

ЗАПУСК НА 180 000 НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ВКОНТАКТЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, РЕКЛАМА, РЕЛИЗ... ЧТО ДАЛЬШЕ?



В ЭТОМ ОТЧЕТЕ:

**КАК ЗАПУСТИТЬ
ТРЕНИНГ ВСЕГО НА 160
ЧЕЛОВЕК И ПОЛУЧИТЬ
ЗАКАЗОВ НА 180 Т.Р.?**

**ИСТОРИЯ ПРОВАЛА,
КОТОРАЯ В ИТОГЕ
ОБЕРНУЛАСЬ УСПЕХОМ**

**ЧТО САМОЕ ВАЖНОЕ
ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ
ЗАПУСКА?**

**ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ ВСЕ
ИДЕТ НЕ ПО ПЛАНУ?
ПЛАН "Б"**

Кейс - как запустить тренинг всего на 160 человек и получить заказов на 180 т.р.

Сергей Лукьянов

... Сегодня, я хочу поделиться с вами историей одного запуска, который принес моей клиентке чуть более 180 000 руб. заказов в нише "Выйти замуж за Достойного".

И это при том, что запуск проводился фактически на аудиторию всего 160 человек.

Эта история будет особенно полезна тем коучам, психологам и консультантам, которые уже продают свои услуги или коучинг, но делают это на небольшие суммы и не регулярно.



СЕРГЕЙ ЛУКЬЯНОВ

Добрый день! Меня зовут Сергей Лукьянов. Я автор и владелец проекта “Клуб высокооплачиваемых коучей и консультантов”

Помогаю коучам, консультантам, психологам и экспертам в мягких нишах быстро привлекать платежеспособных клиентов и продавать им дорогие индивидуальные и или групповые программы и коучинг без затрат на построение бренда и создание огромных подписных баз или сообществ в социальных сетях.

Мои клиенты продают свои программы без широкой известности, без большой подписной базы и без наличия больших групп и пабликов в социальных сетях.

Сегодня, я хочу поделиться с вами историей одного запуска, который принес моей клиентке чуть более 180 000 заказов в нише **“Выйти замуж за Достойного”**. И это при том, что запуск проводился фактически на аудиторию всего 160 человек.

Отличительной особенностью этого запуска было то, что он целиком и полностью проводился в рамках социальной сети ВКОНТАКТЕ. Начиная от рекламной компании по привлечению клиентов и заканчивая проведением платной программы.

Для его проведения не потребовалось лендингов и подписных страниц. Для его проведения не потребовалось Email рассылок. Все в рамках привычных интерфейсов любимой социальной сети.

Эта история будет особенно полезна тем коучам, психологам и консультантам, которые уже продают свои услуги или коучинг, но делают это на небольшие суммы и не регулярно.

В этом отчете вы узнаете за счет чего нам это удалось, что и как мы делали, какие совершали ошибки и что повлияло на результат.

Возможно, вас посетят интересные идеи, которые помогут увеличить ваши продажи и успешно запустить ваши коучинговые, консультационные или психологические группы и практики.

ВЫБОР ТЕМЫ И НИШИ

Это важнейший этап в запуске. Очень важно найти тему, которая будет востребована аудиторией. Иначе все усилия будут бесполезны.

Кстати, однажды так и случилось с запуском одной другой моей клиентки. Мы с ней сделали грубейшую ошибку в выборе темы, и, несмотря на то что в запуск собрали аудиторию более 700 человек, наши продажи составили всего 42 000 рублей. Чего едва хватило на то, чтобы “отбить” рекламный бюджет. (да, и у нас бывают промахи и ошибки. А вы думали мы с рождения делаем запуски на сотни тысяч?)

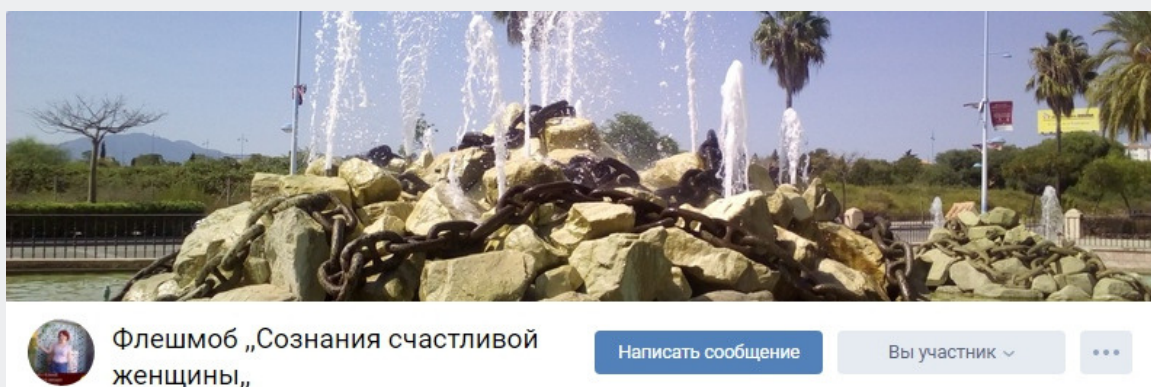


ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВА

Но вернемся к разбору запуска. На самом деле существует несколько довольно простых способов тестирования востребованности и все можно определить еще до начала основных действий.

В случае с Еленой Алексеевой (так зовут мою клиентку) все было просто. Она давно уже на этом рынке и вопрос востребованности темы остро не стоял. Основная программа называлась “Ах, какая женщина!” а для продающего тренинга-марафона мы выбрали название “Сознания счастливой женщины”

Продающий марафон проводился на базе специально созданной для этой цели закрытой группы ВКОНТАКТЕ.



К группе было подключено приложение “Гамаюн”, которое выполняло роль сбора подписчиков и рассылки.

ПЛАНИРОВАНИЕ

Планирование - один из важнейших, если не самый важный, этап запуска. Во время планирования определяются все показатели вашего будущего запуска и исходя из них ставятся задачи и разрабатывается календарный план и бюджет.

Мы запланировали финансовую цель, общее количество продаж, средний чек, линейку тарифов для платного тренинга, график повышения цен. Определились расчетным путем с необходимым количеством людей на вебинарах и количеством подписчиков в закрытой группе продающего марафона.

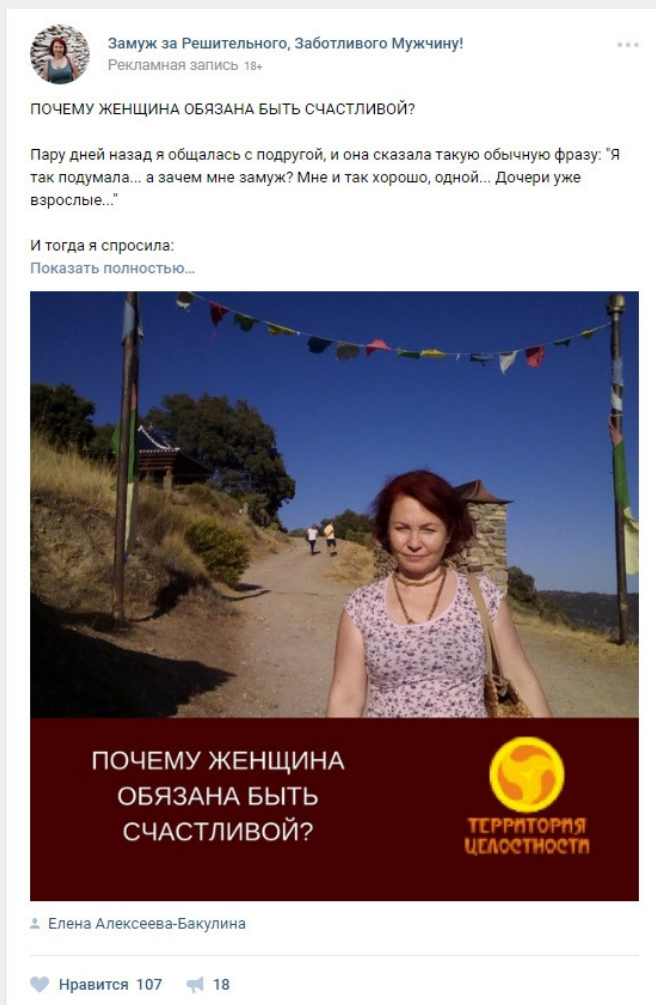
Исходя из этого определили требуемый рекламный бюджет и спланировали рекламную компанию. В этом запуске мы использовали только один источник трафика для набора подписчиков в закрытую группу - таргетированную рекламу ВКОНТАКТЕ.

Все расчеты проводили при помощи специально разработанной таблички с зашитыми в нее формулами

1				
2	Планирование основных показателей запуска			
3				
4	Исходные данные для планирования			
5	Финансовая цель запуска (руб)			
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)		100,00%	
13	Тариф Средний руб.		0,00%	
14	Тариф Дешевый руб.		0,00%	
15	Стоимость продукта - ликвидатора затрат на трафик			
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%		
--				

В результате у нас появился четкий календарный план и мы точно знали что и в какие сроки нужно делать

РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ



Замуж за Решительного, Заботливого Мужчину!
Рекламная запись 18+

ПОЧЕМУ ЖЕНЩИНА ОБЯЗАНА БЫТЬ СЧАСТЛИВОЙ?

Пару дней назад я общалась с подругой, и она сказала такую обычную фразу: "Я так подумала... а зачем мне замуж? Мне и так хорошо, одной... Дочери уже взрослые..."

И тогда я спросила:
Показать полностью...

ПОЧЕМУ ЖЕНЩИНА ОБЯЗАНА БЫТЬ СЧАСТЛИВОЙ?

ТЕРРИТОРИЯ ЦЕЛОСТНОСТИ

Елена Алексеева-Бакулина

Нравится 107 18

Мы четко знали сколько человек нам нужно набрать в закрытую группу продающего марафона. Поэтому собрали при помощи программы Таргет Хантер нужную нам целевую аудиторию, написали несколько постов с приглашением на бесплатный марафон, настроили объявления прошли модерацию и запустили рекламу.

Скажу сразу и честно, что рекламную компанию мы провалили и пришлось использовать план Б. Но об этом чуть позже...

В закрытую группу, истратив плановый рекламный бюджет, мы набрали и всего 164 человека.

Нашей ошибкой было то, что таргетированную рекламу мы делали самостоятельно.

Теперь я твердо убежден, что такие технические моменты, как рекламная компания, надо поручать специалистам. Конечно контролируя что они делают и на что тратят рекламный бюджет

РЕЛИЗ

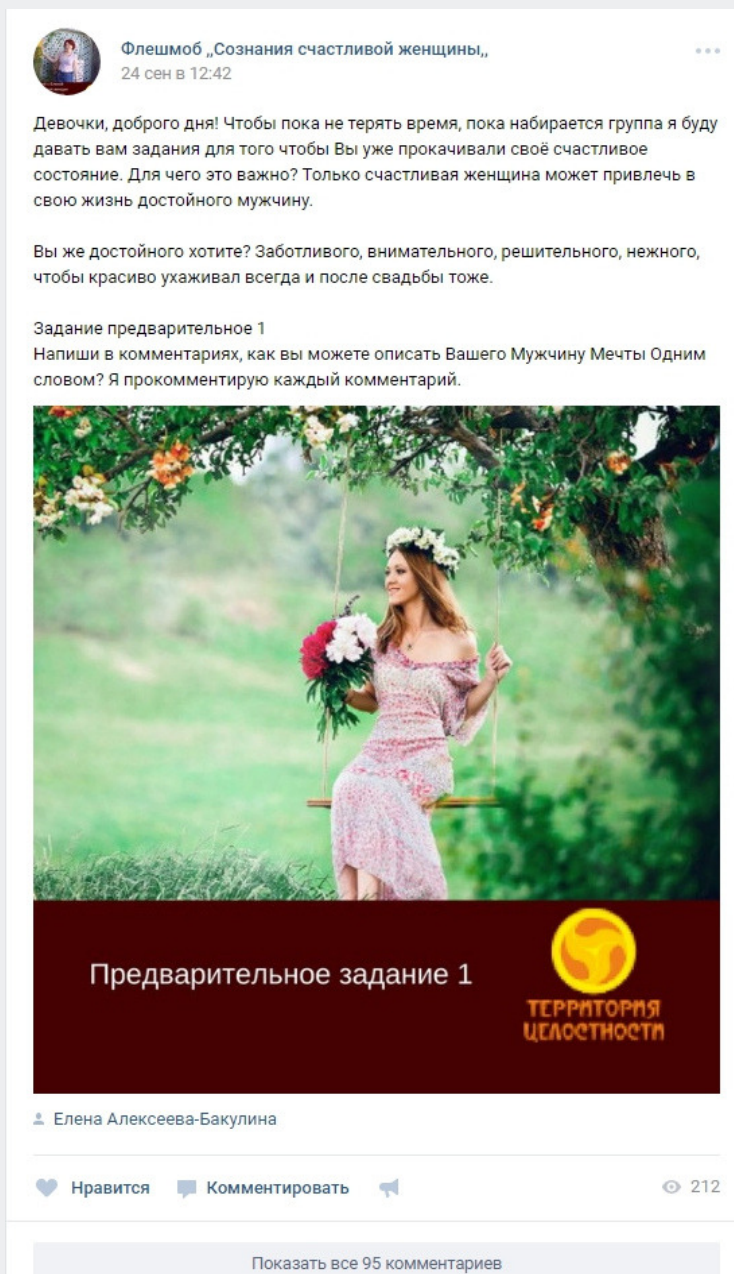
Релиз - это предзапуск. До того, как стартуют продажи, нужно разогреть аудиторию, создать максимально возможный ажиотаж вокруг своего продукта.

Комплекс мероприятий, которые направлены на разогрев аудитории перед запуском, называется релиз.

Мы провели 3 полезных живых трансляции, выдали 8 предварительных домашних заданий, объявили что будет конкурс домашних заданий с хорошими призами.

Существует специальная технология проведения таких трансляций и создания продающих домашних заданий для марафонов, выполняя которые участники сами себе продают вашу платную дорогую программу.

Проводились внеочередные трансляции в случайное время с разбором домашних заданий и обратной связью. Это позволило еще сильнее вовлечь участников и заставить их постоянно следить за тем, что происходит в группе марафона.



Флешмоб „Сознания счастливой женщины,,
24 сен в 12:42

Девочки, доброго дня! Чтобы пока не терять время, пока набирается группа я буду давать вам задания для того чтобы Вы уже прокачивали своё счастливое состояние. Для чего это важно? Только счастливая женщина может привлечь в свою жизнь достойного мужчину.

Вы же достойного хотите? Заботливого, внимательного, решительного, нежного, чтобы красиво ухаживал всегда и после свадьбы тоже.

Задание предварительное 1
Напиши в комментариях, как вы можете описать Вашего Мужчину Мечты Одним словом? Я прокомментирую каждый комментарий.

Предварительное задание 1

ТЕРРИТОРИЯ ЦЕЛОСТНОСТИ

Елена Алексеева-Бакулина

Нравится Комментировать


212

Показать все 95 комментариев


Во время релиза важно:

- + Давать полезный контент
- + Давать правильные домашние задания.
- + Показывать возможности платного тренинга.
- + Продавали записи продающего марафона за небольшие деньги

ПРОДАЮЩИЙ МАРАФОН

 **Флешмоб „Сознания счастливой женщины,,**
8 окт в 12:16

Сегодня вебинар будет в 17-00 мск на этой страничке, чат будем использовать - комментарии под видео
<http://youtu.be/KEE2SWnRezo>




Флешмоб для сознания счастливых женщин 2 день
46 просмотров


Елена Алексеева-Бакулина

Нравится 7 Комментировать 176


Показать все 39 комментариев

 **Елена Авдеева**
Леночка, прими мою БЛАГОДАРНОСТЬ! Не перестаю восхищаться твоими уроками. Каждый раз пр-ходят новые озарение. Сейчас в записи посмотрела вебинар и не смотря на то, что с тобой уже отработала два потока, снова получила массу новой информации и открыла новые грани повтора. Благодарю! 🙏

14 окт в 13:11 Ответить 1

 **Елена Алексеева-Бакулина** ответила Елене
Еленочка, можно твой отзыв опубликовать в группе и на моей стене? Благодарю тебя дорогая, за твою искренность! 💕💕

14 окт в 14:09 Ответить

 **Елена Авдеева**
Да, конечно. И буду очень рада, если помогу этим тебе и девушкам, которые готовы и хотят работать над собой и с тобой, вместе с нами 🙏🙏

14 окт в 14:56 Ответить 1

Наш продающий марафон состоял из семи продающих вебинаров, которые анонсировали как бесплатный тренинг.

Приглашения на вебинары рассылались через подписку Гамаюн и делался пост с анонсом вебинара.

Иногда подключали таргетированную рекламу для напоминания участникам о вебинаре

На каждом вебинаре выдавалось новое продающее домашнее задание. Между вебинарами были неожиданные трансляции с обратной связью по домашним заданиям.

В закрытой группе постоянно публиковались тематические посты.

На последнем вебинаре подводились итоги конкурса домашних заданий и выдавались призы.

Продажи платного тренинга проводились на каждом вебинаре. Но... До планового финансового результата было еще далеко. И тогда...

ПЛАН "Б"

Было принято решение организовать еще один поток продающих мероприятий через личные консультации с Еленой. Благо народу было не много :)

Прозвонили всех, кто купил записи марафона и предложили бонусом консультацию по теме. Многие согласились и в последствии купили программу

На вебинарах и в рассылке сделали объявление об ограниченной серии бесплатных консультаций только для участников марафона. Получили еще несколько продаж платного тренинга.

ЧТО СЫГРАЛО ГЛАВНУЮ РОЛЬ ПРИ ПРОДАЖАХ

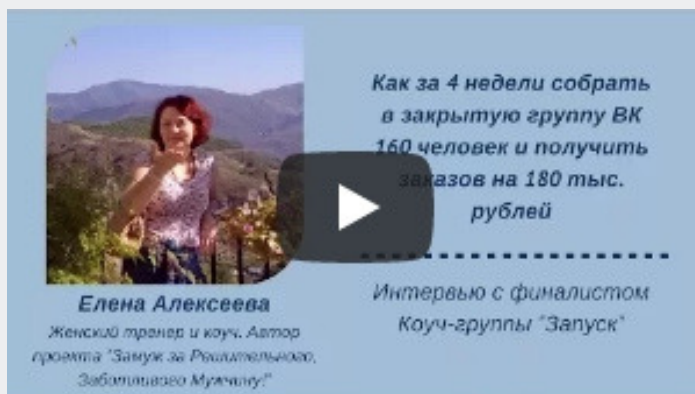
Востребованная тема, которая точно попала в аудиторию. Сказался большой опыт Елены в этой теме.

Ценообразование. Когда поднимаешь цены и делаешь лесенку цен и серию дедлайнов в ходе продающего марафона - продаж получаешь больше.

Вовремя подключенный план Б. Продавать дорогие продукты через консультации легче. И это в результате сыграло свою роль

Нам помогла способность быстро принимать решения и смелость. Ведь когда в самый разгар запуска мы решили подключить план Б, мы еще не знали, как это повлияет на продажи. И все же мы отбросили сомнения и сделали это.

ЧТО ДЕЛАТЬ ДАЛЬШЕ?



Посмотрите интервью, которое мы записали с Еленой перед окончанием запуска

<https://www.youtube.com/watch?v=DTiLV3l9CAk>

Если вас заинтересовал этот кейс и вы хотите, чтобы я помог и вам спланировать, организовать или провести подобный запуск - приходите на консультацию.

Записывайтесь здесь: <https://lp.lusp.ru/anketa3/>

НА КОНСУЛЬТАЦИИ МЫ МОЖЕМ:

- Спланировать подобный запуск и в вашей теме по проверенной технологии
- Рассчитать необходимые показатели запуска (рекламный бюджет, кол-во людей на вебинарах, выбрать оптимальную модель запуска и т.д.)
- Разработать примерный календарный план вашего запуска, исходя из ваших персональных возможностей, планов и финансовых целей
- Разработать сетку, тематику и структуру продающих вебинаров.
- Правильно составить продающие домашние задания
- И т.д.

Записывайтесь здесь: <https://lp.lusp.ru/anketa3/>



Желаю Вам успешных запусков!

С верой в ваш успех,

Сергей Лукьянов