進階銷售＆事業交流

網路中心授證訓練201

注意事項

關閉手機

禁止錄影或錄音

有任何問題嗎？

- 請將問題寫下
- 等到該部分告一段落時再發問
- 若聽到不懂的術語，請舉手發問，我們會以不同方式表達，讓您了解

www.mawc411.com

您應該要有：
歡迎手冊
諮詢表
B2B目錄
行銷手冊
12週行動計畫

wcteval.mawc411.com

「3分」表示符合您的期望

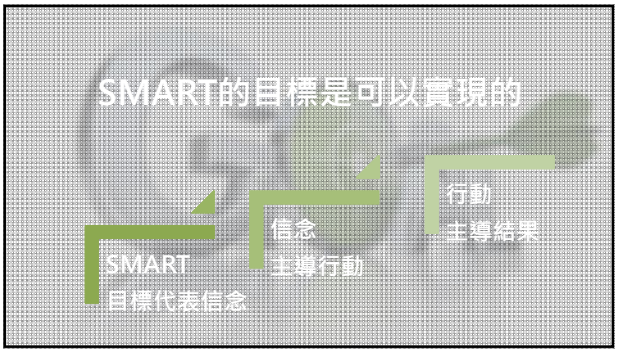
請寫下意見
當您給「1分」或「5分」時，請在意見欄填寫原因
評分時，只可使用數字1到5
「0」、「6」或1到5以外的任何其他數字均為無效
請確保評核表的上面部分和下面部分都要填寫

歡迎提供建設性的意見，讓我們改進

所有意見均列為機密，但若您希望講師知道您的意見，請將意見寫在「講師評核」

策略
Â 目標修訂、每日工作程序、組織
市場研究
Â 定性比較
Â 產業研究
進階銷售
Â 新的潛在名單
Â 事業交流、陌生開發與推薦顧客
Â 建立顧客群
進階網路中心工具
Â 報告與進階工具
事業建立
Â 招募潛在人選
Â 監督實習生與網路中心經營者

策略
目標修訂
每日工作程序
組織


SMART的目標是可以實現的
行動
主導結果
信念
主導行動
SMART
目標代表信念

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？

季度目標設定

決定新的目標

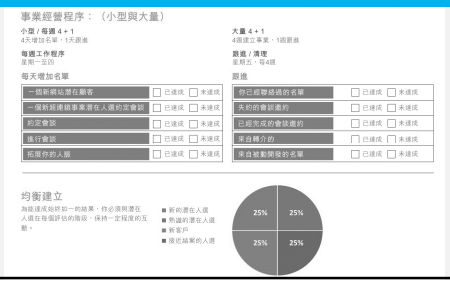
目標是否改變

有些會延續下去

有些會改變

達成目標的三大策略

第一項策略：均衡的工作流程



第二項策略：根據目標調整聯絡人數

範例：90天銷售目標

專業類別	諮詢	會談	銷售
副修	12	6-9	2-3
主修	24	12-18	4-6

第三項策略：評量、監督與調整

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®事業說明會、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）

讓您保持條理的工具: 12周行動計畫

在MAWC411.COM下載

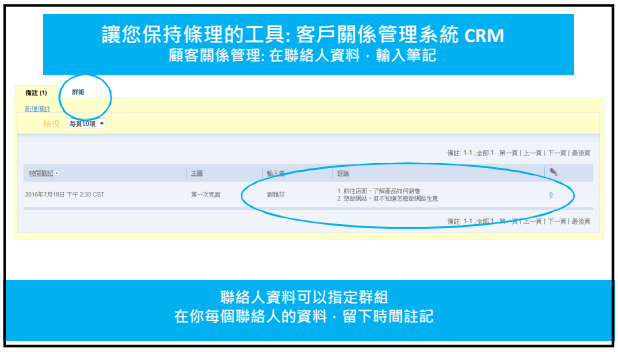
許下承諾

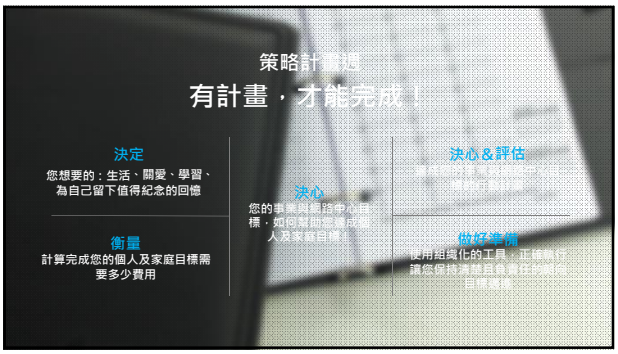
每周活動

讓您保持條理的工具: 客戶關係管理系統 CRM

客戶關係管理系統：在聯絡人資料中輸入筆記

點擊 “顧客管理”，選擇 “聯絡人”
為新增潛在對象、顧客或聯絡人新增資料

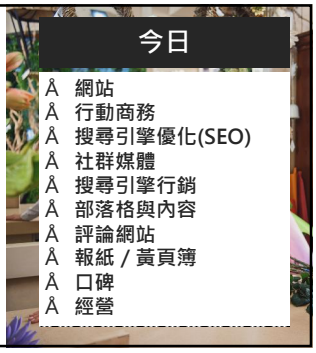

讓您保持條理的工具: 客戶關係管理系統 CRM
顧客關係管理: 在聯絡人資料，輸入筆記
聯絡人資料可以指定群組
在你每個聯絡人的資料，留下時間註記


策略計畫題
有計畫，才能完成！
決定
您想要的：生活、關愛、學習、為自己留下值得紀念的回憶
衡量
計算完成您的個人及家庭目標需要多少費用
決心
決心＆評估
做好準備

市場研究
定性比較
產業研究
B2B服務

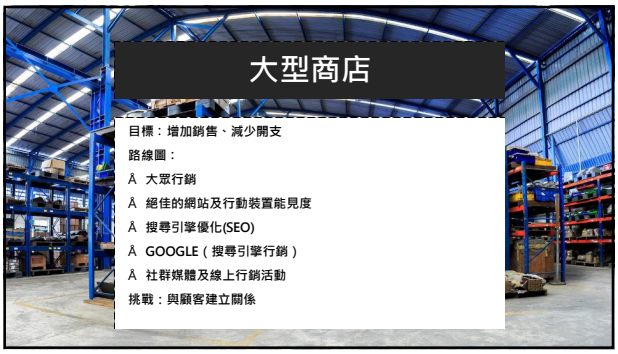
1990年

- 經營
- 黃頁簿
- 報紙
- 口碑



今日

- 網站
- 行動商務
- 搜尋引擎優化(SEO)
- 社群媒體
- 搜尋引擎行銷
- 部落格與內容
- 評論網站
- 報紙 / 黃頁簿
- 口碑
- 經營



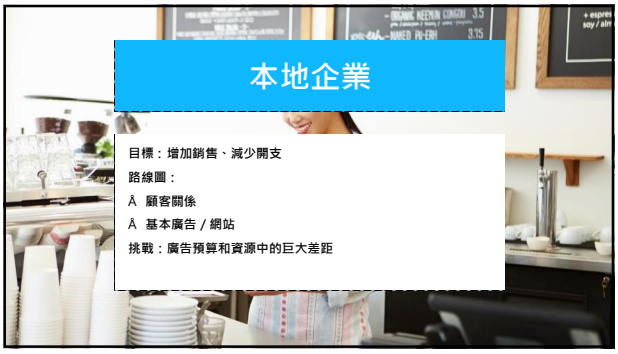
大型商店

目標：增加銷售、減少開支

路線圖：

- 大眾行銷
- 絕佳的網站及行動裝置能見度
- 搜尋引擎優化(SEO)
- GOOGLE（搜尋引擎行銷）
- 社群媒體及線上行銷活動

挑戰：與顧客建立關係



本地企業

目標：增加銷售、減少開支

路線圖：

- 顧客關係
- 基本廣告 / 網站

挑戰：廣告預算和資源中的巨大差距

傳統網站建置公司

優點	缺點
專業排版與設計	費用過高 — 相較於美安網路中心，費用會多出2-5倍
不需學習任何知識（軟體、HTML程式設計等）	代管又是另一筆額外開銷，在許多情況下，必須由中小企業自行負責
網站由建置 / 代管公司負責維護管理	修改及附加功能均需額外付費 修改：小時計費，超過美安網路中心1個月的管理費 電子商務、內容管理系統（CMS）等費用另計
	在網站開發及進行修改時，網站處於「架設中」
	修改完全受制於建置 / 代管公司的時間安排

自己動手做

優點	缺點
業主掌控網站	必須有相關專業知識，或者必須學習HTML或自己使用的軟體套裝
可能節省一些初始成本	外觀和設計風格的專業性令人質疑
	必須自行尋找、評估及支付費用給代管公司
	對於不知道如何進行的工作，沒有人提供支援
	十分耗時

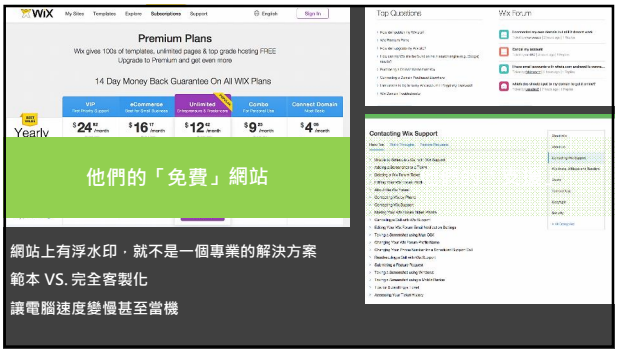
低價代管服務供應商

優點	缺點
價格低，一頁或兩頁的非電子商務網站基本費用低	不管是哪一種，您都必須知道或學習HTML / Dreamweaver，或使用其內建系統，而且您的網站看起來跟別家公司的網站大同小異
企業可列名於工商目錄，便於迅速查找	附加功能費用高昂，所有服務都需另計費用！
	中小企業網站可使用的流量有限，一旦達到上限，可能「關閉」網站或加收「超額費用」
	在付費服務選項外，僅提供極有限的支援及支援選項
	非常耗時且令人混淆不清

低價代管服務供應商

我們真的可以相信每月只要幾塊錢，GoDaddy就會提供您所需要的一切？
回想一下您在哪裡聽到這些公司的名字 — 電視、廣播電台、網上付費廣告、廣告看版等。這些媒體都需要費用！

您比較喜歡哪一個？ 1&1「顧客設計版型」



網站上有浮水印，就不是一個專業的解決方案
範本 VS. 完全客製化
讓電腦速度變慢甚至當機

印刷公司

優點	缺點
可提供企業專用板型	難以控制您網頁或目錄的更新
企業可列名於工商目錄，便於迅速查找	「免費網站」大多需要每月加購高額的搜尋引擎優化套裝和刊登廣告的附加條件
	如果您不繼續刊登廣告，就會失去您的網站
	網站由外國設計人員製作，因此溝通時會有語言障礙
	您所需的各項服務功能都是分別提供的，這會增加您的月費。您在網站增加網頁頁數時，有些公司甚至也會提高月費！

網站建置：2010年

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
- 設計師每小時收費 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

網站建置：現在

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

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

業主有花費與經常開支
填寫企業支出評量表

15分鐘諮詢表

1. 提問
2. 推薦最佳的夥伴
3. 簽下您的顧客成為優惠顧客
4. 告訴他們如何在特定商店消費並賺取現金回饋

分享產品推薦的最佳資源
www.mawc411.com

了解企業需求
&
做出更好的建議

餐飲業：成功的策略

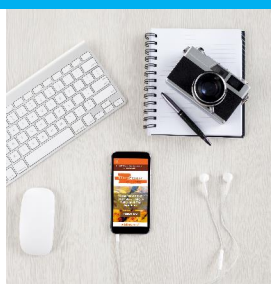
餐飲業

網站元素

- **開發與維護**：響應式網站設計，經常更新以反映特別活動的內容
- **圖片**：場地照片，菜單菜色和愉快的顧客
- **主要訊息頁面**：菜單，酒單，特別優惠，娛樂，聯絡我們，外燴，特別活動，關於我們
- **互動**：線上訂位，Google地圖，點按通話，表單，社群媒體動態消息/關注
- **電子商務**：線上點餐，禮品卡

數位策略

- **社群媒體**：在頁首及/或頁尾置入社群連結，臉書，臉書廣告，社群動態消息，主題標籤
- **搜尋引擎**：給尋找本地推薦餐廳的人的自然搜尋排名
- **其他**：Yelp，Open Table和其他評論網站，電子郵件行銷，特別優惠



事業支出

事業支出	郵件商店	現金回饋
紙張用品	Unbeatable Sale	4%
非消耗品	Jet	2%
鋁箔、保鮮膜	SHOP Marketplace	5%
外帶盒	Overstock	4%
菜單印製	Staples Copy & Print Center	9%
餐盒	Alliance Supply	5%

商業帳戶

商用	零售
SNAP™	Ultimate Aloe®蘆薈汁
	MochaTonix®提神飲品
	Awake®能量飲

其他建議

企業目的	零售
減少信用卡手續費	iTransact
增加來客量	SHOP Local郵件商店計畫

一般店面：產品建議

一般店面/電子商務

網站元素

- **開發與維護**：響應式網站設計，每日或每週更新公布特別優惠及促銷折扣，可點按的產品連結/輪播式廣告，生活品味行銷
- **圖片**：產品圖片，生活品味照，店面圖片，員工團隊照
- **主要訊息頁面**：購物頁面/分類，促銷優惠，關於我們，運費及退貨，聯絡我們
- **互動**：顧客登入，訂閱電子報，Google地圖，點按通話，表單，社群媒體動態消息/關注
- **電子商務**：產品及說明，圖片，顧客評價，社群分享，願望清單，比較購物，顧客帳戶，再次訂購，優惠券

數位策略

- **社群媒體**：在頁首及/或頁尾置入社群連結，臉書，臉書廣告，社群動態消息，主題標籤，社群蒐集內容，加入本地臉書社團
- **搜尋引擎**：給尋找本地推薦餐廳的人的自然搜尋排名，Google關鍵字廣告擴大觸及範圍
- **其他**：快閃店行銷以獲得媒體及/或社群關注，影響力行銷（有影響力的人將您的產品發布到他們的網路），舉辦比賽和促銷活動，電子郵件行銷，利用APN網路行銷聯盟發布SHOP.COM上從其他商家運送的產品

事業支出

事業支出	部件商店	現金回饋
辦公用品	SHOP.COM Marketplace	5%
茶水間	Boxed.com	4%
印刷品	Staples Copy and Print Center	9%
郵件包裹運送	FedEx	2%
購物袋	Staples	2%

商業帳戶

商用	零售
SNAP™	不適用

其他建議

企業目的	零售
減少信用卡費用	iTransact
增加來客量	SHOP.Local部件商店計畫
網站流量	SHOP部件計畫
聯盟行銷	網路行銷聯盟計畫

服務業：產品建議

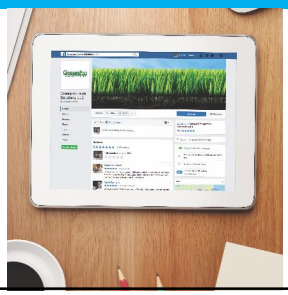
以服務為主的商家（承包商，專業服務商）

網站元素

- **開發與維護**：響應式網站設計，隨季度或季節更新
- **圖片**：生活品味照，完成項目/作品集，之前/之後比較，生活方式
- **主要訊息頁面**：服務項目，經驗/教育/證書，資源，線上表單，顧客見證，常見問題，預約，時程表，現有顧客/客戶
- **互動**：報價，預約，訂閱電子報，Google地圖，點按通話，表單，社群媒體動態消息/關注
- **電子商務**：付訂金，付款

數位策略

- **社群媒體**：在頁首及/或頁尾置入社群連結，臉書，LinkedIn，Instagram，標記您用於客戶上的產品，轉發客戶的貼文，加入本地臉書社團
- **搜尋引擎**：自然搜尋引擎優化，臉書廣告，Google關鍵字廣告
- **其他**：提供資訊的YouTube影片，線上黃頁（如Yelp，Angie's List，theknot.com和contractors.com），舉辦競賽，電子郵件行銷，利用APN網路行銷聯盟發布SHOP.COM上從其他商家運送的產品



事業支出

事業支出	部件商店	現金回饋
辦公用品	SHOP.COM Marketplace	5%
材料	Home Depot	2%
印刷品	Staples Copy and Print Center	9%
電子用品	SHOP.COM Marketplace	5%
軟體	Magix Multimedia	10%

商業帳戶

商用	零售
SNAP™	Motives®
	Lumière de Vie®, Cellular Laboratories®
	Fixx®
	抗老化系列

其他建議

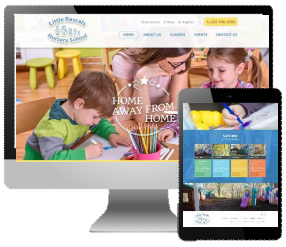
企業目的	零售
減少信用卡費用	iTransact
增加來客量	SHOP.Local部件商店計畫
聯盟行銷	網路行銷聯盟計畫

教育機構：產品建議

教育機構，工作室，學校

網站元素

- **開發與維護**：響應式網站設計每日、每週、或依學期或課程期數更新
- **圖片**：生活品味照，學生生活照，團隊，課程，活動，社區，學習
- **主要訊息頁面**：學生專區，家長專區，師資，課程時間表，班級說明，入學，註冊，活動，體育，藝術，聯絡我們，常見問題，認證及成就/獎勵
- **互動**：預約，線上課程安排，購買上課卡，訂閱電子報
- **電子商務**：線上註冊課程



數位策略

- **社群媒體**：在頁首及/或頁尾置入社群連結，臉書，LinkedIn，Instagram，特色影片和照片，相關主題標籤，轉發學生貼文
- **搜尋引擎**：自然搜索引擎優化，臉書廣告，依不同的對象和活動進行Google行銷活動
- **其他**：提供資訊的YouTube影片，電子郵件行銷，特殊活動和主要課程，利用APN網路行銷聯盟發布SHOP.COM上從其他商家運送的產品

事業支出

事業支出	夥伴商店	現金回饋
辦公室及學校用品	SHOP.COM Marketplace	5%
零食/水		
印刷品	Staples Copy and Print Center	9%
舞蹈服	Allaboutdance.com	4%
客製襯衫/材料	Zazzle.com	7%

商業帳戶

商用	零售
SNAP™	

其他建議

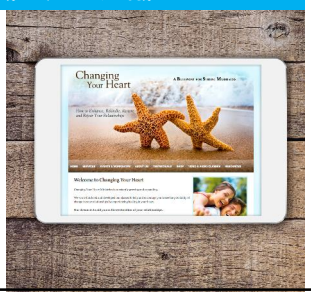
企業目的	零售
減少信用卡手續費	iTransact
增加來客量	SHOP Local夥伴商店計畫
聯盟行銷	網路行銷聯盟

非營利組織：產品建議

非營利組織

網站元素

- **開發與維護**：響應式網站設計，每週更新
- **圖片**：生活品味照，啟發激勵廣告，受到該組織幫助的人的照片，做善事的人/志工的照片
- **主要訊息頁面**：影響力，使命，如何幫忙，參與，工作人員，財務資料，聯絡我們，捐款/贈與，志工機會，活動，會員
- **互動**：表單，訂閱電子報
- **電子商務**：捐贈，產品銷售



數位策略

- **社群媒體**：在頁首及/或頁尾置入社群連結，臉書，LinkedIn，Instagram，可分享的影片和照片，好記的主題標籤
- **搜尋引擎**：自然搜尋引擎優化，臉書廣告
- **其他**：志工活動的Youtube影片，電子郵件行銷，特別活動，與其他活動合作

事業支出

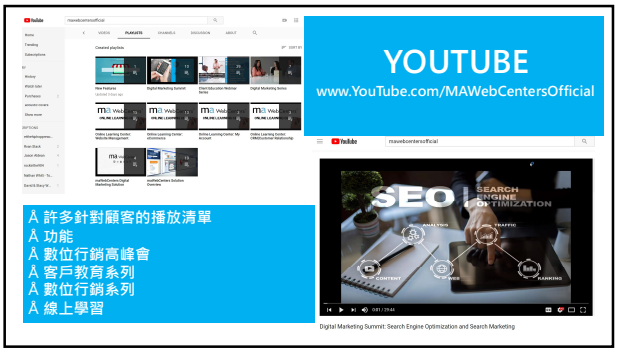
事業支出	夥伴商店	現金回饋
辦公用品	SHOP.COM Marketplace	5%
電腦	Cyberlink	7%
印刷品	Staples Copy & Print Center	9%
旅行	Travelocity	3%
客製襯衫/材料	Zazzle.com	7%

商業帳戶

商用	零售
SNAP™	不適用

其他建議

企業目的	零售
減少信用卡手續費	iTransact



表現出有興趣

當您聆聽時，就能取得對方的信任

越是能讓他們開口聊天，您就更有機會幫您自己了解他們的需求

您就更有機會幫助他們解決問題

您覺得您是哪一種人？

令人覺得有趣

- 說明型
- 簡報型
- 推銷型
- 演講型
- 自我介紹型
- 直接型

對他人有興趣

- 聆聽
- 提問
- 銷售資訊 / 會談
- 談論潛在人選
- 傾聽的藝術：
  - 認同
  - 覆述
  - 體貼的評論

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

還有什麼，和開發名單一樣重要？

擁有一個企業	為那人的中小企業工作	與本人有關係往來	有良好的產業

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！

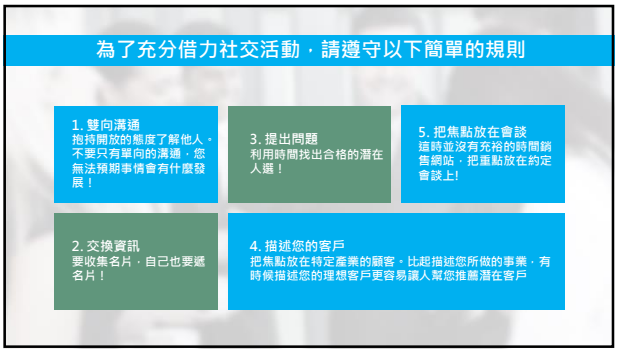
拓展您的名單是一個持續性的活動
社群媒體
消費的力量
人際關係團體
推薦

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

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
社交團體


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！
3. 提出問題
利用時間找出合格的潛在人選！
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!
2. 交換資訊
要收集名片，自己也要遞名片！
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

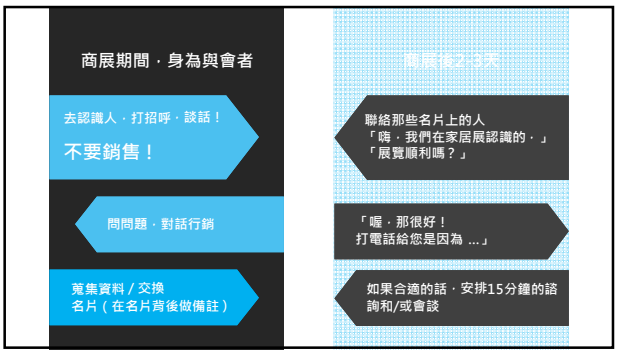
參加商展

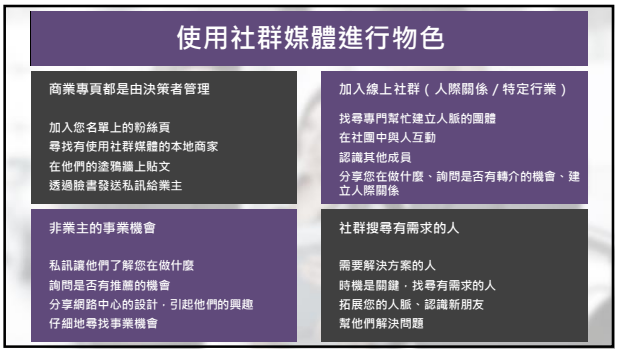
找出可以參加的商展!

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





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

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

搜尋什麼？

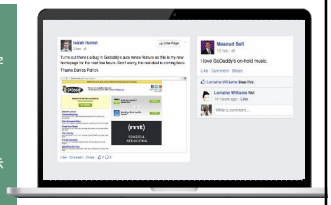
- 您的競爭對手（GoDaddy，Wordpress等）
- 特定產品的抱怨
- 提供特定的問題的解決方案
- 什麼樣類型的人（網頁設計師、專業的銷售人員、相關產業的網站、網站當機、網站的問題）

在哪裡搜尋？

臉書：
搜尋時，在關鍵字前面加上#字號

推特：
點選放大鏡搜尋

Instagram：
點選指南針的圖示搜尋



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，對你來說，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！

推薦顧客的來源
您的朋友、家人、同事、
客戶或是鄰居是否會...
Â 外出用餐？
Â 剪髮或是保養指甲？
Â 看醫生？
Â 看牙醫？
Â 找律師？
Â 找人修繕房屋？
Â 曾經找過水電工？
Â 上健身房？
Â 小孩子上舞蹈、運動、音樂
課等課程？
Â 外出購物？
Â 線上購物

您認識交友廣闊的人？
Â 房地產仲介？
Â 保險業務？
Â 服務生？
Â 酒保？
Â 健身教練？
Â 髮型設計師？
Â 教練？
Â 社區委員？
Â 教會領導人？
Â 組織領導人？
Â 其他主修的超連鎖®店主？
推薦顧客的來源

可以見面，
可以透過電話
見面並認識彼此！

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。

繼續用LISA的例子
「Lisa，我們公司協助企業有效利用網路增加營業額。Frank跟我提到，您有類似的計畫。您有什麼具體構想嗎？」
重點在於用提出開放式問題作結尾
可以試著問15分鐘諮詢裡的題目
在得到足夠的資訊以後，預約會談

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！

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！

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，不管是對超連鎖®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

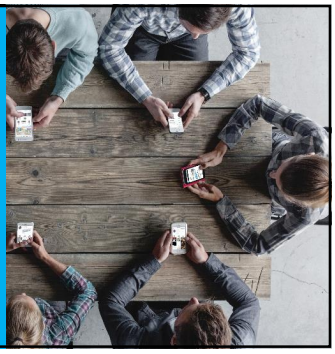
3種類型的聯絡人

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. 您是他們的老顧客
   您們之間有業務往來的關係

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



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

發問

1. 您的潛在入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？」

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？」

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？

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？

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？

告訴他們，您想要幫他們解決的問題

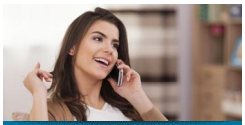
如果您可以讓他們一直把對話停留在他們現在面對的困難，邀約會談會比較容易

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

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？

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

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？

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

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？

建立關係

目的是讓他們認識、喜歡並且信任您

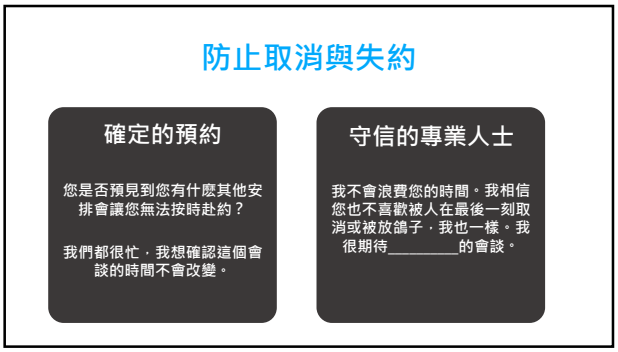
您能舉止得體，並且友善、和氣又關心他人嗎？
您們有共同點嗎？
您住哪？做什麼？認識誰？
您的目的是什麼？ 您可以提供什麼幫助？ 您是做什麼的？
您可以和誰談？

我該說什麼？
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」
致歉並請求許可
我不想浪費您的時間，我必須趕去參加會議，但我想知道誰最適合談談（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？

我該說什麼？
抱歉，請問您的大名？
您在這裡任職多久了？
您大概什麼都知道！
生意如何？哪方面進展順利？您覺得怎麼做會更好？
您如何解決這個問題？您的行銷方式如何？
如果可以，您想改變什麼？
再次謝謝他們，告訴他們您的下一步
再次謝謝您，很高興和您談話！請告訴_____我會在_____的時候聯絡他，看看我們是否可以約個時間來了解狀況，看我能提供什麼幫助。
堅持到底！

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。
要求聯絡資訊及眼進追蹤溝通法
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。
專向諮詢
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

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
2 解除他們心中的疑慮
3 引人入勝的形容
4 人脈轉介方法
5 訂定會談
6 守信的專業人士


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。

舉例

嗨，這是XYZ景觀公司嗎？（如果他們接電話時沒有報上公司名稱）

嗨，我是Jason（不要說「我的名字叫」），我們上週在Mint Bistro見過/在曼徹斯特的Home Depot看到您的卡車/在賽勒姆開在您的後面/您的表哥讓我打電話給您（您看到或知道這家公司的原因）。

您現在方便嗎？還是在忙呢？

好，沒關係，我現在沒有要佔用您的時間，我知道您很忙。

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）。

我想在這週跟您約大約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？

舉例

*在任何時候，如果他們說您必須與老闆或其他人談：

「好，聯絡_____最好的時間是什麼時候，因為我不想花他很多時間。

_____(名字)，如果您是老闆/經營公司的人，您認為現在最重要的是什麼，更多業務？更多客戶？減少支出？或是其他問題？

...您能多描述一些嗎？」

讓他們說話，並從他們身上儘可能取得資訊，因為這會讓他們覺得自己很特別、很重要，而且您可能會發現連老闆/業主/決策者都不知道的事情。

隨時一直不斷交朋友。

舉例

如果您被轉介到公司的另一個人：

「嗨_____，_____介紹我打給您 我告訴_____關於_____，他/她說您的公司可能需要_____。(然後直接回到) 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）。我想在這週跟您約大約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？ 」

舉例

無論他們是否在忙，繼續照著說...如果他們說，「其實我現在有空。」您只需接著開始提問，或者轉移話題並說：「好，但是我在路上/或即將參加一個會議，我可以在X分鐘/幾小時/幾天後回電」，好讓您有時間準備。

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。

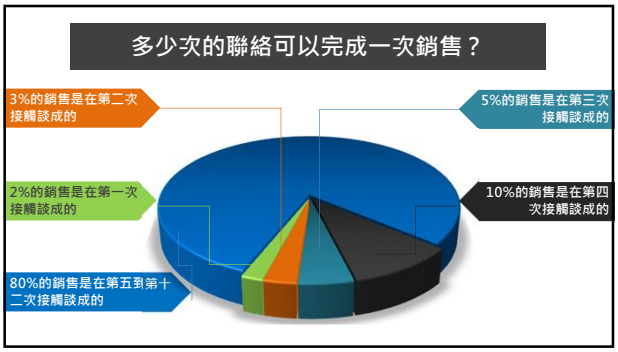
守門人過濾電話和訪客，特別是那些他們認為不重要的對象。他們每天至少會接到10 - 20個與決策者對話的要求。

語音信箱 = 守門人的類型 / 過濾

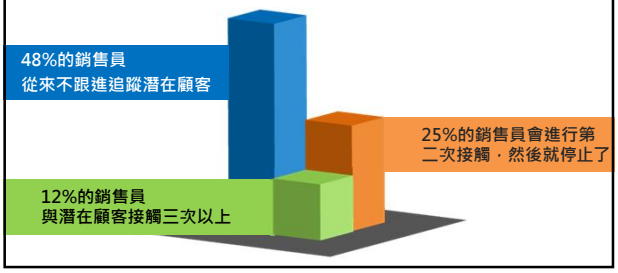
與眾不同。始終一貫。具親和力。

守門人也是人
與他們交流

明確的跟進追蹤策略非常重要！


多少次的聯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

大部分的銷售人員聯絡了幾次？



如果產品專員代表您跟進追蹤：

- 與產品專員溝通
- 確認雙方資訊要同步，才不會讓潛在人選無所適從
- 使用新的網路中心經營者通知系統

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
  跟進潛在人選（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

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）

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

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

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

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

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

自訂
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！

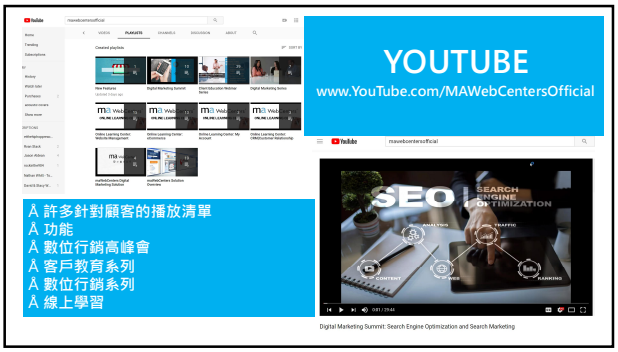
電子郵件行銷
行銷工具
自訂
新行銷活動
行銷活動詳細資訊
Google
誰能幫您進行AdWords廣告？
AdWords
Google
88%
70%
64%
43%
86%

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

有太多資源可讓您找到

值得分享的內容！

您可透過電子郵件、社群媒體聊天室或部落格等
和他人分享這些內容



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

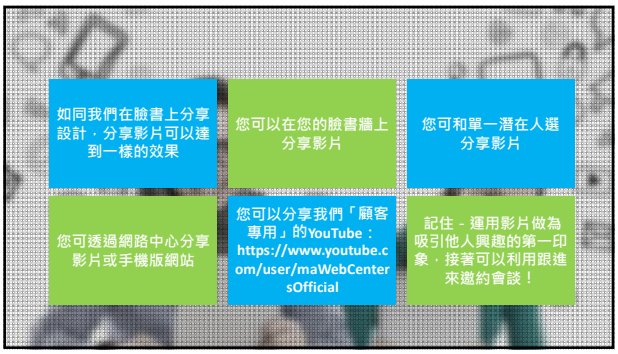
Digital Marketing Summit: Search Engine Optimization and Search Marketing

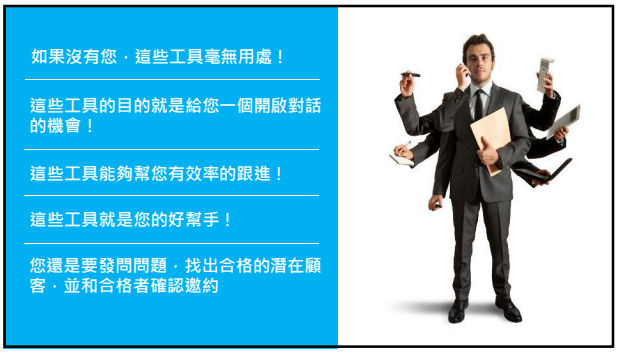
MAWEBCENTERS.COM

部落格：
BLOGMAWEBCENTERS.COM

- 我們為企業提供全方位的解決方案
- 您有本地人脈
- 可利用的部落格文章：數位行銷、為不同行業所寫的專文、網路行銷建議和最佳作法

交換名片
建立自我品牌
有利於和專業人士聯絡
一旦邀約成功，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！


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！


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的跟進！
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

拓展您的網路中心事業

網路中心實習生

學習方法

借力專業

賺取零售利潤，用以開啟您的網路中心事業

快速啟動網路中心

以網路中心新人快速啟動組合讓新的超連鎖®事業夥伴起步

您組織中的超連鎖®店主

可購買網路中心

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。

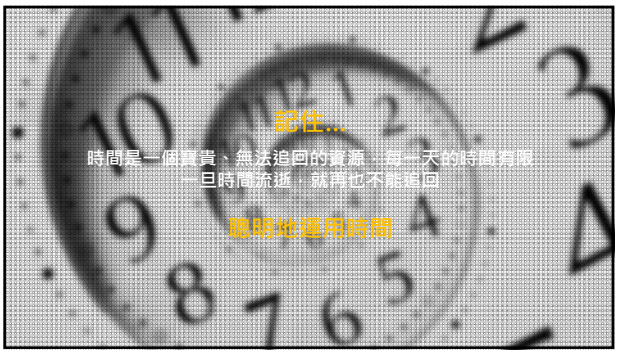
你的角色：
你是一位導師

實習生計畫的好處

- 候選者可以利用他們的付出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
- 無暫墊費用來進行"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

- 友善
- 專業
- 有良好社交關係
- 積極的，有迫切感
- 負責任
- 有條理



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

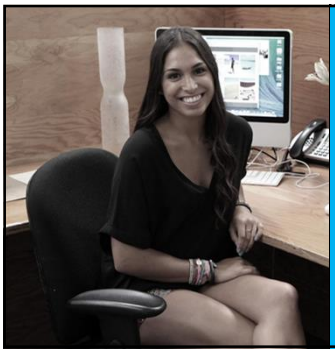
請記住，網路中心潛在人選不能是既有的超連鎖®店主

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（網路中心新人快速啓動組合）

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）



您可隨時終止任何實習生的實習狀態

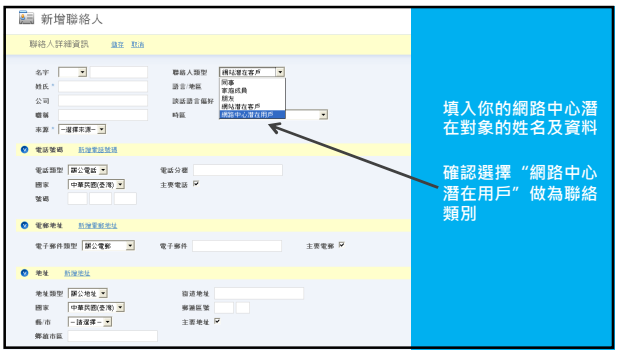
- 如果您發現有人表現不佳，您也找到了更適合的人選可以替代，就這麼做吧！
- 記住，這是個具競爭性的實習生計畫，您有四個位置，他們應該盡力表現，爭取成為您旗下的超連鎖®店主

登入你的網路中心

點選客戶總管

選擇聯絡人

點選“新聯絡人”


填入你的網路中心潛在對象的姓名及資料
確認選擇“網路中心潛在用戶”做為聯絡類別

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

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人選
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人選
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！

- 幫助他們正確起步！
- 您樹立榜樣，就會有人眼上
- 您的作為將會深度複製您的團隊！

自我負責
很重要

如果競賽正在進行：
www.mawc411.com或...

1 自我負責
團隊的力量
2 透明化
評估您的活動
3 一致性
每日及每週的活動
4 建立好的事業習慣
產生效益的活動
5 銷售網站
預約網站銷售會談
6 建立您的事業
拓展團隊
maWebCenters 美安網路中心
12週行動計畫

學員需要：
✓ 擁有一個網路中心
✓ 保持強烈事業心，並在此期間內，每週送交銷售數字或報表，展現事業心
✓ 網路中心指南
✓ 12週行動計畫

身為領導人，
您需要：
✓ 決定日期
✓ 決定參與的團隊成員
✓ 訂下初次電話會議時間，檢視這些要求、工具、程序等
✓ 完成起步指南
✓ 下載12週行動計畫
✓ 找出有負責感的夥伴
✓ 知道您的資源在哪裡

每週電話會議
由身為領導人的您主導！

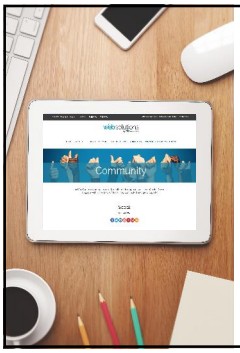
超連鎖®店主支援網站
www.mawc411.com
夥伴們應該先看看，是否可以在這裡找到一些答案。
***可以省去回答個人問題的電子郵件溝通時間*

網路中心線上研討會
提供後續教育訓練，向網路中心經營者展示事業機會以及更多資訊

臉書社團
如果您有銷售方式，跟進追蹤或程序等一般問題，把問題張貼在臉書社團！我們大家都可以貢獻答案！
請email至webcenters@markettaiwan.com.tw，我們可以邀請您加入臉書。

每週檢視
一起學習成長

電子郵件支援
如果您還是找不到答案，或是您的個人問題，把問題寄到 webcenters@markettaiwan.com.tw！
這是最直接的聯絡方式



採取行動的時候到了！

真的是再簡單不過了

調整您的策略
目標設定、均衡發展、始終一貫

讓您的網路中心事業成長
深入了解客戶、建立顧客群、創造更多名單、建立強大的事業關係

擴展網路中心
主導12週行動計畫

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