



Психология продаж в психологии

Людмила Мурзина



Продажи в психологии – это

1. Обмен услуги на деньги
2. Процесс коммуникации продавца с покупателем



Продажи без рекламы не существуют!

Реклама для психолога - это способ самоутверждения и понимания:

Кто я?

Что я делаю?

Зачем я это делаю?



**И пока не будет уверенных
ответов на эти вопросы,**

**реклама к продажам не
приведет**





Задача продажи психолога – побудить покупателя к покупке:

- а) консультации
- б) курса терапии
- в) инфопродукта
- г) тренинга



**Как и в любом бизнесе для того,
чтобы продать есть классика:**

Сам товар в наличии:

- психолог,
- его знания,
- информация о нем,
- Информация об услуге



**Если нет магазина, нет полок, нет товара и
цены - нет продаж!**

То есть нет основания для коммуникаций





**Теперь предположим,
что всё необходимое есть**



«Путь клиента» в психологии?

**— это весь опыт
взаимодействия
Клиента с Психологом**



- 
- 
- **полученная о вас информация**
 - **предварительный звонок - знакомство**
 - **онлайн - запись**
 - **информация - в интернете**
 - **личный бренд**
 - **сарафанное радио ваших знакомых**
 - **ВИЗИТ**
 - **терапия**
 - **результат**



**Обеспечив успешный путь клиента,
вы можете сократить расходы на
рекламу, увеличить доход, а также
завоевать и поддерживать
ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ**

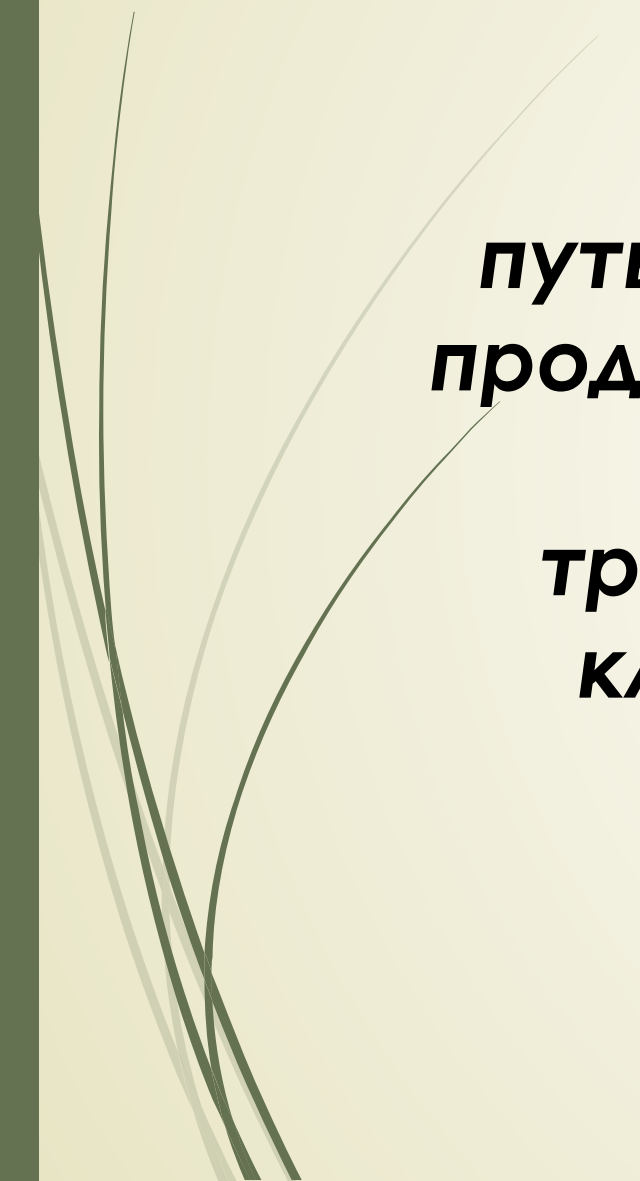
**Точки взаимодействия с вами
формируют клиентский опыт на
протяжении всего пути**



"Жизненный цикл" клиента

-

**путь взаимодействия клиента с вашим
продуктом начинается с его знакомства
с вами и заканчивается
трансформацией из потенциального
клиента в лояльного и в адвоката
ваших услуг**



Что входит в жизненный цикл клиента?

- привлечение
- интерес
- оценка
- покупка
- результат



Лояльность клиентов

представляет собой постоянную эмоциональную связь между психологом и клиентом, и от степени выраженности этой связи зависит то, как часто клиент взаимодействует с Вами и совершает покупки у Вас, а не у Ваших конкурентов



Итог:

Психология продаж в психологии строится больше на эмоционально – чувственном отношении клиента к психологу.

Формальный подход, отсутствие готовности к приему клиентов – будет делать вашу рекламу бесперспективной и безрезультативной