

**ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**



START



ЕСТЬ НЕКИЙ БИЗНЕС



ТОВАРЫ

ПРОДУКТ

УСЛУГИ

ЕСТЬ НЕКИЙ ЧЕЛОВЕК

Который потенциально мог бы этот продукт
купить

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА)

ДОВЕРИЕ



ПРОДАЖА В
ИНСТАГРАМ

ПРОИСХОДИТ ТОГДА
КОГДА ФОРМИРУЕТСЯ

ДОВЕРИЕ

**Приходя на аккаунт вы
должны понять всего
несколько вещей:**

1. КОМУ ТУТ ПРОДАЮТ

2. ЧТО ПРОДАЮТ

3. ПОЧЕМУ ЧЕЛОВЕК ДОЛЖЕН
КУПИТЬ ИМЕННО ЗДЕСЬ

4. КАКИЕ ТУТ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ
(ОТСТРОЙКА ОТ КОНКУРЕНТОВ)

НЕ НУЖНО ПРОДАВАТЬ КРОЛИКУ СВИНИНУ!



АНАЛИЗ ЦА:

1. ПОЛ
2. ВОЗРАСТ
3. ГЕОГРАФИЯ
4. СЕМЕЙНЫЙ СТАТУС
5. ПОВОДЫ ПО КОТОРЫМ ПОЛЬЗУЕТСЯ ПРОДУКТОМ
6. ДОХОД
7. КАКАЯ У НЕГО ЦЕННОСТЬ?
8. КАКИЕ СТРАХИ?
9. КАКИЕ МЕЧТЫ?
10. МЕСТО РАБОТЫ
11. ЕСТЬ ИЛИ НЕТ ДЕТИ





Название
страницы

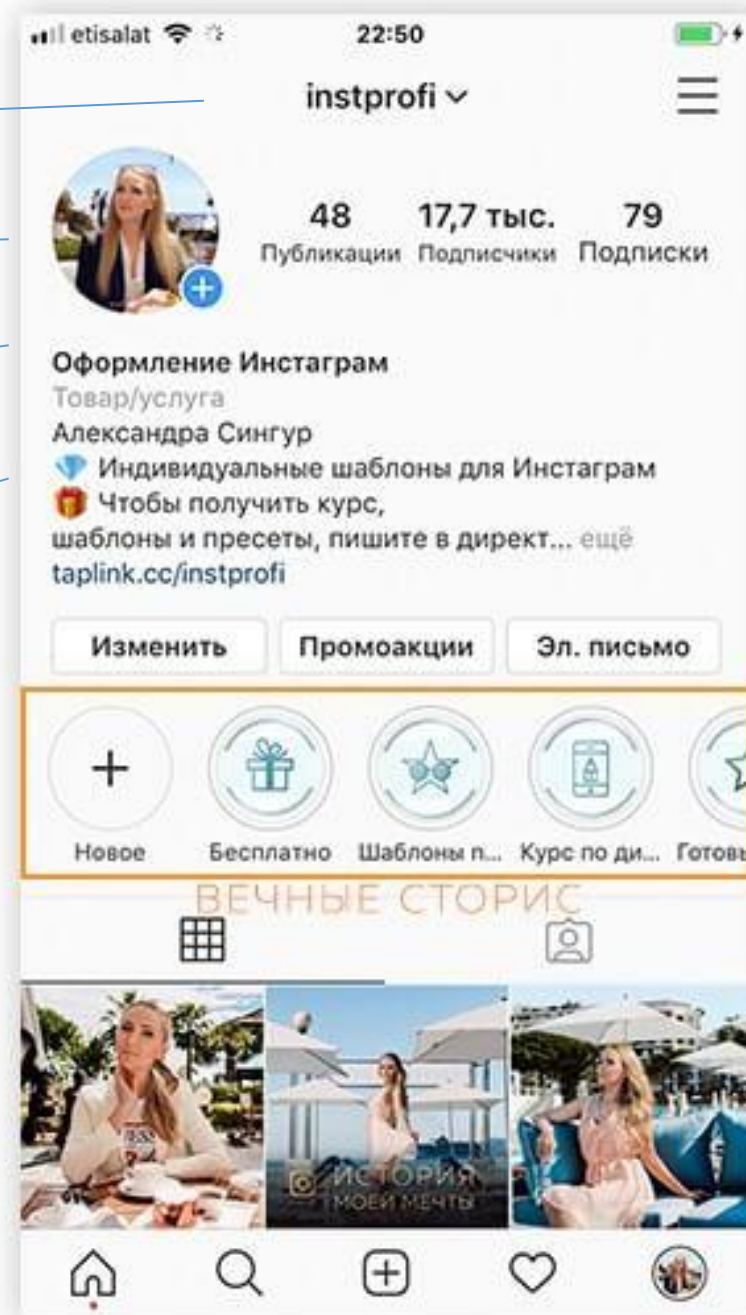
авата

р

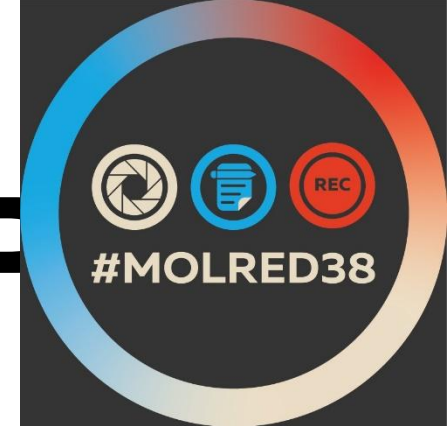
Строка по
которой
вас могут найти

Шапка
профиля
Актуальное
(вечные
сторис)

лент
а



НАЗВАНИЕ СТРАНИЦЫ



Максимально ёмкое!!!

Максимально простое в написании!!!

Не вводящее в заблуждение!!!

Если название у заказчика есть, мы его не трогаем!

С изменением имени пропадут все ссылки на него!!!

АВАТАР

ПОМНИМ ПРО КОНКУРЕНТОВ!!!

ПОМНИМ ПРО НАСМОТРЕННОСТЬ!!!

НЕ ИЗОБРЕТАЙТЕ ВЕЛОСИПЕД, ЗА ВАС УЖЕ ДАВНО
ВСЕ ПРИДУМАНО!!!

УЗНАВАЕМЫ – ЛОГОТИП

ЭКСПЕРТ – ЛИЦО! (всегда привлекает внимание и
оттягивает взгляд)

ЕСЛИ МОЖНО ПОКАЗАТЬ УСЛУГУ – ПОКАЖИТЕ!!!





ШАПКА ПРОФИЛЯ:

Самое важное – отстройка от конкурентов!

(чем вы лучше, чего у вас есть такого, чего нет у других)

Помните! У нас есть 2,3 секунды внимания человека, нам нужно

Максимально их использовать!

Например: не просто «стоматолог», а «делаю идеальные улыбки» - это отвечает внутреннему запросу человека и отделяет вас от остальных просто стоматологов.

Стоп-слова, которые мы НЕ ИСПОЛЬЗУЕМ:



▸ Хороший ▸ Качественный ▸ Дорогой ▸
Дешевый ▸ Самый ▸ Лучший ▸ Красивый ▸
Доступные цены ▸ Стильный ▸ Любые

Это слова-шаблоны - человеческий
мозг просто пропускает их мимо
внимания

Формула сильного предложения:

П*В*В

П - позиционирование, В - возражение, В - вы-ориентирование. Позиционирование: для кого, где, как мы работаем

Возражения: сомнения, которые возникают при покупке продукта **!** Не мерьте по себе при поиске возражений! **!** Их не нужно придумывать! Говорим с продавцами, изучаем Директ.

Лайфхак: изучите тематические форумы. На них люди обсуждают то, что для них действительно важно, то, что «болит».

Вы-ориентирование: пишем «вам», «для вас». Адресуем конкретному человеку.

! Указываем в шапке целевое действие: пиши, переходи и т.д. **!**

Все говорим через пользу для человека: не «я лучший учитель», а «я вас научу», «вы идеальны», «у вас получится».

ВИЗУАЛ



Лайфхак! Для ориентированности выбирайте стили дизайна в интерьере! Современные, Классические Этнические



КОПИРАЙТИНГ

И ЧЁ?!



- Копирайтинг - это умение продавать на бумаге, умение мотивировать и убеждать словом.
- Здесь важно умение говорить на одном языке со своей целевой аудиторией. Помните, кому вы пишете и зачем. Важно не то, насколько текст красив, а то, подтолкнул он к действию или нет. Какая мысль в вашем тексте, какой реакции вы ждёте от людей: чтоб они перешли по ссылке, посмеялись, сопереживали? Думайте об этом и делайте контент разным по посылу и смыслу.

ИТОГИ:

1. У нас 2,3 секунды борьбы за внимание!
2. Главное – доверие!
3. Один посыл – одна мысль!
4. Насмотренность!
5. Для кого это все?!
6. Без перегрузов!!!
7. Гуглим, ГОСПОДА!
8. Делимся отзывами, инсайтами))

