

Консультация для велнес-тренера Светланы Королевой

Страница <https://vk.com/id199935854>

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- ▶ **ПРЕДСТАВЛЕНИЕ:** Велнес-тренер: мягкие телесные практики для оздоровления организма, укрепления мышечного корсета и пополнения жизненных сил (по логике это УТП, уникальное торговое предложение, значит его срочно надо переделать в этом ключе: в нем надо сказать про отличия от предложений конкурентов и сказать о выгоде для ЦА)
- ▶ Нацелить на ЦА, целевую аудиторию, например, прилагательным «женскиЕ» или «женского организма».
- ▶ Добавить глаголы в действительном залоге «укрепят» «пополнят»
- ▶ Добавить конкретику - ЦИФРЫ, например, «17 лет практики в ...»

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- ▶ АВАТАР: нет названия бренда,
- ▶ Добавить телефон или/и адрес электронной почты
- ▶ Вместо непонятных учебных заведений разместить курсы и программы повышение квалификации, которые так же смогут сказать о компетенциях
- ▶ Добавить призыв к действию - «вопросы, предложения пишите в ЛС»
- ▶ Фотографии необходимо поставить «избранные» с семинаров, занятий, выступлений - они попали в РАЗНОЕ И ПЛОХО ПРОСМАТРИВАЮТСЯ (прочие можно пометить в отдельные альбомы «семья», «путешествия» и пр.)
- ▶ Информация - что вы, как велнес-тренер, предлагаете, ваши услуги, короткое описание может быть в закрепленной записи, может быть в шапке «место работы»

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- ▶ Для платного продвижения необходимо «причесать» контент на странице:
 - Посты для «холодной» аудитории, отвечающие на вопрос «зачем я в этой группе»
 - общеобразовательные, развлекательные, мотивирующие к физической активности и бодрости
 - Вовлекающие - это конкурсы (например, абонемент месяц посещений бесплатно, если вы делаете перепост и отвечаете 1-2 предложениями, что вы думаете о соматике, или опросы: выбрать три главных препятствия заняться собой, или выбирайте «вас беспокоит, что ваш ребенок постоянно в компе, пристает к вам - требует внимания, закрыт от вас - отстранен и подобные)
 - Такого примерно 10% (это один раз в неделю)
 -

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- ▶ Посты для «*чуть теплой*» должны
 - отвечать на вопросы подписчиков «как решить проблему» , допустим,
 - отсутствия мотивации к занятиям,
 - как понять что «именно соматика мне поможет»,
 - тексты о связи соматики и общих проблем вашей женской аудитории, например, «отстраненность ребенка в отношениях, совет: попытаться больше физически контактировать - сделать массаж, уделить время занятиям, которые настраивают взаимодействие и физический отклик в игре». Такого контента должно быть порядка 60%

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- Посты продающие *для «горячей»* аудитории
- 1. с социальным доказательством - отзывы, видео и тексты с фото о результатах общих мероприятий
- 2. тексты, отрабатывающие главные страхи и возражения (будет трудно, а меня это демотивирует, я на ваши тренировки отрываю время от семьи и детей, у вас заниматься надо годы и менять образ жизни как на это решиться)
- 3. подробности (кусочки) предлагаемой услуги - что можно получить на консультации, как комментируются записи видео детей.
- Регулярность выхода - 1 раз в неделю.

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- ▶ Плановый контент-маркетинг привлечет внимание, он необходим для признания в онлайн-пространстве и будет использоваться для рекламного продвижения для направления веб-трафика.
- ▶ Контент в результате: собирает на странице определённую ЦА, целевую аудиторию, информирует её о услугах и мероприятиях, вовлекает, обучает и - образовывает её.
- ▶ На данном этапе контент, и только контент, превращает аудиторию в клиентов и приверженцев бренда.

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

► **Вариант продвижения: страница ВК - личная страница тренера**

Так как сегодня личная страница - это наглядное доказательство уровня экспертности, её необходимо привести в соответствие, сделать по типу блога (до появления сайта, где собственно мог бы размещаться блог и куда будут перенаправляться посетители в дальнейшем)

► Идеи для постов, которые хорошо работают:

- Заставка руководства, как делать «разминку», а подробности разминки предложить прочитать в группе.
- Обучающие видео - уроки, например «хлопковый массаж», с переходом по видео на Youtube (завести собственный канал с обязательной первоначальной настройкой по словам SEO запросов)
- Анонсы интервью с другими экспертами и их советами, опять же с предложением перейти и подписаться на материалы группы.
- Личные истории и посты о стиле жизни

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ИНФОМАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА

консультант - Ольга Павлова

- ▶ **Выполните анализ ключевых слов и следите за тем, чтобы вновь создаваемый контент содержал ключевые слова, фразы (SEO оптимизация, актуальна не только для текстов сайта, но и для личной страницы и для групповой продающей страницы тоже)**