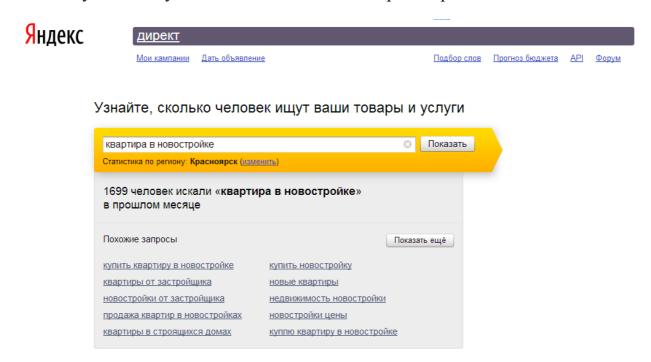
- Вы оплачиваете только переходы пользователей на вашу страницу и сами решаете, сколько платить.
- Выберите города, жителям которых будет показываться ваша реклама.
- Нет сайта? Сделайте на Яндексе виртуальную визитку с контактами и описанием услуг. Это бесплатно.

#### Как это работает:

• Вы создаете объявления и указываете, по каким запросам оно будет показываться.

- Человек видит ваше объявление, когда вводит один из этих запросов на Яндексе или заходит на сайт рекламной сети.
- Заинтересовавшись, пользователь переходит на ваш сайт или виртуальную визитку.
- Он делает заказ или приезжает за покупкой.

Чтобы убедиться в том, что данный способ работает. Предлагаю взглянуть на количество запросов по словосочетанию «квартира в новостройке» через поисковую систему Яндекс. Регион показа - Красноярск.



Как вы видите из данной картинки, около 1699 человек искали через Яндекс, в Красноярске, квартиру в новостройке.

И если ваш сайт еще не топ 10 по данному запросу, если у вас нет большого потока клиентов, вам срочно надо запустить контекстную рекламу и получить больше входящих звонков.

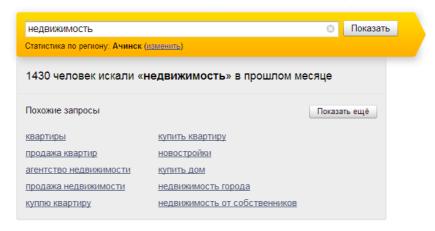
Вы можете подумать и сказать, что это же Красноярск и там проживает более 1 000 000 человек, поэтому и количество запросов так много. Хорошо! Давайте я приведу пример для города с численностью до 150 000 человек.

Возьмем для сравнения город Ачинск и популярный запрос: «недвижимость».





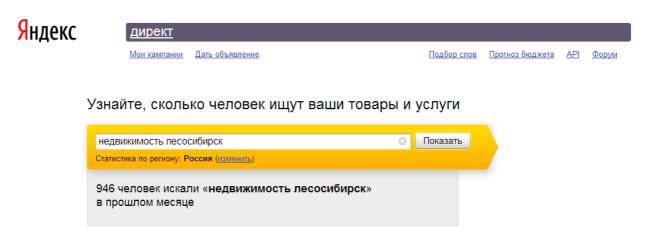
#### Узнайте, сколько человек ищут ваши товары и услуги



И что мы видим из этого анализа? 1430 жителей Ачинска ищут недвижимость.

И даже если вашего города нет в поисковой системе. Вы все равно можете проверить его на количество запросов, добавить имя города в конце.

Вот пример того, сколько в г.Лесосибирске, с численностью менее 70 000 человек ищут недвижимость.

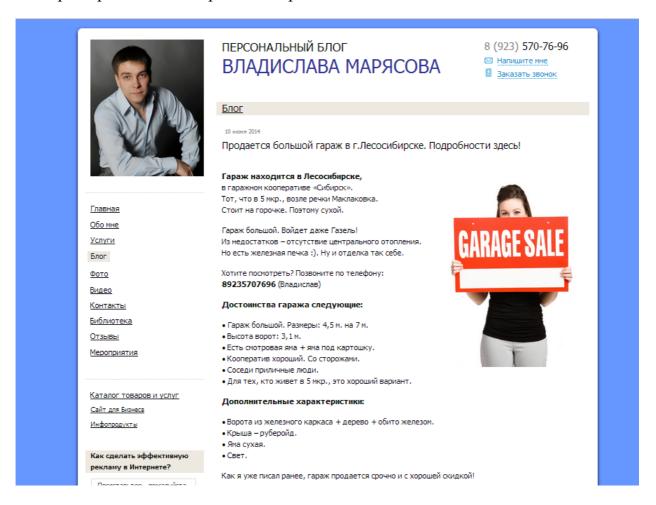


## Как настроить рекламу в поисковой систем Яндекс?

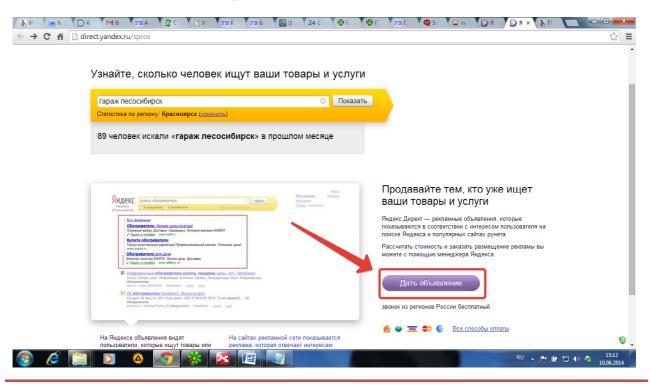
Чтобы было понятно, как же все-таки сделать рекламу в поисковой системе и получить звонки потенциальных клиентов. Я покажу на собственном примере. Через контекстную рекламу я буду рекламировать Гараж, который я собственно и хочу продать.

Для начала, я размещаю рекламный текст о продаже гаража на своем блоге.

Вот пример текста для продажи гаража.

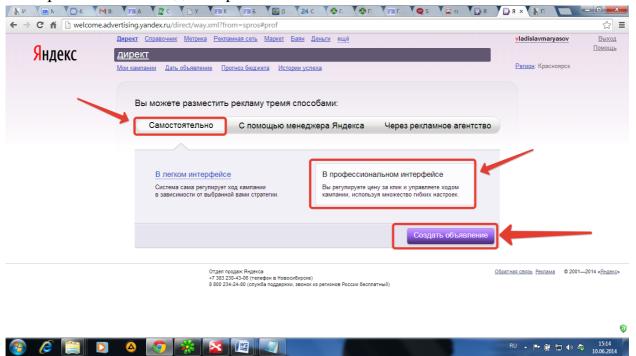


Следующий шаг, создание рекламной компании в Яндексе.



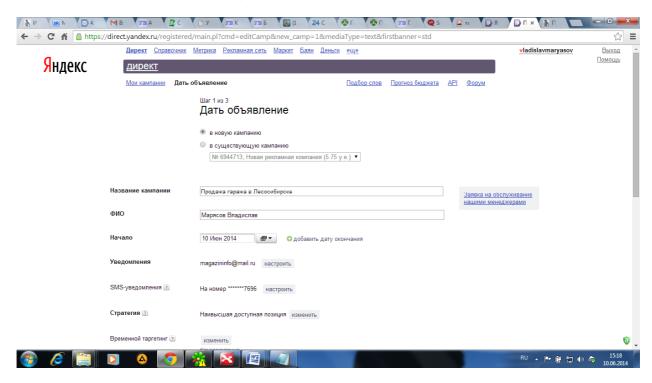
## Нажимаем кнопочку «Дать объявление»

Выбираем способ создания рекламного объявления

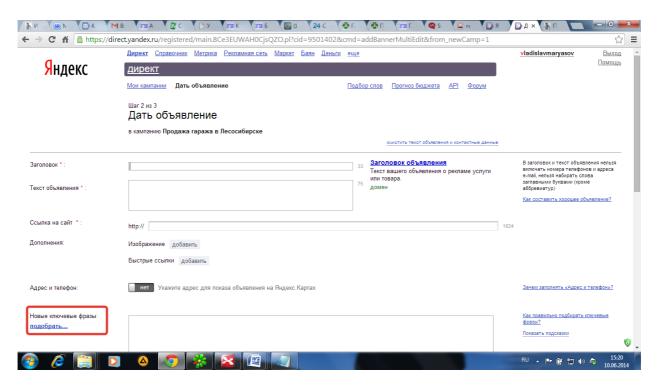


Сначала нажимаем на раздел: «Самостоятельно». Затем выбираем: «В профессиональном интерфейсе». И нажимаем кнопочку: «Создать объявление».

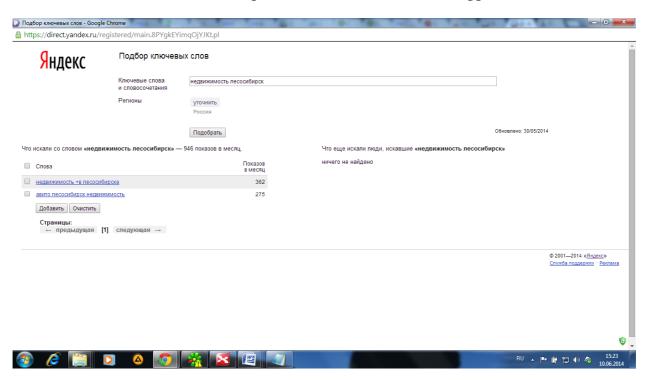
Далее заполняем соответствующие поля.



И нажимаем внизу страницы кнопочку: «Далее»



Перед тем, как создать объявление, необходимо определиться с ключевыми словами. Для этого заходим в раздел: «Новые ключевые фразы».



Так как городок не большой, я сделал в одном объявлении несколько ключевых фраз.

недвижимость +в лесосибирске, авито лесосибирск недвижимость, агентство недвижимости лесосибирск, продам гараж лесосибирск, куплю гараж лесосибирск

Хотя рекомендуется создавать одно объявление под каждую ключевую фразу. Я этого делать не стал, потому как количество запросов на покупку гаража в Лесосибирске очень маленькое. Если бы я продавал квартиру, то все было бы немного иначе.

Далее, мы составляем заголовок, который будет привлекать наших потенциальных клиентов. И дополнительный текст объявления.

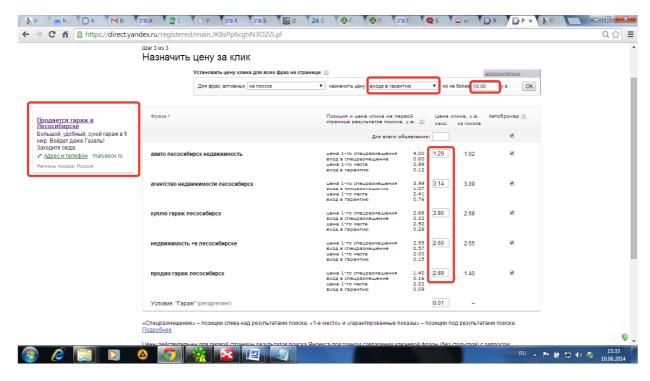
Заголовок: Продается гараж в Лесосибирске.

Текст объявления: Большой, удобный, сухой гараж в 5 мкр. Войдет даже Газель! Заходите сюда.

Далее, мы вставляем ссылку на наше объявление: <a href="http://maryasov.ru/posts/930812">http://maryasov.ru/posts/930812</a>

Если у вас есть картинка или фотография рекламируемого объекта, то вы можете ее прикрепить к этому объявлению. Это увеличит количество откликов. В моем случае фотография отсутствует. Поэтому, я этот пункт пропущу.

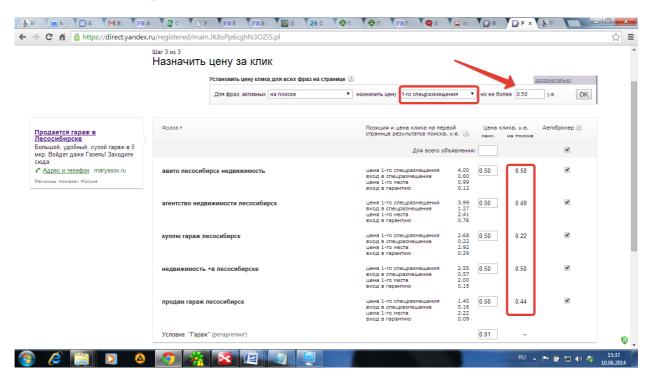
Далее, вы заполняете все контакты и нажимаете кнопку: «Дальше».



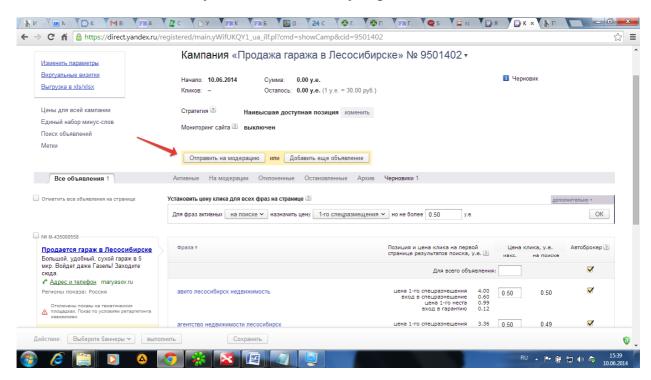
Вы попадаете в раздел, где можете видеть ваше составленное объявление (вверху слева). Стоимость клика по ключевым фразам справа. И место размещения.

Что делать дальше? Необходимо самостоятельно установить стоимость клика за переход по вашему объявлению и нажать ок.

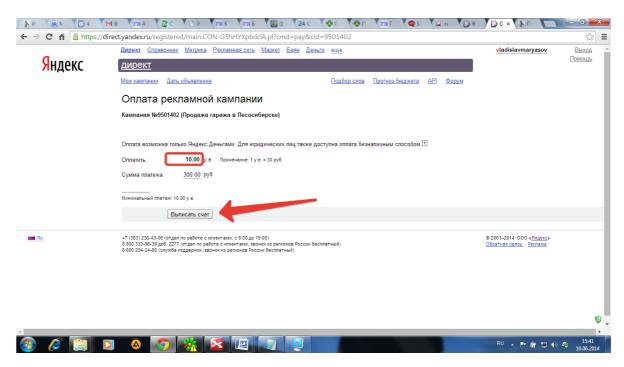
В моем случае, я установил стоимость клика 0,5 уе за переход. И поставил место: «1-го спецразмещения».



Затем, нажимаем кнопку: «Дальше», внизу страницы.

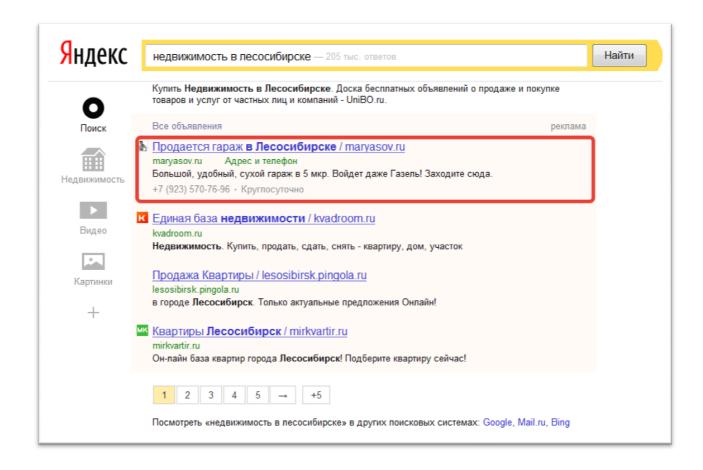


Вы попадаете в раздел Компания. И нажимаете: «Отправить на модерацию». После того, как объявление будет проверено и утверждено. Вас попросят его оплатить. Минимальный размер рекламной компании всего 300 руб.



После того, как мы написали объявление у себя в блоге или на сайте, создали рекламную компанию, получили подтверждение на размещение объявления, произвели оплату. Мы можем увидеть наше объявление в поисковой системе.

Пример моего опубликованного объявления:



# # Третий инструмент увеличения вашего дохода

## Продающие отзывы.



Как получить продающий отзыв от старого клиента?

Всем советую прочитать книгу: «Продающие отзывы». Авторы: Максима Омельянчука и Алексея Лагутина.

Практически в любом бизнесе нужны отзывы клиентов. Если бизнес не собирает отзывы клиентов – бизнес плохо привлекает новых клиентов.

Именно поэтому вам и всем кто занимается риелторской деятельностью, необходимо собирать отзывы от своих настоящих и прошлых клиентов. Ваш клиент, возможно, не вернется к вам больше никогда. Возможно, он вообще уедет в другой город или страну.

Вспомните себя, когда вы покупали что-то дорогое и очень ценное для вас. Вы смотрели отзывы на этот товар или услугу?

Пусть вам кажется, что на отзывы никто не обращает внимание. Пусть вы думаете, что их пишут профессиональные копирайтеры. Это не важно. В

любом случае, вам нужны настоящие отзывы от ваших настоящих и бывших клиентов.

Занимаясь консалтингом и работая над проектами своих клиентов, я тоже не очень был озабочен тем, что нам оставляют отзывы. Я всегда думал, что если сделать работу хорошо, то клиенты сами будут рассказывать об это своим знакомым. И даже если взять у них отзыв, ничего не изменится. Поэтому, я не сильно был озабочен отзывами. В первую очередь, я делал упор на привлечение клиентов, а не собиранию отзывов.

Еще одной проблемой получения отзыва был тот факт, что после оказания услуг, клиент не сразу получал желаемый результат. Возможно через месяц, а может и через полгода. И чем больше проходило времени, тем меньше хотелось ему звонить и спрашивать о том, как его дела и всёли у него хорошо, а потом еще просить отзыв.

В общем, нужно было перебороть себя и свое внутренне сопротивление. Взять телефонную трубку и позвонить клиенту двух или трех летней давности.

Как же это было сложно! Вы себе не представляете.

Вам тоже надо звонить своим старым клиентам, и вам будет так же сложно попросить у них отзыв, как и мне.

Но звонить и просить отзыв это только часть сложностей. Вам нужен не просто отзыв. Отзыв должен быть продающим и к тому же с фотографией.

Сложно? Согласен!

## Что нужно сделать?

Необходимо составить список всех довольных и не довольных клиентов. В общем всех, всех. Разработать форму для написания отзыва. Форма должна помогать клиенту отвечать на те вопросы, о которых думает ваш потенциальный клиент прежде, чем обратиться к вам за услугами.

#### Порядок действий:

- Составляете список клиентов.
- Создаете форму для сбора отзывов.
- Затем вы берете трубку и звоните.
- После это отправляете форму для написания отзыва.

Получаете отзыв и благодарите клиента за это.
 Формируете продающий отзыв и размещаете у себя на сайте, в офисе и других рекламных материалах.

# # Четвертый инструмент увеличения вашего дохода

## Повышение конверсии.



Конверсия — это отношение числа потенциальных клиентов выполнивших определенное целевое действие, к общему числу обратившихся потенциальных клиентов, выраженное в процентах.

К примеру, вам позвонило 100 человек с просьбой продать их квартиру. Вы поговорили с ними и пригласили к себе в офис. Из 100 человек приехало только 30. Следовательно, ваша конверсия на назначение встречи составила 30%.

Далее, вы встретились с этими 30 клиентами и предложили заключить договор. Из этих 30 человек согласилось только 15. Следовательно, ваша конверсия на заключение договора составила 50%.

Затем вы выставляете квартиру на продажу и принимаете звонки от потенциальных клиентов. Процесс повторяется. Позвонило 100 человек, а согласилось посмотреть только 50. Конверсия 50%. Посмотрели 50, но только 2 человека готовы купить прямо сейчас. Конверсия в этом случае составляет 4%. И так далее.

На каждое действие у вас должна быть статистика.

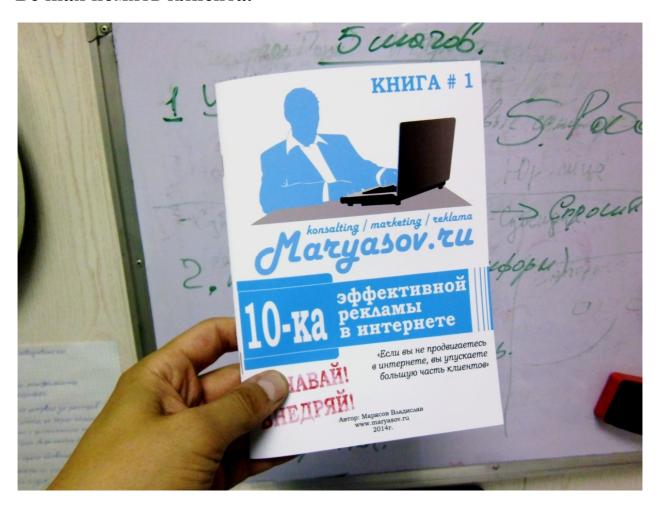
Каждое свое действие вы должны отточить до мастерства, чтобы повысить конверсию на каждом этапе своей работы. Будь то назначение встречи или заключение договора.

Чтобы повысить конверсию, необходимо применять весь арсенал маркетинговых инструментов. Посетить пару тренингов по прямым продажам.

Не желайте время на повышение своих компетенций. Ваши вложения в свое развитие окупятся очень быстро.

## # Пятый инструмент увеличения вашего дохода

## Вечная помять клиента.



Как написать книгу, которая будет вас продавать вечно?

Признаюсь вам честно, что я не являюсь профессиональным писателем. И я не тратил на изучение писательского мастерства месяца или годы.

В каждом человеке есть мысли, знания, которым мы постоянно делимся с окружающими. И чем дольше человек работает в одном направлении (нише), тем больше он узнает и понимает, становясь экспертов в свое деле.

Вам не обязательно быть умнее и профессиональнее всех на свете, чтобы написать книгу. Вам просто надо быть чуть чуть лучше, чем ваш клиент.

Нет на свете таких людей (особенно клиентов), которые знают больше вашего. Особенно это касается сферы недвижимости.

Человек совершает сделки с недвижимости от силы 2-3 раза за всю свою жизнь. В то время как риелтор делает более 5 сделок ежемесячно. У кого-то

больше, у кого-то меньше. Не суть. Важно то, что вы знаете о недвижимости куда больше, чем ваш клиент. Поэтому, написание книги (пособия, брошюры, учебника), для вас пара пустяков.

Хорошо. Теперь вы понимаете, что написать книгу вроде бы не сложно. Но у вас может возникнуть вопрос: «А зачем мне писать книгу?» и «Где эту книгу напечатать?».

## Отвечать буду по порядку.

Во-первых, книгу нужна вам для того, чтобы решить массу маркетинговых задач по привлечению и удержанию клиентов. Ваша книга будет не только рекламным носителем. Ваша книга будет повышать вашу экспертность в глазах потенциальных клиентов. Книга написанная вами, это мощный инструмент обучения ваших клиентов.

В своей книге вы можете ответить на множество вопросов и дать кучу рекомендаций по продаже квартиры, ее благоустройству, подготовке документов, выборе агента по недвижимости и многое другое.

Если вы не знаете, какое название выбрать и на какую тему писать свою книгу. Подумайте над теми проблемами, которые встречаются у ваших клиентов. В большинстве случаев истории и у всех клиентов повторяются. Поэтому, можно сделать отличный вариант книги по самым актуальным проблемам и решениям в сфере недвижимости.

### Вот вам примеры названий для будущих книг:

- «10 грубых ошибок при продаже своей недвижимости»
- «5 способов продать недвижимость быстро»
- «Как выбирать риелтора, чтобы продать свою недвижимость быстро и дорого?»
- Ит.д.

Что касается печати вашей книги в издательстве, то при написании своей мини книги. Я повторю, именно мини книги, страниц на 10-15. Вам не нужно искать издательство. Ваша книга может быть как в электронном варианте, так и напечатана самостоятельно через небольшую типографию вашего города.

#### Что нужно сделать?

Чтобы написать мини книгу на 10-15 страниц, вам нужен план по ее написанию. Сейчас вам нужно подумать над тем, о чем будет ваша книга. Какие проблемы она будет решать. Какую идею она будет нести.

К примеру, данная книга написана с целью ознакомить вас с самыми эффективными инструментами маркетинга и смотивировать на действие, которое приведет к увеличению вашего дохода. Дать вам пошаговую инструкцию к действию, подтолкнуть волшебным пенделем и получить от вас обратную связь. Ну и кончено, показать себя в качестве эксперта.

Если у вас есть вопросы по написанию книги, то вы можете воспользоваться телефоном или скайпом, чтобы позвонить мне и задать любой вопрос.

Ваша книга это маркетинговый инструмент, который будут передавать из рук в руки. Читать и становится умнее. Уверяю вас, вам проще будет работать с клиентом, если он будут умнее в вопросах недвижимости. Не думайте, что если вы напишите книгу, в которой будут полезные советы по продаже недвижимости, клиент самостоятельно начнет заниматься ее продажей.

Чем больше мы знаем в какой-то сфере, тем меньше хотим в ней капаться. Точно так же и с клиентом. Чем больше вы дадите полезной и практической информации, тем меньше он это будет делать.

Есть конечно единицы, которые все делают своими руками. Им даже книга ваша не нужна, чтобы самостоятельно заниматься продажей или покупкой недвижимости.

Поэтому не переживайте. И пишите книгу для самого дорогого и лучшего клиента так, чтобы получить похвалу и бурю аплодисментов.

Еще раз повторю. Дайте много, много полезной информации. Все что вы знаете, вам нужно написать к этой книге. И не забывайте про эмоции.

Пишите книгу в разговорном жанре. Так, как если бы вы говорили это клиенту, который сидит напротив вас и слушает.

Еще дам парочку советов. Сесть и написать книгу бывает очень сложно. Поэтому, когда вы общаетесь с клиентом, или клиентами, держите под рукой диктофон. Записывайте все, что происходит на деловой встрече. А потом переносите это на бумагу или компьютер.

Когда вы продаете, или объясняете в живую, у вас это получается на автомате. Поэтому, речь сама льется из ваших уст как прохладная река по склону горы.

Если боитесь, или не хватает смелости написать книгу в одиночку, предложите своему коллеге сделать это вместе. Составьте план и выберете название книги и договоритесь о том, чтобы каждый из вас, ровно через два дня принесет свою рукопись.

Вы объедините эти записи, немного отредактируете и вот, книга готова. Найдете фрилансера за 200 руб. и он вам сделает дизайн обложки, которую вы выставите на своем сайте.

Но не давайте скачать ее просто так. Сделайте форму для заполнения контактными данными клиента ФИО, ТЕЛ, E-mail. Пусть человек оставит свои контакты. И только после этого отправляйте книгу.

# # Шестой инструмент увеличения потока клиентов

День открытых ушей.



Как организовать мероприятие, о котором будут завидовать ваши клиенты, и говорить ваши клиенты?

День открытых дверей, это что-то вроде массовых мероприятий (семинаров, флешмобов, тренингов). День открытых дверей имеет тему. Не смысла просто говорить о том, что такого то числа вы пускаете всех и вся к себе в офис.

В день открытых дверей у вас должно быть что-то особенное. Вам нужно навести марафет в своем офисе. Подготовить кофе и чай для своих посетителей. Разработать мини программу в виде семинара или мастеркласса.

Можно пригласить гостей и спонсоров, которые будут помогать в организации данного мероприятия. Помогут прорекламировать его и привлечь еще больше людей в вашу компанию.

Если ваш офис слишком мал, и вы не можете пригласить всех людей к себе. Вам придется найти помещение побольше. Снять конференц-зал. Организовать там стенд с вашими объектами для продажи. Наделать кучу флайеров и визиток. Сделать стол для личного общения.

Важно! Если вы планируете организовать мероприятие, запомните, что с первого раза народу будет мало. Вам нужно организовать как минимум четыре мероприятия. Одно событие в неделю. Даю гарантию, что на пятый раз у вас будет аншлаг. Народу будет очень, очень много.

Ваше событие привлечет внимание СМИ. Вы же хотите получить бесплатную рекламу себя и своего агентства. Значит вам нужно организовать это событие. Начните с простого. С дня открытых дверей в офисе. Украсьте его шариками. Купите тортик. Разместите объявление в газету. Пообещайте каждого напоить чаем и угостить тортом. Составьте план и бюджет данного мероприятия и начинайте действовать. Пусть ваш коллектив вам в этом помогает. Вместе вы сила.

Для тех, кто занимается риелторскими услугами в одиночку, этот инструмент не подойдет, если только вы не договоритесь со всеми агентствами недвижимости сделать ярмарку недвижимости.

Займетесь организацией этого события. Соберете со всех агентств взносы и организуйте супер событие. Этим шагом вы заслужите уважение среди своих коллег, конкурентов и клиентов. Сможете много раздать визиток, заведет массу полезных связей.

И помните про то, что первое мероприятие будет не очень хорошим. Поэтому настраивайтесь и договаривайтесь с ними на то, чтобы провести в течение месяца как минимум 4 ярмарки недвижимости.

## Что нужно сделать?

Необходимо составить план. Прописать все детали вашего мероприятия. Написать список гостей. Подготовить все возможные рекламные материалы. Расписать бюджет. Сделать объявление на ТВ и в газету. Оформит вход в офис шариками и баннером с надписью: «Сегодня день открытых дверей. Заходи кому не лень».



# # Седьмой инструмент увеличения потока клиентов

## Маркетинг кит.

Создание продающей презентации своей компании.

Об этой штуке я узнал совсем недавно. Хот я всегда знал, что презентация упакованная в красивую папочку всегда нужна. Но насколько это важная и нужная вещь, как ее применять и использовать в свое работе, я только догадывался. Пока не услышал о ней на семинаре у Андрея Парабеллума. И вот тогда я решил подробнее изучить эту тему и рассказать об этом в данной книге.

## Что такое маркетинга кит?

Маркетинг кит — это бумажное или электронное издание (презентация), в которой есть все, что нужно вашему клиенту для того, чтобы выбрать вас и заказать вашу услугу.

Особенность данной книги-каталога или папки-презентации в том, что она имеет определенную структуру, внешний вид и материал.

Это не файлики запиханные в скоросшиватель. И не буклетик из одной страницы формата А4. Это намного больше.



На картинке вы видите пример Маркетинг кита.

Красиво? Согласен. Дорого смотрится? Еще бы. Вызывает уважение? А то! Хочет ее полистать? Конечно!

Именно для этого она и создана.

Если вы риелтор или владелец агентства недвижимости, у вас должна быть такая презентация.

Какие задачи данная презентация решает:

- Заинтересовать;
- Повысить имидж компании;
- Показать все преимущества и выгоды;
- Продать компанию клиенту до того, как это сделает риелтор;
- Ит.л.

Такая презентация — это не только повышение имиджа в глазах клиентов, это профессиональный инструмент маркетинга вашего бизнеса. Инструмент, который продает.

Вам не нужно делать много таких презентаций. Это дорого получается. Достаточно иметь одну на каждого сотрудника. И так, чтобы в этой презентации была возможность вставлять или убирать необходимые страницы. Т.е. папка должна быть с кольцами.

У вас изменился коллектив или добавились новые отзывы, вы просто меняйте одну страницу или добавляет новую и все готово.

Бумага обязательно из глянца. Обложка лучше всего подойдет твердая. Формат A4.

Чем качественнее будет ваш Маркетинг кит, тем большего результата вы добьетесь. Особенно при проведении первых встреч с клиентом.

Важно! Не давайте клиенту ее листать до того, как вы сами ее не пролистали и не прокомментировали каждую страницу. После этого можно оставить человека на 5 минут наедине с этой презентацией и посмотреть что произойдет. А произойдет то, что человек начнет еще раз листать вашу презентация сам, и после этого он уже не будет сомневаться в том, чтобы заключить с вами договор.

## Структура маркетинг кита:

#### 1. Информация о компании.

В этом разделе вы пишите свою легенду зарождения компании или историю того, как стали специалистом в своей сфере. Добавляете туда свои фото и фото сотрудников, коллег и офиса.

Чем больше у вас коллектив, тем больше у вас будет информации и фотографий в разделе о компании. Чтобы это выглядело профессионально, ваши фотографии должны быть отличного качества.

Добавьте свои сертификаты, лицензии и благодарственные письма от компаний, банков, партнеров. Если у вас есть партнеры, то их лучше сделать на отдельной странице разместив их логотипы.

### 2. Основные задачи.

В это разделе вы описываете те задачи и тем проблемы, которые вы решаете для клиентов. Затем вы описываете клиенту те шаги, которые он может сделать, чтобы решить свои проблемы. Рассказать о тех ошибках, которые чаще всего встречаются у клиентов. И в конце показать 5 или 7 причин работать с вами.

## 3. Клиенты компании.

Это самый интересный раздел, если в нем есть куча отзывов с фотками клиентов. Чем больше отзывов в это разделе, тем лучше. Даже сканы отзывов можно. Важно, чтобы на каждый отзыв бала фотография, имя и фамилия клиента.

#### 4. Статистика.

В этом разделе вам нужно показать вашу работу в цифрах. Сколько и каких квартир вы продали. Скольким людям помогли купить или снять в аренду. Сколько лет вы на рынке и общее количество сделок за это время.

### 5. Описание услуг.

В этом разделе вы сначала тезисно, а потом детально расписываете те

услуги, которые оказываете свои клиентам. Можно разместить объекты которые выставлены на продажу, но это если у вас под боком типография.

Порядок размещения услуг должен быть от дорого к дешевому.

# 6. Истории.

Опишите несколько интересных историй своих клиентов и покажите в них, как была решена их проблема, и как быстро это удалось сделать. Чем больше историй, тем лучше.

# 7. Партнеры.

Здесь вы делаете страницу, на которой размещаете логотипы ваших партнеров по бизнесу.

### 8. Публикации в СМИ.

Если о вашей компании печатали в СМИ. И у вас есть статьи, которые были размещены на бесплатной основе. Обязательно сделайте это раздел.

#### 9. Следующий шаг.

В этом разделе вам нужно показать пошаговую инструкцию того, что человеку необходимо сделать, чтобы начать с вами сотрудничать. И не забываем про призыв к действию: «Зайдите на сайт», Позвоните по телефону» или «Заполните анкету».

P.S. Если вы продаете не услуги, а товар, добавьте раздел: Каталог товаров.

# # Восьмой инструмент увеличения дохода.

#### Продавать дополнительные товары и услуги.

Возможно, вам покажется это невозможным, но это не так. В процессе оказания услуг вам нужно предлагать ряд дополнительных услуг своему клиенту.

К дополнительным услугам в процессе заключения сделки могут быть:

- Страхование недвижимости. (Для этого не нужно иметь лицензию. Вы либо сами изучаете этот вопрос и становитесь независимым страховым агентом, либо рекомендуете клиенту своего партнера агента по страхованию. И получаете свои комиссионные).
- Грузоперевозки.
  (В процессе покупки или продажи недвижимости, люди перевозят свои вещи с места на место. Если вы имеете связи с транспортными компаниями или у вас есть сосед, который занимается перевозками. Вы можете и должны на этом зарабатывать).
- Оформление документов на перепланировку. (Так бывает, что после покупки или до продажи совершает небольшая перепланировка квартиры. На этом тоже можно заработать).
- И другие услуги.

# # Девятый инструмент увеличения дохода.

# Как риелтору продавать одному и тому же клиенту несколько раз?

Для примера. Сначала вы сдали квартиру в аренду. Потом, через некоторое время ваш клиент решил купить свое жилье, и вы нашли ему подходящий вариант однокомнатной квартиры. Далее, у него появилась семья, и они решили обменять однокомнатную квартиру на двух комнатную. И вы сделали для них это.

Плюс, на каждом этапе, вы предлагали и продавали этому клиенту дополнительные услуги, которые мы рассмотрели с вами разделе выше.

Таким образом, клиент несколько раз обращался к вам за услугами. И каждый раз вы хорошо сработали, удовлетворив его потребности.

Чтобы продавать клиенту свои основные и дополнительные услуги множество раз, необходимо постоянно напоминать ему о себе. Для этого разделите клиентов на группы:

- 1. Арендатор
- 2. Арендодатель
- 3. Покупатели одиночки
- 4. Покупатели семья
- 5. Покупатель родственников (детей и родителей)

Вам нужно создать ряд последовательных действий и «касаний», которые будут переводить вашего клиента из одной группы в группу.

Арендатор – Покупатель одиночка – Покупатель семья – Покупатель для родственников

Чтобы правильно использовать это способ повышения своего дохода, необходимо постоянно напоминать клиенту о своем существовании и предлагать самые интересные варианты для покупки или продажи недвижимости.

#### Что нужно сделать?

- Настроить систему сбора контактов используя CRM систему;
- Разработать программу касаний (серия писем или звонков); Письма бывают электронные и печатные. Для повышения числа



# # Десятый инструмент увеличения дохода.

# Изучаем технологию продаж.



# Технология успешных продаж.

В любых продажах есть модель успешной и не успешной коммуникации. Одни переговоры приводят вас к заключению сделки, другие оставляют желать лучшего.

Кончено, все клиенты разные. И вам нужна реальная технология, которая будет работать с клиентами любого типа. Сразу скажу, что универсальной системы нет, так же как и нет абсолютно двух одинаковых людей. Все люди разные.

Но есть система, которая сможет повысить ваш процент конверсии. И сделает ваши переговоры более легкими.

На тему продаж написано масса книг и проводятся сотни тренингов ежегодно.

Поэтому, в этой книге нет возможности расписать все то, что нужно для успешных переговорах.

Я только покажу вам самую распространенную модель пошаговой системы продаж.

### Первый шаг – установления контакта.

Начнем с того, что вам звонит клиент и спрашивает про возможность купить квартиру. Неопытные агенты по недвижимости сразу начинают перечислять все возможные объекты и при этом не всегда говорят те цены, за которые выставлена недвижимость на рынке. Т.е. они говорят меньше, а когда клиент подъезжает в офис, то узнает, что недвижимость оказалась дороже 50-100 тыс. руб. или что ее только что купил другой клиент. Так делать нельзя. Это плохая уловка, которой пользуются многие, но не те, что успешные, а те агенты, которые не могут по-другому.

Ваша задача при первом контакте с клиентом, это не продать и серыми методами убедить клиента встретиться в офис. Ваша задача, установить с

ним контакт. И в первую очередь, доверительный. Так, чтобы клиент сам захотел приехать и встретиться вами.

Но тут надо не забывать, что есть как минимум два типа клиента. Первый – уверенные. Второй – сомневающиеся. С первыми нужно флиртовать. На вторых немного надавить и дожать.

Если вам звонит клиент, который знает точно, что ему надо, но у вас нет для него подходящего объекта. Нужно его разговорить. Задавать больше открытых вопросов.

Ваша задача заставить человека говорить о своих желаниях и планах на недвижимость. Помогайте ему принять решение встретиться с вами самостоятельно.

После долгой беседы по телефону, вы можете спросить: *«Если бы вы приняли решение встретиться со мной и поговорить лично, то какое место вы бы выбрали: у себя дома, в офисе, или на нейтральной территории?»*.

Таким вопросом вы не заставляете человека с вами встречаться, а только даете ему намек на то, что у него есть такая возможность. После того, как человек отвечает на ваш вопрос, задайте ему другой вопрос, который зависит от предыдущего ответа. Если человек сказал, что ему удобнее встретится с вами на нейтральном месте, вы можете спросить: «Как думаете, какое время лучше для этого подойдет — обеденный перерыв или после рабочее время?»

Если человек отвечает вам на эти вопросы, на 99% он готов встретиться и обсудить с вами условия сотрудничества. И последнее, что вы можете сказать: «Если вы не против, то я могла бы встретиться с вами сегодня и показать все возможные объекты, а так же те выгоды, которые вы получите, если решите с нами сотрудничать. Наша встреча — это мини презентация нашей компании и тех услуг, которыми вы сможете воспользоваться. Ничего подписывать я вам не буду предлагать. Что скажете?»

Если человек на другом конце провода сомневающийся, нерешительный и сам не знает, что ему надо. Или он боится. Не давите на него, но и не позволяйте ему просто молчать. Предлагайте встретиться фразой: «Вам удобнее если мы встретимся у нас офисе, или у вас дома?». Человек выбирает, и вы сами назначаете время удобное вам. От него просите просто подтвердить свое согласие.

Фишка в том, что человеку при первой встрече комфортнее встречаться не на вашей территории, а у себя дома. А вот вторую встречу лучше проводить в офисе.

Когда вы встречаетесь с клиентом в первый раз, у вас должен быть целый арсенал маркетингов материалов и технические элементы, которые помогут склонить клиента на свою сторону. Для этого вы можете использовать свою презентацию: Маркетинг кит.

При установлении контакта, всегда представляйтесь и спрашивайте, как зовут человека. И в процессе разговора, как минимум три раза называйте его по имени. Три раза — это минимум. Лучше в начале каждого вопроса или предложения, вставлять его имя. Имя человека — это самый сладкий ингредиент вашей коммуникации с клиентов.

Избегайте закрытых вопросов, на которые человек может ответить одним словом: «нет».

Старайтесь задавать открытые вопросы, и вопросы с альтернативным вариантом ответа.

Такие вопросы еще называют: выбор без выбора. В нашем случае это показано выше, когда мы назначаем встречу и предлагаем человеку выбрать тот вариант, который мы ему предлагаем. Мы не спрашивает, где ему удобнее встретиться. Мы предлагаем два или три варианта. А человеку остается только выбрать.

Но при этом, будьте осторожны с подобными вопросам. Помните, что в больших городах, где каждый третий менеджер, директор или топ-менеджер проходил тренинг по продажам, почувствует манипуляцию с вашей стороны.

Первая встреча должна проходит на нейтральной территории или у человека на работе, или дома. В таких местах человек чувствует себя более расслаблено, чем у вас в офисе.

На первой встрече вы не продаете недвижимость, вы не продаете компанию и свои услуги. Вы продаете себя как эксперта. И вот тут, вам пригодилась бы книга или визитка, на которой есть изображение книги и инструкция к тому, как и где получить эту книгу бесплатно.

При первой встрече, у вас должен быть Маркетинг кит. Маркетинг кит – это презентация вас и вашей компании в виде папочки или большого каталога, в

котором есть все, чтобы убедить клиента сотрудничать с вами. Каким должен быть маркетинг кит мы поговорили ранее.

При встрече у вас должна быть анкета с множеством вопросов. Вам не обязательно писать ответы на бумагу. Просто включите свой диктофон на смартфоне и начинайте спрашивать человека по списку. В вашем списке должно быть максимальное количество вопросов. Чем больше, тем лучше. Опытные риелторы имеют списки вопросов, количество которых достигает 60 единиц.

Ваши вопросы должны начинаться со слов: Как? Почему? Когда? Зачем?

Пример: Какую квартиру вы хотите приобрести? Почем именно такую? Кто в ней будет жить? Как долго вы планируете в ней прожить? За какую сумму вы планируете приобрести квартиру? Где будите брать деньги? Вы будите все брать в банке или продаете еще что-то, чтобы добавить? У вас есть другая недвижимость, которую вы могли продать? Вам будут помогать родственники или вы сами все будите делать? И т.д.

Чем больше вы задаете вопросов, тем больше вы узнаете информации, которая поможет вам в дальнейшем провести сделку легко и просто. Понять, кто принимает окончательное решение, какие есть пути дальнейшего сотрудничества, и через какое время.

Помните! Каждый клиент думает, что его ситуация уникальна. Ваша задача показать ему на примерах, что на вашей практике или в практики вашего агентства были подобные случаи, которые очень удачно решились. Поэтому ему (клиенту) не стоит переживать за надежность и качество сделки.

Показать клиенту нужно не только историями из ваших уст, но и описанными рассказами в вашей презентации, а так же отзывами клиентов. Про отзывы мы уже говорили. Поэтому повторять не буду. Добавлю только то, что отзывы — это мощный инструмент для продажи, который вы можете использовать везде. Абсолютно везде!!!

В своем бизнес, когда я продаю услуги по бизнес-планированию, клиенты всегда спрашивают один и тот же вопрос: *«Сколько стоит?»*. И я знаю, что если сразу назову цену, то потеряю клиента. Поэтому ухожу от этого вопроса.

В моем бизнесе, я не всегда могу договориться о встрече с клиентом, потому что чаще всего мои клиенты находятся в других городах. Поэтому мне сложнее продавать, чем вам.

Чтобы не упустить и не спугнуть клиента ценой. Необходимо создать ценность той услуги, которую вы оказываете. Поэтому я задаю вопросы типа: «Для каких целей вам нужен бизнес план?» «Какова сумма инвестиций в проект?», «Источники финансирования?» и т.д. Таким образом, человек сам себе отдает отчет в том, что, чтобы получить инвестиции ему нужен бизнесплан. И его цена играет наименьшую роль, если сумма инвестиций превышает стоимость бизнес-плана в 100 раз.

Но это еще не все. Чтобы обозначит более точную цену и сроки, я предлагаю (даже настаиваю) на том, чтобы человек заполнил вопросник к бизнес-плану. Это своего рода ТЗ (техническое задание). Обычно на это уходит день или два. И при этом, по всем вопросам человек звонит и спрашивает, как его заполнять. Таким образом, я решаю сразу две задачи:

- 1. Я становлюсь с человеком ближе и помогаю ему справиться с его проблемой;
- 2. Человек совершает действие, на которое потратил свое личное время, и теперь ему будет жалко тратить его еще раз, если он решит обратиться в другую компанию;
- 3. Даже если он провел мониторинг рынка и выяснил цены на подобный проект, но его не просили заполнить Т3, он выберет меня и мою компанию, потому что ему так кажется, что к его проблеме моя компания подошла более ответственно, чем просто обозначение цены.

# Что нужно сделать?

Даю совет, который вам даст любой консультант и бизнес-тренер. Сходите на тренинги по продажам. Прослушайте пару десятков аудио книг по продажам. Прочтите три книги по продажам.

Классный совет, согласны? Вы как будто сами про него не знали. Конечно знали. Но почему то не делали. Почему? Нет времени? Нет желания? Нет денег? Все это полная х..я скажу я вам. Было бы желание, а возможность, деньги и время всегда найдутся.

Но не буду вас сильно грузить это темой. В ближайшее время я думаю, что соберусь с мыслями и проведу семинар или тренинг по этой теме. Если вы хотите на него попасть и вам вообще интересна тема повышения количество продаж (ваших сделок), напишите мне в моем блоге о своем желании. Чем больше будет желающих, тем больше у меня будет желание провести для вас этот образовательный тренинг.

И вообще, вы можете задавать мне любые вопросы в моем блоге по вашей теме. Даже если вы не риелтор и не владелец агентства недвижимости и вам эта книга попалась случайно. Напишите мне в блоге <a href="www.maryasov.ru">www.maryasov.ru</a> о себе и о своих впечатления от прочитанного. Я буду только рад и с удовольствием сделаю для вас подарок в виде следующей книги. Тему не скажу, но гарантирую, что книга будет актуальна и напичкана разными вкусностями полезностями для вашего бизнеса.

# # Одиннадцатый способ увеличения дохода



Вы видели, чтобы риелторы давали 100% гарантию на свои услуги или результат? Честно говоря, я нет. Но я на 100% убежден, что говоря о 100% гарантии результата, вы уверенно ставите свое мастерство, свою компанию и услугу на порядок выше своих конкурентов.

Я не уверен, что вы воспользуетесь моим советом и побежите делать 100% гарантию в своем бизнесе. Я так же убежден, что в данный момент, когда вы читаете эти строки, в вас говорит скептицизм и сомнения.

Это нормальное явление. Когда я говорю про 100% гарантию своим клиентам, которых обучаю на своих семинарах, они тоже с не охотой пользуются этим волшебным инструментом.

В чем же его волшебство?

Давайте на минуточку представим, что есть клиент, который очень долго ищет квартиру, прозванивает все возможные агентства, но так и не решается заключить договор.

И вот этот клиент звонит вам и просит рассказать ему о том, что у вас есть на продажи. И вы понимаете, что можете заключить с ним эксклюзивный договор. Но чтобы это сделать, вы должны его чем-то зацепить. Что вы можете ему дать, чтобы он согласился с вами сотрудничать? Что будет отличать вас от всех остальных риелторов?

Вот ответ: 100% гарантию результата!

На что вы можете дать гарантию? Вот пример возможных гарантий:

- 100% гарантия того, что вы найдете для клиента в течение 14 дней две квартиры, которые подходят ему по деньгам и размеру.
- 100% гарантия на то, что вы найдете минимум 3-х возможных покупателей в течение 10 дней.
- 100% гарантия, что квартира будет куплена или продана в течение N-го количества времени.
- Ит.д.

Как вы думаете, сколько потенциальных клиентов откажутся от такой гарантии? Я думаю, не много!

Таким образом, предлагая гарантию (индивидуальную, рассчитанную под каждого клиента), вы можете значительно увеличить поток клиентов и заключить на много больше эксклюзивных договоров, чем раньше.

Кончено, будут такие случаи, когда вы не выполните свои обязательства, и придется возвратить деньги. Ничего страшного. Это с лихвой окупит все ваши издержки от новых клиентов. Главное, это реально оценивать свои возможности относительно сроков. И чем меньше срок, тем больше можно требовать денег.

Сразу хочу сказать, что будут и такие, которые попросят расторгнуть договор и вернуть им деньги. Возвращайте и заносите таких клиентов в специальный черный список. Или ссылайтесь на договор, в котором есть четко оговоренные условия и сроки.

Ваша задача, это как можно быстрее решить проблему клиента. И клиент это понимает, и платит рублем. Со 100% гарантией, стоимость ваших услуг должна быть выше, чем без гарантии.

Вот еще один успешный пример того, как можно использовать 100% гарантию.

Владелец салона красоты решил увеличить поток новых клиентов. Для этого, ему нужно было переманить клиентов с салонов конкурентов. Но, чтобы он ни делал, сколько бы рекламы не давал, клиенты шли очень медленно. И тогда он решил пойти, как ему казалось, на риск.

И сделать 100% гарантию на первую стрижку.

В своих рекламных материал он обещал, что если новому клиенту не понравится первая стрижка, он может не платить.

Каково же было его удивление, когда куча людей сбежалась к нему в салон, чтобы воспользоваться парикмахерскими услугами.

В итоге, после внедрения данного инструмента, его общая клиентская база выросла в 3 раза. А процент отказавшихся платить составил всего 4%.

Делайте выводы сами.

Лично я даю гарантию на все свои продукты и услуги. Но при этом с гарантией цена значительно выше, чем без гарантии.

# Вам понравилась книга? У Вас есть вопросы по внедрению инструментов?



У меня для Вас есть уникальное предложение!

Индивидуальная Skype консультация по вопросу внедрения каждого из этих инструментов.

Стоимость первой консультации я обычно устанавливаю в пределах 2 – 3 тыс.руб.

Но так как вы уже прочитали мою книгу, и узнали об эффективных способах увеличения дохода. Консультации будет стоить 1500 руб.

Для того чтобы записаться на консультацию,

прямо сейчас составьте список своих вопросов, которые вы хотите мне задать. Напишите мне письмо на почту: <u>vladislavmaryasov@yandex.ru</u>, или позвоните по телефону: +7 923 570 76 96, а так же добавляетесь в Skype: **kapitaliist** 

Внимание! **Только до 30 июня**, я делаю для Вас специальное предложение!

Индивидуальная Skype консультация с 50% скидкой. Вместо **1500 руб.** 

Всего 750 руб.\*

Я ДАЮ ВАМ 100% ГАРАНТИЯ ВОЗВРАТА ДЕНЕГ, ЕСЛИ ВАС НЕ УДОВЛЕТВОРИТ РЕЗУЛЬТАТ ОТ КОНСУЛЬТАЦИИ!

# Заключение

В этой мини книге мы поговорили о маркетинговых инструментах привлечения и удержания клиента. Рассмотрели каждый инструмент как готовую модель для внедрения в ваш бизнес услуг.

Я постарался показать вам всю значимость каждого инструмента. И если у меня получилось, прошу отписаться, оставив отзыв о книге на моем сайте: <a href="http://maryasov.ru/comment">http://maryasov.ru/comment</a>

Многие читатели подобной литературы ничего ни делают с полученной информацией. Для многих — это просто способ пополнить свои знания. Для других это возможность немного развлечься и отдохнуть от рутины.

У меня, как и у большинства людей – есть желание получать знания, но нет желания что-то делать с ней. Это элементарная лень, которая сидит в каждом человеке.

Вы не представляете, сколько мне пришлось затратить сил и энергии, чтобы написать эту мини книгу без волшебного пенделя.

Самому себя очень сложно мотивировать на действие. Нужно иметь упорство, дисциплинированность, последовательность и заряженность на результат.

Можно прочитать 1000 книг по бизнесу, но так и не открыть его. Можно изучить технику восточных единоборств по видео курсам, но так и не начать тренироваться.

Не старайтесь внедрить все способы сразу. Возьмите один инструмент для повышения вашего дохода, следуйте простой инструкции и начинайте внедрять. И не останавливайтесь до тех пор, пока не получите результат.

Получите результат, переходите к следующему шагу. Поставьте перед собой ограничение. Пусть на вас работает любопытство. Скажите себе: «Я не узнаю что делать дальше, пока не сделаю это действие и не получу нужный мне результат».

Во многих случаях, вы сами поймете, как это работает. Информация в книге лишь подтвердит ваши выводы.

