



Mejores prácticas, guiones y consejos para un seguimiento efectivo



Las dos cosas MÁS importantes para recordar

1

Para tener éxito en el mercado de venta directa, debes TENER UN SISTEMA DE SEGUIMIENTO.

Definición de seguimiento: Lo que TU haces para facilitar que tu contacto experimente la exposición a tu producto. Los seguimientos pueden tomar muchas formas, pero cada una debe hacer que tu contacto piense en su última exposición e impulsarlo hacia la próxima.

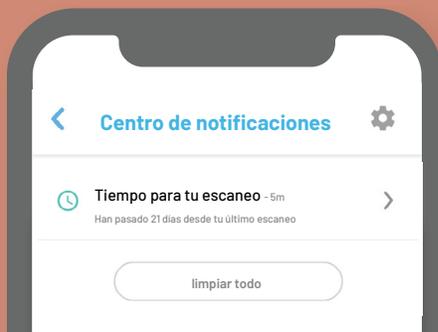
2

Tu cliente típico necesitará de 5 a 6 exposiciones a tu producto antes de que esté listo para tomar la decisión de comprar, registrarse o comprometerse de forma monetaria o a largo plazo.

Definición de una exposición: Cuando un contacto tiene algún tipo de experiencia con el producto o la idea del producto. Los tipos de exposición pueden incluir: obtener un escaneo, revisar el escaneo, videos, archivos PDF, artículos, clases, seminarios web, aprender de un experto, etc.

Funciones de seguimiento en la aplicación iTOVi:

¡La aplicación iTOVi le recordará a tus contactos que es tiempo de su próximo escaneo, después de 21 días sin escaneos! ¡Puedes trabajar esta ventana de 21 días en tu sistema de seguimiento y cosechar los beneficios!



Mejores prácticas para CADA seguimiento

- Varía tu enfoque! No siempre envíes mensajes de texto, llames o te reúnas en persona. ¡Mezcla las opciones para satisfacer las necesidades de tus clientes y manten las cosas interesantes!
- ¡Agenda siempre una cita con un día y hora específicos! Incluso para un mensaje de texto o una llamada telefónica.
- Mantenlo breve y efectivo.
- Solicita su retroalimentación/experiencia de su última exposición.
- Es mejor si ELLOS hablan más que tú.
- Al dar seguimiento a una exposición específica, es mejor primero hacer preguntas de "sí o no". "¿Tuviste la oportunidad de descargar la aplicación iTOVi/revisar tu informe de escaneo/leer lo que te envié/etc?"
- Luego has preguntas abiertas. "Entonces, ¿qué te gustó del informe del escaneo?"
- Si no han respondido a lo último que les invitaste a hacer, pregúntales CUÁNDO creen que podrían hacerlo. "Vaya ¿Aún no has descargado la aplicación iTOVi/visto el video/probado la muestra de aceite de lavanda? ¿Cuándo crees que te serías posible hacerlo?"
- Siempre establece un tiempo específico para la próxima exposición/seguimiento antes de cerrar la conversación. Cada exposición debe conducir a la siguiente: una cita de escaneo, un texto de seguimiento, etc.

¡4 formas diferentes de dar un seguimiento y obtener tus 5-6 exposiciones!



1. En persona

- Mantenerlo corto y bueno es especialmente importante para las interacciones en persona.
- Mantenlo casual y amistoso.

Reglas para dar muestras

Distribuye muestras estratégicamente, porque hacerlo indistintamente, se vuelve muy costoso muy rápido y no genera ganancias.

Si encuentras un buen candidato para una muestra, indícales que usen toda la muestra dentro de un tiempo determinado (es decir, dos semanas) y organiza un seguimiento específico con ellos.

Ejemplo:

“Esta muestra gratis es para ti. Pero me gustaría recuperar mi botella, lavarla y reutilizarla cuando hayas terminado. ¿Puedo recogerla en dos semanas? Escucharé hasta entonces, tus comentarios sobre tu experiencia con él”.

“¡Este producto es el mejor! Toma esta muestra: no necesito que me devuelvas la botella hasta dentro de unas semanas, así que úsala dentro de las próximas dos semanas y luego puedo recogerla. ¿El [insertar fecha] funciona bien para ti?”

** ¡Cualquier otro seguimiento que hagas, antes de recoger tu botella, puedes enfocarte en educarlos sobre cómo usar y beneficiarse mejor de su muestra!*



2. Llamadas

- Asegurarte de alentar a tu contacto a HABLAR más que tu, es muy importante para las llamadas telefónicas.
- Las llamadas telefónicas son una gran oportunidad para traer brevemente a un experto. Esto ayudará a impulsar tu (ethos) estilo personal y educar a tu contacto al mismo tiempo.

Ejemplo:

“¡Hola Julia! ¿Cómo vas? ¿Pudiste descargar la aplicación/leer el artículo/probar la muestra que te di?... ¡Impresionante! ¿Qué fue lo que te gustó de eso?... ¡Oh, eso me recuerda! Tengo un video/pdf/otro recurso que creo que le resultará útil/interesante. Si te lo envío, ¿cuándo crees que tendrás la oportunidad de revisarlo?... ¿Puedo llamarte el viernes para preguntarte si te gustó?”

“¡Hola Beto! ¿Cómo estás? ¡Que gran noticia! Tengo un amigo que ha estado haciendo escaneos iTOVi/entrenando a otros sobre cómo usar aceite de clavo/ [insertar calificación] durante años . Ella sabe mucho más que yo. Y ella dijo que estaría dispuesta a atender nuestra llamada y darnos algunos consejos de expertos. ¿Está bien si la traigo ahora?”



3. Texto

- Los mensajes de texto son buenos para dar seguimiento de invitaciones específicas de sí o no (descargar la aplicación, probar el producto, etc.), pedir un poco de retroalimentación y programar tu próximo seguimiento.
- Trate de medir qué tan cómodo se siente su contacto con los mensajes de texto, para que sepa cuánto o qué tan poco confiar en este método.

Ejemplo:



4. Correo electrónico

- En los correos electrónicos, poner tu PERSONALIDAD en ellos es importante. Nadie sigue leyendo (y mucho menos responde) un correo electrónico frío.
- Los correos electrónicos a menudo obtienen respuestas mucho más lentas que otras formas de seguimiento, así que trata de “preparar” a tu contacto para que participe plenamente contigo durante tu próximo seguimiento. “Tan pronto como termines [completar la invitación], asegúrate de anotar tus pensamientos antes de que los olvides. De esa manera, cuando hablemos, ¡podrás recordar lo que te llamó la atención!