

Волшебство продающих марафонов

День 1. Идея - Концепция - Планирование

Сергей Лукьянов

Знакомство

- Чем вы занимаетесь? Ваша Тема и Ниша?
 - Имеется ли опыт продаж в Интернете?
 - У кого какой стаж в этой теме? Как давно вы этим занимаетесь?
 - Чего ждете от нашего Интенсива? Какой результат для вас был бы идеальным? Ответы на какие вопросы вы бы хотели получить?
- 

Идея продающего марафона (флешмоба)

- Серия интернет мероприятий (вебинаров, трансляций, видео, заданий) проводимых на одну тему
- Марафон - первый шаг на пути к результату клиента



Цели и задачи марафона

- Человек **НЕ ДОЛЖЕН** получить конечный результат
- У человека **ДОЛЖНО** сформироваться четкое представление о том как этот результат получать
- Задача марафона - максимально **ВОВЛЕЧЬ** человека в путь достижения результата (сделать первые шаги)



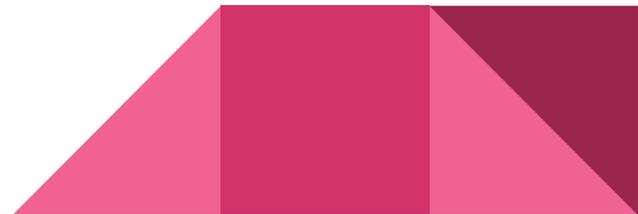
Ключевой принцип - 2-х шаговые продажи

- **ШАГ 1** - Марафон
- **ШАГ 2** - платное предложение

На марафоне продаем: Индивидуальный коучинг, Групповой коучинг или консалтинг, тренинг и т.д.



Стратегии 2-х шаговых продаж, которые мы
зашиваем в марафон:



Стратегия №1

На марафоне показываем причины проблем или неудач и зовем в платную программу чтобы их устранить

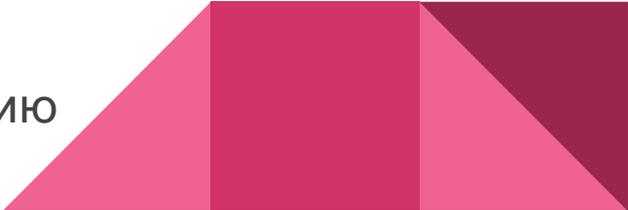
Примеры (причины + устранение)

1. **Причины отсутствия отношений с мужчиной** (страхи, неуверенность, неумение общаться, убеждения) + индивидуальная платная программа по устранению причин и практические действия
 2. **Причины лишнего веса** (неправильное питание, стресс, отсутствие правильных привычек) + индивидуальная платная программа по устранению причин и практические действия
 3. **Причины низких продаж** (широкая ниша, слабые офферы, неправильная реклама) + индивидуальная платная программа по устранению причин и практические действия
- 

Стратегия №2

На марафоне составляем план работы
и зовем в индивидуальную платную
программу для его внедрения

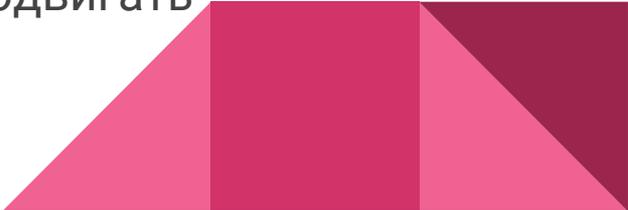
Примеры для разных ниш (План + внедрение)

1. **Составляем план привлечения Достойного мужчины** (портрет, места для знакомств, стратегии общения, внешний вид) + индивидуальная платная программа по реализации этого плана
 2. **Составляем план похудения** (питание, физические нагрузки, правильное пищевое поведение) + индивидуальная платная программа по внедрению этого плана
 3. **Составляем пошаговый план создания автоворонки на консультацию** (аудитория, ниша, магнит, дорогая индивидуальная программа, серия продающих писем, реклама) + индивидуальная платная программа по внедрению этого плана действий
- 

Стратегия №3

На марафоне делаем первый шаг на пути к результату, а в платной программе предлагаем пройти весь путь

Примеры (Первый шаг + Весь путь)

1. **Составляем и размещаем анкету на сайте знакомств**, а в индивидуальной платной программе предлагаем научиться общаться с мужчинами, выбирать и отсеивать их
 2. **Учимся создавать первую индивидуальную программу**, а в индивидуальной платной программе предлагаем научиться продвигать и продавать ее.
 3. **Учимся писать рекламный пост**, а в индивидуальной платной программе предлагаем научиться создавать и продвигать рекламные компании на основе таких постов
- 

Стратегия №4

На марафоне даем фишки и секреты, а
в платной программе предлагаем
получить систему

Примеры (фишки + система)

1. **Даем быстрые фишки и методы по похудению**, а в индивидуальной платной программе предлагаем создать для человека индивидуальную систему похудения с учетом его персональных особенностей и предпочтений
 2. **Даем фишки и лайфхаки по быстрому восстановлению отношений с мужем**, а в индивидуальной платной программе предлагаем обучиться навыкам и подойти более глубоко и комплексно к возрождению отношений
 3. **Даем фишки и методы по быстрому заработку первых денег на консультациях**, а в индивидуальной платной программе предлагаем построение системы
- 

Стратегия №5

На марафоне даем базовый уровень методики, а в платной программе продвинутые стратегии

Примеры (базовый + продвинутый уровень)

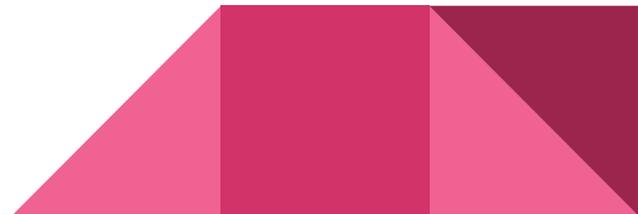
1. **Даем базовые основы таро**, а в индивидуальной платной программе предлагаем освоить таро системно и глубоко
 2. **Даем базовые основы продающих постов в соцсетях**, а в платной индивидуальной программе предлагаем научиться писать разные виды продающих постов практически по разным формулам
 3. **Даем базовый уровень настройки таргетированной рекламы ВК**, а в индивидуальной платной программе предлагаем освоить продвинутые методики, технологии и сервисы по созданию и продвижению таргетированной рекламы
- 

Комбинирование

На марафоне для разных дней можно
и нужно комбинировать разные
стратегии

Какие стратегии лучше подходят
для вашей темы?

Планируем кол-во вебинаров, название и
стратегию для каждого

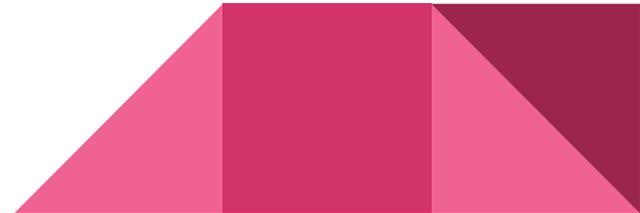


С чего начинается разработка
продающего марафона?

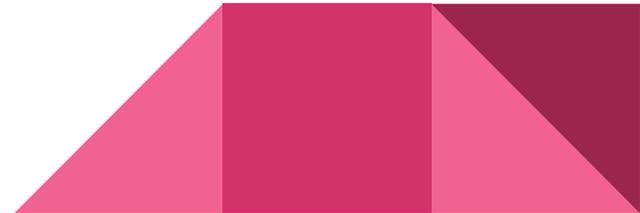


С ПЛАТНОЙ ПРОГРАММЫ !!!

Марафон - это первая ступень для продажи
платной программы



Как придумать название для
продающего марафона?



Правило 1.

Марафон и платная программа
должны быть на одну тему, но с
РАЗНЫМИ НАЗВАНИЯМИ

Примеры

Марафон - Секреты похудения, **Программа** - Стройняшка на 100 000

Марафон - Очередь клиентов на консультации, **Программа** - Автоматизация продаж дорогого коучинга



Правило 2.

В названии марафона НЕ ДОЛЖНО
быть завышенных обещаний

Примеры

Плохо - “Похудеть за 5 дней”, “Выйти замуж за 7 дней”, “Выучить китайский за неделю”

Такие названия приводят к разочарованию клиентов из-за завышенных ожиданий и оттолкнет адекватных людей, которые понимают, что это невозможно

Хорошо - “Очередь клиентов на консультации”, “7 Секретов похудения”, “Как составить анкету для сайтов знакомств”, “5 Секретов зачатия здорового ребенка”



Правило 3.

Название марафона - это или МЕЧТА
вашей целевой аудитории или
избавление от главной БОЛИ

О чем мечтают ваши клиенты?

Мечты моих клиентов:

- Создать очередь из клиентов
- Найти клиентов, готовых платить дорого
- Научиться продавать не продавая



Какая самая главная боль ваших клиентов?

Боли моих клиентов:

- Приходят на консультации, но ничего не покупают
- Говорят все классно, но не платят
- Получают первые результаты и сваливают



Несколько формул продающих названий?

- **Что делать если ...**
 - Что делать, если муж не обращает на вас внимания
 - Что делать, если ребенок попал в плохую компанию
- **Эмоциональный вопрос для вашей ЦА (Почему...)**
 - Почему мне попадаются не те мужчины?
 - Почему мой вес постоянно возвращается
 - Почему мне ни на что не хватает времени
- **X секретов**
 - Малоизвестный секрет, который позволит вам заполучить сердце мужчины уже на первом свидании
 - 3 секрета больших продаж на консультации

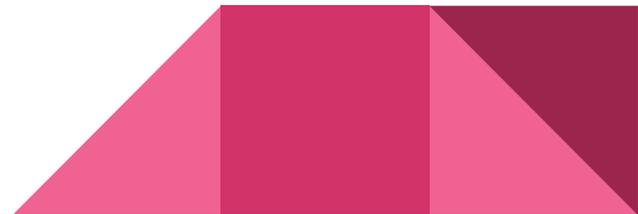
Финансовая математика.

На этапе планирования рассчитываем
основные показатели и планируем
продажи на марафоне

Расчет численности

Средний по больнице норматив:

- В прямом эфире будет 10% людей от числа зарегистрированных на марафон участников
- Посмотрят вебинары в записи 30%



Явка падает с каждым днем

Самые ценные вещи даем в начале
марафона



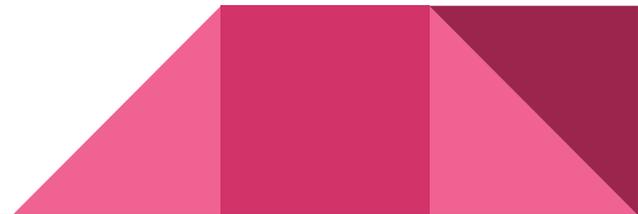
Календарный план

Минимум - Начать сбор людей на марафон за 2 недели до начала

Максимум - Начать сбор людей на марафон за месяц до начала

Обязательно применять разогрев людей перед марафоном еще до его начала для того, чтобы те, кто записался рано не забыли и не остыли

Если вести марафон каждый день - получается лучшее погружение и вовлечение людей



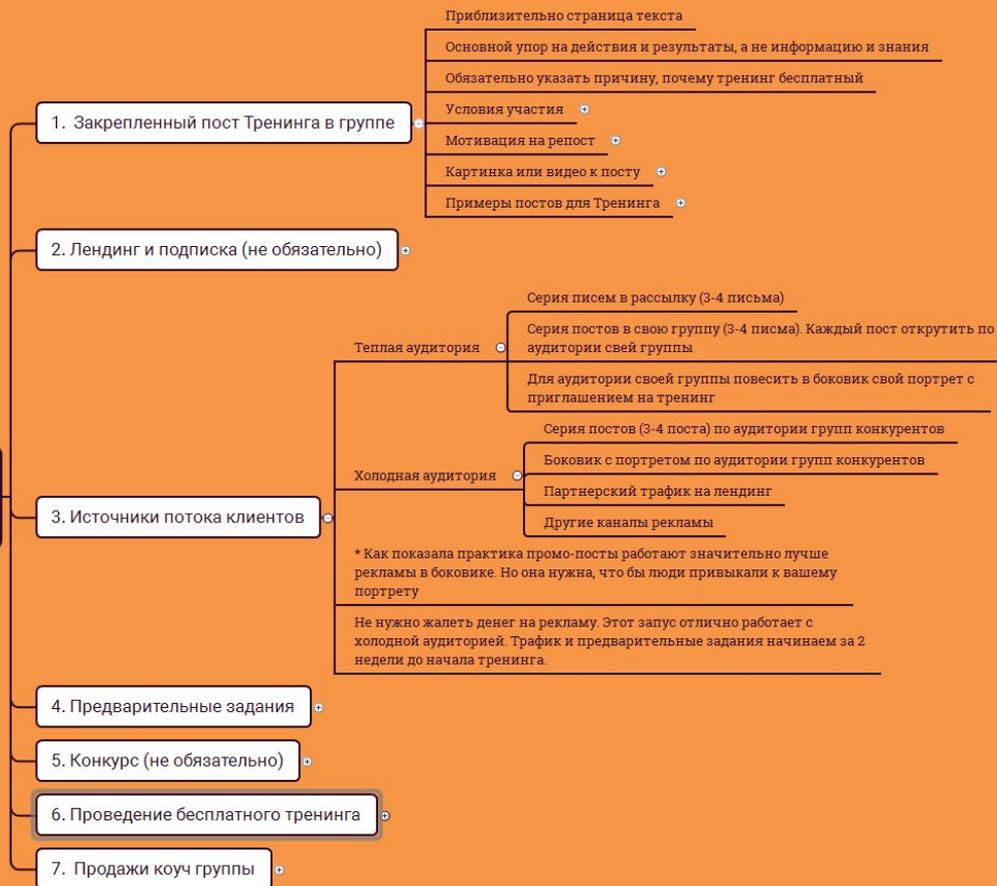
Что нельзя делать на марафоне

1. Нельзя грузить людей многочасовыми лекциями. Обязательно нужен интерактив
 2. Нельзя молчать “про следующий шаг”. С первого дня нужно говорить про вашу платную программу
 3. Нельзя детально отвечать всем на все вопросы. Всегда должна оставаться недосказанность. Постоянно создаем “открытые петли” для повышения интереса к вашей платной программе
- 

Инструменты для планирования
продающего марафона.

1. Интеллект-карта

Запуск коуч-группы через 2-х недельный открытый тренинг



2. Таблица Гуглдок

2	Планирование основных показателей запуска			
3				
4	Исходные данные для планирования			
5	Финансовая цель запуска (руб)	300 000,00		
6	Модель запуска (кол-во продающих вебинаров)	3		
7	Цена за 1000 показов промпоста ((руб)	240,00		
8				
9				
10				
11	Тарифы основного тренинга, курса или коучинга	Цена	% в продажах	Кол-во продаж
12	Тариф Дорогой руб. (Продажи с консультаций)	30 000,00	15,00%	3
13	Тариф Средний руб.	15 000,00	50,00%	11
14	Тариф Дешевый руб.	5 000,00	35,00%	8
15	Стоимость продукта - ликвидатора затрат на трафик	560,00		
16				
17				
18				
19	Основные конверсии для расчетов	% закрытия		
20	Конверсия продаж на вебинаре (КОНВВЕБ)	10,00%		
21	Конверсия продаж на консультации (КОНВКОНС)	30,00%		
22	Средний Процент явки подписчиков на вебинар (СПЯ)	7,00%		
23	Конверсия вступления в группу тренинга с рекламного показа (КОНВ ВСТУП)	0,70%		
24	Конверсия продаж ликвидатора через рассылку, посты и сообщения в личку	5,00%		
25				
26				
27				
28	Плановые показатели запуска			
29	Планируемый средний чек на запуск (СЧ). руб	13 750,00		

2. Гугл презентации

Волшебство продающих марафонов. День 1. Идея - Концепция - Планирование

файл Правка Вид Вставка Формат Слайд Упорядочить Инструменты Таблица Дополнения Справка Все изменения сохранены на Диске

+ - [Print] [Undo] [Redo] [Find] [Search] [Navigation] [Fullscreen] [Refresh] [Close] [Zoom] [Share] [Help] [More]

Фон... Макет... Тема... Переход...

1 Волшебство продающих марафонов
День 1. Идея - Концепция - Планирование
Сергей Лукьянов

2 Знакомство

- Кто вы как специалист? Как "Выше себя"?
- Почему вы хотите продать и получить?
- Почему вы хотите продавать? Почему вы хотите продавать?
- Как вы можете помочь (помощь)? Какой результат вы хотите для клиента? Почему вы хотите продавать? Вы можете помочь?

3 Идея продающего марафона (плешмоба)

- Если вы хотите продавать, вам нужно продавать не просто так.
- Марафон - это не просто рекламная акция.

4 Цели и задачи марафона

- Целью марафона является увеличение продаж.
- Цели марафона: увеличить количество продаж, увеличить количество клиентов, увеличить количество заказов, увеличить количество заказов, увеличить количество заказов.
- Задачи марафона: привлечь внимание к продукту, увеличить количество заказов, увеличить количество заказов, увеличить количество заказов.

5 Ключевой принцип - Индивидуальные продажи

- МАРТ - индивидуальность.
- МАРТ - индивидуальность.

6 Стратегии Индивидуальных продаж, которые мы рассмотрим в марафоне:

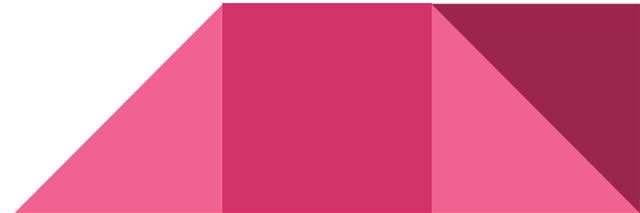
Волшебство продающих марафонов

День 1. Идея - Концепция - Планирование

Сергей Лукьянов

Разработка вебинаров ведется задом-наперед.

Танцуем от конечных домашних заданий



Домашнее задание

1. Определится с платной программой и ее форматом
 2. Разделить контент на платный и бесплатный (по стратегиям 2-х шаговых продаж)
 3. Придумать название продающего марафона
 4. Определить финансовую цель запуска и отталкиваясь от нее и от стоимости платной программы рассчитать необходимое кол-во регистраций на марафон и рекламный бюджет
 5. Спланировать дату начала марафона и дату начала рекламной кампании
 6. Исходя из поставленных целей спланировать задачи и распределить их по исполнителям
- 



Ваши вопросы



Что было полезного сегодня?