

itovi[®]

Meilleures pratiques, scripts et astuces pour un suivi efficace



Les deux choses les plus importantes à retenir

1 Pour réussir dans le marketing de réseau, vous devez AVOIR UN SYSTÈME DE SUIVI.

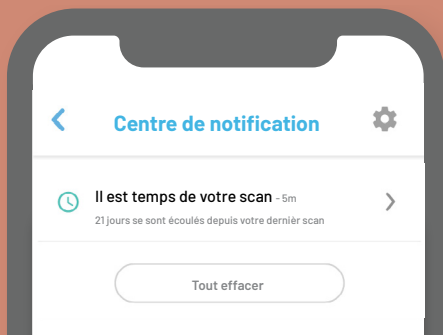
Définition d'un suivi : Ce que VOUS faites pour faciliter l'exposition de votre produit à votre prospect. Les suivis peuvent prendre plusieurs formes, mais chacun doit inciter votre prospect à réfléchir à sa dernière expérience avec votre produit et à le conduire vers la prochaine.

2 Votre client type aura besoin d'éprouver votre produit 5 à 6 fois avant d'être prêt à prendre la décision d'acheter, de s'inscrire ou de s'engager à long terme.

Définition d'une exposition : Lorsqu'une personne a une sorte d'expérience avec le produit ou l'idée du produit. Les exemples d'exposition peuvent inclure l'obtention d'un scan, la révision de son scan, des vidéos, des pdf, des articles, des cours, des webinaires, l'apprentissage d'un expert, etc.

l'option de suivi dans l'application iTOVi :

21 jours depuis leur dernier scan, l'application iTOVi rappellera à vos contacts qu'il est temps pour leur prochain scan! Vous pouvez intégrer cette fenêtre de 21 jours dans votre système de suivi et en profiter des résultats !



Meilleures pratiques pour CHAQUE suivi

- Variez votre approche ! Ne pas toujours envoyer de SMS, toujours appeler ou toujours se rencontrer en personne. Mélangez les choses pour répondre aux besoins de votre client et gardez les choses intéressantes !
- Fixez toujours un rendez-vous avec un jour et une heure précis ! Même pour un texto ou un appel téléphonique.
- Soyez bref et efficace.
- Demandez leurs commentaires/expérience de leur dernière exposition.
- C'est mieux s'ils parlent plus que vous.
- Lors du suivi d'une exposition spécifique, il est préférable de poser d'abord des questions « oui ou non ». "Avez-vous eu la chance de télécharger l'application iTOVi/regarder votre rapport d'analyse/lire ce que je vous ai envoyé/etc ?"
- Posez ensuite des questions ouvertes. « Alors, qu'est-ce qui vous a plu dans le rapport de scan? »
- S'ils n'ont pas donné suite à la dernière chose que vous les avez invité à faire, demandez-leur QUAND ils pensent pouvoir le faire. "Oh ? Vous n'avez pas encore téléchargé l'application iTOVi/regardé la vidéo/essayé l'échantillon d'huile de lavande ? Quand pensez-vous pouvoir le faire ?"
- Fixez toujours une heure précise pour la prochaine exposition/suivi avant de vous séparer. Chaque exposition doit déboucher sur la suivante : un rendez-vous d'examen, un texte de suivi, etc.

4 façons différentes de suivre et d'obtenir vos 5 à 6 expositions !



1. En personne

- Il est particulièrement important d'être bref et cordial pour les interactions en personne.
- Gardez-le décontracté et amical.

Règles de distribution des échantillons

Distribuez des échantillons de manière stratégique car les donner à n'importe qui devient très vite cher et inefficace.

Si vous trouvez un bon candidat pour un échantillon, demandez-lui d'utiliser l'ensemble de l'échantillon dans un certain délai (c'est-à-dire deux semaines) et organisez un suivi spécifique avec lui. *specific follow up with them.*

Exemple:

« Cet échantillon gratuit est pour vous. Mais j'aimerais récupérer ma fiole, la laver et la réutiliser quand vous aurez fini. Pourrais-je venir vous la chercher dans deux semaines ? J'obtiendrai alors vos commentaires sur votre expérience avec elle. »

« Ce produit est le meilleur ! Tenez, prenez cet échantillon - je n'aurai pas besoin de la bouteille avant deux semaines, alors utilisez-la dans les deux prochaines semaines et je pourrai ensuite la récupérer. Est-ce que [insérer la date] fonctionne bien ? »

** Tout autre suivi que vous effectuez, avant de récupérer votre fiole, peut se concentrer sur leur éducation sur la meilleure façon d'utiliser et de bénéficier de leur échantillon !*



2. Appels téléphoniques

- S'assurer d'encourager votre contact à **PARLER** plus que vous ne le faites est très important pour les appels téléphoniques.
- Les appels téléphoniques sont une excellente occasion de faire appel brièvement à un expert. Cela vous aidera à renforcer votre philosophie et à éduquer votre contact en même temps.

Exemple:

Hé Jeanne ! Comment ça va? Avez-vous pu télécharger l'application/lire cet article/essayer l'échantillon que je vous ai donné ?... Génial ! Qu'est-ce qui vous a plu ?... Oh, ça me rappelle ! J'ai une vidéo/pdf/autre ressource que je pense que vous trouverez utile/intéressant. Si je te l'envoie, quand tu penses avoir l'occasion de le regarder ?... Puis-je t'appeler vendredi pour te demander comment tu l'as aimé ?

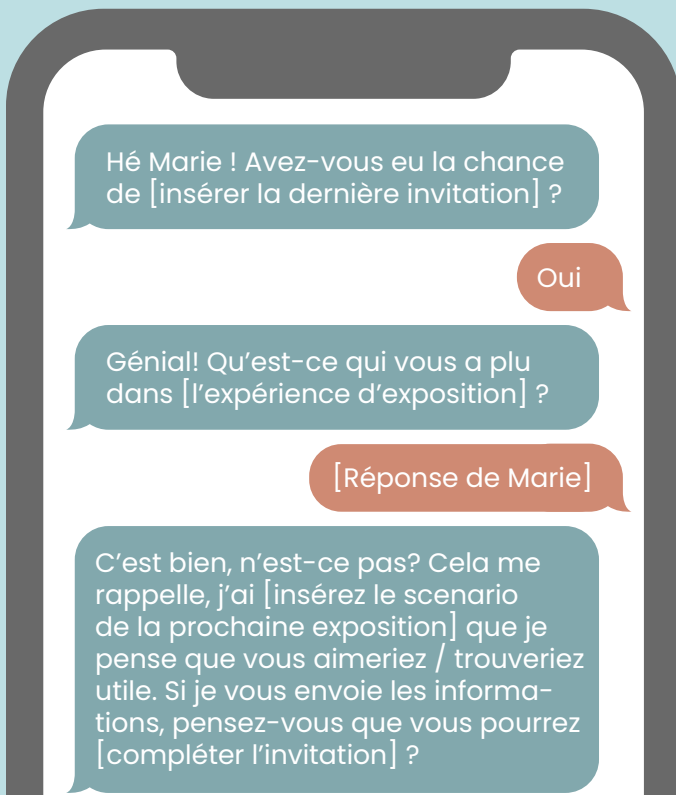
Coucou Jean ! Comment ça va? Bonne nouvelle! J'ai un ami qui fait des scans iTOVi et forme d'autres personnes sur la façon d'utiliser l'huile de clou de girofle / [insérer la qualification] depuis des années. Elle en sait bien plus que moi. Et elle a dit qu'elle serait prête à participer à notre appel et à nous donner des astuces. Est-ce que ça va si je l'invite à nous rejoindre maintenant ? »



3. Texte

- Les textes sont utiles pour donner suite à des invitations spécifiques, par oui ou par non (télécharger l'application, essayer le produit, etc.), demander un avis et arranger votre prochain suivi.
- Essayez d'évaluer la receptivité de votre prospect avec l'envoi de SMS, afin de savoir dans quelle mesure ou à quel point vous pouvez compter sur cette méthode.

Exemple:



4. Courriel

- Dans les courriels, il faut y mettre votre PERSONNALITÉ. Personne ne souhaite lire (et encore moins de répondre) un message bidon.
- Les e-mails obtiennent souvent des réponses beaucoup plus lentes que les autres formes de suivi, alors essayez de « préparer » votre prospect pour qu'il s'engage pleinement avec vous lors de votre prochain suivi. "Dès que vous avez terminé [l'invitation], assurez-vous de noter vos pensées avant de les oublier. Ainsi, lorsque nous parlerons, vous pourrez vous souvenir de ce qui vous a marqué !!"