

Запуск инфопродукта в социальных сетях



<https://navika.pro/infobiznes/courses/zapusk-infoprodukta-v-socialnyx-setyax>

Содержание

1. Упаковка онлайн-продукта.....	3
2. Где собирать аудиторию для онлайн-запуска	4
3. Продвижение курса и линейка инфопродуктов	6

1. Упаковка онлайн-продукта

1.1. Создайте аватары своих целевых клиентов: их может быть несколько. Для каждого из таких клиентов запишите его признаки, включая личные проблемы и боли, которые требуют немедленного решения, а также сферы интересов и желаний.

Клиент	
Интересы	
Желания	
Страхи	
Боли	
Возраст	
Пол	
Образование	
Социальный статус	
Работа	

1.2. Определите круг конкретных проблем, которые решает ваш инфопродукт, и круг результатов, которые люди получат после изучения вашего курса. Запишите цели, которые преследуют ваши клиенты.

Проблемы, которые решает курс	Результаты, которые получит клиент	Цели, которые преследует клиент

1.3. На основании собранных данных создайте линейку инфопродуктов, следуя рекомендациям из соответствующего руководства.

2. Где собирать аудиторию для онлайн-запуска

2.1. ВЫБЕРИТЕ СОЦИАЛЬНУЮ СЕТЬ, В КОТОРОЙ ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ СДЕЛАТЬ ПЕРВЫЙ ЗАПУСК.

Создайте в этой сети информационное пространство для общения учеников (чат, закрытую группу).

2.2. В ПАБЛИКЕ (ГРУППЕ) СДЕЛАЙТЕ КРАСИВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ: АВАТАР, ОБЛОЖКУ, ОПИСАНИЕ.

2.3. Создайте контент-план, по которому вы будете писать и публиковать интересные, полезные для читателей материалы, относящиеся к теме вашего запуска.

Контент-план должен быть составлен таким образом, чтобы ваши читатели сами попросили вас сделать тематический курс. И ваше предложение выглядело бы как ответ на многочисленные просьбы.

Пост 1	
Пост 2	
Пост 3	
Пост 4	
Пост 5	
Пост 6	
Пост 7	
Пост 8	

2.4. Опубликуйте серию постов на своей личной странице. Приведите профиль в соответствие с бизнес-моделью, руководствуясь инструкцией из соответствующего курса:

- Facebook;
- Instagram;
- «ВКонтакте»;
- Telegram.

2.5. Создайте таргетированную рекламу, следуя инструкции из соответствующего руководства.

2.6. Наберите порядка тысячи человек в онлайн-группу.

2.7. Привлеките людей со своей страницы, из рекламных лид-форм.

2.8. Запустите обсуждения в паблике.

3. Продвижение курса и линейка инфопродуктов

3.1. Создайте лид-форму и предложите бесплатный материал в обмен на контакты. Для сбора аудитории организуйте почтовую рассылку или рассылку в мессенджере.

3.2. В качестве альтернативного варианта создайте бесплатный вебинар, руководствуясь соответствующей инструкцией.

3.3. Начните марафон и закройте продажи в будний день.

3.4. Предложите людям помечтать о том, как изменится их жизнь, когда они пройдут курс.

3.5. Составьте домашние задания таким образом, чтобы на них уходило от 5 до 15 минут. И чтобы результатами выполнения этих заданий можно было поделиться в сети, а результат был виден и ощутим сразу.

Домашнее задание 1	
Домашнее задание 2	
Домашнее задание 3	
Домашнее задание 4	
Домашнее задание 5	
Домашнее задание 6	
Домашнее задание 7	
Домашнее задание 8	

3.6. Запланируйте по одному прямому эфиру в день.

3.7. Выходите в эфир и публикуйте посты в одно и то же время.

3.8. Заранее изучите все вопросы, которые вам задает аудитория.

3.9. Отрепетируйте свои прямые эфиры, проговорив заранее ответы на вопросы.

3.10. Под каждым таким постом предложите поделиться комментариями о выполнении домашних заданий.

3.11. Ответьте на все комментарии и вопросы. В случае, если ответа не требуется, поставьте лайк.

3.12. Опционально опубликуйте дополнительное видео с ответами на вопросы.

3.13. Создайте прикрепленный (верхний) пост, в котором будут описание и технические инструкции, как настроить уведомления, чтобы не потерять ни одного задания. Там же напишите расписание занятий.

3.14. Предложите людям в группе или чате познакомиться друг с другом.

3.15. Сделайте пост, в комментариях к которому все расскажут о себе по предложенной вами схеме.

3.16. Объясните, что оплачивать курс можно только в определенное время, до обозначенного дедлайна.

3.17. Предложите скидку первым и сделайте цену пропорционально растущей.

3.18. Поставьте ограничение по количеству, объясняя это тем, что кураторам требуется время для каждого, чтобы дать обратную связь и чтобы она была качественной.

3.19. По мере уменьшения лимита участников и времени пишите посты о количестве оставшихся мест и времени до старта.

3.20. После дедлайна не принимайте участников.

3.21. После того как курс пройден, обязательно попросите у участников отзывы о прошедшем мероприятии — они потребуются для публикации в виде социальных доказательств для следующих запусков.