

**Szakértő:**

Janata Krisztina,  
a „Szövegírás szenvedéllyel” szerzője

## Így mozgasd meg újra a kiégett vásárlóidat

A kiégett, súlyosan lehangolt emberek figyelmét azért keserves erőfeszítés megszerezni, mert a „nekem már mindegy” hangulatban gyakorlatilag semmi nem érdekli őket: a posztjaidat átgörgetik, az emaileidet félig átfutva törlik, amire máskor azonnal lecsaptak, azt most egy vállrándítással intézik el. Igen, reményvesztett embereknek eladni kemény kihívás, de te ne add fel! Megmutatom, hogyan tudod 3 lépésben még ezt a közönyösséget is átütni! De kell hozzá még valami: egy adag bátorság, hogy merj változtatni azon, ahogyan eddig kommunikáltál. Most be kell vállalnod, hogy megleped őket! Kezdhetjük? Tehát a hozzávalók:

I. Személyes, érzékeny **TÉMA** (olyan, amit eddig nem koptattál el)

II. A szokásostól eltérő, izgalmas **AJÁNLAT** (ami könnyű döntés, nem egy újabb stresszforrás az életükben)

III. Az olvasód aktuális közérzetét nyíltan visszatükröző **NYITÓ MONDATOK** (olyan empátia, amit másoktól nem kap meg)

### I. Miről kommunikálj velük, mivel vonod be őket?

Hoztam 4 olyan témát, amivel a coachok, terapeuták is dolgoznak a burnoutos, depresszióra hajlamos klienseikkel. Vedd őket sorra, mindegyikhez írtam pár beindító kérdést, gondolatot – a jobboldali oszlop pedig azért üres, hogy oda jegyzeteld le a saját ötleteidet. Ne aggódd túl a dolgot, itt most bízz a megérzéseidben: minden ötleted értékes, és megérdemel egy esélyt! És minél szokatlanabb, felkavaróbb, annál jobb!

**Fontos:** ezeket a témákat nehéz időkre tartogasd, bánj velük takarékosan, különben elvesztik az erejüket!

TÉMA:	GONDOLATINDÍTÓNAK:	JEGYZET - SAJÁT ÖTLETEID:
HÁLA	A hála a boldog emberek meghatározó életérzése, közérzete – mindannyian erre az érzésre vágyunk. Légy az a pont a vevőid életében, ahol ebből feltöltődhetnek: mesélj arról, te magad miért vagy mostanában hálás, elégedett? Mi megy jól most is a cégedben / a szakmai / a vállalkozói életedben? Sőt: a magánéletedből milyen lelki erőforrásokat hozol be a vállalkozásodba, abba, ahogy a vevőidet kiszolgálod?	
NOSZTALGIA	Mesélj a saját korábbi (szakmai) sikereidről – akár be is vallhatod, hogy egy kicsit te is visszasírod ezeket az időket, mert most bizony neked is nehezebb a topon maradni. Kérdezd meg a követőidet, olvasóidat is az ő régebbi kiemelkedő eredményeikről, írják meg pl kommentben, ők milyen sikerüket szeretnék megismételni?	
STORY	Minden szakma egy mikrokozmosz, tele izgalmas háttértörténetekkel. Te milyen a szakmádhoz / termékedhez kapcsolódó megtörtént esetet, infót tudnál történetbe ágyazva megosztani az olvasóiddal, vevőiddel? Ne félj, nem fogják unni: a történetmesélés elképesztően erős kapcsolatot épít emberek között – és ez most versenyelőny!	
NEVETÉS, HUMOR	Keress a neten a szakmai témádhoz / termékedhez kapcsolódó képregényt, viccet, gifet, karikatúrát, videót! Posztold ki, kommentáld, értelmezd, ha kell, magyarázd el, miért komikus – és nevesetek együtt!	

### Haladó tipp:

Mindig az a legnagyobb érték, ha az olvasóidból válaszreakciót is ki tudsz váltani. Ilyenkor tudjuk, hogy a közönség tényleg a sajátjának érzi a témát. Ezért ahol csak lehet, kérj tőlük is visszajelzést! És ha ez a visszajelzés egy komolyabb leírás, (pl. egy saját történetük, vallomásuk), abból kihozhatok még egy nyereményjátékot, sorsolást is.

## II. Mit kínálj nekik, milyen ajánlatra bírnak még figyelni:

Lestrapált hangulatban még az arcunkba tolt 50%-os árengedmények mellett is undorral megyünk el. Pedig még ebben a lelkiállapotban is működnek azok a varázslatok, amik beszívárognak a tudatalattinkba és megteszik a dolgukat: felpiszkálnak pár hormont (bocsánat, ma már neurotranszmittereknek hívjuk őket) amik legalább pár percre újra feltüzelik az érdeklődésünket. Ennyi idő épp elég nekünk, gyűjtsd össze az ötleteidet a jobboldali blokkokba:

AJÁNLAT	MIÉRT MŰKÖDIK?	JEGYZET - SAJÁT ÖTLETEID:
LIMITÁLT SZÉRIA	Tudod, milyen a legvonzóbb termék? Amiből kevés van, amiről le lehet csúszni és többet nem lesz, amiből nem jutott mindenkinek csak nekem, amiért egy kicsit még küzdenem is kellett, az mindig különösen értékes! Megszerezni sikerélmény, birtokolni pedig növeli az önértékelésünket - és most éppen erre van a legnagyobb szüksége a vevőinknek! Mit tudnál kínálni nekik, ami ilyen? Lehet egy bónusz is, amiből csak 50 db-ot veszel meg, és az elő 50 vásárlónak tudod ajándékba adni. Vagy dobj be egy olyan szolgáltatást, amivel havonta csak pár vevőt tudsz / akarsz kiszolgálni (ennek még magas is lehet az ára!)	
SZEZONÁLIS / TEMATIKUS, AJÁNLATOK	Elsőre hasonlít az előbbire, de nem ugyanaz! Itt nem az időt / mennyiséget korlátozzuk, hanem az érdeklődési körre szűkítünk: valamilyen kisebb, spécibb témakörhöz, vagy aktualitáshoz kapcsolódj. Ezzel ugyan számszerűleg egy szűkebb vásárlói csoportot fogsz megérinteni, őket viszont mélyen! Milyen esemény jön még ebben az évben, amihez hozzá tudnál kapcsolni egy alkalmi ajánlatot? Milyen résztémád van, ami keveseket érdekel, de nekik nagyon fontos?	
XY KEDVENCE	Nincs jobb bizonyítéka annak, hogy jó döntést hozunk, mint az, ha valaki más már boldog volt ezzel a termékkel. Te kire tudnál hivatkozni? Nem kell, hogy híres celeb legyen! A kedvencem egy	

	amerikai könyvesbolt volt, ahol külön polcon mutatták be az ott dolgozók kedvenc köteteit: „Kollégáink ezt ajánlják” – és mindegyikük kézzel írt egy kis cetlire pár sort a kedvenc könyvéről.	
INDULÓ CSOMAG, KEZDŐ VERZIÓ, „BÉBI VÁLTOZAT”, TESZTÜZEM, PILOT PROGRAM, PRÓBA VERZIÓ	Minden vásárlás egy elköteleződés, valami új kezdete – ez az, ami most különösen nehezünkre esik. Tedd könnyűvé! Csökkentsd le a kockázatot, a döntés terhét azzal, hogy megmutatod: az első lépés kicsi, olcsó és nem kell tőle félnünk, mert még egy kisgyerek is meg tudja ugrani! Ehhez lehet, hogy fejlesztened kell egy új terméket, egy új lépcsőfokot a meglévő kínálatod elé – de megéri! Milyen nulladik szintet tudnál felkínálni a vevőidnek?	

### **Haladó tipp:**

Ha jól megnézed, mindegyik modell arra hajt, hogy gyors sikerélményt (és ezzel egy kis megérdemelt boldogságot) okozunk vele a vevőinknek. De azt, hogy megélték ezt a sikerélményt, tudatosítsd is bennük:

1. a vásárlásuk után rögtön gratulálj a döntésükhöz,
2. mondj / írd még pár jó szót arról, amit vettek,
3. kérj tőlük visszajelzést, amit publikálhatsz – a leghatásosabb, ha ezt telefonon kéred, ők elmondják, te leírod, jóváhagyatod velük, és amikor publikálsz, hidd el, irtó büszkék lesznek arra, hogy van egy hely, ahol az ő véleményük ennyit számít!

### **III. Milyen konkrét mondatokkal tudod hitelesen visszatükrözni a közérzetüket?**

Tudom, most arra gondolsz, hogy ez a legnehezebb az egészben: nem szoktuk meg, hogy ilyenekről nyíltan beszéljünk, pláne nem írunk, üzleti környezetben. Pedig ez most életbevágó – ezért összeállítottam 6 olyan mondat panelt, amik a mi vevőink szívét megmelengették, és jól beváltak – bátran szabd őket a saját termékedre / szolgáltatásodra / stílusodra – igyekeztem több alternatívát is sugallni bennük. Mindegyik jól működik nyitómondatként, de a szöveg későbbi részében is elférnek.

**Ami fontos:** ne halmozd őket, mert az már „csöpögős” lenne - ezekből egy teljesen elég egy posztba / emailbe!

1.) *Neked is volt már olyan napod, amikor délelőtt, alig pár óra munka után már alig bírtál fókuszálni? Én már elfogadtam, hogy ez a biztos jele annak, hogy valamit meg kell változtatnom. Én ilyenkor .... Neked is azt javaslom, hogy próbáld ki ....*

.....  
.....

2.) *Tudod, nekem időnként már a kedvenc ... - omat is szinte fáj kiválasztani, pedig régen ezt mindig imádtam csinálni. Ha eladkadtál, hadd segítsek....*

.....  
.....

3.) *Van, hogy legszívesebben csak megszöknél / magadra zárnád az ajtót és senkit nem engednél be / reggel a fejedre rántanád a takarót és csak megvárnád az ágyban, míg újra lemegy a nap? Én is - de van egy új módszerem, egész jól beválik....*

.....  
.....

4.) *Amikor úgy érzed, megfojtanak az elvárások / döntések / dilemmák / kihívások / rád zúduló panaszok stb állj meg egy pillanatra és gondoldj arra, hogy .... / lapozd fel a --- -ot / fogd a telefont és ... / írd nekünk egy emailt ... / kattints a ... - ra és ....*

.....  
.....

5.) *Mintha minden elszürkült volna körülöttünk: a régi barátok / a kedvenc kávé íze / a sorozat, amit imádtál nézni / a kedvenc melód ...  
Mi a csapatommal mostanában azt csináljuk, hogy ...*

.....  
.....

6.) Talán neked is felfordult mostanában az életed / te is vesztettél el embereket / téged is több kudarc ért mostanában, mint siker – de tudd, ...

.....

.....

**Tehát:**

1. Válassz ki az első táblázatból egy témát, amit bevállalsz
2. Indítsd a szöveget az egyik erőteljes, empátikus mondattal
3. A végén pedig adj egy izgalmas lehetőséget a vásárlásra (a 2. táblázatból)

**Jó munkát, kitartást, és sok kreativitást kívánok hozzá!**