METODO MERENDA

# Messaggio WhatsApp di riattivazione per clienti inattivi da riempire

## Prova la potenza del vero marketing grazie a questo straordinario strumento “rubato” dagli archivi di Frank Merenda

## Istruzioni per l’uso

Caro Imprenditore,

quello che segue è un messaggio da mandare a tutti i clienti che non senti o vedi in negozio/capannone/ufficio da te da un po’ e che, di conseguenza, non comprano più.

L’obiettivo è quello di farti toccare con mano la potenza del marketing e del copywriting, utilizzando un messaggio che dovrai semplicemente riempire con tutto quello che TI riguarda.

È molto semplice: riempi gli spazi tra parentesi quadra *[come questo]*, seguendo le istruzioni che trovi al loro interno.
Dopodiché dovrai solo impegnarti a ricontattare SUBITO i clienti che saranno pronti ad agire.

Se a volte le istruzioni tra parentesi si ripetono (ovvero chiedono di fare una cosa che hai già fatto qualche riga prima), trova il modo di ripeterla da un’angolazione diversa, con parole differenti o con una intensità maggiore o minore.

Ecco un esempio fuori contesto, che ti aiuta a capire cosa si intende:

---

*[Racconta cosa hai mangiato ieri]*

1) Ieri sera mi sono abbuffato con le lasagne di mia mamma;
2) non più tardi di ieri ho scofanato una teglia intera del mio piatto preferito.

---

Se le richieste che le parentesi ti fanno sono troppe (non riesci a riempirle tutte perché non hai materiale a sufficienza), sappi che non importa.

Riempi più che puoi gli spazi, e se non riesci ad arrivare fino alla fine, cancella alcune parti.

Tuttavia… più riuscirai a rimanere fedele a questo file, riempiendo tutti gli spazi, più risultati otterrai.

Ricordati di utilizzare un linguaggio semplice: è severamente vietato usare termini che solo un laureato o uno specialista del tuo campo può capire.
Queste parole le devono leggere i tuoi clienti, e a meno che tu non ti rivolga direttamente a dei dottori, usa un linguaggio semplice.
Quindi, se ti viene da usare un “parolone”, torna indietro e trova il modo di spiegarlo terra terra.

**Esempio:** non dire *mastopessi*, di’ *sollevare il seno.*

Per essere sicuro di aver fatto un buon lavoro, fai leggere la tua lettera a qualcuno di esterno alla tua professione.
In questo modo potrai verificare se tutto quello che hai scritto è facile da capire, e se eventualmente ci sono errori ortografici da correggere.

Se qualche paragrafo non si addice perfettamente al tuo settore, non aver paura di modificarlo, cancellarlo oppure adattarlo alle tue esigenze.

Il messaggio si compone di una parte iniziale, poi troverai un bivio.
Devi scegliere quale delle due parti attaccare a quella di partenza, a seconda di qual è la tua strategia.
In seguito ti verrà spiegato meglio e capirai perché.

Piccolo trucchetto: in questa lettera vedrai degli asterischi “strani” sparsi qua e là.
Servono per far sì che anche su WhatsApp compaiano i testi in grassetto.

Infatti, se vuoi vedere una parola in grassetto dovrai “circondarla” di asterischi.

Così: *Ciao, come stai?*

Se invece vuoi usare il corsivo, dovrai “circondarla” così: _Tutto bene grazie, tu?_

Non è solo estetica. Aiutano la lettura al tuo cliente ma non sono essenziali. Decidi tu se mantenerli o aggiungerne altri dove vuoi.

**Attenzione:** prima di inviare il messaggio ai tuoi clienti da riattivare, fai una prova con qualcuno per verificare che tutti i grassetti e i corsivi siano stati “accettati” da WhatsApp.

## *Caro *[inserisci nome cliente]*,*

## *per favore, accetta le mie più sincere scuse per averti perso.*

È stato portato alla mia attenzione il fatto che NON sei più *[tornato da noi/non ci vediamo da un po’/altro]*.

**A causa di questo, ti sei perso** *[inserisci qui la più grande novità/innovazione/miglioria uscita nel periodo della sua assenza]*.

*[Inserisci spiegazione beneficio della novità e quale problema risolve]*.

*Per non parlare di [nome novità 2, diversa da quella di prima], [nome novità 3] e anche il/la [nome novità 4].*

Se non sai di cosa sto parlando sappi che non è colpa tua, e sono qui per rimediare.

METODO MERENDA

***A prescindere da quale sia il motivo per il quale te ne sei andato…***

***…Ho deciso che per una volta, UNA SOLTANTO…***

***…Potrai mettere le mani su un'offerta così sfacciata da farti tremare le ginocchia e farti dire: *"No, aspetta! Ho letto bene? [Tuo nome o nome azienda] si è bevuto completamente il cervello?"****

---

**Attenzione:** da qui in avanti scegli in che modo continuare il messaggio, in base alla tua strategia, ovvero:
1) vuoi che leggano l'offerta su un sito (landing page), a voce da un venditore o in negozio/salone/studio, via telefono o faccia a faccia? Allora continua la lettera seguendo il percorso uno;
2) vuoi che i tuoi clienti mostrino interesse per la tua offerta rispondendo direttamente a questo messaggio? Allora continua con il percorso due.

---

## PERCORSO UNO

*Sì, sto parlando dell'offerta [nome che hai deciso di dare all'offerta].*

*Non voglio dirti tutto qui, ma sappi fin da ora che ho progettato tutto questo per far sì che tu possa [problema altamente percepito dai tuoi clienti che desiderano risolvere, oppure un beneficio che i tuoi clienti desiderano ottenere].*

*Oltre a questo, scoprirai anche tutte le novità che per colpa mia ti sei perso.*

*Infatti, in un colpo solo potrai [inserisci tre benefici o problemi che vogliono risolvere. Se non riesci a metterne tre in fila, elimina questa frase interamente].*

*__TUTTO QUELLO CHE DEVI FARE ORA__* è molto semplice: [spiega qui cosa devono fare per scoprire la tua offerta. Devono cliccare su un link che copi e incolli? Devono venire in negozio? Devono telefonare? Sii chiaro nello spiegare cosa devono fare per saperne di più, e ricorda: tutto quello che potrebbe essere frainteso, verrà frainteso.]

*Grazie all'offerta che ti ho impacchettato, [sarai in grado di ottenere risultati/avere una cosa che desiderano/inserisci il più grande risultato che i tuoi clienti vogliono ottenere anche se lo hai già detto, esprimendolo in altre parole], come tantissimi altri clienti nell'ultimo periodo.*

*Non mi invento niente, sono pronto a condividere con te una marea di testimonianze di persone che hanno provato/testato/assaggiato [nome prodotto], per farti un esempio, e che ora [possono dire addio a, non hanno più un dato problema molto sentito dai tuoi clienti target].*

*Cosa aspetti?*

*__Questa offerta è unica e irripetibile, e scade tra [inserire scadenza]__*

*A presto,*

*_[Firma]_*

METODO MERENDA

**PERCORSO DUE**

*__Se deciderai di rientrare tra le file dei nostri clienti entro UNA SETTIMANA__ *[cambia la scadenza a seconda delle tue esigenze]* __da adesso, potrai avere*__

# *[inserire offerta]*

***Attenzione:*** *Elabora un'offerta speciale, un qualcosa che possa lasciare a bocca aperta quei clienti che, per qualsiasi motivo, non comprano da un po'. Sii chiaro nello spiegare cosa devono fare per ottenerla e ricorda: tutto quello che potrebbe essere frainteso, verrà frainteso.*
*Quindi una volta illustrata la tua offerta, inserisci un elemento (grafico o scritto) che riassuma ciò che stai dando loro, le condizioni, a che prezzo e quanto tempo hanno per ottenere ciò che stai proponendo loro.*
*Di seguito uno schema che ti può aiutare*

---

# #1

## Il prodotto/servizio primario che vuoi vendere

## *[Nome prodotto]*

*[Qui spiega il beneficio primario di questo prodotto/servizio]*

*[Inserisci qui il valore del tuo prodotto (ovvero il prezzo che pagherebbero normalmente per comprarlo se lo facessero fuori dalla tua offerta).]*

METODO MERENDA

## Bonus #1
## *[Nome del bonus]*

*[Qui spiega il beneficio primario di questo prodotto/servizio]*

*[Inserisci qui il valore del bonus (ovvero il prezzo che pagherebbero normalmente per comprarlo se lo facessero fuori dalla tua offerta).]*

## Bonus #2
## *[Nome del bonus]*

*[Qui spiega il beneficio primario di questo prodotto/servizio]*

*[Inserisci qui il valore del bonus (ovvero il prezzo che pagherebbero normalmente per comprarlo se lo facessero fuori dalla tua offerta).]*

## Bonus #3 *(e così via finché hai bonus)*
## *[Nome del bonus]*

*[Qui spiega il beneficio primario di questo prodotto/servizio]*

*[Inserisci qui il valore del bonus (ovvero il prezzo che pagherebbero normalmente per comprarlo se lo facessero fuori dalla tua offerta).]*

**Per farmi perdonare per averti perso, potrai avere tutto questo pagandomi soltanto**

# X €

METODO MERENDA

# anziché Y €

***[Somma di tutti i prezzi pieni dei prodotti/servizi che compongono l'offerta]***

---

Al prezzo di *[paragona il prezzo della tua offerta a un qualcosa di estraneo al tuo settore. Esempio: vendi divani, se il prezzo fosse 10 €, potresti paragonare il tuo*

*prezzo a quello di un menù hamburger + patatine]* puoi portarti a casa la certezza di *[inserisci qui il risultato che il tuo cliente target desidera raggiungere col tuo prodotto/servizio]*.

*Questa offerta è un biglietto di sola andata per *[inserisci qui un beneficio che i tuoi clienti raggiungerebbero]*.*

*Non mi invento niente, sono pronto a condividere con te una marea di testimonianze di persone che hanno provato/testato/assaggiato [nome prodotto], per farti un esempio, e che ora [possono dire addio a, non hanno più un dato problema molto sentito dai tuoi clienti target].*

*Se non vuoi rimanere fuori e perderti questa offerta irripetibile (te l'ho già detto, vale solo per stavolta), tutto quello che devi fare è rispondere a questo messaggio.*

**Mi raccomando, hai ancora [inserire scadenza] per approfittare di tutto questo!**

***[Inserisci qui un saluto per il tuo cliente e la tua firma]***