



ДЕНЬГИ!!!!



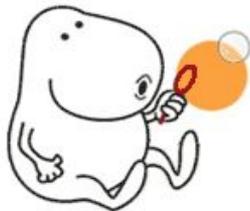
adconsult *Махачкала, 14 июля 2011*

рекламный консалтинг



ТЕХНИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ

1. Буду благодарен за выключенные телефоны.
2. Все материалы семинара (презентация, слайды, много текстов и примеров, и т.д.) — останутся у вас на диске.
3. Тетрадь для записей — всего лишь тетрадь для записей. Не будем забегать вперед 😊
4. Формат общения — не лекция, а «диалог заинтересованных профессионалов» 😊



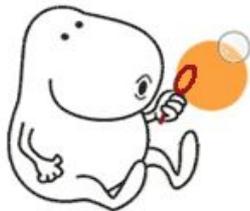
adconsult

рекламный консалтинг



ТЕХНИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ

5. Главное- ПРОЖИТЬ СЧАСТЛИВО ЭТОТ ДЕНЬ!!!
СНАЧАЛА ЖИЗНЬ-ПОТОМ ПРОДАЖИ...



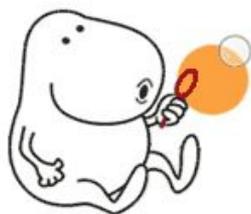
adconsult

рекламный консалтинг



КТО МЫ?

ADCONSULT — семинары, тренинги и консалтинг в сфере продаж, менеджмента и рекламы для СМИ с 2005 года.



более 5 лет
в 7 регионах
более 400 семинаров

adconsult

рекламный консалтинг



О ЧЕМ ПОГОВОРИМ?



- о том, как вести переговоры
- о том, ценовые и конфликтные (в том числе)
- как убеждать людей (подготовка и презентация УКП)
- как управлять людьми (эксплуатация человека человеком!!!)
-

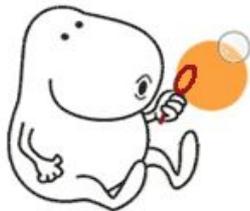
adconsult

рекламный консалтинг



СЕКРЕТЫ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

...или, что НА САМОМ ДЕЛЕ мы
говорим клиенту?



adconsult

рекламный консалтинг





5 этажей невербалки

adconsult

рекламный консалтинг





1. АГРЕССИЯ, НАПОР, ДАВЛЕНИЕ, МАНИПУЛЯЦИЯ...



adconsult

рекламный консалтинг

bomz.org



ДВУЛИЧИЕ

не скроешь под макияж

2. ФОРМАЛЬНОЕ ДРУЖЕЛЮБИЕ...



adconsult

рекламный консалтинг





НЕ ПРОХОДИ МИМО...
достань телефон и сними на камеру...

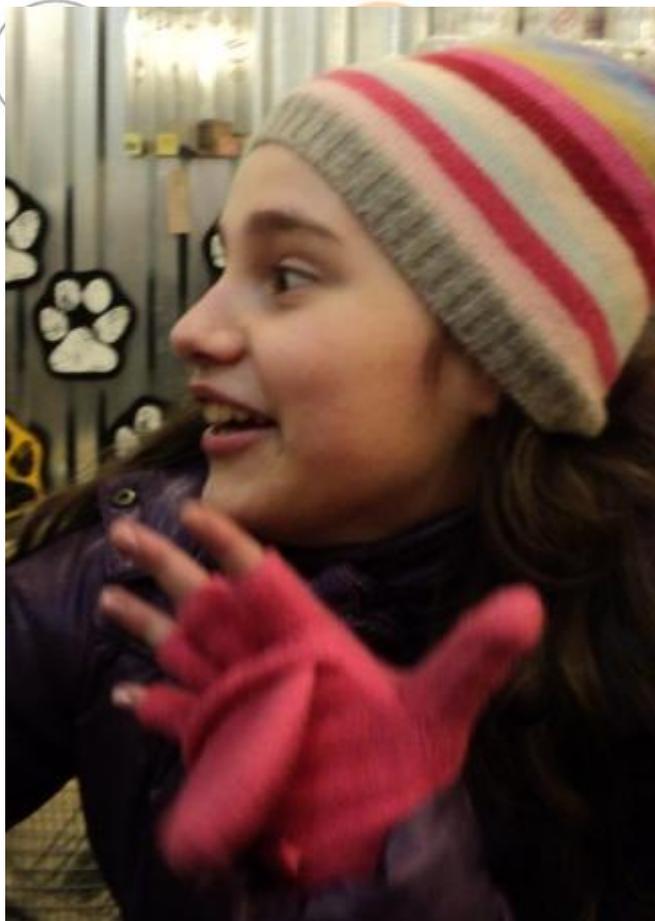
3. БЕЗРАЗЛИЧИЕ...



INDIFFERENCE

adconsult

рекламный консалтинг



4.ЛЕГКОСТЬ, ИГРИВОСТЬ, ФЛИРТ...



adconsult

рекламный консалтинг



5. ИСКРЕННЯЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ, ДРУЖЕЛЮБИЕ, ЗАБОТА...

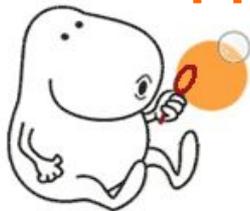


Любовь, забота и добро
- вещи без которых мир был бы пустым.



КАК ЧИТАТЬ КЛИЕНТА ПО ВНЕШНОСТИ КАК ОТКРЫТУЮ КНИГУ

И ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЭТО В
ПРОДАЖАХ



adconsult

рекламный консалтинг



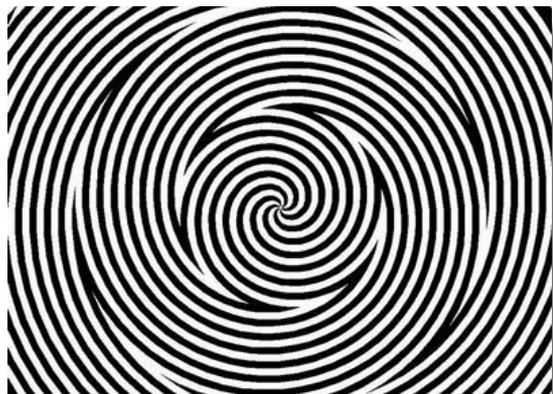
НЕМНОГО ВВОДНЫХ МЫСЛЕЙ

Маленькие- Средние- Большие

Мутанты- Душки

Аптеки- Заправки- Банки

Знаки зодиака- Соционика- Леонгард



adconsult

рекламный консалтинг

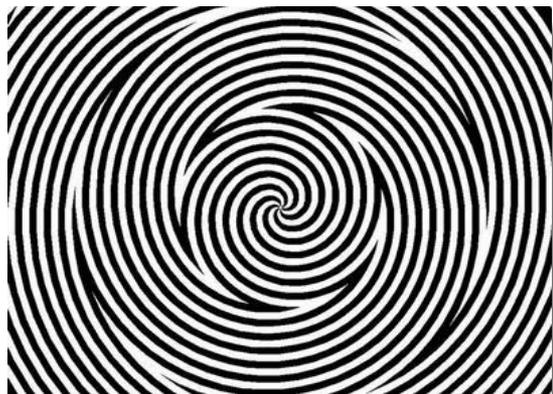


НЕМНОГО ВВОДНЫХ МЫСЛЕЙ

Контурная карта NTRS

www.ntrs.ru

Как продавать используя контуры (мотивы) клиента?



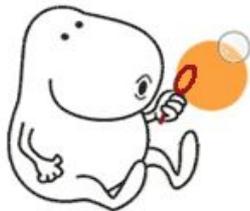
adconsult

рекламный консалтинг



МОДЕЛЬ САШИ ИВАНОВА

- КОНТУР СТРАСТИ (ж, привлечь внимание)
- КОНТУР СИЛЫ (ж, безопасность)
- КОНТУР ВЛАСТИ (м, доминировать)
- КОНТУР УМА (м, оптимизировать)



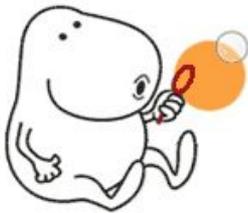
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР СТРАСТИ

- ВЕСЬ ВНЕШНИЙ ВИД СТРЕМИТСЯ ОБРАТИТЬ НА СЕБЯ ВНИМАНИЕ.
- Демонстративная прическа. Яркая, порой необычная одежда. Выпендрёжные аксессуары.
- Подчеркивает части тела, которые ему кажутся красивыми: декольте, мускулиная грудь, ноги, живот (пирсинг)
- Жестикулирует и говорит обильно. Жестикулирует плавно и из зоны горла или сердца

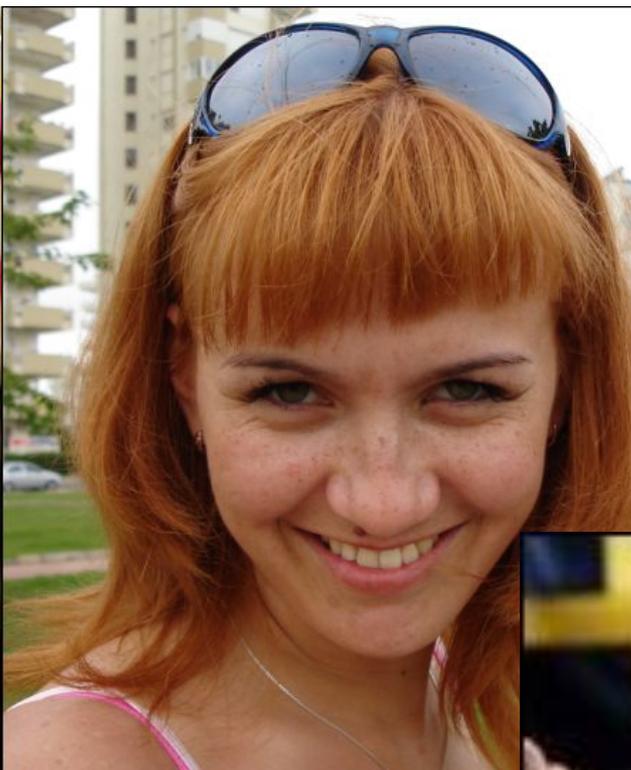
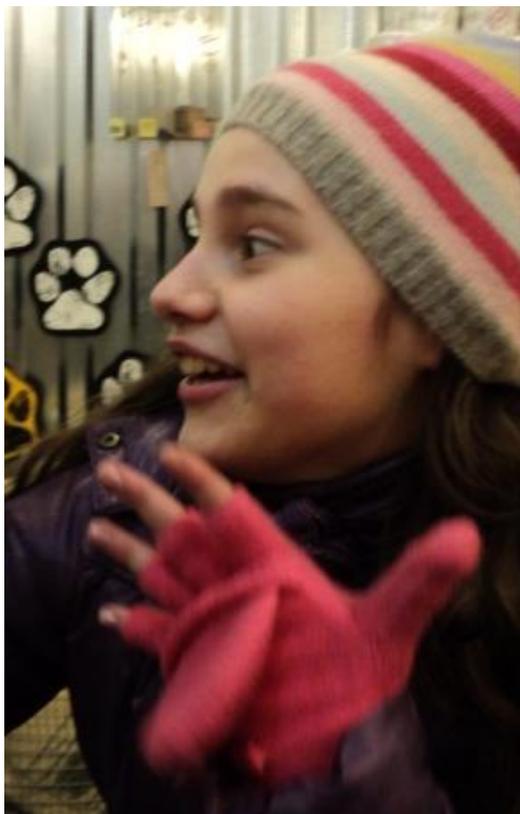


adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР СТРАСТИ

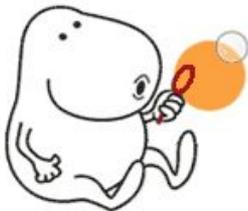


adconsult

рекламный консалтинг

СЛОВА КОНТУРОВ СТРАСТИ

- КОНТУР СТРАСТИ: комфортно, тепло, уютно, креативно, стильно, броско, потрясающе.
- Эпитеты превосходных степеней. Много прилагательных, наречий, сравнений. Склонен к неологизмам (уандефулично! оргазмично!)



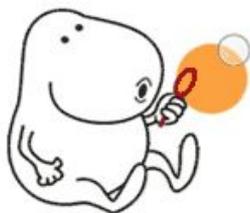
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ПРОДАВАТЬ КОНТУРАМ СТРАСТИ

- ВКЛЮЧИТЕ ЕГО ВНУТРЕННИЙ ТЕАТР!!!
- Пусть он сам себе продает. Вы лишь корректируете вопросам течение «его реки»



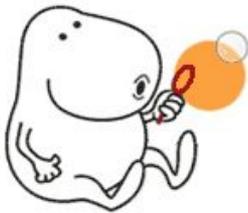
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР СИЛЫ

- КОНТУР СИЛЫ СТАРАЕТСЯ НЕ ВЫДЕЛЯТЬСЯ, ВЫГЛЯДИТ КАК ВСЕ
- Прическа и одежда типичные, склонен к телесной избыточности, любит просторную одежду. Цвета традиционные, не кричащие: черный, белый, серый, веселенький ситчек, треники....Словом, адаптируется под среду.
- Жестикулирует в незнакомом обществе мало. Иногда сам боится своих порывов.

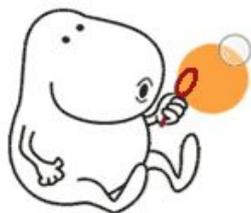


adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР СИЛЫ



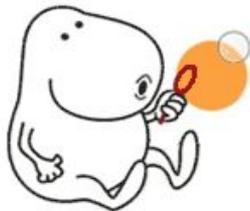
adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА КОНТУРОВ СИЛЫ

- КОНТУР СИЛЫ: говорит мало, если его перебить- не возражает, когда говорит, смотрит на вас, как бы ища сочувствия, одобрения и согласия. Задает вопросы с негативным сценарием: «Что, не вкусно?» , «А вдруг не сработает?»»
- Принимая решение, старается его отсрочить: «Я подумаю» , «Взвешу все ЗА и ПРОТИВ и сам вам перезвоню»»
- Обожает трюизмы: «Не зря в народе говорят...» , « Как говорится, за двумя зайцами погонишься....»»



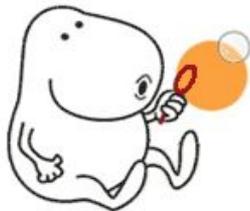
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ПРОДАВАТЬ КОНТУРАМ СИЛЫ

- КОНТУР СИЛЫ: безопасно, проверено, гарантия, все берут, Иван Иванович покупает и доволен
- Приводите в пример отзывы
- Слова - соединители (Нам с вами, для нас с вами)
- ВЫНОС В ПАРАЛЛЕЛЬНУЮ РАМКУ
- Заболтать черного ангела и завершить сделку.



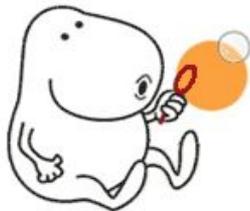
adconsult

рекламный консалтинг



ДАВАЙТЕ ГАРАНТИИ. ЛЮБЫЕ.

- «Вы гарантированно получите...»
- «Есть гарантированно верное решение...»



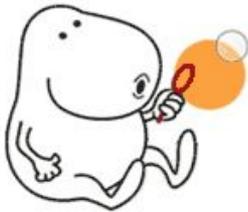
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР ВЛАСТИ

- КОНТУР ВЛАСТИ: строгая брэндовая одежда, дорогие аксессуары, короткая (часто военная) стрижка, остроносые туфли.
- Поджарый, как бы готовый кинуться в бой. Острый взгляд.
- Жестикуляция от живота. Рубленая.



adconsult

рекламный консалтинг



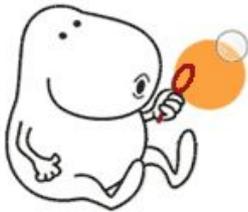
КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР ВЛАСТИ



рекламный консалтинг

СЛОВА КОНТУРА ВЛАСТИ

- КОНТУР ВЛАСТИ: речь глагольная! Часто в повелительном наклонении. «Отнесите!», «Сделайте!»
- Использует слова – максимизаторы: лучший, первый, прима, доминация, единственный. Часто цитирует сильных людей, древних греков и римлян (Марк Аврелий, Адам Смит, Конфуций его лучшие друзья)
- Жестикулирует от живота. Рубленно.



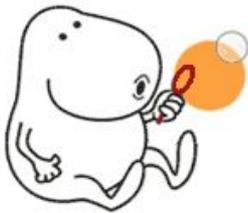
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ПРОДАВАТЬ КОНТУРАМ ВЛАСТИ

- КОНТУР ВЛАСТИ: вы станете лидером, опередите конкурентов, президентское размещение, пакет «кремлевские звезды»
- СОГЛАСИТЕСЬ С ЕГО ДОМИНАЦИЕЙ, НО ПРИ ЭТОМ БУДЬТЕ ЕМУ ИНТЕРЕСНЫ
- ПОМНИТЕ, ЧТО ОН МЫСЛИТ В ИЕРАРХИЯХ.



adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР УМА

- КОНТУР УМА: одежда, прическа, обувь- ВСЕ ПОДЧИНЕНО УДОБСТВУ, Часто много карманов. Цвета практичные и немаркие. Волосы либо короткие, либо собраны в хвостик, либо дикорастущие. Часто НЕТ РАСЧЕСКИ.
- Минимализм в аксессуарах и макияже.
- Жестикулирует от головы. Часто теребит голову: подпирает руками, теребит нос, копошиться в волосах.



adconsult

рекламный консалтинг



КАК ВЫГЛЯДИТ КОНТУР УМА



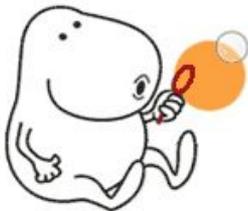
adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА КОНТУРА УМА

- КОНТУР УМА: оптимально, современно, эргономично, экономично, правила выбора, вот что действительно важно при выборе
- Вопросы???? Он и спрашивает и отвечает!
- Если ему задать вопрос- не поверите- он думает над ответом.
- Характерны паузы, мычание (ммм...помните Евгения Киселева), вводные «как бы», «к слову сказать»



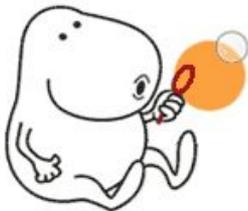
adconsult

рекламный консалтинг



КАК ПРОДАВАТЬ КОНТУРАМ УМА

- КОНТУР УМА: оптимально, современно, эргономично, экономично, правила выбора, вот что действительно важно при выборе
- ЕДИНСТВЕННЫЙ КОНТУР С КОТОРЫМ МОЖНО ВЕСТИ ДИАЛОГ
- ПРИНЦИП: САМ СПРОСИЛ- САМ ОТВЕТИЛ (ДОРОГО, СБЛЮЕМ, УТОНЕМ)

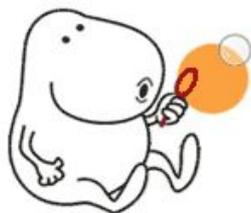
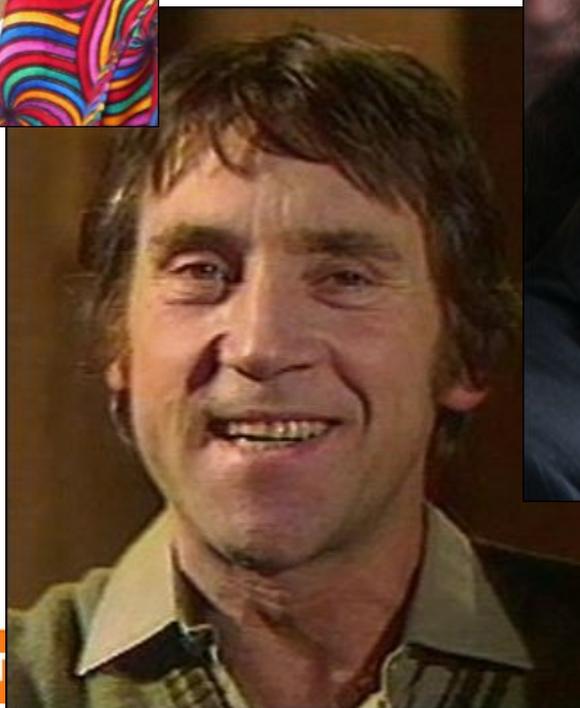
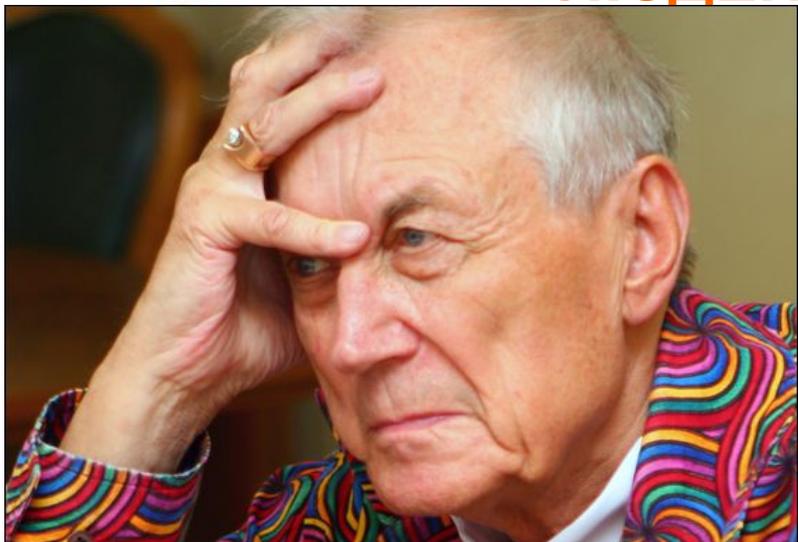


adconsult

рекламный консалтинг



ОПРЕДЕЛИТЕ ПО КОНТУРАМ ЭТИХ ЛЮДЕЙ



adconsult

рекламный консалтинг



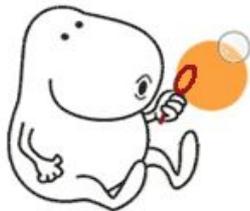
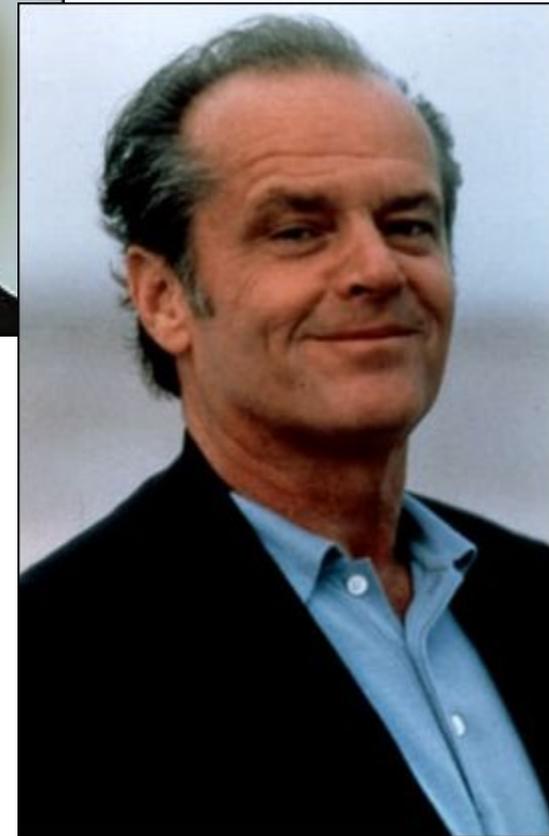
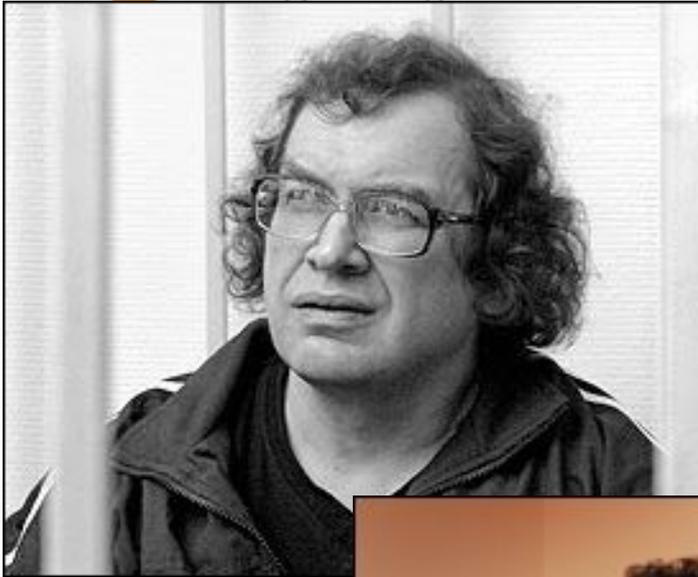
ОПРЕДЕЛИТЕ ПО КОНТУРАМ ЭТИХ ЛЮДЕЙ



adconsult

рекламный консалтинг

ОПРЕДЕЛИТЕ ПО КОНТУРАМ ЭТИХ ЛЮДЕЙ

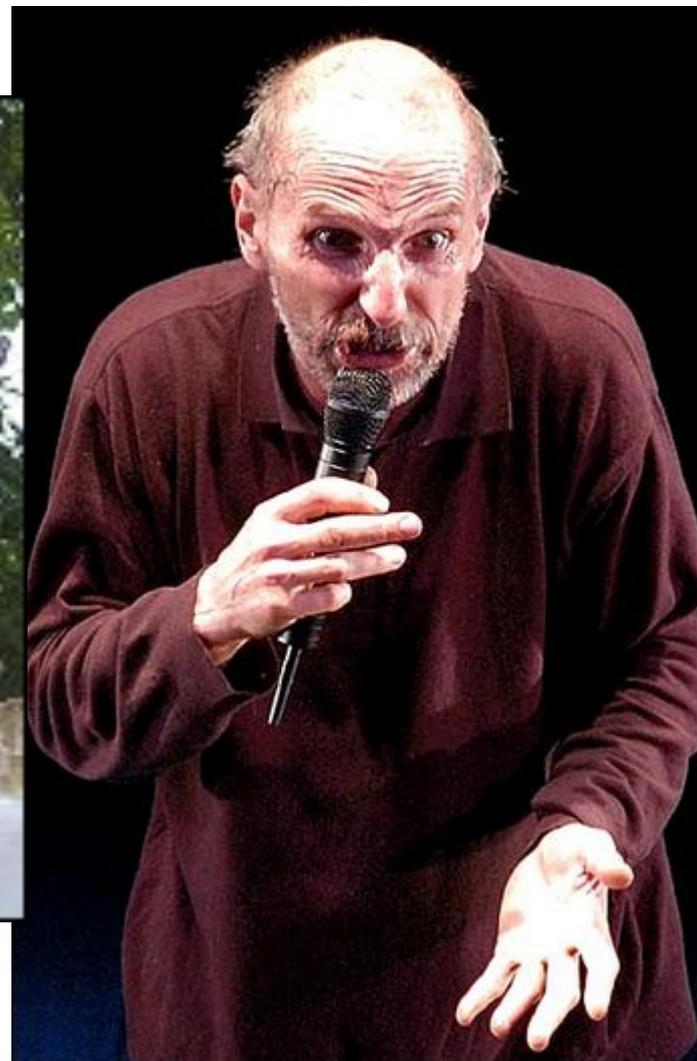


adconsult

рекламный консалтинг



ОПРЕДЕЛИТЕ ПО КОНТУРАМ ЭТИХ ЛЮДЕЙ

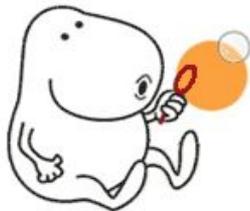


adconsult

рекламный консалтинг

ЕЩЕ РАЗОК...

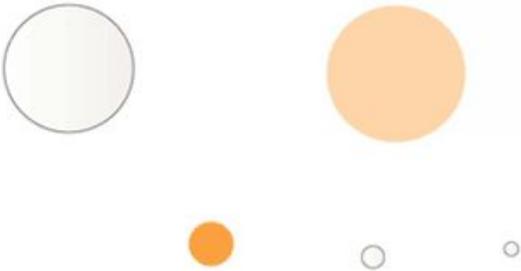
- КОНТУР СТРАСТИ (ж, привлечь внимание)
- КОНТУР СИЛЫ (ж, безопасность)
- КОНТУР ВЛАСТИ (м, доминировать)
- КОНТУР УМА (м, оптимизировать)



adconsult

рекламный консалтинг





ГИПНОТИЧЕСКИЕ ВНУШЕНИЯ. ПРЯМЫЕ И КОСВЕННЫЕ

adconsult

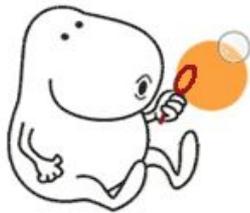
рекламный консалтинг



ПРЯМЫЕ И КОСВЕННЫЕ ВНУШЕНИЯ

- ПРЯМЫЕ
- мама ребенку: «Досмотришь телевизор, почистишь зубы и ложись спать»
- вы клиенту: «Иван Иванович, давайте еще раз проговорим все ваши выгоды от работы с нами, потом немного откорректируем цену и подпишем договор»

- КОСВЕННЫЕ
- Два человека в комнате. Один, как бы, в воздух: «Хорошо бы выпить чаю»
- Вы как бы в воздух: «Вот бы было отлично, если бы все мои клиенты были также обаятельны и улыбчивы как вы»



adconsult

рекламный консалтинг

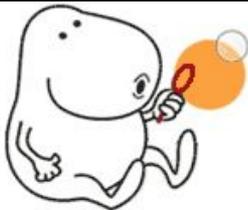


4+1...



Задача, усыпить ЦЕРБЕРА (сознательное)

Мы говорим 4, 5, 6 фраз, с которыми сознательное соглашается и после этого **НУЖНУЮ НАМ ФРАЗУ** в той же тональности



adconsult

рекламный консалтинг

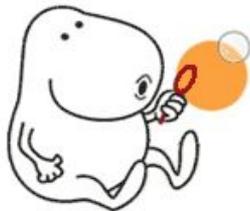


ИМПЛИКАЦИЯ...



Акцент делается не на том, что важно.

Когда ты будешь закрывать ключом дверь, не забудь выключить свет.



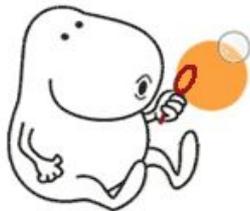
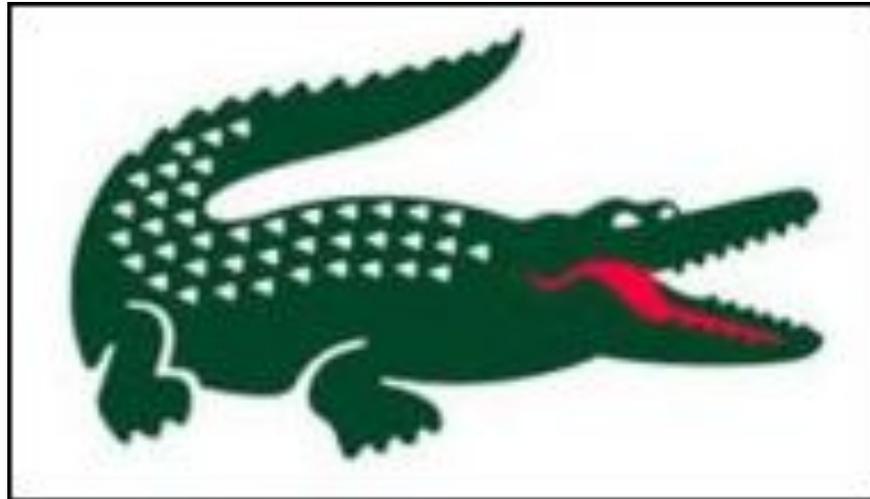
adconsult

рекламный консалтинг



НЕГАТИВНОЕ ПАРАДОКСАЛЬНОЕ...

Ни в коем случае не думайте о зеленом крокодиле.



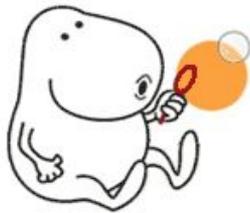
adconsult

рекламный консалтинг



ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ КЛАССА...

Ты можешь уйти, ты можешь остаться,
ты можешь топтать ногами и говорить,
что разочарована, ты можешь....



adconsult

рекламный консалтинг

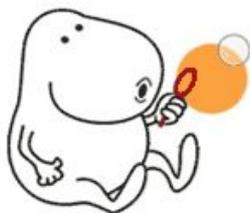


ЛЮБОЙ ВОПРОС СТАНОВИТСЯ ВНУШЕНИЕМ...ВЫ МНЕ ВЕРИТЕ?



Тизеры

PMHS.



adconsult

рекламный консалтинг

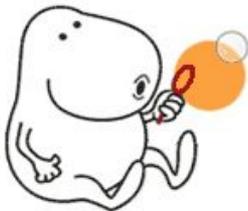


ОГРАНИЧЕННОЕ ОТКРЫТОЕ...

Все болезни рано или поздно уходят

Рано или поздно люди разрешают все
стоящие перед ними задачи.

Вопрос цены всегда очень важен



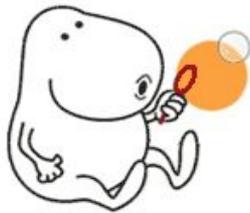
adconsult

рекламный консалтинг



ОТСУТСТВИЕ УПОМИНАНИЯ...

Вы говорите о чем угодно кроме того о
чем действительно стоит говорить 😊



adconsult

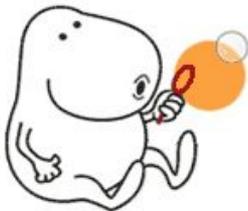
рекламный консалтинг



ДВОЙНАЯ СВЯЗКА...

Когда вы будете готовы со мной поговорить: сейчас или через 15 минут?

К чему вы склоняетесь: купить пакет «оптимальный» или замахнемся на «Вильяма, нашего Шекспира»- пакет «VIP»?.



adconsult

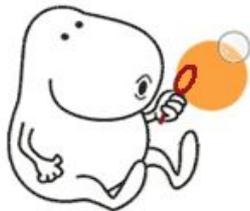
рекламный консалтинг



СОСТАВНАЯ СВЯЗКА...

То, что я сейчас с вами говорю,
помогает лучше понять материал

То, что мы сейчас с вами обсуждаем
цену позволяет нам лучше понять
позицию каждой из сторон.



adconsult

рекламный консалтинг

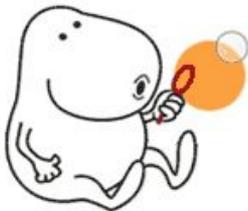


ВЫНОС В ПАРАЛЛЕЛЬНУЮ РАМКУ...

обычно люди принимают решение...

Знаете, недавно был случай..

Мы говорим не о клиенте и себе, а об отвлеченных вещах. Это снижает напряжение разговора и на время нивелирует все его риски связанные с принятием решения.



adconsult

рекламный консалтинг



ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

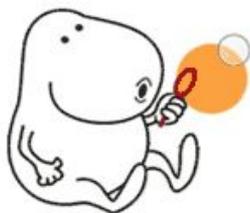
Волшебная сила повторения.

Вы засыпаете.

Я тебя люблю...

Не бойтесь повторять ключевые слова и фразы столько раз сколько посчитаете нужным.

Можно даже теми же словами.



adconsult

рекламный консалтинг



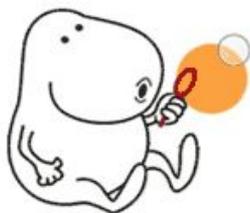
ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

«Скажу еще раз...»

«Вновь хочу обратить ваше внимание
на один момент...»

«И еще. Повторю, что это...»

*...ведь даже слово репетитор — от
латинского *repetitor* — «тот, кто
повторяет»*



adconsult

рекламный консалтинг



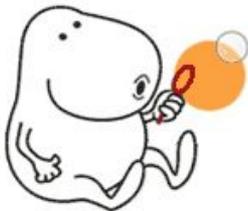
ПОВТОР, ПОВТОР, ПОВТОР...

Как можно повторить?

«Это предложение действительно только до конца месяца».

«При покупке целого разворота скидка будет 20%»

«Спонсорский пакет генерального спонсора даст вам почти неограниченные возможности»

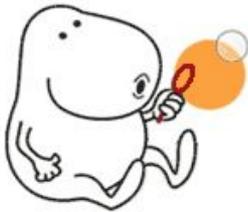


adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-УСИЛИТЕЛИ



adconsult

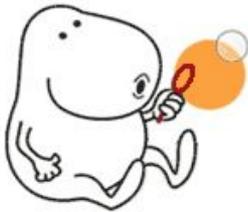
рекламный консалтинг

- *поверьте*
- *действительно*
- *абсолютно*
- *на самом деле*
- *важно*
- *крайне необходимо*
- *самое из всех возможных*
- *наилучшим образом*
- *это и вправду так*
- *ключевой момент*
- *решающее значение*
- *стратегическое решение*
- *это крайне критично*
- *совершенным образом*



СЛОВА-УСИЛИТЕЛИ

- Правило простое: рассыпайте их щедро по тексту.
- Конечно, не надо перебарщивать, но и не стесняйтесь.
- Лучше составить себе синонимический ряд отдельно на листочке — чтобы подглядывать и запоминать
- Вообще, мультишаблоны и словарики — это хорошая практика

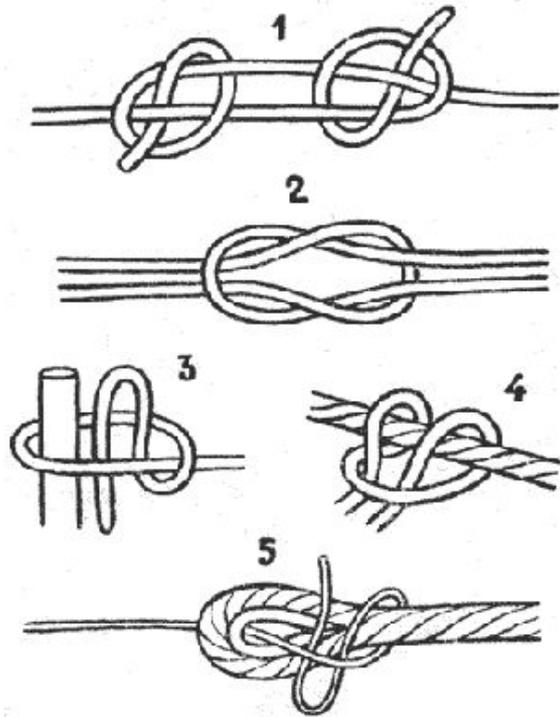


adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-ПРИСОЕДИНИТЕЛИ



- *для нас с вами важно*
- *наше совместное решение*
- *наша с вами мысль*
- *наша общая цель*
- *наши с вами общие задачи*
- *и у нас, и у вас*
- *наша с вами единая концепция*
- *ценовые условия, которые мое руководство определило для нас с вами*

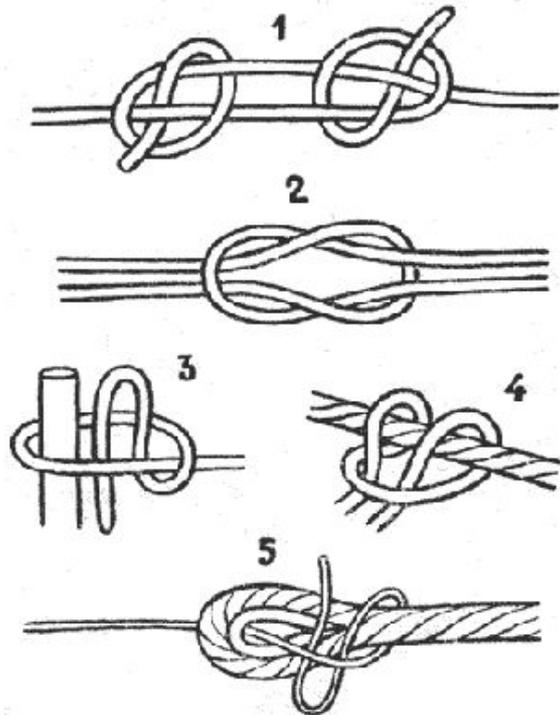
adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВА-ПРИСОЕДИНИТЕЛИ

Переформулируйте:



- «Если вы не разместитесь до пятницы, то цена вырастет на 10%»
- «Вы приняли уже окончательное решение?»
- «Вы будете рекламировать новый открывшийся магазин?»
- «Что вас интересует из наших услуг?»

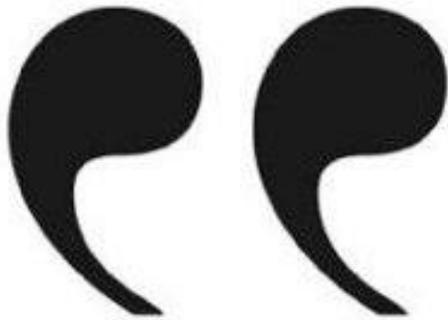
adconsult

рекламный консалтинг

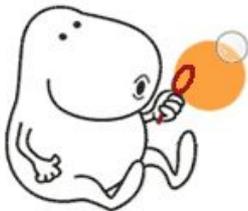


СИЛА ЦИТАТЫ

Люди боятся думать сами и прячутся за мысли гениальных мыслителей.



- «Как сказал Достоевский...»
- «Дмитрий Анатольевич в своем послании...»
- «Как гласит поговорка...»



Эти обороты имеют вес в массовом сознании. Относитесь к этому как хотите, главное — используйте.

adconsult

рекламный консалтинг

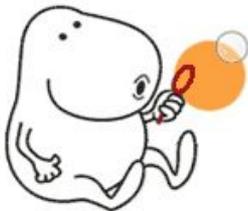
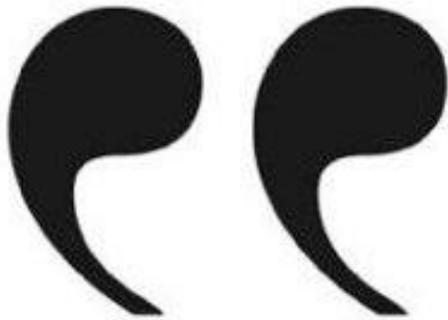


СИЛА ЦИТАТЫ

Приписывайте цитаты кому угодно — как хотите и как душе угодно. В крайнем случае, «вы ошиблись».

Лучше всего приписывать бизнесменам и предпринимателям, которые вызывают уважение у вашего рекламодателя.

Ссылайтесь на них, вводите в оборот, говорите между делом, и т.д. Не слишком часто, но и не редко.



adconsult

рекламный консалтинг



СИЛА ЦИТАТЫ

Если у него iPhone — приписывайте Стиву Джобсу.

Если у него Land Cruiser — приписывайте Саките Тоёде, основателю Toyota.

Если ничего нет — смело кивните на монитор, постучите пальцем по ноутбуку и приписывайте все целиком Биллу Гейтсу :-)

Но лучше ссылаться на известных наших бизнесменов.



adconsult

рекламный консалтинг

СИЛА ЦИТАТЫ

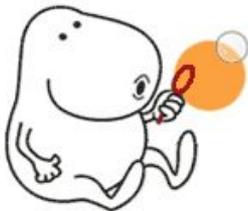
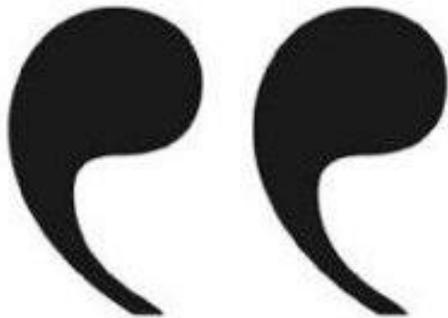
Какие ВАШИ самые любимые цитаты?

Как их можно приплести к продажам?

— Знаете, Иван Иванович, как говорится,

— Помните, Иван Иванович, еще Стив Джобс говорил...

— Знаете, люди ведь верно говорят...



adconsult

рекламный консалтинг



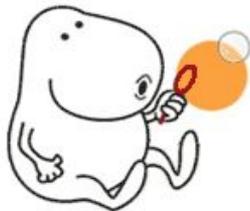
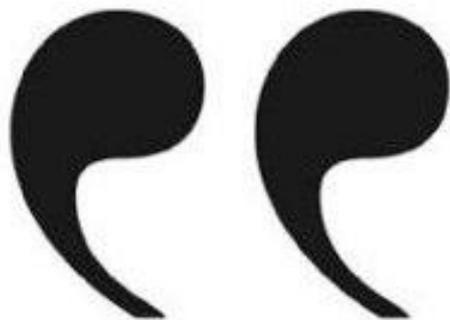
СИЛА ЦИТАТЫ

Не делайте ОШИБОК!

Не надо говорить клиенту банальных поговорок про деньги, типа:

- «скупой платит дважды»
- «жадность фраера сгубила»
- «вы не так богаты, чтобы покупать дешевые вещи»
- «волков боятся в лес не ходить»
[о его будущей рекламной кампании]

— это грубо и он расстроится.

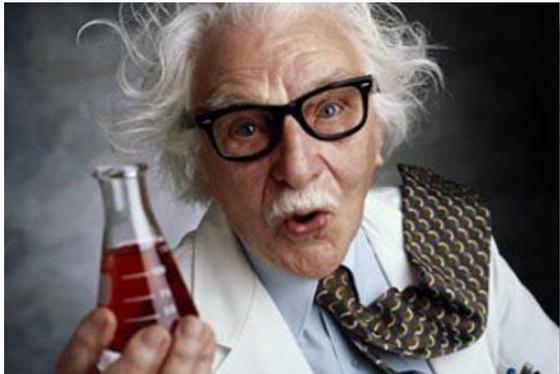


adconsult

рекламный консалтинг



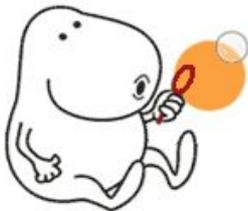
ССЫЛКИ НА АВТОРИТЕТ И ИССЛЕДОВАНИЯ



«63% женщин остаются недовольны подарком на 8 марта.

72% женщин предпочли бы выбрать подарки себе сами.

Именно для этого мы предлагаем вам подарочные сертификаты «КОЖА-СТИЛЬ» на любую сумму и на любой срок».



adconsult

рекламный консалтинг





adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

Когда мы обращаемся к общественности, мы почему-то становимся застенчивыми и говорим на каком-то невнятном языке...

Люди работают с людьми, а не компании работают с компаниями.

Люди не общаются слоганами.

Абоненты, клиенты, рекламодатели, партнеры — кто все эти люди???



adconsult

рекламный консалтинг



ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ



- Напишите письмо клиенту как письмо матери, а потом вычеркните «Дорогая мама!» и «твой любящий сын Вася».
- Представьте живого человека.
- Поставьте перед собой фотографию клиента. Если нет — просто фотографию какого-нибудь мужика.
- По телефону — разговаривайте с плюшевым мишкой.



adconsult

рекламный консалтинг

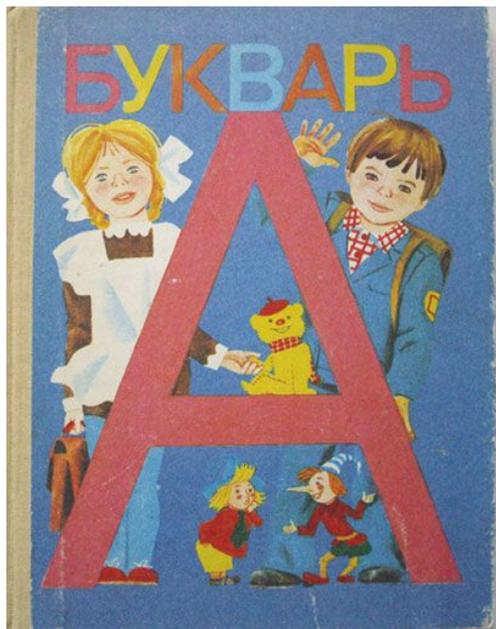


СЛОВАРЬ НАСТОЯЩИХ СЛОВ

Короткое упражнение.

Составим «темно-серый» список слов, которые не стоит употреблять нам и нашим продавцам в переговорах с клиентами?

Составьте в парах-тройках, потом обсудим, а потом... пообещайте мне, что эти списки будут висеть перед глазами ваших продавцов в офисе.



adconsult

рекламный консалтинг



СЛОВО ДОЛЖНО БЫТЬ ЖИВЫМ, ЛИЧНЫМ И АКТИВНЫМ

— Скажите, предложение нашей компании устраивает вас?

— Согласитесь, это отличное решение нашей с вами задачи, верно?

**Есть гигантская разница между
светлячком и молнией (Марк Твен)**



adconsult

рекламный консалтинг



ДОВЕРИТЕЛЬНЫЕ СЛОВА

- *знаете...*
- *поверьте...*
- *правда...*
- *откровенно говоря...*
- *по правде сказать...*
- *не буду скрывать...*
- *я скажу открыто...*
- *хотел поделиться с вами...*

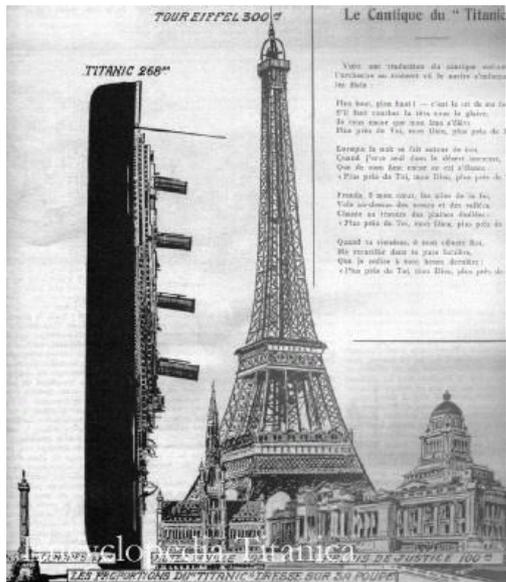


adconsult

рекламный консалтинг



СИЛА СРАВНЕНИЙ — ЧУДОВИЩНА КАК УРАГАН И МОЩНА КАК ЦУНАМИ!



Короткое совместное упражнение:

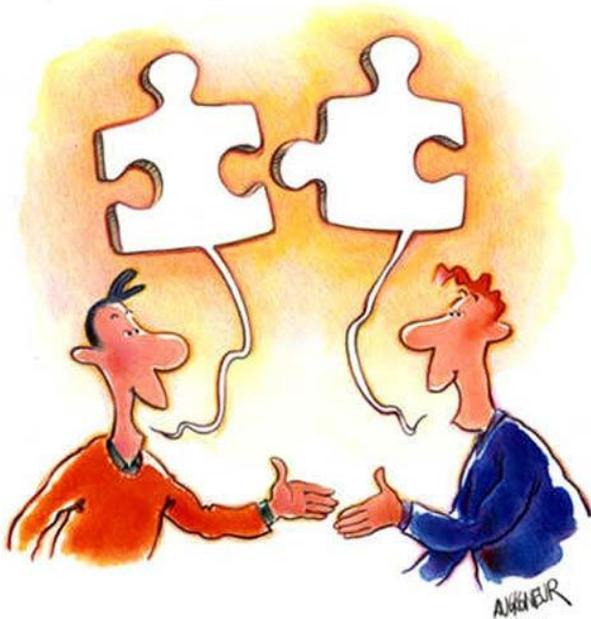
- Это завораживает меня как...
- Мои клиент видят эффект от рекламы словно...
- Покупатели пойдут к вам как...

adconsult

рекламный консалтинг



ДИАЛОГ И РИТОРИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ



- согласитесь...
- итак, мы расставили все точки на і и готовы ударить по рукам, верно?
- не правда ли?
- очевидно, что...
- это ровно то, о чем мы говорили, так?
- я позвоню вам в понедельник, хорошо?

Создает эффекта разговора в письма и вовлечение в разговор в телефонных переговорах.

adconsult

рекламный консалтинг



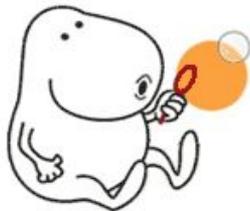
ФАКТЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА, ВЫГОДЫ

Это знают все, говорят об этом на всех семинарах.

Есть нюанс.

Не пренебрегайте фактами. Факты дают достоверность. Просто выгоды бездоказательны и голословны.

Факт должен гарантированно доказывать выгоду, и кричать о ней на каждом углу.



adconsult

рекламный консалтинг

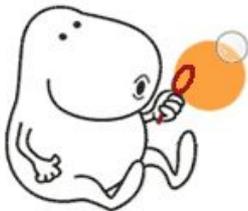


ЕСЛИ... ТО...

Метод вопросов «А что если...?»



- Спрошу вас: «Скажите, если бы я сказал вам, что готов рассказать 3 простых способа завладеть вниманием рекламодателя — вы захотели бы его узнать?»
- Если бы наши аналитики подготовили бы для вас бесплатные рекомендации по увеличению продаж обуви в вашем магазине, вам было бы интересно их узнать?



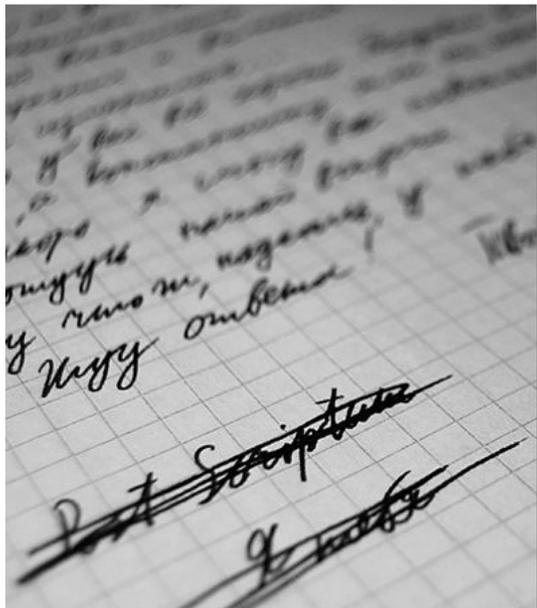
adconsult

рекламный консалтинг



P.S. И ПОСЛЕДНЕЕ...

Постскриптум в бумажных письмах читают в первую очередь.



- В электронных — сразу, как доберутся до экрана с ним.
- Постскриптум читают всегда, даже когда письмо просматривают наискосок.
- Самый важный повтор — вполне может и должен быть там.
- Искренний P.S.

adconsult

рекламный консалтинг

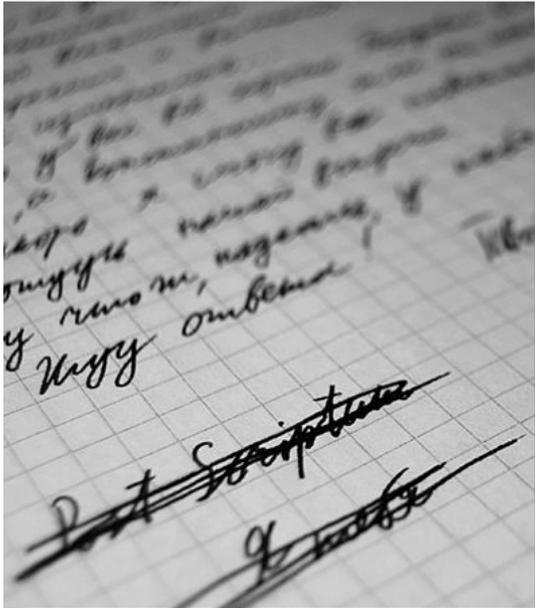


P.S. И ПОСЛЕДНЕЕ...

«P.S. Поверьте, Иван Иванович, я бы не стала настаивать на этом предложении, если бы не была абсолютно уверена, что оно сработает. Это действительно так».

«P.S. Еще раз обращаю ваше внимание — это лучшее из доступных для нас с вами ценовых решений. Кроме того, мой руководитель, к сожалению, ограничила нас с вами пятницей».

«P.S. Еще раз спасибо!».



adconsult

рекламный консалтинг



САМОЕ ВАЖНОЕ

Люди даже не мыслят выгодами.
Люди даже не мыслят «буллетами»,
«пунктами» и «моментами»



Люди мыслят историями.
Рассказчики историй — самые
ценные продавцы.

Какой должна быть история?

- достоверной
- косвенной
- яркой

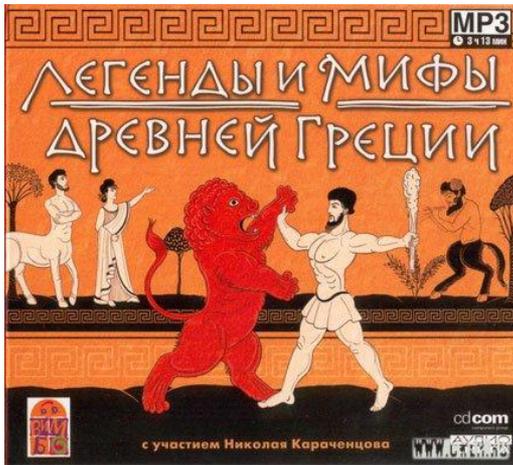
adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИИ И МИФЫ

Что должно быть в этой истории?



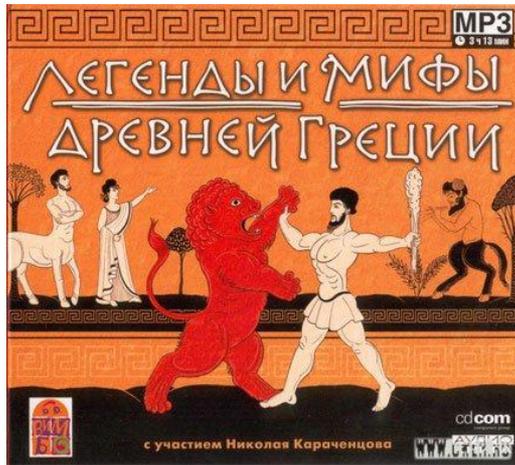
1. Зачин-связка
2. Завязка с тайной
3. Драма-проблема
4. Развязка
5. Вывод-мораль

adconsult

рекламный консалтинг



ИСТОРИИ И МИФЫ



Расскажите ваши истории...

adconsult

рекламный консалтинг

