



Jak działać, żeby klienci pokochali Cię od pierwszej rozmowy?

Krótki poradnik dla branży
fitness&wellness

KAMIL KOLARCZYK

Zbuduj długotrwałą relację z klientem już na pierwszym spotkaniu!



Niezależnie czy jesteś trenerem, dietetykiem, fizjo czy masażystą - jeśli klient nie poczuje się komfortowo i zaopiekowany na pierwszym spotkaniu, prawdopodobnie nie wróci.

Przez 8 lat prowadziłem treningi w Rybniku oraz Warszawie, a moje pierwsze rozmowy oraz spotkania z klientami w 99% kończyły się wielomiesięczną współpracą. Poważnie, tylko raz zdarzyła mi się sytuacja, że po spotkaniu klient nie rozpoczął ze mną współpracy.

Moje ceny zawsze były wyższe niż u innych, a mimo to kalendarz był pełny. Dlaczego? Dlatego, że od samego początku budowałem relację z moimi klientami i poświęcałem im maksimum uwagi.

Miałem swój proces sprzedaży, który rozpoczynał się już od momentu wymiany pierwszych wiadomości.

Dziś nie zajmuję się już branżą fitness. Dzięki temu, że sprzedaż od zawsze była moim konikiem przebranżowiłem się i nadal jestem trenerem, ale dziś już nie personalnym a trenerem sprzedaży :)

Ten ebook powstał po to, aby podzielić się z Tobą moim doświadczeniem i pokazać jak prawidłowo przeprowadzić pierwszą rozmowę/spotkanie/konsultację z klientem.

Tak, aby od samego początku zbudować relację, która zamienia się w długotrwałą współpracę.

No to zaczynamy!

1 **Zacznij jak człowiek, nie jak specjalista**

Zbuduj bezpieczną atmosferę już w pierwszej minucie. Nie rzucaj się od razu na temat diety, treningu czy bólu pleców. Zacznij od prostego pytania: **Jak się czujesz?, Jak minął Twój dzień?, Jak do mnie trafiłeś?, Nie miałeś problemu z dojazdem?**

Chwila small talku rozluźnia napięcie i pokazuje klientowi, że nie jest dla Ciebie tylko kolejnym przypadkiem. To też dobry moment, żeby pokazać, że naprawdę słuchasz.

- ✓ **Zadałem pytanie otwierające small talk**
- ✓ **Klient się rozluźnił i zaczął mówić o sobie**

2 **Dokładnie wypytaj z czym przychodzi i jaki jest jego problem**

Zapytaj klienta **z czym do Ciebie przychodzi, co go zmotywowało, żeby się odezwać, jaki jest jego problem i jaki efekt chce uzyskać.** Nie rób tego, żeby odhaczyć, ale **poświęć temu dłuższą chwilę.** Dopytuj, drąż, dociekaj. Zbierz jak najwięcej informacji. Wypytaj klienta o maksymalną ilość rzeczy.

Ludzie uwielbiają opowiadać o sobie, uwielbiają jak się ich słucha i poświęca uwagę, dlatego z zaangażowaniem poznaj historię oraz problem klienta, z którym do Ciebie przyszedł. Jeśli to możliwe - notuj.

Dzięki temu nie tylko zbierzesz informacje, które pomogą Ci dobrać dla klienta odpowiednią usługę czy plan działania, ale przede wszystkim **pokażesz, że nie jesteś ekspertem, który wszystkich traktuje maszynowo i wrzuca do jednego worka**. Poświęcasz mu uwagę, chcesz poznać jego sytuację i historię, żeby jak najlepiej pomóc w rozwiązaniu jego problemu.

- ✓ **Zapytałem z czym przychodzi klient**
- ✓ **Poznałem jego problem i motywację**
- ✓ **Dopytywałem w trakcie rozmowy, aby zgłębić temat**
- ✓ **Zanotowałem najważniejsze informacje**

3 Pokaż, że masz doświadczenie i jesteś ekspertem

Po dogłębnym poznaniu problemów i potrzeb klienta, teraz jest czas dla Ciebie. Nie chodzi o to, żeby przedstawiać swoje CV i opowiadać o wszystkich swoich osiągnięciach, ale **powiedzieć coś co pokaże Twojemu rozmówcy, że problem który przedstawił jest Ci znany i masz już w tym zakresie doświadczenie**.

Np. jesteś dietetykiem i podczas rozmowy pacjentka informuje Cię, że ma problemy z tarczycą - powiedz, że pracowałeś już z osobami, które cierpią na choroby tarczycy lub jesteś fizjoterapeutą i pacjent informuje Cię, że w przeszłości przeszedł konkretny zabieg - powiedz, że pracowałeś z osobami po podobnych zabiegach.

To jedno zdanie jest bardzo ważne, bo dzięki temu klient czuje, że trafił w dobre miejsce i zaczyna Ci ufać!

- ✓ Powiedziałem, że znam problem mojego klienta
- ✓ Poinformowałem o swoim doświadczeniu w tym zakresie

4 Jasne przedstawienie planu współpracy

Kiedy wiesz już dokładnie z czym klient do Ciebie przychodzi, zaproponuj **co wspólnie możecie z tym zrobić, w jakim czasie, z jaką intensywnością**. Podaj wszystkie najważniejsze informacje o współpracy. Mów nawet o podstawach, pamiętaj, że Ty siedzisz w swojej branży na co dzień, a dla klienta może to być pierwszy styk, dlatego nie ma głupich i trywialnych informacji. Zadbaj o jego odczucia i **nie pozwól by wyszedł zagubiony**.

Klienci lubią być maksymalnie wyedukowani na temat danej usługi przed zakupem. Poczucie posiadania wszystkich informacji i wiedza co będzie się po kolei działo przyspiesza decyzję o zakupie.

- ✓ Przedstawiłem plan współpracy
- ✓ Dałem maksimum informacji



5 Powiedz o cenie z przekonaniem i pewnością

Kiedy podajesz cenę **nie tłumacz się**. To najgorsze co możesz zrobić. Po podaniu ceny nie zaczynaj tłumaczyć się jak winny “wiem, że to drogo, ale...” To najgorsze co możesz zrobić. Pokazujesz w ten sposób, że sam nie wierzysz w wartość swojej usługi.

Podaj cenę pewnie. Potem możesz dodać jedno zdanie o wartości swojej usługi lub powiedzieć co się w tej cenie konkretnie zawiera. Klient najpierw musi usłyszeć liczbę, a dopiero potem zrozumieć wartość. Dlatego po cenie od razu pokaż co konkretnie dostaje: ile spotkań, jakie formy kontaktu, jakie bonusy lub dodatkowe elementy.

Nie rozdrabniaj się, ale też nie bądź enigmatyczny. Pokazując wartość jasno i spokojnie, wzmacniasz swój autorytet.

✓ **Pewnie podałem cenę**

✓ **Pokazałem wartość**

6 Daj przestrzeń na pytania i rozwiej wątpliwości

Zapytaj czy klient ma do Ciebie jakieś pytania, czy wszystko jest dla niego jasne i rozwiej wszystkie jego wątpliwości. Ten punkt wydaje się bardzo prosty, ale warto pamiętać, żeby ująć go w agendzie spotkanie.

- ✓ **Dałem przestrzeń na zadanie pytania**
- ✓ **Udzieliłem konkretnych odpowiedzi**

7 **Zadbaj o kontakt i relację**

Na koniec zapewnij kilkakrotnie klienta, że gdyby cokolwiek się działo, pojawiłyby się pytania, wątpliwości to od razu ma się skontaktować, Ty zawsze jesteś chętny do pomocy.

W tym momencie najlepiej wręcz wizytówkę lub upewnij się, że klient w razie czego ma Twój numer telefonu, ewentualnie wspomnij, że można do Ciebie napisać w social mediach. Niech czuje się zaopiekowany.

- ✓ **Upewniłem się, że klient ma do mnie kontakt**
- ✓ **Zachęciłem do kontaktu w razie pytań**

8 **Na koniec spotkania jasno ustal kolejny krok**

Zadbaj o ustalenie następnego kroku na koniec spotkania. Nie zostawiaj klienta z “dobrze, to będziemy w kontakcie”. Umów się konkretnie na telefon w danych dzień.

Możesz powiedzieć na przykład “Moja propozycja jest taka, że zadzwoń do Pani w środę, żeby miała Pani czas na spokojnie się zastanowić, przemyśleć”. Dajesz konkretną deklarację, klient będzie spodziewał się w telefonu w środę. Dodatkowo wyznaczenie konkretnej daty na kontakt jest niepisanym wskazaniem ostatecznego terminu podjęcia decyzji o współpracy, co przyspiesza Twoją szansę na sprzedaż.

✓ **Ustaliłem konkretną datę kolejnego kontaktu**

✓ **Klient wie, co się dalej wydarzy**

9 Wyślij podsumowanie po spotkaniu

Po konsultacji koniecznie wyślij klientowi podsumowanie spotkania, wieczorem tego samego dnia. Uwierz mi - większość tego nie robi i takie małe rzeczy mogą być ogromną przewagą. Zaskoczysz klienta profesjonalizmem.

To może być PDF z ofertą lub po prostu kilkuzdaniowe krótkie podsumowanie Waszej rozmowy, propozycja współpracy, planu działania, podesłanie przykładowych efektów/opinii innych klientów. Naprawdę warto poświęcić na to czas i to zrobić.

✓ **Wysłałem podsumowanie tego samego dnia**

10

Nie bój się przypomnieć, jeśli klient się nie odzywa

W razie czego nie bój się przypomnieć, bo w dzisiejszym świecie przebodźcowania i ogromnego pędu ludzie mają naprawdę dużo na głowie. Czasem nie odwołają współpracy z Tobą specjalnie, ale ciągle coś się dzieje i zapominają, przekładają.

Musisz jednak pamiętać, żeby robić to z wyczuciem i rozwagą, nie przesadzić z ilością przypomnień i telefonów. Jest cienka granica pomiędzy przypomnieniem a byciem nachalnym. Tutaj musisz zdać się na swoje indywidualne wycucie konkretnej osoby 😊



To wszystko na dziś!

Mam nadzieję, że te porady będą dla Ciebie cenną wskazówką i pomocą przy kolejnych rozmowach. Jak widzisz, czasem zapominamy o rzeczach, które wydają się proste, ale z jakiegoś dziwnego powodu ich nie robimy.

Dlatego warto czasem przeczytać taki materiał jak ten, żeby wyjść z pudełka, na chwilę się zatrzymać i spojrzeć z zewnątrz na swój proces sprzedaży, poprawić go i wdrożyć nowe rzeczy.

Życzę Ci powodzenia! A jeśli czujesz, że potrzebujesz jeszcze więcej wsparcia i bardziej indywidualnego, to poza szkoleniami ze sprzedaży prowadzę również [indywidualne konsultacje 1:1](#) dla trenerów, fizjoterapeutów, dietetyków i specjalistów z branży fitness&wellness. Serdecznie Cię na nie zapraszam. Chętnie dzielę się swoim doświadczeniem i zawsze cieszę mnie, gdy mogę pomóc.

To ponad godzina rozmowy o Tobie, podczas której na bieżąco doradzam Ci w zakresie sprzedaży, odpowiadam na wszystkie Twoje pytania, a po konsultacji otrzymasz ode mnie obszerny dokument z podsumowaniem, wskazówkami i zadaniami.

www.kamilkolarczyk.com/konsultacja-1-na-1

Kamil Kolarczyk

kamilkolarczyk.com

