



Екатерина - SYBERIA TOP

Что такое личный бренд?

Личный бренд — инструмент продаж собственных знаний, умений и опыта.

Зачем нужен личный бренд?

Люди прислушиваются к экспертам и стремятся работать с лучшими.



Самая главная задача - через социальные сети транслировать себя как личность

рассказать о себе → чтоб клиенты хотели обращаться именно к Вам



«ЯКОРЬ» - ПРЕДСТАВИТЬ СЕБЯ ТАК, ЧТОБ КЛИЕНТЫ СМОГЛИ ЗАПОМНИТЬ

Якорение – это один из самых мощных приемов работы с сознанием аудитории.

Какой-либо характерный жест, цвета, увлечения, стиль в одежде может навсегда врезаться в память.

Первый способ использования якоря – сделать его частью личного бренда.

Таким якорем может быть:

определенный жест

фраза

аксессуар

звук

предмет

Ваши увлечения

В целом, «якорить» можно на все, что угодно.

Схема, по которой не придется искусственно выдумывать «ЯКОРЬ»

1. Познакомиться с собой (про что вы в своём блоге)
2. Определить, что вам нравится и интересно, в чем ваши отличительные черты
3. Определить какие смыслы вы хотите донести
4. Определить с ЧЕМ вы хотите ассоциироваться у людей
5. Определить с ЧЕМ ВЫ УЖЕ АССОЦИИРУЕТЕСЬ
6. Совпадают ли эти ассоциации
7. Выписать итоговый список из ассоциаций «хочу и есть сейчас»
8. Понять с помощью «чего и как» вы сможете транслировать ваши смыслы

Внедрить якорь достаточно просто – нужно регулярно демонстрировать его своей аудитории.

ДЗ 1: Пройтись по схеме и выявить свой «якорь»

Есть всего 10 секунд, чтоб привлечь внимание
клиента на Вашей страничке

Чем же можно цеплять людей и клиентов?

1.) **название аккаунта** (чтоб просто было повторить, раскрывает суть страницы, несёт уникальность, можно найти легко в поиске)

2.) **аватарка** (личное фото - если личный блог/для проф. аккаунта – логотип или символ, указывающий на вид деятельности)

3.) **описание профиля** (шапка), обратить внимание на блок «распаковка»

информативность,

остроумие,

легкость восприятия,

призыв к действию - прикрепить какой-то гайд,

точки соприкосновения - людям, которым не надо покупать в моменте, они будут наблюдать за Вашей жизнью

Чем вы занимаетесь помимо работы? Важно в личном бренде, показывать не только себя как специалиста, а также базовые ценности, транслировать что для вас важно в повседневной жизни.

4.) **контакты** (телефон, адрес, таплинк, открытый аккаунт, ответ в директ)

5.) **хайлайтс** (отзывы, видео-отзывы, увлечения, цена на услуги и основные моменты, которые важны, закрепить в сторис)

Где найти иконки?

iconfinder или обратиться к нам за персональным созданием ;)

6.) **визуал решает**

Благодаря нему, клиент дольше задерживается на вашей страничке. Нужны высококачественные фото для аккаунта, в оформлении которых будет прослеживаться единый стилевой подход, гармонирующий с аватаром и stories. Подобранны правильно основные цвета бренда/организации или личного профиля

7.) **посты** (комментарии, сохранения, пересылы, лайки), чтобы следить за статисткой нужно переключиться на бизнес аккаунт.

8.) **бесплатная польза** (гайд, чек-лист, подборка)

9.) **социальное подтверждение** (запечатлеть фото с клиентами, отзывы клиентов, процесс и результат работы)

10.) **сторис**

Системность – важнее таланта.

80% решает – регулярность. Нужно набраться терпения и снимать, если ранее не вели активно блог и аудитория не теплая. (свет, звук, фон - очень важно).

Для того чтобы сторис работали, необходимо понять и поставить **ЦЕЛЬ**

(к этому вернемся чуть позже)

ДЗ 2: регулярно снимать сторис с фирменным стилем.

Почистить и разобрать хайлайтс.

БЕСПЛАТНОЕ продвижение

1. репост публикации (например, попросить друзей)
2. розыгрыши
3. хэштеги (не более 10)
4. геолокация (популярные места вашего города)
5. упоминания (например: отметку ресторана и они добавляют ее к себе)
6. комментировать популярных блогеров одним из первых
7. REELS самый действующий метод

Самая простая воронка в Reels:

1. Обязательно хорошо упакованный блог (визуал, хайлайтс, посты)
2. Качество рилс, триггерный заголовок, который побуждает раскрыть Ваш текст + внутри него мы делаем призыв на переход в блог
3. Также в конце текста, если есть гайд, можно предложить его за подписку Вашей новой аудитории
4. В самом гайде тоже есть прогрев и горячее предложение, которое действует ограничено по времени (например скидка в течении 3 дней после получения гайда)

ПЛАТНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ:

остался один метод - это реклама у блогеров. очень аккуратно выбирать блогеров, делать макеты и составлять ТЗ, изучать ЦА.

Успех появляется не постепенно, а резко в геометрической прогрессии.

Сначала вы долго идёте, а потом скачек.

ДЗ 3: Создать воронку в Reels

ОШИБКИ в инстаграмм:

- не накручивать - бессмысленная трата денег и мертвые боты, падают охваты
- участие в гивах, тоже самое, что и накрутка
- закрытый аккаунт
- нет тематики блога
- проф-контент (если будет только он, то будет скучно. обязательно надо показывать себя, свою жизнь, взлёты, падения, переживания)
Идеальное соотношение 50 на 50.

- **Сценарий сторис – ВСЕГДА ПИШЕТСЯ** не с начала, а **С КОНЦА**.
- Сначала мы определяем **ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ** (нужно, чтобы люди купили\скачали\перешли на страничку\вовлеклись и увеличили охват и тд.)
- **ИСПОЛЬЗУЙТЕ СТОРИТЕЙЛИНГ** (кто-то показывает\рассказывает одну связанную историю, в вашем случае это должно быть повествование от вас, от 1 лица).
- Если говорить о технике продаж, есть такая цепочка

Ситуация> Проблема> Извлечение> Направление

Ситуация> Проблема> Извлечение> Направление

1. **Описываем ситуацию.** (я\или клиент\или кто-то из знакомых находится вот в такой ситуации..., чтобы люди подумали или вспомнили, что у них **ТОЖЕ ТАК БЫЛО**\ у мамы\папы\знакомых)

2. из **СИТУАЦИИ** проговариваем\перечисляем что может произойти, какая **ПРОБЛЕМА** может возникнуть, если эту ситуацию не решать.

УСУГУБЛЯЕМ СИТУАЦИЮ. (в этот момент можно обратиться к людям и задать им вопрос, что может произойти, если не решить эту ситуацию? **ОНИ САМИ** напишут вам худшие прогнозы развития!)

3. Из негатива людям необходимо **показать перспективу**, это **ключевой переходный этап.**

НИКОГДА нельзя ставить после негатива продажу. Люди должны погрузиться в хорошую картинку, «А как будет, если решить эту проблему? Как ты будешь жить?»

4. **ЦЕЛЕВОЕ ДЕЙСТВИЕ.** Оставить заявку\рассказать об услуге, которую вы предоставляете на данный момент.

Оформление сторис:

- немного текста ~ 30% от сторис для легкого восприятия (людям сложно концентрироваться)
- немного шрифтов/цветов (желательно всегда использовать один и тот же шрифт и 1-2 цвета)
- разнообразие кадров и их чередование (голова/со стороны в полный рост/текст/вытянутая рука)
- личность в кадре (удержание внимания, особенно каждую первую сторис)
- на 1 сторис -1 мысль
- не добавлять много интерактива на 1 сторис
- легко читаемый текст (средний шрифт/не сливается)
- меньше лишних элементов кадре на заднем плане / хороший свет и протертая камера (если снимаете говорящую голову, выбирать однотонный фон)
- подписывать сториз (тезисы, для понятия о чем сторис, кто смотрит без звука)

Сценарий:

- емкий контент (не затягивать)
- простой четкий язык
- вовлекать эмоциями
- польза через лайф/юмор/игру (показывать свою жизнь и комментировать ее с точки зрения экспертности)
- четкая последовательность

Подход:

- контент для зрителей, не для себя - естественность (не натянуто и идеально, рассказывать про ошибки, сомнения, страхи)
- иметь контент план (иногда немного можно от него отклоняться)
- контекст – человек понимает обстоятельства Вашей жизни (что происходит/ почему и зачем это происходит/ что вы об этом думаете и чувствуете/ что будете делать дальше?)
- завершать сюжетные линии (не пропадать из блога, заканчивать сюжетный день)
- рассказывать 2-3 сюжетные линии (не стоит рассказывать всю свою жизнь, если много информации – перенести на другой день)
- избегать однообразия (одни и те же истории, события – пропадает интерес)

Лайфхаки по ведению сторис:

- копить материал (сначала снимаете в течении дня – потом выходите)
- событие+эмоция+размышление+вывод (цепочка размышлений = готовый сторителлинг)
- что я переживаю прямо сейчас? (поделиться чувствами и переживаниями или радостной новостью)

Советы по ведению Reels:

- видео продвигают: лайки, репосты, сохранения
- взаимодействие с роликом происходят: необычный переход, полезная инфо, новый тренд
- адаптировать тренды под свой блог/нишу
- видео должно отражать Вас и Ваш блог, таким образом привлечете «свою» ЦА
- выкладывать видео в качестве 1080к и 30 кадров (кач-во выше инст режет)
- загружать видео с хорошим интернетом
- регулярно снимать ролики по ключевым тематикам блога
- выбрать стиль видео и его придерживаться

SYBERIA TOP

-Рассмотри конкурентов,
проанализируем их
профили.

-Разберем Ваш аккаунт,
выявим ошибки.

-Выведем новые рубрики
под reels и stories.

-Предложим идеи для
контента.



важные записи закреплены

главные темы прописаны на фото

travelneveralone



478 12,9 тыс. 2

Публикации Подписчики Подписки

Корпоративные и Авторские туры

◆ ЮАР, Сокотра, Камчатка, Байкал, Кольский, Дагестан

◆ 1800+ туристов с 2019 года

◆ Для тех, кто хочет перезарядиться

↓ РАСПИСАНИЕ в хайлайтс ↓

travelneveralone.com/?utm_source

Подписаться

Сообщение

Связаться



Камчатка



НОВОСТИ...



Отзывы

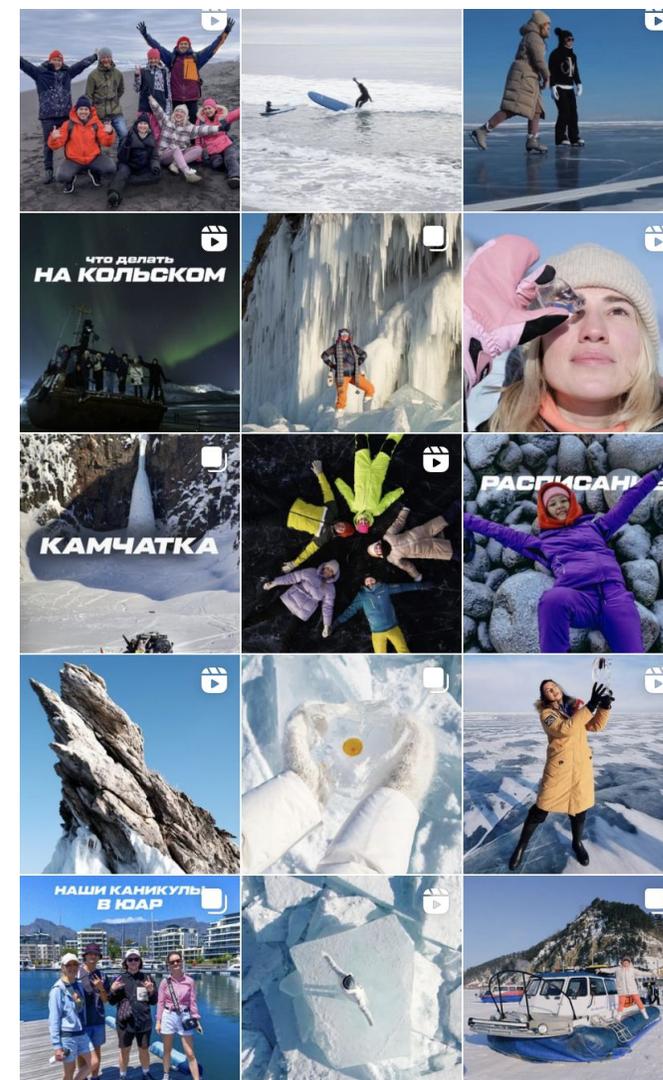
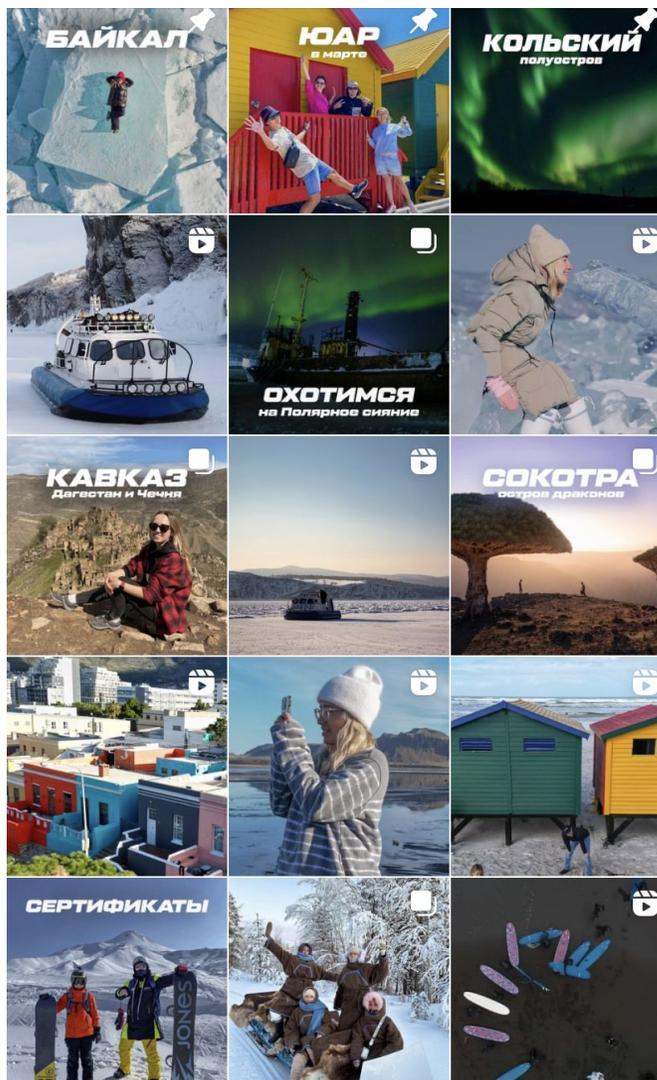


Сокотра



Расписание

ПОНЯТНО И СТИЛЬНО
оформлены хайлайтс





nesin_travel_



368 30,4 тыс. 0

Публикации Подписчики Подписки

ПУТЕШЕСТВИЯ • ТУРЫ • КОММЬЮНИТИ

Сообщество

Новый формат трипов, после которых ты скажешь: ХОЧУ ЕЩЁ!

Мы ездим по миру и создали свою тусовку путешественников

Смотри «Расписание» в актуальных vk.com/nesin_travel

Подписаться

Сообщение



Расписание



ЮАР



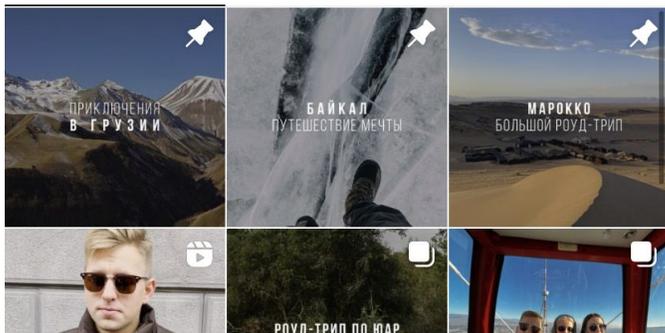
Сертификат



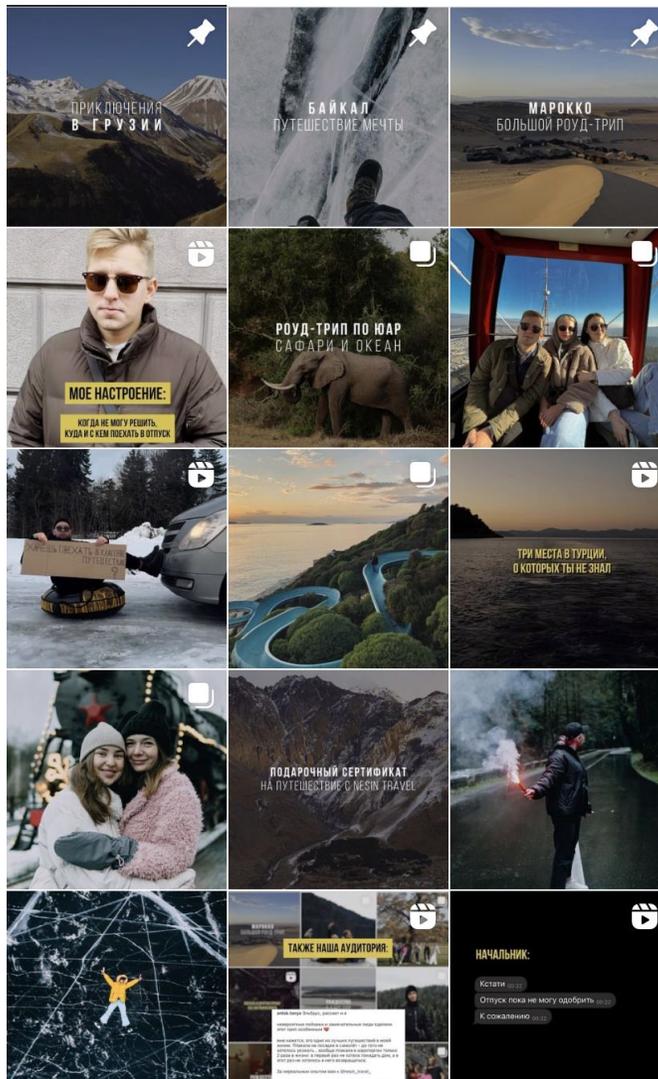
Как проше...



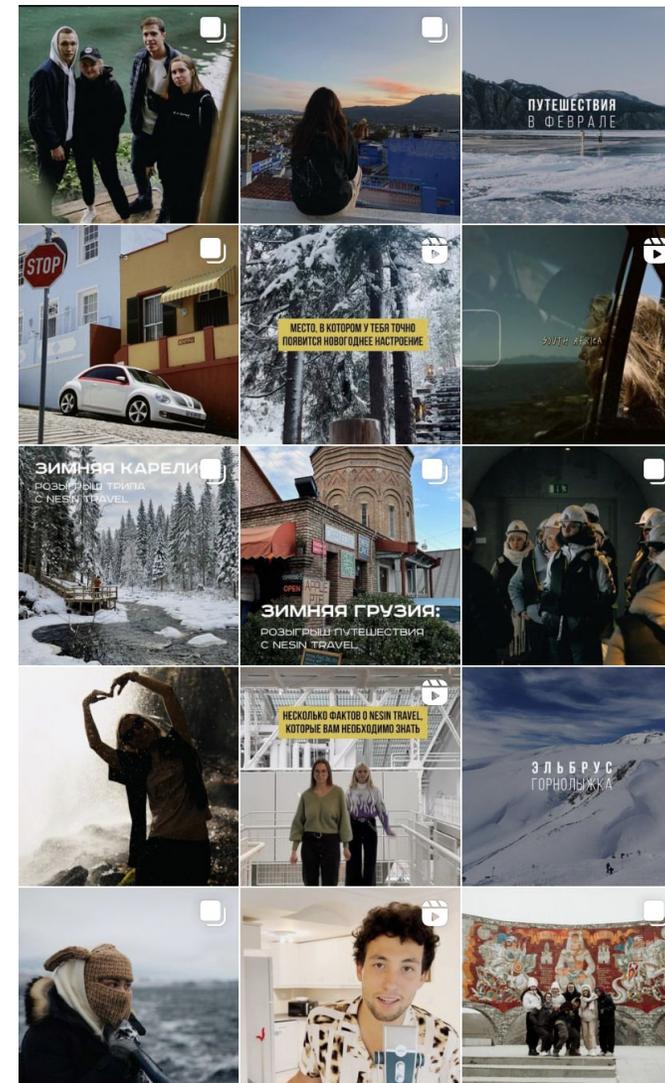
Отзывы



nesin_travel_ Подписаться



nesin_travel_ Подписаться



REELS

- эстетик видео с пейзажами
- рубрика со смешными и душевными моментами (чтобы у людей сложилось ощущение, будто они уже в этой атмосфере)
- познавательная и экспертная рубрика (что взять и как подготовиться, о своём опыте)

В основных рубриках хайлайтс:

- цены и туры/маршруты
- предзапись
- ОТЗЫВЫ
- одежда/экипировка
- важное !? мы в соц. сетях

Идеи для сторитейлинга/REELS:

- Как собраться в путешествие: список вещей, которые вы обязаны взять с собой в поездку.
- 5 причин выбрать вас: расскажите о мотивах, которые должны побудить туристов выбрать именно вашу фирму и услуги .
- Топ мест для красивых фото.
- Успеть за 48 часов – что обязательно нужно сделать/посмотреть в регионе, если в распоряжении только выходные. (какой тур подойдет больше, если время ограничено)
- Тайны и легенды региона.
- Нужно или можно ли брать ребенка в путешествие: честно расскажите о том, насколько объекты гостеприимства и достопримечательности в вашем регионе безопасны для посещения детьми и вообще будет ли ребенку интересно в регионе.

Для экстремалов:

- Список экстремальных развлечений в регионе.
- Список заброшенных мест: тема, для которой потребуется взглянуть на свой регион по-новому и рассказать о тех местах, которые по той или иной причине были заброшены, но при этом представляют собой историческую, культурную или архитектурную ценность.

Развлекательный контент:

- Начните день с мотивирующей цитаты о путешествиях.
- Вспомните забавную историю из туризма или вашей практики, поделитесь с клиентами.
- Создайте свой список дел в дорогу, как скоротать время с пользой.

Коммуникативный (вовлекающий) контент:

- Используйте стикер “Да/Нет”, чтобы вовлечь подписчиков при рассказе о стране. Например “Поехали бы вы в горы летом?”
- Спросите подписчиков, какие регионы и местности они хотели бы посетить в этом году. Используйте стикер опроса.
- Устройте битву туров и предложите подписчикам в конце проголосовать, что они бы выбрали.
- Спросите, как видят ваши подписчики профессию турагента через 5-10-15 лет? Дайте свой комментарий. Берите на заметку то, что ваши подписчики скажут – возможно, там есть доля правды.
- Спросите, что нравится в вашем блоге туристам. Возможно, есть пожелания и предложения.
- Предложите подписчикам продолжить мысль, используйте стикер опросов. Например, если бы я мог ездить всю жизнь только в одну страну, то я бы выбрал....
- Сравните профиль сейчас и год назад, спросите подписчиков видят ли они разницу. Используйте стикер Да/Нет.
- Используйте стикер «Задать вопрос» и предоставьте возможность подписчикам задать вам вопросы. Лучше всего подскажите конкретную тему, например, «чего ожидать если я иду впервые», «что взять с собой».

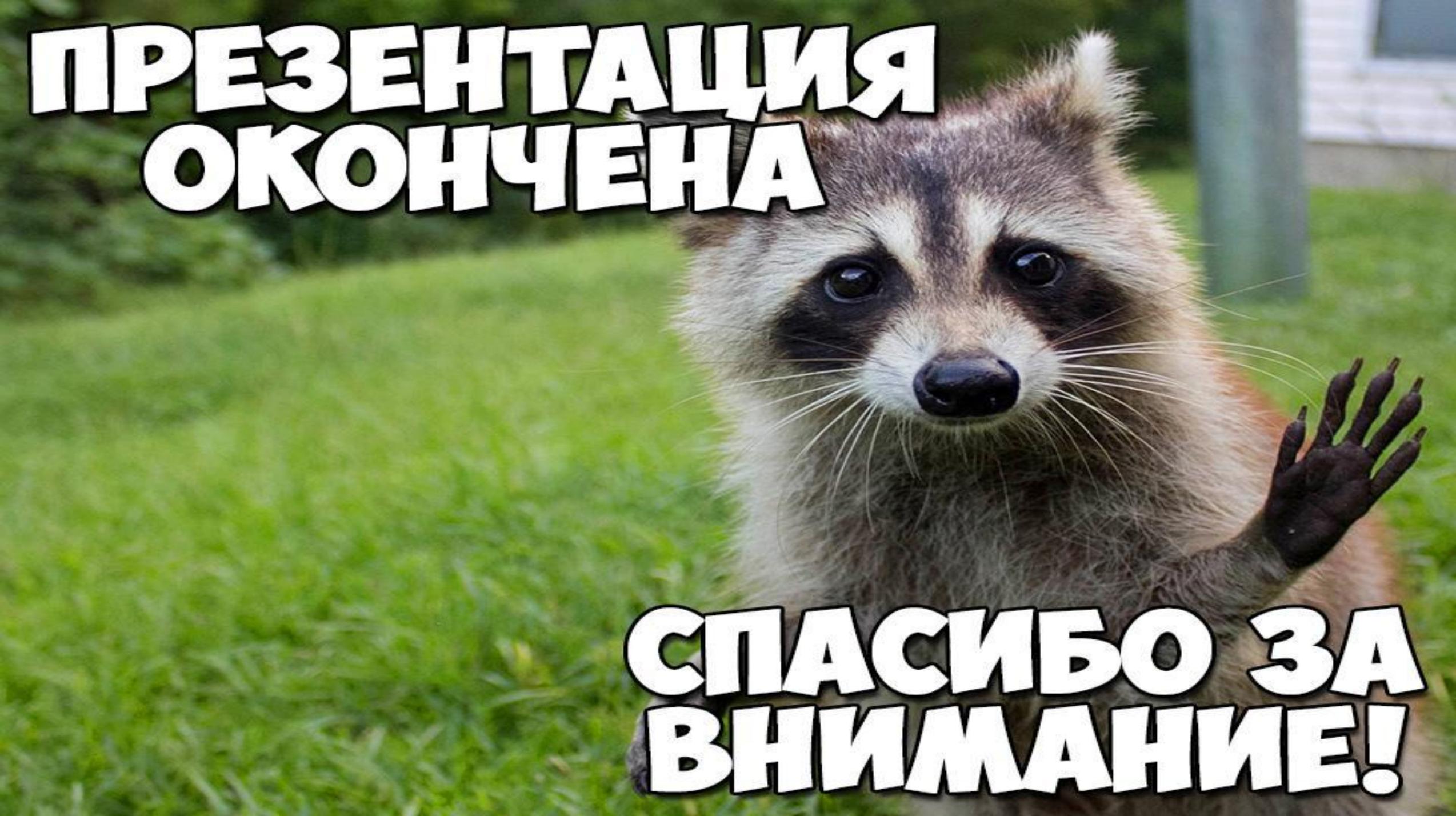
Ввести рубрику веселого/душевного контента в постах/REELS!

Это необходимо для повышения лояльности аудитории, чтобы люди видели не только пейзажи, а какие эмоции они испытают именно от компании людей. Чтобы они погрузились и прочувствовали это.

- рассказывать, что пошло в путешествии не так, с чего можно получить опыт и создать шутку. (ВАЖНО, чтобы это была не негативная ситуация)

Например: взорвалась банка тушенки ЛИБО сделать видео о вечере, проведенном вместе (у вас были подобные с накрытым столом и вином) транслируйте это и отдельно, чтобы люди понимали-эмоции она получают не только от четкой организации и отличного отдыха, а еще и от атмосферы невероятной компании.

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ
ОКОНЧЕНА**

A raccoon is the central focus of the image, sitting on a green lawn. It has its characteristic black and tan fur, with a dark mask around its eyes. Its right paw is raised, showing its claws. The background is a blurred green lawn and a portion of a grey structure.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**