

Naplánujte si "návštěvu"

Strana 1/3

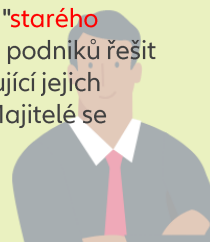
PŘEDSTAVENÍ

- Méně znamená více
- Dokažte, že by Vás zákazník měl poslouchat
- Řekněte zákazníkovi, kdo jste

1

JIŘÍHO PŘÍKLAD

Dobrý den, jsem Jiří, **expert** z pojišťovny Allianz. Vzhledem k tomu, že většina pojistných řešení pochází ze "**starého světa**", pomáhám majitelům podniků řešit rizika „**dnešních dnů**“ ohrožující jejich obchodní a soukromé sny. Majitelé se mnou jednají, když...



ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ KLIENTŮ

Uveďte věrohodné příklady toho, co děláte pro své zákazníky, například:

- Starosti zákazníků, které vyřešíte
- Problémy, které řešíte
- Příležitosti, které pomáháte zákazníkům nalézt
- Výsledky, kterých dosahujete

2

JIŘÍHO PŘÍKLAD

(Vyberte dva nebo tři příklady):

- Mým cílem je zajistit, aby Vaše **podnikání prosperovalo**
- Obávám se, že Vaše pojištění je ze "**starého světa**" a nechrání před riziky "**dnešních dnů**"
- Pokud plánujete obchodní nebo soukromé investice, bude to **vyžadovat i úspory hotovosti**
- Chápu, že můžete být znepokojeni svými **peněžními příjmy a finanční stabilitou**
- Chápu, že máte **velkou odpovědnost**
- **Obáváte se dopadu** konkrétních rizik na své podnikání
- Čelíte **neočekávaným ztrátám**
- Mohu Vám pomoci získat **jíný pohled** na vaše obchodní rizika...



Naplánujte si "návštěvu"

Strana 2/3

NAŠE NABÍDKA

- Udělejte jednoduchý přehled toho, co děláte
- Používejte všeobecně známé výrazy, nikoliv pojišťováckou hantýrku

3

JIŘÍHO PŘÍKLAD

Pomáhám podnikům, jako je ten Váš, **růst** a **prosperovat** tím, že chráním peněžní příjmy. Klienti mají **prospěch** z mé práce, protože můj přístup je výrazně **odlišný** od běžné praxe.



ODLIŠENÍ

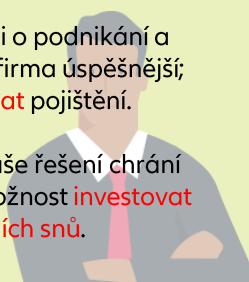
- Vysvětlíte, proč jste pro zákazníka lepší
- Vysvětlíte, čím se lišíte od konkurence
- Vysvětlíte, jaké trendy jsou pro zákazníka důležité
- Vysvětlíte, proč jste pro zákazníka tou nejlepší volbou

4

JIŘÍHO PŘÍKLAD

(Vyberte dva nebo tři příklady):

- Mluvím **jednoduchým jazykem**, který je snadno pochopitelný a srozumitelný.
- Rozumím **současným trendům** ve Vašem oboru a jejich dopadu na Vaše podnikání, např. (uveďte příklady – navštivte modul „Příprava“), opravdu rozumím Vaším **potřebám** a **požadavkům**.
- Naše řešení bere v úvahu Vaše jedinečné propojení mezi **obchodním** a **soukromým životem jako majitele firmy**.
- Naše řešení je **jednoduché** a **snadno pochopitelné**.
- Povedeme konverzaci o podnikání a riziku, aby byla Vaše firma úspěšnější; Nesnažím se **jen prodat** pojištění.
- Prozkoumáme, jak naše řešení chrání Vaše příjmy a Vaši možnost **investovat do podnikání** a **osobních snů**.



Naplánujte si "návštěvu"

Strana 3/3

VÝZVA K AKCI

- Preferujte osobní návštěvu (pokud to dovolí situace typu „COVID“)
- Zajistěte nezávaznost
- Vyzvěte k akci

5

JIRŮHO PŘÍKLAD

Prozkoumejme, do jaké míry bude naše řešení přínosem pro vaše podnikání. **Není nutné nic kupovat** - společně rozhodneme, zda řešení **přináší hodnotu** pro Vás a Vaše podnikání. Nemáte co ztratit: přinejmenším **získáte cenné informace** o rizicích, jimž vaše podnikání čelí.

Rád bych, aby vše pro Vás bylo co nejpohodlnější a bez stresu, navrhuji, abychom si **udělali čas na osobní konzultaci**. Dovolte mi, abych Vás **navštívil** příští... (např. úterý) v jednu hodinu. Řekněme v 10:00? Také Vám mohu nabídnout virtuální rozhovor. K tomu již dnes máme vhodné nástroje.

