

ANTES...

Antes de usar o produto, eu era uma pessoa
que...

DEPOIS...

Aí um dia eu experimentei esse produto e, depois
de _____ eu percebi que...
(período de tempo)

FINAL...

ANTES...

“Antes de usar esse produto, eu era uma pessoa que tinha muita dificuldade para dormir porque era só deitar na cama e não parava de pensar”

DEPOIS...

“Aí, um dia eu experimentei esse produto e depois de umas duas noites de sono, eu percebi que...”

FINAL...

“Faz meses que eu venho dormindo bem e acordando super disposto.”

Coisas que você tentou (opcional)

...mas nada parecia fazer diferença.

Coisas que você tentou (opcional)

“... eu costumava tomar meio Rivotril, mas além dele ser tarja preta, ainda vicia e causa dependência.”

...mas nada parecia fazer diferença.

Público-alvo

Eu comercializo um produto para alguém
(pessoas, homens, mulheres, pais) que...

...como eu / ...como eu costumava ser / ...como
aconteceu comigo / ...como eu fiz

Público-alvo

Eu comercializo um produto para alguém
(pessoas, homens, mulheres, pais) que...

*“Eu comercializo produtos para pessoas que tem
dificuldade para dormir porque ficam com
pensamentos agitados quando deitam na cama...”*

...como eu / ...como eu costumava ser / ...como
aconteceu comigo / ...como eu fiz

Fórmula do seu script

Eu comercializo um produto para pessoas* que...

+ SEU PÚBLICO-ALVO

...como aconteceu comigo.*

+ SEU ANTES

+ COISAS QUE VOCÊ TENTOU (opcional)

mas nada parecia fazer diferença*.

Então eu tentei esse produto e depois ____ (período de tempo)

+ SEU DEPOIS

Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto assim?

“Eu comercializo produtos para pessoas que têm dificuldade para dormir porque ficam com pensamentos agitados quando deitam na cama, como eu costumava ficar.”

“Quando eu deitava, eu demorava pra pegar no sono porque ficava pensando em mil coisas... e, depois que dormia, acordava a toda hora com os pensamentos agitados e pensando muito nos problemas ou nas situações que eu teria que enfrentar no dia seguinte.”

“... aí, pra conseguir dormir, eu tomava meio Rivotril, mas eu estava ficando preocupado com os efeitos colaterais porque, além dele causar dependência, depois de um tempo a gente tem que aumentar a dose pra continuar a fazer efeito.”

“Então eu experimentei esse produto e, quase que imediatamente, eu comecei a dormir como um bebê.”

“Agora eu acordo uma ou outra vez para me virar mas sem aquela agitação de pensamentos e volto a dormir instantaneamente”

“Já tem uns 4 meses que eu durmo super bem... e a melhor parte é que agora eu levanto super disposto e o meu dia seguinte rende que é uma beleza.”

Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto como esse?

Fórmula do seu script

Eu comercializo um produto para pessoas* que...

+ SEU PÚBLICO-ALVO

...como aconteceu comigo.*

+ SEU ANTES

+ COISAS QUE VOCÊ TENTOU (opcional)

mas nada parecia fazer diferença*.

Então eu tentei esse produto e depois ____ (período de tempo)

+ SEU DEPOIS

Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto assim?

Fórmula do seu script

“Eu comercializo um produto...”

Diz para o consumidor, logo de cara, que você comercializa o produto que você está prestes a descrever.

Antecipar-se sobre o fato de você ser um vendedor preserva sua credibilidade.

Fórmula do seu script

Segmento de mercado “Quem”

O 'quem' (*“para alguém que”, “para pessoas que”, “para homens que”, etc...*) diz ao consumidor que o seu produto não é para todos.

Isso mantém a atenção dele porque a mente dele automaticamente se pergunta se serve para ele ou para quem poderia ser.

Fórmula do seu script

Segmento de mercado “Público-alvo”

Esse é o tipo de público que você resolveu procurar e com o qual seu prospect pode se identificar.

Pessoas com problemas de insônia, sobrepeso, ansiedade, etc.

Fórmula do seu script

“como eu” (ou qualquer variação)

Informa que você é um membro desse segmento de mercado e isso o aproxima do seu prospect.

Além disso, reforça sua imagem de consultor com experiência pessoal.

Fórmula do seu script

Seu “ANTES”

Esta é a parte que toca o consumidor. Ela o relembra de suas próprias dores, suas próprias necessidades e problemas,

Ou faz com que pense em alguém que ele conhece que tem/teve uma experiência similar.

Sua dor pessoal ajuda a estabelecer rapport instantaneamente, mesmo com pessoas totalmente desconhecidas.

Fórmula do seu script

Coisas que você tentou

Mostra que você é um consumidor experiente.

Além disso, deixa subentendido que, se seu prospect tentou os mesmos tipos de coisas, ele pode, agora, encontrar uma solução para o problema dele. Renova as esperanças.

Fórmula do seu script

Ponto de virada “mas nada parecia fazer diferença”

Explica porque você estava aberto a tentar outro produto.

Fórmula do seu script

EU TENTEI “Então eu tentei esse produto...”

Apresenta/introduz seu produto na conversa.

Fórmula do seu script

PRAZO “e depois de ... (ou dentro de) X tempo (dias, meses, etc)...”

Apresenta os fatos sobre seus resultados.

Se você experimentou resultados em alguns dias ou em menos de um mês, diga “dentro de alguns semanas” ou “quase imediatamente” em seu script.

Fórmula do seu script

RESULTADOS

Seus resultados, incluindo seu Final, apresenta os benefícios que eles podem imaginar para eles mesmos.

O que aconteceu com você pode fazê-los visualizar o que poderá acontecer com eles se eles usarem seu produto.

Você está descrevendo benefícios sem fazer promessas que não pode cumprir.

Fórmula do seu script

PERGUNTA FINAL

"Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto como esse?"

Este é o seu "fechamento". Você não pressiona a pessoa porque você não está pedindo para ela comprar.

Você está simplesmente perguntando se ela conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto como esse.

Se você tocou na dor dela, ela dirá: Sim, eu!

Dicas pra um bom script

1. Nada de palavras difíceis. Use uma linguagem que uma criança de 10 anos entenda;
2. Nada de papo de vendedor: tecnês, promessas, exagerações;
3. Evite generalismos. Use imagens.

Script reduzido

Eu comercializo um produto para pessoas* que...

+ SEU PÚBLICO-ALVO

...como aconteceu comigo.*

Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto assim?

Script reduzido

Eu comercializo um produto para pessoas* que...

“... têm dificuldade para dormir, como eu costumava ter.”

Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto assim?

DICA: limite seu público-alvo a, no máximo 19 palavras.

Scripts 1, 2 e 3

Quando alguém te diz: Sim...

1. O que é?

2. Será que funciona para mim?

3. Quanto custa?

Scripts 1, 2 e 3

1. O que é?

Lembre-se que você é um consultor e não um vendedor!

Descreva brevemente a natureza do produto e depois mencione o Nome do Produto. Não é o nome da empresa!

Você quer que seu prospect se concentre na DOR que vocês têm em comum então, nada de tecnês!

Scripts 1, 2 e 3

1. O que é?

“É um óleo essencial. Se chama Peppermint.

Você já ouviu falar dele?”

Script 1 – O que é?

É... (frase curta descrevendo o produto)

***É chamado de** (nome do produto)*

Você já ouviu falar dele?

“Não, nunca ouvi falar. Será que funciona para mim? (para meu filho?, etc).”

Script 2 – Será que funciona?

Esse script tem duas partes:

2A – não garantia (alegação)

*“Não, nunca ouvi falar. Será que funciona para mim?
(para meu filho?, etc).”*

*“Eu não sei se vai funcionar para você ou não, mas
e se funcionar?”*

*“E se funcionar para você do jeito que funcionou
para mim? Você gostaria de tentar?”*

Script 2 – Será que funciona?

Esse script tem duas partes:

2B – rapport

Se houver uma PAUSA na conversa por parte do cliente, fale:

*“Deixa eu te contar o que aconteceu comigo. Eu gostei tanto do produto que eu decidi **transformá-lo em um negócio** e disponibilizá-lo para outras pessoas. Assim elas podem tentar também. E é isso que estou fazendo.*

O que você acha? Você gostaria de experimentar e ver se funciona para você (da mesma forma que funcionou para mim)?”

Script 2 – Mais informações

Se a pessoa pedir mais informações, diga:

Ok, eu posso te enviar algumas informações e aí eu te ligo em alguns dias para ver se há interesse.

Caso contrário, se você não estiver realmente interessado, está tudo bem. Prometo que não vou chorar! (colocando humor na frase)

O que você quer que eu faça? Te envio algumas informações e te ligo em alguns dias? Ou deixamos quieto?

Script reduzido

Resposta completa usando **SEU ANTES + COISAS QUE VOCÊ TENTOU + SEUS RESULTADOS** (opcional)

(use essa estrutura quando você começar com o Script reduzido)

VOCÊ DISSE...

“Eu comercializo um produto para pessoas que...
... têm dificuldade para dormir, como eu costumava ter.
Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um
produto assim?”*

O CLIENTE RESPONDE...

*“Não, nunca ouvi falar. Será que funciona para mim?
(para meu filho?, etc).”*

Script reduzido

Resposta completa usando **SEU ANTES + COISAS QUE VOCÊ TENTOU + SEUS RESULTADOS** (opcional)

VOCÊ RESPONDE...

“Deixe-me contar o que aconteceu comigo.

Antes de ouvir falar deste produto, eu era uma pessoa que...

SEU ANTES + COISAS QUE VOCÊ TENTOU + SEUS RESULTADOS (opcional)

Na verdade, eu gostei tanto do produto que decidi transformá-lo em um negócio e disponibilizá-lo para outras pessoas. E é isso o que eu estou fazendo.

O que você acha? Você gostaria de experimentá-lo e ver se funciona para você (como funcionou para mim)?”

***“Deixe-me contar o que aconteceu comigo.
Antes de ouvir falar deste produto, eu era uma pessoa que...”***

“...demorava pra pegar no sono porque ficava pensando em mil coisas... e, depois que dormia, acordava a toda hora com os pensamentos agitados e pensando muito nos problemas ou nas situações que eu teria que enfrentar no dia seguinte.”(ANTES)

“... aí, pra conseguir dormir, eu tomava meio Rivotril, mas eu estava ficando preocupado com os efeitos colaterais.” (COISAS QUE TENTEI)

“Então eu experimentei esse produto e, quase que imediatamente, eu comecei a dormir como um bebê.”(RESULTADOS)

“Na verdade, eu gostei tanto do produto que decidi transformá-lo em um negócio e disponibilizá-lo para outras pessoas. E é isso o que eu estou fazendo.”

“O que você acha? Você gostaria de experimentá-lo e ver se funciona para você (como funcionou para mim)?”

Script 3 – Quanto custa?

Esse script tem quatro partes:

3A – Kits

3B – O que você fez

3C – Seu conselho surpresa

3D – Opção especial de preço

Script 3 – Quanto custa?

Esse script tem quatro partes:

3A – Kits

Opções:

- 1. Contraste de preços 15ml X 5ml*
- 2. Kit de introdução*
- 3. Outros Kits (Brasil Living)*

Script 3 – Quanto custa?

3A1 – Kits

RESPOSTA PARA Contraste de preços 15ml X 5ml

Depende. Deixa eu te dizer as opções. Um frasco de 15ml é normalmente bom para um mês. A empresa vende um frasco desses por \$_____.

E tem o frasco de 5ml que geralmente dura uns 10 dias. A empresa vende ele por \$_____.

Pergunta opcional:

Qual você acha que pode ser bom para você?

Script 3 – Quanto custa?

3A2 – Kits

RESPOSTA PARA Kit de introdução X Kit Brasil Living

Depende. Deixa eu te dizer as opções. A empresa tem dos tipos de Kit, dependendo do que você quer.

Eles têm um Kit de introdução e um Kit Brasil Living.

No Kit de introdução você recebe... (descrever os 3 óleos) que eles oferecem por \$ _____ (preço de varejo)

No Kit Brasil Living, você recebe _____ (descrever) que eles oferecem por \$ _____ (preço de varejo)

Pergunta opcional:

Qual você acha que pode ser bom para você?

Script 3 – Quanto custa?

3B – O que você fez

Em um tom amigável, diga o seguinte:

Deixa eu te dizer o que eu fiz. Quando eu comecei,

[Escolha A ou B, o que for verdadeiro para você]

A

Eu não tinha certeza sobre os produtos, então comecei com o frasco de 5ml. Aí quando eu vi os resultados eu passei para o frasco de 15ml.

B

Eu adorei tudo que vi, e peguei direto o frasco de 15ml. E não me arrependi!

Script 3 – Quanto custa?

3B – O que você fez

Em um tom amigável, diga o seguinte:

Deixa eu te dizer o que eu fiz. Quando eu comecei,

[Escolha A ou B, o que for verdadeiro para você]

A

Eu não tinha certeza sobre os produtos, então comecei com o Kit menor. Aí quando eu vi os resultados eu passei para o Kit maior.

B

Eu adorei tudo que vi, e peguei direto o Kit Brasil Living. E não me arrependi.

Script 3 – Quanto custa?

3C – Seu conselho surpresa

Independente da opção que você escolheu, surpreenda seu prospect. Proponha isso logo depois de dizer o que você fez.

“Talvez o Kit de introdução seja o melhor para você. Me diz como você usaria o produto e podemos ver se essa é a melhor opção.” (“*Talvez o frasco de 5ml seja o melhor...*”)

Faça perguntas que um conselheiro faria:

“Só você que usará o produto? Ou tem mais alguém?”

“Com que frequência você pretende usá-lo?”

Etc...

Script 3 – Quanto custa?

3D – Opção especial de preço

Ofereça para a pessoa fazer o cadastro de Cliente Preferencial.

Ok, ótimo. O preço que eu te dei foi de varejo, que é o preço que a empresa dá quando você não é um membro. Tem também a opção de preço de atacado para membros.

Funciona assim... você faz um cadastro de Cliente Preferencial, uma única vez, por R\$ 90. Aí todas as suas compras vem com 25% de desconto inclusive essa primeira.

Esse kit de apresentação sai de R\$ 125 por R\$ 94 e, além disso, nas próximas compras, além do desconto, você ganha pontos que podem ser trocados por produtos grátis.

Isso é o que eu faço para obter o melhor preço. Você gostaria de fazer isso também pelo preço especial, ou gostaria do preço de varejo?

Próximos passos...

1. Faça seu Script 'normal', script reduzido e scripts de resposta 1, 2 e 3.

Escreva-os em um caderno ou imprima-os em uma folha.

2. Leia-os em voz alta pelo menos 7 vezes por dia durante 21 dias (memorize-os).

3. Pratique as frases mais importantes até que fiquem automáticas. Ex.: "Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto assim?"

100 clientes em 100 dias

- 1. Comece com sua lista quente.*
- 2. Passe para a lista fria*
- 3. Comércio local*
- 4. Vá para as redes sociais*

100 clientes em 100 dias

- 1. Comece com sua lista quente.*
- 2. Passe para a lista fria*
- 3. Pratique as frases mais importantes até que fiquem automáticas. Ex.: “Você conhece alguém que gostaria de saber sobre um produto assim?”*