

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 ЗАГОЛОВОК И ПОДЗАГОЛОВОК.**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 лицу 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».