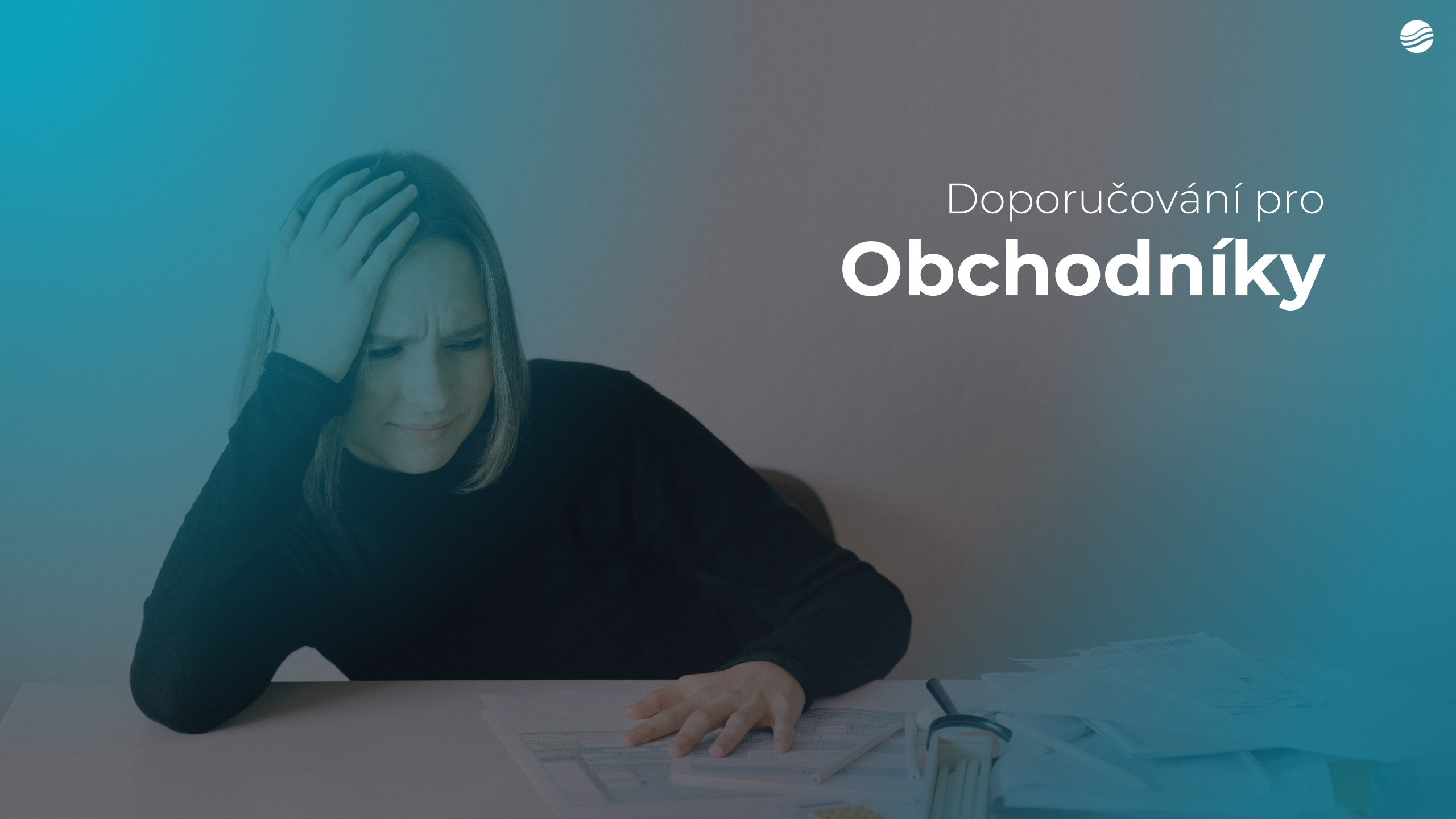


Doporučování pro

Obchodníky

Kdo je první člověk, který tě napadne?

- Pracuje přímo s klienty - jako **kouč, fyzioterapeut, wellness praktik, masér, kosmetický profesionál, majitel salonu nebo podobný profesionál**
- Chce poskytovat **více než standardní službu** a vytvořit zážitek, který si klienti zapamatují
- Hledá **nové procedury, technologie a služby** které mohou doplnit jeho stávající odbornost
- Myslí komerčně: **Budou to klienti chtít? Můžu to zařadit do nabídky? Přináší to hodnotu?**

Naslouchej: „Moji klienti, ve své praxi, nabízím, hledám něco nového, můžu to použít profesionálně?“

PRODEJNÍ STOPA! Když mluví o svých klientech, přestaň prodávat osobní wellness - **Začni mluvit o byznysu!**





Jejich výzva:

Být vidět. Zůstat relevantní. Udržet si klienty, aby se vraceli.

Jejich výzva:

- Klienti mají **více možností na výběr**, díky čemuž je odlišení se stále důležitější
- Podobné podniky často nabízejí **podobné základní služby** - vyniknout vyžaduje přidanou hodnotu

Příležitost:

- Stávající klienti už přinášejí **důvěru, objednávky a vztahy**
- Nová technologie může vytvořit **další zážitky, prémiové služby a potenciální příležitosti k příjmům**

Jejich nejsilnější nákupní emoce není ***„Chci další zařízení.“***

Je to: ***„Jak tohle může zvýšit hodnotu mého byznysu?“***

Neprodávej technologii. **Ukaž jim hodnotu.**

- Mikroproud poskytuje **elektrickou stimulaci velmi nízké intenzity**, čímž přidává další technologii do jejich profesionální výbavy
- Frekvenční aplikace mohou **doplnit vhodné stávající služby a zážitky klientů**
- Prezentuj zařízení v kontextu **rozšíření nabídky, odlišení a přidané hodnoty pro klienty**
- Ukaž, jak by stávající objednávky mohly vytvořit příležitosti pro **doplňkové služby nebo prémiové zážitky**, je-li to vhodné





Tvoje další úroveň začíná lepší otázkou!

„Co obvykle přiměje tvé klienty vrátit se k tobě, místo aby šli jinam?“	Odhaluje, co podle nich momentálně představuje jejich konkurenční výhodu.
„Když zvažuješ zavedení něčeho nového do svého byznysu, co je nejdůležitější, než řekneš ano?“	Investice? Poptávka klientů? Snadnost zavedení? Výnos? Důvěryhodnost? Tohle odhaluje **nákupní kritérium.**
„O co tě klienti dnes žádají a čeho bys jim chtěl/a nabídnout víc?“	Obzvlášť silné, protože obchodník může odhalit **nenaplněnou potřebu klienta** aniž by okamžitě nabízel zařízení.

Jak mluvit

Jazykem obchodníka?

Místo toho:	☆ Zkus toto:
„Chtěl/a bys koupit frekvenční zařízení s mikroproudem?“	**„Představ si, že do služby, kterou si tvoji klienti už objednávají, začleníš další zážitek. Co by to mohlo přidat tvé nabídce?“**
„Zařízení má mnoho různých programů, které mohou tvoji klienti využívat.“	**„Jedna technologie může otevřít různé možnosti napříč tvými službami - dává ti víc způsobů, jak personalizovat zážitek klienta.“**
„Za použití zařízení bys mohl/a účtovat příplatek.“	**„Pokud dva profesionálové nabízejí podobnou základní službu, ale jeden dokáže vytvořit zážitek, který ten druhý nedokáže - kdo zůstane víc zapamatovaný?“**

NOVINKA

Holistické zdravotní plány

Tvůj plán. Tvůj den

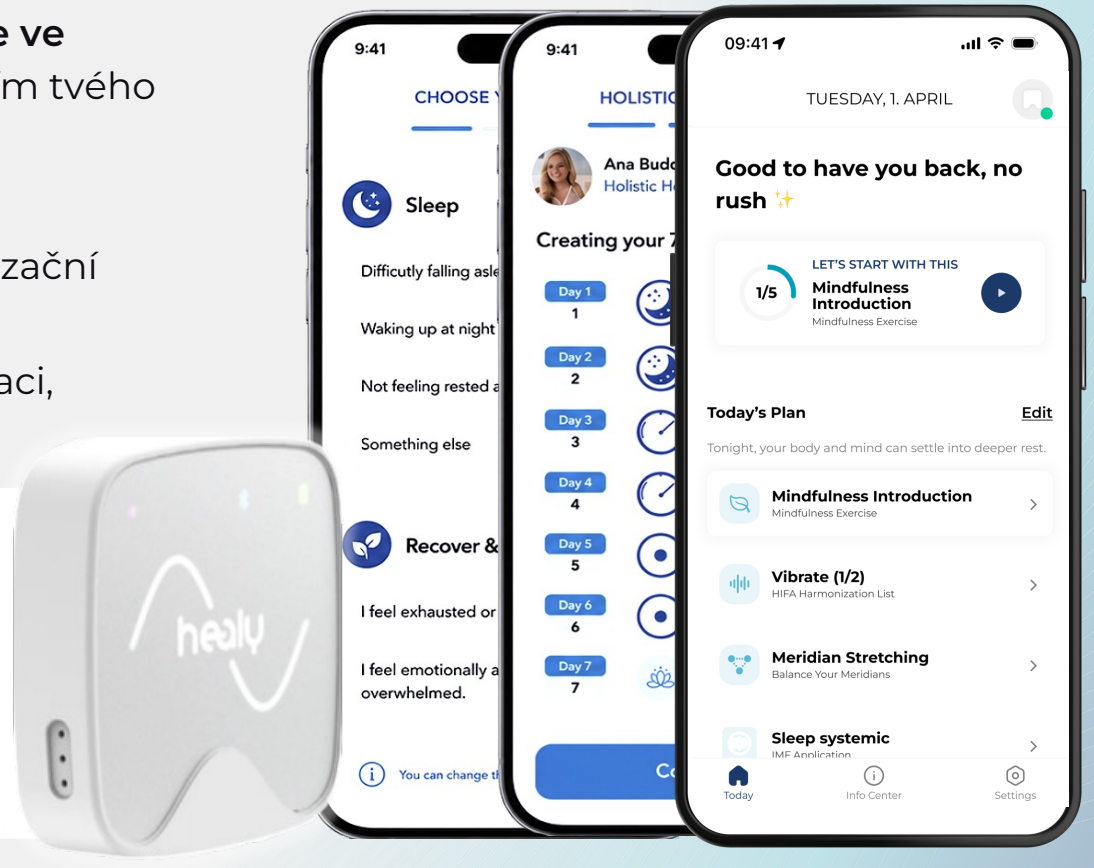
Jádrem nového Healy 3 je **schopnost proměnit tvoje wellness cíle ve smysluplnou každodenní rutinu**, personalizovanou prostřednictvím tvého jedinečného Informačního pole.

Holistický zdravotní plán je víc než seznam doporučení.

V závislosti na tvém tématu může spojit programy Healy, Harmonizační seznamy a konkrétní aktivity do jedné přehledné sekvence.

Intervence mohou zahrnovat jógu, mudry, dechová cvičení, meditaci, meridiánové protahování, čchi-kung, akupresuru a další.

- **Řízený Denní plán** s osvědčenými wellness intervencemi
- **Analýza informačního pole** zjišťuje individualizované harmonizační vzorce a frekvenční podporu



Jakákoli systémem generovaná doporučení jsou určena pouze k obecné podpoře wellness a nepředstavují diagnózu, léčbu ani lékařskou radu.

12 témat

Dvanáct oblíbených témat. Jeden osobní plán – začni tématem, které nejlépe odpovídá tvé aktuální situaci, je ti nejbližší nebo s tebou prostě rezonuje.



1. Zvládání obav

„Úzkostné myšlenky mě brzdí.“



2. Jasnost a soustředění

„Moje mysl je unavená nebo zablokovaná.



3. Energie

„Moje energie je nízká nebo nestabilní.“



4. Akce a dynamika

„Chci věci dotáhnout do konce, ale nemám na to vůli.“



5. Pohyblivost a lehkost

„Moje tělo je napjaté nebo omezené.“



6. Emoční rovnováha

„Moje emoce mohou být intenzivní, nepředvídatelné nebo těžko zvladatelné.“



7. Motivace

„Potřebuji se motivovat, abych nepochyboval/a o svých schopnostech.“



8. Podpora při tlaku a napětí

„Neustále se cítím zahlcený/á, vyčerpaný/á a často unavený/á.“



9. Reset a dobití energie

„Cítím se vyčerpaný/á a potřebuji rychlou pauzu, abych znovu získal/a přirozenou rovnováhu.“



10. Revitalizace

„Moje tělo i mysl jsou napjaté a zamlžené.“



11. Spánek

„Mám problém usnout.“



12. Zvládání stresu

„Cítím se napjatě a emočně otupěle kvůli rodinným problémům.“



Healy International B.V.
Paterswoldseweg 806 | 9728 Groningen | Netherlands
www.healy.world | contact@healy.world