

Specjalny raport o jednym z najskuteczniejszych sposobów promowania firmy.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie sprzedaży i promocji firmy.

Piotr Organista

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie
sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie sprzedaży i promocji firmy.

Copyrights © 2007 Piotr Organista

Zezwalam na swobodne kopiowanie i rozpowszechnianie tej publikacji.

Możesz dodawać tą publikację jako bonus do swoich produktów, newsletterów
e-zinów czy jakichkolwiek innych form elektronicznych publikacji.

Zabraniam przekształcania, publikowania w
fragmentach lub innej niż elektroniczna formie bez
mojej indywidualnej pisemnej zgody.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie
sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

„Szczerze Ci radzę od razu wydrukować cały raport, abyś nigdy nie zapomniał poprosić klienta o referencje.”

Piotr Organista

Właścicielu Małej Firmy

Jednym z najczęściej zapominanym i niedocenianym sposobem promocji własnej firmy są referencje. Wielu właścicieli firm nigdy nie prosi zadowolonych klientów aby napisali im co sądzą o wykonanej usłudze.

Co ciekawe to właśnie rekomendacje ludzi, często decydują o tym czy ktoś kupi właśnie u Ciebie.

Zauważ, że prosząc o referencje niczego nie ryzykujesz – najwyżej ich nie dostaniesz. Z moich doświadczeń wynika, że zadowoleni klienci w większości poproszeni o referencje dadzą Ci je. Wystarczy grzecznie poprosić.

Proście a dostaniecie

Po wykonaniu usługi ZAWSZE proś klienta o opinię na temat Twojej firmy. Bardzo rzadko zdarza się żeby zadowolony klient nie chciał napisać kilku ciepłych słów o tym jak mu pomogłeś.

Co ma zawierać opinia, aby dobrze sprzedawała?

Skuteczność referencji tkwi w szczegółach!

„Wasza firma jest wspaniała szczerze polecam wszystkim usługi Firmy Banan”
Monika D.

No cóż, choć to bardzo miłe słowa o firmie to nie przyczynią się do zwiększenia sprzedaży. Aby referencje były naprawdę dobre i zaczęły sprzedawać musisz skupić się na szczegółach.

Niezbędne będą szczegółowe dane osobowe. Imię i nazwisko i adres to już dużo ale jeszcze za mało, żeby Twoje referencje zaczęły sprzedawać. Za moment dowiesz się jakie dane zwiększają skuteczność referencji.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie
sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

Najpierw poproś klienta o uszczególnienie jego opinii, o jakości Twoich usług, wynikających z nich korzyści czy komunikacji w firmie. Najlepiej by było gdyby klient sam opisał jakiś konkretny problem, który Twoja firma pomogła mu rozwiązać i w jaki sposób to zrobiła.

Zapytaj się:

- co najbardziej mu podobało się w wykonanej usłudze,
- jak zmieniło się jego życie/biznes dzięki użyciu Twojego produktu,
- czy termin realizacji był dla klienta zadowalający (czy firma wykonała wszystko na czas),
- zapytaj się o komunikacje z Twoją firmą, czy klient nie miał problemów z ustaleniem wszystkich szczegółów,
- Jak wykorzystał wiedzę/produkt w życiu codziennym i dzięki temu zyskał.

Pytaj konkretnie co zyskał jego biznes dzięki Twoim usługom?

„Jak ludzie postrzegają Twój ogród po przebudowie oczka wodnego?”

„Czego nauczyłeś się z tej książki?”

Dzięki temu, osoba czytająca referencje, jeżeli ma taki sam problem (jak opisany w referencjach) nabiera do Ciebie zaufania. Klient będzie myślał „Firma ma doświadczenie, dokładnie takiej pomocy potrzebuje”

Referencje dotyczące komunikacji z firmą.

„Najbardziej jestem zadowolony ze sposobu komunikacji z firmą Banan, zawsze kiedy dzwoniłem do ich biura był ktoś kompetentny kto mógł mi udzielić rady. Odpowiedzi na maile przychodziły zawsze w ciągu 24 godzin.”

„Nigdy nie zdarzyło mi się aby personel z firmy Banan zostawił mnie na lodzie. Wszystko mi wytłumaczyli dzięki czemu wpadłem na kilka dodatkowych pomysłów które pozwoliły mi przyspieszyć rozwój firmy”

Pamiętaj, że największą wartość mają referencje, które mówią o konkretnych korzyściach wynikających z korzystania z Twoich usług. Im konkretniejsze i bardziej szczegółowe referencje dotyczące Twoich usług tym łatwiej jest uwierzyć klientowi w nie.

„Dzięki zastosowaniu sposobu reklamowania się firmy XYZ w ciągu miesiąca zyskailiśmy aż 37% więcej nowych klientów”

„Metoda, której nauczyłem się na Waszym szkoleniu, pozwoliła mi zwiększyć zysk ze sprzedaży aż o 15% w ciągu miesiąca. Dziękuję”

Kto to? Co to?

„Świetnie współpracuje się z Waszą firmą, ile razy coś się popsulo natychmiast zjawiali się Wasi technicy”

Anna Z. z Opola

„Świetnie współpracuje się z Waszą firmą, ile razy coś się popsulo natychmiast zjawiali się Wasi technicy”

Anna Zawadzińska dyrektor ds. produkcji
Firma „Banan”
www.Banan.pl

Która opinia jest wiarygodniejsza.?

Zgodzę się z Tobą, że druga:)

Aby referencje mogły być wiarygodne (a przez to lepiej sprzedawać) musisz mieć jak najwięcej danych osobowych osoby wystawiającej.

Pytaj o:

- imię nazwisko,
- adres WWW i email,
- a nawet numer telefonu.

Dzięki tym danym nikt nie pomyśli, że referencje na stronie wystawiłeś sobie sam.

Pamiętaj!

Zawsze pytaj się czy, gdzie i jakie dane klienta, możesz publikować?. Pytaj klienta czy możesz pokazać jego dane osobowe wszędzie tam gdzie planujesz zamieścić jego referencje.

Inaczej osoba, która nie zgodziła się na wystawienie swoich danych, może zmienić się w bardzo niezadowolonego klienta i na pewno nie zapomni powiadomić o Twojej wpadce swoich znajomych.

Być może zdarzyło Ci się, że klient poprosił, żebyś to Ty napisał list referencyjny a on go tylko podpisze. W takiej sytuacji zrób wszystko, aby klient napisał jednak te referencje sam. W ostateczności możesz nawet zadzwonić do klienta i poprosić o kilka słów które Ty zapiszesz sobie na kartce. Dzięki temu będziesz miał wiarygodną opinię. A to jest najważniejsze.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

Najlepsze referencje to takie z pełnymi danymi osobowymi (imię nazwisko, miasto, profesja) oraz ze zdjęciem. Poproś o jak najbardziej szczegółowe dane

Czynniki, które podnoszą wiarygodność referencji:

Kilka sposobów na to, aby podnieść skuteczność i wiarygodność referencji.

- imię i nazwisko,
- dokładny adres albo chociaż miasto,
- podpis wystawiającego,
- adres strony WWW (najlepiej gdyby była z tej samej branży tak żeby klient mógł, utwierdzić się w przekonaniu że Twoja usługa jest właśnie dla niego)
- ręcznie napisana referencja (można ją umieścić na stronie po zeskanowaniu),
- zdjęcie wystawiającego,
- referencje napisane na papierze firmowym,
- referencje od znanych klientowi osób, ktokolwiek byle klient go kojarzył.

Jak zmotywować klientów, aby dali Ci referencje?

To proste

Ułatw im to.

Daj im coś za darmo. Obiecuj że po wysłaniu swojej opinii otrzymają 10% rabatu albo jakiś darmowy ebook, jakiś raport lub ciekawy artykuł. Cokolwiek co miało by wartość dla klienta.

Dawanie czegoś za darmo jest dobrym pomysłem, kiedy sprzedajesz masowo (książki, ciuchy)

Jeżeli wysyłasz list z podziękowaniem za dokonanie zakupu, poproś przy okazji o referencje (szczerze polecam Ci właśnie takie połączone działanie podziękowania i prośby o referencje)

Wyślij również zaadresowaną kopertę zwrotną z naklejonym już znaczkiem. Zwiększy to szanse na otrzymanie referencji.

Jednak, kiedy do każdego zlecenia podchodzisz indywidualnie traktuj swoich klientów specjalnie.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

Pojedź do nich, podziękuj za korzystanie z Twoich usług, powiedz że bardzo doceniasz to, że powierzyli Ci swoje pieniądze. Porozmawiaj z nimi jakie mają jeszcze problemy. Nawiąż bardziej osobisty kontakt z klientem. Dopiero potem poproś o referencje.

Napisz dokładnie gdzie chcesz aby wysłali swoją opinie. Pisz konkretnie aby nie zostawić żadnych wątpliwości.

Referencje proszę wysłać na email biuro@TwojaFirma.pl

A teraz wielkie pytanie.

Gdzie zamieścić referencje?

Załącz specjalną teczkę z referencjami (jeżeli napisano o Tobie w gazecie, również umieść artykuł w tej tece). Pokazuj ją wszystkim potencjalnemu klientowi. Przekaż klientom, że zaufało Ci już wiele osób. Pokaż im, że Twoi klienci są zadowoleni ze współpracy z Tobą.

Zaprezentuj je w widocznym miejscu na swojej stronie. Tak aby każdy kto na nią wejdzie mógł natychmiast odnaleźć referencjami. Najlepiej po prostu stwórz osoby odnośnik Referencje.

Możesz również wstawić je do swoich ulotek i innych materiałów reklamowych.

Strzałem w dziesiątkę jest wstawienie opinii o produkcie/usłudze w ofertę, która ma sprzedawać/zachęcać do zapisania się na biuletyn. Nawet najlepszy copywriter nie stworzy tak przekonującego do zakupu tekstu, jak zadowolony klient.

Jak mają wyglądać referencje?

Pamiętaj referencje muszą być widoczne. Bardziej widoczne niż inne elementy na stronie. Zawsze staraj się aby klient widział to co ty chcesz aby zobaczył.

Oto kilka sposobów na wyróżnienie referencji.

Możesz podkreślić/pogrubić Twoim zdaniem największe korzyści płynące z Twoich usług.

| |
|--|
| " Jakość i terminowość usług świadczonych przez firmę Mała Reklama zawsze robiły na mnie ogromne wrażenie." |
|--|

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

Możesz też pochylić cały tekst, dzięki czemu będzie się wyróżniał z reszty tekstu.

Od 10 lat zajmujemy się Tworzeniem stron WWW mamy ponad 200 zadowolonych klientów. Każdego dnia pomagamy im promować i rozwijać swój biznes. Dbamy, aby byli zadowoleni z naszych usług.

*"Jakość i terminowość usług świadczonych przez firmę
Mała Reklama zawsze robiły na mnie ogromne wrażenie."*

Zamawiając naszą usługę otwieracie przed sobą nowe horyzonty i możliwości.

Możesz zmienić również kolor czcionki co skutecznie odróżni referencje od reszty tekstu oferty. Możesz zmienić samą czcionkę na inną.

Od 10 lat zajmujemy się Tworzeniem stron WWW mamy ponad 200 zadowolonych klientów. Każdego dnia pomagamy im promować i rozwijać swój biznes. Dbamy, aby byli zadowoleni z naszych usług.

"Jakość i terminowość usług świadczonych przez firmę
Mała Reklama zawsze robiły na mnie ogromne wrażenie."

Zamawiając naszą usługę otwieracie przed sobą nowe horyzonty i możliwości.

Możesz oprawić referencje w ramkę i wypełnij tło jakimś kolorem. Wtedy masz dodatkową gwarancję, że prawie każdy je przeczyta. Uważaj jednak aby tło nie zlewało się z tekstem, albo nie przeszkadzało czytać.

Od 10 lat zajmujemy się Tworzeniem stron WWW mamy ponad 200 zadowolonych klientów. Każdego dnia pomagamy im promować i rozwijać swój biznes. Dbamy, aby byli zadowoleni z naszych usług.

**"Jakość tłumaczeń i terminowość usług świadczonych przez firmę
Mała Reklama zawsze robiły na mnie ogromne wrażenie."**

Zamawiając naszą usługę otwieracie przed sobą nowe horyzonty i możliwości.

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

Darmowy **BONUS**

Kilka szablonów referencji, które możesz wysłać klientowi do podpisu. Jeżeli nie da się go przekonać, aby napisał je samemu.

"Jakość i terminowość usług świadczonych przez firmę _____ zawsze robiły na mnie ogromne wrażenie."

„_____ jest firmą należącą do nowej generacji firm usługowych w Polsce. Terminowość, jakość, jasna ocena zadań przedstawianych do wykonania składają się na profesjonalizm w najlepszym tego słowa znaczeniu."

"Jesteśmy bardzo zadowoleni z kilkuletniej współpracy z firmą _____, ponieważ usługi świadczone przez _____, są nie tylko wysokiej jakości, ale przede wszystkim wykonywane na uzgodniony termin, co w naszej pracy jest bardzo istotne."

"Dzięki rzetelnemu przygotowaniu, skrupulatności i dokładności usługi firmy _____ są nie warte pieniędzy które wydałem, ale także warte polecenia innym ludziom. Mam pewność, że usługi wykonywane przez _____ zostaną wykonane na czas i w nic nie będzie można im zarzucić. Od lat korzystamy z usług _____ przy realizacji największych i najważniejszych dla nas transakcji i przedsięwzięć. Dziękuję za to, że przyczyniacie się do mojego sukcesu."

Jak zmienić zwykłe referencje w wyjątkowo skuteczne, narzędzie
sprzedaży i promocji firmy?

Krótki poradnik jak zdobywać i publikować referencje.

„Najbardziej jestem zadowolony ze sposobu komunikacji z _____, zawsze kiedy dzwoniłem do ich biura był ktoś kompetentny kto mógł mi udzielić rady. Odpowiedzi na maile przychodziły zawsze w ciągu 24 godzin”

„Nigdy nie zdarzyło mi się aby personel z firmy _____ zostawił mnie na lodzie. Wszystko mi wytłumaczyli dzięki czemu wpadłem na kilka dodatkowych pomysłów które pozwoliły mi przyspieszyć rozwój firmy”

"_____ jest profesjonalnym, elastycznym i wiarygodnym partnerem, któremu można ze spokojem powierzyć najważniejsze zadania. Z usług firmy Pana _____ korzystam od początku obecności _____ na rynku."

"Przekazuję wyrazy uznania dla wysokich kwalifikacji firmy _____ gwarantujących jakość niełatwą do osiągnięcia ."