

3 – SALES ENERGETICS

De ware reden waarom mensen kopen is niet zozeer jouw programma maar jouw ENERGIE.

Jouw programma is een manier waarop jouw klanten door jouw energie / frequentie kunnen opgetild worden.

Maak de tijdspanne waarin je potentiële klanten kunnen beslissen niet te lang: maximum 7 tot 10 dagen. Als je de mensen alle tijd geeft om erover na te denken, gaan ze ook alle tijd nemen en krijgt hun ego de kans om hun verlangen om JA te zeggen onderuit te halen.

4 overtuigingen die je naar je potentiële klanten dient over te brengen

1. Jij bent de beste persoon op aarde voor jouw ideale klanten (jouw 'tribe') om hen te helpen met dit specifieke probleem en hun verlangen te vervullen. Deze overtuiging moet jij jezelf helemaal eigen maken, er volledig van doordrongen zijn en tijdens de lancering en tijdens de verkoop naar je klanten communiceren. "Own it" en stop met jezelf te onderwaarden!
2. Jouw programma is de beste manier voor jouw ideale klanten om hun probleem op te lossen en hen te geven wat ze nodig hebben.
3. Jouw potentiële ideale klanten moeten geloven dat zij het kunnen waarmaken en resultaten kunnen behalen.

4. De ideale tijd voor jou en jouw ideale klanten is NU. Laat jouw potentiële klanten voelen dat NU de ideale moment is om in te stappen. Niet volgende maand, niet wanneer ze meer geld of meer tijd hebben, of wanneer de omstandigheden anders zijn.

Dit kan je aanmoedigen door externe factoren: vroegboekkorting, bonus, deuren sluiten, enz. Streef ernaar om mensen op dag 1 te laten inschrijven. Bied bv. een mooie bonus of korting voor snelle beslissers (binnen de 24 uur). Na jouw presentatie weet jouw potentiële klant al dat hij wil instappen of niet. Ondersteun hem/haar dan door zijn ego niet te kans te geven om hem eruit te praten.

Je kan ook op innerlijk vlak inspireren: spreek tot het potentieel van jouw klant want wachten kan een hoge prijs hebben. Wachten tot ze echt zeker zijn, meer geld hebben, er klaar voor zijn, enz. Iemand die telkens wacht om te beslissen zal alleen maar nieuw uitstelgedrag blijven creëren.

Telkens ze toegeven aan hun ego maken ze hun comfortzone kleiner, maken ze zichzelf klein en missen ze de kans om nu te evolueren. Telkens het ego wint, zal het de volgende keer alleen maar moeilijker zijn om het patroon te doorbreken.

Jouw essentiële mindset tijdens het verkopen

1. De eigenlijke verkoop is de beste manier waarop jij je klanten van dienst kan zijn.

Alles wat je vóór de verkoop doet (weggevers, tips, inspiratiegesprekken) geeft de klant de gelegenheid om zijn beperkende patronen te onderbreken, wat maar een gedeeltelijk of tijdelijk effect heeft. Het is de eigenlijke verkoop die pas voor ware transformatie en groei zal zorgen. Door te betalen geeft de klant zichzelf de toelating om te groeien, en dat geeft hem vleugels.

2. Onthecht je van het resultaat.

Tijdens een verkoopgesprek is het NIET jouw bedoeling om jouw potentiële klant te overtuigen om ja te zeggen. Als je probeert te pushen zal je alleen maar weerstand opwekken. Dat is geen aantrekkelijke energie.

Laat het jouw bedoeling zijn om jouw potentiële klant vanuit eigen beweging een krachtige keuze te laten maken voor een betere toekomst voor zichzelf, op welk vlak dan ook.

Je kan bv. zeggen: “We gaan verkennen wat je nodig hebt en waar je naartoe wilt, en op het einde van ons gesprek is het aan jou om te beslissen of je al dan niet met mij wilt samenwerken, en elke keuze is goed.”

Op deze manier stel je je potentiële klant gerust en creëer je een zuivere verbinding.

3. Je zal de juiste klanten nooit verliezen.

Zelfs al zeggen ze nu neen, ze kunnen later nog terugkomen.

Weet ook dat elke neen die je krijgt, een waardevolle les kan brengen.

Neem je dat persoonlijk op? Denk je dat jij niet goed genoeg bent?

4. Geef toelating aan je hogere zelf om het gesprek te leiden.

Zet jezelf (je ego) opzij en maak verbinding van hart tot hart, op zielsniveau.

Vooraleer je in gesprek gaat: grond en center jezelf, laat licht vanuit jouw hart naar het hart van je klant schijnen.

“Universum (God, Spirit), laat mij echt op een zuivere manier dienstbaar zijn voor deze mooie ziel”.

Energetisch omgaan met bezwaren van je klanten

▪ IK KAN HET NIET BETALEN

De energie die hieronder zit is “ik ben niet zoveel waard”.

Onderliggende angsten van de klant:

- Ik ben bang dat jij niet de juiste persoon bent om mij te helpen.
- Ik weet niet of dit het juiste programma is voor mij.
- Ik twijfel of ik er zal in slagen om de verandering te maken.

Vaak gaat het hier niet echt om het geld, maar misschien vertrouwt je klant jou niet helemaal, of heb je niet genoeg vertrouwen in jezelf.

Als dit bezwaar heel vaak voorkomt, ga naar binnen en check bij jezelf:

- Vind ik dat ik het waard ben om dit geld te ontvangen?
- Op welk vlak zet ik mezelf en mijn verlangens opzij?

- **IK DENK NIET DAT HET VOOR MIJ ZAL WERKEN**

De klant heeft een “alles overkomt mij” bewustzijn, neemt haar/zijn eigen leven niet in handen, heeft faalangst of zit in een slachtofferrol.

Help je klant dit patroon te (h)erkennen..

Onderliggende angsten van de klant:

- Ik ben bang om een foute keuze te maken.
- Zelf-sabotage

Vraag bv. “Wie laat jij jezelf niet toe om te zijn?”

of “Waar / waarom saboteer jij jezelf?”

- **IK HEB NIET GENOEG TIJD / DIT IS NIET HET JUISTE MOMENT**

Wat je klanten hier eigenlijk zeggen is dat ze hun eigen succes niet voorop stellen, dat er andere dingen of mensen belangrijker zijn. Ze wachten op betere omstandigheden.

Onderliggende angsten van de klant:

- Dit kan voor mij niet lukken wegens externe factoren (kids, werk, ...)
- Ik ben niet in staat om het nodige werk hiervoor te doen.

- **IK MOET EROVER NADENKEN / IK WIL HET MET MIJN PARTNER BESPREKEN**

Onderliggende angsten van de klant:

- Ik vertrouw mezelf niet.
- Ik ben bang om een verkeerde keuze te maken.

Vraag waarover ze precies moeten nadenken. Als ze het eerst met hun partner willen bespreken (toelating vragen), stel dan voor dat ze eerst zèlf beslissen en dan hun partner vragen om hen in hun keuze te ondersteunen.

- **IK KAN DIT WEL ALLEEN / HEB DIT PROGRAMMA NIET NODIG**

Dit zijn klanten die denken dat ze alles al weten, die niet openstaan om bij te leren, of zichzelf geen begeleiding gunnen. Ze zijn niet “teachable”.

Het leren overwinnen van deze verkoopsbezwaren zal geen garantie zijn voor succes als je bv zelf nog

- beperkende patronen rond geld hebt
- angst hebt om naar buiten te komen
- niet echt gelooft in jezelf of je programma

Als bepaalde bezwaren van je klanten vaak voorkomen, is het een reflectie van jouw eigen energie of (onbewuste) overtuigingen.

Belangrijke vragen die jij aan je potentiële klant kan stellen

Ga naar de essentie van wat ze echt willen. Wat is hun diepe verlangen?

- Waarom wil jij deze situatie ECHT veranderen?
- Waarom is dat zo belangrijk voor jou?
- Waarom NU?

Maak hen duidelijk dat het tijd is om te stoppen met zichzelf tegen te houden.

- Als deze situatie / dit probleem niet opgelost geraakt, welke impact heeft dit op jou op fysiek, emotioneel, mentaal, spiritueel vlak?