



ANDREA D'AGOSTINI

I SEGRETI DEL MARKETING CHE FUNZIONA

CREA PRESENTAZIONI ONLINE
CHE VENGANO INONDATE DI CLIENTI



Il Modello per Creare Presentazioni che Convertono

Il Principio è semplice.

Nel costruire presentazioni l'errore più comune è quello di cercare di offrire informazioni interessanti. Sfortunatamente il fornire informazioni non è sufficiente per creare vendite e conversioni.

Andiamo in ordine e costruiamo la nostra presentazione.

Come usare questa check list:

Leggi i vari step una volta, ci vorranno più o meno 10 minuti.

Quindi riparti da capo e questa volta comincia a prendere appunti usando lo spazio al di sotto delle varie sezioni.

Buon lavoro e buone vendite.

Le sezioni sono in questa sequenza per guidarti nella creazione.

#1 Presentati con "chi sei" e "che cosa fai".

Chi sei tu e di cosa ti occupi?

#2 Cosa impareranno da te?

In questo *webinar / presentazione*, *imparerete / scoprirete / vi rivelerò* come:

1. -----
2. -----
3. -----
4. -----



#3 Missione: Qual è la grande opportunità che vuoi che loro colgano e la missione di cui diventino parte?

Esempio di come presentare l'opportunità: "Non c'è mai stato un momento migliore nella storia per far crescere il tuo business e portarlo ad un livello nuovo! Questo è il momento di scoprire le vere strategie per costruire un marketing che converta davvero. La mia passione è quella di vedere business che si espandono e raggiungono nuovi livelli di prosperità. So che è anche il tuo scopo. È il tuo momento di creare un impatto più grande, raggiungere i tuoi scopi e innalzare le tue entrate."

#4 Quale problema risolverai?

La maggior parte dei business sono incatenati ad un marketing che non funziona, spendendo energia e tempo, senza ottenere i risultati di crescita che desiderano. Lo chiamiamo "Marketing Speriamo", un marketing incerto che nella maggioranza dei casi rappresenta solo un costo per l'azienda. Il mercato non perdona gli sprechi, lo sappiamo entrambi. Questo porta molti imprenditori a non avere lo stile di vita che desiderano.

#5 Come tenere il pubblico fino alla fine:

Al termine di questo *seminario / presentazione / chiamata, vi darò / riceverete...*

Dà loro qualcosa per rimanere fino alla fine, può essere un prodotto di informazione, può essere uno sconto, un libro, un catalogo. Qualcosa che possano ritenere interessante e che li tenga fino alla fine.



#6 Storia che possa catturare il tuo pubblico e renderlo consapevole del fatto che tu comprendi dove loro si trovano e puoi davvero aiutarli.

Tutte le storie di successo hanno queste componenti:

- a. **La chiamata:** quando hai sentito la motivazione e la spinta a creare il tuo business? Cos'è successo che ti ha motivato e spinto in questa direzione?

- b. **La caduta:** Descrivi il momento più duro, mentre stavi confrontando il momento più difficile della tua vita.

- c. **Il viaggio:** Descrivi gli anni di lavoro in cui hai cercato e perfezionato il tuo lavoro fino a trovare la soluzione che ti ha cambiato la vita.

- d. **Il cambiamento:** descrivi il momento in cui hai scoperto qualcosa che ti ha cambiato la vita. Descrivi quel momento.

- e. **Risultati:** Quali risultati hai ottenuto?



f. **Risultati per altri:** Quali clienti hai potuto aiutare grazie al tuo viaggio con i tuoi prodotti e servizi?

#7 Successi: Scrivi alcuni esempi e storie di *persone / aziende* che hai aiutato con il tuo lavoro.

1. -----
2. -----
3. -----

#8 Insegna e dimostra:

Questo rappresenta circa il 50% della presentazione, ovvero la porzione più grande del tuo contenuto.

Puoi seguire due strategie:

1. Insegnare qualcosa che le persone non sanno (per esempio come costruire il tuo primo prodotto e cominciare il tuo business online).
2. Dimostrare che qualcosa che il tuo pubblico pensava di essere vero è in effetti falso e c'è un modo migliore (per esempio spiegare come le persone pensano che tutti i prodotti siano uguali e solo il prezzo conti e dimostrare come questo non sia vero).

Cosa insegnerai? Inserisci qui i punti principali:

1. -----
2. -----
3. -----
4. -----
5. -----



#9 Primo accenno alla vendita.

Se stai facendo una presentazione di un'ora e mezza, questo punto sarebbe al termine della prima ora.

Presenta quello che hai intenzione di offrire con una breve descrizione di pochi minuti (massimo 5):

#10 Chiamata all'azione

“Clicca il link per ottenere maggiori informazioni” oppure “clicca il bottone qui sotto per accedere al programma con un grande sconto”, ecc.

#11 Cosa fare e cosa non fare.

Cose da fare: dagli alcuni esempi di cose che dovrebbero fare e che porterebbero loro risultati.

1. -----
2. -----
3. -----
4. -----
5. -----

Digli cose che devono smettere di fare, tipo: “smettila di cercare il prodotto meno costoso pensando che siano tutti uguali” oppure “smettila di spendere tempo e denaro cercando di scoprire da solo i segreti del marketing”.

1. -----
2. -----
3. -----



- 4. -----
- 5. -----

La Chiusura

#1 Seconda offerta.

Dì al tuo pubblico: “ho preparato qualcosa di speciale per voi, proprio un unico dato, che...”, oppure “voglio aiutarvi nel... (aspetto che andrai a migliorare)”.

Da qui passa alla presentazione degli specifici del tuo *programma / offerta / servizio*.

#2 Specifiche in relazione al *prodotto / servizio* che stai offrendo:

- a. La particolarità del tuo *prodotto / servizio*.
- b. Come avviene la consegna.
- c. Quali benefici ne scaturiranno.

Cerca di essere semplice e descrittivo, molto logico.

Vai per punti e tieni concetti semplici.



#3 Prezzo.

Crea un contrasto sul prezzo.

Per esempio: “Per lavorare con me, i miei clienti pagano centinaia di migliaia di euro ed il lavoro che faccio con loro segue esattamente questa struttura. Ma quest’oggi non sarà così per te, non dovrai pagare centinaia di migliaia di euro, invece riceverai le informazioni che i miei clienti usano per creare una crescita esponenziale nei loro business”.

#4 Garantito.

Se puoi offrire una garanzia, questo è il momento di inserirla per eliminare obiezioni che possono venire dalla sensazione di “rischio”.

Garantire tutto, o in parte, il *servizio / prodotto*, è un modo per creare fiducia e mostrare l’impegno dell’azienda nell’offrire qualcosa di reale valore e la certezza della soddisfazione del cliente.

#5 Prezzo retail VS prezzo offerto nella presentazione.

Normalmente offriamo questo nome *servizio / prodotto* a “xyz”.



#6 Presentazione del prezzo vero.

Ma per voi oggi sarà invece “xyz”.

#7 Bonus / Occasioni speciali.

Cosa otterranno le persone che entrano in azione subito e colgono l'opportunità? Adesso devi mettere l'accento sull'entrare in azione immediatamente.

#8 Scarsità e velocità.

“Accettiamo solo 100 persone”, “abbiamo solo 50 prodotti rimasti”, “l'offerta è valida per le prossime due ore”.

#9 Saluto e chiudi con un'espressione che ti rappresenti.

(per esempio: “siamo insieme in questa avventura”, oppure “creiamo un nuovo futuro per tutti noi”, ecc.).



Bene! Sei arrivato al termine di questa check list!

Assegna del tempo per lavorare su questo progetto senza interruzioni. Concentrati e stacca il telefono, ecc.

Insomma, dacci dentro.

Sviluppare la tua storia è un processo fondamentale nel marketing ed oggi più che mai è quello che ispirerà il tuo target e genererà vera comunicazione.

La tua storia sei tu, è la tua forza ed è quello che ti rende vincente. Ogni storia ha momenti di debolezza, cadute e difficoltà.

Non nasconderle, fanno parte di quello che tu sei oggi e ti hanno reso forte.

Sviluppa la tua abilità nel raccontare la TUA storia ed i valori che hai sviluppato nel tuo percorso.

Ha portato incredibili risultati ai miei business ed alla mia vita e spero che sia lo stesso per te.

Andrea d'Agostini