

כיצד מייצרים שיטת מכירות וסקריפטים מובנים שעובדים על טייס אוטומטי?

השיטה מתחלקת ל 4 נושאים עיקריים – כימיה, בירור צרכים, פתרון וסגירה.

1. שלב ראשון - כימיה – 40 אחוזים מהשיחה:

כיצד מייצרים כימיה:

- לייצר הזדהות (מציאת מכנה משותף – גם אני למדתי בבית ספר עגנון בנתניה, גם אח שלי עורך דין, גם אשתי מורה, איזה קטע, מגורים קרובים, חוויות עבר משותפות וכו').
- לחזור על דברי הלקוח – אז אני מבין שאת רוצה לרדת במשקל 5 קילו ולחטב את הגוף נכון? (למכור ללקוח דרך מה שהוא אמר).
- לתת לו לדבר רוב הזמן – 80-20 באמצעות שאלות ולהקשיב כדי להבין.
- לדבר כמה שיותר בטון שלו, בקצב דיבור שלו, אם אני יושב מולו, לחקות את שפת הגוף שלו.
- לשלוט על השיחה: אם באמצע השיחה הלקוח שואל אותי שאלה שמנסה להסיט אותי מהמסלול, לקחת את השליטה בחזרה. למשל אם הלקוח שואל: אז מה, ספר לי על מה אתם עושים? התשובה שלנו: בכיף, רק לפני שאשתף אותך במה אנחנו עושים, אתה מתאמן, לא מתאמן? מתי התאמנת לאחרונה? לקחת את המושכות של השיחה לידיים שלנו.
- לייצר ללקוח רצף של נכון – YES SET:

דוגמאות נוספות:

לקוח: "עזוב הכל, תן לי מחיר." תשובה: "בכיף אתן לך מחיר והכל, רק לפני זה אני רוצה לשאול אותך כמה שאלות לראות אם זה מתאים לך בכלל?"

2. שלב 2 - בירור צרכים – 30 אחוזים

- הכוונה היא לחשוף את הצרכים של הלקוח – ואת הכאבים שלו - כשמדובר בהנאה לפעולה התמקדות בכאב חזקה פי 2.5 מהתמקדות בעונג.

- שאלת שאלות: כדי לחשוף את הכאבים עלינו לשאול כמה שיותר שאלות עומק, שנבין מהם הצרכים האמיתיים שלו ומה באמת חשוב לו בזה.
- למכור ללקוח את מה שהוא בדיוק מחפש (לכן גם כשאנו עובדים לפי תסריט שיחה בנוי, עדיין בכל שיחה אנחנו נדבר קצת שונה).
- שאלה מצוינת ששמה את הלקוח בפוקוס עלינו, ושואמרים אותו אחרי שיצרנו כימיה, כשאנחנו רוצים לברר עליה את הצרכים שלה: ***אוקיי מעולה, רק חשוב לי לשאול אותך כמה שאלות קטנות כדי לבדוק אם זה מתאים בכלל לך (אם המקום שלנו מתאים לה).**

רצף של 12 שאלות אפשריות לבירור צרכים במהלך השיחה / הפגישה.

1. **מאיפה את? את מאזור הרצליה ?** (שנדע כמה זמן נסיעה יש לה עד אלינו) כן אני גרה בהרצליה. יפה איפה בהרצליה? בפולג. מגניב את ממש קרובה אלינו.
 *אם היא הייתה אומרת אני גרה בתל אביב (10-15 ק"מ מרחק), השאלה שלנו תהיה: ואת בטוחה שזה לא רחוק לך מידי להגיע אליו לאימונים? (ככה אנחנו מוודאים שאנחנו לא מבזבזים עליה את הזמן סתם), אם היא גרה 10 ק"מ ומעלה הסיכוי שבאמת תתמיד נמוך יחסית, לכן זו שאלה חשובה.
2. ***איך הגעת אלינו (אליי – מאמן אישי)?** שנדע מאיפה הגיע הלקוח (אתר, דרך חבר, ראה בפייסבוק וכו').
 לענות תשובות ענייניות בנוגע לדרך חשיפתה אלינו. לדוגמא:
 "מגניב, מי זאת החברה שהמליצה עלייך?" יונית. "וואי איזו אלופה היא. תשמעי יש לך חברה מדהימה, זכית" (גם מייצר כימיה).
3. **אז הגעת דרך הפייסבוק, יפה, מה עניין אותך שם?**
 תשובה: נראה שיש לכם אימונים מגניבים, הסרטון עשה לי חשק להגיע אליכם (כנ"ל גם אם מדובר במאמן אישי, שלקוח פנה אליו בעקבות פרסומים, השאלה מה עניין אותך תמיד רלוונטית).
4. **את מתאמנת/לא מתאמנת?**
 לבדוק מה מצב המתעניין, ואם התאמן בזמן עבר לשאול:
 "למה הפסקת להתאמן שם / את האימונים בכלל?" (היה משעמם, לא ראיתי תוצאות, עברתי דירה, לא אהבתי את המדריך/הרבה מדריכים התחלפו – בכל פיסת מידע אנחנו יכולים להשתמש לטובתנו).
 ואם עדיין מתאמן / מתאמנת יש לשאול:
 "אז למה ת מחפשת להחליף או לשנות פעילות?" (לשאול זאת בביטחון מלא ותשמעו תשובות שיעזרו לכם לצרף את הלקוח/ה ביתר קלות).

- 5. אוקיי, ומה חשוב לך? מה למעשה המטרה המרכזית? (כדי שנבין מה הכי חשוב ללקוח באופן כללי).**
- חשוב לי לרדת במשקל, להתחטב וסתם לשמור על כושר גופני.
- אז ככה נענה: "מגניב, אז כמו שאת אומרת לי, חשוב לך גם להתחטב, גם לרדת במשקל וגם לשפר סתם את הכושר הגופני קצת. (חזרה על דברי הלקוח/ה) וכמה את רוצה לרדת?" 5 קילו. *לפעמים הלקוח ינדב את המידע אוטומטית.
- 6. אגב, איך אורח החיים שלך? יושבני? כן, אני יושבת מלא. אני: מה את אומרת, ובמה את עוסקת (קצת לשבור את רצף השאלות)? רואת חשבון (עבודה יושבנית) – אני: אה אז את בטח יושבת מלא, אם כך אני מניח/ה שאת חייבת לחזק את חגורת הכתפיים ושרירי הגב התחתון נכון? (מוסיפים לה עוד צרכים – חיזוק שרירי הגב והכתפיים).**
- 7. ולמה את רוצה לרדת במשקל ולחזור לכושר גופני? כי אני מרגישה פדלאה ואני לא מרוצה מעצמי, ואני גם מרגישה חלשה וחסרת אנרגיות.**
- 8. אז אני מבין שאת מרגישה פדלאה וגם מרגישה חלשה וחסרת אנרגיות, נכון? (לחזור על דברי הלקוחה גם אם זה נשמע קצת חוצפה. חוצפה מראה על כנות).**
- 9. למה עוד את רוצה? כי אני רוצה להוכיח לעצמי שאני מסוגלת וכי אנחנו לא הופכים ליותר צעירים מיום ליום.**
- 10. וואלה... אז למה עד היום זה לא יצא (אם לא מתאמנת בכלל)? אתה יודע החיים דינאמיים, משפחה, ילדים, עניינים וגם אין זמן ומוטיבציה כשאתה כל הזמן עסוק.**
- 11. ונגיד עכשיו את מתחילה להתאמן, חוזרת לעניינים כמו שאומרים ועושה את זה גם באופן קבוע, איך זה ישפיע על החיים שלך? אהיה יותר מאושרת, ארגיש טוב, אסתכל על עצמי במראה בחיך. (מנוע העונג)**
- 12. עכשיו חשוב לי לשאול אותך: אם נגיד את לא חוזרת להתאמן עכשיו, ואת נשארת במקום שבו את נמצאת, איך זה ישפיע על החיים שלך? (לדבר בטון נמוך בשאלות כאב).**
- אני אהיה מתוסכלת, אני לא אוהב את עצמי, אני לא אוכל להגשים את עצמי, אני לא אוכל להרגיש חופשי עם עצמי.
- (מנוע הכאב – מחקרים מראים שחזק פי 2.5 ממנוע העונג – זה אומר אנשים יותר מחפשים להימנע מהכאב של מה יקרה אם לא אעשה ספורט, מאשר להשיג משהו כמו מטרה מסוימת).

*לא תמיד נצטרך לרדת לרזולוציות כאלו ולשאול לשאלות עומק. דבר זה עוזר אם אנחנו ממש רוצים לקלף את הלקוח.

דגש חשוב: לגרום ללקוח/ה לדמיין את מה שאנחנו רוצים. דוגמאות:

- נגיד ועכשיו את מתחילה להתאמן, מתמידה נהנית, מתקדמת, משיגה את המטרות שלך, מה הדבר הכי חשוב שתצרי להשיג?
- דמייני רגע שאת כבר מתאמנת, נהנית ומשיגה את התוצאות שאת רוצה, את מתמלאת במוטיבציה שעוזרת לך להתמיד באימונים. את מרגישה טוב עם עצמך כי את מעניקה לעצמך את הזמן שמגיע לך ומשקיעה בעצמך בדיוק כמו שאת רוצה. איך זה מרגיש? נשמע מגניב?
- דמייני סיטואציה שאת מתאמנת כבר חודש, את מרגישה טוב יותר, הגוף מתחזק, את כבר מתחילה לראות איך הגוף מתעצב ויחד עם התזונה שאת פועלת לפיה המשקל יורד. איזה כיף זה נשמע נכון?

3. שלב שלישי - פתרון – 20 אחוזים + סגירה – 10 אחוזים:

פתרון על סמך כל המידע שקיבלנו ממנה.

אוקיי, עכשיו תני לי לשתף אותך מה אנחנו עושים:

המטרה של הפתרון הוא לפתור ללקוחה את הבעיות שלה ושבמהלך הצגת הפתרון היא תבין זאת:

*יש לי סטודיו בוטיק לאימוני כושר מיוחדים, ממש על הטיילת (מצאו את המקום המגניב אליו הוא קרוב), ויש אצלו / אצלי מגוון סגנונות אימון. כל היופי שאנחנו מתאימים לך את האימונים אישית, כך שתהיה לך נחיתה רכה וצעד אחר צעד תוכלי להשיג את המטרות שלך (פתרון להשגת המטרות שלה וחזרה לכושר גופני)

*אחרי שכבר התחלת להתאמן אנחנו יושבים איתך ובונים ביחד לוו"ז אימונים שיתאים לל"ז האישי שלך וגם לרמת הכושר הגופני. חוץ מזה שזה גם מקום משפחתי, והרבה מהמתאמנים כאן הם חברים ומגיעים ביחד לאימונים. (פתרון לבעיית המוטיבציה).

*יחד עם זאת אנחנו עושים אחת לשבועיים שקילות והיקפים, כך שנוכל לאמוד את תהליך ההתקדמות גם אצלך (פתרון לתוצאות). בדיוק עכשיו משהי ירדה 10 ק"ג ב 3 חודשים מהפרוייקט שעשינו. יש לנו תכניות ירידה במשקל שיוצאות אחת לחודש. (משפטי הוכחה חברתית, מדבר איתה על סיפור הצלחה של מישהי - להראות לה שהשיטה עובדת).

*האימונים שלנו נחשבים כמגמה מובילה בעולם כיום בגלל התוצאות שהם נותנים, אנחנו פשוט אוהבים חדשנות (אם הלקוחה דיברה על זה שהיא מחפשת גיוון באימונים).

האימונים שאנחנו עושים מאוד מוכוונים מלכתחילה לחבר את המתאמנים אחד עם השני. אחד הדברים שאנחנו הכי אוהבים לראות ושקורה מלא זה שהם שומרות על קשר גם אחרי האימונים וממש נותנות אחת לשנייה מוטיבציה (מי שחשוב לה הקטע החברתי).

שאלה סופר חשובה – אחרי שפרסנו ללקוח/ה את הערך בשיחת טלפון, לעצור לרגע ולשאול: עד עכשיו נשמע טוב? (99.9 אחוז שהלקוחות יגידו לנו כן). שאלת חיבור בין הפתרון שלנו לבין הסגירה.

4. שלב רביעי - סגירה – גם אם זה בטלפון או פנים מול פנים:

לחתור תמיד לפגישה פרונטאלית או לאימון היכרות (מגדיל את הסיכויים בעשרות אחוזים מאשר טלפונית)

היה והלקוח מעוניין לשמוע מחירים בטלפון והוא ממש מתעקש אז אפשר להציג זאת כך:

יש לנו 3 סוגי מסלולים, מסלול 3 חודשים, 6 חודשים ושנה. טווח המחירים "בגדול" מתחיל מ-300 ₪ למנוי חודשי, אבל אשמח לפרוס זאת בפניך כשתגיע לאימון היכרות (ומיד לשלוף) – אז מתי נוח לך יותר? בקרים או ערבים? ואז להציג 2 אפשרויות בלבד: אז יש לי אפשרות ביום שני בשעה 19:00 בערב או רביעי ה-20:00, מה עדיף לך יותר? (בכדי שנוכל לכוון את הלקוח ולא הוא אותנו).

(להציג את המחיר הכי אטרקטיבי אבל לא לשים על זה פוקוס בכלל) במידה והלקוח לא מעוניין לתאם בשלב זה אימון היכרות או מפגש, יש להציג מבצע / הטבה של אפקט מחסור, לדוגמא: אגב, חשוב לי לעדכן כי יש לנו מבצע שווה על המנוי של ה-3 חודשים (לדוגמא). כרגע יש לי מבצע על המסלול של ה-3 חודשים במחיר 333 שקלים לחודש במקום 379 שקלים, שמסתיים עוד יומיים (אפקט המחסור) וללא דמי הרשמה, זה משהו שיכול להיות רלוונטי אלייך?

בזמן הסגירה מומלץ לדבר בקול סמכותי יותר, כלומר לדבר בטון קצת יותר נמוך שמשדר סמכותיות, כנ"ל בזמן שאנחנו עונים ללקוח על ההתלבטויות שלו ומבררים את הצרכים העמוקים שלו.

טכניקות שכנוע:

1. משפטי "זה לא ש":

אם לקוחה מתלבטת אם להירשם או לא:

אפשרות 1: הכל בסדר, זה לא שאני אומר לך להירשם עכשיו. את כבר תחליטי מתי הזמן הכי טוב בשבילך. אגב, אשמח שתעני לי בכנות, מה עוצר אותך?

- אפשרות 2:** הכל בסדר, תירשמי עכשיו/לא תירשמי עכשיו, את כבר תחליטי (משם להסיט את השיחה). חשוב לי רק לשאול אותך? נגיד ועכשיו השגת את המטרה, הגעת למשקל שאת רוצה, ואת אפילו מצליחה לשמור עליו בצורה נהדרת, איך זה ישפיע עלייך?
- אפשרות 3:** זה לא שאני אומר לך שאת יכולה ללכת על זה עכשיו, את כבר תחליטי מתי הזמן הכי טוב עבורך.
- אפשרות 4:** זה לא שאני אומר לך מה לעשות, אני רק אומר שאת יכולה לשלם עכשיו או בזמן שהכי נוח לך.

*חשוב להבין: הלקוח שלנו לא יקבל את המשפטים האלו אם לא ניצור איתו מספיק כימיה מכיוון שאלו משפטי שלילה (המוח לא יודע לקרוא לא).

משפטים לשימוש לפני סגירת עסקה:

- משפטי אז כל מה שנשאר עכשיו:

1. יופי מעולה, אז כל מה שנשאר עכשיו זה רק לממש לך את ההטבה וברוכה הבאה.
2. אז כל מה שנשאר עכשיו זה לקחת את פרטי האשראי כדי שנוכל לשריין לך את המבצע.
3. אז כל מה שנשאר לנו זה לצרף אותך למשפחה שלנו.
4. אז כל מה שאנחנו צריכים עכשיו זה רק את הפרטים שלך כדי שנוכל לאקטב לך את המנוי כבר עכשיו.

משפטי עבר, הווה ועתיד - להמחיש למתאמנת את זה שהיא כבר הצטרפה אלינו:

1. **אחרי שכבר הצטרפת אלינו**, את תרגישי מאימון לאימון איך הכושר הגופני **משתפר** ובקלות הגוף מתחזק לצד הצלחה יותר באימונים.
2. אחרי שאת מצטרפת ומאימון לאימון את **משיגה את התוצאות שאת רוצה**, את כבר תשימי לב איזה **כיף זה להתמיד בספורט** ואת כבר בעצמך תחכי לאימון הבא.

3. במהלך האימונים את כבר **תראי על עצמך** את התוצאות שאת רוצה לראות צעד אחר צעד לצד תזונה נכונה ומאוזנת יותר.

משפטי את נראית לי כמו:

1. את נראית לי כמו אחת **שיודעת מה היא רוצה מעצמה** (שתלנו לה שהיא אחת שיודעת מה היא רוצה מעצמה).
2. את נשמעת לי כמו אחת **שברגע שהיא עכשיו מחליטה, זהו נגמר** (שתלנו לה שהיא בחורה החלטית). *אפשר לקחת את המשפטים האלו למהלך השיחה.
3. את נראית / נשמעת לי כמו מישהי כשיש לה מטרות, אף אחד לא יעמוד בפניה, נכון?

דגשים לתמחור:

מומלץ ליצור 3 סוגים של מסלולים ולכוון את הלקוחות למסלול ספציפי. מומלץ שהמסלול השני יהיה מאוד אטרקטיבי (למשל: מסלול שנתי עולה 289, מסלול חצי שנתי 299 ומסלול 3 חודשים 379. מכאן אני מביא את הלקוח ללכת על המסלול החצי שנתי, שזה מה שאני רוצה כי הוא עולה כמעט כמו השנתי.

עבור מאמנים אישיים:

אופציה 1: "בד"כ אני לוקח לאימון אישי 200 שקלים, אבל בגלל שהגעת דרך אתי, המחיר שלך יהיה לפי 180 ש"ח. לתת ללקוח להרגיש שבאנו לקראתו. לתת לו להרגיש שהוא ניצח אותך ושהוא השיג את מה שהוא רצה – אופייני ללקוחות ישראלים.

כיצד עושים זאת?

1. יש להעלות את המחיר מלכתחילה כך שיהיה ניתן לסגור על המחיר שרצינו מלכתחילה.
2. אם רוצים לסגור על 180 שקלים לשיעור, יש להעלות את המחיר ל-200 ש"ח כדי שיהיה אפשר לעשות הנחה קטנה.
3. אם אם רוצים שהלקוחות בסטודיו ישלמו 299 שקלים לחודש, תעלו את המחיר אוטומטית ל 350 שקלים ותעשו עליו מבצע שמסתיים בעוד 3 ימים. אחרי שהמבצע יסתיים אפשר לעשות מבצע על מסלול אחר, העיקר לתת ללקוח להרגיש שהוא "לא יצא פראיר".

טיפ לסגירה טלפונית:

דווקא מתחילים מהפרטים הקלים: מה המייל שלך שנשלח את החשבונית? מה התז? מה ה 3 ספרות בגב הכרטיס? מה התוקף? מה המס' כרטיס?

מה קורה אחרי שסגרת עם הלקוח?

ממשיכים לדבר איתו עוד 2 דקות וסוגרים איתו את כל הקצוות (ייתכן מצב שאם סגרתם עסקה ולא המשכתם לדבר אחרי זה עוד טיפה עם הלקוח, הוא עשוי להתחרט, יכול לקרות).

מה אומרים ללקוח? ברוך הבא ל-X, עכשיו נקבע את האימונים לשבוע הבא, כמובן שחשוב לזכור כי כל מה שאתה הולך לעבור כאן זה תהליך, ומאימון לאימון אתה כבר תרגיש את ההתקדמות.

הולכת להיות שנה מדהימה ועשית את ההחלטה הכי טובה שיכולת עבור עצמך לכבוד השנה החדשה.

מיינדסט במכירות + התנגדויות:

לדעת לשאול את השאלות הנכונות לעצמנו – שאלות כמו:

- אם הלקוח לא קנה, במקום למה הוא לא קנה ממני, לשאול איך אני יכול להתחבר אליו יותר? מה הלקוח הכי יאהב בשירות שאני נותן, איך אני חושף יותר צרכים וכאבים בשיחה? איך אני נהנה מהשיחה?

- הדבר הכי חשוב הוא קודם כל להאמין במה שאתם מוכרים, במה שאתם עושים.
- האנשים קונים קודם כל בגלל האיש מאחורי הטלפון. כמה משפטים חשובים:

לקוח שמגלה התנגדות: בהרבה מקרים זה לקוח שרוצה לקנות הוא פשוט רוצה שניתן לו עוד סיבות טובות שיקנה, שניתן לו יותר ערך בשיחה. הרבה מההתנגדויות זה מסך עשן.

דוגמא להתנגדויות:

יקר לי... **תשובה:** יקר לך ביחס למה?

אני צריכה לחשוב על זה? **תשובה:** מעולה, גם אני אוהב לחשוב על דברים לפני שאני קונה, עכשיו בואי ספרי לי על מה את צריכה לחשוב? (לדבר בטון נמוך - גורם לנו להישמע סמכותיים).

אני לא יודעת אם זה מתאים לי. **תשובה:** מאיזו בחינה מתאים לך? שהאימונים קשים מידי כי לא נהייתי בהם. מה הכוונה לא נהייתי?

המטרה היא לפרק את ההתנגדות ולרדת עמוק יותר לשורש העניין – לנסות להעמיק בשאלות כדי שעם המידע שאספנו נוכל להעביר אותה לתדר חיובי ובחזרה למסלול המכירה.

גם בזמן הסגירה מומלץ לדבר בקול סמכותי יותר, כלומר לדבר בטון קצת יותר נמוך שמשדר סמכותיות, כנ"ל בזמן שאנחנו עונים ללקוח על ההתלבטויות שלו ומבררים את הצרכים העמוקים שלו.

6. YES SET – רצף משפטים שמסתיימים במילה נכון כשהמטרה היא שהלקוח יחזור אחריו ויגיד בעצמו את המילה "נכון"/"בטח/בוודאי/כן וכו':

רצף של הסכמות מצידו יחבר אותו אלינו הרבה יותר וכך יהיה יותר קל למכור לו (הוא מייצר מחויבות עבורו ברמה התת מודעת).

דוגמאות:

1. אני מבין שאת רוצה שהאימונים יהיו עבורך כחלק מאורח החיים, נכון? בטח
2. אני מבין שאת רוצה להתחטב ולרדת 3-4 קילו נכון? נכון
3. את בטח כבר יודעת, אנשים שעושים ספורט הם אנשים אנרגטיים יותר ביומיום, אני צודק? ברור

המטרה היא להגיד משפטים ש-99% הלקוח יגיד עליהם כן, סוג של משפטי הסכמה.

דגש קטן: תנו ללקוח גם להגיד לא פעם פעמיים במהלך השיחה, במיוחד בתחילת השיחה, כשהצרכים עדיין לא עלו. אנחנו רוצים שהלקוח יגיד לנו קצת לא כדי שאחרי זה הוא יוכל להגיד לנו הרבה כן.

5 שאלות עוצמה - סקריפט כדי להבין מי הלקוח שלנו – בתוך הסקריפט אני מכניס את כל השלבים, כאן נכנסת כל השיטה שלנו:

שאלה ראשונה: מאיפה את/ה? האם מאזורנו? (לדעת שהיא בטוח שלנו). הלקוחה: כן, גרה בהרצליה.

מצוין, איפה בהרצליה?

אני גרה בכפר שמריהו (קרוב מאוד אלינו).

התשובה: מגניב אנחנו ממש מטר ממך.

אם היא גרה קצת יותר רחוק אפשר להגיד: מגניב יש לנו לא מעט לקוחות משם (שתבין שאפשר להסתדר עם קצת מרחק).

דרך שאלות כמו "מאיפה את בהרצליה?", איפה את גרה, מאיפה את במקור? אפשר לייצר כימיה מצוינת (פתאום נגלה שלמדנו באותו בית ספר, גרים קרוב, אמא שלי הייתה המורה שלו, יש לנו מכרים משותפים וכו').

שאלה שנייה: איך הגעת אלינו?

הגעתי דרך פייסבוק.....

המטרה: לדעת איזה פרסום עובד – בין אם מהאתר האישי /פייסבוק/דרך חברה/מכר/מישהי שמתאמנת אצלכם וכו'.

שאלה שלישית: את מתאמנת/לא מתאמנת? שנדע מה הרקע.

"אני מתאמנת". יפה, איפה את מתאמנת? בסטודיו X.

ולמה את רוצה לעבור לכאן? (לשתול לה שהיא רוצה לעבור אלינו).

לקוח/ה: שמעתי עליכם הרבה דברים טובים, והתלהבתי מהסרטונים שלכם.

תשובה: וואו תודה רבה איזה כיף לשמוע.

- במידה ואינה מתאמנת – אני: באמת, כמה זמן לא התאמנת? 5 שנים. וואלה, למה לא התאמנת 5 שנים? אתה יודע החיים דינאמיים, ילדתי גם 2 ילדים בדרך, עסוקים.
- אני: יפה, הספקת הרבה ב 5 שנים, מה זה 2 בנים, בת ובת? (קצת להתעניין).

- ומה הניע אותך לרצות לחזור עכשיו? למה דווקא עכשיו?
כי אני רוצה אוהבת את ההרגשה. כי דיי הגיעה הזמן לדאוג לעצמי/כי עליתי במשקל ואני רוצה להגיע למשקל שבו הייתי לפני הלידות/כי אני בטטת כורסא ואני רוצה לשנות זה את.

אני: אז אני מבין ממך שאת רוצה להגיע למשקל שהיית לפני הלידות, שהגיע הזמן לדאוג לעצמך וגם נמאס לך להיות בטטת כורסא, נכון? (זה בסדר להשתמש בכנות ולהיות קצת חוצפן, כל עוד אנחנו חוזרים אחרי מה שהיא אמרה)

שאלה רביעית: ומה המטרה שלך כרגע? מה חשוב לך להשיג?

מה שכל אישה רוצה להשיג, חיטוב, לעצב את הגוף, אתה יודע. מעולה, ולמה חשוב בכללי לחטב ולעצב את הגוף? כי אני מרגישה שאני לא אוהבת את עצמי ואני רוצה להרגיש טוב יותר/ כי הג'ינסים לא עולים עליי יותר ואני חייבת שיעלו עליי, כי בא לי להרגיש צעירה יותר/כי בא לי להסתכל על עצמי ולהיות מבסוטי.

שאלה חמישית: מעולה, מוכנה שאשתף אותך בכמה מילים לגבי הפעילות שלנו?

ההסבר שלנו = הפתרון שלנו

כלומר הפתרון חייב להיות באותה נשימה עם הכאב שהיא רוצה לפתור ועם כל מה שמפריע לה בעצם.

טופס בניית סקריפט אישי ע"פ שאלות העוצמה וע"פ שיטת המכירות:

1. את מאזורנו?
 2. איך הגעת אלינו?
 3. מתאמנת, לא מתאמנת?
 4. ומה המטרה שלך כרגע, מה חשוב לך להשיג?
 5. מוכנה שאשתף אותך לגבי הפעילות שלנו (כאן הם תכתבו בדיוק מה הם עושים, מה העסק שלהם עושה בהתאם לצרכים של הלקוח).
- דגש חשוב: קחו רעיונות מהשאלות של כל שלב.