HOGYAN KÉRJÜNK, HOGY ADJANAK IS?

MIT MOND A NEUROKOMMUNIKÁCIÓ A PÉNZKÉRÉSRŐL?

Támogatás, előfizetés, vásárlás

Földi Miklós Dániel – neurokommunikációs szakértő

neurokom
NEUROKOMMUNIKÁCIÓS ÜGYNÖKSÉG

MIRŐL LESZ SZÓ?

- Kihez kell beszélned ha kérsz a neurokommunikáció szerint?
- Milyen egyszerű módszerrel tudsz több pénzt kérni támogatásra?
- Hogyan befolyásolja az ajánlatban szereplő számok és tételek sorrendje a siker esélyét?
- Mi az az azonosítható cselekvések módszere?
- Mi az az észlelt kontraszt jelensége?
- Veszteségkerülés vs. sikerkeresés

HONOLULU

- Honolulu partjai - katasztrófát szenvedett tartályhajó
- 10 matróz 3 hét múlva
- **DE**!
- **Véletlenül ott maradt a kapitány kutyája**

AZ IGAZI INFLUENCER: THE TERRIER

LEGÉNYSÉG KIMENTÉSE

9.0000 DOLLÁR (3 HÉT)

A KAPITÁNY KUTYÁJA

18.000 DOLLÁR (2X, 16 HÉT)

MI VOLT A KAPITÁNY KUTYÁJÁNAK A TITKA?

Az azonosítható különbség, ami megkülönböztette őt, a többiektől.

Kutya, fehér terrierkeverék, a kapitányé, 20 kiló szereti a pizzát stb. + fénykép

Igazán egyedivé tették őt.

KÍNAI KÖZÉP VÁLLALAT

800 alkalmazott

40 hátrányos helyzetű diák megsegítése

2 csoport:

1. csoport átl. 300 jüan

2. csoport átl. 600 jüan

Mi lehetett a különbség?

A VARÁZSMONDAT:

1. CSOPORT

Kérem, gondoljon erre a 40 tanulóra! Ön mennyit szánna ennek a 40 tanulónak a megsegítésére?

Adja meg az összeget:

300 jüan

2. CSOPORT

Mielőtt eldöntené, mennyit adományoz ennek a 40 tanulónak, kérem először gondoljon egyetlen diákra, és arra, hogy mennyit adományozna neki?

Adja meg az összeget:

600 jüan

A TITOK: AZ EGY EGYSÉGNYI FIGYELEM

- A kérés előtt az egységnyi költség (pénz, idő, figyelem stb.) megítéltetése növeli az összeköltségre szánt összeg megítélését.

Felhasználás (példa):

- Mennyit fizetne egyetlen darabért?
- Ebay, reklámstandok, kirakat stb.

MIKOR MELYIKET?

EGY EGYSÉG

- Általános sok mindenkire vagy folyamatra kiható kérések

EGYEDI TULAJDONSÁGOK

- Konkrét, egyedi vagy személyes kérések

A SORREND EREJE

Hogyan írj ajánlatot, hogy több pénzt kapj?

RELATIVITÁS ÉS TAPASZTALAT

egy tétel esetén:

- 3.000 Ft-os bor drágának tűnhet, ha a pult elején egy 900 Ft-os bor van, de olcsónak fog tűnni, egy 10.000 Ft-os bor után
- Tegyük bele az ajánlatba a kiselejtezett ötleteket is (túl drága, felesleges tételek stb.)

A Te feladatod:

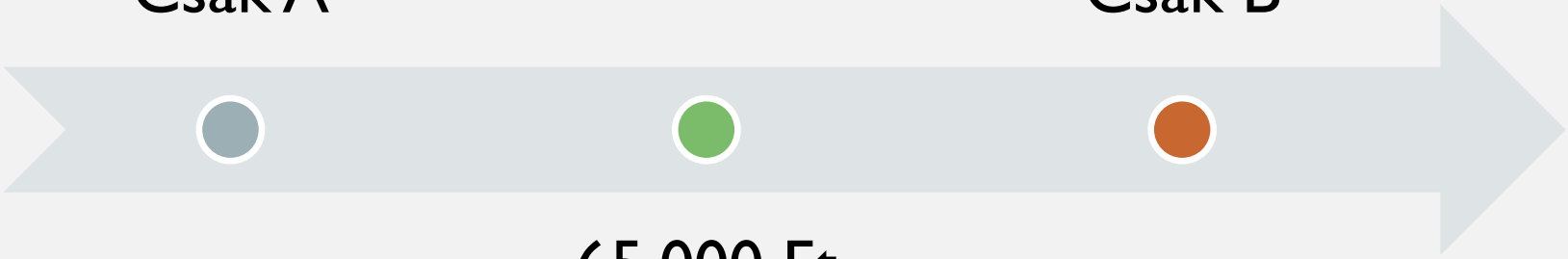
módosítsd az ügyfeled előzetes tapasztalatait!

Te hova dobod a horgonyt?

HOVA DOBOD A HORGONYT?

80.000 Ft
Csak A

55.000 Ft
Csak B



65.000 Ft
A+B

Kísérlet: csomagajánlatokkal

- *1. csoport (2 alcsoport):* 50.000 Ft-ért 600 óra tévézés vagy 600 óra tévézés 50.000 Ft-ért?
- *2. csoport (2 alcsoport):* 48.980 Ft-ért 580 óra tévézés vagy 580 óta tévézés 48.980 Ft-ért?

Eredmény:

- 1. csoport nincs különbség
- 2. csoport: sokkal többen rendelték meg az 580 óra + 48.980 Ft-os csomagot

MIÉRT?

DE MI A HELYZET HA TÖBB TÉTELT IS AJÁNLASZ? PL. CSOMAGAJÁNLATOK, TANÁCSADÁS?

ELŐNY ÉS MATEK

1. Figyelem az első információra irányul ami az előny volt (580 óra woow), a költség csak a második volt.
2. Nehezebb volt kiszámolni az ajánlat tényleges értékét (törtszámok)

- nagy kedvezmény esetén fontos, hogy legyen **méltányos az ár** vagy legyen **racionális magyarázat** különben bizalmatlanná válik az ügyfelünk.

EGYPERCES TANÁCSOK

HOGYAN KÉRJ EMELÉST?

Azonosítsd a cselekvést, amire kéred!

Emeld ki a konkrét hasznot speciális előnyt, a pénzt adó szempontjából is.

(nekik is vannak emberi tulajdonságaik☺)

Mindig indokolj!

Fénymásológép sorban állás – 35 %

Adományozás – 50%

Környezetvédelem – 65%

- Tudatosan tervezd meg a legelső információt amit meglátnak!
- Használd a rossz ajánlati tételeket is az elvárások módosításához
- Legyen méltányos és racionális (vagy tűnjön legalább annak)

AJÁNLATÍRÁSI SABLON A NAGYOBB SIKERÉRT (TÖLTSD LE)

Éves utazási büdzsé:

- Főnök, mennyit engedélyeznél egy utazásra? És egy évre?

Ügyfél:

- Mennyit fizetne egyetlen darabért / óráért? És 10 db-ért / óráért?

HOGYAN JUTHATSZ TÖBB PÉNZHEZ, HA EGYETLEN EGYSÉGRE TERELED A KÉRÉST?

VESZTESÉG ÉS SIKER

Jobban félünk a veszteségektől, mint amennyire vágyunk a sikerre!

Tehát:

Mindig emeld ki, hogy mit veszít,

És csak utána, hogy mit nyer.

NE FELEJTSD, HOGY KIHEZ BESZÉLSZ

ÚGY TŰNIK, HOGY HOZZÁJUK?

DE IGAZÁBÓL HOZZÁJUK BESZÉLSZ!

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET

Földi Miklós Dániel

info@foldimiklosdaniel.hu

office@neurokommunikaciosugynokseg.hu

neurokom
NEUROKOMMUNIKÁCIÓS
ÜGYNÖKSÉG