

Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ

ОЧЕВИДНЫЕ СПОСОБЫ ЗАРАБОТКА

Реклама

Инфопродукты

Свой коммерческий проект

НЕОЧЕВИДНЫЕ СПОСОБЫ ЗАРАБОТКА

Услуги для блогеров и бизнеса

Мерч

Офлайн бизнес

КАК РАБОТАТЬ С КЛИЕНТАМИ

ИНСАЙТЫ ОТ @KACHENOK

Я решила начать с разбора способов заработка, о которых ты наверняка слышал(а), ведь они считаются очевидными, НО! Я постараюсь показать вам небанальную сторону этих сфер и доказать, что для них НЕ НУЖНА огромная аудитория. Ты узнаешь, что даже 1-2 тыс. человек в подписчиках ХВАТИТ для того, чтобы начать зарабатывать.

МИФ!

« Instagram платит за просмотры, лайки, подписчиков »

К сожалению, у Instagram не такие алгоритмы, и монетизация (как на YouTube, например) не предусмотрена.

МИФ!

« В этой соц. сети могут зарабатывать только обманщики и шарлатаны, рекламируя ставки на спорт и программы по накрутке подписчиков »

В Instagram можно зарабатывать честным путем, никого не обманывая и не ставя в невыгодное положение (надеюсь, что после прочтения гайда вы в этом убедитесь)

МИФ!

« Чтобы начать зарабатывать, нужно сначала вложить не менее 10 000 руб »

Ты можешь зарабатывать без вложений, как и люди, которые согласились рассказать свою историю заработка в нашем Гайде

ok@kachenok@kachenok@kache
chenok@kachenok@kachenok

« Если тебе больше 13 лет, ты сможешь монетизировать Инстаграм »

А это чистая правда!!!

В 2020 году возраст не имеет большого значения.

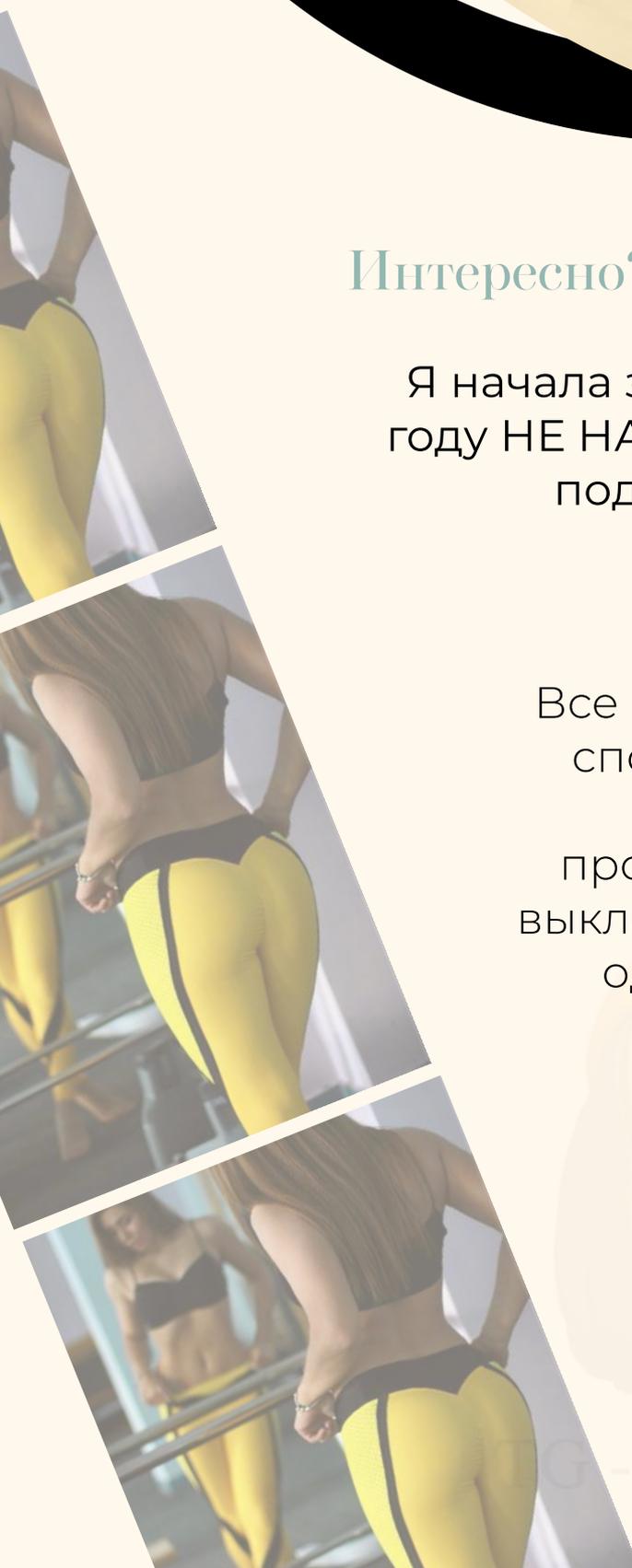
Интересно? Тогда приступаем!!!

Я начала зарабатывать в Инстаграм в 2017 году НЕ НА СВОЕМ БЛОГЕ. У меня не было подписчиков, но уже тогда я смогла монетизировать эту соц. сеть.

Все было очень просто: я заказывала спортивную одежду у поставщиков (леггинсы, топы, шорты и т.д.) и продавала через аккаунт, в котором выкладывала свои фотографии в этой одежде. Так как у меня был опыт в моделинге (не зря ж я богиня позинга), фотки получались ОФИГЕННЫЕ! Людям нравилось, и они скупали все, что у меня было.

Но об этом чуть позже :)

G - @sliv_chek



И это правда... НО!

Если включить критическое мышление, то можно понять, что и охват у Инстаграма был не такой большой, как сейчас. Не было доступных инструментов, знаний и опыта.

И нельзя однозначно сказать, что было меньше конкуренции. Когда я начинала вести свой блог, было уже несколько тысяч блогеров вроде меня. Про спорт, похудение, питание. Были и свои «лидеры», но где они сейчас? Многие сдулись, и на их место пришли новые блогеры, которые умеют принимать нововведения и успевать за трендами.

«Но ведь раньше люди лучше покупали? И не уставали от рекламы?» — в интернете ВСЕГДА будет много людей. Всегда будут те, кто покупает. Даже если Инстаграм «заблокируют», будут другие площадки, на которых также будут сидеть люди, например, Tiktok, Яндекс.Дзен и другие.

Многие блогеры отказались от такого вида сотрудничества, потому что :

а) Часто товар оказывается намного дешевле по себестоимости, чем заявленная рекламная цена у блогера. Поэтому если рекламный день занят этим товаром, блогер теряет прибыль.

б) Товар/услуга часто оказываются некачественными, и многие не хотят геморроя с разборками, возвратами и т.д.

в) Не всегда и не всем нужно то, что им предлагают. Например, одежда. У многих шкафы ломаются от вещей и очередное платье из Китая им просто не нужно.

В таком случае оптимально брать товары на обзор и потом возвращать их обратно.



Если все-таки бартер тебе интересен (а в самом начале он интересуется многих), то ничего страшного в этом нет.

ГЛАВНОЕ:

- обговаривайте все условия на берегу (например, план действий, если тебе не понравился товар и ты захочешь его вернуть)

- не соглашайся на 55 историй и 3 поста за плюшевое авокадо (то есть дешевый товар, который не стоит твоего времени)

- подумай сто раз, а правда ли тебе это нужно? Большинство вещей, которые были взяты для удовлетворения своих «хочушек», потом пылятся годами на полках и в шкафах.

Третий способ оплаты рекламы — это когда просят прорекламирровать товар или услугу и предлагают работать за % от выручки.

Например, тебе предложили прорекламирровать онлайн-курс по приготовлению тортов за 30% от прибыли. Ты делаешь рекомендацию с промокодом «ТОРТ» и с него оплачивают на сумму 10 000 руб. Твоя зарплата с данной рекламы составит 3000 руб.

Этот вариант мы разберём более подробно, потому что именно он идеально подходит для новичков в этой сфере.

Такой вид рекламы называется **«партнерский»**. Возможность получать процент с приведенных клиентов дают как крупные бренды (банки, магазины косметики, отели), так и сами блогеры.

Партнерские программы можно поделить на две группы :

блогерские

доступные всем

К общедоступным я отнесу программы, на которых может заработать любой человек, не имея даже аккаунта в инстаграм.

Booking.com за каждого нового клиента, который регистрируется по твоей реферальной ссылке и оплачивает проживание в отеле, дает 1 000 руб. на банковскую карту (не бонусами).

Сервис по бронированию жилья AirVnb дает за каждого (кто проделал точно такие же действия, как с Booking.com) 1 100 бонусных рублей на бронирование. Этот способ будет удобен тем, кто любит путешествовать и часто пользуется этим сервисом.

КЕЙС: Мару (@sper.maru) оплатила жилье в Венеции бонусным рублями Airbnb и из своих денег она потратила 700 руб. Чтобы получить бонусы - Мару разместила ссылку в сторис, по которой забронировали жильё её подписчики.

План действий :

1
Вы договариваетесь об условиях с продавцом (например, за каждого оплатившего маникюр клиента ты получаешь 500 руб)

2
На работе/в университете/в сторис ты рассказываешь о том, что ходишь на ногти в этот салон (в общем делаешь так, чтобы люди реально захотели туда сходить)

3
Клиенту нужно назвать твой промокод или подать любой другой знак, что он пришел по твоей рекомендации (как договоритесь с салоном)

4
Раз в месяц запрашиваешь статистику и выплаты

Сейчас у тебя наверняка возник вопрос — а как же сделать так, чтобы люди ЗАХОТЕЛИ пойти по твоей рекомендации? Как мотивировать их сказать, что они пришли от тебя? Ведь никто не захочет делать это просто так.

Выход есть! Самое важное — дать хорошую мотивацию для действия (в нашем случае, действие — назвать промокод).

Варианты мотивации:

скидка



подарок

доп. услуга

спец. предложение
и т.д.

К «блогерским» программам, которые сотрудничают за процент, я отнесу:

CPA агентства (Perfluens)

Суть сотрудничества очень проста, подобные агентства являются посредником между брендами и блогерами. Они на своей платформе выкладывают рекламные объявления, которые необходимы бренду — ты выбираешь любой из них, знакомишься с условиями с техническим заданием, выполняешь его и получаешь деньги за целевые действия подписчиков

Сотрудничество с другими блогерами

Блогеры от 20-30к уже не так охотно сотрудничают только за процент. Можно брать фиксированную оплату + процент с продаж.

Чек-лист:

1

Для начала необходимо упаковать аккаунт, чтобы он стал интересен людям. Разработать стратегию, контент-план, регулярно постить истории и посты. ХОРОШАЯ НОВОСТЬ — если ты интересная личность, и твои сторис УЖЕ смотрит хотя бы 300-500 человек — можно начинать делать рекламу.

2

Если аудитории пока нет, можно попробовать рекламу у других (НЕБОЛЬШИХ) блогеров и таргет.

3

Как только охваты стали чуть больше, можно начинать вовлекать людей. Для этого необходимо делать регулярные, интересные сторис и хотя бы несколько постов в месяц.

kachenok@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok@kache

@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok

@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok@kache

nok@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok@kachenok

Реклама — это один из самых простых и быстрых способов заработка в Инстаграм. И отличный способ выйти на небольшой доход для новичков (для вложения в блог, например).

НО! Многие блогеры отказываются от рекламы, потому что от продажи своих продуктов можно заработать гораздо больше. К примеру, можно сделать 1 рекламу за 5 000, а можно прорекламирить свой продукт и заработать в 5-15 раз больше :)



Как же создавать и продавать свои инфопродукты?

Переходим к следующей главе.

Продажа инфопродуктов

Это стало трендом 2019 года и будет актуально еще много лет, так как спрос на обучение растет с каждым днем.

И самое интересное, что для продажи инфопродуктов не нужна огромная аудитория! Намного важнее быть **ЭКСПЕРТОМ** в своем деле!

Эксперт — это тот человек, который разбирается в своей теме, дает консультации, имеет положительные отзывы, опыт и успешные кейсы в своей работе. Только в этом случае он может передать свои знания другим.

Но кому продавать, если нет аудитории?

Тебе повезло, что на дворе 21 век и существует множество способов привлечения клиентов на свой продукт. Самые популярные и работающие — реклама у блогеров и запуск таргетированной рекламы.

Эти способы мы подробно рассмотрим в главе **«Привлечение клиентов»**.

А сейчас я тебе покажу все виды инфопродуктов и разберу каждый из них по отдельности:

- Вебинар
- Чек-лист
- Гайд
- Курс
- Марафон
- Закрытый канал/чат
- Офлайн мероприятие (интенсив, семинар, курс)

Вводная часть:

Создание любого продукта начинается с:

1. Анализа целевой аудитории
2. Проработки решений (темы продукта)

Анализ целевой аудитории

Целевая аудитория — это люди, которые купят твой продукт с наибольшей вероятностью.

Чтобы что-то продавать, нужно знать, кто твой покупатель.

Это поможет в выборе темы продукта, подборе рекламной площадки и в написании тезисов и создании макетов.

Самое частое заблуждение при определении целевой аудитории — это убеждение «мой продукт для всех».

Но так не бывает!

У каждого пола и возраста есть свои предпочтения, страхи и предубеждения. И именно это помогает понять «боли» этих людей и дать им конкретное решение. А также давить на них с помощью разных механик, чтобы подтолкнуть к покупке.

Чтобы лучше понять аудиторию, создают бренд-чемпионов (персонажей), которые по сути являются собирательным образом покупателя. Ведь описания пола, места жительства и дохода недостаточно! Нам нужна личность!

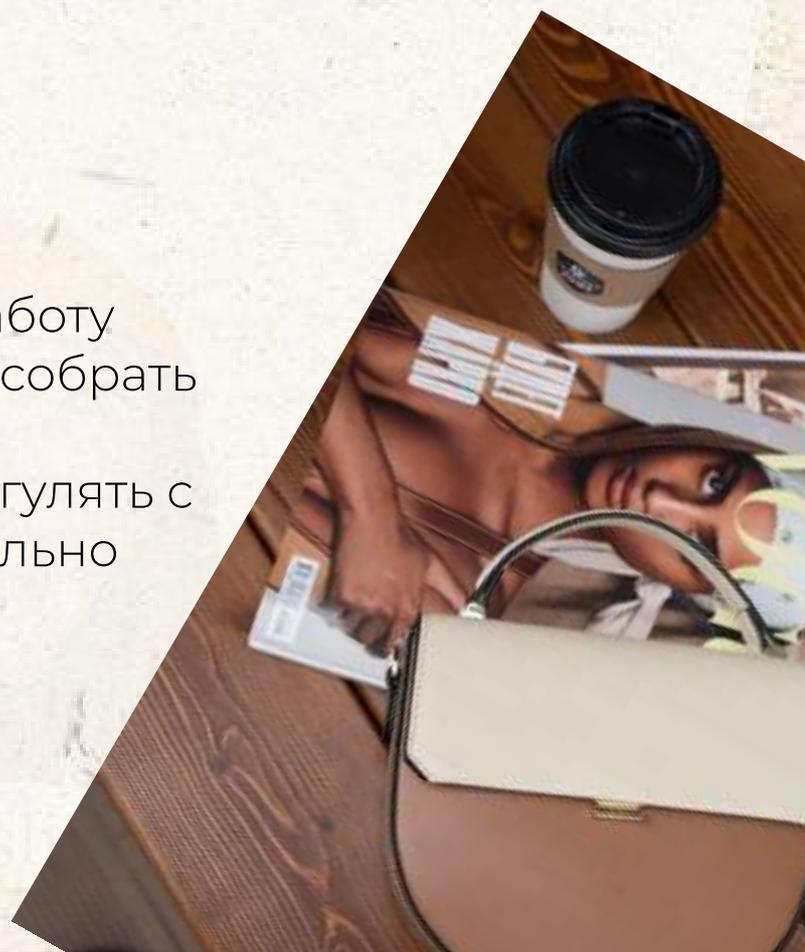
И сейчас мы научимся ее создавать. Погнали!

Первый шаг — сегментация

Сегмент — группы потребителей, которые имеют аналогичные запросы. Разделение по основным запросам поможет нам лучше понять аудиторию и ее боли

Пример сегментации для стилиста:

1. Девушки, которые хотят подобрать гардероб на работу
2. Девушки, которые хотят собрать образ на мероприятие
3. Девушки, которые хотят гулять с ребенком и выглядеть стильно



Чтобы собрать полноценный образ, тебе необходимо отработать следующие вопросы:

1. Цель покупки (Зачем они покупают твой продукт?)

И помни, что люди покупают дрель не из-за того, что они очень хотят себе этот инструмент, а потому что им нужны дырки в стене. А дырки нужны, чтобы повесить картину. Поэтому когда будешь прописывать цели, думай о том, что люди хотят получить в итоге.

Например, Маша из Рязани идет на кулинарные курсы не для того, чтобы научиться готовить, а чтобы радовать мужа после работы вкусным ужином.

2. Факторы принятия решения

Это то, что будет влиять на решение. Например, цена, длительность курса, известность спикера, удобный сайт, оплата с помощью ввода карты и т.д.

Эти пункты помогут тебе в создании твоего продукта. Если ты понимаешь, что для целевой аудитории будет важна низкая цена, то создавай тот продукт, который они смогут себе позволить. Либо же предоставляй рассрочку.

3. Где ищут информацию

Это тоже очень важный показатель, который тебе поможет понять способы привлечения клиентов на свой продукт.

Например, премиум сегмент вряд ли будет искать информацию в интернете — они доверяют рекомендациям друзей. А молодежь готова скупать все, что рекламирует любимый блогер. И если твой продукт нацелен на молодую аудиторию, то реклама у лидера мнений отлично подойдет.

4. Возражения

Мы с тобой уже обозначали основные факторы принятия решения.

А теперь тебе надо понять, что же останавливает потенциальных клиентов перед покупкой?

Например:

- 1) А точно ли я получу обещанный результат?
- 2) Буду слишком много времени тратить на обучение
- 3) Слишком большая конкуренция, я не справлюсь

Если ты будешь понимать все возражения, то сможешь их закрыть, тем самым увеличить количество купивших.

Закрывать возражения можно на лендинге (сайте), а можно с помощью постов, сторис и прямых эфиров.

Теперь у тебя есть 4 основных вопроса, которые помогут составить бренд-чемпиона (персонажа).

ВАЖНО!

Количество персонажей = количеству сегментов.

Также дополнительно можешь прописать для каждого бренд-чемпиона: пол, возраст, место проживания и доход.

Лайфхак:

Я использую метод визуализации: представляю перед собой конкретного человека, который соответствует одному запросу и начинаю прямо по нему прописывать основные и дополнительные вопросы. Мне так легче понять цель покупки, возражения и факторы принятия решений данного персонажа.



А еще можно описать его в формате повествования. Например, разберем нишу фитнеса, сегмент «девушки, которые хотят похудеть».

Это Рита. Она работает в офисе. Начиная с 9 класса, Рита мечтает похудеть, пытается правильно питаться и время от времени посещает фитнес-зал.

Она подписана на многих фитоняшек, у которых регулярно покупает программы питания, тренировок и участвует в марафонах по похудению. Каждый раз думает, что вот в этот раз точно не сдастся! Она уже знает все о фитнесе и здоровом образе жизни, но ничего не применяет по отношению к себе.

Рита хочет стать более сильной духом, натренировать в себе дисциплину и не срываться больше на шоколадки.

Скорее всего она выберет тот продукт и того тренера, который пообещает ей мощнейший пинок под зад, регулярную мотивацию и тотальный контроль!

Проработка решений (выбор темы)

Теперь, зная своих бренд-чемпионов, ты можешь предложить для них наиболее актуальное решение в виде своего инфопродукта.

Например:

Ниша — SMM

Сегмент — онлайн-мастера, которые хотят продавать свои услуги

Цель — стабильные продажи

Факторы принятия решения — низкая цена, постоянный доступ к материалу и быстрые сроки обучения

Как ищут — доверяют блогерам и переходят по рекламе в Инстаграм

Возражения — не понимают, какой будет результат, и ничего не знают об авторе

Итак, у нас есть исходные данные, основываясь на них, мы создаем продукт.

Потенциальные покупатели хотят, чтобы у них был стабильный заработок, и при этом для них важными факторами являются цена, доступ к продукту и сроки обучения. Исходя из этого, мы можем им предложить: Гайд «Стабильные продажи для онлайн-эксперта».

1. Мы выбираем гайд, потому что он останется навсегда у покупателей, они смогут прочитать его, сразу применить полученные знания и не ждать следующих уроков, как на курсе. Также у гайда низкая цена.
2. Тему гайда мы выносим прямо из цели и боли нашей аудитории. Они хотят стабильный заработок — мы им даем решение.
3. Также в названии указываем нашего бренд-чемпиона «онлайн-эксперт», чтобы покупатель сразу понимал, что этот продукт специально для него.

Дальше надо отработать пункты «где ищут информацию» и «возражения».

Так как эти люди доверяют блогерам и переходят по рекламе в Инстаграм, целесообразно будет закупить рекламу у подходящих лидеров мнений и запустить таргет на целевую аудиторию.

А чтобы отработать возражения, на сайте можно написать подробное содержание гайда, темы, которые будут затронуты, и расписать результат, который ждет читателя после изучения каждой главы. Также необходимо выложить в Инстаграм серию постов о своем пути, перечислить пройденные курсы и, конечно, рассказать, каких результатов добились ученики. Это поможет закрыть возражения о том, что аудитория не знает автора.

Вебинар

Это что-то вроде прямого эфира в Инстаграм — блогер/эксперт в режиме реального времени рассказывает аудитории доклад на заранее подготовленную тему и показывает слайды презентации для лучшего усвоения материала.

Если ты не стесняешься камеры, у тебя хорошо поставлена речь, и ты можешь быстро адаптироваться в разных ситуациях (в онлайн-трансляции могут произойти непредвиденные обстоятельства), то этот формат тебе идеально подходит.

Чтобы организовать вебинар и не слить деньги, необходимо:

1. Определиться с темой.

Она должна быть обширной, то есть информация должна быть интересна большому количеству людей. Дело в том, что на вебинаре зарабатывают за счет массовости, так как ставят низкую цену и рассчитывают, что вебинар купят много людей.

Например, если курс по похудению стоит 15 000 руб, его можно продать 10 людям и заработать 150 000 руб, то в случае с вебинаром по той же теме, где цена равна 1000 руб, необходимо собрать 150 человек, чтобы заработать те же 150 000 руб.

2. Проверить «широту» темы.

Например, если ты стилист и имеешь экспертность в этой области, то можешь провести вебинар на тему «Что взять с собой в отпуск». И тогда к тебе на вебинар придут только те, кто в ближайшее время планируют отдых. А можешь выбрать тему «Базовый гардероб», и к тебе придут все, кому не лень: мамочки, путешественницы, студентки, офисные дамочки и т.д.

Потому что все хотят одеваться стильно и при этом так, чтобы шкаф не ломился от барахла.

Суть в том, что вторая тема широкая и заинтересует большее количество людей.

Уловил(а) суть?

3. После того, как ты точно знаешь тему и проверил(а) ее актуальность, необходимо **подготовить материал** для выступления: структуру, тезисы и презентацию.

Структура нужна, чтобы ничего не упустить и не скакать во время вебинара от одной мысли к другой. Важно выдерживать логическую цепочку, чтобы один блок перетекал плавно в следующий.

Структуру вебинара удобно делать в программе Mind.Мар — так ты будешь наглядно видеть все блоки и сможешь написать по ним тезисы.

Тезисы — это небольшие подсказки/кратко сформулированные основные мысли, которые помогут тебе во время выступления, если вдруг что-то забудешь или потеряешь мысль.

Дальше тебе необходимо подготовить презентацию, чтобы люди все наглядно видели. Так проще показывать примеры, удерживать внимание и доносить информацию.

Сейчас существует много сервисов, где можно самостоятельно сделать хорошую презентацию. Например, Canva, Figma и PowerPoint.

Но если ты по каким-то причинам не хочешь этим заниматься, ты без проблем найдешь исполнителя на эту задачу (в чатах Телеграм с вакансиями или по поиску в Инстаграм).

4. Дальше тебе необходимо **определиться с площадкой для проведения вебинара**. Их пруд пруди, на любой вкус и цвет:

- Webinar.ru
- Бизон 365
- Pruffme
- ClickMeeting
- GetCourse
- VirtualRoom
- AntiTreningi

В некоторых из них есть бесплатные тарифы на определенное количество людей, поэтому советую выбирать и оплачивать площадку только после того, как будешь знать число участников. Иначе есть вероятность уйти в минус :(

Также на первый раз можно не заморачиваться со специальными площадками, а провести вебинар в закрытой группе в соц.сетях (Инстаграм, ВК, Ютуб). Но презентацию использовать в данном случае не получится, а значит пострадает качество информации.



5. Перед вебинаром обязательно порепетируй несколько раз свое выступление.

Можешь попросить друзей стать твоими зрителями или запиши свою речь на видео/диктофон, чтобы после поработать над ошибками.

6. Ну и финишная прямая: за 30 минут до вебинара **зайди на платформу и проверь все технические моменты** — микрофон, веб-камеру, подключение к интернету, готовность презентации.



Вебинар обычно длится от 1 до 3 часов.

Цена: от 990 руб до 3 500 руб

Плюсы:

- ✦ нет привязки к месту
- ✦ можно собрать больше людей, чем офлайн
- ✦ не нужно платить за аренду помещения
- ✦ вовлеченность аудитории больше, чем при продаже + гайдов, чек-листов (участники могут задавать вопросы в реальном времени)
- ✦ можно продавать запись после вебинара
- ✦ доступная цена

Минусы:

- могут возникнуть проблемы с интернетом или технические неполадки
- работать с монитором сложнее, чем с живой аудиторией
- теряется динамика по сравнению с офлайн мероприятиями
- не все участники выдерживают 2-3 часовую лекцию

Чек-лист:

Наверняка ты натыкалась на красиво-оформленные файлы с пунктами для выполнения. Это и есть чек-листы.

В большинстве случаев они нужны, чтобы ничего не пропустить, выполняя какое-либо действие. Например, travel-блогер может выпустить чек-лист по сбору чемодана, где будут прописаны все вещи, которые необходимы для путешествия по жарким странам. А эксперт по продвижению/маркетингу сможет составить чек-лист по упаковке профиля в Инстаграм, где укажет все пункты оформления блога от шапки до написания постов.

Такой список можно сделать в любой нише.

Популярность чек-листов напрямую связана с удобством их применения. Эксперт делится пошаговым планом, который приведет к результату, а читателям остается только выполнить все указанные пункты один за другим.

Как запустить чек-лист:

1. Сначала нужно определиться с темой.

Подумай, о чем актуально написать в таком формате. Что ты в своей работе/быту делаешь по шагам? Используй это для темы чек-листа.

Надеюсь, ты понимаешь, что он должен быть действительно полезным для других, а не содержать в себе пошаговый план «как приготовить пельмени».

2. После того, как тема определена, пропиши поэтапно все шаги, соблюдая логику.

Обязательно пройди по всем пунктам чек-листа — не просто прочитай, а выполни все действия из списка, чтобы убедиться, что ничего не пропустил(а) при его составлении.

3. Далее необходимо сделать красивое оформление — это можешь поручить дизайнеру, а можешь сделать его самостоятельно в специальных программах: Figma, Canva, PowerPoint.

Твой чек-лист готов! - @sliv_chek

Формат: PDF

Цена: от 100 до 1 500 руб

Плюсы:

- ✦ менее энергозатратный, чем вебинар
- ✦ удобный в использовании для клиентов
- ✦ простой дизайн
- ✦ доступная цена
- ✦ пассивные продажи
- ✦ не требуются платные сервисы

Минусы:

- не все придают им ценность, поэтому сложнее продавать
- нет вовлечения в продукт, как на вебинаре или на курсе

Если ты уже по описанию понимаешь, что это тебе подходит, давай разберем поэтапно пункты запуска:

1. Да-да! Для начала **определись с темой гайда**. Выбирай более широкую, чтобы она была интересна большому количеству людей.

Например, ты фитнес-тренер и можешь написать гайд на тему «Упражнения для больной спины», а можешь выпустить его с темой «Как есть и не толстеть», «Как похудеть к лету» и т.д. Какой гайд купят больше людей?

Очевидно, что второй, так как у нас каждый третий человек регулярно пытается привести себя в форму.

*дальше ты можешь выпускать файлы на узкую тему, но первый раз настоятельно рекомендую отдать предпочтение более широкой.

2. Самый сложный этап позади, теперь необходимо **продумать структуру и последовательность информации**, которая будет содержаться в гайде.

Рекомендую разбить всю информацию на 3 пункта: вступление, основная часть и заключение. И в каждом прописать краткие тезисы, чтобы понимать, о чем пойдет речь.

Сделать это можно в любом удобном формате, лично мне нравится все структурировать в ментальных картах (программа XMind).

3. **Дальше открывай вордовский документ и начинай творить.** Печатай все, что приходит в голову — не останавливайся и ничего не редактируй. Главное — поймать поток, после вернешься к тексту и доработаешь его со свежей головой.

Такая техника называется фрирайтинг — она очень схожа с методом мозгового штурма.

4. После того, как ты закончишь с текстом, обязательно добавь наглядные примеры.

Если пишешь про стиль, то прикрепляй образы, фото одежды, про которую рассказываешь; если твой гайд про обработку фото — демонстрируй с помощью скринов приложения, о которых идет речь в гайде.

Тебе необходимо донести информацию максимально доходчиво, чтобы ее понял каждый человек, который приобретет твой продукт.

5. Контент готов — теперь необходимо соединить текстовую часть с примерами и красиво все упаковать. Чтобы читателю было не только понятно, но и удобно пользоваться гайдом.

Если ты выпустишь файл, где будет сплошной текст, который не разделен на смысловые блоки, то вряд ли получишь хорошие отзывы. А если постараться и качественно продумаешь интуитивно понятный дизайн, то услышишь много слов благодарности.

*если сомневаешься, что у тебя получится самостоятельно оформить гайд, можешь найти дизайнера в каналах с фриланс-вакансиями (прикрепить ссылки).

6. Запускай продажи

Формат: PDF

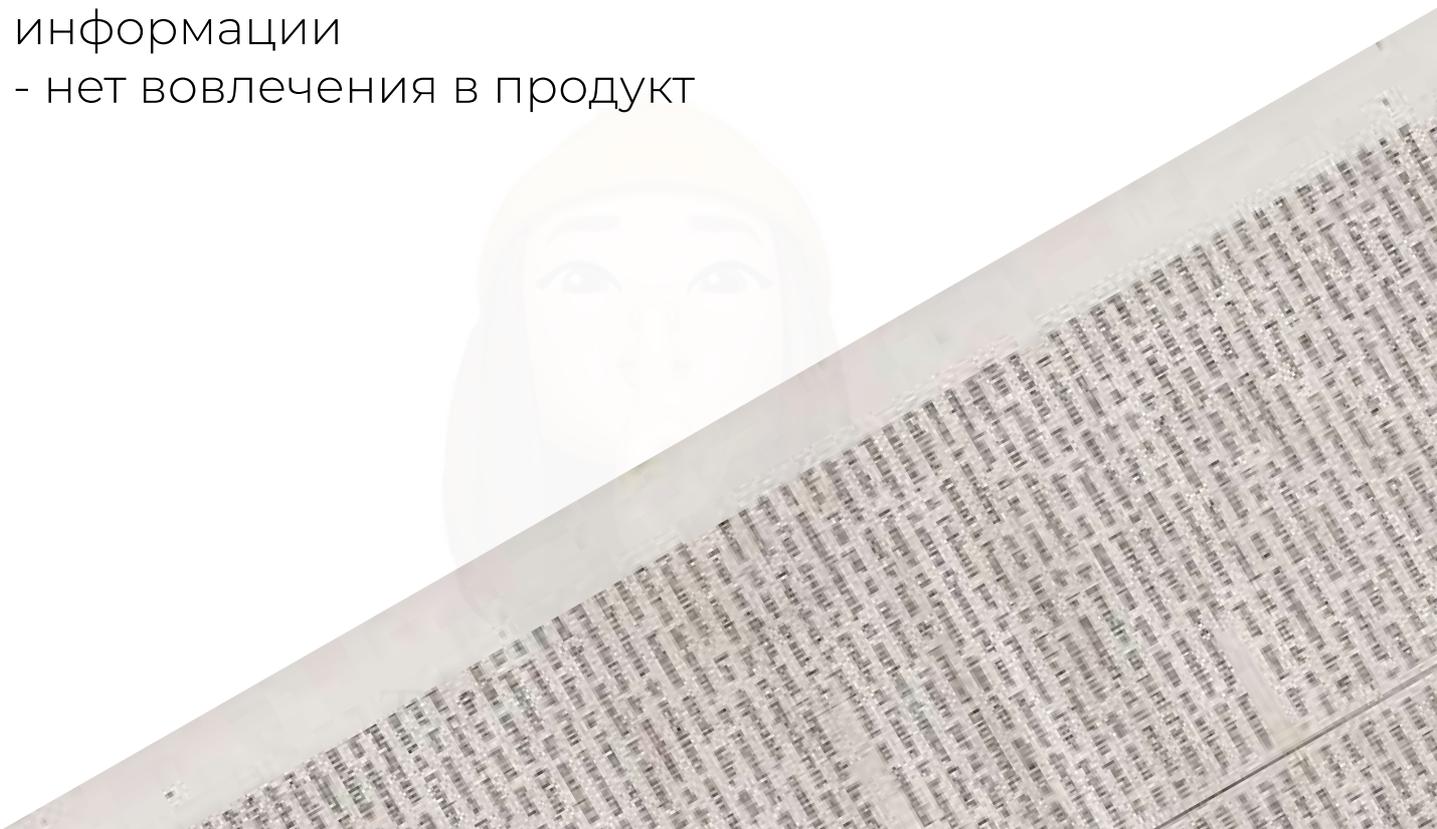
Цена: от 500 руб до 3 500 руб

Плюсы:

- + пользуется популярностью
- менее энергозатратно, чем вебинар
- + доступная цена
- + пассивные продажи
- + не требуются платные сервисы

Минусы:

- не всем в кайф читать большие объемы информации
- нет вовлечения в продукт



Курс

Это самый объемный и энергозатратный формат инфопродукта, который требует тщательной подготовки.

Курс чаще всего состоит из нескольких блоков и включает в себя большой объем информации. Иногда на курс привлекают дополнительных спикеров, чтобы лучше раскрыть тему и максимально вовлечь участников.

По сути, курс — это сборник всех инфопродуктов, в нем могут быть и записанные уроки, и прямые эфиры в формате вебинара. В качестве дополнительных материалов могут даваться гайды и чек-листы. Но наряду с пользой, важно удерживать мотивацию участников и не давать им заскучать. Для этого нужно придумывать движухи вне программы.

Запуск курса требует очень большого труда. Если при запуске гайда или вебинара ты можешь создать структуру, подготовить информацию и упаковать все это в красивый дизайн, а дальше поставить это на поток и не принимать дальнейшего участия, то с курсом так не получится. Он подразумевает предварительную подготовку и еще очень плодотворную работу во время курса. Не получится запустить продукт, продать и забыть. Нужно постоянно быть на связи с участниками, проверять домашние задания, давать обратную связь и регулярно пополнять уроки или проводить прямые эфиры.

Поэтому если ты решишь запустить курс, готовься к плотной и долгосрочной работе.

Как запустить:

1 Что касается темы курса — чаще всего это что-то объемное, что можно разделить на несколько блоков/разделов, каждый из которых будет разбит еще на несколько уроков. Должно быть глубокое погружением в тему.

2 Определи цель и задачи: должно быть понятно, что ученик получит на выходе.

Длится обычно от 2 недель до 3 месяцев

Цена: от 5 000 до 100 000 руб.

Плюсы:

- ✦ люди ценят этот вид продукта
- ✦ высокая цена по сравнению с гайдами/вебинарами
- ✦ максимальная польза и высокое вовлечение участников

Минусы:

- требуется много времени для запуска и проведения
- не все могут себе позволить из-за высокой цены
- требуется платформа для проведения (они чаще всего платные)



Марафон

Марафон — это упрощенная версия курса, где участники изучают тему и выполняют практические задания. Уроки выходят постепенно каждый день или через день.

Многие блогеры начинают именно с марафонов, потому что запускать их достаточно легко. Тебе не требуются никакие дополнительные площадки, можно его проводить в закрытом профиле или телеграм канале.

Длится от 5 до 14 дней

Цена: от 300 руб до 7 000 руб

Плюсы:

- ✦ легко запустить
- ✦ не требуется платная платформа — можно проводить в закрытых профилях в соц. сетях
- ✦ доступная цена для учеников
- ✦ хорошая вовлеченность
- ✦ быстрые деньги (не требует большой подготовки + короткий срок проведения)

Закрытый канал/группа/клуб

Если ты хочешь сформировать закрытое сообщество, которое будет получать от тебя эксклюзивную информацию, то этот вариант для тебя. Часто для этого создают закрытый аккаунт или канал в телеграм. Также можно использовать сторис для близких друзей. Доступ можно продавать либо ежемесячно, либо единоразово.

А если ты хочешь иметь связь с аудиторией, а не только вещать, можно создать закрытый чат. Вход в него, как правило, платный. И в этом чате можно создать комьюнити по интересам — например, «Чат для менеджеров блогеров».

Цена от 100 до 3 000 руб

Плюсы:

- + легко запустить
- + доступная цена для участников
- + не требуются платные сервисы

Минусы:

- не придают ценности данному продукту
- не очень распространено, поэтому есть недоверие формату

Как запустить:

1. Продумай заранее темы, по которым будешь выкладывать контент
2. Оформи группу/канал
3. Выложи несколько постов, чтобы люди не приходили на пустую страницу
4. Привлеки участников
5. Регулярно выкладывай контент

Офлайн мероприятия

Почти все вышеперечисленные инфопродукты можно проводить офлайн: семинары, курсы, интенсивы, мастермайнды, завтраки на определенную тему.

Плюсы:

- ✦ сильное вовлечение и концентрация
- ✦ живое знакомство и общение

Минусы:

- аренда помещения
- определенное место
- определенное время

УСЛУГИ ДЛЯ БЛОГЕРОВ

За каждым крупным и не очень блогером стоит целая команда, которая помогает ему в развитии блога, нахождении брендов для сотрудничества и просто в рутинных делах. То есть делает все возможное, чтобы блогер не сошел с ума от овер дофигища дел.

Давай разберем, какие услуги необходимы блогерам в 2020 году.

Уверена, ты найдешь что-нибудь интересное для себя!

Визуал

Каждый блогер хочет иметь красивую и гармоничную ленту в Instagram, которая будет отражать концепцию их блога и выглядеть привлекательно для новых читателей

Этим занимаются визуал-менеджеры.

Если у тебя отличный вкус и внутреннее чувство стиля, ты знаешь термины «ракурс» и «композиция» или может у тебя есть опыт в фотоиндустрии, то этот способ заработка тебе отлично подойдет.

Что можно предложить:

- разбор визуальной части профиля;
- разработка концепции ленты;
- отбор фотографий из имеющихся у блогера;
- создание раскладки ленты на определенное кол-во постов;
- цветокоррекция и ретушь фотографий блогера;
- создание готового пресета для самостоятельной обработки фотографий;
- написание подробной инструкции по обработке фото;
- написание инструкции для дальнейшего составления ленты самостоятельно;
- консультацию по созданию гармоничной ленты и рекомендации по ее улучшению;
- подбор референсов для съемки;
- написание подробного ТЗ для фотосессии.

Также ты можешь объединять эти услуги и составлять из них пакеты, потому что обычно блогеру требуется сразу несколько услуг.

Вариант заработка сразу:

Возьми 9-12 фотографий любого блогера и составь из них общую ленту, которая будет намного гармоничнее той, что есть у него сейчас, или же хорошо передаст его миссию и усилит личный бренд. Но при этом объясни, почему ты сделал(а) именно такое расположение и чем оно лучше того, что есть сейчас в профиле блогера. Так ты сразу продемонстрируешь свою экспертность и заинтересованность в работе.

Тексты

Существует 2 основных варианта работы с текстом — **копирайтинг** (когда ты с нуля создаешь пост) и **рерайтинг** (когда редактируешь уже готовую информацию).

Копирайтинг нужен тем блогерам, у которых совсем нет времени, и им проще диктовать в голосовом сообщении свои мысли по определенной теме и дальше делегировать написание поста копирайтеру.

Или в том случае, когда блогер хороший эксперт в чем-то, но не умеет с помощью текста понятно и доходчиво что-либо объяснить. Удержать внимание читателя и заинтересовать его важно, поэтому здесь на помощь приходит копирайтер.

Но есть блогеры, которым очень важно самим писать текст, и они настолько увлекаются, что в конечном итоге получается целая статья с кучей повторений и грамматических ошибок. Такой текст должен обязательно пройти редактуру эксперта перед публикацией.

Если ты в школе отлично писал(а) сочинения, обожаешь читать книги и у тебя отличный слог — этот вид заработка для тебя.

Что можно предложить:

- написание постов с голосовых сообщений блогера;
- написание постов и самостоятельный поиск информации;
- редактирование готового текста;
- написание текста для сайта;
- написание текста для рассылок;
- написание текста для инфопродуктов;
- написание сценария для уроков/прямых эфиров;

Вариант заработка сразу:

Прошерсти последние посты блогера, с которым хочешь работать, и попробуй написать ему свой вариант какого-либо его текста. Либо проанализируй его сайт или рассылки и предложи улучшить их. На самом деле, блогеры всегда готовы к новым идеям, так как у них уже замыливается глаз и свои недостатки не всегда видны.

Таргет (на подписку, на услугу)

Все больше блогеров начинают использовать таргет, кроме общепринятых способов продвижения. Кто-то с его помощью перекрывает отписки (которые есть всегда), а кто-то полноценно увеличивает аудиторию. Настройка таргета может происходить как через сам Instagram, так и через Facebook, но во втором варианте ты можешь сделать более детальную проработку аудитории и своей рекламной кампании.

Кроме использования таргета для привлечения новой аудитории, можно также настраивать его для поиска покупателей на услугу или товар от блогера. Тут уже будет более детальная проработка воронки продаж, чтобы не просто привлечь аудиторию к продукту, но и направить до покупки.

Вариант заработка сразу:

Собери примерную аудиторию блогера и пришли ему варианты настроек для рекламы. Дай ему понять, что ты разбираешься в данной сфере получше него и сможешь помочь ему добиться своих целей.

Съемка (фото, видео)

Если у тебя есть камера и руки из правильного места, ты можешь работать с блогером в формате фото и видео-съемок. С фотографиями все более-менее понятно, ведь контент для блога нужен всегда. А видео могут пригодиться блогерам и для инфопродуктов, и для рекламных макетов, а еще, например, для роликов на YouTube. Многие понимают, что Instagram не вечен и надо иметь в запасе несколько площадок.

Вариант заработка сразу:

Посмотри внимательно ролики, которые опубликованы в профиле блогера. Распиши, как бы ты мог(ла) их улучшить и почему за этим нужно обратиться именно к тебе. Покажи свое портфолио, а если оно не впечатляющее — порадууй не очень высокой ценой. Также можно предложить блогеру проведение съемки.

Так ты покажешь себя, как эксперта, поскольку искать ошибки сложно и для этого нужен реальный профессионализм.

Стилизация съемки (рефы, фотограф, место, образы)

Такой вид услуги очень кропотливый, но до жути интересный. Для его реализации понадобятся несколько навыков: умение быстро и качественно искать нужных людей, хорошая ориентация в городе и понимание в модных тенденций в фото и одежде.

Тебе необходимо полностью организовать съемку для блогера, а именно:

1. подобрать референсы с позами для фото;
2. найти необходимый реквизит;
3. составить комплекты образов из одежды, которая есть у блогера, либо помочь с выбором ее в магазине;
4. договориться с фотографом о съемке;
5. арендовать площадку или договориться о съемке на ней.

Эта работа требует креативности, находчивости и умения находить выходы из любых ситуаций (что угодно может пойти не по плану).

Вариант заработка сразу:

Составь 2-3 доски на Пинтересте со стилизациями для тематических фотосессий и предложи блогерам организовать для них эти съемки. Конечно, сначала нужно изучить профиль блогера и его стиль, понять, что может хорошо выстрелить.

Если сможешь удивить блогера, он согласится провести эту съемку и заплатит тебе, как организатору.

Посредничество (иметь свою команду, находить заказы, следить за выполнением)

В этом случае тебе нужно собрать команду из исполнителей, которыми ты будешь руководить. Часто самим дизайнерам, копирайтерам и создателям сайтов некогда искать заказы, собирать отзывы, составлять свое портфолио, поэтому хорошие специалисты сидят без работы. Ты можешь им помочь и находить заказы за процент.

Вариант заработка сразу:

Найди 1-2 специалистов, которые готовы работать за процент, попроси их готовые работы и составь грамотное портфолио. Затем приступай к поиску блогеров, которым может понадобится данный специалист, и договаривайся о сотрудничестве.

Подогрев на инфопродукт (как подать, что и когда выложить, о чем рассказать и на какую боль надавить)

Каждый блогер, который хочет запустить свой инфопродукт, долго готовит его, составляет программу или пишет сценарий. А потом чаще всего забывает, что еще важно грамотно подать своей аудитории этот самый продукт. Иначе все труды могут оказаться бесполезными.

Именно в этом ты и можешь помочь блогеру. Подготовь подогрев аудитории перед запуском продаж инфопродукта, пропиши, в какой день и о чем необходимо рассказать, с какой стороны подать продукт. Придумай механики вовлечения в новый продукт, а также пропиши, на какую боль аудитории надавить, чтобы люди его точно купили.

Вариант заработка сразу:

Придумай подогрев аудитории на курс или марафон, который проходит у блогера уже не в первый раз, чтобы он оценил всю цепочку ведения аудитории до продаж.

Анализ ЦА, составление портрета ЦА

Анализ ЦА нужен абсолютно каждому блогеру, даже тому, кто об этом никогда не задумывался. Ты наверняка видел(а) у блогеров такие истории, когда они просили в окошке дать ответ на похожие вопросы: «Какой контент вы бы хотели от меня видеть?»

И это первый признак того, что эти блогеры не понимают, кто их ЦА и какой контент ей будет интересен.

Тебе важно не просто прописать возраст, пол и род деятельности этих людей. Анализ получится глубже и эффективнее, если ты углубишься в понимание аудитории и добавишь в анализ интересы и поведение этих людей в соц. сетях. А также распишешь, на кого они подписаны и кого репостят. Именно это поможет понять, в какую сторону направить блог и его позиционирование.

Вариант заработка сразу:

Проведи подробный анализ одной группы ЦА блогера с полным разбором, покажи, что ты понимаешь, как найти и привлечь эту аудиторию. А анализ остальных групп (сегментов) предложи сделать платно.

Идеи для постов и историй, взаимодействия с аудиторией (тесты, квесты, интерактивы и игры) и их оформление

Если блогер будет стоять на месте, то он станет не интересен своей аудитории, поэтому каждую неделю, месяц, полгода он ломает голову над новыми идеями для своего контента.

Ты можешь ему в этом помочь. Твоя задача будет заключаться в придумывании новой подачи старой рубрики, продумывании геймификации и вовлечения аудитории в ту или иную тему и т. д. Кроме составления плана, ты можешь заниматься и оформлением всех своих идей.

Так, например, блогер скидывает тебе все материалы, которые он отснял по твоему плану, а ты оформляешь это в презентабельный и читабельный вид.

Вариант заработка сразу:

Подготовь блогеру новую подачу его старой рубрики, оформив ее в интересной интерпретации. Он может заинтересоваться этой идеей, если она будет оригинальной и качественной, и заказать продление таких услуг.

Дизайн презентаций, гайда, чек-листа и других инфопродуктов

Так же, как и этот файл, каждый инфопродукт блогера нуждается в дизайнерском оформлении, чтобы его было не только полезно изучать, но и приятно читать. Ведь с помощью дизайна можно правильно расставить акценты и сделать продукт не только полезным, но еще и красочным.

Вариант заработка сразу:

Проанализируй дизайн тех продуктов, которые уже есть у блогера. Если видишь что-то, что можно улучшить, смело оформи одну страницу или один слайд презентации так, как считаешь нужным. А потом отправь блогеру и обязательно объясни, почему твое оформление лучше и качественнее.

Создание сайтов

Сайты нужны блогерам в основном для продвижения и продажи своих инфопродуктов. Они бывают одностраничные и многостраничные в зависимости от целей, для которых они созданы. Твоя работа в этом случае будет заключаться в составлении макета сайта, продумывании его наполнения и реализации варианта, согласованного с блогером и его командой.

Вариант заработка сразу:

Проанализируй уже существующий сайт у блогера и предложи ему дельные доработки. Не забудь доказать, что они действительно нужны!

Организация офлайн мероприятий для блогера

При необходимости разные блогеры проводят свои мероприятия с подписчиками, учениками или другими блогерами. Ты можешь заниматься организацией этих встреч, к примеру: найти кейтеринг, помещение, подготовить программу дня, какой-то раздаточный материал.

Вариант заработка сразу:

Предложи организовать одно мероприятие для блогера бесплатно, чтобы он оценил твои способности и имел тебя в виду в следующий раз.

Подбор блогеров на рекламу (найти, проанализировать, договориться, оплатить, скинуть макеты, контролировать выход рекламы)

Основной способ продвижения у блогеров — это реклама у других блогеров. Поэтому они постоянно нуждаются в новых подборках. Твоей задачей будет найти блогеров, у которых можно купить рекламу, проанализировать качество их аудитории и охваты. Затем договориться о дате постинга рекламы, скинуть готовые макеты, которые подходят под аудиторию блогера, проконтролировать выход рекламы.

Вариант заработка сразу:

Подбери 5-7 блогеров, у которых можно заказать рекламу конкретному блогеру, проанализируй их аккаунт и подготовь вариант позиционирования, с которым блог может зайти этой аудитории с большей вероятностью. И предоставь это блогеру, которого выбрал(а) для тестового задания. Если работа будет сделана качественно, блогер продолжит с тобой сотрудничать.

Макеты на рекламу для блогеров и таргет

Для каждой рекламы блогеру необходимы макеты. Выбери программы, с помощью которых сможешь их делать. Можешь воспользоваться After effect на компьютере или различными приложениями на телефоне. Хорошо изучи профиль блогера, чтобы понять его позиционирование и то, чем он может зацепить новую аудиторию. Используй цепляющие выражения, которые вызывают эмоцию у человека (не только негатив или хайп). Старайся сделать яркий и запоминающийся ролик и не используй заезженные тезисы.

Вариант заработка сразу:

Сделай 1-2 макета для блогера, предоставив ему возможность оценить твои способности. Не забудь хорошо изучить его профиль в течение 4-5 дней, чтобы выявить главные фишки.

Анализ конкурентов (их плюсы и минусы, их фишки, их инфопродукты)

Ни для кого не секрет, что количество блогеров с каждым днем только растет, и конкуренция за внимание читателя увеличивается пропорционально. Поэтому важно знать своих конкурентов в лицо, чтобы уметь выделиться на их фоне. При проведении анализа важно не просто выявить конкурентов и просмотреть их страницы. Нужно выделить их плюсы, минусы, фишки ведения Instagram, их инфопродукты и т. д.

Вариант заработка сразу:

Проанализируй 2-3 блога, предоставь полный анализ блогерам и покажи, как они могут выделиться на фоне своих конкурентов.

Ведение группы вк, полезного телеграм канала

Каждый блогер сейчас расширяет каналы взаимодействия с пользователями, чтобы максимально захватить их внимание собой. Но одному человеку тяжело держать под контролем все сразу, так что ты можешь помочь какому-нибудь блогеру в ведении телеграм канала или группы Вконтакте. Наполнение каналов зависит от тематики блога, поэтому тут все подбирается индивидуально, как и количество публикаций и активностей.

Вариант заработка сразу:

Предложи блогеру запустить свой телеграм канал или группу Вконтакте со стратегией их развития. А если такие каналы уже используются, то предложи их ведение или же продвижение.

Помощник блогера с рутинными вопросами (записать к маникюру, бронь отеля, выплата зарплат)

Все больше блогеров нанимают себе личных помощников, которые занимаются не блоггом, а всей жизнью блогера и его рутинными делами. Самим блогерам бывает некогда забронировать отель, закинуть новую вакансию на сайты по поиску сотрудников, составить резюме, заказать продукты домой, договориться с клинингом и т. д. Поэтому ты можешь облегчить жизнь блогера и подарить ему несколько часов отдыха в день. И заработать на этом, конечно!

Вариант заработка сразу:

Составь хорошее резюме. В нем тебе следует перечислить все заботы, которые ты сможешь взять на себя, и показать, сколько времени ты можешь сэкономить блогеру в день. Он точно не устоит.

Организация гивов

Не все блогеры еще используют такой способ продвижения. Но если и делать гивы, то качественные, именно такими ты можешь заниматься. Не просто запланировать в призы айфон, а продумать все механики вовлечения аудитории в конкурсный аккаунт и аккаунты блогеров, которые будут спонсорами в гиве.

Как идея — каждый блогер один день ведет конкурсный аккаунт в сторис, как свой собственный, тем самым приобретая доверие новой аудитории. Или можно разыгрывать какие-то маленькие призы от блогеров путем вовлечения в их аккаунты (найди в историях, посмотри, какого цвета была одежда на посте и т. д.)

Вариант заработка сразу:

Предложи блогеру организовать для него персональный гив, но при этом продумай заранее всю механику и сценарий ее реализации, чтобы блогер понял, что ты разбираешься в этой сфере и сможешь ему помочь подзаработать и качественно увеличить аудиторию.

Помощник блогера с модерацией аккаунта

Модерация аккаунта может проявляться как в директе блогера, так и комментариях под постами. Например, что происходит с комментариями, на которые не отвечает блогер? Правильно! О них забывают, интерес в их написании угасает, а тем самым и падает вовлеченность в блог. Про директ блогеров даже страшно упомянуть, там вечный завал, поэтому ты можешь заняться наведением порядка в профиле у любого инфлюенсера.

Вариант заработка сразу:

Проанализируй последние посты блогера на предмет комментариев, оставленных без ответа. Если таких много, вежливо и деликатно напиши блогеру, что он рискует потерять аудиторию, если не будет с ней взаимодействовать. И предложи свои услуги.

Куратор на курсе блогера или тех. поддержка

При запуске курса или марафона у блогера, как правило, более 100 участников, взаимодействовать со всеми и отвечать каждому на все вопросы просто физически невозможно. Поэтому блогеры всегда ищут для этого помощников. Если ты хочешь им стать, твои задачи будут таковы: давать доступ новым участникам, проверять домашнее задание, отвечать на все вопросы от участников и т. д.

Продумывание сторителлинга по заданной теме

Каждый блог, который захватывает внимание, построен по принципу сериала, когда все истории и посты взаимосвязаны и вытекают один из другого. Такой прием называется сторителлинг.

Качественные и интересные истории тяжело придумывать и реализовывать самостоятельно, поэтому блогерам нужны креативные специалисты. Если ты интересуешься сериалами и кино, эта работа точно для тебя, ведь принцип построения сюжетных линий такой же.

Вариант заработка сразу:

Возьми одну тему у блогера и придумай цепочку сторителлинга, с помощью которой он смог бы удержать внимание аудитории на этой теме.

Бухгалтер

Многие блогеры сейчас зарабатывают большие деньги на своих блогах, а для того, чтобы делать это законно, им необходимо уплачивать все налоги, сдавать декларации в ФНС в определенный срок, также заниматься зарплатами сотрудников. Это и многое другое, что связано с финансами, они поручают отдельным бухгалтерам.

Вариант заработка сразу:

Данный вариант подойдет только тем, кто разбирается в этой теме. Но даже если у тебя нет профильного образования, ты все равно можешь предложить блогеру наиболее выгодную систему уплаты налогов или систему, которая упростит раздачу ЗП. Так ты покажешь свою экспертность и освободишь блогера от геморроя с этими проблемами.

Юрист

Все, что публикуют у себя блогеры, любой авторский контент (тексты, инфопродукты и т.д.) защищены авторским правом. Многие мошенники даже не думают, что могут попасть на крупный штраф, когда перепродают чьи-то гайды, онлайн курсы и чек-листы. Чтобы взыскать такой штраф, в команде обязательно должен быть юрист.

Вариант заработка сразу:

Найди на стоках слитые курсы какого-либо блогера и предложи ему таким образом подзаработать и защитить свои права.

Разбор профиля

Такой вариант подходит как для маленьких блогеров, так и для крупных. Иногда те, кто уже давно ведет блог, не видят своих очевидных ошибок, потому что глаз замыливается. Если ты их заметил(а), можешь вежливо указать на это блогеру. Но не забудь, что важно показать, как решить проблему и исправить ошибку, а не просто ткнуть в нее носом.

Вариант заработка сразу:

Сделай разбор профиля 2-3 людям за отзыв на услугу, тем самым к тебе будет формироваться доверие, как к специалисту. И другие клиенты не заставят себя должно ждать.

Съемка контента (фото, видео)

Чтобы люди узнали о продукте и захотели его купить, необходимо правильно этот самый продукт подать. Именно этим и занимается фотограф или оператор, когда снимает контент для Инстаграм.

Задача такого специалиста в том, чтобы показать продукт максимально натурально, но при этом в интересно и небанально. Так, например, <https://www.instagram.com/mojocacao/> — это просто шоколад, но подача на фото такая офигенная, что многие смм-специалисты используют этот аккаунт как пример идеального визуала для коммерции, тем самым давая им бесплатный трафик. Много красивого и интересного визуала с примерами можно найти на аккаунте <https://www.instagram.com/aesthetips.co/>

Вариант заработка сразу:

1. Выбери продукт, которым ты давно пользуешься. Придумай, с какой стороны его лучше подать через снимок, сделай пару кадров и отправь их бренду с предложением о сотрудничестве.
2. Предложи бренду прислать тебе на пробу какой-то продукт, который ты бесплатно сфотографируешь и покажешь тем самым свое мастерство.

Составление полной стратегии продвижения бренда

Многие бренды сначала запускают точку продаж, а потом задумываются о своем представительстве в соц. сетях. Но это большая ошибка, поскольку потребитель большую часть своего времени проводит в телефоне. Именно поэтому каждому бренду необходим этот канал взаимодействия с пользователями, но возникает другая проблема — как выстроить коммуникацию?

Если ты хорошо разбираешься в этом, помоги бренду составить полную стратегию присутствия в соц. сетях. В твою стратегию должны входить как варианты ведения страниц бренда, так и продвижения. Лучше всего стратегию делать от 3 месяцев, чтобы выстроить четкий план работ.

Вариант заработка сразу:

Если ты видишь, что какой-то товар очень хорош, но его аккаунт слишком мал и контент совсем не отражает его плюсы, то предложи сделать стратегию для этого бренда за отзыв или за ее дальнейшую реализацию.

Визуал

Визуальная составляющая любого профиля может быть толчком для принятия решения о покупке. Поэтому даже брендам важно оформлять аккаунт красиво и интересно, чтобы его было интересно разглядывать. Также не менее важно показать с помощью визуала миссию бренда и ценности, которые он транслирует.

Услуга составления визуала для бренда похожа на аналогичную услугу для блогеров, но тут важно понимать, что визуал должен отражать и сам офлайн бизнес. Например, если акция идет в самом магазине, то о ней нужно рассказывать и онлайн в даты запуска. При составлении визуала помни, что магазинам нужно соответствовать своему образу и онлайн, и офлайн, иначе произойдет эффект ожидание/реальность, и это подпортит репутацию.

Вариант заработка сразу:

Тут все похоже на услугу для блогера. Возьми 9-12 фотографий бренда и составь из них общую ленту, которая будет намного гармоничнее той, что представлена в аккаунте сейчас. Тебе нужно будет также объяснить, почему этот вариант гармоничнее предыдущего и даст ли он лучшие продажи.

СММ

Один из самых распространенных способов заработка на коммерческих профилях — это полное ведение и продвижение их соц. сетей. Сюда входит множество обязанностей, но делать это одному человеку невыгодно. Такая работа занимает много времени, и быть профессионалом во всем сразу тоже нельзя, поэтому тут предлагаем тебе найти единомышленников и брать более крупные проекты с большими бюджетами на рекламу.

Вариант заработка сразу:

Проанализируй одну нишу в любом бизнесе, выяви аккаунты, которым точно нужна помощь, и предложи ее за символическую стоимость. Но обязательно предупреди, что в последующие месяцы эта сумма удвоится в два раза, так у тебя будет мотивация показать лучший результат.

Тексты (блог, сайт)

Для любого бизнеса очень важны тексты, ведь именно через них вся важная информация передается пользователю. Так, например, важно правильно составить текст на новую акцию, чтобы он не был назойливым, но при этом заинтересовал пользователя. Или текст на главную страницу сайта, который объясняет общие ценности и позиционирование бренда простым языком для читателя.

Вариант заработка сразу:

Напиши парочку вариаций поста на одну тему для конкретного бизнеса и отправь ему вместе с резюме. Если твои тексты действительно хороши, то тебя обязательно возьмут.

Таргет

Использование таргетированной рекламы необходимо, т. к. это один из каналов привлечения новых клиентов. Ее можно настраивать с разными целями: привлечение подписчиков, увеличение продаж, запуск новых акций и предложений.

Вариант заработка сразу:

Предложи бизнесу настроить рекламу бесплатно, но с предоставлением рекламного бюджета, тем самым ты покажешь свои умения, но не потратишь свои деньги на оплату рекламы.

Модерация

Данный вид услуги больше всего необходим крупным компаниям, т. к. они могут не замечать новых комментариев на старых публикациях, а вопросы без ответа ведут к потере клиента. Поэтому необходимо постоянно проверять уведомления. Кроме просмотра комментариев, необходим своевременный ответ на сообщения в Директ, ведь через 30 минут человек забудет о том, что вообще задавал вопрос, и купит у конкурентов, где его проконсультировали быстрее.

Вариант заработка сразу:

Просмотри последние посты у бренда и укажи ему на проигнорированные комментарии. И объясни, почему он нуждается в твоей помощи.

Макеты для таргета

Чтобы не слить рекламный бюджет, необходимо запускать рекламу с хорошо продуманным макетом. Он должен давить на основную боль аудитории, например, «обнови свой гардероб к весне» или «кушай сладкий торт и не толстей» и т. д.

Можешь выбрать программы, в которых будете делать такие видео:

- InShot
- Mojo
- Instories

Вариант заработка сразу:

Принцип такой же, как и у блогеров, сделай 1-2 макета для бизнеса, предоставив ему возможность оценить твои способности. Но при этом понаблюдай за ним 4-5 дней, чтобы выявить основные фишки, ценности и отличия от конкурентов.

Подбор блогеров на рекламу (найти, проанализировать, договориться, оплатить, скинуть макеты, проконтролировать выход рекламы)

Многие бизнесы отказываются от работы с блогерами, т. к. натыкались на накрутки или не следили за выходом и качеством самой рекламы. У них может попросту не быть на это времени.

Анализ конкурентов (их плюсы и минусы, их фишки)

Анализ конкурентов для бизнеса важен с двух сторон.

Первое — характеристики бизнеса и его особенностей, второе — позиционирование себя в соц. сетях. Как раз со вторым ты можешь помочь.

Тебе необходимо будет проанализировать: общее позиционирование, визуальный и текстовый контент, стиль общения с аудиторией, рекламные площадки, запуски новых продуктов и специальные предложения.

Вариант заработка сразу:

Проанализируй 1-2 коммерческих профиля, предоставь полный анализ бизнесу и покажи, как можно выделиться на фоне конкурентов.

Анализ ЦА, составление портрета ЦА

Важно понимать, что за люди наблюдают за аккаунтом бренда, чтобы четко понимать, как преподнести им информацию, на каком языке общаться, какой контент постить и т.д.

Важны даже не сами характеристики (пол, возраст, место работы), а более детальная проработка поведения таких пользователей в соц. сетях. Необходимо понять, что они смотрят, что читают, что репостят, над чем смеются или плачут и т. д.

Вариант заработка сразу:

Проведи бесплатно подробный анализ одной группы ЦА у коммерческого профиля с полным разбором и предложи продолжить анализ других сегментов уже платно.



КАК РАБОТАТЬ С КЛИЕНТАМИ

Ты, наверное, прочитал(а) всю информацию, и в голове гремит вопрос **«НО КАК? ГДЕ ИСКАТЬ КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ ГОТОВЫ МНЕ ПЛАТИТЬ?»**

Хочу тебя замотивировать, клиентов настолько много, что их хватит на всех! Самое важное — это дать понять людям, что ты эксперт и абсолютно уверен(а) в своих продуктах и услугах.

КАК? Все просто. Экспертность состоит из:

- самопрезентации
- отзывов других людей
- управления репутацией

Для начала необходимо понять, кто твои клиенты. Какой возраст у целевой аудитории, примерные интересы, уровень дохода, есть ли дети, какое образование, занятость и т. д.

Рассмотрим пример: кому интересен гайд по монетизации Инстаграм?

Это люди 16-26 лет, которые хотят начать вести свой блог и продавать через него/уже имеют какой-то бизнес или товар/начинающие фрилансеры. А также те, кто просто задумывается о том, как зарабатывать через Инстаграм. Уровень дохода от 0 до 40 тыс. в месяц и т. д.

Где могут быть такие люди? Нужно выписать примерные места и мероприятия, которые посещают будущие клиенты, понять, на какие тематики блогов они подписаны.

Зачем? Чтобы лучше понимать свою аудиторию. Чтобы знать, что нужно нашим клиентам и какие запросы может удовлетворить твой продукт или услуга. А также определение ЦА не помешает, если в дальнейшем ты планируешь рекламировать свои продукты и услуги :)

Поиск и привлечение клиентов можно поделить на два типа:

- Если у тебя экспертный блог и есть свои инфопродукты
- Если ты выполняешь услуги и работаешь на блогеров

Если ты блогер и нужно привлечь клиентов для продажи своих инфопродуктов:

- Реклама у других блогеров
- Таргет

Самый простой способ привлечения клиентов, про который ты уже наверняка знаешь — друзья и знакомые. Да, это самое первое, с чего можно начать, и это действительно работает.

Рассказывать о себе и о том, что ты делаешь, показывать в сторис результаты и кейсы — почему нет? Именно сторис являются сейчас самым мощным инструментом как продаж, так и поиска клиентов, так что это необходимо внедрять и использовать.

Почему это может дать результат? Существует реально много примеров и кейсов, как через знакомых многие находили своих первых клиентов. И именно первый клиент — это самый важный шаг, когда ты волнуешься и стараешься сделать все идеально. А если ты выполняешь работу хорошо, то клиенту или блогеру хочется рекомендовать тебя другим. Не забывай, сарафанное радио — важный инструмент, который может «работать» на тебя очень долго.

Чаты телеграм

Блогерам, которые хотят что-то создавать или уже имеют свои продукты, нужны новые руки и нужна команда.

А нам нужно найти тех самых блогеров. Где?

Например, в чатах телеграм:

- Помогатор
- Работа инстаграм
- Работаем
- Толока
- Дистанция 2.0
- На удаленке 2.0

Группы ВКонтакте, где есть вакансии связанный с работой в Instagram:

- Дистанция
- Удаленная работа. Фриланс

Еще, как я уже говорила, можно писать блогерам самостоятельно и предлагать свои услуги — это рассылки в Инстаграм.

Сразу отмечу, что это ХОЛОДНОЕ резюме.

Здесь нужно знать нюансы и действовать осторожно.

Человеку могут быть вообще не нужны услуги, но если он задумается о них или запомнит тебя на будущее — значит ты сделал(а) отличную работу!

Для этого нужно заинтересовать и точно не оттолкнуть: изучи внимательно блог, проверь, есть ли пиар аккаунт, какие были продукты и есть ли команда. Необходимо четко представлять, как ты можешь помочь человеку и что будешь для него делать.

Может у него хромает визуал и куча ошибок в постах? Или блогер часто говорит, что у него куча дел, и он ничего не успевает? Желательно учесть все моменты и грамотно описать это при отправке своего сообщения. Здесь очень важен индивидуальный подход.

Очень часто блогерам не нужны люди в команду и игнорирование с их стороны — нормально! Важно не расстраиваться и не опускать руки. Или же изменить структуру своего письма, если получаешь только отказы.

Блогеры — это золотая жила клиентов.

Если ты один раз хорошо поработаешь с блогером — к тебе придут и другие. Если ему понравилось сотрудничество, можно нативно попросить его, чтобы рекомендовал тебя другим. Или не стесняться и попросить, чтобы блогер написал отзыв в чат с другими блогерами в формате «кому нужен классный менеджер на прием заявок/разбор директа — у меня есть классная девочка, могу дать контакт»

Таргетированная реклама — это тренд 2019 года, который будет продолжать набирать популярность.

Почему это круто? Правильно настроенный таргет показывает тебя прямо твоей целевой аудитории и практически исключает возможность привлечения случайных людей.

Научиться самостоятельно настраивать таргет сложно, но можно. А затем можно и зарабатывать на этом.

Что делать, если нет опыта монетизации Инстаграм? Стоит ли брать бесплатных клиентов?

Во-первых, всегда можно сделать себе собственный кейс. Придумать задачу, тз и даже поэтапно расписать, как все создавалось (не раскрывая фишки, конечно).

Здесь важно показать, что ты очень хорошо разбираешься в своей сфере и что ты настоящий эксперт. Даже если у тебя всего один кейс, он должен быть результативным.

Во-вторых, можно взять клиента за небольшую стоимость или бесплатно, чтобы наработать опыт и получить отзыв, **НО** не позволяй клиенту наглеть, постоянно менять запрос и просто так пользоваться твоими знаниями и навыками.

Заранее договоритесь, что за выполненную работу тебе напишут отзыв или порекомендуют знакомым.

Помни о правильно составленном резюме и самопрезентации. Всегда ПРОСИ ОТЗЫВЫ о выполненной работе. Они только помогут в будущем.

Главные ошибки/ что я делаю не так / почему нет клиентов :

- Манера общения.

Очевидно, что первое мнение играет большую роль. Обязательно нужно грамотно писать и соблюдать все правила приличия. НО не менее важно расположить к себе клиента/заказчика.

Отвечай вовремя, не отправляй по одному слову в сообщении, не задавай вопросы не по теме и, ПОЖАЛУЙСТА, не отправляй голосовые, если вы не обсудили, что всем удобно их слушать.

- Если что-то не нравится — говори!

Откликаешься на вакансию, дали тестовое задание, ты увидел(а), что оно огромное и не хочешь его делать? Так и скажи! «Добрый день! Тз очень объемное и займет у меня много времени, мне будет комфортно, если вы за него заплатите минимальную стоимость — 10000Р. Если вам этот вариант не подходит, я откажусь 😊 Спасибо за возможность!»

На самом деле, тестовое задание — это твоя возможность получить кейсы в портфолио. Нельзя упускать эту возможность, если ты новичок — обязательно выполняй тз!

Лайфхаки в работе с клиентами:

Как сделать так, чтобы клиент стал постоянным, чтобы тебя рекомендовали и не хотели отпускать? Есть несколько лайфхаков, с помощью которых можно впечатлить клиента/работодателя:

- **Работай на качество!**

Особенно, если опыта работы нет — НЕ стоит брать сразу кучу заказов и вести несколько клиентов. Взять парочку для наработки кейсов, качественных и крутых.

Один качественный результат даст тебе намного больше, чем куча работ, выполненных так себе.

- **Узнавай сразу все, что хочет получить клиент.**

Задавай вопросы самостоятельно и узнавай нюансы — вполне возможно, что клиент первый раз пользуется услугами и просто не знает, что писать. Нужно учесть этот момент и самостоятельно начать диалог, углубляясь в продукт.

- **Думай о пользе для человека.**

Позиционирование через результат!

- **Сделай быстрее и больше, чем ожидают.**

Это всегда приятно и вызывает положительные эмоции типа «вау, сделали быстрее и даже больше», с таким человеком хочется работать дальше.

Инсайты от Каченка :

За все время работы в Инстаграм, я поняла, что здесь зарабатывают те, кто умеет о себе заявить. Кто ведет блоги, рассказывает, чем занимается. Этих людей постоянно видно во всех чатах, если им что-то предлагают — они непременно соглашаются! В этом основной секрет успеха — делать что-то с полной уверенностью, что это КРУТО.

Когда я жила в Новокузнецке, я не могла себе позволить хорошие дорогие вещи. Иногда родственники из Москвы присылали мне что-то в подарок, но я чувствовала себя некомфортно из-за этого и всегда искала выход из ситуации. Мне тогда было 15-16 лет.

И вот я узнала, что существуют люди, которые заказывают вещи на Алиэкспресс или ТаоБао, а потом перепродают в группах ВК или в Инстаграм. Так зарождались первые шоурумы.



Это казалось очень выгодным, потому что изначальная цена вещей была небольшой. И я начала погружаться в тему и все более глубоко изучать ее. Суть была в том, что очень большой процент забирал себе человек, который продавал перекупленный товар. А я переплачивать не хотела и поэтому начала заказывать вещи сама. И со временем я научилась с первого взгляда отличать качественный магазин от накрученного и буквально все могла найти на Али.

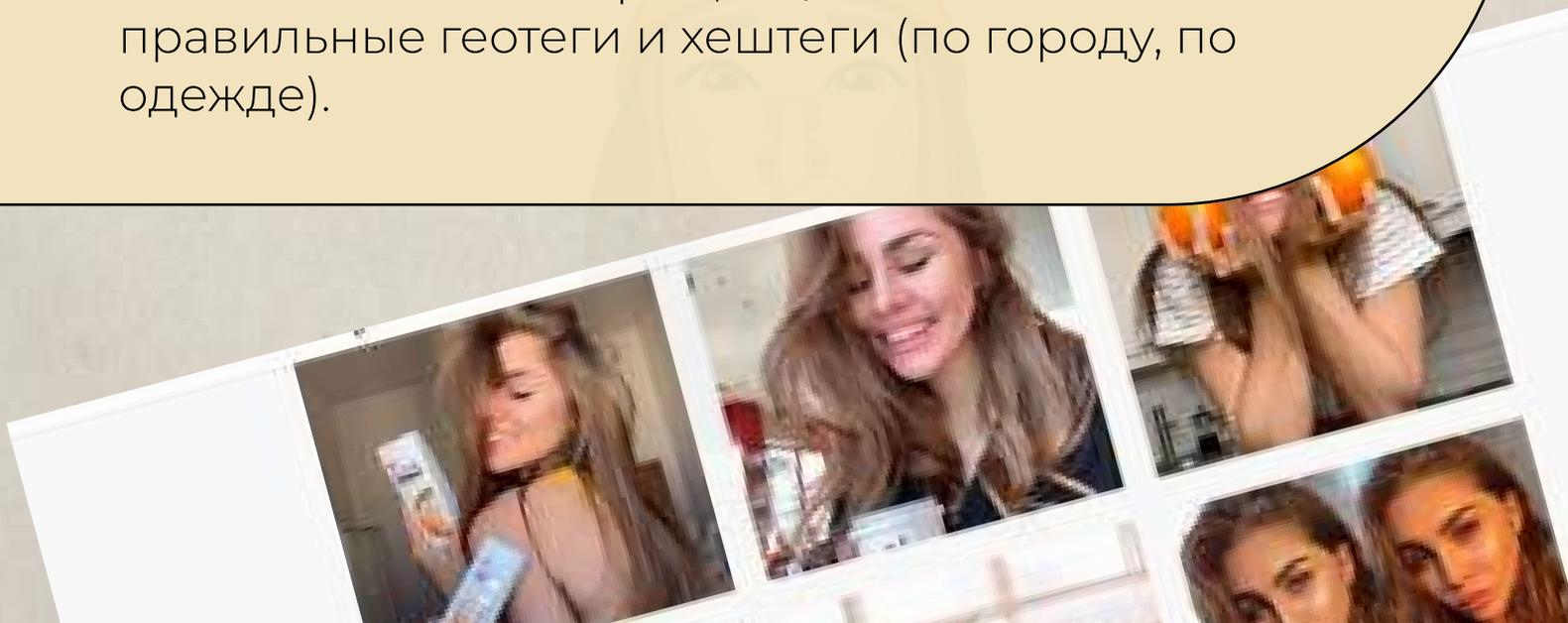
Когда я поступила в университет, стало понятно, что мне нужен дополнительный заработок. Я посидела и хорошенько подумала, что это может быть. Оказалось, что я компетентна в вопросах заказа одежды из Китая.

Но тогда шоурумов уже было очень много и надо было придумать что-то особенное. Я поняла, что многие девочки не могут себе позволить крутую брендовую спортивную одежду — Nike, Reebok и тому подобное. И я решила объединить эти две проблемы и нашла идеальное решение — продавать спортивные костюмы.

У меня уже было несколько таких, я заказала еще парочку и собрала первые заказы в своем небольшом Инстаграм. И когда я была тренером, я не забросила идею с интернет-магазином, а только развивала ее. У меня никогда не было такого, чтобы одежда лежала, как на складе. Я работала всегда по предзаказам.

Ну и конечно, я не останавливалась на этом, а всегда искала дополнительные способы заработка. Так я устроилась тренером по сайклу. Там у меня были идеальные потенциальные клиенты, перед которыми я ходила в классной спортивной одежде.

В Инстаграм я создавала единый стиль профиля, делала красивые фотографии и через него находила еще больше новых клиентов. Тогда еще хорошо работали бесплатные способы продвижения — действовал массфолловинг, массовые комментарии, еще я использовала правильные геотеги и хештеги (по городу, по одежде).



Когда я собрала немалую сумму с продаж, я решила вложить ее в продвижение. Уже тогда я поняла ценность личного бренда и поэтому решила продвигать Инстаграм. Но работа с продажами на самом деле не такая легкая, как кажется, приходится очень много работать с возражениями и возвратами. И прибыль небольшая для таких сложных процессов — 20-30%.

Первую рекламу я заказывала по бартеру. Я познакомилась с парнем, который организовывал детокс на смузи. Он предложил мне прорекламирровать эти коктейли, и я была просто супер рада. Казалось, вот она блогерская жизнь во всей красе :)

Вторая реклама — это пицца по бартеру. Мне привезли несколько коробок пиццы, я сфоткалась с ними и отметила ребят. Они сразу же предложили долгосрочное сотрудничество.

Первое время я очень много работала по бартеру. После пиццы это были брови, маникюр, бутылочки, тренировки, спортзалы.

Тогда же я начала позиционировать себя, как эксперта. Да, сейчас это очень актуально и распространено, но в «те времена» до этого додумались не все. Сначала я была экспертом в вопросах тренировок и похудения. Устраивала марафоны, разрабатывала программы и так далее.

Затем я ушла от тренерства в маркетинг и начала себя продвигать в качестве СММ-специалиста. Я проводила консультации, инста-завтраки и у меня начались первые командировки в Москву, в Питер. Меня приглашали даже в Казахстан и в Париж! Это все произошло благодаря Инстаграму и тому, что я имела четкое позиционирование эксперта.

Я продолжала развивать офлайн, хотя это еще не было трендом. Даже инфопродуктов тогда не было. Но я проводила лекции и интенсивы, и моя аудитория понимала, что я реально разбираюсь в своей теме. И благодаря этому доверие только росло.

Потом меня начали приглашать на модельные съемки, и я позировала для шоурумов. Так обо мне узнавали все больше людей, плюс я вкладывалась в рекламу. И тогда же случилась первая платная реклама.

Мне просто написали и спросили цену рекламы. Вооу, подумала я, это уже успех. Я сформировала свой прайс и на тот момент думала, что мои цены очень высокие. Написала, что пост стоит 3 000 руб, а сторис 1 000 руб. И вот мой первый рекламный пост.

В итоге я еще и закрыла на обучение по инстаграму владелицу магазина, которая купила у меня рекламу. Я помогала ей продвигать аккаунт и формировать стратегию.

Сколько же я зарабатывала:

3 000 руб — я открыла в общежитии комнату печати

10 000 руб — тренерство в спортзале

От 5 000 руб — магазин одежды

До 5 000 руб — модельные съемки

Выходило около 20-30к в месяц.

Для студентки это было очень круто.

Еще кейсы по заработку в инстаграме:

Вика, веб-дизайнер (@chumakovavika)

Год назад я работала по найму с доходом в 20к в образовательном центре и в один момент поняла, что двигаюсь не в том направлении, в котором бы мне хотелось развиваться, все бросила и так получилось, что я попала в волну развития веб-дизайна и меня затянуло.

За этот год я прошла множество курсов, общалась с людьми из сферы фриланса, много времени работала в ноль, просто для практики, брала мелкие заказы за 300 рублей, и в какой-то момент пробила потолок. Я очень много работала и жизнь начала сама двигать в нужном направлении и завертела меня с людьми из сферы блогинга, а там уже нетворкинг все решил за себя. Я успела поработать с Катей Каченком, Настей Золотой, Нелли Ермолаевой, Кейт Войной, Настей Мизгиревой и многими другими и не собираюсь останавливаться развиваться в этом направлении.

Я смогла переехать из Саратова в Сочи, содержать себя и жить так, как мне нравится. И да, самый главный совет всем — просто не останавливайтесь и рано или поздно, все обязательно получится.

Мила, smm (@milalovesea)

Я 7 лет проработала в найме, но всегда мечтала иметь возможность работать на себя, было очень много сомнений на тему фриланса и удаленной работы.

Работа в системе меня угнетала, мне всегда хотелось свободы, манила тема SMM, но было жутко страшно. Около года я совмещала удаленные проекты и основную работу, у меня не было выходных, постоянно училась чему-то новому, шла к своей цели...

В июне 2019 я написала заявление на увольнение и со стабильной работы с зарплатой в 50-80 тысяч ушла в свободное плавание...

У меня была паника, но я чувствовала, что все правильно, я выдохнула и шагнула вперед, в августе я заработала свои первые 100.000Р за месяц. Сейчас у меня свободный график, но при этом много работы, любимой работы: веду коммерческие аккаунты, консультирую по теме ведения блогов и обучаю молодых сммщиков.

Марго, менеджер блогеров

Привет! ♀

Меня зовут Марго, я менеджер блогеров. Всегда мечтала не зависеть от родителей в финансовом плане, поэтому решила работать удаленно. Проходила разные курсы, но никак не могла добиться результата.

В декабре попала на обучение к @sper.maru «Менеджер, которого хотят все блогеры», попотела умственно и оказалась среди лучших учеников. После курса начала сотрудничать с 3-мя блогерами! Быть голодной к новой информации и учиться у лучших в своей сфере — мое карьерное кредо. Не сомневаюсь, что и у тебя все получится!

Лина, редактор и копирайтер блогеров

Еще в прошлом году я работала в «Бершке» и зарабатывала мало даже по меркам небольшого города. Я всегда обожала писать тексты, но думала, что копирайтеры зарабатывают копейки за символы на биржах.

А потом попала к @sper.maru в фокус-группу для курса и понеслось! Мару меня заметила и предложила стать редактором ее гайда. Потом я начала работать с другими блогерами и диджитал-агентствами. Писала посты, редактировала инфопродукты и придумывала текстовые креативы.

Теперь работаю в команде Кати Каченка и вычитываю этот текст, который ты сейчас видишь.

Важно никогда не останавливаться на пути к мечте. Так что не сдавайся! Сначала будет непонятно и тяжело, но это того стоит, честно.