

# Секреты создания подписной базы для инфобизнесменов



<https://navika.pro/infobiznes/courses/sekrety-sozdaniya-podpisnoj-bazy-dlya-infobiznesmenov>

## Содержание

1. Создание подписных форм на сайте или в блоге.....	3
2. Создание лид-форм в социальных сетях.....	5
3. Дополнительные шаги.....	7

## 1. Создание подписных форм на сайте или в блоге

1.1. Создайте на сайте POP-UP-ОКНО или HELLO BAR.

1.2. Создайте лид-магнит, специальную страницу, на которой вы предлагаете какой-то качественный бесплатный продукт в обмен на адрес электронной почты.

1.3. Используйте плагины для создания подписных форм:

- Sumome.com;
- Hello Bar.

1.4. Определите свою целевую аудиторию и актуальные для нее проблемы.

Особенности целевой аудитории	Актуальные проблемы

1.5. Сделайте акцент на мини-боли.

1.6. Создайте уникальное торговое предложение.

1.7. Добавьте триггеры.

1.8. Определите ценность материала.

**1.9. НАПИШИТЕ ЗАГЛОВОК И ПОДЗАГЛОВОК.**

**1.10. ПРЕДЛОЖИТЕ МГНОВЕННОЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ.**

**1.11. ДАЙТЕ УСИЛЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.**

УТП	
Триггеры	
Ценности	
Вознаграждение	
Усиление	

**1.12. ПРОВЕРЬТЕ СОЗДАННЫЙ ЛИД-МАГНИТ ПО ЧЕК-ЛИСТУ:**

- минимальные усилия для получения материала — чем меньше дополнительных усилий необходимо сделать лиду для получения материала, тем больше вероятность, что он оставит свои контактные данные;
- материал воспринимается легко и быстро;
- оправдывает ожидания получателя — дает конкретное решение узкого вопроса;
- воспроизводится на всех устройствах — и на компьютерах, и на телефонах;
- формирует потребность дальше двигаться в этом направлении и решать большие проблемы уже с вашей помощью.

**1.13. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ДЛЯ СБОРА БАЗЫ СПЕЦИАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ: ZAPIER, LEAD ADS И ДР. ЛИБО ВОСПОЛЬЗУЙТЕСЬ ЛЮБЫМ СЕРВИСОМ РАССЫЛОК.**

## 2. Создание лид-форм в социальных сетях

### Настройка формы захвата для рекламы в Facebook

**2.1. ФОРМА ЗАХВАТА FACEBOOK НАСТРАИВАЕТСЯ В РЕКЛАМНОМ КАБИНЕТЕ. ДЛЯ НАЧАЛА ПЕРЕЙДИТЕ В ADS MANAGER И КЛИКНИТЕ ПО ССЫЛКЕ «СОЗДАТЬ РЕКЛАМУ».**

**2.2. УКАЖИТЕ ЦЕЛЬ КАМПАНИИ: «ГЕНЕРАЦИЯ ЛИДОВ». ЗАТЕМ ИДИТЕ ПО ШАГАМ:**

- пропишите в соответствующем поле заголовок рекламы;
- назовите группу объявлений и выберите аккаунт для продвижения;
- введите информацию о целевой аудитории для показа объявления;
- укажите места, где будет размещена ваша реклама в Facebook: в мобильных приложениях, на компьютерах, в «Инстаграме» или через партнерскую сеть Facebook;
- введите информацию по условиям оплаты группы объявлений.
- Заполнив форму, перейдите к формированию поста:
- выберите формат публикации, профиль в Facebook и инстаграм-аккаунт;
- выберите и загрузите иллюстрацию;
- подготовьте текст поста — по мере ввода текста в колонке справа будет отображаться само объявление;
- заполните все оставшиеся поля;
- поставьте флажок, разрешающий поделиться формой внутри соцсети;
- в секции «Краткая информация» укажите, зачем вообще заполнять форму; здесь действует ограничение на количество знаков, вводите лишь суть;
- пропишите данные в разделе «Вопросы» — они и есть поля формы;
- заполните политику конфиденциальности и экран благодарности: в нем можно предложить человеку посетить ваш сайт;
- закончив, кликните «Сохранить» и обязательно просмотрите форму справа.
- Нажав «Завершить», вы выключите возможность исправить готовую форму. Поэтому тщательно перечитывайте форму, пользуйтесь предпросмотром.

**2.3. ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ДАННЫЕ О ЛИДАХ, ОТКРОЙТЕ ПРОФИЛЬ В СОЦСЕТИ, ПЕРЕЙДИТЕ В РАЗДЕЛ «ИНСТРУМЕНТЫ ПУБЛИКАЦИЙ» — «БИБЛИОТЕКА ФОРМ».**

## Настройка формы захвата для рекламы «ВКонтакте»

2.4. Откройте [«Форму сбора заявок»](#).

2.5. Изучите [инструкцию по созданию и заполнению форм](#).

2.6. Чтобы сформировать рекламу, кликните «Создать запись».

2.7. Порядок действий схож с созданием форм в Facebook.

## Настройка формы захвата для рекламы в «Одноклассниках»

2.8. В этой соцсети делать формы захвата можно администраторам групп или супермодераторам. Для этого переходите в «Настройки» и выберите Lead Ads.

2.9. Далее задайте заголовок формы и настройте ее, как в Facebook или «ВКонтакте»:

- в рекламную ссылку вставьте ссылку на форму, созданную в Lead Ads;
- добавьте картинку 640×320 пикселей, продающее описание к ней;
- в заголовок впишите побуждение к действию;
- выберите текст, который будет написан на кнопке.

2.10. Далее следует создание поста.

Важно: надо сохранить ссылку на него и зайти в [myTarget](#) — рекламный кабинет. Создавая там рекламу, выбрать «Действия в соцсетях» и вставить ссылку на скрытую публикацию.

2.11. Настройте бюджет и целевую аудиторию, и потом можно активировать рекламу.

## 3. Дополнительные шаги

**3.1. Если вы еще не заполнили профили в соцсетях, сделайте это. Добавьте детальную информацию о себе и своих ресурсах, на которых вас можно найти и получить для себя какую-то пользу.**

**3.2. Разместите в аккаунтах посты по теме ваших инфопродуктов. Под публикациями давайте ссылки на сайт, лендинг или страницу захвата с продуктами.**

**3.3. Разместите на страничках в соцсетях собственные ролики со своего канала YouTube.**

**3.4. Составьте расписание для рекламы в соцсетях:**

- 1) как только вы публикуете новый материал, пишите о нем во всех соцсетях, которыми пользуетесь;
- 2) напоминайте о новом материале несколько раз через какое-то время.

**3.5. Создайте список тематических групп.**

**3.6. Изучите их правила.**

**3.7. В течение двух недель общайтесь в группе, пишите комментарии, таким образом создавая себе имидж эксперта.**

**3.8. После этого опубликуйте контент из блога или с сайта.**

**3.9. Разместите материалы в печатных и электронных СМИ.**

**3.10. Создайте платную таргетированную или контекстную рекламу, пользуясь соответствующими руководствами.**

**3.11. Используйте возможности партнерства и гостевого блогинга, руководствуясь соответствующей инструкцией.**

**3.12. Добавьте на сайт страницу о политике конфиденциальности.**

**3.13. Проведите тестирование призывов к действию. Вместо стандартного «Заказать звонок» или «Подписаться на рассылку» можно предложить «Записаться на пробное занятие».**