

Как создать супер лид-магнит?



и получать в несколько раз больше клиентов в Ваш бизнес





Лид-магнит – это небольшой, но ценный продукт, который решает специфическую проблему для специфического сегмента рынка в обмен на контактные данные клиентов



Задача любого лид-магнита простая:
Привлечь клиентов, собрать их
контакты, выбрать из всех только тех,
кому Вы способны помочь (идеальных
клиентов)



Лид-магнит, как не странно –
**САМАЯ ВАЖНАЯ ЧАСТЬ
ВАШЕЙ ВОРОНКИ ПРОДАЖ**



Если посетитель не захочет получить
Ваш лид-магнит, то он не сможет
увидеть всего остального...



Лид-магнит – это не просто бесплатный продукт.

Это **ЦЕННОСТЬ** в обмен на которую посетитель дает Вам разрешение взять его контакт и писать ему письма (контактировать с ним)



Лид-магнит – это не совсем
бесплатный продукт.

Посетитель платит своим временем,
вниманием и даёт Вам разрешение
контактировать с ним, так что здесь
происходит обычная продажа



Форма подписки, просто
размещенная на Вашем сайте
— **ЭТО НЕ ЛИД-МАГНИТ**



Лид-магнит — содержит:

**Сильно-специфическое решение
для сильно-специфического рынка**

Это не идея для широкого круга людей

Это не всё для всех

Это ультраспецифическое решение конкретной
ультраспецифической проблемы очень узкого сегмента
рынка



Необходима конкретика!

ВАЖНО:

В лид-магните необходимо говорить о специфических выгодах

Ни в коем случае не о характеристиках, например:

«Как мы сгенерировали 250 лидов за 18 часов и увеличили вовлеченность и количество лайков на нашей фейсбук странице просто отдавая очень хороший и дешёвый контент»



ЛИД-МАГНИТ ЭТО

ОДНА БОЛЬШАЯ И СОЛИДНАЯ ВЕЩЬ

Все хотят получить «волшебную таблетку» или «мгновенное решение проблемы»

Поэтому сделайте **ОДНО БОЛЬШОЕ ПРАВДОПОДОБНОЕ ОБЕЩАНИЕ**

А не много маленьких (как это обычно делают)

Лид-магнит не должен быть «кратким содержанием Вашего большого курса»



ЛИД-МАГНИТ ДОЛЖЕН

АССОЦИИРОВАТЬСЯ С ЧЕМ-ТО СОЛИДНЫМ

Человек (подписчик, потенциальный клиент) должен понимать, что Вы, прежде чем предложить этот продукт – проделали массу работы, потратили много времени, сил и энергии.

Обзоры, шаблоны, чек-листы, библиотеки, сборники чего-то, интеллект-карты и т.п.



ЛИД-МАГНИТ ДОЛЖЕН

Обратиться только к одной уже сформированной потребности человека (проблеме)

У Вас должен быть аватар Вашего клиента

И Вам легко будет написать – что это за проблема: «Что на самом деле хотят Ваши клиенты?»

Не то, что им нужно, а чего они ХОТЯТ?

Продумайте ЭТО и ПООБЕЩАЙТЕ на странице с лид-магнитом



Уже сформированных проблем может быть много
Поэтому и лид-магнитов должно быть также много
И каждый такой лид-магнит должен вести человека по
Вашей воронке продаж к Вашему бек-енд продукту.



ВАЖНО!

В лид-магните должен быть заложен понятный и желаемый результат для человека (просто и понятно)

Именно в этом случае люди будут с удовольствием оставлять свои контакты и давать Вам свое внимание



ВАЖНО!

Называйте проблемы или потребности, которые Ваши посетители уже осознают сами. Проблема есть уже здесь и сейчас и человек хочет ее решить еще вчера.

Выбирайте самую большую проблему из всех, а не такую, которую человек легко сможет проигнорировать.



Быстрое удовлетворение потребности

Если Вы на самом деле «зацепили» человека и попали в сердце его проблемы, тогда человек захочет получить Ваш лид-магнит прямо сейчас.



Лид-магнит должен создать основу для последующих хороших отношений с клиентом

Лид-магнит обязан делать больше, чем информировать клиента – он должен менять его статус

Благодаря лид-магниту человек должен убедиться в Вашей экспертности

Благодаря лид-магниту человек должен увидеть, что Вы его действительно понимаете



Если лид-магнит сделан правильно, то Ваш подписчик, после его получения меняет видение Ваших будущих отношений

Он становится более открытым к новым контактам с Вами



И это очень легко достигается, если внутри лид-магнита
Вы показываете человеку «ЧТО» делать, но не говорите
сразу «КАК» это делать

И если Ваш лид-магнит эмоционально позитивен



Лид-магнит обязан иметь большую внешнюю ценность
То, что это бесплатный продукт – не значит, что выглядеть
он должен дёшево.

Как раз НАОБОРОТ!

Используйте профессиональную графику и сделайте
дорогую подписную страницу



Лид-магнит обязан иметь большую внешнюю ценность
То, что это бесплатный продукт – не значит, что выглядеть
он должен дёшево.

Как раз НАОБОРОТ! Он обязан выглядеть красиво!

Используйте профессиональную графику и сделайте
дорогую подписную страницу

Но без излишнего перфекционизма.



Лид-магнит обязан иметь **большую фактическую ценность**.
Вы не должны бросать слова на ветер и не выполнять своих обещаний, Вы должны давать реальную пользу, о которой говорите на подписной странице.

Иначе, Вы конечно же получите контакты посетителей, однако Вы мгновенно потеряете их доверие.

Чтобы быть впереди – Вы обязаны давать обещания и подтверждать их высококлассным продуктом.



ДАЙТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ КЛИЕНТАМ
РЕАЛЬНУЮ ПОЛЬЗУ, НАСТОЯЩУЮ ЦЕННОСТЬ
- ДРУГОГО ШАНСА У ВАС НЕ БУДЕТ!



Хороший Лид-Магнит расширяет горизонт человека он показывает ему то, чего он (возможно) не знал или вообще не догадывался

Создайте эффект «ВАУ!» внутри своего лид-магнита или сделайте так, чтобы человек сказал: «Ага, мне это тоже хочется знать и уметь», тогда Вы получите от потенциального клиента – самое главное – его доверие Вам



Лид-Магнит должен быть легким и понятным для восприятия – желательно, чтобы он также был быстрым для потребления (применения).

В противном случае Ваш лид-магнит станет огромным препятствием для Вашей воронки продаж. Именно поэтому он должен все-таки быть легким и понятным для восприятия.



Лид-Магнит в идеале должен быть таким, чтобы клиент смог изучить его минут за 5-10

Избегайте больших и веских книг, видеокурсов, огромных тренингов, записей вебинаров – все это очень плохо работает для лид-магнита.

Если человек, скачавший Ваш лид-магнит не познакомится с ним полностью сразу, то он не сделает это никогда.



ТИПЫ ЛИД-МАГНИТОВ

- Спец-отчет, Путеводитель, Обзор (можно объединить с Пошаговая инструкция, Шаблон, Чек-лист (будет работать еще лучше))
- Кейс (что Вы сделали, чтобы получить какой-то результат)
- Опрос, Исследование
- Оценивание, Тест
- Инструментарий, Список ресурсов
- Бесплатный или временный доступ
- Скидка, бесплатная доставка
- Очень короткий видеотренинг (не более 20 минут)



КАК ЗАЦЕПИТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА?

Ответьте для себя на ряд вопросов:

1. Что отличает Вас от конкурентов? Какое у Вас УТП?
2. Какую противоположную позицию Вы занимаете?
(переложить ответственность клиента на кого-то другого)
3. Какую **одну вещь** Вы могли бы сказать (показать) людям, чтобы произвести эффект «Вау!»?
4. Чем Вы можете впечатлить человека всего за 2 минуты и так, чтобы «взорвать их мозг»?



КАК ЗАЦЕПИТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА?

Ответьте для себя на ряд вопросов:

5. Какую одну большую вещь твои клиенты хотят гораздо больше, чем что-либо другое? (думайте только о клиенте)
6. Какое одно большое препятствие мешает Вашим клиентам достичь желаемого результата?



КАК ДОСТАВИТЬ ЛИД-МАГНИТ?

1. Дать скачать сразу же после подписки, т.е. на странице благодарности
2. Дать скачать на следующей странице, т.е. на странице должна быть ссылка на скачивание и продукт-ловушка (трипваер)
3. Выслать ссылку в письме пока человек будет смотреть предложение (оффер) на продукт-ловушку (трипваер)



Сделайте свою подписную МАКСИМАЛЬНО ПРОСТОЙ

Хороший лид-магнит **ВСЕГДА СПАСЕТ ЛЕНДИНГ**
Но отличный лендинг **НИКОГДА НЕ СМОЖЕТ ЗАСТАВИТЬ**
плохой лид-магнит конвертировать Вам покупателей



ВАШИ ВОПРОСЫ ???