

Bukan untuk dijual

Penafian

Saya membuat analisis & kajian serta bereksperimentasi selama 6 bulan untuk memahami segala ilmu berkaitan otak & psikologi manusia.

Sekarang saya ringkaskannya untuk anda faham dalam masa 10 minit dari sekarang.

Jadi, hargai ilmu ni dan hargai juga wang anda. Anda dapatkan ebook ini untuk anda improve diri anda, jangan share kepada orang lain tanpa kebenaran.

Jika anda berminat untuk kongsi ilmu ni kepada rakan atau saudara keluarga, pastikan anda lakukannya dengan betul dengan menjadi ejen jualan sah kami. Baca selanjutnya di sini
<https://personapelanggan.com/jv>

Semoga anda dapat ilmu baru dari ebook ni, Goodluck.



Iffat Salleh
Penulis Psiko-Harga

Bukan untuk dijual

Hai.

Saya Iffat Salleh, seorang lelaki biasa yang berfikir dan bertindak secara luar biasa. Saya sangat suka bereksperimentasi dengan ilmu baru.

Pada tahun 2017, saya mula belajar mengenai otak & psikologi manusia. Dari situ, perincian dibuat hari demi hari dan diaplikasikan dalam bisnes.

Hari demi hari, bisnes saya bertambah baik dan lebih baik pada hari yang seterusnya.

Apa saya buat?

Saya hanya berikan apa yang orang mahu. Bak kata orang

"Know what they need, give what they want"

Saya gunakan taktik ini sahaja dalam bisnes, dan saya yakin anda juga boleh dapat hasil yang sama.

Apa yang anda akan belajar melalui ebook ini ialah suatu yang tidak ada orang ajar dalam mana-mana seminar (kecuali seminar psikologi manusia).

Jadi, tumpukan perhatian kepada setiap input dalam ebook ni.

PSIKO-HARGA : APA BENDA SEBENARNYA?

Simple.

Ini ialah strategi positioning harga yang melibatkan beberapa aspek psikologi (secara tepatnya 10 aspek) untuk membuatkan prospek tak banyak berfikir untuk membeli.

Kalau kaedah tradisional yang biasa anda gunakan (dan semua orang lain guna), prospek akan banyak berfikir. Nak beli atau tak, sesuai atau tak, perlu atau tak.

Melalui kaedah psikologi, mereka tak ada masa untuk buat semua tu. Kalau masih berfikir maksudnya mereka memang tak berminat dengan produk anda atau memang betul-betul tak ada duit nak beli.

Semua orang tahu, orang membeli disebabkan emosi tetapi dinilai dengan logik. Logik ni yang akan menghalang mereka untuk membeli. Sebab tu bila ada prospek yang terus bayar, mereka tak sempat berfikir secara logik.

Bukan untuk dijual

Once mereka dah masuk dalam dunia pemikiran logik, kemungkinan besar mereka memang takkan membeli.

Soalan logik antaranya:

[+] Perlukah aku beli?

[+] Perlukah aku beli sekarang?

[+] Kenapa aku perlu beli?

[+] Kalau beli sekarang, setel ke masalah?

[+] Kalau aku beli sekarang, ada ke duit untuk beli barang lain?

[+] Kalau tak jadi macam mana?

[+] Ada refund tak? Ada guarantee tak?

Dan sebagainya. Anda pun faham apa yang prospek fikir bila berasaskan logik. Kan?

Semua logik ni boleh counter dengan psikologi dalam penulisan anda. Jika anda hanya letakkan tanda harga tanpa sebarang aspek psikologi, orang ambil masa untuk berfikir.

Bukan untuk dijual

Kalau ada aspek psikologi, masa berfikir disingkatkan malah boleh buat orang terus membeli tanpa berfikir Panjang. Nampak tak kuasa psikologi?

Jadi setiap aspek yang diperlukan dalam ni saya akan huraikan secara detail untuk memudahkan pemahaman anda. Kalau kurang faham, nanti boleh email kepada saya ye.

Ok, jom kita mulakan.

Bukan untuk dijual

ASPEK 1 : NAMA & TAGLINE PRODUK

Sapu-sapu terus cantik

Hisap-hisap terus gebu

Masih ingat tagline begini yang viral beberapa tahun lepas?

Nama produk & tagline sangat membantu prospek membuat pembelian. Fungsi tagline ialah memberitahu prospek apa yang mereka bakal terima selepas menggunakan produk anda.

Kita lihat contoh tagline : sapu-sapu terus cantik

Anda pun akan dapat satu gambaran yang sama iaitu betapa mudahnya nak cantik dengan produk tersebut. Sapu je dah boleh cantik.

Anda jangan lihat ini dari sudut halal haram. Itu hal lain. Saya nak ceritakan mengenai psikologi manusia. Kita lihat gambaran tagline sebegini dari sudut psikologi manusia.

Bukan untuk dijual



Jika prospek terjumpa 2 produk vitamin C, satu tak ada tagline dan satu lagi mempunyai tagline. Produk mana yang akan dibeli?

Produk X :

Dian'z : Hisap-hisap terus cantik

Dari sini boleh lihat betapa kuatnya peranan tagline untuk menjentik psikologi prospek.

Bukan untuk dijual

Kalau anda hanya ejen produk dan produk tu tak ada tagline, bagaimana nak buat tagline?

Tagline boleh dicipta berdasarkan brand anda sebagai penjual. Lihat sahaja mydin & giant, mereka menjual produk orang lain tetapi ada tagline sendiri.

Mydin : Why Pay More? Buy At Wholesale Price

Giant : Low Price Leader

Brand anda : ?

Buat tagline sendiri sebagai penjual produk tersebut. Be creative. Tagline boleh tukar anytime, so pakai je tagline apa-apa yang sesuai menggambarkan jenama anda.

Bila dah jumpa yang baru dan lebih catchy, boleh tukar. Tak ada masalah.

Cara lain ialah anda boleh cipta tagline khas untuk produk yang anda jual. Contohnya produk baju raya, tak ada tagline. Jadi anda boleh buat tagline sendiri untuk produk tersebut:

Bukan untuk dijual

Baju Couple Batik Indon : Raya Sedondon, Baru Seronok

Kurta Raya : Kurta Dulu, Barulah Raya

Boleh dapat idea untuk jual produk anda?

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Bukan untuk dijual

ASPEK 2 : KOS & HARGA SEBENAR

Harga & angka sangat memainkan peranan dalam psikologi manusia. Bila mereka nampak perubahan angka makin mengecil, automatic otak akan tafsir supaya terus membeli.

Sebab tu anda boleh lihat di pasaraya & kedai selalu tulis harga sebenar berserta harga ahli (dalam kempen untuk dapat lebih ramai ahli)



Meletakkan & memberitahu harga asal produk dapat membuatkan prospek alert mengenai perubahan harga yang anda buat.

Bukan untuk dijual

Laman web ecommerce juga akan meletakkan harga sebenar terlebih dahulu sebelum dipotong dan diletakkan harga yang lebih murah. Semuanya untuk menjentik psikologi prospek masing-masing.

lanya sangat berkesan, cuba buat dalam iklan anda.

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

ASPEK 3 : TERMA BAYARAN

Terma pembayaran berfungsi untuk membuang isu harga mahal.

Cuba lihat pada harga kereta yang dijual di kedai kereta, harganya RM40,000 tetapi kenapa ramai yang pergi nak beli juga?

Harga tu mahal, semua orang tak mampu beli. Tetapi bila wujudnya terma pembayaran secara bulanan, kedai kereta dapat counter semula masalah harga tersebut.

Proton Saga Hanya Rm300 sebulan < Nampak murah kan?

Manusia tak berfikir untuk masa hadapan, kebanyakannya akan berfikir secara realist (jangka masa pendek). Mereka nak beli kereta dengan harga RM40,000 memerlukan 10 tahun untuk kumpul duit tunai.

Itu pun belum tentu boleh kumpul. Setahun dua kumpul, beli barang lain, habis licin duit. Jadi mereka faham mengenai isu

Bukan untuk dijual

tersebut dan membuat keputusan untuk memberi komitmen bulanan.

Sama juga dengan Grolier, alat bantuan pembelajaran kanak-kanak. Harga pakej paling murah ialah Rm2000+. Alatan yang diberi memang sangat membantu kanak-kanak jadi lebih bijak.



Grolier mempunyai set produk bacaan (buku) dan juga latihan otak (game). Saya pun beli juga untuk anak-anak :D

Bukan untuk dijual

Bila dengar harga Rm2000, kebanyakan prospek akan beredar dari kerusi. Terlalu mahal bagi semua orang. Namun bila ditunjukkan terma pembayaran bulanan hanya RM99, 50% prospek akan kekal di kerusi tersebut.

Bagaimana anda nak aplikasi dalam perniagaan anda?

Jika anda menjual produk yang mahal, harga tersebut memang akan mengganggu proses pembelian. Anda kena ingat, bukan semua orang ada duit yang banyak.

Dan paling penting, bukan semua orang ada duit pada masa anda memberikan penerangan produk. Dia kena kumpul duit dahulu, sebab tu mereka lambat buat keputusan.

Jadi anda buat terma pembayaran bagi produk anda. Ada beberapa terma pembayaran boleh dibuat antaranya:

a) Bayaran Ansuran

Bayaran ansuran boleh diberikan sebagai pilihan kepada prospek jika mereka betul-betul berminat nak dapatkan produk anda. Sama ada kena tunggu bayar full baru dapat , atau bayar ikut stage dapat produk juga sedikit demi sedikit.

Contoh jika produk anda ada 3 botol losyen berharga RM300, mereka boleh bayar RM100 sebulan x 3 bulan. Anda boleh berikan 1 botol dahulu kepada mereka selepas mereka buat bayaran pertama. Bakinya diberi selepas mereka buat bayaran seterusnya.

Atau...

Anda boleh tunggu mereka siap bayar penuh Rm300, baru anda pos barang. Terpulang kepada anda, Cuma pastikan anda mempunyai terma & syarat untuk pilihan bayaran tersebut (dan prospek juga faham mengenai pilihan tersebut).

b) Deposit booking

Anda boleh minta prospek buat bayaran deposit terlebih dahulu untuk lock produk sebelum kehabisan stok. Teknik ini sesuai digunakan untuk produk yang mempunyai kuantiti terhad.

Anda hanya ada 200 unit baju raya. Jika mereka berminat, anda boleh minta mereka buat bayaran deposit untuk lock. Sama ada anda tetapkan jumlahnya, atau boleh biarkan mereka bayar ikut kemampuan mereka.

Ini juga memerlukan terma & syarat supaya anda tidak tertipu. Selalunya deposit tidak akan dipulangkan jika prospek batalkan saat akhir sebagai ganti rugi.

Dua pilihan ini akan membuatkan mereka tak perlu berfikir Panjang untuk membeli. Mereka boleh buat bayaran segera & selesaikan bakinya apabila ada duit nanti.

Anda juga dah boleh secure jualan anda jika mereka tak cancel last minute.

Bukan untuk dijual

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

ASPEK 4 : DISKAUN

Semua orang kalah dengan diskaun.

Ini ialah penurunan harga daripada harga asal (aspek 2). Kenapa aspek ni tak diletakkan sebelum terma bayaran?

Tujuannya ialah anda nak buat orang beli harga mahal terlebih dahulu. Kalau mereka beli harga asal, anda untung lebih banyak. Diskaun akan kurangkan keuntungan anda.

Jika harga asal & terma pembayaran masih tidak membuatkan mereka membeli, buatkan special offer untuk mereka bertindak segera.

Promo : Untuk 2 hari sahaja (hari ini & esok), anda boleh dapatkan kurta lab la dengan harga lebih jimat. Selepas diskaun, anda hanya perlu bayar RM120. Promosi ini hanya sah sehingga esok sahaja.

Bukan untuk dijual

Promosi diskaun dengan masa terhad akan membuatkan prospek lebih cepat bertindak. Dah ada diskaun, kena cepat buat keputusan sebelum harga kembali pada harga asal.

Semua orang akan tewas dengan diskaun, ianya strategi klasik digunakan di seluruh dunia sejak zaman dahulu.

Anda boleh gunakannya dalam bisnes anda.

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

ASPEK 5 : BONUS PEMBELIAN

Bonus pembelian bertujuan untuk push prospek membuat pembelian segera.

“Setiap pembelian kurta akan disertakan kopiah sulam untuk anda pakai di hari raya”

Bonus pembelian ialah barangan percuma yang berkaitan dengan produk jualan. Jual baju, berikan butang baju. Jual kuih, berikan kuih tambahan.

Namun ada beberapa bonus yang tidak berkaitan sesuai dijadikan bonus terutamanya dalam kategori komoditi (keperluan harian) seperti beras, minyak masak, telur dan sebagainya.

“Setiap pembelian kurta akan melayakkan anda menerima kad touch & go berserta kredit Rm10”

Siapa nak tolak kad yang ada kredit? Boleh pakai balik kampung nanti tau :D

Ada juga yang bonus berkuantiti terhad. Jika anda ada kuantiti terhad, anda perlu gunakan strategi lain untuk buat orang membeli.

Anda perlu memberikan bonus tersebut jika prospek masih belum membuat pembelian selepas anda berikan diskaun. Mereka tak berminat dengan diskaun, jadi anda perlu berikan sesuatu yang lain iaitu bonus.

Jika dari awal anda gunakan bonus tersebut untuk berikan kepada semua pembeli, maka anda akan kehabisan bonus untuk push prospek yang masih berfikir Panjang.

Tetapkan terlebih dahulu berapa bonus yang anda boleh berikan. Kemudian buat tawaran bonus tersebut kepada pembeli yang belum buat keputusan walaupun sudah diberikan diskaun sahaja.

Kalau prospek beli selepas dapat diskaun, biarkan mereka tanpa bonus. Anda sudah boleh berjimat dalam bonus.

Bukan untuk dijual

Jika kuantiti bonus anda tiada had seperti ebook atau sampul raya, maka anda boleh berikan bonus tersebut untuk semua jenis prospek.

lab lau tak, buat tawaran bonus. Anda tak rugi apa-apa selain nak habiskan bonus-bonus tersebut :D

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

Bonus : Pembelian hari ini akan melayakkan anda menerima butang baju avengers.

Bukan untuk dijual

ASPEK 6 : BUNDLE / PAKEJ

Kenapa nak untung sedikit jika anda boleh untung banyak?

Buat pakej kedua untuk produk anda mungkin akan memberikan lebih banyak keuntungan.

Jika anda jual kurta raya, anda jual sekali baju anak lelaki dan pakejkan.

Kurta dewasa : RM150

Kurta dewasa + anak : RM199

Jika kebetulan prospek ada anak, dia akan beli sekaligus baju anaknya. Who knows?

Pakej yang terbaik ialah ada banyak tambahan unit produk, tetapi harga masih tak terlalu tinggi.

Contoh :

Bukan untuk dijual

Kurta dewasa: RM150

Kurta dewasa + Butang baju melayu + sampin + Tanjak : RM180

Mereka akan dapat 4 barang tetapi harga hanya ditambah RM30 dari harga baju sahaja. Nampak murah kan?

Jangan terlalu banyak pilihan pakej kerana ia akan mengelirukan prospek. You confuse them, you lose them.

Jangan buat prospek rasa perlukan masa untuk berfikir. Kalau ada 4-5 pakej berbeza, mereka akan ambil masa untuk membeli. Anda bakal terlepas jika mereka tidak buat keputusan segera.

Jadi buat 2-3 pakej sahaja. Paling murah, sederhana & paling mahal. Jika mereka pilih paling mahal, anda untung besar :D

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

Bonus : Pembelian hari ini akan melayakkan anda menerima butang baju avengers.

Pakej :

Kurta : RM150

Kurta + butang + sampin + tanjak : RM180

ASPEK 7 : JAMINAN

Jaminan juga Teknik klasik untuk berikan kelegaan dalam hati prospek & pengguna.

Jaminan akan hilangkan keresahan prospek. Jika ada prospek yang masih nak berfikir, jaminan akan menghentikan mereka untuk terus berfikir.

Jaminan boleh dibuat dalam pelbagai cara tetapi jaminan terbaik ialah jaminan yang tidak merugikan pelanggan & anda (kedua-dua pihak)

Jaminan ni kena hati-hati juga, jangan buat sembarangan dan melebihi had kawalan anda. Jika anda seorang ejen dropship, jangan berikan jaminan akan ganti duit semula atas sebarang kerosakan. Mana nak cekau duit tu?

Jaminan pun tak boleh terlalu general atau yang lapuk, orang dah bosan mendengar jaminan tradisional. Jaminan 30 hari pulangan wang lab la bla.

Bukan untuk dijual

Jika anda menjual pakaian, apa yang anda boleh berikan jaminan?

“Jika anda tak puas hati dengan kelembutan pakaian, hantar semula kepada saya dan saya akan bayar ganti rugi 2 kali ganda”

Jaminan sebegini akan membuatkan prospek terus nak membeli kerana mereka tak akan rugi kalau tak suka dengan baju tersebut (dia akan terima refund 2 kali ganda)

Anda juga tak akan rugi kerana baju yang anda jual sememangnya terbukti selesa dan lembut (please, make sure produk yang anda jual tu benar-benar bagus supaya anda tak rugi)

Prospek akan terus buat pembelian dalam kadar segera, tanpa banyak berfikir.

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

Bonus : Pembelian hari ini akan melayakkan anda menerima butang baju avengers.

Pakej :

Kurta : RM150

Kurta + butang + sampin + tanjak : RM180

Jaminan : “Jika anda tak puas hati dengan kelembutan pakaian, hantar semula kepada saya dan saya akan bayar ganti rugi 2 kali ganda”

ASPEK 8 : URGENCY

Urgency juga Teknik klasik untuk buat orang membeli. Namun kalau anda salah guna, ianya boleh membuatkan prospek rasa tertipu.

Teknik urgency boleh digunakan dengan syarat ianya benar, tak tipu prospek. Kalau diberitahu harga naik, maka betul-betul naik.

Urgency sesuai untuk:

1. Produk yang terhad, limited stock / unit

Produk yang terhad paling mudah buat prospek membeli kerana mereka tak mahu terlepas peluang tersebut.

Contoh:

“Kurta raya saiz XXL hanya ada 5 helai sahaja bos. Kalau nak, kena grab cepat”

2. Harga akan dinaikkan kepada harga sebenar selepas promo

Kenaikan harga kembali kepada harga asal akan membuatkan prospek rasa perlu bertindak segera sebelum terlepas peluang. Teknik ni juga paling mudah untuk manipulasi psikologi mereka.

Contoh:

“Harga special ni hanya sah untuk 2 hari sahaja. Selepas 2 hari, tuan terpaksa beli dengan harga asal. Saya pun tak nak tuan beli dengan harga mahal. Nak grab sekarang?”

3. Kempen yang ada tarikh tamat

Tarikh tamat kempen promosi juga boleh membuatkan prospek membeli dengan segera kerana takut terlupa Tarikh tersebut. Kebanyakan prospek tak akan kembali selepas mereka ambil masa untuk berfikir. Jadi Tarikh tamat juga akan terlupa.

Anda boleh gunakan Tarikh tamat kempen promosi anda untuk membuatkan mereka membeli.

Contoh:

“Harga ni hanya sah sehingga 10 Mei. Kebanyakan orang akan terlupa Tarikh akhir ni, jadi saya suggest tuan buat tempahan segera supaya tak terlepas peluang ni”

Anda boleh pilih salah satu atau gunakan semuanya dalam satu kempen. Makin banyak urgency, makin pantas prospek membuat pembelian.

Anda boleh gunakan urgency ni semasa close prospek di wasap. Jika anda ada website, boleh masukkan countdown timer untuk lebih realistik.

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

Bonus : Pembelian hari ini akan melayakkan anda menerima butang baju avengers.

Pakej :

Kurta : RM150

Kurta + butang + sampin + tanjak : RM180

Jaminan : *“Jika anda tak puas hati dengan kelembutan pakaian, hantar semula kepada saya dan saya akan bayar ganti rugi 2 kali ganda”*

Urgency: *“Baju saiz tuan hanya ada 5 helai terakhir. Kalau habis, memang tak ada stok dah. Saya suggest tuan buat tempahan sekarang supaya tak terlepas Kurta yang tuan nak ni”*

ASPEK 9 : DERMA & BANTUAN

Aspek ini juga sangat berguna untuk buat prospek buat keputusan membeli produk anda. Aspek ini juga dikenali sebagai 'asbab membeli'.

Anda boleh beritahu prospek bahawa dengan setiap pembelian yang dibuat, sebahagian keuntungan akan diberikan kepada pihak tertentu (perlu letakkan nama penerima atau kelompok penerima)

Paling mudah untuk beritahu prospek ialah mereka membuat pembelian sambil beramal. Psikologi ini berjaya disebabkan perkataan amal tersebut.

Semua orang nak bantu orang lain, cuma mereka kena juga utamakan keperluan diri & keluarga terlebih dahulu. Jadi mereka tak berkesempatan untuk bersedekah dan memberi sumbangan.

Dengan adanya produk anda, maka mereka akan rasa gembira untuk membeli kerana mereka dapat penuhi keperluan diri dan juga dapat memberi bantuan kepada orang yang memerlukan.

Bukan untuk dijual

Anda boleh gunakan ayat seperti berikut:

“Setiap pembelian yang tuan buat, 5% akan dikumpulkan dalam tabung khas dan diberikan kepada keluarga asnaf di Kampung Dusun”

“Dengan setiap pembelian, 5% dari keuntungan akan diagihkan kepada Rumah Anak Yatim Che Soh untuk keperluan hari raya. Boleh buat pembelian sambil beramal”

Dan ayat2 lain yang bersesuaian. Lepas dah dapat untung, jangan pula tak pergi bagi bantuan ye. Walk the talk, kalau berani, tunjuk sekali buktinya kepada customer selepas anda tunaikan janji tersebut. Mereka akan lebih menghargai kebaikan anda.

Next year, siapa dia akan cari untuk beli baju? Yes, you!

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

Bonus : Pembelian hari ini akan melayakkan anda menerima butang baju avengers.

Pakej :

Kurta : RM150

Kurta + butang + sampin + tanjak : RM180

Jaminan : *“Jika anda tak puas hati dengan kelembutan pakaian, hantar semula kepada saya dan saya akan bayar ganti rugi 2 kali ganda”*

Urgency: *“Baju saiz tuan hanya ada 5 helai terakhir. Kalau habis, memang tak ada stok dah. Saya suggest tuan buat tempahan sekarang supaya tak terlepas Kurta yang tuan nak ni”*

Bantuan: *“Dengan setiap pembelian yang tuan buat, 5% dari keuntungan akan diberikan kepada asnaf di sekitar Selangor sebelum hari raya nanti”*

ASPEK 10 : NORMALITI SOSIAL

Pernah masuk amazon?

Selepas anda klik add to cart, aka nada satu ayat di bawahnya

“People buy this product also buy this products”

Kemudian ada beberapa senarai produk lain.

Itu dipanggil Sosial Norm (normality social). Secara psikologi, manusia akan membuat keputusan berdasarkan normality social.

==

Dalam satu eksperimen, seorang guru memberikan soalan matematik mudah $1+2 = ?$

Orang yang menjawab 3, perlu masuk ke Lorong A

Orang yang menjawab 4, perlu masuk ke Lorong B

Guru tersebut mengambil 10 sukarelawan yang disuruh memilih Lorong B & memanggil seorang stranger menjawab soalan mudah tersebut.

Bukan untuk dijual

Sukarelawan tersebut masuk ke Lorong B seorang demi seorang. Akhir sekali ialah stranger tersebut. Dia juga masuk ke Lorong B. Selepas ditanya soalan

“Kenapa awak masuk ke Lorong B walaupun awak tahu jawapannya ialah Lorong A?”

Jawapannya ialah

“Saya mengikut apa yang 10 orang lain jawab. Rasa pelik kalau saya seorang pergi ke Lorong A”

Itu ialah bukti normaliti sosial. Seseorang individu akan ikut apa yang orang lain beli. Boleh teka berapa Amazon Berjaya buat duit dengan menggunakan Teknik tersebut?

Anda boleh gunakan Teknik ini dalam sesi closing Bersama prospek atau di website anda (ecommerce). Jika di laman web, anda boleh tiru cara Amazon lakukannya.

Jika anda close melalui whatsapp, anda boleh gunakan ayat mudah berikut:

Bukan untuk dijual

“Tuan, thanks sebab berminat nak buat bayaran. Sebelum tu, saya nak inform tuan tentang beberapa produk lain yang selalu customer saya beli. Mana tahu tuan berminat.”

Sertakan gambar & maklumat produk anda.

Jika mereka nak membeli pada masa itu juga, anda akan buat keuntungan berganda.

Jika mereka tak berminat, biarkan. Jangan paksa. Anda sudah tunjukkan produk lain yang anda jual. Jika mereka berminat nanti, mereka akan tahu nak contact siapa.

Teknik ini sesuai digunakan jika betul-betul pelanggan lain membeli produk yang dicadangkan tu. Jangan tipu ye.

Contoh

Produk : Kurta Raya

Tagline : Kurta Dulu, Barulah Raya

Harga Asal : RM150

Pilihan Bayaran : Deposit Booking hanya RM10

Diskaun : RM120 sahaja untuk 2 hari

Bonus : Pembelian hari ini akan melayakkan anda menerima butang baju avengers.

Pakej :

Kurta : RM150

Kurta + butang + sampin + tanjak : RM180

Jaminan : *“Jika anda tak puas hati dengan kelembutan pakaian, hantar semula kepada saya dan saya akan bayar ganti rugi 2 kali ganda”*

Urgency: “Baju saiz tuan hanya ada 5 helai terakhir. Kalau habis, memang tak ada stok dah. Saya suggest tuan buat tempahan sekarang supaya tak terlepas Kurta yang tuan nak ni”

Bantuan: “Dengan setiap pembelian yang tuan buat, 5% dari keuntungan akan diberikan kepada asnaf di sekitar Selangor sebelum hari raya nanti”

Normaliti Sosial : “Tuan, thanks sebab berminat nak buat bayaran. Sebelum tu, saya nak inform tuan tentang beberapa produk lain yang selalu customer saya beli. Mana tahu tuan berminat”

AKHIR KATA

Teknik psikologi sememangnya akan Berjaya membuatkan prospek membuat pembelian dengan kadar segera. Anda tak perlu gunakan Teknik fancy atau yang menyalahi agama & undang-undang. Hanya perlu tahu apa perlu dibuat untuk jentik psikologi mereka sahaja.

Saya dah tunjukkan ilmunya, sekarang tugas anda untuk aplikasikannya dalam bisnes anda.

Tak kisah sama ada anda gunakan website atau close sales melalui whatsapp, anda tetap perlukan ilmu ini untuk dapatkan lebih banyak jualan dengan mudah.

Tak semestinya anda gunakan 10 aspek ini dalam satu perbualan. Ianya tak wajib. Anda boleh pilih ikut kesesuaian. Ada prospek perlukan aspek diskaun untuk buat mereka membeli, ada prospek lebih suka pakej.

Bukan untuk dijual

Saya berharap ilmu ini akan menjadi rujukan ketika anda tidak tahu apa perlu dibuat untuk dapatkan lebih banyak jualan.

Jika anda rasa ilmu ini bagus untuk rakan-rakan yang lain, anda boleh suggest & recommend kepada mereka dengan menjadi referral produk Persona Pelanggan.

Dapatkan maklumat lanjut di sini :

<https://personapelanggan.com/jv>

Saya sentiasa mendoakan kejayaan anda.

Goodluck!

Iffat Salleh

Penulis

Ps: Saya sediakan cheatsheet yang anda boleh cetak & buat rujukan apabila nak buat satu kempen promosi.

Bukan untuk dijual

Cheatsheet

Aspek	Fungsi	Ayat
Nama Produk	Memberitahu pelanggan nama pakej atau produk yang anda jual	
Tagline	Memberi gambaran umum kelebihan yang mereka akan selepas gunakan produk.	
Kos / harga sebenar	Membuatkan prospek alert dengan perubahan harga.	
Terma Bayaran	Memberi pilihan yang lebih sesuai dengan kewangan prospek.	
Diskaun	Membuat prospek bertindak dengan lebih pantas.	
Bonus pembelian	Trigger prospek untuk membeli produk demi mendapatkan barang percuma.	
Pakej	Berikan beberapa pilihan menarik kepada prospek untuk dapatkan lebih banyak keuntungan dalam satu transaksi.	
Jaminan	Buang kebimbangan dalam fikiran prospek dan buat mereka membeli tanpa banyak berfikir.	

Bukan untuk dijual

Urgency	Buat prospek membeli dengan kadar segera kerana tidak mahu terlepas peluang.	
Derma / Bantuan	Membeli sambil beramal. Prospek akan lebih suka nak buat pembelian kerana dapat membantu mereka yang memerlukan.	
Normaliti Sosial	Buat prospek beli lebih banyak produk.	

* Isikan ayat anda di kotak ayat untuk rujukan ketika close sales atau penghasilan website

* anda boleh berikan sheet ini kepada developer website supaya mereka tahu apa yang perlu ditulis di laman web.