Многие ваши клиенты хотят больше информации за меньшие деньги. Это правильно! Даже люди, не особо бережливые, любят получать бесплатный материал. Даже те, кто покупает очень дорогие товары, любят получать бесплатные предложения.

Поэтому Вы предоставляете бесплатные электронные книги, отчеты, интервью и т.д. Да, вы получаете email-адреса в обмен на эти подарки, но вы также настроены на то, чтобы развить отношения с этими людьми, добиться их доверия и, в конечном счете, сделать их своими клиентами.

Но существует проблема: некоторые люди перебарщивают с бесплатным контентом настолько, что их подписной лист в скором времени заполняется читателями, которые никогда ничего не будут покупать (им хватает бесплатных подарков).

Продавец ухудшает спрос, сосредотачиваясь в основном на «бесплатном материале». И когда продавец представляет коммерческий товар, то все что он слышит это недовольные вопли.

Что же случилось? Почему он ничего не получил, когда он представил продукт?

Возможно основная проблема - подсознательное отношение торговца. Возможно, он чувствует что «беспокоит» людей или проявляет излишнюю настойчивость, прося о покупке. Так вместо просьбы купить, он дарит бесплатные материалы, в надежде на любезность и благодарность своих подписчиков.

Читатели привыкают к «халяве», привыкают получать подарки, и когда он просит что-либо купить, они просто потрясены.

«Как он СМЕЕТ просить, чтобы я что-либо купил! Я думал, что он понял, я выдою его до последней капли и затем уйду к другому предпринимателю!»

Возможно, продавец ожидал этого. Возможно, он так боялся оскорбить людей, представляя не бесплатное изделие, что его предложение было слабым. Вместо уверенного закрытия продажи, он нерешительно сообщает людям о коммерческом товаре и затем фактически приносит извинения за то, что этот товар является коммерческим, а не бесплатным.

Если он уже испытывает подобные чувства, если он чувствует что беспокоит людей, и уже ожидает, что люди не будут у него покупать, то почему люди ДОЛЖНЫ это делать?

Скорее всего, они этого не сделают. Дело в том, что подписной лист этого бизнесмена заполнился людьми, которые не могут или не будут покупать, просто потому, что его «щедрость» привлекла определенный тип подписчиков.

Если вы управляете сайтом о своем хобби - это прекрасно. Но если вы управляете

бизнесом, вы имеете проблему.

Позвольте спросить вас: когда вы приходите в обувной магазин и просите продавца помочь подобрать ваш размер, что вы испытываете по отношению к этому продавцу?

Когда вы приходите в ресторан, и официант спрашивает вас, что вы будете заказывать, какие чувства вы испытываете по отношению к этому продавцу?

В обоих случаях, вы чувствовали, что служащий приносит пользу. Вы чувствовали себя «обеспокоенным»? Скорее всего, нет. Вы чего-то хотели, и он помог вам получить это.

То же самое с вами и вашими клиентами. Прекратите волноваться о том, что вы их «беспокоите», и начинать рассматривать себя как их помощника. Когда вы измените, ваше отношение к этому, ваши потенциальные клиенты станут реальными, потому что их отношение переменится также.

Те, которые хотят ваших щедрот просто так, уйдут в другое место, и вы останетесь с теми людьми, кто оценит бесплатные материалы, которыми вы их снабжаете. Но в то же самое время они будут покупать продукты, которые вы им рекомендуете. Они начнут относиться к вам как к доверенному другу, к тому, кто помогает им.

Прелесть этого состоит в том, что вы все еще отдаете подходящий бесплатный материал - но теперь вы отдаете их скорее как образцы чем как "взятки" для того, что бы кто-то остался вашим подписчиком.

Даже святые люди получают компенсацию за работу, которую они делают. Министры получают зарплату? Держу пари что да! Преподаватели? Конечно. Доктора? Да, и их работа очень хорошо оплачивается.

Причина, по которой я говорю вам это, заключается в следующем. Если вы создаете такие условия, при которых ваши подписчики ждут от вас только «халявы», всегда найдутся люди, которые будут недовольны, если вы предложите им платный товар. Только помните, независимо оттого, что эти плаксы вам говорят, Вы заслуживаете, чтобы то, что Вы делаете, справедливо вознаграждалось.

Возможно, здесь вы задаетесь вопросом, как вы можете помогать людям, даря материал, и при этом получать хорошую плату за то, что вы делаете?

Сначала, как было упомянуто, измените ваше отношение. Будьте уверены. Относитесь к вашему бизнесу именно как к бизнесу, а не хобби. Знайте, вы помогаете людям, и они испытывают благодарность. Знайте, что ваша помощь должна оплачиваться. Вы заслуживаете признания того, что вы делаете.

Затем, не стесняйтесь предоставлять бесплатные материалы, но делайте их уместными и своевременными. Не отдавайте 47 электронных книг только для того, чтобы получить чей-то email-адрес. Продавайте товары при подписке на вашу рассылку так же, как Вы

отдали бы их, если ваша рассылка была бы платной. Если хотите, включите бесплатные отчеты или книги как бонусы.

Пишите свое коммерческое предложение так, чтобы люди понимали - отдавая кое-что ценное, вы делаете это для их пользы. Пусть они знают, что этот подарок - образец вашей другой работы, для них это способ узнать вас лучше, абсолютно ничем не рискуя.

Подумайте о тех бесплатных образцах продовольствия, полученных вами, когда вы входите в универсам. Например, вы видите женщину, предлагающую бесплатные образцы пиццы. Вы не сможете взять этих бесплатных образцов столько, сколько хотите. Это не то место где вам предоставляют бесплатный завтрак в качестве благодарности за посещение.

Действительно, в нашем примере мы видим женщину, поощряющую вас, но она может сообщить вам, где, что и как купить, если вы захотите больше.

Вы расстраивайтесь, если она не дает вам нормальную порцию или целую пиццу бесплатно? Конечно нет! Вы благодарны за образец, который она дала вам, и если пицца не слишком обременяет ваш бюджет, вы ее купите.

Точно так же это работает, когда вы предлагаете бесплатные материалы в обмен на email-адреса. Вы пробуждаете аппетит в потенциальных покупателях. И после того, как они попробовали образец, вы сообщаете им, как покупать … точно так же как женщина в универсаме.

Если потенциальные покупатели ожидают от вас бесплатного образца, то они не будут расстроены или удивлены, когда вы попросите о покупке. Фактически, они будут ОЖИДАТЬ, что Вы начнете просить об этом.

Помните поговорку: относись к человеку так, как ты хочешь, чтобы он относился к тебе? Следуйте этой пословице, и тогда между вами и вашими клиентами наступит полное взаимопонимание!