

부담을 주거나 애원하지 않으면서 소개 받기

빌 케이츠 (By Bill Cates, CSP, CPAE)

www.ReferralCoach.com

고객의 소개 유도하기

소개의 씨앗 심기

미래를 예측하기

1. “당신의 친구나 가족 또는 직장 동료에게 도움이 될 수 있다면 시간을 아끼지 않을 것입니다.”
2. “제가 접하는 아이템이나 사람이 당신의 사업에 좋은 효과를 가져올 수 있는지 제가 어떻게 하면 알 수 있고 그들을 당신에게 어떻게 소개하면 되나요?”
3. “소개를 받으신 분은 삐 소리가 나면 메시지를 남기시고 저희가 어떤 분에게 감사를 드려야 하는지 알려주시기 바랍니다.”
4. 이메일 시그니처 파일
 - 소개를 받은 분만 상담 가능
 - 나를 비밀로 하지 마세요
 - 당신의 친구나 가족 또는 직장 동료에게 도움이 될 수 있다면 시간을 아끼지 않을 것입니다.
 - 제게 주실 수 있는 최고의 칭찬은 여러 분의 소중한 사람을 제게 소개시켜 주시는 것입니다.

소개를 유도하는데 있어서의 문제점을 파악하고 극복하기

- 아직 _____ 을/를 충분히 제공하지 않아 _____ 하다.
- 관계를 _____ 할 수 있기 때문에 _____ 하다.
- 소개를 부탁하면 _____ 또는 _____ 처럼 보일까 봐 _____ 하다.
- _____ 라는 소리를 들을까 봐 _____ 하다.

소개를 부탁하기 위한 VIPS Process™를 이용하기

V. 고객이 중시하는 가치에 대해 이야기하세요.

고객의 말 속에서 고객이 중시하는 가치를 확인할 수 있는 말을 파악하세요. 고객이 중시하는 가치를 탐색할 수 있는 질문들을 하세요.

I. 고객의 요구를 _____하게 하세요.

- a. 충분한 시간을 할애하세요. 매번 미팅 때 _____을 사용하세요.
- b. 가치 탐색 대화에서 “중요한 질문이 있습니다”로 화제를 전환하세요.

P. _____을/를 하기 전에 허락을 받으세요.

S. 소개 받고자 하는 고객의 이름과 카테고리를 제시하세요.

1. 고객이 대화 중 언급한 특정 인물
2. 특정 카테고리의 사람들
3. 본인이 가장 자신 있는 부류의 사람들
4. 본인의 타겟 리스트를 고객과 공유하세요
5. 회계사나 변호사와 같이 영향력이 큰 분들을 소개받으세요

고객이 아직 다른 분을 소개할 준비가 되어 있지 않나요?

1. “다음에 저를 알면 좋을 것 같은 사람이 있다면 저에 대해 한 번 말씀해 주세요. 관찰으시겠죠?”
2. “중요한 분을 위해서라면 아무리 바빠도 고객에게 시간을 낼 수 있다는 점만 기억해 주세요. 그렇게 해 주실 수 있죠?”

고객의 주변인들에 대한 새로운 정보 수집하기

1. “그 분의 어떤 점이 좋으신지 혹은 어떤 점이 존경스러운지 말씀해 주세요.”
2. “그 분한테 중요한 것은 무엇인가요?”

임팩트가 큰 소개를 확보하기

1. 소개는 협력적인 관계를 통해 이루어져야 합니다.
2. 직접적인 소개가 가장 좋습니다.
3. 이메일은 매우 효과적입니다. (또는 문자 메시지?)
4. 전화 통화는 관찰지만 “음성 메세지”를 이용하도록 유도하세요.
5. 소개를 해 주는 사람이 뭐라고 소개를 했는지 파악하여 소개 받는 고객의 관심을 사로잡을 수 있도록 하세요.
6. 누가 무엇을 언제 할지를 파악하기 전에는 절대로 미팅을 끝내지 마세요.
7. “감사합니다”의 형태로 기억을 상기시키는 메모를 보내세요.”