

УДК 658.8
ББК 65.290-2
М60

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Милованов, Алексей Сергеевич.

М60 Большие продажи на вебинарах и выступлениях. Алгоритм успеха для блогеров, предпринимателей, экспертов / Алексей Милованов. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — 304 с. — (#БизнесНаставник).

ISBN 978-5-17-116427-0

Эта книга — максимально понятный самоучитель по современным техникам продаж. Автор, Алексей Милованов, популярный бизнес-тренер, научит, как увеличить доход и привлечь новых клиентов с помощью вебинаров и выступлений.

Выступления — стремительно развивающийся канал продаж для блогеров, предпринимателей, экспертов в любой области, который позволяет очень быстро вывести коммерческую деятельность в офлайне и интернете на совершенно новый уровень. Надо только знать, как сделать все правильно.

Продавайте свои товары, услуги, идеи, мнения на вебинарах или со сцены и вместе с аплодисментами и лайками получите большие продажи и новых клиентов!

Макет подготовлен редакцией
Мы в социальных сетях. Присоединяйтесь!
vk.com/prime_ast
instagram.com/prime.ast
facebook.com/praim.ast



ISBN 978-5-17-116427-0

© Милованов А., 2019
© Чернышев М.,
фотография на обложку, 2019
© ООО «Издательство АСТ», 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

От издателя12

Введение.

Продающие выступления — что это?14

Почему публичные выступления становятся все более популярными? ...14

Какие преимущества у данного канала продаж?16

Как внедрить продающие выступления в вашем бизнесе?18

Часть первая.

БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ

Что нужно знать, прежде чем проводить продающие выступления?20

Глава 1.

Уровни осознанности клиентов,

или Как перевести случайного слушателя в покупателя22

Уровни осознанности покупателей23

Инструменты продаж. Плюсы и минусы24

Глава 2.

Какие показатели необходимо считать для увеличения конверсии

выступлений?27

Ключевые показатели28

Глава 3.

Структура продающего выступления33

Как обычно люди готовятся к выступлению?33

Что получается в итоге?34

Основные признаки продающего выступления35

Глава 4.

Особенности офлайн-выступлений, или Когда отдать предпочтение семинарам?	39
В какой ситуации стоит отдать предпочтение выступлениям в офлайн-формате?	39
Плюсы выступлений в формате офлайн	41
Минусы выступлений в формате офлайн	43

Глава 5.

Особенности онлайн-выступлений, или Когда отдать предпочтение вебинарам?	46
В какой ситуации стоит отдать предпочтение выступлениям в формате онлайн?	46
Плюсы выступлений в формате онлайн	48
Минусы выступлений в формате онлайн	51

Часть вторая.**ПОДГОТОВКА К ПРОДАЮЩЕМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ.**

Какие инструменты повышают конверсию до старта выступления?	54
---	----

Глава 6.

Как выбрать актуальную тему продающего выступления?	56
Алгоритм выбора темы мероприятия	57

Глава 7.

Продающая самопрезентация от А до Я	62
Расскажите, как начинался ваш путь	63
Чего вы добьетесь за счет такой самопрезентации?	66

Глава 8.

Пошаговая инструкция подготовки контента для выступления	68
Как собрать контент: пошаговая инструкция	69

Глава 9.

Как подготовить слушателей к покупке еще до старта выступления? ...	74
Три инструмента, позволяющие «подогреть» участников до старта выступления и «склонить» к покупке	76

<i>Глава 10.</i>	
Как выбрать зал для продающего выступления	79
Правила подбора помещения для выступления	80
<i>Глава 11.</i>	
Как подготовить зал, чтобы увеличить конверсию выступления?	85
Десять инструментов для подготовки зала	85
<i>Глава 12.</i>	
Как выбрать и подготовить площадку для увеличения конверсии вебинара	91
«А как быть, если я провожу вебинар?»	91
<i>Глава 13.</i>	
Какие каналы трафика выбрать для привлечения аудитории?	96
Виды трафика и рекламные каналы	96
Как выбрать хорошего подрядчика?	
Обязательно проверьте исполнителей!	103
<i>Глава 14.</i>	
Как дизайн презентации влияет на конверсию выступления?	104
На какие показатели влияет дизайн презентации	104
Когда нужно переходить к разработке дизайна вашей презентации?	105
Требования к дизайну презентации	106
Как выбрать хорошего дизайнера?	107
<i>Глава 15.</i>	
Как подготовиться к продающему выступлению?	110
Основные шаги в подготовке к выступлению в порядке их приоритетности	111
<i>Глава 16.</i>	
Внешний вид спикера на выступлении	116
Как внешний вид спикера влияет на успешность выступления	116
О чем еще следует помнить при подборе внешнего вида?	118

Глава 17.

Что нужно подготовить до старта выступления, чтобы увеличить продажи?	120
Основные инструменты для офлайн-выступлений	120
Основные инструменты для онлайн-выступлений	125

Глава 18.

Ключевые роли администраторов и модераторов на продающих выступлениях	128
Почему вам необходимы администраторы?	129
Ключевые роли администраторов на выступлении	130
Что должен делать администратор (он же модератор), если предстоит выступить в онлайн-формате?	135

Часть третья.**ВСТУПИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ВЫСТУПЛЕНИЯ.**

Какие инструменты повышают конверсии на старте выступления?	140
--	-----

Глава 19.

Как войти в ресурсное состояние перед выступлением?	142
Направление первое. Работа с негативными причинами	142
Направление второе. Внедрение инструментов для входа в ресурсное состояние	146

Глава 20.

Что необходимо сделать на старте любого выступления?	151
Этапы начала презентации	151

Глава 21.

Как работать со сложными слушателями на выступлении?	158
Приемы, с помощью которых количество «плохих» ребят на ваших выступлениях станет минимальным	159

Глава 22.

Как заинтересовать аудиторию темой выступления?	166
Инструменты для создания интереса	167
На какие показатели влияет создание интереса?	169

Глава 23.
Как завоевать доверие аудитории на выступлении? 171
 Как создать доверие 171

Глава 24.
Как вовлекать аудиторию на выступлении и зачем это нужно? 178
 Основные инструменты вовлечения на офлайн-выступлениях 179
 Основные инструменты вовлечения на онлайн-выступлениях 185
 Почему важно соблюдать правила этики? 188

Глава 25.
Как продемонстрировать на выступлении экспертность? 190
 Основные инструменты демонстрации экспертности 191

Часть четвертая.

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ВЫСТУПЛЕНИЯ.

Какие инструменты повышают конверсию во время выступления? 198

Глава 26.
«Прививки» от возражений, или Как предотвратить возражения публики еще до продажи? 200
 Две стратегии для работы с возражениями 201
 Основные инструменты для работы с возражениями 202

Глава 27.
Как научить публику быстро принимать решения и зачем это нужно? .. 206
 Что делать, чтобы устоявшаяся модель поведения ваших клиентов не брала верх над их решением о покупке? 207

Глава 28.
Как в течение выступления создать доверие к продаваемой услуге или товару? 213
 Инструменты для увеличения доверия к продукту, который вы продаете 214

Глава 29.
Сторителлинг как инструмент продаж 219
 Как внедрить сторителлинг в ваше выступление? 220

<i>Глава 30.</i>	
Как лучше доносить контент до аудитории?	223
Три простых правила общения с аудиторией	224
<i>Глава 31.</i>	
Как создать ценность вашей услуги или товара на выступлении?	229
Инструменты для создания интереса, которые можно внедрить в ходе выступления	230
<i>Глава 32.</i>	
Как на выступлении отработать возражение «Нет денег».	
Совсем нет?	235
Простые способы увеличить шанс совершить продажу	237
<i>Глава 33.</i>	
Как продавать на выступлении, где запрещены продажи?	
Продажи без продаж!	241
Два типа выступлений	241
Инструменты продаж	242
Часть пятая.	
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ВЫСТУПЛЕНИЯ.	
Какие инструменты повышают конверсию в конце выступления?	248
<i>Глава 34.</i>	
Как сделать действительно ценное предложение (оффер) вашей аудитории?	250
Три принципа создания оффера	250
Как сделать действительно ценное предложение участникам ваших выступлений?	252
<i>Глава 35.</i>	
Какие триггеры увеличат конверсию ваших продающих выступлений .	259
Лучшие триггеры	260
<i>Глава 36.</i>	
Как увеличить средний чек на ваших выступлениях?	265
Ключевые инструменты для увеличения среднего чека	267

Глава 37.
Как удержать аудиторию в момент продаж? 272
 Способы, помогающие удержать аудиторию 273

Глава 38.
Как работать с возражениями публики в момент продаж? 279
 Как отвечать на вопросы аудитории? 281

Часть шестая.

ПОСТПРОДАЖИ.

Какие инструменты продаж применить после выступления?284

Глава 39.
Как лучше выстроить отношения с клиентами после выступления, чтобы получить оплаты и увеличить средний чек? 286
 Как собрать полную сумму от участников, сделавших предоплату? 287
 Как лояльные клиенты становятся идеальными 290
 Идеальные клиенты могут стать еще идеальнее 291

Глава 40.
Как сделать дополнительные продажи после выступления? 292
 Почему не все участники делают покупку на выступлении? 293
 Звонок: обратная связь плюс склонение к покупке 293
 Что делать с теми, кто зарегистрировался, но не пришел на ваше мероприятие? 294
 E-mail-рассылка, УТП и дополнительные касания 296

Заключение.

Как внедрить полученные знания? 298

ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Внаши дни успех в бизнесе и деловой сфере зависит в первую очередь от вашего умения продавать. Точнее от того, насколько вы владеете тонким и изящным искусством продаж.

Современного потребителя сложно чем-то удивить. И на большинстве рынков практически невозможно выделиться — есть буквально все! Предложить какой-то уникальный товар или услугу сегодня практически невозможно. Очень сложно найти свободную нишу для реализации своих бизнес-идей и правильно выбрать канал продаж для вашей продукции. Конкуренция такова, что успех вашей деятельности в меньшей степени зависит от того, **что** вы продаете, а в большей степени от того, **как** вы это делаете. Проще говоря, успех бизнеса напрямую зависит от вашего таланта продавца.

Благодаря этой книге вы разовьете в себе такой талант. Эта книга о продажах на выступлениях содержит в себе универсальные рекомендации для предпринимателя любого масштаба, а также для каждого, кто занят в сфере продаж. Ведь продажа на выступлениях — это обычная продажа со всеми ее атрибутами, только сжатая до пары часов, с коротким циклом сделки и почти мгновенным результатом.

Но, даже если вы пока не решились продавать публично (хотя уверены, эта книга вас скоро переубедит), здесь вы найдете советы, как:

- **правильно позиционировать свой продукт**, подчеркивая его уникальность;
- **позиционировать себя как эксперта**, которому хочется доверять и у которого хочется покупать;

- **грамотно выстраивать воронку продаж**, доводя едва заинтересовавшегося человека до покупки;
- **находить новых клиентов** и переводить их в постоянных покупателей;
- **увеличить средний чек** и заключать крупные сделки.

Каким бы бизнесом вы ни занимались, будь то торговля, туризм, строительство, консалтинг, медицина, образование, интернет-торговля, инфобизнес и пр., внедрив в свой бизнес инструменты и решения из этой книги, вы сможете значительно увеличить его эффективность.

ВВЕДЕНИЕ

Продающие выступления — что это?

Продающие выступления — это канал продаж, который в наши дни набирает огромную популярность! Все больше и больше предпринимателей используют публичные выступления для презентации и продаж своих продуктов — услуг, знаний, курсов, тренингов.

ПОЧЕМУ ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ СТАНОВЯТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМИ?

Представлю вам на выбор две ситуации. Прочитайте и определите, в каком случае вы купите охотнее и останетесь довольны?

Ситуация 1. Вы занимаетесь своими делами в офисе. Звонит телефон. На другом конце менеджер сходу начинает продавать лучший сервис, выгодное сотрудничество, качественный товар, лучшее на рынке решение (*нужное подчеркнуть*). Таких звонков вы получаете по пять в день, в ответ вежливо просите выслать коммерческое предложение на электронную почту и тут же забываете об этом звонке. Такие письма открывают лишь в 2% случаев...

Ситуация 2. Вы узнали, что сегодня проходит бесплатное мероприятие, где эксперт в вашей отрасли поделится опытом и расскажет о решении проблем сегмента вашего рынка. Уверен, что это интереснее, чем общение с менеджером по продажам. Ведь по окончании двухчасового семинара/вебинара вы узнаете о ситуации на рынке в целом, проблемах отрасли и в конце получите предложение о сотрудничестве с экспертом, причем на выгодных условиях. Конверсия таких выступлений достигает от 5 до 35 %.

Существует миф, что публичные выступления используются только в «избранных» сферах. В реальности все совершенно не так. Публичные выступления работают в большинстве направлений бизнеса!

Список сфер, в которых я успел поработать:

- IT (информационные технологии).
- Маркетинг.
- Дизайн.
- HR.
- Юридические услуги.
- Видео.
- Франчайзинг.
- Красота и здоровье.
- Туристический бизнес.
- Услуги для детей.