



注意事项

关闭手机

禁止录像或录音

有任何问题吗？

- 请将问题写下
- 等到该部分告一段落时再发问
- 若听到不懂的术语，请举手发问，我们会以不同方式表达，让您了解

UnFranchise.com >
支援与训练 > 支持数据

您应该要有：
名单
咨询表
B2B目录
营销手册

wcteval.mawc411.com

「3分」表示符合您的期望

请写下意见
当您给「1分」或「5分」时，请在意见栏填写原因
评分时，只可使用数字1到5
「0」、「6」或1到5以外的任何其他数字均为无效
请确保评价表的上面部分和下面部分都要填写

欢迎提供建设性的意见，让我们改进

所有意见均列为机密，若您希望告知讲师您的意见，请将意见写在「讲师评核」

策略

- 目标修订、每日工作程序、组织

市场研究

- 定性比较
- 产业研究

进阶销售

- 新的潜在名单
- 事业交流、陌生开发与推荐顾客
- 建立顾客群

进阶网络中心工具

- 报告与进阶工具

事业建立

- 招募潜在人选
- 监督实习生与网络中心经营者

策略

- 目标修订
- 每日工作程序
- 组织

SMART的目标是可以实现的

明确的、可衡量的、可达成的、切实的、有时限的。
SPECIFIC, **M**EASURABLE, **A**CHIEVABLE, **R**EALISTIC, **T**IME-BOUND.

SMART目标
代表信念

信念
主导行动

行动
主导结果

过去您可能设定了一些目标



您可以怎么做，
才更有机会完成目标？



季度目标设定

- 决定新的目标
- 目标是否改变
- 有些会延续下去
- 有些会改变



达成目标的三大策略

第一项策略：均衡的工作流程

Business Operating Procedures: (Micro and Macro)

Weekly Operating Procedures Micro 4-1

Objectives:
 1. Meet the goal of operations.
 2. Keep the team up.
 3. Keep the team motivated.

Key Performance Indicators:

Customer satisfaction	1	5%	11%
Customer retention	1	5%	11%
Customer loyalty	1	5%	11%
Customer repeat business	1	5%	11%

Monthly Operating Procedures Macro 4-1

Objectives:
 1. Meet the goal of operations.
 2. Keep the team up.
 3. Keep the team motivated.

Key Performance Indicators:

Customer satisfaction	1	5%	11%
Customer retention	1	5%	11%
Customer loyalty	1	5%	11%
Customer repeat business	1	5%	11%

Balanced Building

第二项策略：根据目标调整联络人数

范例：90天销售目标

专业类别	咨询	会谈	销售
副修	12	6-9	2-3
主修	24	12-18	4-6

第三项策略：评量、监督与调整

这会让我们做事更有条理
就会有正面成长！

当我们正视一切，我们就能看清目标
与实际行动之间的相对关系

让我们一起来看看，有哪些工具可以
帮助您保持条理并负起责任

您的行事历

不论您是使用实体的行事历、行动
电话或平板电脑，您一定要随身携带！

事先将GMTSS活动日期输入行事历
(进行招募时，可向您的潜在客户说明)

每周安排一个晚上展示计划
(家庭事业说明会、超连锁®事业说明会、
在线研讨会等)

特别标注出每天您花在网络中心潜在客户上
的时间 (约15分钟)

已经安排好的，就完成它！

“除非您每天都做些改变，否则您将无法改变
您的人生。成功的秘诀就从您的日常生活开始
” —John C. Maxwell

让您保持条理的工具: 12周行动计划

在MAWC411.COM下载 许下承诺 每周活动

让您保持条理的工具: 客户关系管理系统 CRM
客户关系管理系统: 在联络人数据中输入笔记

点击“顾客管理”，选择“联络人”
为新增潜在对象、顾客或联络人新增数据

让您保持条理的工具: 客户关系管理系统 CRM
顾客关系管理: 在联络人数据·输入笔记

联络人数据可以指定群组
在您每个联络人的数据·留下时间笔记

策略计划周
有计划 · 才能完成！

<p>决定 您想要的：生活、关爱、学习、为自己留下值得纪念的回忆</p>	<p>决心 您的事业与网络中心目标，如何帮助您达成个人及家庭目标！</p>	<p>决心与评估 达成您的事业与网络中心目标的行动计划</p>
<p>衡量 计算完成您的个人及家庭目标需要多少费用</p>		<p>做好准备 使用组织化的工具，正确执行让您保持清楚且负责任的朝向目标迈进</p>



市场研究

- 定性比较
- 产业研究
- B2B服务

1990年	今日
<ul style="list-style-type: none"> • 经营 • 黄页簿 • 报纸 • 口碑 	<ul style="list-style-type: none"> • 网站 • 行动商务 • 搜索引擎优化(SEO) • 社群媒体 • 搜索引擎营销 • 部落格与内容 • 评论网站 • 报纸 / 黄页簿 • 口碑 • 经营

大型商店

目标：增加销售、减少开支

路线图：

- 大众营销
- 绝佳的网站及行动装置能见度
- 搜索引擎优化(SEO)
- GOOGLE (搜索引擎营销)
- 社群媒体及在线营销活动

挑战：与顾客建立关系

本地企业

目标：增加销售、减少开支

路线图：

- 顾客关系
- 基本广告 / 网站

挑战：广告预算和资源中的巨大差距

- 传统网站建置公司
- 自己动手做
- 提供折扣
- 印刷公司
- 朋友或家人
- 等候

业主有哪些选择



2010年建置网站

小型企业主购买软件，尝试自己动手做

为什么能成功？

- 网站费用价格高
- 设计师每小时收费 \$50 - \$200/小时
- 需求较简单（基本的网站就可以上线）
- 一个「够用就好」的网站

现在建置网站

花同样的钱，小型企业主期待得到更好的成果

为什么？

- 网站价格不昂贵，但时间无价
- 网站技术更复杂
- 设计和用户体验至关重要
- 他们希望自己掌控网站的完整度



WebSolutions by maWebCenters

简易。综效。无障碍

网站 | 维护 | 社群媒体 | 数位营销 | 选择性



**了解企业需求
与
做出更好的建议**

02 SUCCESSFUL STRATEGIES & RECOMMENDATIONS

服务业

响应式网站

生活品味照、完成的项目、之前/之后照片比较、作品集、经验和资源、在线窗体、常见问题、订阅电子报、Google地图和在线付款或预付订金

搜索引擎上的展位

地图、排名、服务业别的自然排序位置和地理位置、广告

排名与评论

其他业别排名/工商目录
评论网站和线上商誉：AngiesList, theknot, Yelp, Contractors.com



服务业

社群媒体

脸书、LinkedIn、Instagram 档案

脸书广告和社群互动

标记(tag)产品/品牌/服务

电子邮件营销

每月电子报通知和教育、宣传即将到来的活动或优惠。

增加利润与减少开支

SHOP.COM 企业支出



餐厅



响应式网站

生动的图片、手机友善、菜单、在线订位、礼物卡、活动行事历、连络信息、营业时间

搜索引擎上的展位

地图、排名、食品类别的自然排名和地区

排名与评论

在其他排名和评论网站的在线搜寻结果

社群媒体与电子邮件营销

互动、忠诚度和交流

餐厅



转介与合作
从伙伴商店和联盟合作增加来客量

减少开支
减少营业费用; 营运费用、开店服务

增加产品与服务
增加利润来源是很重要的。音乐、艺术、活动、外烩、零售产品

教育业

响应式网站
生活品味照、学生生活、团体、会议、小区、安排行程、课程说明、入学、活动、常见问题、订阅电子报、注册。

社群媒体
交流和互动
转贴学生贴文
影片和活动故事以及专业特色
脸书广告



教育业

搜索引擎上的版位
地图、排名、专业类别的自然排名位置和本地或区域地理位置
以季节性活动规划的Google关键词广告

在线商誉管理
排名上的评论、评论和社群网站

电子邮件与简讯营销
交流、忠诚度和互动
通知/公告
会议活动和宣传



一般店面与零售业



响应式网站

跟随季节变换、每日或每周特惠、热销商品、可点击“广告”艺廊或横幅、商店照片、员工/团队照片、生活品味照、运送规则、地点、电子商务、优惠券代码

搜索引擎排名位置

地图、自然排序、排名和广告

一般店面与零售业



社群媒体

交流和互动
转贴粉丝贴文
影片和活动故事
脸书广告

电子邮件与简讯营销

忠实顾客计划
通知/公告
活动和宣传
特价和优惠



B2B服务

伙伴商店计划 | 独家品牌



推荐行销

您知道吗？

相较其他营销方式，推荐营销可产生3到5倍的对话机率

推荐顾客的终身价值比其他顾客高25%

透过推荐而来的顾客消费比平均高出200%

参与推荐营销计划的顾客可有平均9.7%的业绩成长



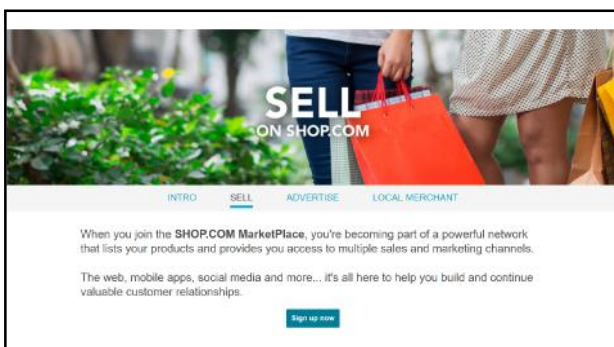
SHOP.COM拥有超过300万名的忠实顾客，他们积极的乐于分享推荐更多本地商家的服务

透过超过20万个SHOP.COM网站，SHOP.COM可以将您的网站营销(推荐)给我们的忠实顾客



- 有品牌的店面和易于使用的工具，可帮助您您在SHOP.COM上管理您的事业。
- 透过行动应用程序、社群媒体、直接接触与活动营销计划
- 指派经验丰富的业务和营销团队来支持您的账户
- 可使用我们的多方位平台，全球商业机会，包括广告展示，电子邮件营销，社群等。
- 一个以人为本的经销管道，将您的商店和产品推广给数百万名顾客
- 您的产品与大型零售商并列 / 竞争的机会








SHOP Local
 转消费为收入
 电邮: partnerstores@marketsingapore.com.sg



业主有花费与经常开支
 填写企业支出评量表



15分钟咨询表

1. 提问
2. 推荐最佳的伙伴
3. 签下您的顾客成为优惠顾客
4. 告诉他们如何在特定商店消费并赚取现金回馈

您会推荐哪家伙伴商店?





进阶销售

新的潜在名单
事业交流、推荐、陌生开发
建立顾客群

还有什么，和开发名单一样重要？

Old	New	Old	New

增加名单！
名单之于我们的事业 = 燃料之于汽车

要先有燃料，车子才能运转，没有了燃料，车子就要加油才能再开。车子没有坏，它只是需要加油。

您的事业也是一样，要先着手开发名单之后，您一定会需要加油，或是持续不断地加油，事业才能持续运行！



拓展您的名单是一个持续性的活动

- 消费的力量
- 社交团体
- 贸易展览
- 社群媒体
- 超连锁组织
- 推荐



消费的力量

我们当然希望成为一名忠实顾客，但有时候试试新的服务无伤大雅！

在您熟悉的区域，尝试新的产品和服务，以认识更多业主



社交团体

社交团体是一个认识新业主的最佳机会！

- 商会
- BNI
- 宗教团体
- 小区 / 乡镇团体
- 网络团体

为了充分借力社交活动，请遵守以下简单的规则

- 双向沟通**
保持开放的态度了解他人，不要只有单向的沟通，您无法预期事情会有什么发展！
- 交换信息**
要收集名片，自己也要递名片！
- 提出问题**
利用时间找出合格的潜在人选！
- 描述您的客户**
把焦点放在特定产业的顾客，比起描述您所做的事业，有时候描述您的理想客户更容易让人帮您推荐潜在客户！
- 把焦点放在会谈**
这时并没有充裕的时间销售网站，把焦点放在约定会谈上！

参加商展



找出可以参加的商展!

Theme	
Structure	
Location	
Date	
Time	
Participate	
Contact	

****秘诀**

- 造访商展网站·看看谁会参加
- 活动主题标签? 社群媒体?
- 针对与会者进行物色研究
- 参加的费用 / 优惠日

商展期间·身为与会者

去认识人, 打招呼, 谈话!

不要销售!

问问题, 对话营销

搜集资料 / 交换名片 (在名片背后做备注)

商展后2-3天

联络那些名片上的人
「嗨·我们在家居展认识的·」
「展览顺利吗?」

「喔·那很好!
打电话给您是因为 ...」

如果合适的话·安排15分钟的咨询和/或会谈

使用社群媒体进行物色

商业专区都是由决策者管理 加入您名单上的粉丝页 寻找有使用社群媒体的本地商家 在他们的涂鸦墙上贴文 透过脸书发送私信给业主	加入在线社群 (人际关系 / 特定行业) 找寻专门帮忙建立人脉的团体 在社群中与人互动 认识其他成员 分享您在做什么、询问是否有转介的机会、建立人际关系
非业主的事业机会 私信让他们了解您在做什么 询问是否有推荐的机会 分享网络中心的设计、引起他们的兴趣 仔细地寻找事业机会	社群搜寻有需求的人 需要解决方案的人 时机是关键，找寻有需求的人 拓展您的人脉、认识新朋友 帮他们解决问题

您的个人档案

为了有效地在社群媒体上进行物色，您必须有一个良好的社群媒体礼仪

- 做您自己
- 挑选一张好的照片
- 您最好的一面
- 80/20法则
- 丰富的媒体张贴
- 活跃的张贴文章
- 回应贴文
- 跟进追踪



主题卷标搜寻

主题卷标就像是社群媒体的搜寻功能。是一个索引的功能

搜寻什么？ - 您的竞争对手 (GoDaddy、Wordpress等) - 特定产品的抱怨 - 提供特定的问题的解决方案 - 什么样类型的人 (网页设计师、专业的销售人员、相关产业的网站、网站当机、网站的问题)	在哪里搜寻？ 脸书： 搜寻时，在关键词前面加上#字号 推特： 点选放大镜头搜寻 Instagram： 点选指南针的图示搜寻	 举例： 脸书搜寻: #GoDaddy
--	--	---

与您的组织一起经营人脉

藉由和您的团队一起经营他们认识的候选人，您将拥有熟人市场的名单来源，对您来说，和这些联络人容易得多了。

藉由团队努力，发掘并与这些人建立关系后，您们全部都可获得销售所产生的BV和IBV！

所有团队成员都将努力集中在经营候选人！



推荐顾客来源

您的朋友、家人、同事、客户或是邻居是否会...

- 外出用餐？
- 剪发或是保养指甲？
- 看医生？
- 看牙医？
- 找律师？
- 找人修缮房屋？
- 曾经找过水电工？
- 上健身房？
- 小孩子上舞蹈、运动、空手道等课程？
- 外出购物？
- 在线购物



您认识交友广阔的人？

推荐顾客来源

- 房地产中介？
- 保险业务？
- 服务生？
- 酒保？
- 健身教练？
- 发型设计师？
- 教练？
- 小区委员？
- 教会领导人？
- 组织领导人？
- 其他主修的超连锁®店主？



可以见面，也可以透过电话

这是一个双向的沟通！与成功的社交活动相似，您也要学习如何和别人分享您的事业！

不要太技术导向！准备好如何简短描述我们的解决方案。「我们提供小企业更好且更实惠的网络营销方案。」

描述您的理想客户！这可以帮助您在思考过程聚焦！与其说「我和中小企业合作」，您可以说

「我们和各种中小企业合作，目前正在和装潢公司和景观设计师合作，您有没有认识的人需要更好的网络策略？」

见面并认识彼此！

当您和这些透过推荐而来的人接触时，向对方自我介绍并说明推荐的原因。

说明：「Lisa，您好，Frank也许有提过我会和您联络，我不确定，不过Frank和我上次聊天时谈到，我可能可以提供您的事业一些协助。」

Lisa会问：「好，那您做什么的？」

您对「您做什么的」的回答

- 答案是什么？
- 您的答案是什么，或者还有哪些可能？

接触您的推荐顾客

强而有力的介绍

您是做什么的？

非主修网络中心：
我和一间公司合作，帮助企业节省开支同时增加收入。

主修网络中心：
我是营销顾问，我帮助企业节省开支同时增加收入。

推荐奖励

让您的朋友、亲戚、同事、或是客户因为帮您推荐顾客，而得到奖励，有时是很有用的！
可以在推荐顾客成功时，提供奖励！

一些 建议

- 如果推荐顾客成功完成销售，我就送给您SG.SHOP.COM的礼品卡
- 如果推荐顾客成功，完成销售，我就提供现金
- 如果推荐顾客成功完成销售，我就送给您EGIFT电子礼物
- 您可以自由选择您自己的推荐奖励计划！

经验显示，与人面对面建立关系，能创造更紧密的联系，发展关系更容易，不管是对超连锁®事业或网站销售而言，皆是如此。

- 与人交谈
- 建立关系
- 把每个挑战当作学习经验
- 表现正常 / 做自己
- 关心潜在人选



建立人脉接触法 熟人市场

3种类型的联络人

1. 深厚的关系
您最熟悉的人·例如：您的姐妹、邻居等
2. 重新联系
您认识的人·但需要再重新聊聊
3. 您是他们的熟客
您们之间有业务往来的关系

物色 / 重新联络

对于那些您需要重新联络的人·您和他们之间的关系是薄弱的

- 试着一天联络2位潜在对象·开始重新认识他们
- 建立关系
- 这些人会慢慢地转而列入与您有「深厚关系」的名单




您的前10大名单

对于那些已经与您有深厚关系的对象

用最合乎逻辑的方式与他们联络

- 社交往来
- 做生意的场所
(非尖峰时间)
- 社群媒体
- 电话 / 电子邮件 / 简讯





发问

1. 您从潜在人选研究中找到问题
2. 15分钟咨询表的问题
3. 他们喜欢 / 不喜欢他们网站的特定问题
 - 「为什么到目前为止您没有架设网站？」
 - 「为什么网站为您的生意所带来的效益不如预期？」
 - 「您喜欢您网站的哪些部分？」
 - 「您不喜欢您网站的哪些部分？」

一旦时机成熟，您就可以说：

「John，不知道您晓不晓得，我很擅长帮助您这类公司有效利用因特网，增加利润或提升服务水平（不管他们面临的主要问题为何）。

我很乐意跟您坐下来谈一谈，我们的产品专员可以为您介绍我们的网络科技，看看对您的事业是不是有帮助。

下两个星期您什么时候有空，我帮您安排一场在电话上聊一聊？」





所以...
如果他们提出问题或异议？
那就表示他们感兴趣！继续谈下去！

回答问题

拒绝：我朋友或家人正在帮我架设网站...

回答：太好了，他们会喜欢我们的服务！我们的技术能在许多方面协助网页设计人士，帮业主省下许多时间、金钱与烦恼。

这样吧，我会请我们公司的专人为您的公司设计全套网站组合产品，免费供您评估；然后我会请网站专员向您介绍我们如何帮助其他类似的公司。您什么时候有空？上午还是下午？

拒绝：我们用社群媒体

回答：这样很好啊！社群媒体是一个对外宣传很棒的方式，而且可以跟您的顾客有互动，您都怎么寻找顾客呀？您的网站能够帮您抓取这些名单吗？

回答问题

拒绝：多少钱？

回答：现在告诉您费用并不合适，因为我们必须了解您个别的需求。我们已经和全世界数万位业主合作，而且价格都是他们能够负担的。我可以向您保证，一定会是您负担得起的，不然这就不是适合您的解决方案了。

拒绝：您可以告诉我大约多少钱吗？

回答：费用得视您的需求而定。这样好了，我会请我们公司的专人为您的公司设计全套网站组合产品，免费供您评估；然后我会请网站专员向您介绍我们如何帮助其他类似的公司。您什么时候有空？上午还是下午？

回答问题

拒绝：您可以寄一些数据给我吗？

回答：我可以做得更多！我会请我们公司的专人为您的公司设计全套网站组合产品，免费供您评估；然后我会请网站专员，向您介绍我们如何帮助其他类似的公司。

拒绝：但我已经在用别家的网站服务了

回答：这很好，您已经在用网站了。我可以提供您省钱的方式，还能给您更好且完整的网络营销策略，这样您会不会有兴趣？我们的系统不会为了所有的服务细项和您收费，您想不想多了解一点呢？您什么时候方便，白天还是下午？

拒绝：我喜欢我现在的网站

回答：很好！您最喜欢现在网站的那一部分？有没有什么是您希望网站能做到，却没做到的呢？

告诉他们·您想要帮他们解决的问题

如果您可以让他们一直把对话停留在他们现在面对的困难·邀约会谈会比较容易

解决问题的方式就是会谈

他们可以在会谈中找到解决问题的方法



电话「陌生」开发




要知道·企业每天都会收到无数的推销电话：供货商、广告、清洁服务、用品促销等

您要如何与众不同·展现价值？

可以在陌生市场中物色人选的情境：

在咖啡厅遇到新的潜在人选	在小区活动、体育活动、社交场合等遇到新的潜在人选	在建立人脉的场合
当您「分散消费」时	透过社群媒体找到新的潜在对象	当您与「守门人」交谈时



联络陌生开发的潜在对象


看起来似曾相识？

唯一不一样的地方是「交谈的内容」

您从零开始建立关系

将所有的名单引导到同样的方向：会谈

1. 社交
2. 工作如何？/ 生意如何？
3. 有做广告吗？
4. 您的网站运作得如何？



**您是谁？
您销售什么？**

您看起来或听起来像「推销员」吗

您的目的是什么？您想要做什么？

我应该听您说话听多久？何时可以礼貌地请您离开？



建立关系

目的是让他们认识、喜欢并且信任您

您能举止得体，并且友善、和气又关心他人吗？

您有共同点吗？

您住哪？做什么？认识谁？

您的目的是什么？您可以提供什么帮助？您是做什么的？

您可以和谁谈？

如何规划接触

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 1 自我介绍 — 您怎么知道他们的名字以及打电话来的原因 | 4 人脉转介方法 |
| 2 解除他们心中的疑虑 | 5 订定会谈 |
| 3 引人入胜的形容 | 6 守信的专业人士 |

防止取消与失约

确定的预约

您是否预见到您有什么其他安排会让您无法按时赴约？

我们都很忙，我想确认这个会谈的时间不会改变。

守信的专业人士

我不会浪费您的时间。我相信您也不喜欢被人在最后一刻取消或被放鸽子，我也一样。我很期待_____的会谈。

我该说什么？

自我介绍
我叫_____。

拜访原因
我在附近/隔壁/途中...

确切的拜访原因
您强而有力的介绍
「我帮助餐厅从事在线营销，增加来客数」

致歉并请求许可
我不想浪费您的时间，我必须赶去参加会议，但我知道谁最适合谈谈（关于_____）？

要求联络信息及跟进追踪沟通法
什么时候联络_____最好？如果我想与他们约个时间来了解你们公司的话，怎么联络他们最好？



我该说什么？

感谢他们
非常感谢！

建立内部关系和联盟
抱歉，请问您的大名？
您在这里任职多久了？
您大概什么都知道！
生意如何？哪方面进展顺利？您觉得怎么做会更好？
您如何解决这个问题？您的营销方式如何？
如果可以，您想改变什么？

再次感谢他们，告诉他们您的下一步
再次感谢您，很高兴和您谈话！请告诉我，我会在____的时候联络他，看看我们是否可以约个时间来了解状况，看我能提供什么帮助。

坚持到底！

回电

自我介绍
嗨，____，我是____

出其不意
您现在方便吗？还是在忙呢？

打来的原因·转介
我了解，我现在不想占用您的时间，但我打电话来是因为我上周和____（强有力的介绍），他/她建议我和您谈谈。

要求联络信息及跟进追踪沟通法
我想更了解贵公司的情况，看看我是否有办法帮助您。提到____，我有一些想法。

导向咨询
您什么时候有10-15分钟的时间可以更深入地谈谈？

预约下一步



举例

嗨，这是XYZ景观公司吗？（如果他们接电话时没有报上公司名称）

嗨，我是Jason（不要说「我的名字叫」），我们上周在Mint Bistro见过/在曼彻斯特的Home Depot看到您的卡车/在塞勒姆开在您的后面/您的表哥让我打电话给您（您看到或知道这家公司的原因）。

您现在方便吗？还是在忙呢？

好，没关系，我现在没有要占用您的时间，我知道您很忙。

举例

我打来的因为我：在附近拥有一些事业，其中一个是我与本地企业合作，帮助增加它们的收入或降低开支（或您自己的「可引起注意的话」...可与数字营销、移动电话等方面的事情有关，或提及您和他们之前的对话，或另一个强有力的介绍）。

我想在这周跟您约大约10分钟左右的时间，来了解您的企业，看看我们是否能互相帮助？如果行不通，我们至少也可以互相介绍生意。您最快什么时候会有10分钟，来谈谈您的公司？

守门人与语音信箱 如何让他们回电

守门人就是负责决策者过滤不相关来电的人。

守门人过滤电话和访客，特别是那些他们认为不重要的对象。他们每天至少会接到10 - 20个与决策者对话的要求。

语音信箱 = 守门人的类型 / 过滤

与众不同，始终一贯，具亲和力。





**守门人也是人
与他们交流**

- 丢掉台词**
体现个人风格、与人交谈
- 记得他们的名字，并以名字称呼他们**
- 产生关联并建立熟稔的关系**
「我是顾客、同事等等」
- 假设他们可以帮忙**
「您是主要的负责人吗？」
「您是经理吗？」让他们觉得很重要。
- 借力他们的知识**
询问他们的意见，「您觉得什么时候打电话来比较好？」
「午餐前还是午餐后打来比较好？」
「您觉得如何？」
- 保持有礼貌**
无论如何都要如此
- 跟进追踪**
这只是第一次联络，不是唯一一次的联络！为求更有效率的跟进追踪，请好好写下笔记

人际关系接触法工作坊



现场示范

我扮演是业主
您扮演网络中心经营者

形容一下这位「业主」以及目前您与他们的关系

形容一下您预计怎么联络这位业主（打电话、亲自拜访）

电话工作坊

拿出您的名单
用20分钟来联络您的潜在人选

目的：

- 让他们说话
- 找一个适当的时间回电
- 安排一个15分钟咨询
- 安排会谈



邀约会谈

电话工作坊成果



成果

进行的如何？
哪些结果是好的？
哪些部份可以改进？

成果：

- 完成多少次的连接
- 邀约到多少次的会谈
- 有多少人完成跟进
- 完成多少简讯/语音留言





预先安排	
会议目的	确认会议时间和所需时间
候选人的代办事项与 期待	期望的会议结果
网络中心经营者的代办事项与 期待	预期的下一个阶段

举例

- 谢谢您今天和我见面。如同我们今天/上周/电话上/见面时所谈_____等等。
- 您今天想了解哪些内容?
- 我想多了解您的生意并聊聊我们如何协助企业改善他们的网络形象，以及我在找到了一些跟您生意有关的事情。
- 您还是有15分钟的时间吗?(您可以设定您需要的时间)
- 如果您觉得我们今天谈得内容有符合您的想法，我想跟我们的产品专员预约一个时间，再深入的聊聊您担心的部份，看看我们可以如何协助您。您觉得如何?

进行您的咨询

- 建立关系、真实的写照、合适的、表现出对他们感到兴趣
- 预先安排
- 转换重点：如果您觉得可以，在我开始讲我发现的事情之前，我想问几个问题
- 15分钟评量表

关于咨询

- 谢谢您分享这些讯息...
- 当我们约定好见面的时候，我也做了一些研究而且发现：
 - 分享您的研究
 - 以这些内容来说明为什么讨论这些内容是重要的
 - 确认他们真正想要改变的动机

关于结单

- 那么现在我想和我们的_____专员(网站、数位营销)预约一个会谈，一起讨论一下(重复他们最大的担忧)
- 他们可以直些回答您的问题并提供解决方式，同时提供可行的建议
- 我们最快什么时候可以安排会谈？

另一种结单方式

现在我想透过一个展示，向您介绍我们的服务，并针对如何解决_____提供建议？

*这个方式是让您可以自己进行产品展示或提供建议

展示与提案

- 预先安排
- 分享明确的信息
- 为什么它们很重要
 - 它们将可以完成什么部分
 - 它们将如何影响他们的生意
 - 过程将会是如何进行
- 报价和套装



YOUTUBE
www.YouTube.com/MAWebCentersOfficial

- 许多针对顾客的播放列表
- 功能
- 数位营销高峰会
- 客户教育系列
- 数字营销系列
- 线上学习

Digital Marketing Summit: Search Engine Optimization and Search Marketing

BLOGMAWBCENTERS.COM

- 我们提供中小企业全面性的解决方案
- 您有本地的人脉关系
- 借力部落格张贴相关文章: 数字营销、特定产业文章、在线营销推荐和最佳方式

分享产品推荐的最佳资源
www.mawc411.com

B2B MARKETING MANUAL
Web Solutions SHOP.COM

B2B SERVICES CATALOG
Web Solutions SHOP.COM

Features & Benefits Guide

要求购买!

- 最快什么时候我们可以开始进行，以解决____ (重复他们主要的担忧)?
- 什么是您今天无法决定的原因?
- 您想要决定今天开始还是本周结束前?

下一步该做什么?

- 感谢他们的交易
- 进行销售或取得付款信息
- 收集设计精灵、项目经理所需、数字营销窗体的相关数据

或者

- 安排跟进与他们一起收集设计精灵、项目经理所需、数字营销窗体的相关资料
- 让他们知道，他们可以期待接到美安网络中心进一步信息



CONTACT US

顾客经理人的诀窍

- 以电子邮件或电话联络
- 和他们一起使用设计精灵
- 和项目经理合作
- 确认预约教学，向介绍他们如何使用信息版面
- 网站上线时，为顾客宣传
- 提及技术支持！（分享或寄送图文电子邮件）
- 在对的时机提供他们名单




设计中心

所有套装均可在网站启动时一起购买，费用可并入网站售价

设计中心套装售出后的两个工作日之内，负责的项目经理会致电购买套装的客户，开始进行设计

开始索取相关信息、文件、图像及授权，以利项目进行

我们的团队表现卓越，他们会确认项目持续进行。当顾客在项目进行过程中，适时的响应与互动，会让顾客感到愉快。



您如何帮助设计中心增加价值？



支持项目经理

有时候顾客需要有人帮忙将内容收集完成以及提供意见。当顾客需要协助时，您就可以帮助您的顾客以及/或鼓励您的顾客打电话给他们的项目经理寻求协助！



支持项目经理
添加设计中心电子邮件副本，当项目经理寄发信件给顾客，您就会同步收到电子邮件



选项一：技术支持
网站顾客可以透过无限的技术支持、回答工具、数字营销的问题。

选项二：服务
和设计中心类似，确定顾客参与过程并了解所有信息都有充分沟通，这是非常重要的。第一步就是请顾客签署数字营销服务同意书。

www.dmpservices.org



支援您的顾客

- 设计流程
- 顾客关怀
- 分享资源

保持联络

- 说声“谢谢您”
- 与网络中心一起经营顾客
- 确认
- 条理化



专业的感谢

- 电子邮件?
- 电话?
- 伙伴商店赠礼?

个人化的感谢

- 手写卡片?
- 感谢顾客与您交易
- 提及技术支持
- 保持联络

无论如何，您都可以用自己的方式去感谢您的新客户，确定有做到这件事!

您是一名网络中心经营者 与有一个完整的团队帮您处理:

- 销售
- 设计
- 技术支持
- 账单

在这每一个过程, 您的角色就是联系他人!

为您自己和客户, 将您做一个清楚的定位:

- 语音信箱
- 邮件自动回复
- 以您个人的方式响应问题



异议问题

有时候, 顾客会有一些疑问:

什么样的问题?
确认: 您可以帮他们联络对的人? 部门 / 谁:

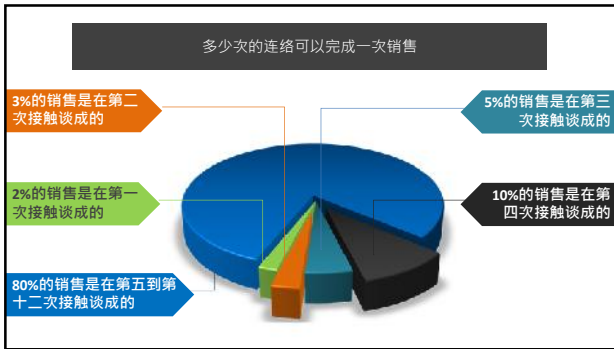
您应该做什么或不要做什么?

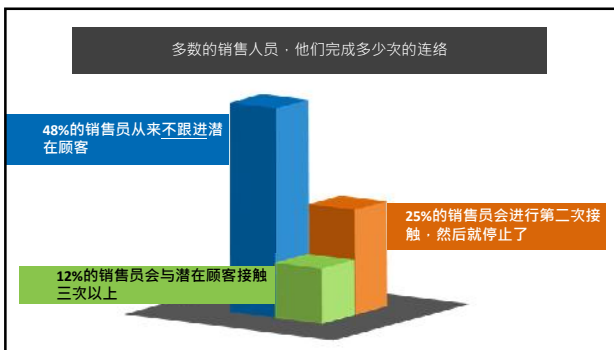
- ✓ 强调重点但不要做结论
- ✓ 让他们知道您已经“听到”他们的意见, 且会看看找谁来尽快协助他们

当我们将问题转给相关人士时, 请用书面方式(或透过email), 为了将问题解决, 我们一定要请相关的人, 协助帮忙!

清楚的跟进策略非常重要!







如果产品专员帮您跟进:

- 和产品专员沟通
- 务必双方信息要同步，才不会让潜在客户无所适从
- 使用新的网络中心经营者通知系统！

如果您自己跟进追踪：

- 要条理分明
- 安排您自己的跟进电话
- 选择合理的时间
- 跟进潜在人选（例如不要在周五晚上七点打电话给餐厅老板）
- 要有恒心
- 但是不要催促对方
- 尊重对方的时间
- 询问什么时间方便联络对方
- 要明确
- 您要跟进追踪的内容是什么





进阶网络中心工具

- 电子邮件、域名、营销活动报告
- 进阶工具



域名与电子邮件

- 您该考虑替您的网络中心取一个网域名，并设定一个专业的电邮地址
- 介绍并参观您的网络中心 - 他们可以观看影片、了解特色及好处、还可预定邀约！
- 设定一个和您的网络中心有相关连的电邮地址看来比较专业，也方便区分公私邮件



电子邮件营销

您可以制作电子邮件模板，并寄电子邮件营销活动给您的现有顾客和潜在人选



自訂

漂亮的新版型，可以针对潜在顾客进行电子邮件营销！

整合网络中心解决方案的主题设计到您的网络中心。

可以简单地新增您自己的讯息！

电子邮件营销营销工具





内容
建议

- 升级讯息
- 网站趋势
- 目前推出的特别优惠
(创造紧迫性的最佳方式)
- 让您的现有顾客 / 潜在人选知道推荐活动
- 分享一些设计中心最新的作品提及专业团队
- 见证

有太多资源可让您找到

值得分享的内容!

您可透过电子邮件、社群媒体聊天室或部落格等
和他人分享这些内容



以客户为重点的内容 / 值得分享的内容

美安网络中心 电子报	美安网络中心 部落格
美安网络中心 脸书	美安网络中心 推特
美安网络中心 Instagram 账号	其他部落格和您 信任的来源



交换名片

- 建立自我品牌
- 有利于和专业人士联络
- 一旦邀约成功，和别人分享您的联络信息时就是交换名片的好时机
- 有利于和人脉广的好友分享，他们会很乐于把您的联络信息告诉别人！

如同我们在脸上分享设计，分享影片可以达到一样的效果	您可以在您的脸书墙上分享影片	您和单一潜在人选分享影片
您可透过网络中心分享影片或手机版网站	您可以分享我们「顾客专用」的YouTube： https://www.youtube.com/user/maWebCentersOfficial	记住 - 运用影片做为吸引他人兴趣的第一印象，接着可以利用跟进来邀约会谈！


如果没有您，这些工具毫无用处！

这些工具的目的就是给您一个开启对话的机会！

这些工具能够帮您有效率的跟进！

这些工具就是您的好帮手！

您还是要发问问题，找出合格的潜在客户，并和合格者确认邀约





事业建立 实习生计划
指导网络中心经营者



实习生计划

目标:
为网络中心经营者提供培训和支持，帮助他们启动业务。

福利:
为网络中心经营者提供培训、指导和资源。

申请条件:
年满 18 岁

实习生计划的好处	实习生候选人
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 经营者可以填补他们的业务所需支持服务的空白 ✓ 在经营困难情况下，有助于启动超连锁事业 ✓ 为经营者提供培训和支持 ✓ 可使用销售材料和其他资源来开展营销活动 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 受过高等教育 ✓ 有志于社区服务 ✓ 有领导经验 ✓ 有创业精神 ✓ 有责任感



您的心态导师

- 目标是复制，和那些想要成为超连锁®店主，但需要帮助才能起步的人合作
- 这不是雇用一个人和您共事
- 确保您的时间花在愿意复制您的付出的人

记住...

时间是一个宝贵、无法追回的资源。每一天的时间有限
一旦时间流逝，就再也不能追回

聪明地运用时间

鼓励网络中心潜在人选善用产品专员

这将可以增加他们成功的机率	在结束以后，帮助他们更快成为一名超连锁®店主	并且再次强调我们已经证实可复制的网络中心系统
---------------	------------------------	------------------------

请记住，网络中心潜在人选不能是既有的超连锁®店主



您的实习生如何获得报酬？

销售：
当您的实习生销售一个网站，身为导师，您会获得收入。您必须利用这个利润，帮助实习生启动事业。

启动：
使用一部分的零售利润帮助您的实习生启动超连锁®事业（网络中心新人快速启动组合）

额外的利润：
将额外的利润给新的超连锁®店主。*您可以保留部分的利润给自己（支付税金、网络中心管理费等）

您可随时终止任何实习生的实习状态

- 如果您发现有人表现不佳，您也找到了更适合的人选可以替代，就这么做吧！
- 记住，这是个竞争性的实习生计划，您有四个位置，他们应该尽力表现，争取成为您旗下的超连锁店主

登入您的网络中心

点选客户总管

选择联络人

Welcome to your Account Please:

- Schedule Sales Appointment
- Update your Account Profile
- Manage your Billing Information
- Manage your WebCenter
- Manage your Customers Web Sites
- Manage your Domains & Email Accounts
- View WebCenter Help Site
- Upgrade 3.0 Web Sites

Customer Dashboard
Contacts
Sales Calendar
Appointment Wizard
Campaigns
Email Templates

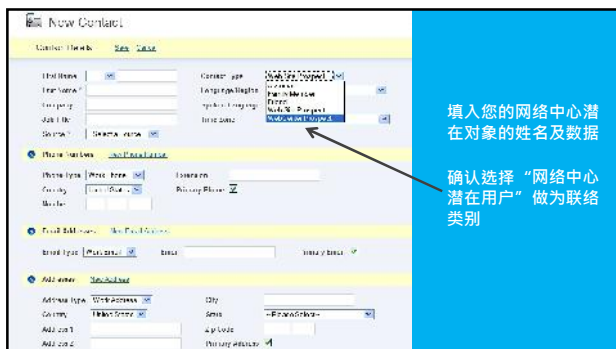
WebCenters Customer Manager

Home My Account Customer Manager WebCenters

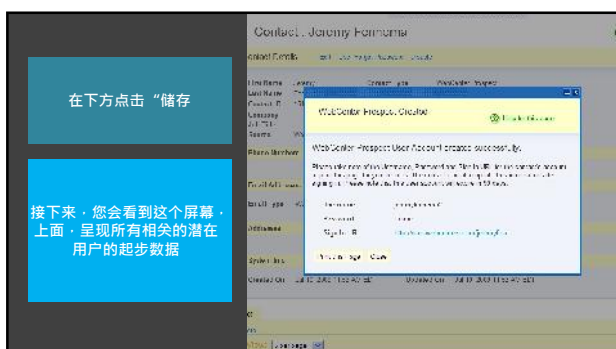
点选“新联络人”

Contacts

Select All	Name	Phone	Company	Job Title	Email	Contact Name	Source
<input type="checkbox"/>	Kim Chen	916-434-0010	WebCenters	Owner	webcenters@maricopa.net	12/14/2014	Web
<input type="checkbox"/>	Sharon	916-434-0010	WebCenters	Owner	sharon@maricopa.net	12/14/2014	Web
<input type="checkbox"/>	Joe Peterson	916-434-0010	WebCenters	Owner	joe@maricopa.net	12/14/2014	Web



填入您的网络中心潜在对象的姓名及数据
 确认选择“网络中心潜在用户”做为联络类别



在下方点击“保存”
 接下来，您会看到这个屏幕，上面，呈现所有相关的潜在用户的起步数据

启动实习生计划	<ul style="list-style-type: none"> ○ 慎选一位共事的实习生 ○ 启动他们作为网络中心潜在人选
教育	<ul style="list-style-type: none"> ○ 网络中心认证训练101、在线网络中心认证训练、简易销售 ○ 成功五要诀、购物年鉴
销售网点会谈展示计划	<ul style="list-style-type: none"> ○ 使用网络中心起步指南，帮助他们安排会谈并销售第一个网站。 ○ 展示计划，看看能否引出其他潜在人选
成为超连锁店主	使用网站销售的零售利润，做为实习生的事业资金！



- 帮助他们正确起步！
- 您树立榜样，就会有人跟上
- 您的作为将会深度复制您的团队！

**自我负责
很重要**

如果竞赛正在进行：
www.mawc411.com或...

<p>每周电话会议 由身为领导人的您主导！</p>	<p>超连锁®店主支援网站 www.mawc411.com 伙伴们应该先看看，是否可以在这里找到一些答案。 <i>**可以省去回答个人问题的电子邮件沟通时间</i></p>
<p>网络中心在线研讨会 提供后续教育训练，向网络中心经营者展示事业机会以及更多信息</p>	<p>脸书社团 如果您有销售方式、跟进追踪或程序等一般问题，把问题张贴在脸书社团！我们大家都可以贡献答案！ 请email至 mawc411centers@marketamerica.com，我们可以邀请您加入脸书。</p>
<p>每周检视 一起学习成长</p>	<p>电子邮件支持 如果您还是找不到答案，或是您的个人问题，把问题寄到 sales@marketsingapore.com.sg！ 这是最直接的联络方式。</p>

以网络中心拓展您的事业

 <p>网络中心实习生 学习方法 借力专业 赚取零售利润，用以开启网络中心事业</p>	 <p>网络中心新人快速启动组合 以网络中心新人快速启动组合开启您的超连锁事业</p>	 <p>在您团队内的超连锁店主可以购买网络中心或重新启动网络中心</p>
---	---	--

