

IGORMELNIK.BIZ

Прибыльные бизнес-технологии



Групповой бизнес-коучинг
День № 1: Продвижение

За сегодняшний день Вы получите:

- Четко прописанный портрет, кому именно Вы продаете
- Список мест, где Вам стоит искать клиентов
- План создания активных и пассивных магнитов в Вашем бизнесе
- Увеличение эффективности Вашего продвижения за счет групповой докрутки

Принципы, которых я придерживаюсь:

- Знания не имеют смысла, кроме как в виде практического инструментария
- Я выстраиваю системы. Любая система в бизнесе «бьет» разовую тактику и интуицию

С чего начинается
продвижение?

Любое продвижение – это прежде
всего люди.

А люди – это часть Вашей жизни.

Прямо сейчас приготовьте листик, ручку и напишите:

- Какими людьми Вы хотите быть окружены?
- Где (место/город/тип рабочего места) Вы хотите работать?
- Каким Вы видите себя через 3 года?
- Сколько Вы хотите зарабатывать в месяц уже через 1 год?

Записали? Отлично, продолжаем!

Создаем аватар клиента

1. Личные факты:

- - Пол?
- - Возраст?
- - Статус в браке?
- - Дети?
- - Если женат/замужем - кто его/ее супруг?

Создаем аватар клиента

- - **Имя?**
- - **Что этот человек одевает?**
- - **Что он делает, на что живет?**
- - **Самая большая неудовлетворенность?**
- - **Какое самое сильное ВНЕШНЕЕ желание?**
- - **Сокровенные желания?**
- - **Что мешает ему спать ночами?**
- - **Чего он боится?**
- - **Кто его раздражает и сердит?**

Создаем аватар клиента

- Основная причина покупки - для чего клиент должен купить. Пример - основные причины - для чего люди что-то покупают в интернете:
- Заработать деньги
- Сэкономить деньги
- Сэкономить время
- Меньше напрягаться
- Поправить здоровье
- Получить удовольствие
- Избавиться от боли

Создаем аватар клиента

- Желательно иметь минимум 3-5 аватаров
- Аватары всегда будут корректироваться
- Если у Вас есть сотрудники – крайне важно «одушевить» Ваши аватары для них
- Пишите аватары от руки на бумаге – никаких гаджетов

Как прописать и использовать триггеры в маркетинге?

- Рисуем мозговую карту на бумаге
- Пишем несколько главных болей и страхов клиента (не менее 5 тех и тех)
- Разбиваете каждый из них минимум на еще 10

Как создать эффективные «магниты» для Вашего бизнеса?

1. Магнит решает одну главную и, возможно, несколько второстепенных болей клиента
2. Магниты бывают 3-х видов:
 - Супер-магниты
 - Нишевые магниты
 - Микро-магниты
3. Ответьте себе на вопрос «Для чего клиенту Ваш магнит?»

Какие бывают магниты вообще?

- Тест-драйв
- Бесплатный инфопродукт (брошюра, мини-книга, аудио, видео, чек-лист)
- Недорогой продукт (услуга) из Вашего ассортимента
- Бесплатная (или недорогая) консультация
- Фронт-энд продукт
- Комплект по схеме «4 по цене 1» (сезонный)

3-М от Дена Кеннеди

- М – Media
- М –Message
- М - Market

+ 2 M

- M – Measurement
- M – Mission

Как прописать эффективные медиа для Вашего бизнеса?

- Какие сайты посещают Ваши клиенты?
- В каких местах они бывают?
- Что они читают?
- К кому ЕЩЕ они обращаются?

Как повысить эффективность Вашего маркетингового сообщения?

- Заголовок
- Подзаголовок
- Формула ОДП
- Отталкивание нецелевых клиентов
- Удар в боль
- Надежда
- Доверие
- Social Proof
- Гарантия
- П.С и П.П.С.
- Проработка возражений
- Ответы на самые популярные вопросы

Измерители в Вашем бизнесе

- ЦКП
- Второстепенные данные
- Инструменты для подсчета
- Инструкции для подсчета

Миссия Вашего бизнеса

- Напишите свою большую (глобальную) цель
- Пропишите Ваши ограничения



Теперь – докрутка!



Ваши вопросы?

До завтра, дорогие коллеги!

Завтра прокачиваем Вашу
систему продаж!