

Мастер Класс

Технология Пошагового Построения Саморазвивающегося
Партнерского Бизнеса с использованием готовой бизнес-
системы в высокодоходных нишах электронной
коммерции, инновационных оздоровительных
технологий, рынке дистанционного обучения.

Тема 6. Настройка на целевую аудиторию.

Подготовка коммерческих предложений.

Копирайтинг.

Построение потока кандидатов.

Слагаемые успеха

- Целевая аудитория;
- Полезный продукт;
- Конкурентные преимущества продукта;
- Копирайтинг;
- Ценовая политика;
- Эффективная реклама;
- Простота покупки...

Ключ - в знании потребностей, характера, привычек, предпочтений именно Целевой аудитории.

Целевая аудитория

Какие потребности мы можем удовлетворить?

- У Вас есть идея
- Вас волнует жилищный вопрос
- У Вас есть свое дело
- Вы хотите автоматизировать свое дело
- Вы ищете новые рынки
- Вы устали от своего бизнеса
- Вы имеете свободный капитал
- Вы хотите инвестировать в недвижимость
- Вы создали свою структуру

Целевая аудитория

- Люди, которые ищут возможности дополнительного заработка.
- Люди, которые ищут возможности начать новый бизнес, но пока еще не определились, что именно делать.
- Люди, которые уже занимаются **МЛМ** или занимались им раньше, и их не устраивают результаты.
- Растущие лидеры
- Люди, которые исследуют именно Intway/INSpace

Что продаем

- Корпорация
- Продукт (товар/сервис/обучение)
- Система ведения бизнеса
- Команда и отношения
- **Главный продукт – это ВЫ, который помогает решить вопросы кандидата в партнеры!**

Задача автомата продаж

- Продать
- Взять обратную связь

Технология:

1. запрос в поисковой системе;
2. переход на сайт;
3. изучение коммерческого предложения;
4. решения о покупке, щелчок на кнопке "купить" или выход на связь.
5. решение узнать подробнее и подписка на рассылку

Целевая аудитория

Целевая аудитория – Это люди, которые **заинтересованы** в Вашем продукте...

и ГОТОВЫ КУПИТЬ!

Сегмент ЦА имеет схожие характеристики и одинаково реагирует на выбранное воздействие.

Традиционно сегментируют:

- По половой принадлежности;
- По возрасту;
- По интересам;
- По уровню дохода;
- По социальному статусу
- По профессии

Целевая аудитория

Наиболее проста в применении схема пяти W.

- **What?** (что?) по типу товара. Например: подработка, предпринимательство, бизнес, инвестиции..)
- **Who?** (кто?) по типу потребителя: семья, мужчины, женщины, студенты, предприниматели, сетевики и т. д.
- **Why?** (почему?) по типу мотивации к совершению покупки: пропал источник, негде жить, ХОЧУ, и т. д.
- **When?** (когда?) по ситуации, в которой совершается покупка: всегда, подарок к празднику, ...
- **Where?** (где?) по каналам сбыта: на определенной территории, агентские продажи, интернет-магазинах...

Целевая аудитория

Для продажи бизнеса

- По отношению к созданию Своего Дела
- По рыночной нише (электронная коммерция, инвестиции, здоровье, обучение)
- По типу бизнес модели (производство/услуги, инфобизнес, МЛМ, интересетевой бизнес, франчайзинг)
- Деловые связи (Прежние клиенты, партнеры..)

Целевая аудитория

Для Автомата Продаж более существенно сегментация по готовности купить:

- ЛЮБОПЫТНЫЕ, которые ищут информацию («бизнес, предпринимательство»)
- ИСКАТЕЛИ, которые выбирают товар или услугу (автоматизированные методы продаж, интернет продажи, рейтинг, выбрать, сравнить)
- ПОКУПАТЕЛИ, которые ищут продавца выбранного товара или услуги. («**купить бизнес intway**»)
"купить", "приобрести", "заказать"

Портрет кандидата

- **Географические характеристики.** Где человек живет, работает. Местоположение региона, динамика его развития, численность и плотность населения, доступность интернет, структура коммерческой деятельности, климат, юридические ограничения.
- **Демографические характеристики.** Возраст, пол, дифференциация доходов, семейное положение и размер семьи, профессия, образование.
- **Психографические характеристики.** Типы личности (например, интроверт-экстраверт, прагматик-романтик и т. п.), социальные группы, этапы жизненного цикла семьи.
- **Поведенческие характеристики.** Интенсивность использования интернет, опыт использования, приверженность стилю жизни, степень лояльности к фирме и бренду, повод для партнерства, важность партнерства.

На что влияет целевая аудитория?

- **Контент.** Нужная и полезная информация, ценная для кандидата...
- **Дизайн.** женские сайты или бизнес-сайты
- **Способы привлечения посетителей:**
 - Контекстная реклама
 - Тематическая рассылка
 - Специализированные тематические сайты
 - Тематические форумы и конференции
- **Методы воздействия**
 - Стиль изложения
 - Оформление
 - Применение мультимедиа
 - Игровые элементы
 - Диалоги

Копирайтинг

- Составление рекламных (в том числе "продающих", имиджевых и презентационных) текстов.

Задача - Создать яркую, запоминающуюся, привлекательную для потенциального покупателя рекламную идею, включая **уникальное торговое предложение** (УТП).

Заинтересовать, убедить потенциального партнера и побудить его к необходимому действию посредством текста: покупка, звонок, визит, клик....

Копирайтинг прямого отклика (direct-response), призванный побудить читателя текста совершить покупку здесь и сейчас!

Маркетинг

Наша основная ниша - люди, находящиеся в переходной стадии

Это люди, стремящиеся к лидерству!

Вы сейчас сформировали свое видение, цели, личную стратегию, сформировали Видение своей команды.

Остается оформить и донести эту информацию в нужное время до нужных людей

– это назначение Системы.

Технология Саморазвивающихся Систем

Задачи Автомата Продаж Бизнес Системы:

- Привлечь внимание заинтересованного в нашем предложении кандидата
- Ответить на вопрос «Почему купить нужно именно Сейчас, именно Вашу Систему и стать членом именно Вашей Команды»
- Пошагово рассказать кандидату, что нужно сделать для оформления партнерства с Вами
- В случае отложенного решения – взять обратную СВЯЗЬ

Копирайтинг

Структура продающего текста:

01 шаг - Ключевая Выгода

02 шаг - Вызываем доверие

03 шаг - Проблема

04 шаг - Доказываем что

05 шаг - Решение проблемы - наше партнерство

06 шаг - До и после, отзывы участников проекта

07 шаг - Маркированный список выгод

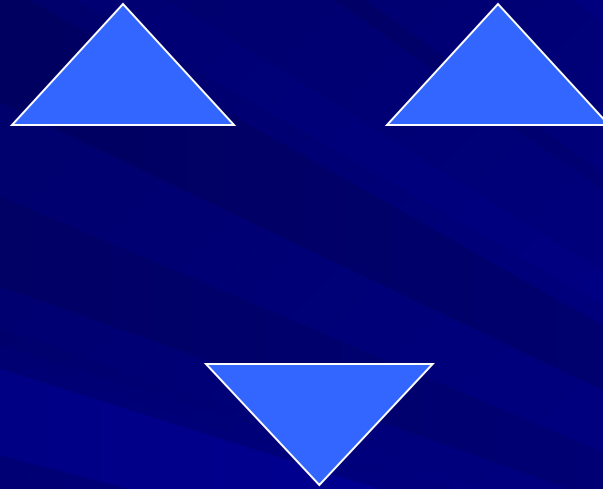
08 шаг - Как купить бизнес

09 шаг - Подписной лист

10 шаг - Цепляющий P.S.

Не забывайте о интриге!

Приглашение – интрига



Что вы видите?

Это - Мини бикини

Оставляет большое пространство для фантазии, но скрывает самое **главное**



Интрига Это недосказанность вызывающая **ИНТЕРЕС** у человека

... Каждый мужчина рождается с жаждой покорения женщин. И жажда эта сопровождает его 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Хочешь, чтобы противоположный пол необъяснимо возбуждался в твоём присутствии? Приобретай магию обольщения...

В тот момент, когда человек заинтересован, он активно обдумывает эту недосказанность, пытается сам подобрать ее продолжение, рисуя для себя огромное количество вариантов. В его голове, возникает много вопросов и много вариантов ответов. Другими словами, интригой человек, заставляет другого человека думать и спрашивать себя.

Интрига используется для того, чтобы, как раз, заставить человека, думать, о тебе.

Здесь, возможность ее использования очень широка, например, можно из любого окружающего вас объекта, создать условия, при которых, другой человек, будет о вас думать, и думая о вас чаще, он, возможно будет еще более спрашивать себя "Почему? Что такое?"...

Подсознательно, человек, эти вопросы, будет ассоциировать с вами. Интрига - пробуждает еще больший к вам интерес. Если, другой человек, не чувствует к вам интереса, то, через пару дней он вас забывает, и интерес умирает. Здесь велика вероятность того, что вы более никогда с ним не встретитесь, или вам по новой, придется этот интерес пробуждать. Лучше всего, этот интерес поддерживать и преображать его в еще более сильный.

Поэтому, интерес в человеке пробуждается ровно в тот момент, когда в его голове родилось множество вопросов и **НАДЕЖДА** получить на них ответы!

Задача автомата продаж(промоушен):

- вызвать интерес
- оставить необходимость у кандидата подписаться на рассылку.

Чем больше Вы даёте информации, тем меньше у человека остаётся причин оставить контакт! Ведь Вы ему уже всё рассказали.

Успех подписного сайта это:

- Интрига 30%
- Аудио.Тон голоса . Тон должен быть чётким и уверенным 25%
- Видео. Ваш настрой. Улыбка. Доброжелательность. 20%
- Ваше отношение к приглашённому. У Вас должно быть истинное желание с ним работать, а не просто подписать контракт 15%
- А уже после всего специально оформленный текст. Краткий и конкретный, логично отвечающий на вопрос: почему Вы хотите пригласить именно этого человека? 10%

Думайте о том, кого Вы приглашаете в бизнес, ведь в дальнейшем Вам с ним работать рука об руку постоянно!

Копирайтинг

На сегодняшний день У Вас есть:

- Личное видение
- Персональный бренд
- Личная стратегия
- Портрет идеальной команды
- Семантическое ядро запросов
- Портрет идеального партнера

***Используйте эти знания при разработке
Вашего продающего текста!***

Домашнее задание

Подготовить текст, продающий Ваш продукт с сайта с учетом материалов рабочей тетради, прилагаемой литературы, примеров продающих текстов.

На практике в пятницу мы проанализируем
Ваши продающие тексты.

Тема следующего занятия –

Система предпродажной подготовки.

Жду Ваших предложений сообщений и звонков!

Максимум СВОБОДЫ, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ!

Ваш играющий тренер Зырянов Сергей

Владелец Центра Делового Развития Зс <http://3cdr.com>

Разработчик саморазвивающихся бизнес систем

«Автомат продаж» <http://automatsales.com>

Организатор Виртуального Клуба Реальных

Предпринимателей

<http://virtrealclub.com> info@virtrealclub.com

тел. +7(812)3618120, +7 911 7791758

Лучше через Skype логин bonsayspb



Будь СВОБОДНЫМ!