

# Video Sales Letter - Útmutató

## Egy Sales Videó Céljai

- Összefoglalni a weboldalon található termék/szolgáltatás prezentációját videós formában, és bizalmat építeni az érdeklődővel. **FONTOS:** A sales videónak a visszajelzésekkel ellentétben profi minőségűnek kell lennie (képminőség, hang, háttér stb.). – ha kell, külsős szakembert is érdemes bevonni.
- Emocionális hatás gyakorlása, főképpen az általános problémákon keresztül (pl: költségoptimalizálás hiánya)
- Kristálytiszta megértetni az érdeklődővel, hogy hogyan oldja meg a szolgáltatásunk az ő problémájukat

## Sales Videó Felépítése

### 1. Figyelemfelkeltés - (Max néhány mondat)

Emeljünk ki valamit, amire az érdeklődő egyből felkapja a fejét, és ezáltal az egész videó alatt a kezünkben tarthatjuk a figyelmét. (Valamilyen tévhit, vagy egy nagy ígéret, amivel tisztában vagyunk, hogy elérhetjük számukra.)

Konkrét példák:

- Ebben a videóban bemutatjuk, hogy hogyan tud a céged nemzetközi színvonalú dolgozó szállítást biztosítani, úgy, hogy ráadásul milliókat spórolhat.
- Ebben a videóban bemutatom neked, hogy hogyan tudsz kialakítani egy olyan életstílust, egy olyan stabil jövedelemforrást, amely lehetővé teszi számodra, hogy soha többé ne kelljen a munkahelyed kötöttségétől függened, és végre teljesen szabadon éld az életed.

### 2. Bemutatkozás - (max 30 másodperc)

Röviden mutasd be magad és építs egy olyan bizalmi háttérrel magad köré, ami fenntartja az érdeklődésüket és bizalmukat.

Fontos, hogy bizalmat is építsünk ennél a szegmensnél. → Miért kellene nekik rád

hallgatniuk?

### **3. Ismertesd a legfőbb problémákat** - (néhány mondatban)

Az ultimate probléma, amire megoldást kínál a szolgáltatásod

### **4. Háttérsztori** - (max 90 sec)

Meséld el röviden a cég háttérsztoriját, hogyan alakult meg, mi vett rá, hogy belevájj.

Ez segít nekik még több bizalmat kiépíteni, és megértetni velük, hogy hasonló problémákon mentél keresztül, vagy láttad ezeket a problémákat másoknál.

### **5. Előnyök kiemelése**- (max 90 sec)

Mutasd meg nekik, hogy milyen lenne az életük enélkül a probléma nélkül, amikkel jelenleg szembenéznek. Illetve mutasd be konkrét számokkal, hogy milyen lehetséges eredményeket lehet elérni ezzel a szolgáltatással.

Prezentáld a szolgáltatást, mint egy komplex megoldáscsomagot a problémáikra.

### **6. Ajánlat** - (max 60 sec)

A célunk, hogy jelentkezzenek egy konzultációs megbeszélésre, erre hívd fel a figyelmüket, és közöld, hogy mi a következő lépés, ha szeretnének nagyobb változtatásokat elérni.

### **7. Kifogás kezelés** - (max 60 sec)

Röviden beszélj egy picit arról, hogy milyen kifogások, kételyek tarthatják őket vissza a szolgáltatás igénybevételétől? Oszd meg a golyóálló garanciádat velük, hogy azt érezzék nincs mit veszíteniük.

### **8. Cselekvés ösztönzés** - (max 90 sec)

Mondd el még egyszer röviden, hogy mivel lehet jobb számukra ez a szolgáltatás, mint a hagyományos megoldások a piacon.

Mondd el nekik, hogy a következő lépés az a konzultációra való jelentkezés, ahol személyre szabottan az ügyfél helyzetét beszélitek át, és megtudhatja a pontos részleteket a szolgáltatásról.

## Extra Tippek

- Vágjunk be olyan képeket, videókat, amik bizonyos esetekben reprezentálják a videóban elmondottakat.
- Használjunk lágy zenét a háttérben
- A teljes videó max. 4-8 perc legyen

## Általános hibák, amiket videó felvételénél elkövetnek az emberek

- Elfelejtenek a kamerába nézni
- Túláságosan rástresszelnek az előre összerakott szövegstruktúra követésére, és ebből kifolyólag túláságosan monotonná válik a hangjuk.
- Mindent bele akarnak foglalni a videóba, ebből kifolyólag túl hosszú lesz a videó. Fontos, hogy a célközönséget, nem az érdekli, hogy te konkrétan ki vagy. Az egyetlen dolog, amit megakarnak érteni, az az, hogy milyen problémát tudsz nekik megoldani, és hogy elég megbízható vagy-e ahhoz, hogy együttműködjenek veled.