

Voorbeeld Sales Flow Proces

Stap 1

Er komt een nieuwe lead binnen.

Stap 2

Stuur de lead onmiddellijk een e-mail met een verzoek om een gesprek met je in te plannen. Jouw vermogen om een online lead te converteren wordt direct beïnvloed door de actie om snel contact met hen op te nemen.

Je hebt 100x meer kans om een lead in de eerste vijf minuten te converteren, dan na dertig minuten. Focus je niet te veel op het ontwerp van de e-mail wanneer je voor het eerst een lead opvolgt.

Als e-mails op advertenties lijken, dan lezen of reageren mensen niet. Houd ze eenvoudig, kort en to the point. En zorg ervoor dat je meteen een follow-up geeft na het ontvangen van een nieuwe lead.

We laten je een aantal voorbeelden van mails zien ter inspiratie.

Pas de teksten vooral aan in de woorden/taal die je zelf gebruikt.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Onderwerp: Laten we een gesprek inplannen

Beste *[vul de naam van je klant in]*,

Fijn dat je contact met ons hebt opgenomen!

Ik help je graag met je marketing *[of de aanleiding waarom de lead contact met je zoekt]*. De beste stap om nu te nemen is om een afspraak in te plannen en met elkaar te bespreken hoe wij samen kunnen werken.

Klik op deze link *[link naar de agenda]* en plan een moment in, die in jouw agenda past en dan spreken we elkaar snel!

Plan een gesprek in *[hyperlink naar de agenda]*

Vriendelijke groet,

Jouw naam

Als ze niet reageren, stuur ze dan de volgende follow-up e-mail 1 tot 2 dagen later. Focus niet te veel op het ontwerp van de e-mail. Houd het kort, beknopt en simpel.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Onderwerp: Even polshoogte nemen

Beste *[naam van de klant]*,

Ik wilde even checken of je tijd hebt om te bellen deze week.

Klik hier *[hyperlink naar de agenda]* om een tijd in te plannen die schikt in jouw agenda en dan bellen we even met elkaar.

Ik kijk er naar uit om je helpen met de groei van je business!

Plan een gesprek in *[hyperlink naar de agenda]*

Spreek je snel,

Jouw naam

Als ze na vier dagen nog niet reageren, bel ze dan.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Stap 3

Neem de tijd om het gesprek goed voor te bereiden zodra dit is ingepland.

- Bepaal, indien mogelijk, of de lead een StoryBrand-klant is of welke StoryBrand-content ze al hebben gebruikt.
- Maak een lijst met vragen die je de klant gaat stellen om het niveau van het werk dat hij nodig heeft te peilen. Om empathie en autoriteit als hun gids uit te stralen, ga je hun externe en interne problemen vaststellen. Stel de juiste vragen zodat je de juiste antwoorden krijgt om erachter te komen welke problemen je hen kunt helpen oplossen.
- Maak een BrandScript voor het gesprek. Je kunt vrijwel alles invullen, behalve het specifieke probleem, waar je meer over te weten komt als je vragen stelt aan de klant tijdens het gesprek. Het BrandScript is een uitstekende plek om te beginnen wanneer je een verkoopgesprek in kaart brengt.
- Onthoud: elke deal sluit of verlies je voordat het gesprek überhaupt is begonnen. Het is jouw taak om de controle over het gesprek te nemen vanaf het moment dat je de nieuwe lead vastlegt. Neem contact op met de lead zodra je hun informatie hebt. Jouw vermogen om een internetlead te converteren, wordt rechtstreeks beïnvloed door je vermogen om snel contact met hen op te nemen.

Personaliseer je sales pitches. Voer een snelle zoekopdracht uit op Facebook, Google of andere kanalen voordat je het gesprek aangaat om inzicht te krijgen, zodat je vertrouwen kunt opbouwen en je kansen kunt vergroten om de deal sneller te sluiten.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Stap 4

Het verkoopgesprek voeren

VOORBEELD VAN EEN GESPREK

INTRODUCTIE

Heel erg bedankt voor je aanvraag. Ik kijk ernaar uit om meer te weten te komen over je bedrijf en welke doelen je probeert te bereiken met je marketing.

Eerst stel ik je graag wat vragen om erachter te komen waar jouw bedrijf over gaat en de uitdagingen waarmee je te maken hebt in je huidige marketing. Van daaruit praten we over de invloed van deze uitdagingen op je bedrijf, waarna we bespreken wat we moeten doen om deze problemen op te lossen en jouw marketing weer op de rails te krijgen.

Klinkt dat goed?

Top. Laten we beginnen.

LEER OVER HET BEDRIJF VAN JE KLANT

Brandscript Verwijzing: identificeer externe en interne problemen

Hieronder zijn wat voorbeeldvragen om mee te openen. Het belangrijkste hier is gewoon luisteren. De klant wil/moet al met je samenwerken, dus het is gewoon een kwestie van hun vermoedens bevestigen dat jij hebt wat ze nodig hebben om het probleem op te lossen en een winnende marketingstrategie te creëren.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Vertel me iets over je bedrijf.

Wat doe je?

Hoe bedien jij je klanten?

Wat is de grootste uitdaging waar je mee te maken hebt in je marketing en je communicatie?

Welke invloed heeft dit probleem op je bedrijf?

Noteer het antwoord van de klant op deze vragen. Dit is waar je empathie voor moet tonen.

Ga in op de logische redenen waarom ze jouw service nodig hebben, maar stop daar niet. Ga ook in op de emotionele reden waarom ze jou willen inhuren. Denk aan een extern/intern probleem - je moet zowel empathie als autoriteit uitstralen als de gids.

.

Voorbeeld Sales Flow Proces

BEVESTIGINGEN

Als jij er zeker van bent dat je klant er baat bij heeft om met jou samen te werken, bevestig dat dan. Toon empathie voor hun problemen (empathie) en communiceer dat jij andere mensen geholpen hebt om diezelfde problemen op te lossen (autoriteit).

Brandscript Verwijzing: probleem + empathie

Ik begrijp hoe frustrerend dat kan zijn. Sterker nog, de meeste klanten waarmee ik heb gewerkt, zijn bij mij gekomen met hetzelfde probleem of een vergelijkbaar probleem. Het is mijn taak om klanten te helpen bij het identificeren van de oorzaak van de problemen waarmee ze worden geconfronteerd met hun marketing en om goede oplossingen te bieden die deze problemen oplossen en de weg vrijmaken voor de groei van hun bedrijf.

Ik kan jou zeker helpen een aantal van die problemen op te lossen en om jouw bedrijf weer op de rails te krijgen.

Voorbeeld Sales Flow Proces

OPLOSSINGEN DIE JE KAN BIEDEN

Brandscript Verwijzing: plan + succes (Pitch jouw diensten hier als een sales letter)

Ik bespreek graag een paar manieren waarop we kunnen samenwerken om deze specifieke problemen op te lossen en marketingmateriaal te creëren dat jou helpt om je doelen te bereiken.

Het eerste dat we gaan doen, is je boodschap verduidelijken. We gebruiken het StoryBrand-framework om een samenhangende merkboodschap te creëren die we kunnen implementeren om marketingmateriaal te maken dat ervoor zorgt dat meer van jouw klanten reageren.

Afhankelijk van welke resultaten we nodig hebben, zal ik ofwel je bestaande inhoud herzien of nieuw materiaal creëren met behulp van de duidelijke boodschap die we samen hebben geformuleerd.

Indien van toepassing, kun je elk element van een salesfunnel doorlopen om te bepalen of de klant een solide marketingplan heeft. Hiermee kun je bepalen welke deliverables je in je voorstel opneemt.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Heeft je bedrijf een duidelijk en aantrekkelijk merkverhaal?

Als ze nee zeggen, bespreek dan hoe een BrandScript Creatie sessie eruit ziet en hoe deze waarde gaat geven. Gebruik de testimonials van andere klanten om te laten zien hoe andere bedrijven hun berichten hebben verduidelijkt en hun inkomsten hebben verhoogd.

Werkt je website?

Krijg je een reactie van mensen die op je website komen?

Zo nee, beschrijf dan wat er nodig is om een website te maken die werkt. Gebruik testimonials om te laten zien hoe bedrijven die hun website hebben gewijzigd op basis van het BrandScript, een toename van het aantal klanten hebben gezien.

Heb je op dit moment een manier om leads vast te leggen?

Zo nee, leg dan uit wat een leadgenerator is en hoe deze hun bedrijf kan laten groeien.

Een gebied waar de meeste bedrijven veel kansen laten liggen, is hun leadgenerator. We noemen het een transitionele call-to-action en het helpt je hooggekwalficeerde leads te verzamelen en ze naar jouw diensten te brengen. Sommige bedrijven zijn verdrievoudigd en verviervoudigd door simpelweg een leadgenerator op hun website op te nemen.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Probeer je je leads te converteren met series van geautomatiseerde e-mails?

Zo niet, leg dan de kracht van een serie geautomatiseerde e-mails uit en hoe deze kan functioneren als een constante saleskracht voor hun business.

Sluiten je salesletters deals?

Zo nee, leg dan het framework uit dat je gaat gebruiken om krachtige salesletters te maken die onmogelijk te negeren zijn.

Dit zijn de elementen van een effectieve salesfunnel die nieuwe klanten aan zal trekken en ook omzetten naar betalende klanten. Als we dit samen uitvoeren, gaat jouw bedrijf transformeren.

Op basis van het probleem dat je eerder hebt beschreven, kun je het beste beginnen met (bepaal de beste volgende stap). Door daar te beginnen, ga je een aanzienlijk verschil merken in hoe klanten reageren op wat jij zegt. Je boodschap is duidelijk en mensen zullen eindelijk begrijpen wat je te bieden hebt en hoe jij hen kunt helpen. Dit gaat leiden tot meer omzet en je bedrijf zal groeien.

Voorbeeld Sales Flow Proces

VRAAG OM DE SALE

Ik geloof dat we samen kunnen werken om jouw organisatie te helpen haar doelen te bereiken. Op basis van ons gesprek van vandaag, zijn er verschillende dingen die we gelijk kunnen implementeren en de betrokkenheid drastisch zullen vergroten en jouw bedrijf helpen groeien.

Ben je het daarmee eens?

Mooi, dat denk ik ook. Ik maak een voorstel die duidelijk laat zien welke deliverables ik lever. Zodra je het voorstel hebt ondertekend, gaan we aan de slag met een kickoff call waarbij we ons plan gaan gebruiken en ervoor kunnen zorgen dat iedereen op één lijn zit.

Dan duiken we er meteen in en gaan we een duidelijke boodschap creëren die we gebruiken voor alle content die we in de toekomst maken.

Wees ook bij dit laatste gedeelte zelfverzekerd en duidelijk terwijl je richting de volgende stappen gaat.

Klinkt dat goed?

Voorbeeld Sales Flow Proces

Brandscript Verwijzing: plan

ZO JA:

Geweldig. Dit is hoe we verder gaan. Ik maak het voorstel en neem daarin de deliverables op die we vandaag hebben besproken. Op [datum] heb je deze in de mail.

Vervolgens kun je deze rustig doornemen en stuur je een ondertekend exemplaar retour. Daarna plannen we een kickoff call en kunnen we officieel aan dit project beginnen!

Door de stappen na een “ja” nog eens kort op te sommen, verminder je de weerstand of aarzeling die de koper kan hebben.

Mocht je in de tussentijd vragen hebben, aarzel dan niet om contact op te nemen. Ik kijk er naar uit om met je samen te werken!

ZO NEE:

Oké. Terwijl je de tijd neemt om een beslissing te maken, stuur ik je graag een exemplaar van [deze leadgenerator] waarvan ik denk dat het je helpt bij het oplossen van een aantal uitdagingen waarmee je nu geconfronteerd wordt. Vind je het goed als ik dat nu naar je stuur en volgende week contact met je opneem [spreek een specifiek moment af]

Mooi, dan spreek ik je dan. Fijne dag!

Als ze "ja" zeggen tegen het ontvangen van aanvullende informatie/ leadgenerator, is dat nog steeds een ja. De voorsprong is niet verloren.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Brandscript Verwijzing: plan

ZO NEE:

Oké. Terwijl je de tijd neemt om een beslissing te maken, stuur ik je graag een exemplaar van [deze leadgenerator] waarvan ik denk dat het je helpt bij het oplossen van een aantal uitdagingen waarmee je nu geconfronteerd wordt.

Vind je het goed als ik dat nu naar je stuur en volgende week contact met je opneem [spreek een specifiek moment af]

Mooi, dan spreek ik je dan. Fijne dag!

Als ze "ja" zeggen tegen het ontvangen van aanvullende informatie/leadgenerator, is dat nog steeds een ja. Er is nog niets verloren.

Voorbeeld Sales Flow Proces

Stap 5

Een voorstel sturen

Als je de deal binnen het eerste verkoopgesprek al sluit, stel je een voorstel op en stuur je dit naar de klant. Vraag of ze het voorstel ondertekenen, zodat iedereen op één lijn zit over prijs, deliverables, verwachtingen, etc.

Mail ter inspiratie om een voorstel te sturen

Onderwerp: Jouw bedrijfsnaam + naam klant voorstel

Beste [naam klant],

Bijgaand vind je het door ons besproken voorstel. Lees dit alsjeblieft goed door, onderteken het en stuur het getekend aan mij retour zodat we snel met dit project van start kunnen.

Ik kijk ernaar uit om hiermee aan de slag te gaan!

Spreek je snel,
[jouw naam]

Voorbeeld Sales Flow Proces

Stap 6

Nadat het voorstel is getekend

Zodra het voorstel is ondertekend, stuur je een welkomstmail naar de klant om de kickoff call te plannen. Geef een overzicht van de volgende stappen, een tijdslijnen en eventuele behoeften van de klant.

Mail ter inspiratie voor de welkomstmail

Onderwerp: Naam klant + project kickoff

Beste *[naam klant]*,

Super, dat we samen met dit project aan de slag gaan. Hoe gaat het nu verder: We plannen een kickoff call in met alle belanghebbenden, zodat we de doelstellingen, resultaten en de tijdslijnen met elkaar kunnen bespreken.

Klik op deze link *[hyperlink agenda]* om onze kickoff call in te plannen.

Voor ons gesprek heb ik het volgende van je nodig:

[lijst alle behoeften die je van de klant hebt].

Het plan deel ik met je zodra we elkaar spreken, zodat je precies weet wat we gaan behandelen, aantekeningen kunt maken en je vragen kunt stellen. Ik kijk ernaar uit om jou en je team binnenkort te spreken!

Met vriendelijke groet, *[jouw naam]*

Voorbeeld Sales Flow Proces

Stap 7

Leads opvolgen waarvan je nog niks hebt gehoord

Mail ter inspiratie om te sturen naar leads waarvan je nog niks hebt gehoord

Onderwerp: Even een vraagje

Beste *[naam klant]*,

Heb je nog steeds problemen met *[XX benoem het probleem]*?

Ben je nog op zoek naar een nieuwe website (of andere deliverable)?

Zo ja, laten we dat bespreken. Klik HIER *[hyperlink agenda]* om een gesprek in te plannen.

Ik kijk er naar uit om te connecten!

Spreek je snel,
[jouw naam]

P.S. [Voeg hier een snel succesverhaal van een eerdere klant toe. Idealiter zou deze testimonial een bezwaar wegnemen.]