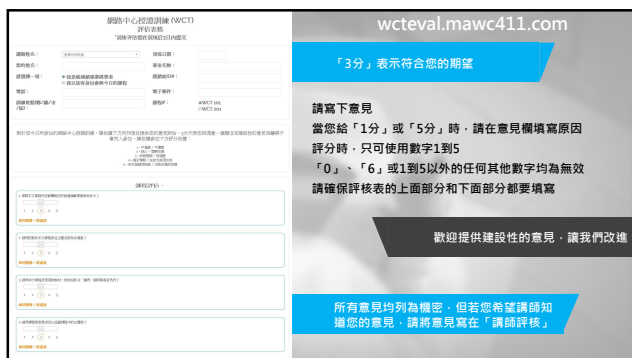




1



2



3

策略

- 目標修訂、每日工作程序、組織

市場研究

- 定性比較
- 產業研究

進階銷售

- 新的潛在名單
- 事業交流、陌生開發與推薦顧客
- 建立顧客消費類別

進階網路中心工具

- 報告 & 進階工具

事業建立

- 招募
- 指導實習生 & 網路中心經營者

4

策略

- 目標修訂
- 每日工作與工具應用
- 組織化

5

SMART的目標是可以實現的

明確的. 可衡量的. 可達成的. 切實的. 有時限的.

SPECIFIC. **M**EASURABLE. **A**CHIEVABLE. **R**EALISTIC. **T**IME-BOUND.

SMART目標
代表信念

信念
主導行動

行動
主導結果

6

策略計畫週

有計畫，才能完成！

決定
您想要的：生活、職業、學習、為自己留下值得紀念的回憶

決心
您的事業與網路中心目標，如何幫助您達成個人及家庭目標！

決心 & 評估
達成您的事業與網路中心目標的行動計畫

衡量
計算完成您的個人及家庭目標需要多少費用

做好準備
使用組織化的工具，正確執行讓您保持清楚且負責任的朝向目標邁進

7

過去您可能設定了一些目標

達成了嗎？

為什麼沒有達成？

您可以怎麼做，才更有機會完成目標？

8

發展事業的工具

在MAWC411.COM下載


30天全力衝刺

網路中心經營者自我評估
每季度

9

網路中心經營者自我評估表		
願景 您是否清楚了解行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 網路中心是否與您的業務目標一致? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的?	活動 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的?	結果 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」?
技能 您可以列出一項新的人選嗎? 您可以列出一項新的人選嗎? 您可以列出一項新的人選嗎? 您可以列出一項新的人選嗎? 您可以列出一項新的人選嗎?	活動 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的? 您是否清楚了解您的行銷計畫與網路中心的工作目標與目的?	結果 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」? 在每一個階段中，您分別獲得了多少個「否」?

10



您的行事曆

不論您是使用實體的行事曆、行動電話或平板電腦，您一定要隨身攜帶！

事先將GMTSS活動日期輸入行事曆（進行招募時，可向您的潛在客戶說明）

每週安排一個晚上展示計畫（家庭事業說明會、超連鎖® 專業說明會、線上研討會等）

特別標註出每天您花在網路中心潛在客戶上的時間（約15分鐘）

11



YOUTUBE
www.youtube.com/user/officialmawc

All In 當實競賽 特別來賓
美安集團網路中心事業發展總監 Jason Pelland

討論主題：零售定價的挑戰

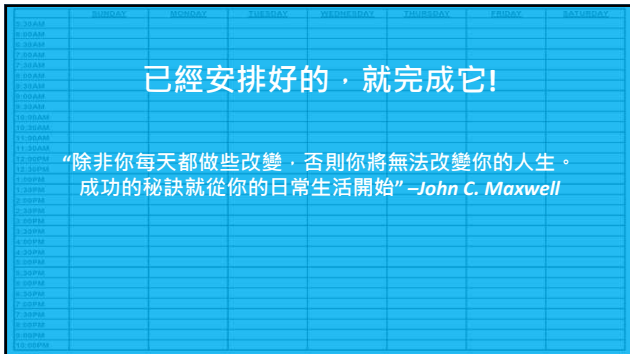
- 在定價期間，如何與業主利用數位行銷產品和數據
- 業主比較產品時，我們應該如何與業主討論
- Shopify v.s. Magento
- Amazon v.s. Shopify

提供網路中心經營者持續學習的專屬頻道

- 歷年競賽線上課程
- 線上學習

*限網路中心經營者使用，請勿提供顧客

12



13



14



15



16

有效的網站

- 品牌**
你的網站設計跟其他的行銷資料或你的廣告 & 行銷一致嗎?
- 正確的內容**
你的網站容易更新/有更新嗎?
- 使用者經驗**
訪客應該要你的網站呈現夠視覺化 & 容易使用嗎?
是手機友善版嗎?訪客可以跟你互動嗎?
- 觀眾**
你有針對不同訪客撰寫內容嗎?

17

為什麼這個網站比較好?

- 清楚的品牌介紹
- 容易閱讀的內容
- 高度視覺化 - 適用圖庫照片
- 響應式設計 - 絕佳的跨裝置使用體驗
- 互動式
- 提供現有顧客 & 潛在顧客資訊

18

為什麼這個網站比較好?



- 清楚的品牌介紹
- 容易閱讀的內容
- 圖片清楚的展示商品特色
- 響應式設計 - 絕佳的跨裝置使用體驗
- 互動式
- 購物體驗
- 提供購物者資訊

19

為什麼?

- 40%** 如果網站讀取時間太長 40%的人會離開
- 67%** 在行動裝置友善的網站 顧客購買機率提高
- 74%** 顧客較傾向再次造訪行動裝置友善的網站

DID YOU KNOW?

您知道嗎? 當您用手機在 Google 上搜尋某一個字時, Google 只會推薦適合手機瀏覽或響應式的網站

20

行動裝置很重要

80%的千禧世代無論日夜, 都帶著他們的智慧型手機

年齡在18-49歲的成年人, 有85%會在同一時間使用多種裝置

*Google, 2016

21



22



23



24

內容策略- 經營部落格

一般來說，相較於短篇內容，長篇內容可帶來8倍以上的頁面瀏覽數量、3倍以上的社群分享、以及9倍以上的名單。

相較於每周只有發表幾次文章的部落客，每天發表文章的部落客可達到57%以上較佳的成效。

在每周一早上11點發表文章，可以吸引較多的流量。在星期六早上9點後，可以獲得最多的評論。

相較於那些一個禮拜只發表4篇以內文章的公司，一個月發表16篇以上部落格文章的公司，可增加4.5倍以上的新名單

*HubSpot, 2017

25

網站架設

- 響應式網站
- 可完全客製化
- 維護簡易 / 拖放工具
- 登陸頁面、表格、收集名單
- 業主擁有完整的主控權
- 內容撰寫服務

26

8個網站的重要特色

1. 設計 良好的設計和功能	5. 快速聯絡 容易找到聯絡資訊
2. 使用者體驗 不只功能性，也要有使用者友善	6. 直覺性高 簡潔、國際化、呼籲採取行動
3. 響應式 手機友善與優化	7. 優化 以SEO為基礎所構建的網站
4. 關聯性 最新、及時和優質的內容	8. 社群 製作易於分享的內容

27



28

能見度 & 流量

在網路上，你可以在哪裡被找到？

你在搜尋引擎上的排名如何？

以你目前的既有顧客群，你的能見度如何？

你有什麼策略嗎？

29

手機搜尋

- 49% 的B2B研究者會在工作時，使用他們的手機裝置進行產品研究。(Google)
- 65% 的智慧型手機使用者在他們的手機上進行搜尋時，無論公司提供什麼樣的資訊，他們只找尋最相關的資訊。(Google)

30

本地 SEO

- 在進行本地搜尋的消費者中，有72%的人會造訪搜尋結果8公里以內的商家 (WordStream, 2016)
- 30%的手機搜尋結果會與某一個地點相關 (Google, 2016)
- 28%的搜尋，在最接近的結果中，會有成交的機會 (Google, 2016)
- 在本地搜尋的結果，有50%的手機使用者會在一天之內造訪商家 (Google, 2014)
- 78%的本地手機搜尋結果會帶來線下購買 (Search Engine Land, 2014)

*Hubspot

31

B2B 潛在對象

- 71%的B2B搜尋者，會以一般搜尋作為進行研究的開端 (Google, 2015)
- B2B搜尋者會進行平均12筆的搜尋後，才與特定品牌合作 (Google, 2014)
- 72%的行銷人員認為創作相關內容，才是最有效的SEO策略 (Ascend2)

32

搜尋優化

直接效益 SEO

- 頁面標題
- 頁面敘述
- 頁面關鍵字
- 相關性、新鮮內容**
(文字、圖片、影片)
- 有可信度的連結

間接效益 SEO

- 排名、評論
- 商譽、可信度、來源
- 文章、貼文、新聞、媒體
- 反向連結

33



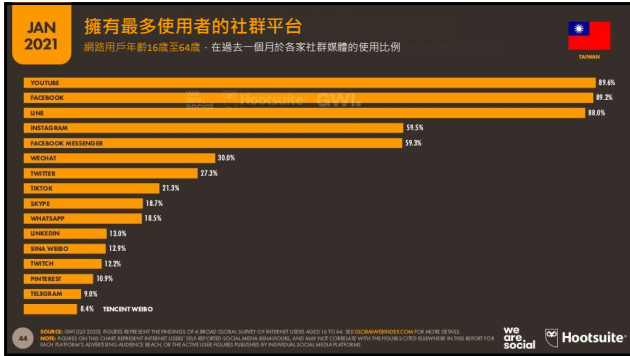
34



35



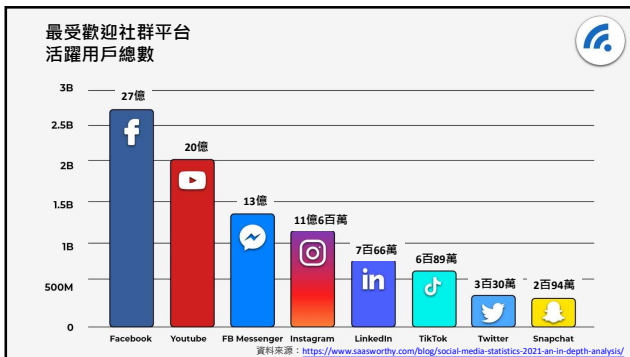
36



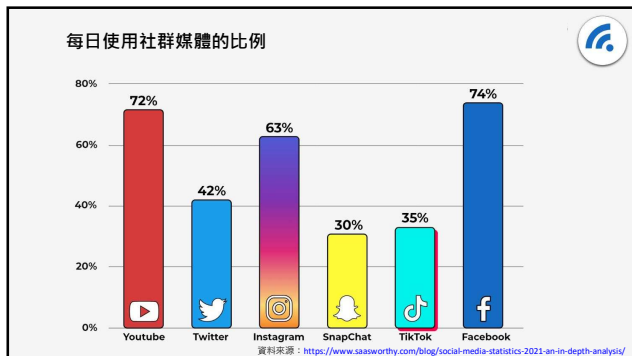
37



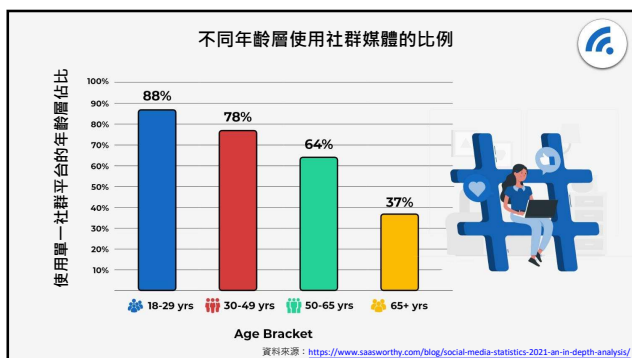
38



39



40



41



42

所有的貼文都應該有一篇

照片  影片 

在社群平台，相較於其他形式的內容，良好的視覺內容可帶來40倍以上的分享

超過50%以上的網路使用者，在前往商店消費前，會先在網路找尋相關產品或服務的影片 (Google)

53% 的智慧型手機使用者，較喜歡有使用手機友善網站或APP的企業所提供的教學影片 (Google)

43

 社群廣告

選擇付費廣告媒體，使用臉書廣告佔比為84%
· 接著是Google廣告佔比為41% · 然後是LindedIn為18%
(Social Media Examiner)

44

 BUSINESS REPUTATION QUALITY MANAGEMENT POSITIVE REVIEWS BEST SERVICE CUSTOMER SATISFACTION SUPPORT

45

出現好的本地排名的方法

確認您的排名!
 根據Constant Contact調查350個商家
 50%商家出現不正確的排名
 49%商家從來不確認他們的排名



46

本地商家的線上工商目錄

- 臉書專頁
- 企業 Instagram 帳號
- 搜尋本地商家
- LinkedIn 領英公司目錄
- 經濟部工商名錄
- 台灣工商名錄
- 商會



47

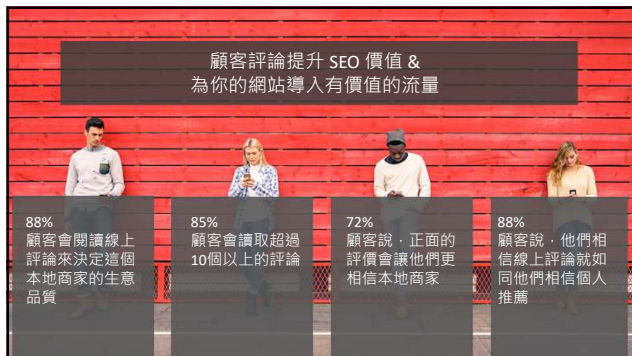
在評論網站保有能見度

在如同 Yelp, Google+, Trip Advisor 等等的網站上，收集並給予評價。

確認您的生意名列在這些網站上，並密切注意動態。邀請您的顧客在這些平台上評論您。



48



49



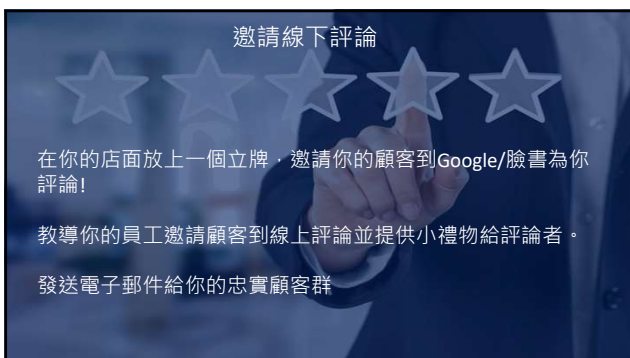
50



51



52



53



54

在社群媒體分享口碑

每周張貼一則正面的評價到您的社群媒體管道。

不要修改內容-即使有錯字，您都應該張貼原始的貼文。這是一個宣傳您的生意的絕佳方式!



55

數位、社群 & 網站管理產品



**了解我們的產品
讓你的對話更有方向**


56

搜尋引擎優化

本地與區域 SEO

搜尋引擎優化，一般稱為SEO。這是確保，當顧客在搜尋引擎例如Google和Yahoo上搜尋特定產品或服務時，你的網站能在搜尋引擎上擁有較高排名。

我們會先致電給客戶，討論客戶希望達成的目標、希望觸及消費者地區、人口分佈等，然後我們的專員會以此為基礎，在網站上設定網站關鍵字、網頁標題、標首、網頁敘述等，讓您客戶在激烈的競爭中脫穎而出。



挑戰:

- 他們的網站有出現在搜尋結果嗎?
- 他們的排名可以跟他們的競爭者比較嗎?
- 他們的新產品和服務可以被搜尋到嗎?

57

GOOGLE 關鍵字廣告

GOOGLE 關鍵字廣告
 搜尋引擎龍頭Google 提供付費的關鍵字廣告服務，給想要提升網路行銷效果的顧客。

我們的SEO專員將引導您的顧客進行關鍵字建置，處理相關的手續例如建立帳戶、行銷活動、預算、網絡、行動裝置目標、地區目標以及其他更多事項。



挑戰:

- 誰幫他們做關鍵字廣告?
- 他們需要快速的成果嗎?
- 他們有一個很棒的網站但只需要行銷?

58

社群媒體

社群媒體管理
 我們提供流暢、有效的套裝服務，我們的專員會在你喜好的社群媒體上，為你建置帳號，每周張貼文字和影像內容，並針對那些高瀏覽率、所產生的貼文，加以回應或回答問題。

網路信譽管理
 我們網路信譽管理服務包括每月檢視網路上有沒有關於客戶公司的負面評論，以及評論網站上的活動對企業營收、獲利以及人潮的相關影響報告。

傾聽:

- 他們有借力社群媒體嗎?
- 他們有持續的張貼文章 & 回應嗎?
- 他們有監看線上評論嗎?



59

15分鐘諮詢：高品質的會談

網站設計與管理評量表



諮詢

1. 提升會談品質
2. 建立關係

可諮詢項目

1. 網站設計與管理
2. 數位與社群媒體行銷
3. 企業支出

60

15分鐘諮詢：高品質的會談

諮詢

1. 建立高品質的會談
2. 建立關係

數位 & 社群媒體行銷評量表

S.E.R.P.

搜尋結果列表

61

2010年建置網站

小型企業主購買軟體，嘗試自己動手做

為什麼能成功？

- 網站費用價格高
- 設計鐘每小時收費 NT\$1500-NT\$6000
- 需求較簡單（基本的網站就可以上線）
- 一個「夠用就好」的網站

現在建置網站

花同樣的錢，小型企業主期待得到更好的成果

為什麼？

- 網站價格不昂貴，但時間無價
- 網站技術更複雜
- 設計和用戶體驗至關重要
- 他們希望自己掌控網站的完整度

62

傳統網站建置公司

自己動手做

提供折扣

印刷公司

朋友或家人

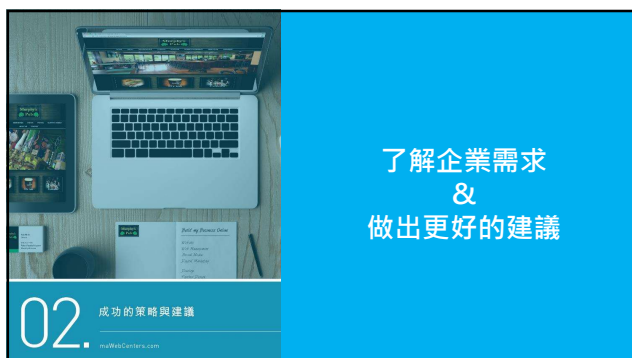
等候

業主有哪些選擇

63



64



65



66



B2B服務
夥伴商店計畫! 獨家品牌

67

推薦行銷 您知道嗎?

相較其他行銷方式，推薦行銷可產生3到5倍的對話機率

推薦顧客的終身價值比其他顧客高25%

透過推薦而來的顧客消費比平均高出200%

參與推薦行銷計畫的顧客可有平均9.7%的業績成長

資料來源:
https://www.huffpost.com/entry/the-importance-of-a-gener_3_8614436
<http://www.clutch.com/blog/loyalty/understanding-unlocking-the-value-of-customer-referrals/>
<https://www.americacloud.com/blog/39-referral-marketing-statistics-that-will-make-you-want-to-start-a-raf-program-tomorrow/>

68

PARTNERING WITH SHOP.COM MEANS UNPARALLELED BRAND EXPOSURE AND IMPRESSIVE PRODUCT SALES.

SHOP.COM擁有超過300萬名的忠實顧客，他們積極的樂於分享推薦更多本地商家的服務

透過超過20萬個SHOP.COM網站，SHOP.COM可以將您的網站行銷(推薦)給我們的忠實顧客

69

SHOP.COM夥伴商店的優勢

- 有品牌的店面和易於使用的工具，可幫助您在SHOP.COM上管理您的事業。
- 透過行動應用程式、社群媒體、直接接觸與活動行銷計畫
- 指派經驗豐富的業務和行銷團隊來支援您的帳戶
- 可使用我們的多方位平台，全球商業機會，包括廣告展示、電子郵件行銷、社群等。
- 一個以人為本的經銷管道，將您的商店和產品推廣給數百萬名顧客
- 您的產品與大型零售商並列 / 競爭的機會

70

夥伴商店計畫

71

網路夥伴商店

簡介 銷售 廣告 本地商家

美安的網路夥伴商店計畫，是利用「異業結盟」的方式，讓您的電子商務網站可以透過TW.SHOP.COM，得到與超過150萬名美安優惠顧客接觸的機會，增加您的產品知名度與業績。

[立即參加加入](#)

72

您可以推薦哪些夥伴商店?

The screenshot displays a grid of partner store logos. The top section, '重點網路商店', includes brands like 新新聞, 新新聞+, 新新聞HD, 新新聞4K, and 新新聞HD+. The middle section, '重點實體商店', lists brands such as 燻鴨, 燻鴨+, 燻鴨HD, 燻鴨4K, and 燻鴨HD+. The bottom section, '重點實體商店', features brands like 燻鴨, 燻鴨+, 燻鴨HD, 燻鴨4K, and 燻鴨HD+.

73

業主有花費與經常開支 填寫企業支出評量表

The screenshot shows a survey form with a '15分鐘諮詢表' (15-minute consultation table) and a list of four steps: 1. 提問 (Ask), 2. 推薦最佳的夥伴 (Recommend the best partner), 3. 簽下您的顧客成為優惠顧客 (Sign up your customers as preferred customers), and 4. 告訴他們如何在特定商店消費並賺取現金回饋 (Tell them how to consume in specific stores and earn cash back).

74

商家金流服務

The advertisement includes the text: '我們提供您多樣化的金流服務。' (We provide you with diverse cash flow services.) and '關於商家金流服務' (About Merchant Cash Flow Service). It also features a '商家服務' (Merchant Service) section and a '請洽' (Contact) section.

75



進階銷售

新的潛在名單
事業交流、推薦、陌生開發
建立顧客群

76

還有什麼，和開發名單一樣重要？

姓名	電話	地址	備註

增加名單！
名單之於我們的事業 = 燃料之於汽車

要先有燃料，車子才能運轉。沒有了燃料，車子就要加油才能再開。車子沒有壞，它只是需要加油。

您的事業也是一樣。要先著手開發名單之後，您一定會需要加油，或是持續不斷地加油，事業才能持續運行！

77



拓展您的名單是一個持續性的活動

消費的力量
人際關係團體
商展
社群媒體
您的超連鎖事業團隊
推薦

78



消費的力量

我們當然希望成為一名忠實顧客，但有時候試試新的服務無傷大雅！

在您熟悉的區域，嘗試新的產品和服務，以認識更多業主

79



社交團體

社交團體是一個認識新業主的最佳機會！

- 商會
- BNI
- 宗教團體
- 社區 / 鄉鎮團體
- 網路團體

80

為了充分借力社交活動，請遵守以下簡單的規則

- 1. 雙向溝通**
抱持開放的態度了解他人，不要只有單向的溝通，您無法預期事情會有什麼發展！
- 2. 交換資訊**
要收集名片，自己也要遞名片！
- 3. 提出問題**
利用時間找出合格的潛在人選！
- 4. 描述您的客戶**
把焦點放在特定產業的顧客，比起描述您所做的事業，有時候描述您的理想客戶更容易讓人幫您推薦潛在客戶
- 5. 把焦點放在會談**
這時並沒有充裕的時間銷售網站，把重點放在約定會談上！

81



82

找出可以參加的商展!

展覽名稱	
展覽主題	
地點	
日期	
時間	
活動網站	
活動註記	

****秘訣**

- 造訪商展網站·看看誰會參加
- 活動主題標籤? 社群媒體?
- 針對與會者進行物色研究
- 參加的費用 / 優惠日

83

<p>商展期間·身為與會者</p> <p>去認識人·打招呼·談話! 不要銷售!</p> <p>問問題·對話行銷</p> <p>蒐集資料 / 交換名片 (在名片背後做備註)</p>	<p>商展後2-3天</p> <p>聯絡那些名片上的人 「嗨·我們在家居展認識的·」 「展覽順利嗎?」</p> <p>「噯·那很好! 打電話給您是因為 ...」</p> <p>如果合適的話·安排15分鐘的諮詢和/或會談</p>
--	---

84

使用社群媒體進行物色

<p>商業專頁都是由決策者管理</p> <p>加入您名單上的粉絲頁 尋找有使用社群媒體的本地商家 在他們的塗鴉牆上貼文 透過臉書發送私訊給業主</p>	<p>加入線上社群 (人際關係 / 特定行業)</p> <p>找尋專門幫忙建立人脈的團體 在社團中與人互動 認識其他成員 分享您在做什麼、詢問是否有轉介的機會、建立人際關係</p>
<p>非業主的事業機會</p> <p>私訊讓他們了解您在做什麼 詢問是否有推薦的機會 分享網路中心的設計、引起他們的興趣 仔細地尋找事業機會</p>	<p>社群搜尋有需求的人</p> <p>需要解決方案的人 時機是關鍵、找尋有需求的人 拓展您的人脈、認識新朋友 幫他們解決問題</p>

85

您的個人檔案

為了有效地在社群媒體上進行物色，您必須要有一個良好的社群媒體禮儀

- 做您自己
- 挑選一張好的照片
- 您最好的一面
- 80/20法則
- 豐富的媒體張貼
- 活躍的張貼文章
- 回應貼文
- 跟進追蹤



86

主題標籤搜尋

主題標籤就像是社群媒體的搜尋功能。是一個索引的功能

<p>搜尋什麼？</p> <ul style="list-style-type: none"> - 您的競爭對手 (GoDaddy、Wordpress等) - 特定產品的抱怨 - 提供特定的問題的解決方案 - 什麼樣類型的人 (網頁設計師、專業的銷售人員、相關產業的網站、網站當機、網站的問題) 	<p>在哪裡搜尋？</p> <p>臉書： 搜尋時，在關鍵字前面加上#字號</p> <p>推特： 點選放大鏡搜尋</p> <p>Instagram： 點選指南針的圖示搜尋</p>	
--	---	---

87

與您的組織一起經營人脈

藉由和您的團隊一起經營他們認識的候選人，您將擁有熟人市場的名單來源，對您來說，和這些聯絡人容易得多了。

藉由團隊努力，發掘並與這些人建立關係後，您們全部都可獲得銷售所產生的BV和IBV！

所有團隊成員都將努力集中在經營候選人！



88

推薦顧客的來源

您的朋友、家人、同事、客戶或是鄰居是否會...

- 外出用餐？
- 剪髮或是保養指甲？
- 看醫生？
- 看牙醫？
- 找律師？
- 找人修繕房屋？
- 曾經找過水電工？
- 上健身房？
- 小孩子上舞蹈、運動、空手道等課程？
- 外出購物？
- 線上購物



89

您認識交友廣闊的人？

推薦顧客的來源

- 房地產仲介？
- 保險業務？
- 服務生？
- 酒保？
- 健身教練？
- 髮型設計師？
- 教練？
- 社區委員？
- 教會領導人？
- 組織領導人？
- 其他主修的超連鎖®店主？



90

可以見面，也可以透過電話

這是一個雙向的溝通！ 與成功的社交活動相似，務必也要學習如何和別人分享您的事業！

不要太技術導向！ 準備好如何簡短描述我們的解決方案。「我們提供小企業更好且更實惠的網路行銷方案。」

描述您的理想客戶！ 這可以幫助您在思考過程聚焦！與其說「我和中小企業合作」，您可以說

「我們和各種中小企業合作，目前我們正在和裝潢公司和景觀設計師合作，您有沒有認識的人需要更好的網路策略？」

見面並認識彼此！

91

當您和這些透過推薦而來的人接觸時，向對方自我介紹並說明推薦的原因。

說明：「Lisa，您好，Frank也許有提過我會和您聯絡，我不確定，不過Frank和我上次聊天時錄到，我可能可以提供您的事業一些協助。」

Lisa會問：「好，那您做什麼的？」

您對「您是做什麼的」的回答

- 答案是什麼？
- 您的答案是什麼，或者還有哪些可能？

接觸您的推薦顧客

92

強而有力的介紹

您是做什麼的？

非主修網路中心：
我和一間公司合作，幫助企業節省開支同時增加收入。

主修網路中心：
我是行銷顧問，我幫助企業節省開支同時增加收入。

93

推薦獎勵

讓您的朋友、親戚、同事、或是客戶因為幫您推薦顧客，而得到獎勵，有時是很有用的！
可以在推薦顧客成功時，提供獎勵！

94

一些建議

如果推薦顧客成功完成銷售，我就送給您SHOP.COM的禮品卡

如果推薦顧客成功，完成銷售，我就提供現金

如果推薦顧客成功完成銷售，我就送給您最喜歡的夥伴商店禮品卡！

如果推薦顧客成功完成銷售，我就送給您EGIFT電子禮物

您可以自由選擇您自己的推薦獎勵計畫！

95

經驗顯示，與人面對面建立關係，能創造更緊密的聯繫，發展關係更容易，不管是對起連鎖®事業或網站銷售而言，皆是如此。

與人交談

建立關係

把每個挑戰當作學習經驗

表現正常 / 做自己

關心潛在人選

建立關係

96

**建立人脈接觸法
熟人市場**

3種類型的聯絡人

1. **深厚的關係**
您最熟悉的人，例如：您的姐妹、鄰居等
2. **重新聯繫**
您認識的人，但需要再重新聊聊
3. **您是他們的熟客**
您們之間有業務往來的關係

97

物色 / 重新聯絡

對於那些您需要重新聯絡的人，您和他們之間的關係是薄弱的

- 試著一天聯絡2位潛在對象，開始重新認識他們
- 建立關係
- 這些人會慢慢地轉而列入與您有「深厚關係」的名單



98

您的前10大名單


對於那些已經與您有深厚關係的對象

用最合乎邏輯的方式與他們聯絡

- 社交往來
- 做生意的場所
(非尖峰時間)
- 社群媒體
- 電話 / 電子郵件 / 簡訊



99



發問

1. 您從潛在人選研究中找到的問題
2. 15分鐘諮詢表的問題
3. 他們喜歡 / 不喜歡他們網站的特定問題
 - 「為什麼到目前為止您沒有架設網站？」
 - 「為什麼網站為您的生意所帶來的效益不如預期？」
 - 「您喜歡您網站的哪些部分？」
 - 「您不喜歡您網站的哪些部分？」

100

一旦時機成熟，您就可以說：

「John，不知道您曉不曉得，我很擅長幫助你們這類公司有效利用網際網路，增加利潤或提升服務水準（不管他們面臨的主要問題為何）。

我很樂意跟您坐下來談一談，我們的產品專員可以為您介紹我們的網路科技，看看對您的事業是不是有幫助。

下兩個星期您什麼時候有空，我幫您安排一場在電話上聊一聊？」



101



所以...
如果他們提出問題或異議？
 那就表示他們感興趣！繼續談下去！

102

回答問題

拒絕：我朋友或家人正在幫我架設網站...

回答：太好了，他們會喜歡我們的服務！我們的技術能在許多方面協助網頁設計人士，幫業主省下許多時間、金錢與煩惱。

這樣吧，我會請我們公司的專人為您的公司設計全套網站組合產品，免費供您評估；然後我會請網站專員向您介紹我們如何幫助其他類似的公司。您什麼時候有空？上午還是下午？

拒絕：我們用社群媒體

回答：這樣很好啊！社群媒體是一個對外宣傳很棒的方式，而且可以跟您的顧客有互動。您都怎麼尋找顧客呀？您的網站能夠幫您抓取這些名單嗎？

103

回答問題

拒絕：多少錢？

回答：現在告訴您費用並不合適，因為我們必須了解您個別的需求。我們已經和全世界數萬位業主合作，而且價格都是他們能夠負擔的。我可以向您保證，一定會是您負擔得起的，不然這就不是適合您的解決方案了。

拒絕：您可以告訴我大約多少錢嗎？

回答：費用得視您的需求而定。這樣好了，我會請我們公司的專人為您的公司設計全套網站組合產品，免費供您評估；然後我會請網站專員向您介紹我們如何幫助其他類似的公司。您什麼時候有空？上午還是下午？

104

回答問題

拒絕：您可以寄一些資料給我嗎？

回答：我可以做得更多！我會請我們公司的專人為您的公司設計全套網站組合產品，免費供您評估；然後我會請網站專員，向您介紹我們如何幫助其他類似的公司。

拒絕：但我已經在用別家的網站服務了

回答：這很好，您已經在用網站了。我可以提供您省錢的方式，還能給您更好且完整的網路行銷策略，這樣您會不會有興趣？我們的系統不會為了所有的服務細項和您收費，您想不想多了解一點呢？您什麼時候方便，白天還是下午？

拒絕：我喜歡我現在的網站

回答：很好！您最喜歡現在網站的那一部分？有沒有什麼是您希望網站能做到，卻沒做到的呢？

105

告訴他們，您想要幫他們解決的問題

如果您可以讓他們一直把對話停留在他們現在面對的困難，邀約會談會比較容易

解決問題的方式就是會談

他們可以在會談中找到解決問題的方法



106

電話「陌生」開發




要知道，企業每天都會收到無數的推銷電話：供應商、廣告、清潔服務、用品促銷等

您要如何與眾不同、展現價值？

107

可以在陌生市場中物色人選的情境：

在咖啡廳遇到新的潛在人選	在社區活動、體育活動、社交場合等遇到新的潛在人選	在建立人脈的場合
當您「分散消費」時	透過社群媒體找到新的潛在對象	當您與「守門人」交談時

108



**聯絡陌生開發的
潛在對象**

看起來似曾相似？


唯一不一樣的地方是「交談的內容」

您從零開始建立關係

將所有的名單引導到同樣的方向：
會談

1. 社交
2. 工作如何？ / 生意如何？
3. 有做廣告嗎？
4. 您的網站運作得如何？

109



**您是誰？
您銷售什麼？**

您看起來或聽起來像「推銷員」嗎

您的目的是什麼？您想要做什麼？

我應該聽您說話聽多久？何時可以禮貌地請您離開？

110



建立關係

目的是讓他們認識、喜歡並且信任您

您能舉止得體，並且友善、和氣又關心他人嗎？

您們有共同點嗎？

您住哪？做什麼？認識誰？

您的目的是什麼？ 您可以提供什麼幫助？ 您是做什麼的？

您可以和誰談？

111

如何規劃接觸

1 自我介紹 — 您怎麼知道他們的名字以及打電話來的原因	4 人脈轉介方法
2 解除他們心中的疑慮	5 訂定會談
3 引人入勝的形容	6 守信的專業人士

112

防止取消與失約

確定的預約


您是否預見到您有什麼其他安排會讓您無法按時赴約？

我們都很忙，我想確認這個會談的時間不會改變。

守信的專業人士

我不會浪費您的時間。我相信您也不喜歡被人在最後一刻取消或被放鴿子，我也一樣。我很期待_____的會談。

113



我該說什麼？

自我介紹
我叫_____。

拜訪原因
我在附近/隔壁/途中...

確切的拜訪原因
您強而有力的介紹
「我幫助餐廳從事線上行銷，增加來客數」

致歉並講求許可
我不想浪費您的時間，我必須趕去參加會議，但我知道誰最適合談話（關於_____）？

要求聯絡資訊及跟進追蹤溝通法
什麼時候聯絡_____最好？如果我想與他們約個時間來了解你們公司的話，怎麼聯絡他們最好？

114

去電

自我介紹
嗨，_____。我是 _____。

出其不意
您現在方便嗎？還是在忙呢？

打來的原因，轉介
我了解，我現在不想佔用您的時間，但我打電話來是因為我上週和 _____ 說我 _____（強而有力的介紹），他/她建議我和您談談。

要求聯絡資訊及跟進追蹤溝通法
我想更了解貴公司的情況，看看我是否有辦法幫助您。 _____ 提到 _____。我有一些想法。

導向諮詢
您什麼時候有10-15分鐘的時間可以更深入地談談？

預約下一步



115

舉例

我打來是因為我：在附近擁有一些事業，其中一個是我與本地企業合作，幫助增加它們的收入或降低開支（或您自己的「可引起注意的話」...可與數位行銷、行動電話等方面的事情有關，或提及您和他們之前的對話，或另一個強而有力的介紹）。

我想在這邊跟您大約10分鐘左右的時間，來了解您的企業，看看我們是否能互相幫助？如果行不通，我們至少也可以互相介紹生意。您最快什麼時候會有10分鐘，來談談您的公司？

116

守門人 & 語音信箱

如何讓他們回電

守門人就是負責幫決策者過濾不相關來電的人。

守門人過濾電話和訪客，特別是那些他們認為不重要的對象。他們每天至少會接到10 - 20個與決策者對話的要求。

語音信箱 = 守門人的類型 / 過濾

與眾不同。始終一貫。具親和力。



117



**守門人也是人
與他們交流**

- 丟掉台詞
禮現個人風格、與人交談
- 記得他們的名字 並以名字稱呼他們
- 產生關聯並建立熟稔的關係
「我是顧客、同事等等」
- 假設他們可以幫忙
「您是主要的負責人嗎？」
「您是經理嗎？」 讓他們覺得很重要。
- 借力他們的知識
詢問他們的意見。「您覺得什麼時候打電話來比較好？」、「午餐前還是午餐後打來比較好？」
「您覺得如何？」
- 保持有禮貌
無論如何都要如此
- 跟進追蹤
這只是第一次聯絡，不是唯一一次的聯絡！為求更有效率的跟進追蹤，請好好寫下筆記

118

人際關係接觸法工作坊



現場示範

我扮演是業主
您扮演網路中心經營者

形容一下這位「業主」以及目前您與他們的關係

形容一下您預計怎麼聯絡這位業主（打電話、親自拜訪）

119

電話工作坊

拿出您的名單
用20分鐘來聯絡您的潛在人選

目的：

- 讓他們說話
- 找一個適當的時間回電
- 安排一個15分鐘諮詢
- 安排會談



邀約會談

120

電話工作坊成果



成果

進行的如何?
 哪些結果是好的?
 哪些部份可以改進?

成果:

- 完成多少次的連絡
- 邀約到多少次的會談
- 有多少人完成跟進
- 完成多少簡訊/語音留言

121



銷售會談

122



朝向成功之路邁進

諮詢
 網路中心數位行銷
 報價單
 銷售
 跟進
 各種的跟進

123

進行你的諮詢

- 建立關係、真實的寫照、合適的、表現出對他們感到興趣
- 預先安排
- 轉換重點：如果你覺得可以，在我開始講我發現的事情之前，我想問幾個問題
- 15分鐘評量表

124

預先安排

會議目的	確認會議時間和所需時間
候選人的代辦事項 & 期待	期望的會議結果
網路中心經營者的待辦事項 & 期待	預期的下一個階段

125

舉例

- 謝謝您今天和我見面。如同我們今天/上週/電話上/見面時所談_____等等。
- 您今天想了解哪些內容?
- 我想多了解您的生意並聊聊我們如何協助企業改善他們的網路形象，以及我在找到了一些跟你生意有關的事情。
- 您還是有15分鐘的時間嗎?(你可以設定你需要的時間)
- 如果您覺得我們今天談得內容有符合您的想法，我想跟我們的產品專員預約一個時間，再深入的聊聊您擔心的部份，看看我們可以如何協助您。您覺得如何?

126

以問題引導出結果!

- 數位行銷的主要目的: 新顧客/客戶、既有顧客/客戶、增加利潤、減少支出、簡化作業流程或改善互動與溝通?
- 你預計花費多少金額在數位行銷?
- 你願意每年或每個月固定投資多少金額來達到你想要的成效?

127


關於結單舉例

- 那麼現在我想和你 (或) 我們的_____專員(網站、數位行銷)預約一個會談, 一起討論一下 (重複他們最大的擔憂)
- 他們可以直接回答您的問題, 並提供解決方案, 以及可行的建議
- 我們最快什麼時候可以安排會談?

128

展示 & 提案

- 預先安排
- 分享明確的資訊
- 為什麼它們很重要
 - 它們將可以完成什麼部分
 - 它們將如何影響他們的生意
 - 過程將會是如何進行
- 報價和套裝



129

不確定如何為網站套裝定價？

自 www.mawc411.com
下載網路中心提案表

利用這份工具提供報價
或是於銷售會談後，使用於跟進潛在顧客



130

全新
套裝價格入口網站就在
mawcpackages.com

這個全新網站可幫助您針對各種產品與服務組合設定不同的價格，還有精美的促銷PDF以及各種套裝的範例網站。

Our top of the line package reserved for select business owners.

131

要求購買!

- 最快什麼時候我們可以開始進行，以解決____
(重複他們主要的擔憂)?
- 什麼是您今天無法決定的原因?
- 您想要決定今天開始還是本週結束前?


132

下一步該做什麼?

- 感謝他們的交易
- 進行銷售或取得付款資訊
- 收集設計精靈、專案經理所需、數位行銷表單的相關資料

或者


- 安排跟進與他們一起收集設計精靈、專案經理所需、數位行銷表單的相關資料
- 讓他們知道，他們可以期待接到美安網路中心進一步資訊



133

顧客經理人的訣竅

- 以電子郵件或電話聯絡
- 和他們一起使用設計精靈
- 和專案經理合作
- 確認預約教學，向介紹他們如何使用資訊版面
- 網站上線時，為顧客宣傳
- 提及技術支援！（分享或寄送圖文電子郵件）
- 在對的時機提供他們名單



134


設計中心與數位行銷

所有套裝均可在網站啟動時一起購買，費用可併入網站售價

設計中心與數位行銷套裝售出後的兩個工作日之內，專案經理會寄發信件予客戶進行相關作業

開始索取相關資訊、文件、圖像及授權以利開始進行專案

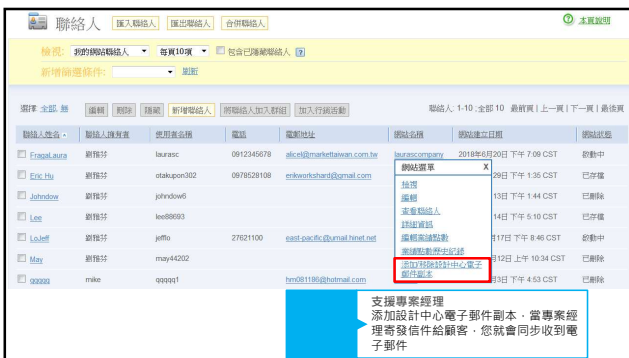
我們的團隊表現卓著，他們會確認專案持續進行。當顧客在專案進行過程中，適時的回應與互動，這會讓顧客感到愉快。



135



136



137



138

異議問題

有時候，顧客會有一些疑問：

什麼樣的問題？

確認：你可以幫他們聯絡對的人？部門 / 誰？

你應該做什麼或不要做什麼？

- ✓ 強調重點但不要做結論
- ✓ 讓他們知道你已經“聽到”他們的意見，且會看看找誰來盡快協助他們

當我們將問題轉給相關人士時，請用書面方式(或透過email)，為了將問題解決，我們一定要請相關的人，協助幫忙！

139

多少次的連絡可以完成一次銷售

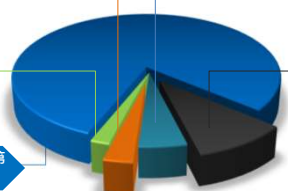
3%的銷售是在第二次接觸談成的

5%的銷售是在第三次接觸談成的

2%的銷售是在第一次接觸談成的

10%的銷售是在第四次接觸談成的

80%的銷售是在第五到第十二次接觸談成的



140

如果產品專員幫你跟進：

和產品專員溝通

務必雙方資訊要同步，才不會讓潛在顧客無所適從

使用新的網路中心經營者通知系統！



141

如果您自己跟進追蹤：

- 要條理分明
- 安排您自己的跟進電話
- 選擇合理的時間
- 跟進潛在入選（例如不要在週五晚上七點打電話給餐廳老闆）
- 要有恆心
- 但是不要催促對方
- 尊重對方的時間
- 詢問什麼時間方便聯絡對方
- 要明確
- 您要跟進追蹤的內容是什麼



142



進階網路中心工具

- 電子郵件、網域名稱、行銷活動
- 報告
- 進階工具

143



網域名稱&電子郵件

- 您該考慮替您的網路中心取一個網域名，並設定一個專業的電郵地址
- 介紹並參觀您的網路中心 - 他們可以觀看影片、了解特色及好處、還可預定邀約！
- 設定一個和您的網路中心有相關連的電郵地址看來比較專業，也方便區分公私郵件

144



電子郵件行銷

您可以製作電子郵件範本，並寄電子郵件活動給您的現有顧客和潛在人選

145



漂亮的新版型，可以針對潛在顧客進行電子郵件行銷！

整合網路中心解決方案的主題設計到您的網路中心。

可以簡單地新增您自己的訊息！

146



電子郵件行銷行銷工具

Google AdWords 廣告

我們的SEO (搜尋引擎優化) 專員將會為您提供有關 AdWords 的建議，協助您提高廣告效果。

88%	您的廣告系列在過去30天內表現良好。
70%	您的廣告系列在過去30天內表現良好。
61%	您的廣告系列在過去30天內表現良好。
43%	您的廣告系列在過去30天內表現良好。
86%	您的廣告系列在過去30天內表現良好。

147



內容建議

- 升級訊息
- 網站趨勢
- 目前推出的特別優惠 (創造急迫性的最佳方式)
- 讓您的現有顧客 / 潛在人選知道推薦活動
- 分享一些設計中心最新的作品
- 提及專業團隊
- 見證


148

有太多資源可讓您找到

值得分享的内容！

您可透過電子郵件、社群媒體聊天室或部落格等
和他人分享這些内容

149



YOUTUBE
www.YouTube.com/MAWebCentersOfficial

- 許多針對顧客的播放清單
- 功能
- 數位行銷高峰會
- 客戶教育系列
- 數位行銷系列
- 線上學習

SEO SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Digital Marketing Summit: Search Engine Optimization and Search Marketing

150



交換名片

- 建立自我品牌
- 有利於和專業人士聯絡
- 一旦邁向成功，和別人分享您的聯絡資訊時就是交換名片的好時機
- 有利於和人脈廣的好友分享，他們會很樂於把您的聯絡資訊告訴別人！

151

如同我們在臉書上分享設計，分享影片可以達到一樣的效果	您可以在您的臉書牆上分享影片	您可和單一潛在人選分享影片
您可透過網路中心分享影片或手機版網站	您可以分享我們「顧客專用」的YouTube： https://www.youtube.com/user/maWebCentersOfficial	記住 - 運用影片做為吸引他人興趣的第一印象，接著可以利用跟進來邀約會談！

152


如果沒有您，這些工具毫無用處！

這些工具的目的就是給您一個開啟對話的機會！

這些工具能夠幫您有效率地跟進！

這些工具就是您的好幫手！

您還是要發問問題，找出合格的潛在顧客，並和合格者確認邀約



153



154



155



156

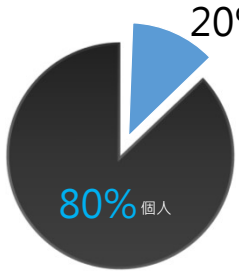


在社群媒體上分享

分享時，應該包含 10-3-1 的公式

- 分享10則有娛樂性/有趣的/激動人心的貼文
- 分享3則業界的特定訊息
- 分享1則公司特定產品或您的事業
- 重複做，這可以讓您避免「過度推銷」

157



20% 事業

80% 個人

社群媒體是用來進行**社交活動**。如果您的貼文都和事業相關，您就不是與人進行社交活動。這樣一來，您的朋友可能會對您的貼文視而不見

謹記，您是在行銷自己。您不是一個單一品牌、公司或主修。您就是您。

158



有意義的發文

發文形式 & 影像:

- 產品 / 事業 / 個人生活

照片說明:

- 說故事 / 見證
- 分享相關資訊
- 分享文章或產品連結
- 發問問題

使用標籤:

- #DigitalMarketing
- #Websites
- #WebDesign
- #ECommerce

marketamerica | @IQP.COM

159



故事 VS. 銷售

人們不想要被推銷，但想要真正的產品/優惠建議。因此，張貼的產品/優惠必須：

- 個人真實故事 / 不誇大事實
- 與近期的時間點/季節有關
- 為您認識的某人，將內容客製化
- 內容互動
- 尋求推薦
- 辨識尋求事業機會的人

160



故事

分享您的生活並且展現每日的超連鎖® 與網路中心事業生活模式

- 分享生活中的照片及影片
- 分享顧客網站
- 您的網路中心商業見證
- 使用主題標籤、標記、投票調查及其他功能來增加互動
- 以自然且相關的方式，行銷事業
- 分享多張照片及貼文，但不至於讓您的首頁動態及個人資料充斥過多資訊

161

如何說故事

- 判斷問題點
 - 除了社群媒體的選項，顧客想要增加網路曝光度
- 問題點
 - 他們曾經有網站，但對於網站更新感到困難重重
- 解決方案
 - 經過諮詢和產品展示後，我們能提供一個絕佳的網站給顧客
- 您的結果
 - 網站上線後，他們已經增加200%的銷售業績

162

社群媒體訣竅

使用 Before & After 照片
 張貼案例分享、評論以及見證
 Tag 您的顧客和網路中心經營者，分享成功故事



163

社群媒體活動

拓展潛在入選名單:
 每天至少發送訊息給兩人

- 建立關係/重新聯絡
- 問問題並傾聽
- 物色但不招募
- 每天貼文(80/20)

每天聯絡2個人 = 每個月40個人
 每天聯絡5個人 = 每個月100個人
 設定目標並努力達成!



164

每天發訊息並發文

製造焦點	找出雙方的連結	每日的習慣
<ul style="list-style-type: none"> • 發訊息會讓人注視您 • 讓人看見您的貼文 • 展示生活模式 • 以持續固定的行為增加您受關注的程度 	<ul style="list-style-type: none"> • 認識您的對象 • 會談 <p>技巧： 問很多問題！ 要看過他們的個人資料才會知道要問什麼問題。</p> <p>要感興趣，不只有趣！</p>	<p>目標：每天至少發訊息給五個人</p> <p>選項</p> <ul style="list-style-type: none"> • 每天發訊息給兩個人(40/月) • 每天發訊息給五個人(100/月) <p>做多少在於你自己-開始做一些吧</p>

165



實習生計畫

目標：
準備成為一位網路中心經營者，並幫助他們在成為超連鎖®事業主之前，抵免他們啟動的費用。

複製：
準備成為一位網路中心經營者，並幫助他們在成為超連鎖®事業主之前，抵免他們啟動的費用。

你的角色：
你是一位導師

實習生計畫的好處

- ✓ 投資者可以利用他們的付所得來支付啟動的費用
- ✓ 在已經獲利的情況下，有能力啟動超連鎖®事業
- ✓ 無需免費用來進行“試做”
- ✓ 可使用銷售支援和其他必要的工具來開始啟動事業

實習生候選人

- ✓ 交善
- ✓ 專業
- ✓ 有良好社交關係
- ✓ 積極的、有進取心
- ✓ 負責任
- ✓ 有條理

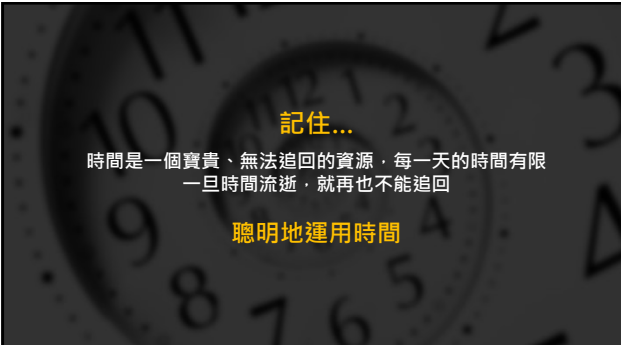
166



您的心態 導師

- 目標是複製，和那些想要成為超連鎖®店主，但需要幫助才能起步的人合作
- 這不是雇用一個人和您共事
- 確保您的時間花在願意複製您的付出的人

167



記住...

時間是一個寶貴、無法追回的資源，每一天的時間有限
一旦時間流逝，就再也無法追回

聰明地運用時間

168

鼓勵網路中心潛在人選善用產品專員

這將可以增加他們成功的機率	在結束以後，幫助他們更快成為一名超連鎖®店主	並且再次強調我們已經證實可複製的網路中心系統
---------------	------------------------	------------------------

請記住，網路中心潛在人選不能是既有的超連鎖®店主

169



您的實習生如何獲得報酬？

銷售：
當您的實習生銷售一個網站，身為導師，您會獲得收入 - 您必須利用這個利潤，幫助實習生啟動事業。

啟動：
使用一部分的零售利潤幫助您的實習生啟動超連鎖®事業（網路中心新人快速啟動組合）

額外的利潤：
將額外的利潤給新的超連鎖®店主。*您可以保留部分的利潤給您自己（支付稅金、網路中心管理費等等）

170



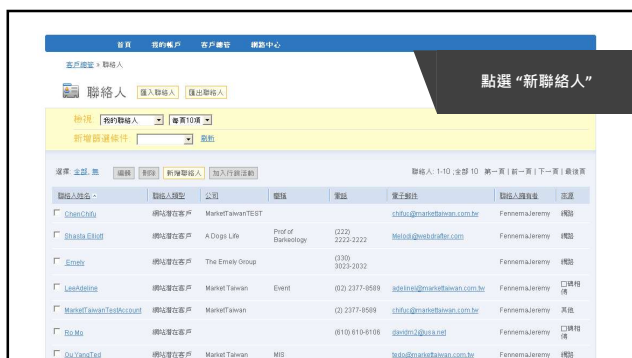
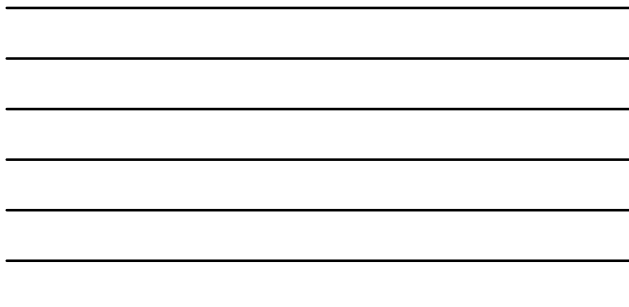
您可隨時終止任何實習生的實習狀態

- 如果您發現有人表現不佳，您也找到了更適合的人選可以替代，就這麼做吧！
- 記住，這是個具競爭性的實習生計畫，您有四個位置，他們應該盡力表現，爭取成為您旗下的超連鎖®店主

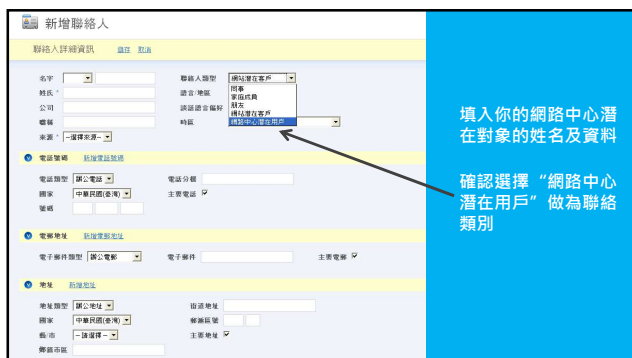
171



172



173



174



在下方點擊“儲存”

接下來，你會看到這個螢幕，上面，呈現所有相關的潛在用戶的起步資料

175

啟動實習生計畫

- 慎選一位共事的實習生
- 啟動他們作為網路中心潛在入選

教育

- 網路中心授證訓練101、線上網路中心授證訓練、簡易銷售
- 成功五要訣、購物年金

銷售網站會談展示計畫

- 使用網路中心起步指南，幫助他們安排會談並銷售第一個網站。
- 展示計畫，看看能否引出其他潛在入選

成為超連鎖®店主 使用網站銷售的零售利潤，做為實習生的事業資金！

176

以網路中心拓展您的事業

網路中心實習生學習方法
借力專業
賺取零售利潤，用以開啟網路中心事業

網路中心新人快速啟動組合
以網路中心新人快速啟動組合
開啟您的超連鎖®事業

在您團隊內的超連鎖店主可以購買網路中心或重新啟動網路中心

177



178




179



180

課後評量

wcteval.mawc411.com



「3分」表示符合您的期望

請寫下意見
當您給「1分」或「5分」時，請在意見欄填寫原因
評分時，只可使用數字1到5
「0」、「6」或1到5以外的任何其他數字均為無效
請確保評核表的上面部分和下面部分都要填寫

歡迎提供建設性的意見，讓我們改進

所有意見均列為機密，但若您希望講評知道您的意見，請將意見寫在「講評評核」

181

免責聲明

本投影片中提到的收入等級純屬舉例說明。

無意代表美安台灣公司一般超連鎖®店主的收入，也無意表示任何超連鎖®店主皆可賺取同等收入。

美安台灣公司獨立超連鎖®店主的成功與否取決於其在發展美安事業時的努力、才能與投入程度

182
