

Тренинг:

Instagram продажи для фитнес тренера

Урок: ВЫБОР ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Дмитрий Шептухов
Онлайн академия
www.academy.s-fit.ru

Знакомство

- **Имя, где и кем работаете**
- **Как давно в Инстаграм**
- **Сколько подписчиков**
- **Какой продукт продвигаете/хотели бы продвигать через Инстаграм**
- **Зачем вам этот тренинг**

**В онлайн
простран
стве
больше
нет
понятия
«Пассивн
ый
доход»**

**До начала продвижения
необходимо понять
КОМУ продвигаем
И
ЧТО продвигаем?**

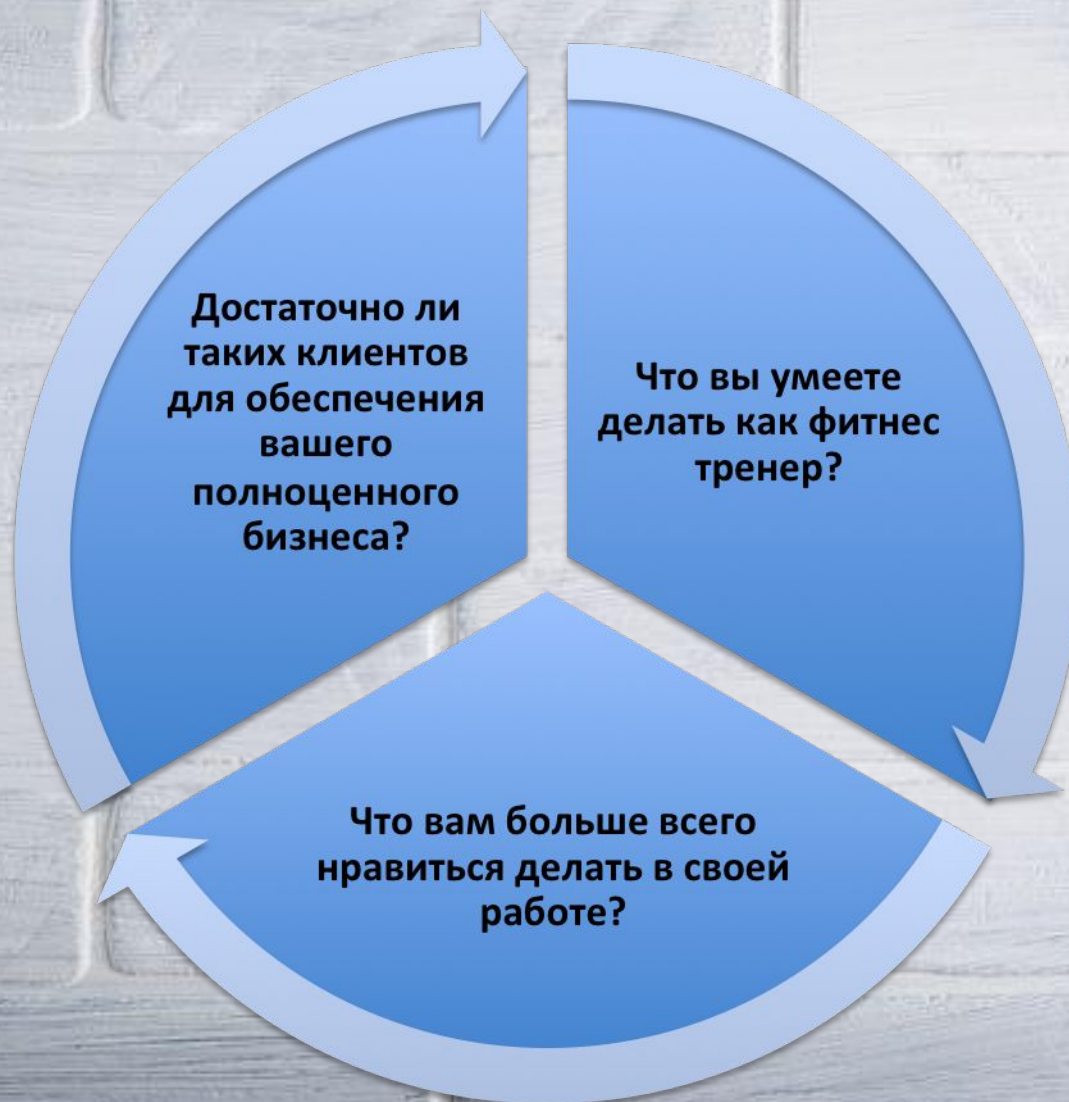
Почему важно выбрать свою целевую аудиторию (ЦА)?

- **Высокая конкуренция с сфере оказания фитнес услуг, которая будет только нарастать. Задача выбрать свою ЦА и постараться стать для нее номером один**
- **После выбора своей ЦА становится возможным создать и «упаковаться» именно под нее**
- **Все дальнейшее продвижение будет выстраиваться под выбранную целевую аудиторию**

Ошибки блокирующие дальнейшее эффективное продвижение и продажи

- **Я хорошо тренирую абсолютно всех**
- **Я лучший фитнес тренер во всем**
- **Я делаю все: тренирую, оказываю психологическую помощь, помогаю открывать фитнес клубы, производжу фитнес оборудование**

Как выбрать свою целевую аудиторию?



Описываем «портрет» своей целевой аудитории

1. Пол
2. Возраст
3. Образование
4. Работа
5. Увлечения
6. Жизненные приоритеты/ценности

Триггеры «боли» целевой аудитории

1. **Чего хотят?**
(внешность, здоровье, мотивация, информация, социализация)
2. **Какие проблемы/страхи?**
3. **Что не получается?**
4. **В чем им необходима помощь?**

Упражнение:

1. **Определить свою целевую аудиторию**
2. **Написать ее триггеры «боли»**

Варианты продуктов для продвижения и продаж

- 1. Офлайн «живые» тренировки**
- 2. Онлайн индивидуальная работа**
- 3. Онлайн групповая работа**

Офлайн «живые» тренировки

1. В фитнес клубе/студии где вы работаете
2. Выездные тренировки
3. Outdoor тренировки

Онлайн продукты

Персональная
работа

(Больше тренируете,
чем организуете)

Групповая работа
(Больше организуете,
чем тренируете)

Онлайн персональные продукты

1. Тренировки по Skype (в режиме реального времени)
2. Разработка тренировочных комплексов – **стартовый продукт**
3. Комплексное ведение клиента до результата - **основной продукт**
(тестирование, определение цели, создание и текущая коррекция программы, контроль техники)
4. Разработка программы питания – **стартовый продукт**
5. Диетологическое сопровождение клиента – **основной продукт**
6. Мотивационные сессии

Онлайн групповые продукты

1. **Марафоны – потоковый способ работы**
2. **Сообщества – постоянный способ работы**

Важно!

**Определить что из продуктов вы
ДЕЛАЕТЕ и чего НЕ ДЕЛАЕТЕ**

Упражнение

1. **Определить какие из продуктов вы будете использовать и продвигать**
2. **Описать каждый продукт по наполнению**

Отличия «живых» от онлайн продаж

Ключевые аспекты продаж в INSTAGRAM

- 1. Постепенность (необходимо «разогреть» аудиторию)**
- 2. Доверие (необходимо заслужить авторитет)**
- 3. Полезный бесплатный контент**

«Технология» продаж

- **Этап 1 – Клиента чем то зацепил ваш аккаунт и он остался и подписался**
- **Этап 2 – Клиент «подсел» и стал вас регулярно смотреть, получая ценность**
- **Этап 3 – Клиент купил у вас стартовый (дешевый) продукт**
- **Этап 4 – Клиент купил у вас основной (дорогой) продукт**
- **Этап 5 – Клиент перешел в разряд ваших приверженцев, рекомендует вас другим и оставляет ОТЗЫВЫ**

Алгоритмы INSTAGRAM

- **Каждый из нас видит свой персонализированный Instagram. Мы не выбираем что смотреть, алгоритмы решают что нам показывать**
- **Для эффективного продвижения необходимо понять базовые принципы работы алгоритмов и использовать их в своем продвижении**

*Engagement rate (Индекс вовлеченности) –
это процент среагировавших на контент*

- **Выложенный пост «тестируется» на то как на него реагирует часть вашей аудитории**
- **Слабая реакция – нет распространения
Сильная реакция – есть распространение**

Что повышает индекс вовлеченности?

1. Видео всегда «побеждает» фото
2. Комментарии
3. Лайки
4. Просмотры

Самое главное в продвижении

—

РЕЗОНАНСНЫЙ КОНТЕНТ

Что понижает индекс вовлеченности?

- **Текст нанесенный на фото**
- **Скачанные картинки**
- **Большое кол-во хештегов**
- **«Массфоловинг»**
- **«Накрутки»**

Кол-во подписчиков

- Кол-во подписчиков больше не важно, важен регулярный РЕЗОНАНСНЫЙ контент
- «Накрутки» существенно снижают индекс вовлечения

Что делать если «наркутки» уже есть?

- Необходимо «лечить» аккаунт
- Сервис Instagram аналитики www.picalytics.ru
(поможет обнаружить боты)
- Сервис www.1mlnks.com
(поможет автоматизировано удалить ботов)

Задача грамотного оформления:

*Быстро «продать» идею посмотреть и
подписаться
на ваш аккаунт*

Самое заметное

1. Фото
2. Имя пользователя (ник)
3. Имя

dmitry_sheptukhov



627 посещений профиля за посл. 7 дней



414 6 515 18

публика... подписч... подписки

Промоакц
ии

Редакти
ровать
профиль

Полезности для тренеров

Образование

- Продажи и Мотивация клиентов
- Фитнес Коучинг
- Упражнения не для всех
- ФитЮмор

Подписывайтесь чтобы развивать свою карьеру фитнес тренера
taplink.cc/dmitry_sheptukhov



Имя пользователя (НИК)

Ник – это не только имя, а еще и ссылка

Что не эффективно:

- **Два нижних подчеркивания**
- **Цифры (кроме года рождения)**
- **Буквы которые трудно пишутся на Английском
(ч, ш, щ, х, ю, я)**
- **Shop, Store**

Имя пользователя (НИК)

Что эффективно:

- Одно-два слова, которые легко воспринимаются на слух, легко воспроизводятся в написании
- Фигурирует ваше имя и/или фамилия
- Возможно добавить то в чем вы специализируетесь (Diana_Yoga)

Ваша фотография

Принцип: «3К»

- 1. Качество**
- 2. Креатив**
- 3. Коммуникативность**

Фотография помогает вам продавать себя как специалиста. На ней не должно быть отвлекающих факторов

Заполнение строки: «Имя»

- Должно отличаться от вашего Ника
- Отвечает на вопрос чем вы занимаетесь

Заполнение раздела: «О себе»

- Вместимость раздела 150 знаков
- Если ваш продукт для русскоязычных, описание на Русском языке
- Не использование или минимальное кол-во Эмоджи
- Неэффективно использовать хештеги
- Семейное положение – не надо
- Наличие детей – только если это отзывается у вашей целевой аудитории
- Сделать описание читабельным
- Не указывать телефон (не кликабельно)

Что должно быть в разделе: «О себе»

- Кто вы?
- Специалист в чем и для кого?
- Чем полезен ваш аккаунт?
- Какие продукты у вас есть?
- Где вы территориально
(обязательно, если вы продаете офлайн продукт)
- В конце призыв подписаться с обоснованием что в этом будет полезного

Строка: «Сайт»

- **Это единственная кликабельная ссылка**
- **Указать канал через который наиболее удобно показать клиенту развернутую информацию о продукте и способах купить (сайт, сообщество, другая соц сеть)**

*Если у вас несколько
отдельных продуктов*

Ресурс

www.taplink.ru

✕ @dmitry_sheptukhov | Та...
🔒 taplink.cc



@dmitry_sheptukhov

Онлайн академия для фитнес
тренеров

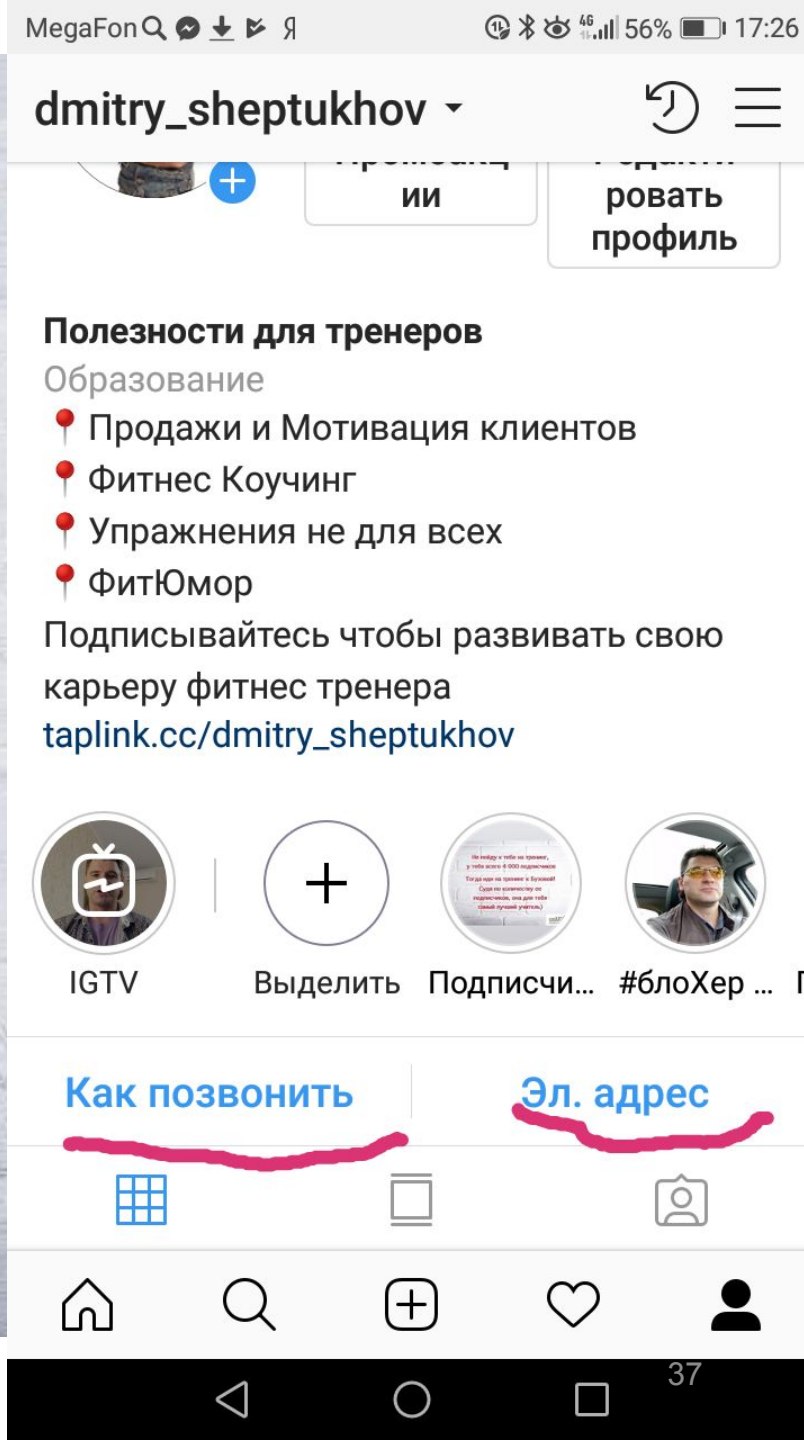
Тренинги по фитнес продажам

Школа Фитнес Коучинга

Сделано на  **Taplink.ru**

Раздел: «Как связаться»

- Дайте возможность клиенту вам написать и сделайте это кликабельным
- www.mssg.me ресурс для многоканальной связи через месенджеры



Задача генерирования КОНТЕНТА

-

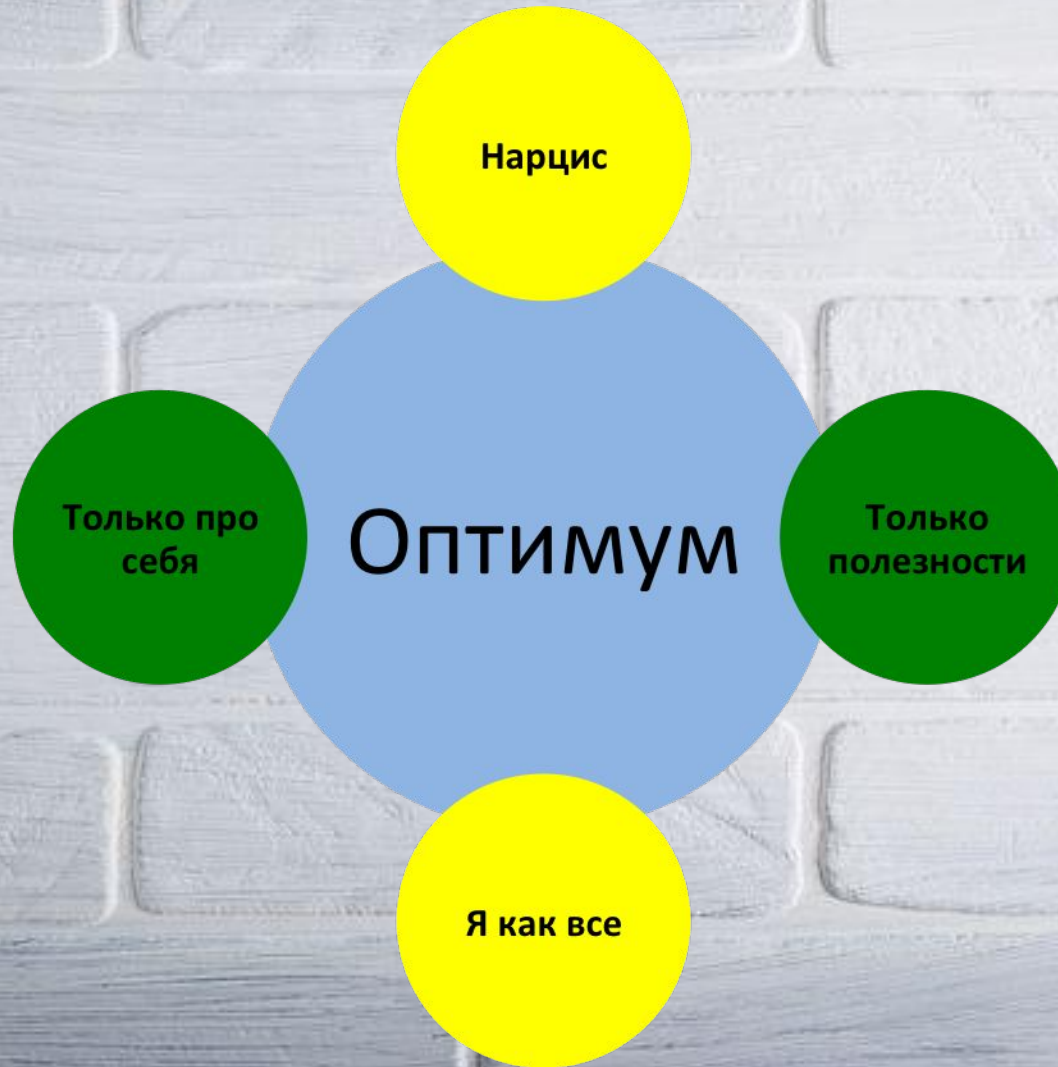
формирование

приверженности и доверия

Какой контент наилучший?

**Сейчас время экспериментов,
но есть общие закономерности которым
необходимо следовать**

Направленность контента



Задача максимум

**Зашедший на вашу
страничку должен в
минимальное время
увидеть там интересную
ЛИЧНОСТЬ**

Баланс контента



Что привлекает внимание?

«5С»

1. **С**екс (гендерная тема)
2. **С**мех
3. **С**трах (болевые точки вашей ЦА)
4. **С**кандал
5. **С**елебрити

«Смертные грехи» продвижения

- Много рекламы
- Много сленга/жаргона
- Неуместный юмор
- Оскорбления/чрезмерный стеб
- Отсутствие персонализации (тренирую всех)
- Отсутствие персоны
- Нет ответов на публичные вопросы
- Много хештегов
- Призывы лайкать
- «Масскоментинг»
- Однотипные/банальные посты

Когда выкладывать посты?

- **Хронологического порядка постов больше нет**
- **Time Decay – каждый получает в новостной ленте топ постов за то время пока он отсутствовал в сети**

Что это означает?

- 1. Практически не важно когда выкладывать посты**
- 2. Не эффективно привязывать посыл постов ко времени суток или недели**

Чистка аккаунта

Упражнение

Проанализируйте ваш аккаунт на:

1. Баланс контента
2. Использование тем привлекающих внимание «5С»
3. Использование «смертных грехов» продвижения
4. Произведите «чистку» вашего аккаунта

Inst для себя

Пишу как захочется,
не хочется не пишу

Inst

профессиональный
Следую контент плану,
выкладываю когда
надо

Контент план

- **Горизонт планирования: 2-4 недели**
- **3-6 постов в неделю**
Ко-во никогда не переходит в качество
- **Не менее 3х рубрик**
- **Использование всех 3х форматов**
 - Видео
 - Фото посты (ставка на фото)
 - Текстовый пост (ставка на текст)

Рубрики

- **Используется преимственность и/или принцип сериала**
- **Долгосрочные и среднесрочные рубрики**
- **Каждая рубрика маркируется своим уникальным хештегом**

Варианты рубрик:

- Упражнение дня
- Осваиваем навык
- Разбор ошибок/стереотипов
- Мои тренировки
- Моя подготовка к соревнованиям
- Тренировки моих клиентов
- Трансформация клиента
- Отзывы/результаты моих клиентов
- Моя история
- Неформально о себе
- Полезная информация
- Разбор темы
- Мотивационная фраза дня
- Фитнес юмор

Тренды/идеи Instagram

- **Переводные статьи**
- **Разоблачение красивой жизни и идеалов**
- **«Угон новостей»**
 - Писать в противоход доминирующего мнения
 - Разворачивать новость в свою сферу
- **Мнения экспертов**
- **Последние открытия**
- **Опровержения устоев**
- **Ваши выводы из книг/обучений/кино**

Пример контент плана

Неделя 1	
Рубрика 1 Упражнение недели (видео)	Мое фото
Рубрика 2 Трансформа ция клиента (Видео)	Рубрика 1 Упражнение недели (видео)
Рубрика 3 Ошибки в трен зале (Текст)	«Угон новостей» (Текст)

Неделя 2	
Рубрика 3 Ошибки в трен зале (Текст)	Рубрика 1 Упражнение недели (видео)
Рубрика 1 Упражнение недели (видео)	Рубрика 2 Трансформа ция клиента (Видео)
Реклама	Фильм/книга недели (Текст/Фото)

Что писать про себя?

**Напишите 100
фактов о себе!**

Лайфхаки

- **Создавайте контент планы на бумаге**
- **Создавайте контент порциями про запас**

Упражнение:

- **Напишите 100 фактов о себе и выберите из этого несколько интересных тем для последующих постов**
- **Сформируйте не менее 3х рубрик**
- **Составьте контент план на 2 недели вперед**

**Люди активно читают
комментарии и поэтому
это сильный инструмент
продвижения**

Раздел 1

Работа с комментариями собственных постов

Три бонуса

- Больше комментариев – выше индекс вовлечения
- Повышение лояльности вашей ЦА
- Стимулирование продаж

Важно!

**Отвечать на
комментарии надо
чтобы провоцировать
НОВЫЕ**

Оскорбительные комментарии

БЛОКИРОВКА!

Важно! Отличать оскорбительные комментарии от критических и от троллинга

Критические комментарии

- Не удалять, а цепляться за них и отвечать по умному чтобы:

А) Провоцировать новые комментарии
(не развитие спора, а конструктивный диалог)

Б) Набирать очки у своей ЦА

 **dmitry_sheptukhov** ⋮



[Посмотреть Статистику](#)



[Продвигать](#)





 Нравится **fedotovartem82** и еще 134

dmitry_sheptukhov Уффффф, второй модуль Школы Фитнес Коучинга завершили.


В очередной раз, ловлю себя на мысли, что после Коучинга вообще ничего другого вести не хочется) Настолько мне это НРАВИТСЯ!!!!) #dmitrysheptukhov

 **neverregret_02** Да кстати по вашему семинару функциональный тренинг это особо ощущается ,ведёте абсолютно "на отвали" 



71нед. 1 отметка «Нравится» Ответить

 **dmitry_sheptukhov** @madina_madinna спасибо, я принял! А если конструктивно, то конкретно в чем это выражается? Спрашиваю что бы мне понять, как исправится 

71нед. Нравится: 3 Ответить


 **dmitry_sheptukhov** @madina_madinna Мадина, если не хотите отвечать, тогда давайте я вам просто лично деньги за тренинг верну, без всяких условий. Есть номер карты сбербанка? 

71нед. Нравится: 4 Ответить

 **ilyalyubchenko** Девушки они такие, не расслабиться ;) молодца. Держись вся мужская половина с тобой!!!! 

70нед. Нравится: 2 Ответить





Тролинг

- Тролинг – это форма социальной провокации или издевательства
- Нельзя отвечать/оправдываться непосредственно по теме троллинга
- Варианты реакций на троллинг:
 - 1 – «Благодарность»
 - 2 – Спрашивать по сути проблемы
 - 3 – Тролить в ответ, но умнее

Конструктивные/Благодарственные комментарии

- **Лайкать**
- **Выражать благодарность**
- **Задавать развивающий тему вопрос**

Выход на продажу через комментарий

Если в комментарии содержится вопрос по тематике продукта который вы продаете, то:

- 1. Ставьте лайк комментарию**
- 2. Отвечайте на него, что ответили в личку**
- 3. В личном сообщении предлагайте пообщаться на прямую**

Раздел 2

Привлечение через комментарии чужих постов

- **Время затратный, но эффективный способ привлечения подписчиков. Рекомендован на начальном этапе разкрутки аккаунта**
- **Не применять «Маскоментинг» (примитивные комментарии всех подряд)**
- **Не применять прямой рекламы**

Как и кого комментировать

- **Комментировать релевантных людей**
- **Находить лидеров мнений и ставить в настройках уведомление о вышедших постах. Это дает возможность успеть первым**
- **Комментарии ранжируются по кол-ву лайков. Нужны содержательные и умные комментарии**
- **Если по обсуждаемой теме у вас есть что то конструктивное, то приглашать к себе на страницу**

Упражнение:

- **Просмотрите ваши посты за последнее время и поработайте с комментариями оставленных там**
- **Найдите 5-10 релевантных вам людей или лидеров мнений и оставьте по одному комментарию**

Охват аудитории



Проблема

**У прямых эфиров
очень плохая
досматриваемость**

**Важно сразу завладеть
вниманием и
удерживать**

Интерактивность

**Ведение в стиле:
«Вопрос – Ответ»**

Два вида прямых эфиров

**Запланированны
е**

Спонтанные

Запланированные прямые эфиры

- 1. Сериальность**
- 2. Объявленный график + призыв к действию
(подписывайтесь и смотрите)**
- 3. Анонсы прямых эфиров**
- 4. Штатив**
- 5. Подготовка структуры**
- 6. Репетиция**
- 7. Сохранение**

Идеи для запланированных прямых эфиров

- 1. Вы главный герой
(я тренируюсь, я тренирую, как я питаюсь)**
- 2. З.О.Ж. лайфхаки**
- 3. Истории успеха ваших клиентов**
- 4. Истории успеха и неуспеха других тренеров**
- 5. Режим интервью**

Спонтанные прямые эфиры

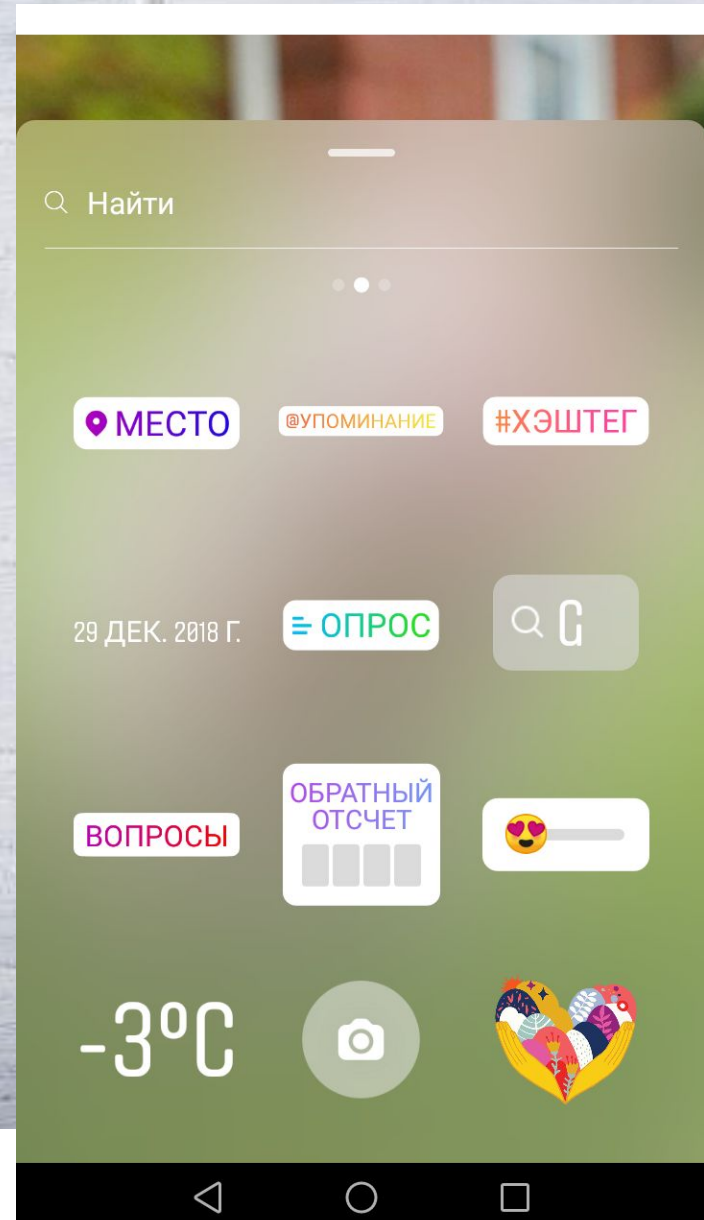
- 1. Краткость**
- 2. Неподготовленность**
- 3. Жизненность**
- 4. Эмоциональность**
- 5. Личные темы**
- 6. Профессиональные темы**

Домашнее задание

В ближайшие 2 дня проведите пробный прямой эфир не менее чем на 10 минут
(Заранее подготовьтесь)

- **У историй охват шире чем у постов**
- **Активность 24 часа**
- **Не сохраняется автоматически**

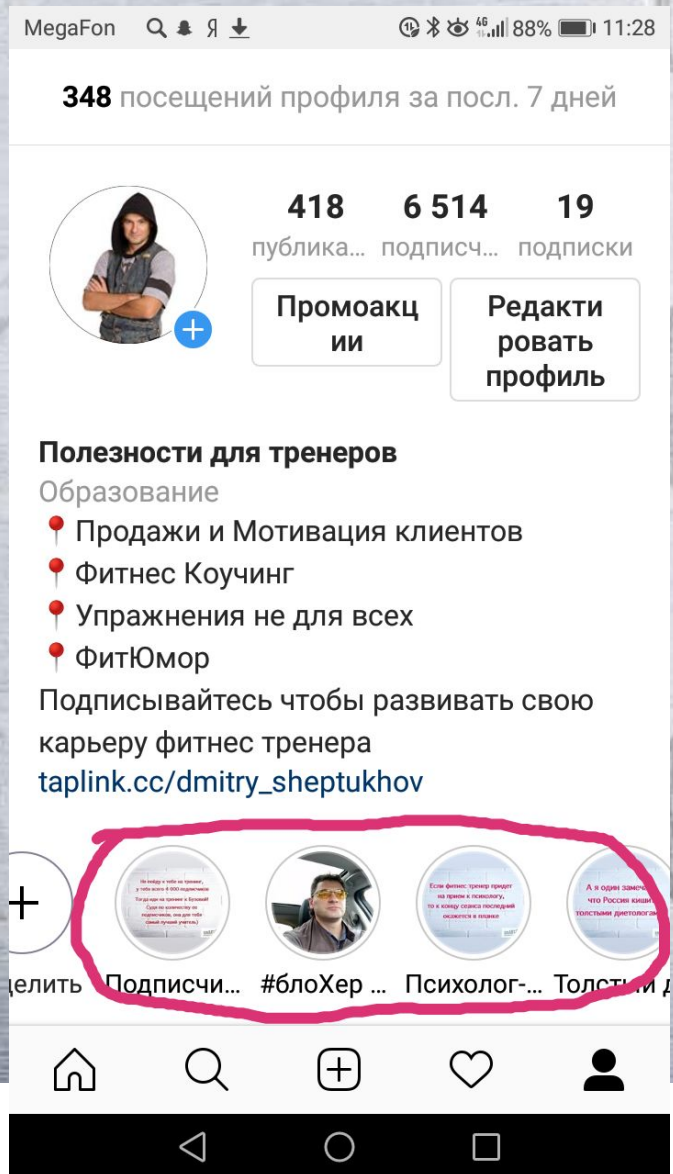
Опции историй



*Самое эффективное – то что вовлекает в
интерактив*

- 1. Хештеги своих рубрик**
- 2. Опросы**
- 3. Вопросы**
- 4. Обратные отсчеты**

Как заполнить?



ВАЖНО!
**Выкладывать не то что
понравилось вам,
а то вызвало самый
сильный
резонанс
у вашей аудитории**

В

**фиксированных
сториз не
должно
быть
прямой
рекламы,
но только
польза/це
нность**

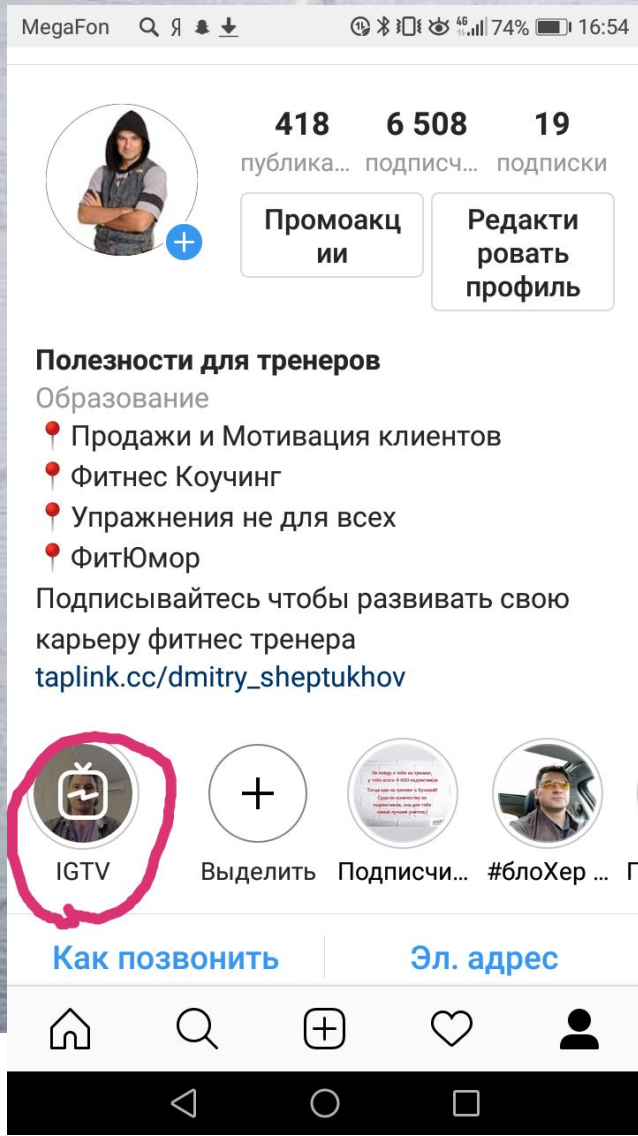
Идеи для оформления

- 1. Группировка по тематикам**
- 2. Название каждой группы**
- 3. Создание креативных обложек**

Задание:

- **Выберите в своем аккаунте самые резонансные публикации и разместите их в фиксированных историях**

Доступ IGTV (длина видео до 60 мин)



**Удобно
использовать IGTV
канал для создания
бесплатного
ценного продукта
для вашей целевой
аудитории**

Идеи для использования

- 1. Делать короткие видео по 3-5 минут**
- 2. Видео может быть развлекательным или информационным**
- 3. Сделать сериал посвященной какой либо актуальной тематике**
- 4. Все видео дублировать в постах со ссылкой на IGTV**
- 5. По окончании сериала делать финальный пост с оглавлением**

Бизнес аккаунт - преимущества

- 1. Возможность делать платные рекламные посты**
- 2. Доступ к развернутой статистике по каждому посту**
- 3. Риски/недостатки – отсутствуют, всегда есть возможность вернуться к личному аккаунту**

Подключение бизнес аккаунта


1. Зайти в настройки Instagram и выбрать «Переключиться на профиль компании»
2. Далее вы попадете в Facebook где вас попросят авторизоваться
3. Заполнить все поля «Как связаться с компанией»

Общая статистика

MegaFon 68% 17:34

dmitry_sheptukhov

348 посещений профиля за посл. 7 дней

 **418** публика... **6 508** подписч... **19** подписки

Промоакции Редактировать профиль

Полезности для тренеров
Образование

- Продажи и Мотивация клиентов
- Фитнес Коучинг
- Упражнения не для всех
- ФитЮмор

Подписывайтесь чтобы развивать свою карьеру фитнес тренера
taplink.cc/dmitry_sheptukhov

Home Search Add Like Profile

MegaFon 67% 17:34

dmitry_sheptukhov

посл. 7 дней

08 сч... **19** подписки

Редактировать профиль

- Статистика
- Instagram-визитка
- Сохраненное
- Лучшие друзья
- Интересные люди
- Открыть Facebook

Home Search Add Like Profile Settings

MegaFon 67% 17:35

← Статистика

ДЕЙСТВИЯ КОНТЕНТ АУДИТОРИЯ

снодарский край 2%

Возрастной диапазон

Все Мужчины Женщины

Возрастная группа	Процент
13-17	1%
18-24	11%
25-34	51%
35-44	28%
45-54	7%
55-64	1%
65+	1%

Пол

Home Search Add Like Profile

Статистика постов



× Статистика

429 32 25 27

Взаимодействия ⓘ

83

Действия, выполненные из этой публикации

Посещения профиля 79

Клики по сайту 4

Интересное ⓘ

3,397

Охваченные аккаунты
22 % не подписанные на вас

Подписки 5

Анализ

- **Необходимо каждые 2-3 недели сравнивать статистические данные всех своих постов, на предмет выявления самых эффективных по резонансу и охвату**
- **Отмечать общие закономерности самых успешных постов**
- **С учетом аналитики носить коррективы в последующие посты**

Базовые вещи

- 1. Реклама эффективна только на уже «горячую» аудиторию**
- 2. Реклама занимает не более 20 процентов всего контента**
- 3. Желательно чтобы реклама несла какую либо ценность и была интересной**

Имиджевая реклама



Виды рекламы

1. **Имиджевая реклама**
 - Качественное фото + статус/регалии
2. **«До и После» клиентов и/или тренера**
3. **Отзывы**
4. **Снятие возражений/страхов**

Отличия рекламного поста от всех других

**Рекламный пост
всегда
заканчивается
призывом к
действию**

«Черные дыры» в продажах

- Попытки продать без «разогрева» клиентов и без доказательства своей экспертности
- Низкий уровень продаж после бесплатных консультаций
- Попытки продать «в лоб» дорогой продукт

Базовые аспекты продаж

- Все попытки продать выстраиваются только приватно
- Текст продает хуже чем голос
- Перед предложением купить всегда выясняйте потребности

*Работа с
«теплым»
клиентом*

- Клиент который задает вам вопрос
- Клиент который активен в отношении вашего контента



Экспресс интервью

- 1. Тренировочные цели**
 - *Что конкретно хотите?*
 - *В какие сроки?*
- 2. История тренировок/питания**
 - *Что не получалось?*
 - *Чего не хватало?*
 - *К чему это приводило?*
- 3. Ограничения**

Предложение купить стартовый продукт!

Что должно быть в предложении купить

- 1. Дайте понять клиенту что вы поняли его ситуацию**
Лучший способ – это повторить ему его цель
- 2. Предложить купить**
- 3. Рассказать кратко что входит и какие результаты он получит**
- 4. Если клиент выразил согласие, то предлагайте начать прямо сейчас**

Что делать после «употребления» стартового продукта?

- 1. Подводить итоги первого тренировочного этапа
(Для этого при продаже стартового продукта необходимо назначать дату подведения итогов)**
- 2. Спрашивать об улучшениях**
- 3. Предлагать основной продукт**

Работа с «горячим» клиентом

- Клиент который напрямую интересуется продуктом заявленным на вашей странице



Что делать после «употребления» стартового продукта?

- 1. Подводить итоги первого тренировочного этапа
(Для этого при продаже стартового продукта необходимо назначать дату подведения итогов)**
- 2. Спрашивать об улучшениях**
- 3. Предлагать основной продукт**

Продажи офлайн тренировок

- 1. Приглашайте не стартовую тренировку**
- 2. На ней применяйте к клиенту полноценную технику продаж**