

# ПОЛНЫЙ СПИСОК ТРИГГЕРОВ ДЛЯ ПРОДАЖИ НА ВЕБИНАРЕ.

Эти мотивационные крючки помогут увеличить вам продажи в 2 раза.

# ТРИГГЕР

Это определённый посыл, который побуждает клиента на психологическом уровне совершить требуемое действие. С английского переводится как «спусковой крючок».

Триггеры помогают продавать на всех этапах продаж, начиная с рекламы, заканчивая вебинарами и подогревающими письмами.

На своих вебинарах «по-еврейски» я незаметно внедряю эти триггеры и они продают сами за меня мой продукт. О «Еврейских» продажах вы можете прочитать вот эту статью

<http://bfff.ru/ml/vash-pdf-polnyj-spisok-triggerov-dlya-prodazhi-na-vebinare-v-reklame-i-voronkax/>

# 1 ТРИГГЕР ДЕДЛАЙН

Это один из самых мощных мотиваторов в настоящий момент. Причем желательно ограничение по времени делать не на два и три дня, а несколько минут или часов, чтобы у людей не было времени задуматься над своим решением.

## 2 ТРИГГЕР ПОДАРКИ И БОНУСЫ

Сейчас все хуже и хуже работают скидки, а вот популярность дополнительных бонусов и подарков набирает обороты.

Внимание! Ни при каких обстоятельствах не давайте в качестве бонусов вещи, которые не относятся к вашей теме бизнеса: мобильники, ноутбуки и т.д.. Вы получите халявщиков и не свою целевую аудиторию.

# 3 ТРИГГЕР ВРЕМЕННАЯ СКИДКА

Скидки работают все хуже, но они еще на плаву, поэтому если у Вас нет качественных бонусов, то используйте хотя бы этот триггер.

# 4 ТРИГГЕР ГАРАНТИИ

Одна из самых базовых потребностей человека – это потребность в безопасности. Он должен чувствовать безопасность везде. И гарантии помогают эту потребность удовлетворить.

По сути, только 1 % клиентов возвращают деньги, но вот гарантии нужны всем, что бы было ощущение, что вдруг если что, то деньги можно вернуть.

# 5 ТРИГГЕР РЕЗУЛЬТАТИВНЫЕ КЕЙСЫ

Клиенту важно знать, что вы с ним не будете экспериментировать и уже помогли другим людям достигнуть результата в похожей проблеме.

Результативные кейсы доказывают вашу экспертность в той или иной теме и что вы имеете не только знания в области, о которой говорите, а еще и навыки в реальной жизни.



## 6 ТРИГГЕР ЗВЕЗДЫ ИЛИ ВЛИЯТЕЛЬНЫЕ ЛЮДИ РЕКОМЕНДУЮТ ВАС

Не зря известные блогеры и лидеры мнений так дорого берут за рекомендацию специалистов. Их фанаты прислушиваются к любым их советам.

У человека в подсознании существует программа, что люди, которых они видят ежедневно по телевизору в интернете знакомые им людям и автоматически доверяют им. А фанаты готовы подражать.

Поэтому если вы обзаведетесь рекомендацией публичной личности, вам будет огромный плюс в кармане: «Если у него даже.... Купил, то мне это точно нужно!»



# 7 ТРИГГЕР ОТЗЫВЫ

Отзывы это такой же результативный кейс, только он может не так органично отражать результаты. Порой отзывы пишутся на эмоциях и передают о большей части ваши отношения с клиентами или к клиентам.

# 8 ТРИГГЕР ПРИЧАСТНОСТЬ

Сравнительно недавно этот триггер открыл Джефф Уолкер. Когда человек каким-либо образом помогает вам создавать ваш бизнес, он чувствует себя причастным к нему и становится очень лояльным к вам и вашим услугам.

## 9 ТРИГГЕР АВТОРИТЕТ

Ваши услуги не купят, если вы не будете из себя что-то представлять. Ваш опыт и количество консультаций, вебинаров, тренингов очень важны для клиентов. Обязательно обозначьте, сколько лет вы занимаетесь вашей деятельностью.

# 10 ТРИГГЕР СОЦИАЛЬНОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО ОНЛАЙН

Очень хорошим триггером выступает реальное доказательство вашей компетентности в прямом эфире, а именно приглашение одного из ваших клиентов, который мог бы рассказать свой опыт взаимодействия с вами.

# 11 ТРИГГЕР РЕДКОСТЬ

Если ваша тема уникальна в своей природе и ее почти нигде не найдешь (при этом она, конечно, должна решать какую-то боль клиента) , то это будет отличным триггером для продажи продукта.

# 12 ТРИГГЕР ВИШЕНКА НА ТОРТЕ

Ничто так не интригует как тематический реальный подарок, который можно пощупать: талисман, амулет, дневник и т.д.

Например, если у вас эзотерическая тема денег, то вы можете придумать заряженные вами амулетки, которые будете высылать своим самым активным слушателям и преданным клиентам.

# 13 ТРИГГЕР ДОВЕРИЕ

Доверие – очень мощный фактор, подталкивающий к покупке. В эпоху личного бренда люди покупают в первую очередь, потому что доверяют вам, а только потом уже наслаиваются другие причины.

Ко мне часто приходят мои знакомые и просят об услугах, потому что знают, что я их не подведу.

Что выстраивает доверие с клиентом?

Искренность и юмор))



# 14 ТРИГГЕР АВТОПРОДЛЕНИЕ

Если у вас есть возможность создать клуб по интересам, длительный тренинг, то первые несколько дней или первый этап тренинга, участия в клубе вы можете сделать абсолютно бесплатными.

Человек втянется в ваш продукт и захочет получить больше. Тем самым купив его.

# 15 ТРИГГЕР ЗАБОТА

Люди любят, когда о них заботятся. Поэтому спросите как у них дела, подарите им подарки от души и люди в ответ захотят быть вашим клиентом.

# 16 ТРИГГЕР СЕКРЕТ

Секрет или интрига часто являются сильным мотивационным толчком к покупке. Дайте клиенту понимание, что будет на вашем платном продукте, но обозначьте, что они получат что-то секретное и необычное в дополнение, чего помогает достичь того или иного результата.

# 17 ТРИГГЕР ПРОСТОТА ЯЗЫКА

Не ругайтесь с клиентами на профессионализмах. Человек не поймет вас. Поговорите с ним на простом и доступном языке и вы расположите человека к себе и подтолкнете к покупке. Хотя бы потому, что объясните о чем речь))

# 18 ТРИГГЕР ПРОСТОТА ИСПОЛНЕНИЯ

На вебинаре принципиально важно понять слушателю, что все ваши практики или методы просты в исполнении. Поэтому дайте возможность человеку на вебинаре достичь результата с легкостью, что бы он не боялся идти дальше и не был демотивирован неудачей.

# 19 ТРИГГЕР ВАУ-ЭФФЕКТ

Если человек получит на вашем вебинаре инсайт, он точно купит ваш продукт, даже если у него сейчас нет денег. Это мощный мотиватор, который отбросит все сомнения слушателя. А вот как вы этого инсайта будете достигать – не знаю.

# 20 ТРИГГЕР ПЕРСПЕКТИВА

Расскажите клиенту о том, что ждет его через год, если он купит ваш продукт.

Люди редко задумываются о том, что их ожидает, а уж тем более на год вперед. Вы им должны показать их будущее вместе с вами.



# 21 ТРИГГЕР СТРАХ УХУДШЕНИЯ СИТУАЦИИ

Расскажите клиенту, что он потеряет, если не сделает первый шаг. Страх мощный триггер, отлично работает, но, порой, покупая под этим триггером, человек в будущем чувствует разочарование в покупке.

## 22 ТРИГГЕР МОТИВАЦИЯ

Об этом триггере не смысла говорить, он очевиден. Но иногда очевидные вещи упускаются из вида. Подбодрите клиента, скажите, что у него все получится, что вы в него верите. Расскажите ему, для чего он это делает и дайте наставление на будущее.

## 23 ТРИГГЕР ПОНИМАНИЕ ЧЁТКОГО ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ

Клиенту важно знать, что вы с ним не будете экспериментировать и уже помогли другим людям достигнуть результат в похожей проблеме.

Результативные кейсы доказывают вашу экспертность в той или иной теме и что вы имеете не только знания в области, о которой говорите, а еще и навыки в реальной жизни.

# 24 ТРИГГЕР САМОПРОГРАММИРОВАНИЕ

Если вы каким-либо образом смотивируете проговорить или прописать слушателя, зачем ему нужен ваш продукт, то это позволит ему самому уговорить себя его купить. Если вы читали Роберта Чалдини, то вы понимаете о чем речь))

# 25 ТРИГГЕР ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ

В каждом человеке есть социальные программы, которые плотно засели в голове. На предубеждениях можно хорошо мотивировать людей.

Если вы продаете тему «выйти замуж», то предубеждение, что женщина должна выйти замуж и родить детей до 30 отлично замотивирует вашу аудиторию немедленно действовать.

НО! Не говорите эти предубеждения напрямую, их нужно обыгрывать.

## 26 ТРИГГЕР ЛОГИКА

Логика не отменяется. Если вы используете все триггеры, но в вашем вебинаре нет логики, то продаж не будет, либо они будут исключительно эмоциональные и вы получите огромный процент отказов.

# 27 ТРИГГЕР СРАВНЕНИЕ УСЛУГ

Этот триггер работает и на бэкенде и при демонстрации презентации при продаже на вебинаре.

Вам нужно показать в сравнительной таблице, что делают ваши конкуренты, а что делаете вы. Не стоит переходить на личности))

Возьмите абстрактное часто встречающееся предложение от ваших конкурентов. Выпишите их основные пункты в предложении, а в другом столбце пропишите, вашу отстройку от этих пунктов.

Важно наглядно показать отличия, а не оговаривать их на словах.



# СЧАСТЛИВЫХ ВЕБИНАРОВ!

Обязательно внедряйте триггеры в свой бизнес и масштабируйте свои продажи. Обязательно прочитайте статью про «Еврейские» продажи на вебинарах:

<http://bfff.ru/ml/vash-pdf-polnyj-spisok-triggerov-dlya-prodazhi-na-vebinare-v-reklame-i-voronkax/>

Вот основные отличия «еврейской» системы продаж:

- вам не страшно продавать, потому как навязывания продукта нет,
- время для слушателей пролетает очень быстро вместе с вами,
- процесс ведения вебинара становится интересным и занимательным для вас, и для участников,
- продажи при такой системе увеличиваются на 20%,
- больше нет шаблонных стратегий и скучной истории говноуспеха,