СОЗДАНИЕ ЛИД МАГНИТА

Самый лучший формат магнита для начинающих

- Видео урок
- PDF отчет (книга)
- Интеллект-карта
- Чек-лист
- Вебинар
- Отрывок платного тренинга
- Набор шаблонов
- Набор графики
- Интервью
- Мастер-класс
- Аудио-курс

Цель Вашего магнита (какая она и для чего)

1. Набрать базу подписчиков
2. Расположить к себе
3. Продавать не продавая
4. Дать подписчику быстрый результат
5. Показать необходимость продающего предложения

Что влияет на решение подписчика получить Ваш магнит

1. Название Вашего магнита
2. Описание (что внутри)
3. Внешний вид

Наполнение магнита

1. Разбор одной маленькой и простой задачи
2. Ценность и полезность
3. Четко выстроенная структура

Самый простой и эффективный магнит для продвижения партнерок

1. Формулы
2. Шаблоны
3. Схемы
4. Списки
5. Лайф-хаки

ВАЖНО!

Магнит создаем под выбранную партнерку

Наполнение магнита
(что должно быть внутри магнита)

Важно! Разделяйте предложения пробелами.

Выделяйте ключевые фразы, предложения отдельной строкой (цветом, выделение жирным).

Используйте максимум 3 цвета (основной, для заголовков и для выделения)

Используйте один шрифт и один размер (заголовок на 2 размера больше текста).

5 ПРАВИЛ ЛИД-МАГНИТА

Правило 1.

Лид-Магнит должен давать клиенту то, что он ХОЧЕТ. А не то, что ему НУЖНО.

5 ПРАВИЛ ЛИД-МАГНИТА

Правило 2.

Лид-Магнит должен убирать препятствие на пути к самому «заветному» желанию клиента. Лид-Магнит – это маленькая промежуточная Вынужденная цель клиента на пути к большой Желаемой цели.

5 ПРАВИЛ ЛИД-МАГНИТА

Правило 3.

У Вас есть максимум 30 секунд чтобы захватить внимание клиента, удивить, заинтриговать его и побудить оставить свои контакты.

5 ПРАВИЛ ЛИД-МАГНИТА

Правило 4.

Лид-Магнит ориентирован на ХОЛОДНЫЙ трафик.
Эти люди вас не знают. Они не думают так-же как вы. Их мысли отличаются от ваших.
Они говорят на другом своем языке.
С клиентом надо говорить на ЕГО языке

5 ПРАВИЛ ЛИД-МАГНИТА

Правило 5.

Хороший Лид-Магнит всегда спасет плохой Лендинг.

Но отличный красивый и современный лендинг, никогда не заставит плохой Лид-Магнит хорошо конвертировать посетителей в подписчиков.

За то, захотят ли подписчики получить Ваш магнит на 98% отвечает название!!!

- Нет! Умным словам! (конверсия, ссылочная масса, SEO, триггеры)
- В названии мы пишем конечный результат

  Пример:

  Как новичку выйти на доход от 1000 р. в день, на партнерках

- Нет! Размытым, общим и непонятным заголовкам

  Пример:

  Секрет заработка на партнерках

Формирование УТП

УТП – это такое предложение, от которого клиент не сможет отказаться. Потому, что ценность товара или услуги гораздо выше цены. И клиенту очень хочется сразу обладать Вашим товаром.

Основные правила при создании УТП

1. УТП должно давать четкий ответ на вопрос: «почему я должен купить у Вас это прямо сейчас?»
2. Заявленное предложение должно быть интересно Вашей целевой аудитории.
3. УТП должно быть сформулировано в одном предложении
4. Конкретика.

Пример: «У нас цены ниже рыночных». Или «Наши цены на 20% ниже, чем средняя цена по рынку».

Еще пример:
«Мы выводим Ваш сайт в ТОП с гарантией». Или
« Мы выводим Ваш сайт в ТОП с гарантией 95%».

Важно!!!

УТП – это ядро, на основе которого создаются все продающие и рекламные тексты. Без этого ядра, тексты теряют до 90% своей эффективности.

«Золотая» формула продающих заголовков

1. Простая формула УТП

[ПРОДУКТ ИЛИ УСЛУГА] +БЕЗ+ [СТРАХ КЛИЕНТА]

Неприятные опасения, нежелание что-то делать

Пример:

Революционный метод продвижения партнерок БЕЗ вложений в рекламу

«Золотая» формула продающих заголовков

2. Трансформация страхов в позитив

САМЫЙ(АЯ) + [ПОЗИТИВНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ОТ ФОРМУЛИРОВКИ СТРАХА] + ВАШ ТОВАР

Пример:
Самая безболезненная стоматология

«Золотая» формула продающих заголовков

3. Формула для услуг

[УСЛУГА] + КАК или КАК ДЛЯ + [СЕБЯ, ДРУЗЕЙ, РОДНЫХ, СВОИХ, БЛИЗКИХ]

Пример:
Сделаем сайт как для себя

«Золотая» формула продающих заголовков

4. <u>УТП с характеристикой</u>

Когда сложно найти объективную выгоду своего товара или услуги в ход вступают характеристики. Причем не только товара, но и всего прилагающегося к этому: продавца, условий и даже местности.

[ТОВАР] + С, ОТ, КАК, ДЛЯ, ИЗ, ПО, У + [ХАРАКТЕРИСТИКА]

Пример:

Техника продвижения партнерок от практика

«Золотая» формула продающих заголовков

5. Формула с конкретным периодом

[КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ] +[КОНКРЕТНЫЙ ПЕРИОД ВРЕМЕНИ] + [ОБРАБОТКА ВОЗРАЖЕНИЙ]

Пример:

20 000 на партнерских программах за 1 час работы без вложений в рекламу

Создание продукта за подписку

Каким должен быть бесплатный продукт

1. Коротко и ясно
2. Ценность и полезность
3. Быстрый доступ
4. Четко выстроена структура

Примеры НЕПРАВИЛЬНЫХ заголовков

- Как правильно ставить цели?
- Как изменить своё подсознание?
- Как раскрыть свою женственность?
- Как поменять своё мышление?
- 10 неправильных убеждений женщины
- Отличия мужского бизнеса от женского
- Секреты личных финансов
- Секреты психологии успеха
- Как правильно производить первое впечатление на людей?
- Сила привычки. Почему мы ходим по замкнутому кругу и как это изменить?

Посмотрите на них внимательно и дайте ответ на 3 вопроса:

1. Для кого этот продукт?
2. Какую проблему он решает?
3. Зачем он нужен подписчику?

А вот для сравнения другие заголовки:

- ✔ 7 нестандартных мест для знакомства с мужчинами, готовых к серьёзным отношениям
- ✔ 30 «золотых» партнерок Рунета по инфобизнесу
- ✔ 3 секретные техники уверенности в себе для женщин
- ✔ Как закрывать на Скайп консультациях 9 сделок из 10?
- ✔ Как за 7 дней получить самый выгодный ипотечный кредит и сэкономить на переплате 20%
- ✔ Как создать страницу захвата без знания HTML кода, даже новичку
- ✔ Как с нуля заработать первую 1000 рублей на партнерках без своей базы подписчиков.

Создаем простой PDF на 1 страницу.

- Формула создания…
- Техника составления…
- 27 шаблонов крутых заголовков
- 7 шагов к…
- Пошаговый план…
- 7 рецептов высоких продаж партнерок…

Не указываем конкретные денежные суммы!!!