

Как в 2 раза увеличить продажи ВКонтакте используя авторассылку?

Кто я такая!



Анна Лебедева
Азбука онлайн бизнеса

Здравствуйте, рада, что Вы решили изучить тему рассылок.

Коротко о себе: меня зовут Лебедева Анна, мне 39 лет, я онлайн предприниматель, жена и многодетная мама.

Бизнесом я занимаюсь более 11 лет, 8 лет назад мы с мужем открыли фирму ООО «Бриар», она занималась производством мебели, МДФ фасадов, тамбурата и интерьерных вещей.

Последние 3 года я развиваюсь, как онлайн предприниматель. Сейчас я продвигаю в интернете проект, это бизнес на Доходных домах.

Сейчас я активно изучаю продвижение бизнеса в интернете и являюсь практикующим Smm консультантом.

Я еще жена, замужем я уже 19 лет, мой муж Лебедев Олег. А так же я многодетная мама, у нас трое детей, дочка Олеся 17 лет, дочка Варвара 10 лет и сын Алексей, ему 5 года . Все))

Рассылка, почему это актуально сейчас?

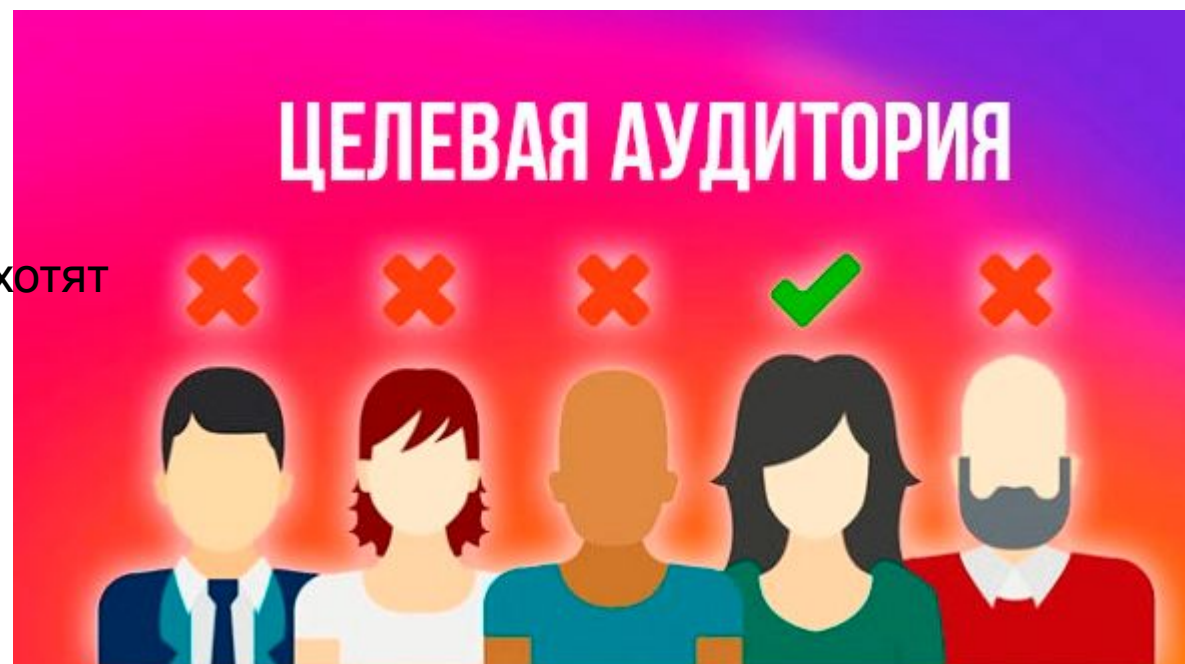
1. Более 97 000 000 человек ежемесячно пользуются Вконтакте
2. 5 000 000 000 сообщений отправляется каждые сутки
3. Мессенджер используется преимущественно взрослыми,
от 25-35 лет – 32.3% , от 35-45 лет – 26.8%

Проблема с активацией, подписчики есть, а продаж

нет.

Продавая в лоб, это главный повод потерять 95% клиентов.

Почему так происходит? Потому что не все люди хотят
Купить в социально сети.



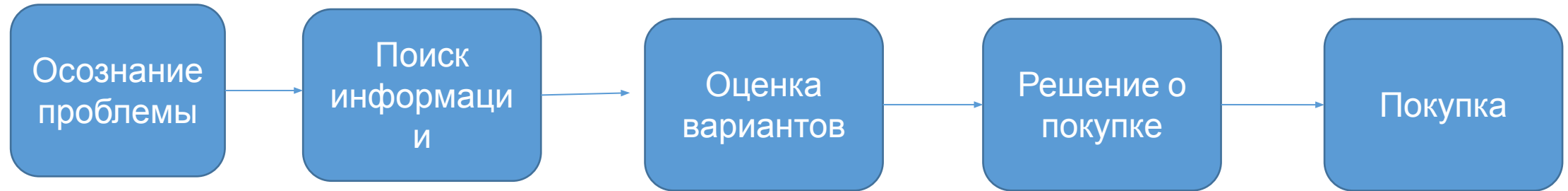
Активно ищут решение 3-5%

Готовы решить

Осознают, но не ищут решения

Им ничего не надо

Как принимается решение о покупке



Может и 10-15 касаний, в которых есть ответы на вопросы:

- 1 Почему купить именно у Вас (подтверждение экспертности)
2. Почему именно этот продукт решит мою проблему (закрываем потребность, боль или интерес потенциального покупателя или партнера)
3. Решаем вопрос доверия к нам

Мы не готовы покупать здесь и сейчас, доверие + выстраивание отношений

Смысл воронки построение касаний, коммуникаций, встреч, просмотр статей видео материала, они нужны для формирования доверия и выстраивания отношений. Касания должны быть заранее спроектированы шаг за шагом подводят клиента к покупке.

Таргетированная реклама и автоворонки позволяют работать не только с той аудиторией, которая готова покупать это всего 5% но и с более холодным рынком, это 80%

Холодный трафик сложно конвертировать сразу на продажу, поэтому авторассылки и мессенджеры очень помогают утеплить холодного клиента и довести до продажи.

Авторассылка, это цепочка касаний которые подводят клиента по этапам. И реализовав простую, базовую авторассылку, вы получите результат 20% сложности дают 80% результата.

Авторассылка подразумевается 3 основных этапа:

1. Лид-магнит - это что-то, что магнитит наших потенциальных клиентов.

У него должно быть 3 основные элемента:

- яркий и красивый баннер
- призыв к действию, без воды, четко по боли клиента (партнера)
- кнопка действия

2. Трипваер – это промежуточная продажа товар-ловушка, суть которой чтобы клиент купил маленький элемент за небольшие деньги или получил что-то бесплатно.

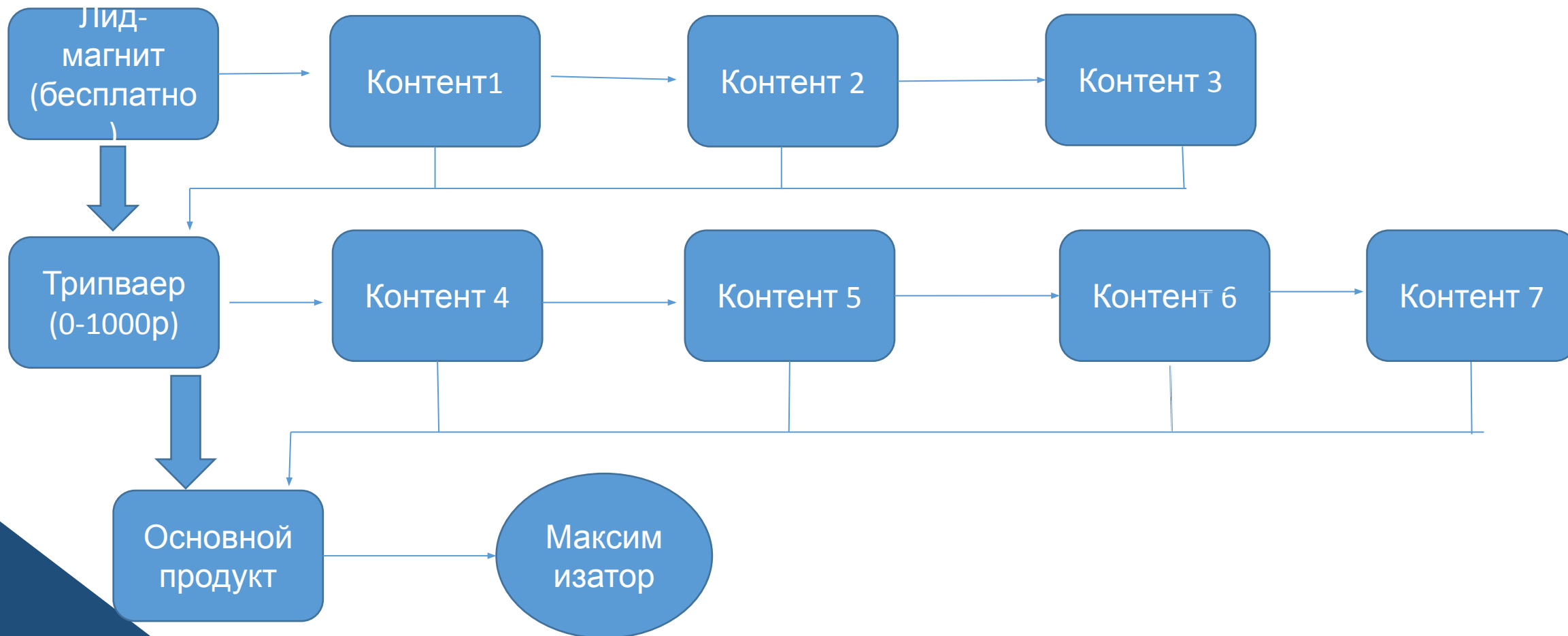
3. Основной продукт, который мы хотим продать, стоимость от 1500р

Так же добавляем максимизатор прибыли, есть еще цепочки возврата, когда мы снова загоняем в цепочку клиента.

Для продажи Вам просто жизненно необходимо понимать сегменты вашей целевой аудитории ее боли ее

потребности, как ваш продукт решает вопросы вашего клиента.

Примерная схема воронки



Расшифровка авторассылки:

Лид – магнит – о нем читайте выше, здесь напишу только примеры

- Как увеличить продажи в 2 раза используя авторассылки Кнопка действия – получить инструкцию
- Три самых эффективных способа, похудеть за 2 недели. Кнопка действия – заведи чек-лист
- Как выучить английский язык всего за 15 минут в день. Кнопка действия – видео инструкция для начинающих

Контент 1 – оно должно приходить сразу после оформления подписки. В нем должны быть слова благодарности человеку за подписку и усиление боли.

Контент 2 – приходит через 5, 10, 20, 40 минут или на следующий день, все зависит от текста в первом письме. Здесь усиливаем боль и/или даем полезность.

Контент 3 – приходит на 2 или 3 день. Здесь усиливаем боль и/или даем полезность.

Трипвер – рекомендую делать консультацию, платную или бесплатную. Так быстрее вы продадите свой основной продукт

Контент 4 – говорим о страхах и обрабатываем возражения. Приходит примерно на 5 день.

Контент 5 – даем свои кейсы, отзывы о работе, хвастаемся достижениями. Приходит на 7 день.

Контент 6 – говорим о себе, компании, продукте, даем полезность. Приходит на 9 день.

Контент 7 – говорим о выгодах потенциального клиента или партнера. Приходит на 10-11 день.

Основной продукт и максимизатор, написано выше.

Анна Лебедева

Азбука онлайн бизнеса

Основные правила авторассылки:

1. Максимальное число дней рассылки 10-14 дней.
2. Не делайте само сообщение длинным, его не прочтут. Вставляйте в сообщения ссылки на
 - Видео
 - PDFдокументы
 - Статьи
 - Используйте фото
3. Обязательно со второго письма в каждое письмо вставлять СТОП слово или ссылку на **ОТПИСКУ** от рассылки
4. Обязательно анализируйте рассылку и изменяйте ее.
5. Одна рассылка решает одну боль вашей целевой аудитории.