

АВТОВОРОНКА РЕКРУТИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ

5 занятие

Линейка продуктов

Тренер курса - ЕЛЕНА ЯРОВАЯ

*20 лет – предприниматель
5 лет интернет маркетолог и тренер*

*15 потоков курса
Автоворонка рекрутирования*

15 марафонов в инстаграм

48 Бесплатных мастер классов в году



Что будет на курсе:

Этап 1-й.

Построение
позиционирования
бренда



Этап 2-й.

Разработка
продуктовой
линейки



Этап 3-й.

Создание
стратегии
автоворонки



Этап 4-й.

Реализация
автоворонки



Этап 5-й.

Настройка
трафик-
системы



Модуль 1. Построение позиционирования бренда

- Анализ рынка игроков/конкурентов
- Определение сегментов вашей целевой аудитории
- Выявление болей целевой аудитории
- Формирование смыслового оффера продукта
- Проработка позиционирования бренда

Результат: Вы узнаете о сильных и слабых сторонах ваших конкурентов и поймете, как усилить свои позиции. Вы будете лучше понимать потребности и боли вашей ЦА. На этой основе построите свое предложение и определитесь с позиционированием на рынке.

БОЛИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Проблемы клиента = ваши продажи

Чтобы ваша реклама окупалась, необходимо в рекламе следовать четкому правилу:

Клиенту не нужен ваш продукт.

Клиенту нужно чтобы он решил его задачи

Боль условно ее можно отнести к одной из следующих категорий:

- У человека не хватает ресурсов на решение своей проблемы - денег, умений, времени
- Нет знаний о том, как решать задачу или нет доступа к достоверной информации
- Уже были попытки решить проблему, но они оказались неработающими
- Недовольство своим физическим или эмоциональным состоянием;

Уровень «боли»	Описание	Пример	Задайте вопрос
Технический	Неудобства, вызванные конкретными бытовыми проблемами	Поломка предметов потребления, сложность в освоении новых понятий	Что создало проблему?
Влияние на финансы	Методы решения проблем себя не оправдывают	Неэффективность продаж, отсутствие спроса на товары и услуги, снижение прибыли, потеря выгоды	Как это вредит?
Личный интерес	Личная мотивация для разрешения проблемы	Получение премии для осуществления мечты о путешествии, экономия времени для возможности заниматься интересными делами	Зачем нужно устранить проблему?

Формируем правильный контент

Нельзя просто написать “Мы решим все ваши проблемы!” - такой метод однозначно не принесет результат, ведь это несбыточное обещание.

Сейчас интернет-продажами управляет контент, а значит, ваша задача - научиться правильно его преподносить.

Действуйте в таком порядке:

- Найдите “боль” клиента
- Напомните им о существовании этой боли
- Предложите свой метод решения
- Подчеркните, какие выгоды клиент получит, решив свою проблему.

ЗНАКОМЫЕ ПРОБЛЕМЫ?



Соль, грязь и реагенты **убивают** дорогую обувь за один сезон.



Яркая замшевая обувь явно **не** подходит для российских улиц.



Задники брюк вечно **покрыты** грязными брызгами.



Уход за деликатными тканями **отнимает** много времени.



СПРЕИ HYDROP УСТРАНЯТ ИХ ИГРАЮЧИ

Что происходит после обработки?

Есть ли способы узнать их без значительных затрат?

- Не бойтесь задавать вопросы. Часто достаточно просто спросить потенциальных клиентов, чтобы понять, что волнует вашу целевую аудиторию.
- Изучите страницы конкурентов. Отрицательные отзывы, неудобные вопросы, опыт использования продукта - такими комментарии содержат в себе боль реальных клиентов, пусть и неосознанную
- Почитайте тематические форумы, обращайтесь внимание, на то, что жалуются люди
- Обращайте особое внимание на тех, кто уже купил ваш продукт постарайтесь понять, почему они это сделали
- Проанализируйте, по каким поисковым запросам покупатели заходят на ваш сайт. Также оцените, что люди ищут в поисковых системах Яндекс и Google - с помощью сервисов [Wordstat](#) и [Google Trends](#). Проверяйте ключевые слова, обратите внимание, что и как ищут в поисковых системах, оцените популярность вашего товара и бренда. Сервисы дают практически полную картину существующего спроса на рынке

Модуль 2. Разработка продуктовой линейки

- Создание логики своей продуктовой линейки
- Разработка элементов продуктовой линейки

Результат:

Вы определитесь с логикой продуктовой линейки и проработаете 4 её основных элемента. Научитесь пользоваться авторским алгоритмом нашей компании по созданию линейки продуктов. При необходимости сможете самостоятельно заменить продукт или создать дополнительную линейку.

**Создание продуктовой
линейки из одного продукта.**

Какой ваш основной дорогой продукт?

Основной продукт этот тот, за который вы получаете основные деньги

Для инвесторов – инвестиционный пакет

Основной продукт в интернет

1. Это может быть консультация по составлению ЛФП, на которой вы продаете потом инвестиционный пакет
2. Это может быть Тренинг « 4 финансовых плана» и с переводом на покупку пакета в вашем инвестиционном проекте
3. Это может быть марафон по финансовой грамотности с переводом на покупку пакета
4. Онлайн интенсив «Управление личными финансами» с переводом на покупку пакета

Продуктовая линейка как метод увеличения доверительных отношений

- 1. Главный лид магнит
- 2. Продающий лид магнит
- 3. Стартер
- 4. Допродажа к стартеру

ОСНОВНОЙ ПРОДУКТ

BackEnd.



физический
продукт



услуга



тренинг
или коучинг

Создание продуктовой линейки из одного продукта

Написать 15-20 проблем в виде вопросов

ПРОДУКТ

Онлайн интенсив «Управление личными финансами» с последующей продажей инвестиционного пакета

ВОПРОСЫ 15-20 шт

- 1 Как ставить финансовые цели и определять их приоритетность?
- 2 Как понять, сколько тебе нужно денег и для чего?
- 3 Что мешает тебе зарабатывать столько, сколько ты хочешь?
- 4 Как начать принимать правильные финансовые решения?
- 5 Как обойти самосаботаж и снизить сопротивление на пути увеличения дохода?
- 6 Как вести учет доходов и расходов без насилия над собой?
- 7 Эффективные категории учета расходов.
- 8 Наведение порядка в финансах за 5 минут в день.
- 9 Эффективные стратегии избавления от долгов и кредитов.

- 10 Что такое «финансовая подушка», и как ее создать?
- 11 Как правильно использовать кредитные и дебетовые карты, чтобы это способствовало увеличению дохода?
- 12 Как эффективно распоряжаться деньгами в отношениях с партнером, какие есть модели, и как выбрать подходящую?
- 13 Как правильно пользоваться скидками, чтобы они не вредили вам?
- 14 Как планировать доход, если не знаешь, сколько заработаешь? (Для бизнесменов и фрилансеров).
- 15 Минусы инвестиций в недвижимость, доллары и прочие привычные способы умножения денег.
- 16 С какого момента можно начинать инвестировать в те или иные активы?
- 17 Что необходимо знать начинающему инвестору?



ГЛМ- Главный лид магнит

Основная задача:

получить контактные данные
от пользователя и быстро решить
небольшую, ярко выраженную проблему.

ПЛМ- Продающий лид магнит

Основная задача:

продать следующий продукт.

Стартер или трипваер недорогой продукт

Основная задача:

закрыть несколько подпроблем, которые были дополнительно вскрыты лид-магнитами.

Продажа

- Заявки
- Лайк
- Репост
- Скачивание
- Деньги

Трипваер

СТАРТЕР

ПЛАТНЫЙ

**УСЛОВНО-
ПЛАТНЫЙ**

Допродажа

Upsell — допродажа. Независимый продукт, который дополняет и усиливает то, что человек только что приобрел.

ГЛМ или главный лид магнит

Основная задача: 

получить контактные данные
от пользователя и быстро решить
небольшую, ярко выраженную проблему.

Продуктовая линейка

(примеры реализации)

Пример № 1. Продукт «Онлайн-интенсив по управлению личными финансами».

Продукт	Название	Стоимость
ГЛМ	Руководство в PDF «5 шагов достижения финансовой свободы за 3 месяца».	\$0

Пример № 1. Продукт «Онлайн-интенсив по управлению личными финансами».

Продукт	Название	Стоимость
ПЛМ 1	Как навести порядок в финансах за 5 минут в день.	\$0

Пример № 1. Продукт «Онлайн-интенсив по управлению личными финансами».

Продукт	Название	Стоимость
ПЛМ 2	Как создать «финансовую подушку», даже если вы живете на одну зарплату?	\$0

Пример № 1. Продукт «Онлайн-интенсив по управлению личными финансами».

Продукт	Название	Стоимость
ПЛМ 3	Три наиболее эффективные стратегии навсегда избавиться от долгов и кредитов, увеличивая при этом свой доход.	\$0

Продукт	Название	Стоимость
Стартер	<p>10 видеоуроков + рабочая тетрадь «Правила денежной игры» (Общая длительность 60-70 мин.).</p> <p>Наводим порядок в финансах за 10 минут в день, рассчитываемся с долгами, налаживаем отношения в семье, начинаем менять окружение. Как избежать провалов в доходах, если сейчас у вас нестабильная финансовая ситуация...</p>	\$12

Пример № 1. Продукт «Онлайн-интенсив по управлению личными финансами».

Продукт	Название	Стоимость
Апселл	5 видеоуроков + рабочая тетрадь «5 секретов создания пассивных источников дохода». Почему необходимо срочно прекратить зарабатывать деньги? Легкие, быстрые и доходные способы генерации денег, доступные любому.	\$7

Домашнее задание 5

Домашние задания второго модуля

Блок 1

Шаг 1. Выделите боли и сформулируйте их в виде вопросов

№	Вопросы сегментов

Блок 2

Шаг 1. Составьте свою продуктовую линейку

Продукт	Название	Стоимость
ГЛМ		\$0
ПЛМ 1		\$0
ПЛМ 2		\$0
ПЛМ 3		\$0
Стартер		\$
Upsell		\$

Создайте лид магнит по схеме

КАК ВЕСТИ УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ БЕЗ НАСИЛИЯ НАД СОБОЙ

Инструкция по шагам на каждый день
недели

Ссылка (сначала скопируйте!)

https://docs.google.com/presentation/d/1mKD_AD9NdaNHOb_v89czkzwXspRhrndII7WjV71L90E/edit?usp=sharing

Воронка –это путь взаимоотношений с клиентом

Поэтому **весь путь клиента тоже можно разбить на этапы:**

- Заинтересованность продуктом
- Вовлечение в интерактив
- **Получение контактных данных**
- Конвертация в клиента
- Получение пользы от продукта
- Повторная покупка
- Превращение в адвоката бренда (лояльного клиента)
- Продажа вашего продукта другим клиентам (рекомендация или партнерская сеть)

Для чего нужен лид магнит?

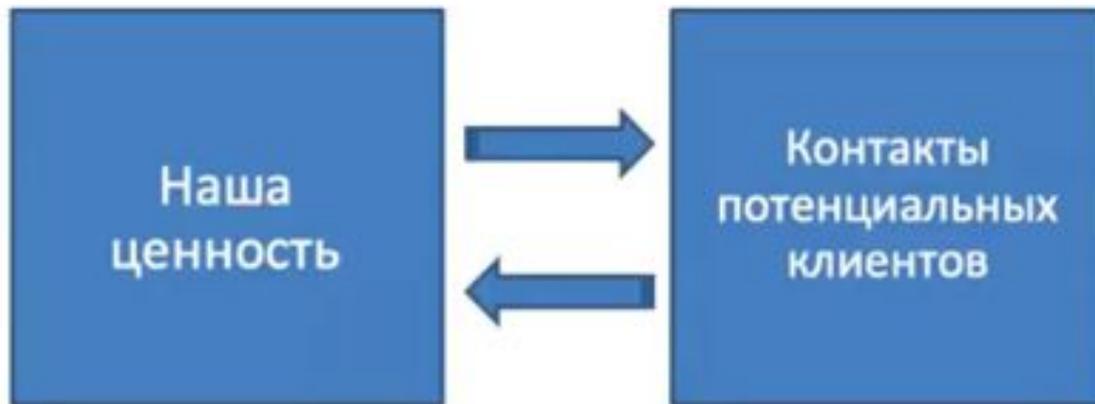
Получить контакты пользователя, чтобы начать строить с ним отношения

Сбор базы подписчиков.

Больше база, больше денег, меньше зависимости от платного источника трафика

Лид магнит

Меняем ценность на контактные данные.



7 пунктов, которым должен соответствовать лид магнит

1. Решает насущную проблему

Если ваш лид-магнит не решает проблему, которая есть у вашего типичного клиента, то он не сработает.

2. Обещает одну быструю победу

Не нужно решать комплекс проблем, решите одну и быстро

3. Посвящён узкой теме

Не создавайте лид-магнит на широкую тему.

5. Он имеет высокую ценность

Лид-магнит должен иметь высокую воспринимаемую и действительную ценность

6. Доступен сразу

Ваш лид-магнит работает лучше, если его можно получить прямо сейчас. Людям нравятся мгновенные поощрения.

7. Показывает вашу экспертность или УТП

Когда кто-то знакомится с лид-магнитом, он должен увидеть вашу экспертность или уникальное предложение.

Это помогает превращать лидов в заказчиков по ходу дела

42 ВИДА ЛИД-МАГНИТОВ

- 1. Мануалы 2. Чек-листы 3. Инструкции 4. Гайды 5. Уроки 6. Скринкасты 7. Списки 8. Подборки 9. Топы 10. Фишки для внедрения 1-2-3 11. Курсы 12. Разборы 13. Аналитика 14. Интервью с коллегами 15. Ответы на вопросы 16. Кейсы 17. Вебинары/мастер классы 18. Книги 19. Шаблоны 20. Подкаст 21. Мини-курс 22. Подборка ссылок, видео, сервисов 23. ТОП тренды в вашей сфере 24. Тесты 25. Каталоги/прайсы 26. Шпаргалки 27. Прогноз 28. Детальный обзор 29. Сравнение (инструментов, способов, приемов) 30. Рабочая тетрадь (вопросы, места для вставки, галочки, списки) 31. Ошибки 32. Приглашение в закрытое сообщество 33. Разборы 34. Игры 35. Купоны 36. Билеты 37. Демонстрации 38. Статья 39. Исследование 40. Результаты эксперимента 41. Видео урок 42. Mind Map карты

В идеале

Иметь разного вида лид магниты

Дз 5

- Написать 15-20 вопросов к основному продукту в виде болей клиента
- Создать линейку продуктов
- Создать лид магнит