C Z E Ś Ć , J E S T E M M A R G O

Pomogę Ci nawiązać na nowo relację ze “starymi” klientami

Mail 1 - kiedy współpraca po prostu się rozpłynęła

Cześć [imię]!

Niedawno przejrzałem/am nasze archiwum i uśmiechnąłem/ęłam się, wspominając naszą wspólną sesję. Pamiętam, że podczas naszej ostatniej współpracy mówiliście o [konkretne wspomnienie - np. planach związanych z powiększeniem rodziny, zmianie pracy, przeprowadzce]. Czy coś z tych planów się ziściło?

Zależy mi na tym, aby moi klienci nie byli tylko jednorazowymi klientami, ale byśmy mogli spotykać się przy wielu ważnych wydarzeniach z Waszego życia.
Dlatego chciałbym/chciałabym Was prosić o krótką, szczerą informację zwrotną:

- Co z naszej wspólnej sesji najbardziej zapadło Wam w pamięć?
- Co mogę ulepszyć, aby Wasze przyszłe doświadczenie ze mną było jeszcze lepsze?

Wasze zdanie jest dla mnie absolutnie kluczowe - traktuję je jako cenną lekcję i możliwość nieustannego doskonalenia mojego warsztatu.

💡 Przy okazji: od niedawna w mojej ofercie pojawiło się coś wyjątkowego! [tutaj krótko o nowej usłudze/produkcie]

Dla Was mam specjalną niespodziankę - [np. 20% zniżki na kolejną sesję lub darmowy wydruk] - bez żadnych zobowiązań, po prostu w podziękowaniu za Wasze zaangażowanie i czas.

Będę wdzięczny/a za Waszą odpowiedź. Jeśli macie jakiekolwiek pytania - jestem do dyspozycji!
Serdecznie pozdrawiam, [Twoje imię]

💎 Komentarz Margo:

Ten mail ma za zadanie przypomnieć o Tobie Twoim byłym klientom, ale i przynieść Ci korzyść w postaci takiej, że klient skorzysta z Twojej oferty. Zanim go wyślesz, warto odpowiedzieć sobie na kilka pytań:

- kiedy uznam, że moje działanie przyniosło efekt (czyli np. klient chce umówić sesję zdjęciową)
- co w przypadku, jeśli jeden mail nie wystarcza (ile maili wysłać, jakiej treści)
- co w przypadku, kiedy odpowiedź klienta będzie negatywna (co zrobisz, jak zareagujesz)

Ten mail ma za zadanie przypomnieć o Tobie klientowi, jednak nadal Twoim zadaniem jest słuchać odpowiedzi klienta. Bądź otwarty/otwarta na odpowiedź - lub jej brak. Wyraź gotowość do pomocy.

W zależności od tego, czy dostaniesz odpowiedź, czy też nie - możesz stworzyć kolejne wiadomości tak, aby klient został zaopiekowany niezależnie od tego, jaka będzie jego odpowiedź. Pamiętaj o swoim celu.