

Как выстроить воронку/автоворонку продаж



<https://navika.pro/infobiznes/courses/kak-vystroit-voronkuavtovoronku-prodazh>

Содержание

1. Определение целевой аудитории.....	3
2. Генерация линейки инфопродуктов для воронки продаж	3
3. Создание подписной страницы и цепочки писем-касаний	4
4. Продвижение воронки	6
5. Создание автоворонки продаж	7
6. Техническая проверка воронки.....	7

1. Определение целевой аудитории

1.1. СОСТАВЬТЕ ПОДРОБНЫЙ ПОРТРЕТ СВОЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

1.2. ОТВЕТЬТЕ НА ВОПРОСЫ:

Какие проблемы хотят решить эти люди?	
Какие интересы у этих людей?	
Чего хотят эти люди?	
Чего боятся эти люди?	

1.3. НА ОСНОВАНИИ ЗАПИСАННЫХ ДАННЫХ СОЗДАЙТЕ РЕКЛАМНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ С РАЗНЫМИ ТЕКСТАМИ, АПЕЛЛИРУЮЩИМИ К ЖЕЛАНИЯМ, СТРАХАМ, БОЯМ, ИНТЕРЕСАМ И ПРОБЛЕМАМ.

2. Генерация линейки инфопродуктов для воронки продаж

2.1. Создайте небольшой, но очень ценный инфопродукт для бесплатного распространения.

2.2. Создайте недорогой, но очень качественный, мощный по смыслу инфопродукт для первой продажи.

2.3. Создайте флагманский (дорогой) инфопродукт.

3. Создание подписной страницы и цепочки писем-касаний

3.1. Создайте посадочную (целевую) страницу — одностораничный сайт. Главной целью этой страницы сделайте подписку на актуальный, ценный и бесплатный контент в обмен на контакты пользователя (адрес почты, номер телефона).

3.2. Для создания страницы на простейшем конструкторе используйте соответствующую инструкцию.

3.3. Зарегистрируйтесь в любом почтовом сервисе и, следуя внутренним инструкциям, создайте по шаблону цепочку автоматизированной рассылки.

3.4. Напишите пять писем для серии материалов.

Письмо 1: вы приветствуете читателя, обозначаете и раскрываете проблему, затем предлагаете прочитать следующее письмо, которое придет завтра.

Письмо 2: вы показываете, что проблема может быть решена, и призываете прочитать третье письмо.

Письмо 3: вы рассказываете о необычном способе решения проблемы и напоминаете о необходимости прочитать четвертое послание.

Письмо 4: вы показываете, как решили проблему, которую обозначили, и призываете прочитать пятое письмо.

Письмо 5: вы напрямую предлагаете инфопродукт, который поможет решить проблему полностью.

3.5. При небольшой базе подписчиков обозначайте, что перейти на следующий уровень (получить следующее письмо) человек может только в том случае, если ответит на письмо (перейдет по ссылке, введет код).



3.6. НАСТРОЙТЕ ПОДПИСНУЮ ЦЕПОЧКУ ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЧТОБЫ БЕЗ КЛЮЧЕВОГО ДЕЙСТВИЯ РАССЫЛКА ПРЕКРАЩАЛАСЬ. ОСТАВЬТЕ ВРЕМЕННОЙ ЛАГ ДЛЯ ТЕХ, КТО НЕ УСПЕВАЕТ ПРОЧИТАТЬ ПИСЬМА СРАЗУ.

3.7. ДОБАВЬТЕ В КАЖДОЕ ПИСЬМО ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ: «(ПЕРЕМЕННАЯ “Имя”), НА ВЧЕРАШНEM ЗАНЯТИИ МЫ ГОВОРИЛИ О ТОМ, КАК РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ, СЕГОДНЯ Я РАССКАЖУ, КАК СДЕЛАТЬ СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ И ПОЛУЧИТЬ ЗАДУМАННЫЙ РЕЗУЛЬТАТ».

3.8. В КАЖДОМ ИЗ ПИСЕМ УСТАНОВИТЕ ССЫЛКУ (КНОПКУ) НА ПОКУПКУ БАЗОВОГО (НЕДОРОГОГО) ИНФОПРОДУКТА.

4. Продвижение воронки

4.1. ВЫБЕРИТЕ ПЛОЩАДКИ, ГДЕ ВЫ БУДЕТЕ КОНТАКТИРОВАТЬ СО СВОЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ, И ВИД РЕКЛАМЫ, КОТОРЫЙ ВЫ БУДЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ.

Площадка	Виды рекламы

4.2. ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕ РЕКЛАМНЫЙ КАБИНЕТ В ВЫБРАННОЙ СЕТИ (ПОИСКОВОЙ ИЛИ СОЦИАЛЬНОЙ) И НАСТРОЙТЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЯ ИНСТРУКЦИИ ИЗ СООТВЕТСТВУЮЩИХ КУРСОВ, — ПО КОНТЕКСТНОЙ И ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЕ.

4.3. Создайте несколько разнохарактерных объявлений и проведите сплит-тестирование, чтобы выявить максимально эффективный формат коммуникации и получить наивысшую конверсию в подписки и продажи.

Площадка 1	Площадка 2	Площадка 3	Площадка 4

4.4. ЗАПУСТИТЕ РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ, ИСПОЛЬЗУЯ САМОЕ ЭФФЕКТИВНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ ИЗ ЧИСЛА ТЕХ, КОТОРЫЕ ВЫ ТЕСТИРОВАЛИ.

5. Создание автоворонки продаж

5.1. Создайте рассылку бесплатного мини-курса из 5–10 писем, дающих пользу «здесь и сейчас». Без продаж.

5.2. Для тех, кто регулярно открывает письма из первой серии, создайте следующую серию писем из 5–10 эпизодов, где аудитория вовлекается в действия (например, участвует в конкурсе или отвечает на вопросы, выполняет упражнения и т.д.).

5.3. Предложите в этой части воронки недорогой, но платный продукт.

5.4. Дайте часть материалов из флагманского курса и ссылку на еще более продвинутый курс, который будет интересен и полезен тем, кто купил предыдущий, проходит его и получает от него измеримые ценные результаты.

6. Техническая проверка воронки

6.1. Проверьте все части воронки на работоспособность.

Проверка	Работает / причина проблемы
Доходят ли письма	
Правильно ли указаны ссылки для перехода	
Работает ли платежная система	
Можно ли оплатить покупку иностранной картой	
Есть ли альтернативные методы оплаты	
Есть ли возможность связаться со службой поддержки в случае, если оплата не прошла	

6.2. Упростите процесс покупки: сделайте максимально понятную и быструю форму подписки и приобретения курса.

6.3. Убедитесь, что реклама прошла модерацию, бюджет расходуется равномерно, количество переходов по ссылке коррелирует с количеством подписок на уровне от 1 до 10%.