



KOMUNIKACIJOS KALENDORIUS

6 NUMERIS

KOMUNIKACIJOS KALENDORIUS 6 numeris

Ne tik verslas bet ir lyderystė



Arba „Kita mano pusė“ –
kad sekėjams netaptų
nuobodu.

Etapas, kai esate ne tik verslas, nebūtinai blogeris, bet jau tikrai lyderis. Tas, paskui kurį eina kiti, galintis įkvėpti, motyvuoti ir savo pavyzdžiu būti tuo, paskui kurį seka ne tik dėl prekės ar paslaugos. Nors skamba jau panašiai į influencerį, bet nebūtinai turite juo tapti.



Tiesiog būkite savimi ir dalinkitės apie tai kas Jums svarbu, neišduodant savo vertybių ir svarbiausia – suderinant su savo verslu ir prekiniu ženklu.

Šiame etape svarbiausi dalykai:

1. Dar labiau pažinti savo auditoriją. Pažinti ją giliau, identifikuoti pomėgius, pasirinkamus ir vertybes. Ir jei viską teisingai iki šios darėte, turėtumėte pastebėti, kad Jūsų auditorija neįtikėtinai panaši į Jus. Žinoma, jei tik pakankamai pažįstate save ir mokėjote tai perteikti iki šiol.
2. Tarsi auditorijos, sekėjų akimis pamatyti save ir tai, kaip jie Jus mato. Gauti atgalinį ryšį ir labai tiksliai identifikuoti, kur ir kiek galite pasitempti, ką privalote keisti, ar tobulinti;
3. Džiazuoti. Nustoti galvoti, kaip reikia, ar teisingai pasakiau, ką pagalvos kiti ir pagaliau pradėti jaustis lyderiu. Kitaip tariant – išmokti priimti lyderystę ir tame pajusti malonumą. Pastebėti, kaip kitiems svarbu Jūsų nuomonė ir jausti atsakomybę už tai. Tiesiog atleisti šiek tiek vadeles viską daryti tobulai ir būti savimi.

A large, dynamic splash of pink ink or paint, radiating from the center and spreading towards the edges of the frame. The splash has a textured, granular appearance with various shades of pink and magenta, creating a sense of movement and energy. The background is a solid, light pink color.

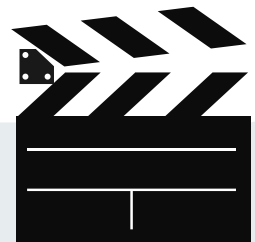
Jei iki šio laiko viską darėte
teisingai ir sąžiningai – pusė
metų jau tas laikas, kai
paprastai „pramuša“ ir
verslo augimas socialinių
tinklų pagalba įgauna
pagreitį. Nebūtinai labai
dideliu sekėjų skaičiumi, bet
visada stipriai išaugusiu
užsakymų skaičiumi.

Bet mes juk ir susirinkome auginti verslą, ar ne?

Kas aš esu, kai neesu „verslas“. Postas apie save, kaip apie mamą, tėtį, gamtos saugotoją, o gal gyvūnų mylėtoją. Galbūt kovotoją už gyvūnų teises, arba slaptą psichologijos studentą. Esmė tame, kad jei visus šiuos mėnesius sekėjai Jus matė, kaip savo verslo atstovą, dabar parodykite ir kitą savo pusę. Nenorite rodyti šeimos, asmeninio gyvenimo? Viskas ok – pasakokite apie įsitikinimus, apie tai, kuo domitės, kai nesate verslas. Tinka bet kas: sąmoningumas, tvarumas, mada, psichologija, augalų auginimas... Tik dėmesio! Tai turi neprieštarauti Jūsų iki tol deklaruotoms vertybėms, nes pagal jas juk rinksi Jūsų auditorija visus tuos mėnesius. Tarkime: jei iki tol deklaravote, kad vertinate ramybę, sąmoningumą, jogą – dabar nelabai gerai bus, jei paaiškės, kad visgi esate vakarėlių liūtas, savaitgaliais siaubiantis naktinius klubus.



Koks šią savaitę pamatytas dalykas/įvykis, naujiena man sukėlė pasipiktinimą. Tai gali būti tiek aštri tema, išgirsta per TV, tiek gatvėje pamatytas įvykis, kai paaugliai naudoja patyčias, tiek viešajame transporte pastebėtas nemandagus elgesys. Tinka bet kas ir bet kur. Žinau, kad dabar sunku prisiminti, bet nei kiek neabejoju, kad šventų tarp mūsų nėra ir tikrai kažkas sukėlė, jei ne pasipiktinimą, tai bent nuostabą. Šio posto tikslas taip pat atkreipti dėmesį į visuomenės problemas ir per jas atskleisti dar labiau savo vertybes, bei save kaip asmenį.



Jei reikėtų išskirti vieną savo savybę, kuri labiausiai padėjo gyvenime ir versle – kas tai būtų? Pagalvokite gerai– šis postas turi dvigubą naudą. Žinoma, kad padėti Jūsų auditorijai geriau Jus pažinti, tačiau kartu ir Jums pačiam labiau pažinti save. Juk dažniausiai net nesusimąstote, kodėl esate čia, kur esate ir tikrai ne bet kas gali nueiti tokį kelią. Kokia Jūsų savybė buvo lemianti sėkmę, padedanti nepalūžti, arba kaip tik įvertinti savo klaidas ir iš jų pasimokyti. Pagalvokite gerai, tik nebandykite sukčiauti: sekėjai jau tikrai nemenkai Jus pažįsta, todėl būkite nuoširdūs ir šis postas jau bus taps tarsi durys į sekantį lygį, kai sekėjai pasitiki ne tik verslu, bet jiems imponuoja asmenybė, paskui kurią galima eiti bet kur.



Papasakokite jaudinančią istoriją iš savo susitikimo/susidūrimo su klientu. Žinoma, tiems kurie veda mokymus, konsultacijas ir turi gyvą ryšį (nesvarbu, jei jis ir online) su auditorija, tokių istorijų dažniausiai nereikia ilgai galvoti. Tikrai atsiras iki gaudumo graži istorija, kaip pakeitėte kažkam gyvenimą. Tačiau ką daryti tiems, kurie pardavinėja per eshop savo prekes ir dažniausiai nesulaukia tiek daug atgalinio ryšio, kad sugraudintų juo savo sekėjus? Jei turite bent kelias dėkingumo žinutes nuo konkrečių pirkėjų – susisiekit su jais, arba tuo, kuris Jums atrodo jaučiasi labiausiai dėkingas. Nepatikėsite kokia stipri dėkingumo galia. Dažniausiai paprašytas šoks žmogus pasidalins savo istorija ir greičiausiai ne tik su Jumis asmeniškai, bet tai padarys viešai. Jei visgi neturite net ir tokio – pats laikas kažką padovanoti pirkėjams, kartu su užsakymu. Ką nors, kas vis tiek išprovokuos tą dėkingumą ir norą apie tai dalintis.

Koks reikšmingiausias įvykis per pastarąjį pusmetį turėjo įtakos Jūsų verslui. Čia bus daug vietos improvizacijai, nes galima rašyti tiek apie teigiamas, tiek apie neigiamas puses. O įvykiai taip pat gali būti tiek asmeniniai, tiek makroekonominiai. Bet todėl ir labai smagu, nes kiekvieno parašytas postas bus labai unikalus ir visiškai neprimins kitų patirčių.



Su kokiomis apkalbomis, konkurentų pavydu ir pan. kartais tenka susidurti savo versle. Taip, postas ne iš maloniųjų, bet mes juk ir nesiekiame būti tik saldūs ir pūkuoti. Kartais reikia pasakyti tiesą: „taip, sulaukiu šmeižimo“, „taip, kartą buvo neigiamų komentarų ataka „rekvizitai.lt“ Facebook grupėse, „taip, mano nuplagijavo“ ir pan. Niekas visiškai neprisimenate? Na, jei niekas neapkalba, vadinasi esate nepastebimas. Juokauju. Manau reiktų tik geriau paanalizuoti ir prisiminti – bent jau neigiamų komentarų po savo postais tikrai esate gavę.



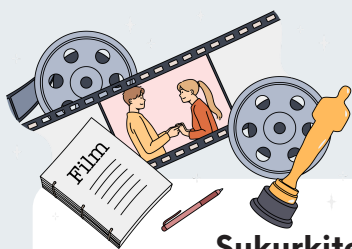
Ką man reiškia palaikymas/partnerystė veikloje? Net jei ir neturite tiesioginio partnerio, kuris būtų investavęs į Jūsų verslą, taip ne tiesioginiais tikrai yra Jūsų draugai, šeimos nariai, ar bet kas, kas Jus palaikė žodžiu, patarimu, galbūt suteikę paskolą, ar davę naudotis kitu turtu. Padėkokite šiems žmonėms, arba vienam žmogui viešai. Tai bus labai gražus gestas, parodysiantis, kad esate vertinantis ir mokantis jausti dėkingumą. Verslo atstovui tai labai daug reiškia – sekėjai tampa pirkėjais tada, kai patiki asmenybės tikrumu ir nuoširdumu.



Ką patartumėte šiandien norintiems pradėti tokį pat verslą, kaip Jūsų, svajojantiems užsiimti tokia pačia veikla? Iš vienos pusės gali atrodyti toks postas rizikingas, nes tarsi patys skatinate konkurenciją, bet žiūrėkite į tai plačiau: pirma, Jūs jau galite būti lyderiai savo veikloje ir mokyti, skatinti tuos, kurie dar tik pradeda (tuo pačiu įvertinkite galimybes – gal jau galite uždirbti iš to, jog konsultuojate kitus pradedančiuosius?). O antra, parodydami, kad nebijote konkurencijos įsitvirtinsite, kaip rinkos lyderis savo sekėjų galvoje: jau ne smulki žuvelė minioje, o tas, paskui kurį eina kiti. Žinoma, kad tokia pozicija sukuria saugumo, patikimumo įvaizdį ir skatina sekėjus rinktis Jūsų prekes ar paslaugas.



TRUMPŲ VIDEO (REELS) PLANAS



R1

Sukurkite filmuką apie tai, kaip skirtingi klientai skirtingai reaguoja į paslaugų/prekių kainas. Gali būti keli personažai, kur vienam atrodo per brangu, kitas kaip tik stebisi, kodėl taip pigu. Tikslas yra parodyti, kad svarbiausia yra vertė, nes kainą kiekvienas supranta pagal savo kriterijus. Jei tinkamai pavaizduosite ir atskleisite vertę, tie, kurie tapatinosi su „per brangu“ pozicija supras, jog čia gauna daug daugiau nei kitur. O tie, kurie save sutapatino su „labai pigu“ turėtų susimąstyti, kad ne visada būtina permokėti prabangiems prekiniams ženklams ir svarbiausia yra kokybė.

R2

Kelių žingsnių atmintinė, padėsianti situacijoje, kuri turėtų atvesti iki pirkimo – t.y. Jūsų prekės/paslaugos įsigijimo. Formulė paprasta: pirmas sakiny – problemos iškėlimas. Sekantys žingsniai – sprendimai, kurie užsibaigia pirkimu. Štai keli pavyzdžiai:

A.Niekaip nepavysta kovoti su plaukų slinkimu? Štai keli patarimai, padėsiantys išspręsti šią problemą: 1. Galvos masažas, 2. Džiovinimas tik šaltu vėmeliu, 3. Visavertė mityba, 4. Žinom Jūsų gaminama ar parduodama priemonė.

B.Artėja jubiliejus ir varo į neviltį būdys svečių, kurių net neįsivaizduojate kur sutalpinti? 1. Pasidarote svečių sąrašą. 2. Išbraukiate tuos, su kuriais nebendravote du paskutinius metus. 3. Užsakote kokybišką ir nebrangų viešbutį (žinoma Jūsų šventės vietai ir svečių nakvynei).

Svarbiausia suprasti esminę taisyklę – žingsniai turi būti tokie, kad pradžioje juos skaitant atrodytų, jog visk galima padaryti tik savo jėgomis ir nemokamai, o pardavimas atsirastų paskutiniame etape ir būtų prarytas, kaip jaukas.



Galite šiek tiek pašmaikštauti parodijuodami, kaip klientai gali netinkamai elgdami su Jūsų preke/paslauga prarasti esminę jos funkciją ir naudą. Tai taip pat gali būti surežisuotas filmukas su keliais personažais. O jei jau esate labai rimtas verslas – tiesiog išvardintos tokios situacijos.

A.Įsigijo iš Jūsų veido kaukę, tačiau ją užsideda ant nešvarios, odos. Arba po to nenaudoja tinkamų priemonių;

B.Sužinoję apie praktikas, padedančias nusiraminti naudoja jas ne patys, o dalina patarimus visiems aplinkiniams, galvodami, kad jiems labiau reikia;

C.Po atlikto permanentinio makiažo kasosi ir kitaip pažeidžia tą vietą, nesilaiko rekomendacijų.

Šiek tiek paslėptas šio video tikslas – lyg ir atsakyti į klausimą, kodėl visgi atsiranda netinkamų komentarų. Tokiu būdu duosite suprasti, kad dažnu atveju rekomendacijų nesilaikymas, nemokėjimas tinkamai naudotis preke/paslauga ir yra tikroji priežastis, dėl kurios ji neatliko savo funkcijos, arba atliko ne tobulai.



Nufilmuokite procesą, kaip prekė/ paslauga keliauja pas pirkėją ir kokią emociją jam suteikia, Šiam Reel taip pat geriausia naudoti kelis personažus.

A.Pakuojate prekę, dekoruojate pakuodami, siunčiate per kurjerį. Pirkėjas ateina atsiimti, išsipakuoja ir patiria malonią staigmeną. Galima filmuoti ir toliau – kaip jis mėgaujasi preke, kokioje situacijoje ją naudoja ir pan.

B.Jei tai paslauga, galite sulėtintai arba sugreitintai su tinkama muzika fone suvaidinti konsultaciją. Svarbiausia parodyti skirtingas emocijas, veido išraiškas prieš ir po konsultacijos.

C.Jei tai paslauga, kurią galima pavaizduoti ne tik pokalbiu – dar geriau: parodykite, kaip ruošiate kambarį svečiams, išpurenate patalynę, pamerkiate kambarį gėlių. Čia iš viso galima sukurti jaukumo idilę, kuriai neatsispirs sekėjai.





Šviesioji ir tamsioji Jūsų pusės. Galima rodyti save kaip asmenybę, viena apsirengusi juodai, kita baltai su atitinkama nuotaika ir emocijomis. Su atitinkamu tekstu, muzika, kaip jos abi kartais nesutaria, tačiau Jūs esate jos abi ir mokate tai suderinti. Galima daryti ir su verslu: šviesioji ir tamsioji verslo pusės, parodant kaip atrodo iš šalies arba Jums patiems gerosiomis dienomis. Ir kita pusė – kokie tie užkulisiai, kai ne viskas einasi tobulai, ne taip tvarkinga, arba ne viską spėjate. Puikus reel, parodantis gyvenimo realybę ir tai, jog nesate visada tik surežisuotai tobulas, bet ir mokantis pasijuokti ir savęs, bei priimti save visokį.

Pakalbėkite apie tai, kaip Jūsų prekė/paslauga keičia gyvenimus, pasaulį, emocijas. Svarbiausia nepradėkite kalbėti nuo įžangos, o iš karto eikite prie kontraversiško sakinio su problematika.

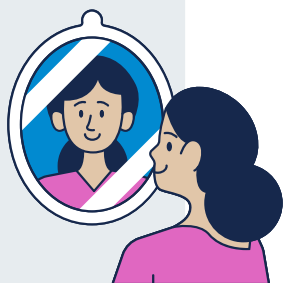
Pvz.:

A.Kaip per 3 dienas galima pakeisti laukų būklę.

B.Kodėl kartais geriau sprendimą priimti ryte. Ir žinoma tik gerai išsimiegojus ant... (priklausomai nuo to, ką parduodate viešbučio rezervaciją, ar prabangią patalynę...

C.Kada jau laikas pasakyti „stop“ nekenčiamam darbui ir imtis savo verslo. (Ideali pradžia tinklinio marketingo atstovams.





Parodykite situaciją, kurioje sekėjas iš karto atpažins save: tai gali būti tiek suvaidinta scena, tiek iškirptas fragmentas iš populiaraus filmo ar filmuko. Svarbiausia, kad žmogus iš karto susitapatintų su ta emocija, ar ištartu sakiniu, pvz. „Pagalbos prašymas nereiškia kad pasiduodi. Tai reiškia, kad tu atsisakai pasiduoti“, „Geriausias dalykas senatvėje yra tas, kad tu nebeturi ko prarasti“, „Jeigu tu dirbi tam, kad išgyventum, tai kodėl žudai save dirbdamas?“. Išduosiu paslaptį – Facebooke net yra speciali grupė „Geriausios citatos iš kino filmų.“ Jums tereikia rasti tinkamą, kuri atspindėtų galimą sekėjų emociją, arba lydėtų link Jūsų prekės/ paslaugos ir sudarus ją Youtube bei pasidarius trumpą iškarpą pratęsti Reel jau su savo išvadomis. Atrodo sudėtinga? Bet mes jau dirbame 6 mėnesius – pats laikas didžiajam šuoliui.

„Per šias 30 sekundžių sužinosite tai, kas pakeis Jūsų gyvenimą.“ Tokia pradžia skamba pompastiškai? Na gerai, tada ne gyvenimą, bet – veido odos būklę, atostogas, miego kokybę ar santykius su partneriu. Svarbiausia šiame video – pažaras tai padaryti per 30 sekundžių, nes šiais laikais kartais laikas tampa stipriausia motyvacija. Tai yra laiko taupymas. Ir dažų atveju, net jei žmogaus tuo momentu nekamuoja Jūsų minima problema, jam pasirodo tos 30 sekundžių pakankamai mažas laiko tarpas ir jis yra linkęs jį paaukoti Jums vien tam, kad įsitikintų, kaip tai padarysite, per tokį trumpą laiką. Taip, čia galite paimti ir per smalsumo psichologinį stimulą. Svarbiausia dalis – dabar iš tiesų sugalvokite ką pasakyti telpant į šiuos laiko rėmus, kad visa tai būtų įdomu ir veiksminga. Geriausia vardinti punktais ir labai konkrečiai nedaugiažodžiaujant padaryti pardavimą.



STORIES PLANAS

S1.

Užduokite sekėjams klausimą, kokios informacijos jie daugiau norėtų Jūsų Instagram/Facebook paskyroje. Tegul parašo atviru atsakymu, neduokite jokių.

S2.

Kaip įsivaizdavote savo verslą ir kokia yra realybė. Galima pavaizduoti juokingais paveikslėliais, arba video, nebūtinai savo. Svarbiausia parodyti, jog tai irgi darbas, o ne tik pinigų rinkimas.

S3.

Šventės, kurias Jūs švenčiate. Arba priešingai – kurių nešvenčiate ir kodėl. Išsakykite savo poziciją ir tuo pačiu paklauskite sekėjų, kaip daro jie?

S4.

Kas Jums svarbiausia santykiuose? Galima pakalbėti apie santykius su vaikais, antra puse. Arba jei norite mažiau atvirauti – apie santykius su savo auditorija, sekėjais, klientais.

S5.

Mano didžiausia baimė. Baimė iš principo nėra baisiai geras dalykas, bet savo storyje taip pat galite pakreipti sau palankia linkme: baimė suklysti rodyt Jūsų atidumą detalėms ir pan.

S6.

Keli ekspertiniai patarimai Jūsų verslo tema. Net jei esate tas, kuris nuomoja būstą, ar kambarius – galite drąsiai kalbėti apie aptarnavimą ir etiketą. Visiems kitiems bus dar lengviau rasti tinkamų ekspertinių patarimų, susijusių su preke/paslauga.

S7.

Paklauskite sekėjų, ką jie rekomenduotų Jums pagerinti savo aptarnavime arba komunikacijoje. Vėlgi, tai priklauso nuo verslo tematikos ir informacija, kuria dalinatės.

S8.

Kaip reaguojate, kai išgirstate ką nors kalbant netiesą. Kai tikrai atpažįstate melavimą. Kada paskutinį kartą su tuo susidūrėte ir kokia tai buvo situacija? Tai taip pat gali būti tiek asmeninė istorija, tiek susijusi su veikla. Paklauskite savo sekėjų, kaip jie reaguoja, kai mato ką nors meluojant.

S9.

Istorija, kai klientas pakeitė savo nuomonę. Galbūt dalis sekėjų abejoja dėl įsigijimo Jūsų prekių/ paslaugų. Papasakokite istoriją, kaip žmogus, kuris buvo didžiausias skeptikas tapo ištikimiausiu Jūsų pirkėju. Tai tikrai privers juos apsigalvoti!

S10.

Padarykite balsavimą: „Kur išleistumėte 1000 Eur (arba bet kurią kitą sumą), jei tam būtų duota viena diena ir negalėtumėte pasilikti rytdienai?“. Galite daryti atvirą klausimą, arba pasiūlyti variantus. Šis storis tikrai nėra tik įtraukimas į komunikaciją, pagal jį Jūs galėsite susidaryti dar detalesnį savo auditorijos veidą: kur žmonės linkę leisti pinigus, kas yra jų prioritetas ir pan. Vėliau pagal tai galėsite kurti tolimesnę komunikaciją, pasinaudodami šia turima informacija

S11.

1.Kas Jus labiausiai erzina kituose? Išskirkite tą neigiamą savybę, kurios tikrai netoleruojate ir tuo pačiu duokite suprasti, kad pats tikrai jos neturite. Galite to paties paklausti ir savo sekėjų.

S12.

Mano tobulos atostogos būtų: pafantazuokite ir papasakokite, kaip atostogautumėte, jei galėtumėte sau leisti viską... Ir žinomą – finale tą patį klausimą užduokite savo sekėjams.

S13.

Rytas, kai supratau, kad kažkas turi pasikeisti, kad pasikeisti turiu aš pats. Kokią savo savybę norėjote pakeisti ir Jums pavyko? Būtinai sėkmės pavyzdys. Kodėl? Juk nuo šiol esate ne tik verslas, bet ir tas, kuriuo seka kiti, todėl leiskite suprasti, kad esate pakankamai stiprus keistis pats.

S14.

Vietų, kurias rekomenduočiau aplankyti sąrašas. Atrodo paprastas story, bet tai gali būti ne būtinai laisvalaikio vietos. Tai gali būti tam tikros rūšie parduotuvės, restoranai ir pan.

S15.

3 dalykai, kurie Jums padeda stresinėse situacijose suvaldyti emocijas. Neturite tokių? Ne bėda – Google pilnas informacijos. Ir nors atrodo, kad kiekvienas ten galėtų susirasti informaciją, bet išgirsta iš žmogaus, kurį jau sekėjai pripratę sekti, ta informacija skamba daug patikimiau. Būkite tas, kuris įkvepia!

S16.

Pasidalinkite tiesiog šios dienos emocija: nesvarbu koks dabar metų laikas ar savaitės diena. Kartais toks paprastas parodymas savo dienos ir nesuvaidinta emocija būna įtraukia daug labiau, nes joje nebūna jokio pardavimo ar noro kažką įrodyti. Žinoma, jei darysite tai kasdien – taps nuobodu, jei nesate super žvaigždė – tuo tikrai nepiktnaudžiaukite.

S17.

Paklauskite savo sekėjų: „jei reikėtų susieti mane su viena spalva, kokia ji būtų?“, „o jei su vaisiumi?“ „O su muzika?“ Ir pan. Tai leis Jums pamatyti save sekėjų akimis ir kartu pažaisti smagų žaidimą.

S18.

Iššūkis, tik žinoma, jei išdrįsite. Meskite sau kokį nors iššūkį: 30 dienų nevalgyti glitimo, 20 dienų atsisakyti saldumynų, 10 dienų sakyti vien tiesą... Nesvarbu ką sugalvosite, bet jei pradėję iššūkį nuolatos papasakosite, kaip Jums sekasi ir motyvuosite kitus, įsitraukimas šiomis dienomis į Jūsų storus tikrai turėtų padidėti.

S19.

Kaip įsivaizduojate savo verslą po... 10 metų. Pasidalinkite savo ilgalaikę viziją. Ne tuo, kaip uždirbsite ir kiek uždirbti planuojate, bet ką tikėtės pakeisti kitų gyvenime. Čia jau kalba eina apie tvarumą ir tai, ką duodate pasauliui. O jei dar neturite tokios vizijos – dabar pats laikas ją susikurti. Ir čia jau kalba eina ne tik apie komunikaciją – tokios vizijos turėjimas tikrai padės Jums pasiekti savo ilgalaikių tikslų.

S20.

Kaip pasikeitė Jūsų penktadieniai, kai pradėjote savo verslą? O pirmadieniai? Ar skatinate kitus taip pat dirbti sau? Tai motyvacinis ir įkvepiantis postas. Žinoma, naudingiausias tinklinio marketingo atstovams, bet tikrai gali būti tinkamai panaudojamas ir kitiems.

S.21.

Ar lengvai priimate sprendimus? Kokį sprendimą Jums priimti buvo sunkiausia ir kodėl? Paklauskite to paties savo sekėjų?

S22.

Kas esate – labiau miesto, ar gamtos vaikas? Kur negalėtumėte gyventi ir be ko? Leiskite sau pafantazuoti, o tuo pačiu ir sukurkite anketas su variantais savo sekėjams. Jiems taip pat bus įdomu pasidalinti savo nuomone ir pojūčiais.

S23

Ar esate reiklus sau? O kitiems ? Koks vadovas esate, arba būtumėte (jei turėtumėte darbuotojų). Kas Jums svarbiausia atliekant pareigas? Kokius kitų darbuotojų bruožus labiausiai vertinate? Šis toris padės atskleisti Jus iš karto per dvi prizmes: asmeninę ir verslo. Ir tai yra gerai, nes leis dar labiau Jus pažinti ir sekti Jumis, kaip lyderiu;

S24.

Pasijuokite iš savęs: įkelkite nenusisėkusį storį, kelis kartus bandymą perfilmuoti, vietą kai „susimaunate“. Gebėjimas juoktis iš savęs ir nebijojimas pasirodyti pažeidžiamam – tai jau labai stipraus lyderio požymis. O juk Jūs toks ir esate, ar ne?

S25.

Atsidėkokite savo sekėjams už paramą, palaikymą, buvimą kartu ir ką nors padovanokite. Ne, tie visi konkursai netinka, kur vienas kažką laimi, o visi stengiasi išpildyti sąlygas. Nenusipiginkite iki tiek, nes šis metodas jau ne tik neskaniai kvepia, bet ir visiškai nebeveikia.

Dovanokite kažką visiems: nuolaidos kodą, atmintinę, Pdf knygą ir pan. Be jokių papildomų sąlygų, tiesiog visiems, kurie pastebės Jūsų story ir norės tuo pasinaudoti. Nepamirškite, kad jie jus dėkingumą, o dėkingumas viena stipriausių emocijų, skatinančių kada nors vis tiek atsidėkoti, kad nesiliktum skolingas. ir tas atsidėkojimas dažniausiai virsta pirkimu.