



Phiếu Hỗn Hợp: Niềm Tin và Tiếp Cận

Tầm quan trọng của thương hiệu cá nhân:

Tạo sự tin tưởng và thân thuộc với khách hàng tiềm năng.

Tăng tỷ lệ phản hồi và chốt đơn thành công.

Kết hợp với tiếp cận chủ động để tạo thành chiến lược tấn công mạnh mẽ.

Xây dựng thương hiệu cá nhân trên Instagram:

Tạo tài khoản: Chọn hình ảnh đại diện chuyên nghiệp, tên kèm danh tính công việc.

Viết bio: 3 dòng mô tả rõ ràng:

- Dòng 1: Ông có thể làm gì cho khách hàng.
- Dòng 2: Thành quả đã đạt được (số liệu cụ thể).
- Dòng 3: Kêu gọi hành động (CTA) để liên hệ với ông.

Đăng nội dung: Showcase sản phẩm, hình ảnh cá nhân để thể hiện kỹ năng và con người ông.

Tận dụng vị trí địa lý: Giúp khách hàng trong cùng khu vực dễ dàng tìm thấy ông.

Tiếp cận khách hàng chủ động:

Xác định tệp khách hàng mục tiêu: Online coach, agency,...

Huấn luyện thuật toán Instagram: Tìm kiếm và xem nội dung của các khách hàng tiềm năng để thuật toán hiển thị nhiều hơn.

Săn địa chỉ email: Tìm trên Instagram, website, các nền tảng khác hoặc sử dụng công cụ hỗ trợ.

Checklist: Đảm bảo khách hàng tiềm năng nằm trong tệp mục tiêu, có video cần cải thiện và có sản phẩm để bán.

Sắp xếp và quản lý: Sử dụng công cụ để lưu trữ và theo dõi thông tin khách hàng.

Xây dựng niềm tin:

3 yếu tố quan trọng: Uy tín, độ tin cậy, kết nối cảm xúc.

Tránh sai lầm trong email: Không tập trung vào khách hàng, sai chính tả, ngữ pháp, để cập đến giá rẻ.

Cách tiếp cận hiệu quả: Cá nhân hóa email, thể hiện sự chuyên nghiệp và cung cấp giá trị cho khách hàng.



Chiến lược cụ thể:

Tạo portfolio và tài khoản Instagram.

Tìm kiếm leads.

Tiếp cận bằng email với OFFER làm video miễn phí.

Sau khi có niềm tin, đưa ra OFFER chính thức.

Kết luận:

Thương hiệu cá nhân và tiếp cận chủ động là hai yếu tố quan trọng để thành công trong việc tìm kiếm khách hàng.

Hãy áp dụng các chiến lược trên và kiên trì thực hiện để đạt được mục tiêu.