

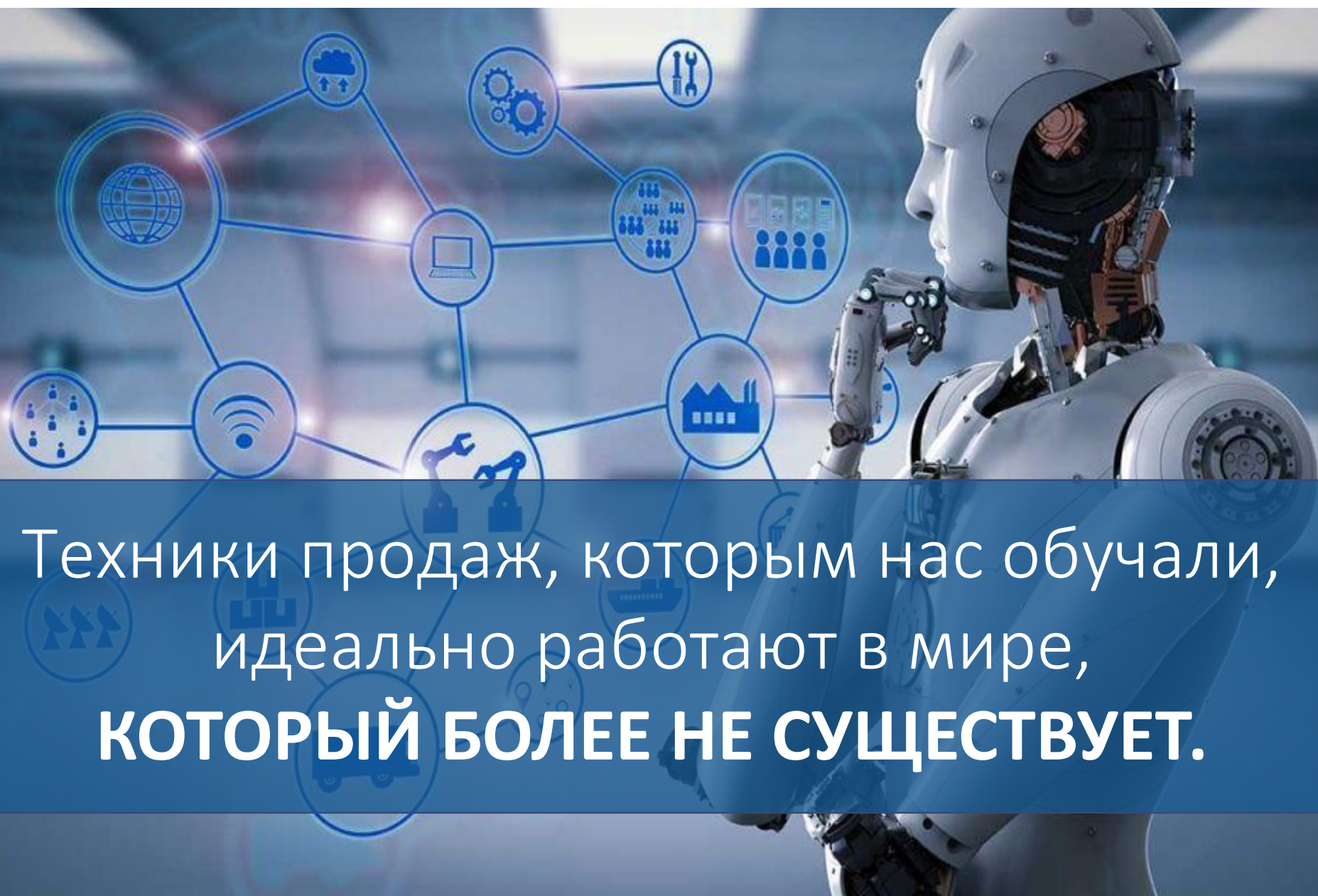


**СЕЙЧАС САМОЕ  
ВРЕМЯ ВСЁ  
ПЕРЕОСМЫСЛИТЬ**

[www.thestartacademy.com](http://www.thestartacademy.com)

**START**  
**PERSONAL AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT**

# БРОСЬ ВЫЗОВ STATUS QUO



Техники продаж, которым нас обучали,  
идеально работают в мире,  
**КОТОРЫЙ БОЛЕЕ НЕ СУЩЕСТВУЕТ.**

# ТРАДИЦИОННЫЙ ПУТЬ ПОКУПАТЕЛЯ

# НОВЫЙ ПУТЬ ПОКУПАТЕЛЯ

## ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

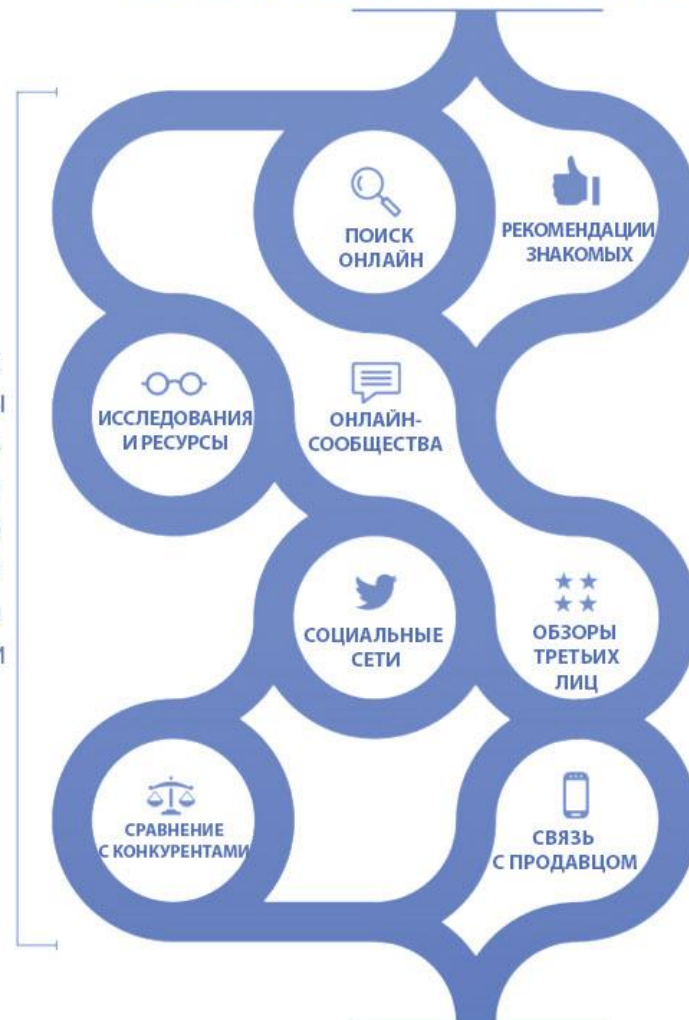


ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ  
КЛИЕНТЫ  
КОНТАКТ  
ПРОДАЖИ

КЛИЕНТЫ

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ  
КЛИЕНТЫ  
МОГУТ КОНТАКТИРОВАТЬ  
С ПРОДАВЦАМИ  
В ЛЮБОЙ ТОЧКЕ СВОЕГО  
ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПУТИ  
НЕЗАВИСИМО  
ОТ СТАДИИ ПРОДАЖИ

## ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ



КЛИЕНТЫ

# СЕГОДНЯШНИЙ ПОКУПАТЕЛЬ



# БРОСЬ ВЫЗОВ STATUS QUO

## **#1** Начни с большого, неоспоримого изменения, которое создает риски

- 1. Твоё самое большое препятствие – лояльность потенциальных клиентов к status quo.**
- 2. Голос в головах людей, который говорит: «Мы прекрасно обходились без этого, и без этого всегда будет хорошо».**
- 3. Как ты преодолеваешь это? Демонстрируя, что мир изменился настолько фундаментально, что потенциальные клиенты тоже должны измениться.**

# БРОСЬ ВЫЗОВ STATUS QUO

## #1 Начни с большого, неоспоримого изменения, которое создает риски

Изменения, которые **ТЫ** несёшь, **ДОЛЖНЫ БЫТЬ**:

1. Неоспоримо происходящими
2. Происходящими независимо от тебя, т.е. неважно, существуешь ли ты.
3. Создающими **НЕОСПОРИМУЮ ПРИЧИНУ** для изменений.
4. Все три должны быть правдивы, если ты хочешь, чтобы потенциальные клиенты доверяли тебе на своём пути в точке, где их любовь к status quo ставится под сомнение.

## #2 Обозначение врага твоего клиента выделяет тебя



*Не напрямую по отношению к конкурентам, а по отношению к старому миру, который представляют твои конкуренты или потенциальные клиенты в настоящее время.*

**Например,** такие сервисы сообщений как “WhatsApp” и “Viber” могли рассматриваться как конкурент электронной почте при взаимодействии с клиентами.

# ЗЕМЛЯ ОБЕТОВАННАЯ

## #3 «Земля обетованная» - состояние победы в новом мире.

Помни: победа – это не твой продукт, а будущее, которое возможно благодаря твоему продукту

Как бы ты не поступил, твоя Земля Обетованная должна быть одновременно:

- (a) желанной (очевидно) и
- (b) труднодоступной для клиентов без твоей помощи.

Иначе зачем ты живёшь?

## #4 Предложи возможности как «Волшебный меч» для убийства «Драконов»

- Когда аудитория покупает твою Землю Обетованную, она готова услышать о твоих возможностях.
- Это та же самая динамика, которая разворачивается в эпических фильмах и сказках. :

Вспомните ЗВЁЗДНЫЕ ВОЙНЫ... Мы ценим подарок Оби Вана в качестве светового меча Люку Скайуокеру, потому что мы понимаем роль, которую он может сыграть в борьбе Люка за уничтожение Звезды Смерти.



## #5 Предоставь свои самые убедительные доказательства

- Люди будут скептически настроены. Как и должно быть, так как твоя Земля Обетованная по определению труднодоступна!
- Таким образом, ты должен представить доказательства своей способности обеспечивать клиента долго и счастливо.
  - ✓ Лучшее доказательство - это истории людей, которые рассказывали своими голосами о том, что ты помог им достичь Земли Обетованной.

# ЗЕМЛЯ ОБЕТОВАННАЯ

## Живи и дыши Землёй Обетованной

- Вся команда должна быть сфокусирована на том, чтобы привлечь твоих клиентов на Землю Обетованную.
- Каким образом? Через:
  - ✓ диалоги во время продаж,
  - ✓ взаимодействие с клиентами,
  - ✓ маркетинговую поддержку,
  - ✓ истории успеха,
  - ✓ события и подкасты.



**НАДЕЮСЬ,  
Я ЗАСТАВИЛ  
ТЕБЯ  
ЗАДУМАТЬСЯ?**

[www.thestartacademy.com](http://www.thestartacademy.com)  
[michael@thestartacademy.com](mailto:michael@thestartacademy.com)

**START**  
**PERSONAL AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT**