

Valor del Cliente

¿QUÉ OFRECER A UN NUEVO CLIENTE QUE SE INSCRIBE?

Conservarás más Clientes después de su compra inicial cuando los ayudes a encontrar valor en los productos y les muestres el poder de llevar un Estilo de Vida lleno de bienestar. Puedes proporcionar a tus Clientes y Constructores con ayuda de tu Patrocinador de Colocación, experiencias y educación continua que aumenten la confianza en el producto y amplíen su conocimiento. Fomenta las órdenes LRP como una forma de mantener un Estilo de Vida en bienestar. Invítalos a compartir lo que aman y lleva invitados a cualquier evento.

PREPARA CLIENTES PARA EL ÉXITO

1 RESUMEN DE ESTILO DE VIDA

Realiza una descripción general del Estilo de Vida con cada cliente después de realizar su orden. Consulta la *Guía de Lanzamiento* para conocer los pasos prácticos para llevar a cabo un resumen efectivo de Estilo de Vida.

2 EMPOWERED SUCCESS

Asegúrate de que tus Clientes conozcan el valor invaluable de la educación, sobre los productos y Estilo de Vida que se presentan en los materiales de Empowered Success.

3 EDUCACIÓN CONTINUA

Proporciona educación regularmente (por ejemplo cada mes) sobre temas relevantes para tus prospectos y Clientes. Los temas pueden ser:

- Bienestar emocional
- Regreso a clases
- Apoyo para mamá y bebé
- Qué utilizar en invierno
- AE para mascotas
- Limpieza
- AE para cocinar
- Limpieza natural
- Faciales y spa
- Descanso
- Bienestar general
- AE para la familia

4 SEGUIMIENTO 60 -90 DÍAS

Considera programar un 2do resumen de Estilo de Vida durante los primeros 60-90 días de un Cliente para revitalizar su Plan de Bienestar Diario, personalizando y potenciando el uso de sus productos.

5 PROMOCIONES E INCENTIVOS

Notifica a tus Clientes las promociones e incentivos ofrecidos por dōTERRA®. Esta es una excelente manera de motivar órdenes e incrementar las órdenes LRP.

Ocasionalmente, ofrecer tus propios incentivos puede estimular los pedidos de los clientes que no lo han hecho en un tiempo o inscribirlos donde más necesitas para avanzar.

6 ACUERDOS ESENCIALES

Invita a los Clientes a reunirse para compartir y explorar formas creativas de usar sus aceites y otros productos. Experimentar un sentido de comunidad con personas de ideas afines es valioso para los miembros que buscan bienestar. Considera la posibilidad de rotar a los anfitriones y las ubicaciones para que sea divertido y sencillo mantenerse involucrado. También puedes considerar los registros semanales de grupo.

7 CAMPAÑAS DE BIENESTAR Y DESAFÍOS

Organiza desafíos en los que alientes a los participantes a aumentar el ejercicio, mejorar los hábitos diarios o participar en algún programa de que consideres de su interés.

8 GRATITUD Y APRECIACIÓN

Envía un mensaje de agradecimiento, o un pequeño regalo junto con invitaciones a otras reuniones, notificaciones de promociones. Sé sincero y profesional.



¿A QUIÉN INVITAR?

- Prospectos
- Nuevos Clientes
- Clientes actuales activos
- Clientes inactivos o con poca participación
- Constructores que buscan crecer su conocimiento del producto
- Prospectos que no se inscribieron después de la 1er clase
- Prospectos que buscan conocer más antes de inscribirse
- ¡Cualquier persona que busque vivir en bienestar!

“No importa cual sea tu producto, definitivamente estás en la educación de tu negocio. Tus Clientes necesitan ser asesorados constantemente acerca de las ventajas de hacer negocios contigo, capacítalos para usar sus productos de manera más eficaz y aprender a hacer interminables mejoras en sus vidas.”

— Robert G. Allen