Всегда есть выбор делать добро или приумножить грязь

Деньги это результат хороших поступков

Успех это не то сколько зароьатали, а то скольким людям помогли

Делай счастливым других и будешь счастлив сам

Источник информации должен быть доставерным

Для клиента связать что-то новое с уже знакомым

Опыт познания

Личный опыт

Логика

Опыт от высших сил

Складывалось счастье

Физика

Спорт еда,

Социальные

Базовые принципы психологии

Понимание мужской женской природы

Знание мужских женских обязанностей

Как воспитывать детей

КОГДА Я ОТКАЗЫВАЮСЬ ОТ СВОЕГО ЖЕЛАНИЯ, ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ ТАК, КАК Я ХОЧУ, Я СРАЗУ ЖЕ ПЕРЕСТАЮ СТРАДАТЬ».

Думать о клиентах

Иметь хорошие привычки

Бизнес – это решение проблем моей целевой аудитории! Бизнес – это возможность нести счастье клиентам!»

Кто показывает себя лучшим, – не заслуживает внимания. Клиент хочет знать: что я получу от тебя, чего я не получу от других

Очистить соц сеть от фото не правильных должна быть личность. Живые фотографии. Фото с лидерами мнений аудитории. Хороший имидж

Каждый ученик соревнуется не со всем классом, а с самим собой. У него одна задача: СЕГОДНЯ ПРИБЕЖАТЬ БЫСТРЕЙ, ЧЕМ ВЧЕРА!

Перенеси этот подход на себя, на свой бизнес, и это – гарантия успеха и постоянного роста!

Этапы становления первым в своей нише

1. Желание стать первым : Каждый может добиться огромных целей; единственное, что нам мешает – это границы в нашем подсознании

Границы нам устанавливают родители

И круг общения

Самоосознание

Давай сразу усвоим, что саморазвитие и самоосознание – это разные вещи! Самоосознание – это, в первую очередь, поиск себя настоящего. Об этом мы говорили в первом томе.

Мы говорили о том, что выход из матрицы начинается с ответа на вопрос: КТО Я?!

Хочешь изменить свою жизнь – осознай, КТО ТЫ?!

2. Поставить цель

3. Принять решение стать первым

4. Поднимай это и делай первые шаги

Позиционировать себя по другому. Пример я диетолог но не желаю что бы люди худели а исбовляю от шлаков тем самым они худеют

Реклама на правление целевую аудиторию в своём уровне пирамиды Маслоу

Зачем пытаться угадать, что зажигает моих клиентов или что у них за проблемы, если есть более простой и эффективный способ – спросить их!

Помни: проблемы и желания клиента всегда вытекают из потребности. Сначала есть потребность, потом появляется проблема или желание. Но если мы видим только проблему, а не видим потребности, которая толкает клиента, то можем не попасть в цель и потом поскуливать, что бизнес не прёт

Самый главный вопрос, который мы должны задать себе:

«А кто мне нравится? С кем я хочу работать? Кто те ребята, с которыми я готов пить чай и общаться?»

Как говорил Дейл Карнеги:

«Хоть я и люблю сливки с клубникой, но рыбу я ловлю на червяка».

Ловим мы наших клиентов на то, что нравится им, а не на то, что нравится нам.

Пишет мне парень – я хочу сделать так. Я говорю какая мне разница, чего ты хочешь. Если ты пишешь мне, то ты должен узнать, чего хочу я. Если ты хочешь получить от меня деньги, ты должен узнать, чего я хочу, и закрыть эту проблему. Решить её.

Как понять клиента

Боль – это то, что заставляет человека спрашивать о чем-то. Задавать конкретный вопрос:

• А как сделать это?

• А почему это вот так?

• А что нужно сделать, чтобы добиться вот этого?

• А зачем мне это?

• А где мне взять вот это?

Конкретный вопрос – как, почему, что, зачем, где:

• как получить клиента;

• какая соцсеть лучше;

• где купить кроссовки;

• что лучше одеть на вечеринку;

И реклама должна ответить на эти вопросы.

Если мы работаем в соцсетях, пишем посты, то мы должны:

1. Понять, кто наша целевая аудитория.

2. Прописать боли целевой аудитории.

3. Затем рассматриваем эти боли и решаем проблемы в посте.

Если у нас ценность – зарабатывать деньги, то надо говорить о себе. Если у нас ценность – служить человечеству, то надо вдвойне говорить о себе, чтобы наша помощь достигла максимального количества людей.

Как войти в доверие

Не оправдываться совершая ошибку

Попытки втянуть нас в дебаты и заставлять оправдываться необходимо вежливо, но твёрдо пресекать.

И очень важно подтверждать наши слова действиями. Всё то, о чем мы говорим другим, мы должны делать сами. Делай то, что говоришь и не говори того, что не делаешь!