Приобрести новых клиентов в сегодняшнюю эпоху гиперконкуренции трудно. Как владелец бизнеса, вы реализуете все возможные стратегии: контент-маркетинг, максимальная поисковая оптимизация, развитие деловых партнерских отношений, реферальный маркетинг, узконаправленная реклама, маркетинг в социальных сетях и многое другое, чтобы привлечь больше покупателей. Но иногда вам не удаётся получить достаточно лидов в фильтре продаж.

Несомненно, искусственный интеллект полностью переопределил и произвел революцию в сфере обслуживания потребителей, тем самым помогая компаниям оказывать более качественную поддержку своим клиентам в большем количестве точек соприкосновения на их пути. Однако ему не хватает самого важного элемента, необходимого для превращения потенциальных заказчиков в заказчиков/покупателей – личного контакта. Ораторство может обеспечить это!

Хотите знать, как высказывания на публику могут помочь вам в продвижениии вашего бизнеса? Тогда эта статья для вас.

Спич: невероятно ценный инструмент продаж

Одна мысль о том, чтобы встать перед большим залом и ораторствовать, покрывает холодным потом даже наиболее опытных ораторов. Но те, кто понимает силу ораторского искусства, лучше знают, как успокоить нервы и использовать выступления для прогресса дела.

Публичные высказывания дают возможность привлекать и просвещать аудиторию, изменять ее восприятие, вызывать доверие и интерес к продукту/услуге, а также строить и развивать прочные взаимоотношения. Несмотря на эпоху цифровых технологий, лиды по-прежнему покупают у людей (а не у машин). Когда потенциальные потребители видят, что вы говорите на аудиенциях искренне, ясно, уверенно и авторитетно, их доверие к вашим предложениям укрепляется, и они чувствуют побуждение к действию. И это приведёт к увеличению товарооборота.

Определите своих идеальных клиентов и поговорите с ними

В большинстве случаев даже влиятельные разговоры терпят неудачу. Причина в том, что спикеры ведут обобщённую беседу, не считаясь с тем, что их предложение «подходит не всем». Лучший подход — определить и сузить круг ваших идеальных потребителей. Точнее, ваши важные лиды — это те, у кого есть проблема, которую вы можете решить. Они заинтересованы в вашем бренде, у них есть средства для покупки и использования вашей услуги/продукта. Они разделяют ценности вашего бренда.

Выберите правильную тему

Есть десятки тем, на которые вы можете разглагольствовать, но не все они будут одинаково уместны и актуальны для ваших потенциальных покупателей. Узнайте, о чем они беспокоятся, с какими проблемами они нынче сталкиваются, каковы их цели, кому они больше доверяют, какая практика их волнует и т. д. Это поможет вам сфокусировать свое сообщение на проблемах, которые они хотят решить, и осмысленно связать их с ними.

Станьте лидером мнений

Если вы хотите зарекомендовать себя как амбассадор, освойте публичные выступления. Восприятие слушателями ваших ценностей и убеждений полностью определяется вашей речью и тем, как она произнесена. Выступая на мероприятиях в качестве спикера и делясь своим мнением и навыками на основе будущих тенденций для достижения реальных бизнес-результатов, вы сможете достичь статуса «идейного лидера». Кроме того, когда вы выступаете в качестве воодушевителя, велики шансы направить квалифицированных возможных пользователей прямо в вашу воронку продаж.

Подарите незабываемые впечатления

Независимо от того, сколько статистики и фактов вы включили в свои слайды, аудитория забудет все это, как только они покинут зал. Но если вы подарите аудитории захватывающий опыт через свою речь - они будут помнить представление еще долго после ее окончания. Вот несколько советов, как создать презентацию запоминающейся:

Дополните свой контент визуально привлекательной графикой высокой четкости.

Добавьте эмоциональную связь и непосредственный контакт, поделившись своей информацией через историю. Вы также можете использовать примеры из жизни и соответствующий юмор, чтобы сделать выступление более интересным.

Создавайте значимые моменты, вовлекая слушателей в разговор.

Не юлите; говорите по-простому. Разбивайте большие концепции на более мелкие кусочки, чтобы им было легко это обрабатывать.

Дайте памятку, раздаточный материал или что-то материальное (с вашими контактами), чтобы они вас запомнили.

Не забывайте про обратную связь

Вы можете получить аплодисменты зала, произнеся хорошо продуманную речь, но, если вы действительно хотите повысить долгосрочную эффективность и привлечь новых потребителей, свяжитесь с ними после встречи. Через социальные сети или по электронной почте поблагодарите их за то, что они посетили ваш спич. Вы также можете попросить их оставаться на связи с вами, встретиться с вами лично, чтобы обсудить их бизнес-задачи, и попросить их заполнить форму опроса, чтобы предоставить ценные отзывы.

В конкурентном деловом мире общение является ключом к установлению отношений, стимулированию изменений и влиянию на решения. А без общения расширить горизонты своего бизнеса практически невозможно. Спич – одна из самых эффективных форм коммуникации. Итак, выходите из зоны комфорта, преодолевайте все свои страхи и записывайтесь на несколько официальных встреч! Однако, помните, что нельзя быть слишком строгим к себе и делайте все, что в ваших силах.