

Fase 3 qualificare

Quello che ti serve per
strutturare il Follow-up

IL TUO FOLLOW-UP

La sequenza BASIC che non deve mai mancare...



- ⚙️ Giorno 1: Accesso all'omaggio magnetico e saluti di benvenuto
- ⚙️ Giorno 1: Presentare te e il tuo brand (anche subito o mezz'ora dopo)
- ⚙️ Giorno 2 o 3: Assicurarsi che l'omaggio magnetico sia stato consumato per intero
- ⚙️ Giorno 3 o 4: Presentare la tua soluzione (il prodotto)
- ⚙️ Giorno X: «hai ancora quel problema?»

TUTTO INIZIA DA QUI

Omaggio Magnetico



⚙️ Con le email per l'omaggio magnetico hai due cose da fare:

1. Devi dare accesso all'omaggio e dare il tuo benvenuto
2. Devi assicurarti che l'abbiano consumato

OMAGGIO MAGNETICO

1. Accesso all'omaggio e benvenuto



- ⚙️ L'email di benvenuto e accesso:
 - ➔ Ricordi che cosa hanno avuto
 - ➔ Ricordi la tua promessa e i benefici dell'omaggio
 - ➔ Incoraggi la lettura (magari con riferimenti precisi al documento)
 - ➔ Incoraggi la condivisione o i commenti
 - ➔ Nel PS anticipi che arriverà una seconda email

OMAGGIO MAGNETICO

2.

Ti assicuri che
consumino il tuo omaggio



- ⚙️ Questa email dovrà essere molto asciutta e la spedirai qualche giorno dopo l'accesso (e poi puoi spedirla ancora)
 - ➔ Ricordi che hanno scaricato
 - ➔ Fai un punto spiegato nell'omaggio e che non devono farsi sfuggire, magari dicendo la pagina esatta (o il minuto)
 - ➔ PS. Anticipi che riceveranno ancora qualcosa

IL TUO BRAND

Presenti te stesso
e quello che fai



⚙️ Questo lo puoi fare con più email, dipende da quello che vuoi dire

1. Ti presenti

2. Presenti quello che fai

➔ Se hai articoli, video o pubblicazioni

➔ Se NON hai articoli, video o pubblicazioni

IL TUO BRAND

1. Ti presenti



- ⚙️ Email 1: è la prima impressione che dai
 - ➔ Introduci la tua attività (credibilità)
 - ➔ Chiarisci le aspettative su cosa riceveranno (informazioni sul tuo prodotto)
 - ➔ Ribadisci i benefici e il valore di essersi tra i tuoi iscritti
 - ➔ Chiedi un piccolo impegno
 - ➔ Incoraggi l'iscrizione alla tua pagina nei social
 - ➔ Nel P.S. anticipi che riceveranno qualcosa

IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai

Hai materiale – email 2



⚙️ Email 2

- ➔ Ricordi che avevi promesso qualcosa
- ➔ Introduci te o il tuo staff
- ➔ Ora che non siamo estranei...
- ➔ Ora dai 2 pezzi di contenuto (che ti hanno cambiato la prospettiva)
- ➔ Nel P.S. Anticipa che riceveranno ancora qualcosa

IL TUO BRAND

2.

Presenti quello che fai

Hai materiale – email 3



⚙️ Email 3

- ➔ Ricorda in modo vago i contenuti della scorsa volta
- ➔ Dai il terzo contenuto
- ➔ «questo è senza dubbio il miglior pezzo che abbia mai scritto, sono sicuro che ti piacerà»
- ➔ Nel PS anticipi cosa riceveranno

IL TUO BRAND

2

Presenti quello che fai

Non hai materiale – email 2



⚙️ Email 2

- ➔ Entra subito nella questione
- ➔ Tu sei parte della loro soluzione
- ➔ Incoraggiali e dai istruzioni (è segno di autorevolezza)
- ➔ Crea un noi (te e il tuo avatar) e un loro (gli altri)
- ➔ Dai loro qualcosa da fare (che non serva troppo tempo)
- ➔ Lasciali con l'immagine di loro che hanno raggiunto i loro obiettivi
- ➔ PS andremo al sodo domani e anticipa una storia

IL TUO BRAND

2

Presenti quello che fai

Non hai materiale – email 3



⚙️ Email 3

- ➔ Parti subito con la storia
- ➔ Fai una riflessione che loro non avevano fatto prima (riprendila dall'omaggio magnetico)
- ➔ Nel PS anticipa che riceveranno ancora dei contenuti interessanti da te

LA TUA SOLUZIONE

Presenti la tua soluzione

- ⚙ Qui si parla del tuo prodotto in modo più esplicito e diretto
- ⚙ Come abbiamo detto puoi presentare il tuo prodotto da molte angolature
 1. Il problema e i benefici
 2. Le prove
 3. La garanzia
 4. Le obiezioni



LA TUA SOLUZIONE

1.

Il problema e i benefici

- ⚙️ Descrivi i problemi meglio di quanto la persona che legge sappia fare
- ⚙️ Rigira il coltello nella piaga richiamando le emozioni legate al problema
- ⚙️ Ricorda i benefici della tua soluzione e offri la soluzione con un «comando» chiaro e diretto
 - ➔ Questa mail puoi mandarla più volte
 - ➔ Ogni volta con angolature differenti



LA TUA SOLUZIONE

2.

Le prove



- ⚙️ Dimostrano la tua autorità nel campo.
- ⚙️ Tu vuoi far percepire il tuo valore, il valore del tuo prodotto e delle tue informazioni in generale
 - ➔ Mostrando i tuoi risultati
- ⚙️ Lo puoi fare in tanti modi
 - ➔ Con le testimonianze all'interno del contenuto
 - ➔ Come la prosecuzione di una storia

LA TUA SOLUZIONE

3.

La garanzia



- ⚙️ Idealmente vuoi di mostrare che sei tu ad accollarti tutto il rischio della vendita, il tuo cliente non rischia nulla
 - ➔ Hai messo a sua disposizione una garanzia soddisfatti o rimborsati
 - ➔ O comunque hai una garanzia che lo fa sentire tranquillo
- ⚙️ Non fai altro che esplicitare questo concetto e descrivere esattamente come funziona la tua garanzia

LA TUA SOLUZIONE

4.

Le obiezioni

- ⚙️ Queste sono email molto molto importanti, perché come sai dobbiamo rispondere alle obiezioni prima che ci vengano poste
- ⚙️ In generale in ogni email stai rispondendo a delle obiezioni
 - ➔ Tu sai già quali sono (studio dell'avatar)
 - ➔ Puoi scrivere una email per ogni obiezione e metterle in mezzo al follow-up



RACCOGLIERE LE OBIEZIONI

Tieni gli orecchi ben aperti,
e stimola i tuoi contatti a
farti le obiezioni



- ⚙️ Con una email nel follow-up:
 - ➔ In questo preciso istante, qual è il problema più grande che hai nel campo del...

- ⚙️ Con i PS o le richieste di interazione:
 - ➔ P.S. se hai qualche dubbio su ...
Non esitare a chiedermelo
rispondendo a questa email

IL TUO FOLLOW-UP

Riassumendo



- ⚙️ Ora imposta tu il follow-up, con gli argomenti chiave che tratterai
 - ➔ Usa il documento che trovi allegato
- ⚙️ Ci sono decine di modi di impostare un follow-up:
 - ➔ Il mio scopo non era raccontarteli tutti, ma farti partire con un primo schema
 - ➔ Conviene che ti metti a scrivere così prendi mano