



ATMINTINĖ

SĖKMĖS ISTORIJS

kurios parduoda

kaip gauti maksimalios naudos ir pardavimų,
klientų atsiliepimus paverčiant **CASE'ais**.

PATEIK KLIENTŲ SĖKMĖS ISTORIJAS

DIDINK PASITIKĖJIMĄ IR PARDUOK

[@MARINA_MASTERMIND.LT](https://www.instagram.com/MARINA_MASTERMIND.LT)

MARINA VALIUKONIENE SVEIKI, AŠ - MARINA VALIUKONIENE

- MASTERMIND įrankio pradininkė Lietuvoje
- Pardavimų ir komunikacijos soc. tinkluose ekspertė ir strategė
- Ekspertų bei solo verslų mentorė ir prodiuserė

Aš padedu ekspertams bei solo verslams :

- **supakuoti savo žinias bei ekspertškumą** ir konvertuoti į konkrečius produktus, generuojančius pardavimus;
- išplėsti **produktų ir paslaugų krepšelį** online ir offline rinkoje, optimizuojant pardavimus ir užtikrinant stabilias pajamas;
- sukurti **efektyvias pardavimo grandinėles** ir strategijas, kurios užtikrina sėkmingą produktų ar paslaugų pardavimą per soc. tinklus ir kitus kanalus.

ORIJ KURIOS PARDUODA SĖKMĖS ISTORIJA



MANO KONTAKTAI:

[INSTAGRAM](#)

[FACEBOOK](#)

[YOUTUBE](#)

[TELEGRAM](#)

[TikTok](#)

ARINA VALIUKONIENE SVEIKI, AŠ - MARINA VALIUKONIENE

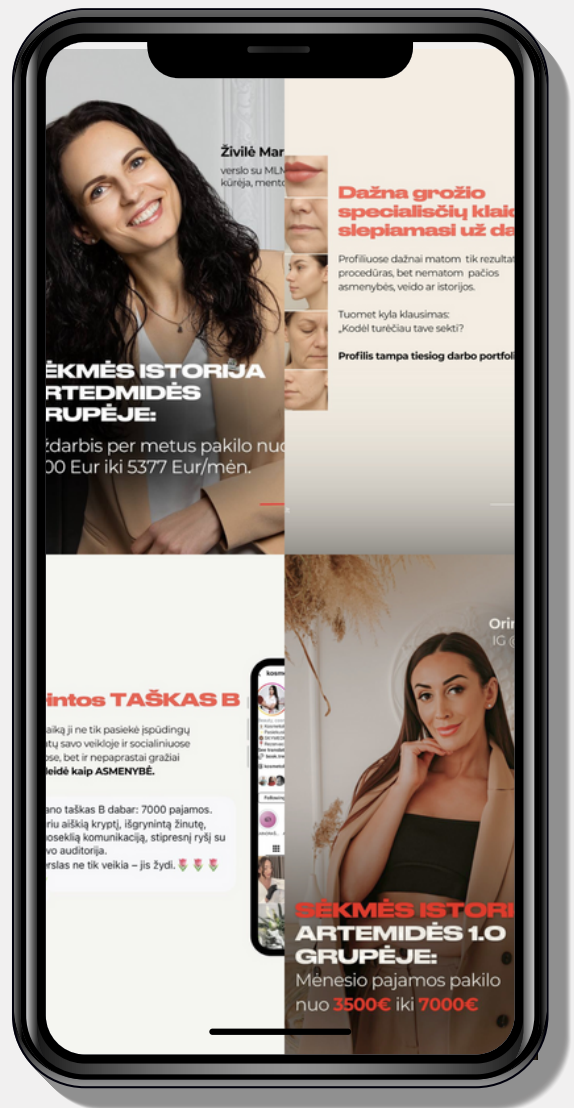
APIE GIDĄ

Šis gidas skirtas tiems, kurie nori profesionaliai ir įtaigiai pateikti klientų ar mokinių sėkmės istorijas, kad jos ne tik atskleistų rezultatus, bet ir kurtų pasitikėjimą jūsų siūloma paslauga ar produktu.

Šis gidas padės tau kurti **tokias istorijas**, kurios ne tik informuos, bet ir įkvėps, nes būtent autentiški pasakojimai – **stipriausias pardavimo įrankis** šių dienų komunikacijoje.

IŠ ŠIO GIDO SUŽINOSI:

01. aiškią keys'o struktūrą nuo antraštės iki pabaigos
02. rekomenduojamus formatus (istorija ar interviu)
03. daugiau nei 10 triggerių, kurie sužadina auditorijos norą veikti
04. klausimų sąrašą, padedantį išgauti kokybišką ir gyvą istoriją
05. redagavimo kontrolinį sąrašą, kad tekstas būtų sklandus ir patikimas
06. lifehack'us, padėsiančius pritraukti daugiau dėmesio socialiniuose tinkluose



ISTORIJA KURIOS PARUODA SĖKMĖS ISTORIJA
KURIOS PARUODA

Živilė Marcinkevičienė

verslo su MLM kompanija
kūrėja, mentorė.

SĖKMĖS ISTORIJA ARTEDMIDĖS GRUPĖJE:

Uždarbis per metus pakilo nuo
1300 Eur iki 5377 Eur/mėn.

KAIP PATEIKTI SĖKMĖS ISTORIJAS (KEYS'US),

**įkvepianti kliento
istorija, kuri
parodo, kad to
įmanoma pasiekti
bei skatina pirkti.**

Keys'ai arba „sėkmės istorijos“
reikalingi ne tik tam, kad
**parodytume kliento
pasiekimus.**

Jų pagalba netiesiogiai
kalbame apie paties
mentoriaus ar **eksperto
profesionalumą ir stiprybę.**

Todėl tekste gali būti
akcentuojami tiek tik **kliento
pasiekimai** (suprantant, kad tai
įvyko padedant
mentoriui/kursui/konsultacijai),
tiek paties **mentoriaus ar
eksperto indėlis.**

Orintos TAŠKAS A

Orinta - grožio specialistė ir kosmetologė iš Kauno.
Labai rekomenduoju užėti į jos profilį ir pasekti,
nes tai puikus pavyzdys kaip galima atskleisti
asmenybę ir ekspertškumą.

Mano taškas A: pajamos 3,5tūkstančiai.
Socialinius tinklus vedžiau, bet be
aiškos strategijos. Komunikacija buvo
nuoširdi, bet trūko kryptingumo ir
aiškos žinutės.

Taip pat turėjau klientų ir stabilias
paslaugas, bet norėjosi daugiau –
stipresnio prekinio ženklo identiteto ir
nuoseklesnio augimo.



KLIENTŲ ISTORIJS

CASE STRUKTŪRA

CASE ANTRAŠTĖ

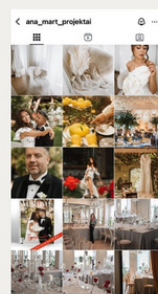
Pagrindinė dalis.
Jei ji neįtraukianti,
įrašas nebus perskaitytas.

ŽMOGAUS PRISTATYMAS

Šioje dalyje turime pristatyti
žmogų, jo veiklą ir teikiamą
naudą žmonėms

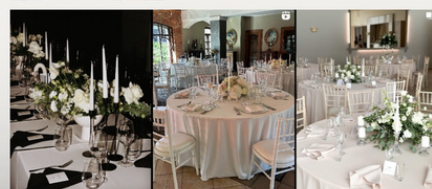
TAŠKAS A

Šis etapas būtinas tam,
kad žmonės suprastų nuo
kokio taško žmogus
pasiekė dabartinio
rezultato.



Anos TAŠKAS A

- Prieš mokymus **profesijoje atėjo "mirties taškas"**, kuris reikalavo imtis veiksmų.
- Dirbant 10 metų savo srityje, paskutiniai metai tapo **itin sunkūs klientų atžvilgiu.**
- Paslaugų/mokymų pardavimai** nejudėjo iš vietos.



KLIENTO KELIAS, ISTORIJA

Papasakojame kliento kelionę rezultato link. Ką žmogus praėjo, kokius etapus.

TAŠKAS B

Aiškiai išskiriame pasiektą rezultatą po jūsų kurso, mokymų ar suteiktos paslaugos.

ATSILIEPIMAS

Pasidaliname gįžtamuoju ryšiu nuo kleinto.

Tai galima daryti skirtingais formatais:

- jo siųsta tekstinė žinute,
- balso žinute,
- video atsiliepimu.

Kodėl atėjai į InstaStart?

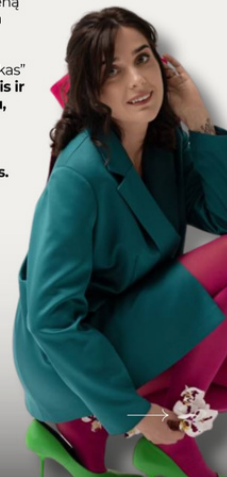
Apie Mariną žinojau jau labai seniai. Ją stebėjau iš šono ir mačiau, kad tai yra tas žmogus, kuris yra labai stiprus, motyvuojantis ir žinojau, kad vieną dieną aš būtinai įsigysiu jos mentorystę arba kitus mokymus.

Kai mano gyvenime atėjo "mirties taškas" - aš nebežinojau, kokių veiksmų imtis ir pirmas žmogus apie kurį pagalvojau, buvo Marina.

Šie metai buvo ypatingai sunkūs, kas liečia klientų ir užklausų skaičius.

Paskambinau Marinai, paprašiau jos konsultacijos ir patarimo. Jos rekomendacija buvo INSTASTART 2.0 kursas.

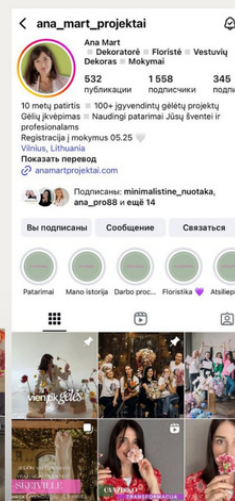
Aš ilgai negalvojau ir nuo mūsų skambučio pabaigos iki mano pilno mokymų apmokėjimo praėjo pusvalandis!



6/10

Anos TAŠKAS B

- Išėjau iš komforto zonos – pradėjau kalbėti prieš kamerą, filmuoti reels'us, kelti storius ir rodyti save. Supratau, kiek daug turiu potencialo.
- Įgijau daugiau pasitikėjimo savimi, žinių ir ryžto veikti. Supratau, kad niekas už mane nepadarys – jei nori rezultatų, turi imtis veiksmų pati.
- Pradėjau gauti užklausas dėl vestuvių dekorų, puokščių ir floristikos mokymų – socialiniai tinklai pradėjo veikti kaip klientų šaltinis.
- Jau praėjus pusei kurso atpirkau visą investiciją – rezultatai buvo greitai ir apčiuopiami.



ATSILIEPIMAS PO KURSO:



CTA

Šioje dalyje turime žinoti,
kur norime vesti toliau.

Dažniausiai tai būna į
pardavimą planuojamo
produkto ar turimos
paslaugos.

Nori ir tu tokio rezultato?

Jau šį rudenį startuos labai stiprus
projektas, kartu su daugeliui jau
žinoma eksperte!

Tikiu, kad ji dar labiau pastiprins
mano turimas žinias ir palengvins
viso to įgyvendinimą.

Pildyk išankstinės registracijos
anketą ir gauk pačią geriausią
kainą projekte!

Nuoroda BIO!



SVARBU



ANTRAŠTĖ

pagrindinė dalis. Jei ji neįtraukianti, įrašas nebus
perskaitytas. Antraštė turi būti:

- aiški ir suprantama
- perteikianti pagrindinę mintį ir idėją
- neprieštaraujanti pagrindiniam turiniui
- korektiška, lengva ir aiškiai suformuluota
- sukelianti susidomėjimą

ANTRAŠTĖS TIPAI:

- naudinga
- su humoru
- intriguojanti
- raginanti veikti
- su konkrečiais rezultatais ir skaičiais
- leidžianti suprasti kliento kelią

nuo taško A į tašką B

LIFEHACK'AI:



Matomas įrašo ilgis prieš paspaudžiant „daugiau“ – apie 150 simbolių. Jei norisi perteikti kelias mintis, vieną galima įrašyti ant nuotraukos, kitą – tekste.

Naudokite **stiprią kliento citatą antraštėje**. Ji turi išlaikyti intrigą, kad skaitytojas norėtų sužinoti daugiau. **Tokios antraštės sukelia emocinį prisirišimą.**



marina_mastermind.lt Per metus galima pasiekti nuostabių rezultatų, ypač kai esi tarp turbo moterų bendrystėje! 🚀



marina_mastermind.lt 📍 nuo 0 iki 1200€ per 3 savaites po strategines sesijas!



marina_mastermind.lt Kaip grožio maistrui padvigubinti savo pajamas?



marina_mastermind.lt O tu ar norėtum savo gaunamas pajamas padidinti net ketetą kartų vos per metus?! 🚀

@zivile_marci - verslo su MLM kompanija kūrėja, mentorė. Ir jai tai pavyko padaryti!

LIFEHACK'AI:



Už finansinės sėkmės slepiasi daugiau: **laisvė, saugumas, stabilumas**. Trigeriai persidengia, todėl kombinuoti – stipriau veikia.

Kad trigeriai veiktų – **būtina suprasti auditorijos „skausmus“**. Padeda spiralinė dinamika ir Maslow piramidė.

Živilės TAŠKAS B

- Soc. tinklų **sisteminimas vedimas**, tikslingas, rezultatus duodantis turinys.
- Nauja kvalifikacija (apyvarta > 42000eur) už kurią dovanojama kelionė į JAV.
- Atlyginimas > 3500 Eur.
- Taškas B pasiektas lapkričio mėn. **Naują kvalifikaciją pasiekiau su 56434 Eur apyvarta.**



VALENTINOS TAŠKAS B

- Išėjau į socialinę mediją su aiškia kryptimi.
- Aiškiai suformuotas produktų krepšelis atitinkantis mano žinias ir patirtį.

ERNESTOS TAŠKAS B (po 5-6 mėn.)

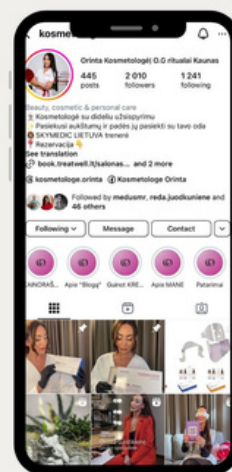
- Išmokau komunikuoti, save filmuoti, atsikračiau baimių, blokų.
- Naujas IG accountas nuo 0, šiai dienai - 716 sekėjų.
- FB sekėjų skaičius auga, šiai dienai yra 7k sekėjų (pradžioje neturėjau nieko, tik 500 draugų)
- Reel'sų peržiūros fb siekia 10 / 20/ 30/ 50/ 100 ir 280k



Orintos TAŠKAS B

Per šį laiką ji ne tik pasiekė įspūdingų rezultatų savo veikloje ir socialiniuose tinkluose, bet ir nepaprastai gražiai atsiskleidė kaip **ASMENYBĖ**.

Mano taškas B dabar: 7000 pajamos. Turiu aiškią kryptį, išgrynintą žinutę, nuoseklią komunikaciją, stipresnį ryšį su savo auditorija. Verslas ne tik veikia – jis žydi. 🌸🌸🌸



PAGRINDINĖ DALIS

Keys'ai aprašomi dviem formatais:

Donatos TAŠKAS A

- Mano socialiniai tinklai **buvo praktiškai neaktyvūs** – neturėjau aiškaus plano, ką ir kaip komunikuoti, o mano turinys buvo nenuoseklus.
- Nebuvau tikra, kokia kryptimi eiti, kaip pritraukti auditoriją ir sukurti vertingą, įtraukiantį turinį.
- Jaučiau, kad turiu potencialą, bet **trūko strategijos ir pasitikėjimo**, jog galiu tai daryti sėkmingai.

Istorija

Nuoseklus pasakojimas, kai vedame skaitytoją kliento keliu nuo taško A iki taško B. Visa, kas paminėta pradžioje, turi būti atskleista pabaigoje + papildomi pasiekimai.

Interviu

Dialogo forma, kur užduodami klausimai klientui. Leidžia pasirinktinai šokinėti tarp temų, akcentuojant tik svarbius momentus.



LIFEHACK'AI:

- **Nepamirškite komunikacijos stiliaus:** sakinių ilgis, žodynas, būdingi išsireiškimai.
- **Socialinių tinklų įrašai**, tai kalba, paversta tekstu, todėl leidžiamos kalbinės formos.
- **Naudokite „herojaus kelio“ modelį** – kelionė, iššūkiai, pagalbininkas (mentorius), pergalė ir rezultatai – tai visiems patrauklu.
- **Svarbu ne tik „ką padarė klientas“**, bet ir „kodėl jis tai padarė“.
- Istorijoje **turi būti konfliktas** – išorinis (aplinkybės) arba vidinis (moraliniai prieštaravimai).

Nebūtina išsamiai aprašyti taško A ir B –
rezultatai B turi būti ~30 % geresni nei pradžioje.

TRIGERIAI

Keys'o tikslas – paskatinti veiksmą (kurso ar mentorystės pirkimą).

Skirtingoms auditorijoms veikia skirtingi triggeriai.

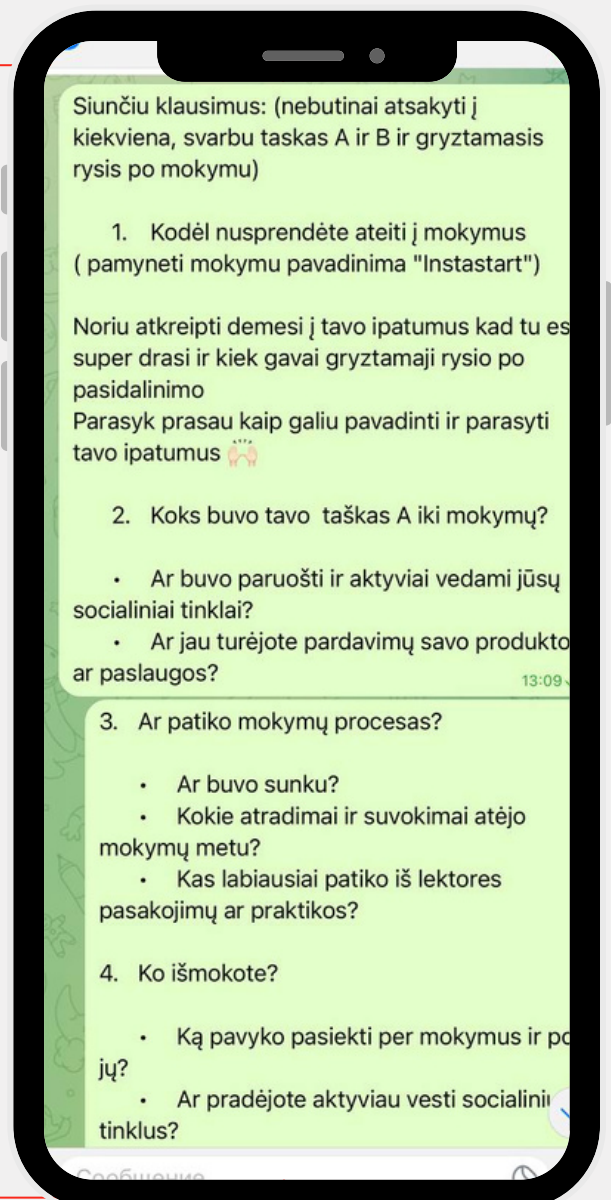
Viename keys'e gali būti keli triggeriai – jei jie neprieštarauja vienas kitam. Triggeriai – **tai mentaliniai „inkarai“**, sukeliantys norą pirkti.

TRIGERIŲ PAVYZDŽIAI:

- **Abipusė nauda:** jau šiame tekste pateikiama vertė (pvz., naudingi patarimai).
- **Produkto esmė:** ne forma, o nauda – trumpi, aiškūs, naudingi video.
- **Pasiekiamas herojus:** skaitytojas mato, kad tai žmogus kaip jis, įveikęs jam artimas kliūtis.
- **Didžiulis „WHY“:** misija, aistra – tai užkrečia.
- **Detalės:** kuo detaliau – tuo didesnė vertė.
- **Skausmas ir viltis:** parodome, kas bus, jei situacija nesikeis, ir kad pokytis įmanomas.
- **Vertės įrodymas:** atskleidžiame vieną produkto dalį, kad matytųsi viso produkto stiprumas.
- **Ateities vaizdinys:** skaitytojas įsivaizduoja save su rezultatu.
- **Finansinė gerovė:** padidėjusios pajamos, gyvenimo pokyčiai.
- **Vidiniai pokyčiai:** emocinė būseną, pasitikėjimas, vidinės pergalės.
- **Naujas statusas:** perėjimas į kitą socialinį lygį (pvz., nuosavas verslas).
- **Bendruomenė:** noras priklausyti.

KLAUSIMŲ PAVYZDŽIAI:

- Ką veikėte iki mentorystės? Kodėl nusprendėte dalyvauti?
- Ar buvote susidūrę su šiuo formatu?
- Kodėl pasirinkote būtent šį mentorių?
- Kaip jautėtės procese? Buvo sunkumų, atradimų?
- Kokį ryškiausią momentą atsimenate?
- Ko išmokote? Ką jums reiškia (paslauga)?
- Kokius mitus apie šį formatą paneigėte?
- Ką patartumėte svarstantiems?
- Apibūdinkite tašką A (mintys, situacija).
- Apibūdinkite tašką B (kas pasikeitė).
- Kokius tikslus išsikėlėte mokymuose, mentorystėje?
- Kaip supratote, kad reikia eiti į mokymus, mentorystę?
- Kokia darbo dalis buvo svarbiausia?
- Ką patartumėte svarstantiems apie kursą?



NORI ĮVALDYTI REZULTATYVAUS TURINIO KŪRIMĄ?

TURIU YPATINGAI GERĄ
PASIŪLYMĄ TAU!



STARTAS SPALIO 15D.

**REZERVUOK SAU VIETĄ KURSE
GERIAUSIA KAINA!**



**NEUROSTART 2.0:
PARDAVIMAI
SOC. TINKLUOSE**

DI→SOC.TINKLAI→PARDAVIMAI

PRISIJUNGTI