

Материалы к лекции «Продвижение финансового продукта».

Слайд №1

Продажи, в какой бы стране они не происходили, основываются на том, что человек покупает товар или услугу, когда это ему нужно, когда он видит для себя ценность в этом приобретении. Именно поэтому очень важно понимать других людей, их реакции и эмоции.
Наша компания работает с финансовым продуктом. Поэтому наша цель...

Слайд №2

Цель – распространение позитивной информации о финансовых продуктах.

Финансовый продукт – это программы финансовых институтов (банков, страховых компаний, пенсионных фондов и инвестиционных компаний).

Р.Киосаки говорит, что самым перспективным методом продвижения финансового продукта на рынок сегодня является сетевой бизнес.

Слайд №3

Сетевой бизнес – это наиболее эффективный и беспроигрышный способ связать непосредственного производителя услуг или товара и потребителя (МЛМ).

Наша компания нашла удивительное сочетание инвестиционного бизнеса и бизнеса МЛМ.

Успех коллективного инвестирования и сетевого бизнеса зависит во многом от количества новых участников.

Поэтому, мы не занимаемся продвижением финансового продукта по классической схеме (через офисы), а при помощи финансовых консультантов компании. Их задачи...

Слайд №4

ЗАДАЧИ:

- ***РАССКАЗАТЬ*** как можно большему числу людей о программах и возможностях целевого инвестирования через потребительское общество.
- ***НАУЧИТЬ*** других людей видеть перспективу финансовых программ ПО, создавать команду единомышленников.

Слайд №5

Какая профессия ныне пользуется высоким спросом? Менеджер по продажам.

Тенденция последних лет – отказ от принципа жестких продаж.

Сейчас продавец – это консультант, партнер.

Его задача - помочь клиенту, дать ему рекомендации.

Джим Рон сказал, что один хороший клиент, о котором вы по-настоящему заботитесь, может оказаться более ценным, чем 10 000 долларов, вложенных в рекламу.

Слайд №6

Как же распространять финансовый продукт?

- *позитивно*
- *методично*
- *компетентно*
- *с предварительной подготовкой*
- *учитывать особенности финансового продукта и клиента*
- *следовать классической схеме эффективных рекомендаций.*

Слайд №7

Рассмотрим . . .

Алгоритм основных этапов

- 1. Поиск и оценка потенциальных инвесторов.*
- 2. Предварительная подготовка к беседе.*
- 3. Беседа с клиентом.*
- 4. Работа с возражениями.*
- 5. Подписание договора и оформление документов.*

Остановимся подробно на каждом этапе.

Слайд №8

1 этап. Поиск и оценка потенциальных пайщиков

Составление списка знакомых

Составьте список всех знакомых и малознакомых людей, кому было бы интересно ваше предложение.

Не надо задумываться над тем, кого вносить или не вносить в список. Потому что те, кого вы решили не вносить в свой список, могут оказаться клиентами других. Не отказывайте людям в возможности получить от вас информацию о продукте, не решайте за них нужно им это или нет, просто дайте информацию.

«Тот, кто ждёт, возможно, и дожждётся своего шанса, но ему достанется лишь то, что останется от того, кто поторопился».

А. Линкольн

Слайд №9

Сбор информации о Вашем клиенте

1. Очень важно собрать достаточное количество информации о Вашем клиенте. Возраст, профессия, чем занимается, на каком финансовом уровне в данный момент находится, его потребности, увлечения, хобби, семейное положение и т.д.
2. Данная информация поможет Вам правильно оценить физическое, финансовое и психологическое состояние вашего клиента.

Предлагаем вам вариант . . .

Журнал (книга) учета проведенных встреч

Помните – статистика начинается от 100 проведенных встреч.

Слайд №10

2 этап. Предварительная подготовка к беседе.

Важным элементом в продвижении информации о финансовом продукте является личная подготовка консультанта, которая предусматривает прежде всего. . .

Психологическую подготовку

1. Самоконтроль эмоций, мыслей и поступков

т.е. самообладание, собранность, концентрация.

Контролировать себя очень не просто, но бизнес - та сфера, где человек должен соблюдать самодисциплину.

2. Вера в собственные силы, способности и успех.

Интересен девиз **«Измеряй свои силы замыслами** известного польского поэта **Адама Мицкевича**.

Именно вера в собственные силы и способности является могучей движущей силой.

В любом проекте важнейшим фактором является вера в успех. Без веры – успех невозможен. Для достижения успеха нам необходимо всегда завывать свои цели.

Всё это означает, что человек всегда может достичь того, что по-настоящему хочет.

Слайд №11

3. Подготовка внешнего вида.

Имидж – это ваш образ. Он занимает одно из ведущих мест в деятельности финансового консультанта. Вспомните русскую поговорку: «Встречают по одежке, провожают по . . .»

Одежда делает человека человеком, а обувь – господином!

Вкладывайте деньги в себя, покупайте всё только самое лучшее.

Помните – у вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление.

Люди должны посмотреть на вас и сразу захотеть стать такими же. У них должно появиться желание добиться такого же успеха, как ваш, и иметь такую же работу, как ваша.

Слайд №12

Что еще формирует ваш имидж?

- ***Значок компании.***
- ***Стартовый набор.***
- ***Визитки.***
- ***Кейс или рабочий портфель.***
- ***Ноутбук.***
- ***Папка с материалами СМИ, подбор с яркими цитатами и извлечениями из книг.***
- ***Блокнот (тетрадь), ручки.***
- ***Калькулятор.***
- ***Запах (денег).***
- ***И отдельного разговора заслуживает***
У Л Ы Б К А !!!

Слайд №13

4. Позитивный настрой к беседе.

Не приносите в сферу своего бизнеса своих проблем, приносите свою квалификацию. Если плохо себя чувствуете, обращайтесь к своему доктору, а не к своим партнерам. Если вам нужны деньги, пойдите в банк, а не к своим партнерам

Помните, Именно **Вы** – **финансовый консультант** для Вашего клиента в данный момент **и необходимо соответствовать этому званию.**

В противном случае Вы можете произвести отрицательное впечатление на своего клиента. Ваша встреча с потенциальным инвестором может закончиться пустой тратой времени.

Будьте точны, аккуратны, элегантны.

Слайд №14

■ Помните, что . . . **Самый главный инструмент – это вы сами!**
Личность консультанта играет решающую роль

Слайд №15

3 этап. Беседа с клиентом:

- **будьте приветливы, доброжелательны;**
начните встречу с приветствия, комплимента,
- **предложите человеку самому рассказать о себе;**
проявляйте искренний интерес, доверие.
- **научитесь соглашаться с людьми, избегайте споров;**
- **задавайте вопросы, это особая форма внимания;**
- **чаще используйте имя;**
сделайте вывод, кто перед Вами и . . .
- **определите его мотивы и жизненные задачи.**
Что для него является главным. . .

Слайд №16

Рассмотрим . . .

Первичные Мотивационные Факторы

- **Дополнительный доход.**
- **Финансовая свобода.**
- **Возможность вести собственное дело.**
- **Больше дает свободного времени.**
- **Личное развитие.**
- **Возможность помогать другим людям.**
- **Встречи с новыми людьми.**
- **Обеспеченная старость.**
- **Возможность оставить наследство.**

Слайд №17

Постоянно рассказывать при встречах об изменении Вашего образа жизни:

- **о путешествиях;**
- **о новых приобретениях;**
- **о посещении семинаров, тренингов;**
- **о новых возможностях и жизненных горизонтах.**

Тем самым мы даем надежду, что человек, вступив в компанию, тоже сможет этого достичь.

«Я подумал, что 1000\$ - это не такая уж большая сумма для инвестирования и для начала собственного бизнеса. Я же от этого не умру...Иногда мы тратим намного больше...На этом жизнь не заканчивается...

Но я даже не ожидал такого результата, при поддержке спонсора я заработал...У меня появилось много друзей. Это важнее, чем что-то другое. Я работаю с командой.

Вы тоже обязательно добьетесь успеха.»

Вызвав у собеседника интерес, вы пробуждаете в нем желание, а....

Слайд №18

«Лучший способ заставить человека что-то сделать – это сделать так, чтобы он это захотел сделать».

Д.Карнеги

Слайд №19

После того, как вы узнали, кто перед вами и заинтересовали собеседника, вы переходите к самому главному, ради чего вы встречаетесь с клиентом, т.е. к . . .

Ознакомлению с финансовыми и товарными программами с денежным покрытием компании

Слайд №20

4 этап. Работа с возражениями:

При работе с возражениями используется метод 5 шагов (из негатива к позитиву), который работает в такой последовательности:

Признание проблемы. Согласитесь с человеком: «Да, ты прав», «Я с тобой согласен». Никаких «но».

Создание общей реальности. «Да, я тоже так думал, пока не узнал обо всем подробнее».

Аргументация. Факты. Рост. Перспектива.

Получение согласия «Да!».

Задавайте вопросы типа «Выбор без выбора»: «Вам удобнее оплатить договор сегодня или завтра?», «Вы хотите оформить договор на себя или на жену (сына, дочь)?»

Самое главное в работе с возражениями:.

- **Не спорить, а аргументировать.**
- **Излучать уверенность и надёжность.**
- **Не поддаваться на провокации.**

Лучше эту работу проводить ее в конце беседы.

Слайд №21

5 этап. Подписание договора и оформление документов.

Оформление договоров осуществляется . . .

- **В представительстве (офисе) и лично инвестором (пайщиком).**
- **Проверка правильности заполнения.**
- **Определение последующих действий.**

Слайд №22

Чего делать нельзя:

- **Решать за клиента, нужно ему это или нет!**
- **Тянуть, уговаривать, упрашивать.**

Не тратьте время на людей, которые не слышат вас, людей неуверенных, слабых, отрицательно настроенных.

- **Говорить неправду, искажать факты.**
- **Думать только о своём интересе.**
- **Рассказывать подробно о бизнесе и компании по телефону.**

Слайд №23

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА

- **Позитивное отношение к жизни и бизнесу.**
- **Высокая степень самоуважения и самооценка.**
- **Поддержка и единство в семье.**
- **Желание приглашать новых людей.**
- **Умение правильно проводить встречи и назначать последующие.**

Слайд №24

Для оценки эффективности продвижения финансового продукта нам необходимо проанализировать работу по следующим параметрам:

Оценка эффективности

1. Личная эффективность:

- **Целеустремленность.**
- **Энтузиазм.**
- **Способность работы в команде.**
- **Самоорганизация.**

2. Профессиональные навыки

- **Планирование.**
- **Анализ результатов.**
- **Личностный рост.**

Слайд №25

3. Поиск потенциальных клиентов:

- Сбор информации.
- Расширение круга клиентов.
- Коммуникабельность.

4. Навыки продаж:

- Установление контакта и выявление потребностей.
- Работа с возражениями.
- Завершение сделки.

5. Качество работы:

- Количество и качество встреч.
- Заключение договоров.
- Консультирование и сопровождение клиентов.

Как пример, можно рассмотреть один из критериев.

Слайд №26

Величайший американский философ современного бизнеса Джим Рон сказал:
«Если вы просто делаете продажи, то поддерживаете своё существование.

Если же вы делаете продажи путем вложения большей части своего времени и внимания в непосредственное и качественное общение с покупателем, то может обеспечить себе прочный успех».

Джим Рон

Слайд №27

Распахните двери настоящего, шагните в него и возьмите контроль над своей жизнью в собственные руки.

Хватит ожидать кого-то, кто сделает это за вас.

Слайд №28

Желаем Вам успехов!

Успех приходит к тому, кто первым достигает цели, потому что . . .

Успех – это успеть! (Марина Цветаева)