

LISTAR NECESSIDADES

MÉTODO BOLT | TIAGO GOMES

Sem saber as necessidades do seu cliente, nem mesmo um expert é capaz de sugerir a solução perfeita e ainda passa uma péssima imagem

Vou te mostrar como listar as necessidades:

Deixe o seu cliente falar

Se existe um modo de convencer alguém, é fazer com que essa pessoa pense que encontrou a solução por meio de uma decisão própria.

O único meio existente na terra para influenciar uma pessoa é falar sobre o que ela quer e mostra-lhe como realizar o seu interesse.

(Lembrando que se seu cliente chegou até aqui, ele já está interessado em seu conteúdo só basta quebrar suas objeções e guiá-lo)

É muito comum que o seu próprio cliente diga o que você precisa saber assim que você faça algumas perguntas básicas como por exemplo:

"Porque você está procurando isso?" (Porque)

*"O que falta para você alcançar o que precisa?"
(Necessidade)*

"Você sabe o que vai perder se deixar essa chance passar, e a grande mudança de vida que você vai obter aproveitando a oportunidade que tenho para você certo?" (Dor x Prazer)

Todas as perguntas com base em gatilhos mentais são adaptáveis para o devido momento. É importante que você tenha a sensibilidade de adaptar e conduzir algumas perguntas para poder saber as coisas nessa ordem:

- 1) Porque ele precisa disso
- 2) Qual a necessidade que o impediu de ter o resultado até agora
- 3) Relação de Dor x Prazer quando tiver a certeza de que aquilo soluciona o seu problema

Lembre-se disso amanhã, quando estiver procurando conseguir que alguém faça uma determinada coisa.

Por exemplo: se não quiser que o seu filho fume, não fique enchendo de broncas, brigando ou discutindo e não fale sobre o seu desejo, basta mostrar que os cigarros diminuem as suas possibilidades no futebol ou de vitória na corrida de cem metros, **caso isso seja algo que ele deseje mais do que o cigarro.**

As pessoas agem mais rápido pelo medo da perda do que pela sensação de poder dar certo.

As perguntas e afirmações feitas para seu cliente precisar ter base nos benefícios em que ele vai obter ou perder, evite falar sobre a dor do processo, foque somente nos benefícios. Ninguém quer correr 40 minutos, fazer 200 abdominais e comer alface pra emagrecer. Focar na venda de um processo pra atingir o objetivo pode matar suas vendas.

Perguntas que levam seu cliente a não desistir do seu produto, caso ele não esteja pronto para compra:

Porque você não começa hoje? (Porque)

Aqui você usa a dor do cliente e tenta amenizar. Dessa forma ele vai se sentir seguro porque está falando com alguém preocupado em ajudar.

(Abra uma exceção)

Posso te ajudar a começar agora... Mas você está realmente disposto a pagar o preço?

Porque eu só vou fazer isso uma vez (Urgência)

Lembre-se que a pessoa que você ajudar hoje pode ser o cliente de amanhã, e claro aqui você também começa a criar Provas Sociais (*assistir os gatilhos mentais e ver o conteúdo sobre prova social*) o que consequentemente aumenta sua autoridade

Importante você entender através desse e-book a importância de se colocar no lugar do cliente e trabalhar de uma forma humanizada.

Na frente do celular ou de um computador, existe uma pessoa. Somente pessoas efetuam compras dos seus produtos, por isso nunca trabalhe como um robô.