



Структура сценария

- 1. Приветствие и причина слушать вас. (Провокационный вопрос/мгновенная демонстрация/боль)**
- 2. Озвучить проблему клиента.** Сопоставить услуги с проблемами клиента, от каких помогаем избавиться.
- 3. Оффер.** Четкий, написанный простым языком, указана выгода, которая сулит клиенту. Понятно почему стоит обращаться именно к нам. (Цена, обслуживание, удобная оплата, VIP всё включено, показать, что по отдельности дороже). Конкретность, цифры, факты, правдоподобность, привлекательность. Товар+ свойство = выгода (люди покупают выгоды).
- 4. Веские Аргументы заказа услуги.** Почему именно у вас? (Проекты, кейсы, команда, цифры, материально-техническая база, сервис, финансовые условия, оплата, мы в СМИ, факты) Не надо продавать отрасль – надо продавать услугу и выгоду от неё. Вместо того, чтобы описать продукт, написать почему именно к вам надо идти.
- 5. Бонусы/плюшки за целевое действие.** Критерии: Это то, что реально нужно клиенту и дополняет ваш основной продукт. Если клиент это нужное получает бесплатно, то ваш бонус экономит ему деньги. Бонус, это что-то бесплатное и редкий человек откажется его получить если он представляет ценность.
- 6. Призыв к действию.** Простой и понятный. «Нажимайте на кнопку ниже и оставляйте заявку», «Нажимайте на кнопку и скачивайте наш материал», «Чтобы получить полный расчёт стоимости – нажимайте на кнопку». Призыв к действию можно и даже нужно повторять несколько раз, программируя клиента и четко давая понять, что мы от него хотим. Так же возможно встраивать и в тело сценария. Призыв к действию должен быть 1, не нужно пытаться уместить всё варианты контакта с вами. Нужно выбрать 1 целевое действие, максимально выгодное для вас и максимально простое и понятное для клиента.