



ОБЯЗАТЕЛЬНО ЧИТАТЬ С КОМПЬЮТЕРА

«Настольная книга успеха в Инстаграм»

КНИГА УСПЕХА СОСТОИТ ИЗ 7 ПОШАГОВЫХ ГАЙДОВ ПО:

- настройке и подключению рекламного кабинета FaceBook;
- созданию лид-формы (небольшой страницы) на Tilda;
- запуску таргетированной рекламной кампании;
- созданию эффективного лид-магнита;
- разработке анкетирования в Google Forms;
- созданию рекламного макета (креатива) для таргета;
- продажам в переписке и по телефону.

Почему офигенные специалисты не зарабатывают такие же хорошие деньги, оказывая свои услуги?



Я попытался разобраться в этом вопросе и выделил главные проблемы, которые лежат в основе 90% историй «антиуспеха».

1

Хочется помогать, но некому.

И всё для этого есть у человека. И знания, и личный опыт и, самое главное, реальная возможность быть полезным окружающим. Но где найти и взять тех, кому нужна помощь — непонятно! **Проблема.**

2

Опускаются руки, потому что нужно сделать слишком много всего.

Настройки сервисов, запуск трафика, воронки продаж, сайты, аналитика. В голове всплывает мысль: «Лучше даже не пытаться, у меня нет шансов в этом разобраться». **Проблема.**

3

Много разрозненной информации, которая не сложилась в одну картинку.

И вроде шапку профиля сделали, и визуал подтянули, даже посты начали писать будто бы правильно, а продажи как были на нуле, так и остались. **Проблема.**

4

Синдром самозванца. Боязнь продаж. Неуверенность в своем профессионализме. Страх личного контакта с клиентом.

Я объединил всех тараканов в голове в один пункт, чтобы не расписывать каждый из них. Думаю, что все прекрасно понимают, о чем я говорю.



Много проблем. Много специалистов. Слишком много информации.

Из-за этого люди не видят простые связки, которые гарантированно дают результат.

Простые настолько, что с их помощью можно продавать, даже если у вас не загружено ни одного поста в Инстаграм. Я, конечно, утрирую, результаты будут сильно хуже. **Но они все равно будут!**

Ваша информация и забота о клиенте — это всё, что нужно. Люди понимают, где шоколад, а где — 🍌, поэтому хорошей конфете не нужна пёстрая обёртка. Даже самая навороченная воронка не сможет долго продавать пустышку.

Если вы хороший специалист. Если вы любите людей и по-настоящему готовы помочь им решить их проблемы. Что ж, у меня для вас хорошие новости. В этом гайде есть всё, чтобы вы получали за это самый лучший эквивалент их благодарности — **деньги**, заработанные вашей честной работой.

Пора приступать.

**Я верю в каждого из вас,
Дмитрий Щукин.**



Чтобы зарабатывать хорошие деньги не нужны сложные воронки продаж, так же как и не нужны навороченные сайты, системы автоматизации, интеграции, сквозная аналитика, чат-боты, e-mail рассылки, CRM-системы, пиксели, трекеры, плагины.

Чтобы зарабатывать больше, чем хорошие деньги — нужны!

Для быстрого старта нужен лишь один человек — вы сами. Этот гайд — инструкция, которая поможет вам сделать абсолютно всё самостоятельно. Он не просто подробный. Он исчерпывающий!

Связка, которой я вас научу, основана на личном контакте с клиентом. По сути, это прямая продажа через переписку и небольшую 10-минутную консультацию. Если вы привыкли работать с людьми, для вас это будет чистый кайф. Если вы немного побаиваетесь идти на контакт — не переживайте. Я расскажу, как общаться легко и непринужденно.

Чтобы привлечь клиента, нужно его чем-то заинтересовать. Для этого мы делаем качественный, проработанный и, самое главное, полезный лид-магнит. Это называется «этичная взятка» — бесплатный, но очень ценный продукт.

Взятку клиентам мы будем давать через таргетированную рекламу Facebook. Для этого мы создадим рекламный кабинет, подключим наш Инстаграм и запустим эффективную рекламную кампанию на нашу целевую аудиторию.

Затем нужна площадка, где мы будем собирать контакты клиентов. Это называется «посадочная страница»: место, где люди оставляют нам свои имена и телефоны в обмен на «этичную взятку».

После получения телефона, мы отправляем клиенту в мессенджер бесплатный материал, который ему так нужен от нас.

Вы в мессенджере клиента — так же близко к нему, как и друзья, коллеги или одноклассники. И пишете ему тоже вы — не бот, а живой человек, который планирует нанести непоправимую пользу. Начинается продажа в переписке.

Теперь главная задача — отфильтровать всех, кому не интересны наши услуги. Для этого мы создаём анкету с вопросами. Клиент ответит на них, а взамен получит от вас небольшую бесплатную консультацию.

Только те, кому действительно важно решить свою проблему, заполнят анкету и ответят вам.

Так остаются самые теплые контакты, которые действительно хотят пообщаться с вами, как специалистом.

Ну а дальше, друзья, раздаётся звонок, клиент у вас на телефонном проводе — это один из самых высоко-конверсионных каналов связи. Больше продаж можно сделать только при личной встрече.

Человек разговаривает с вами. Он сам этого захотел. Честно помогите решить ему всего 1 проблему бесплатно и предложите стать его тренером, коучем, наставником, консультантом, помощником — больше, чем на 15 минут уже за деньги.

Вы пообщались. Вы доказали свой профессионализм. Вы проявили заботу о человеке и невероятный клиенто-ориентированный подход. Вы покорили его. Озвучили стоимость своих услуг и получили его согласие. Вы заработали свои деньги.

Я поздравляю и горжусь вами. Вы сделали все шаги, описанные в этом гайде и получили результат.

Ваша задача — помочь как можно большему количеству людей и получить максимальное удовольствие от работы. Потому что теперь вы можете концентрироваться на клиентах, а не на том, как их найти.

Прочитайте это ещё раз и поверьте в себя — все эти шаги реально сделать за неделю. Осталось только воплотить инструкцию в жизнь. Так что соберитесь с силами и давайте начинать!

Готовы? Тогда поехали!



Dmitry Shukin
D M I T R Y S H U K I N

Э Т А П 1

Настройка рекламного кабинета FaceBook и подключение к нему Инстаграм аккаунта.



Почему именно таргет? Все просто. Потому что вы можете это контролировать. Это системно, это предсказуемо, это стабильно.

1

Если вам будет приходиться слишком много заявок, так много, что вы не сможете физически их все обработать, вы просто уменьшите рекламный бюджет или вообще скажете: “У меня есть клиенты на месяц вперед, отключаю рекламу”.

2

Для того, чтобы **привлекать клиентов**, им даже не обязательно заходить к вам на страницу, что снимает миллион головной боли о том, как она выглядит и оформлена.

3

Реклама у блогеров — это хаос. Точка. И она зависит от качества вашей страницы. Лучше страница — больше конверсия. Хуже — меньше, или вообще ноль. Реклама у блогеров не подходит всем специалистам. Таргетированная реклама подходит всем без исключения.

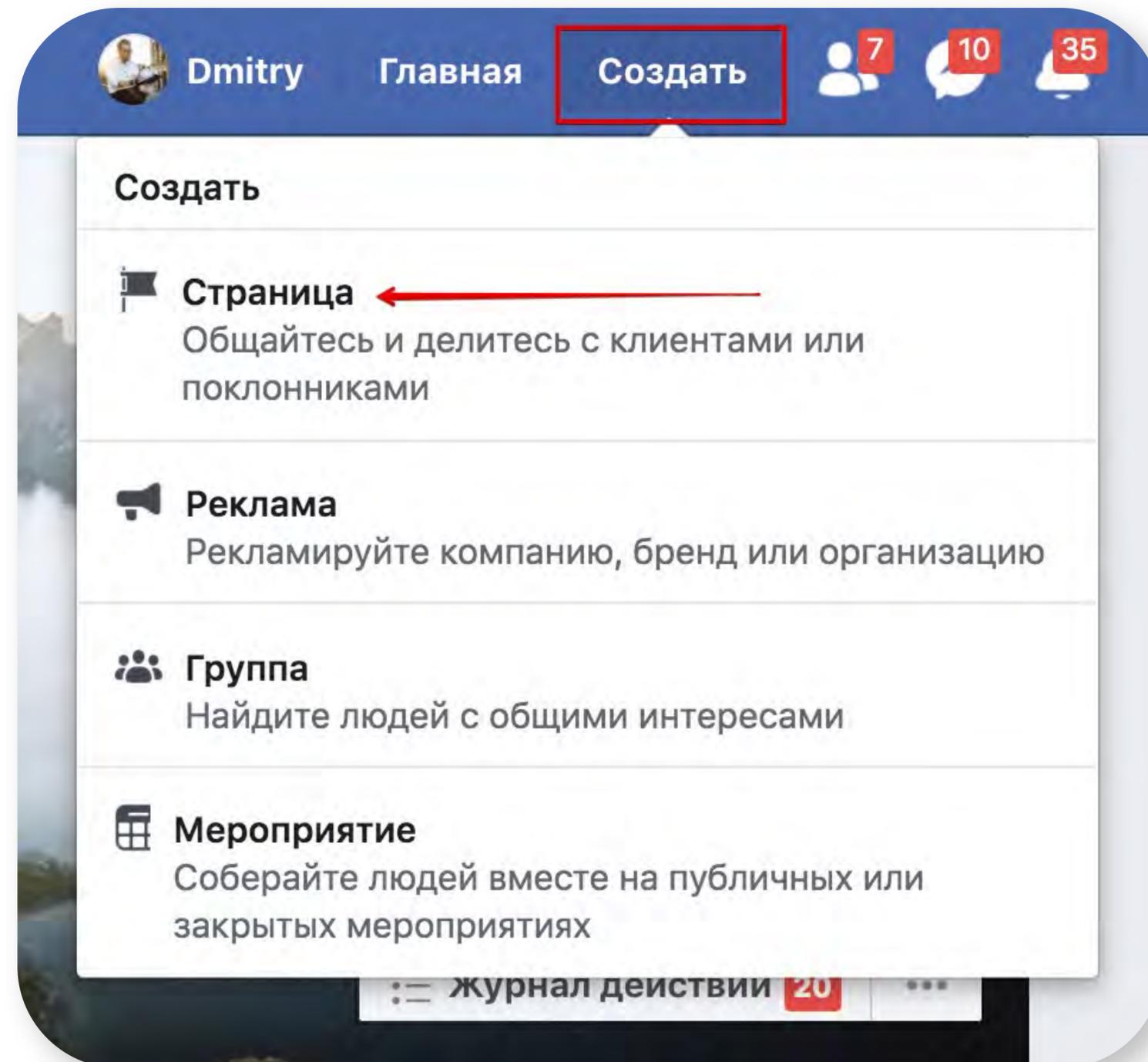
4

Модель “запусков” в Инстаграм — это страшно. Вам нужно долгое время вкладывать деньги в страницу, накапливать аудиторию, ничего не продавать, в надежде, что во время запуска продаж вы отобьете свои деньги и сможете их приумножить. К тому же это всегда подразумевает большое количество людей, которые сваливаются на вас за 1 раз. Опять же, это не всем подходит.

Настало время перестать повторять за блогерами, которые 1 из 100 пользуются таргетированной рекламой, и начать строить стабильные бизнес процессы. Вы не блогеры. **Вы специалисты!**

Приступим.

Создаём новую страницу в Facebook



#1

Выбираем “Компания или бренд”

и нажимает на кнопку “Начать”



Создать Страницу

Представьте себя, свою компанию или инициативу международному сообществу пользователей Facebook. Чтобы начать, выберите категорию Страницы.



Компания или бренд

Продемонстрируйте свои продукты и услуги, представьте свой бренд и расширьте охват клиентов на Facebook.

Начать



Сообщество или публичная личность

Установите связь и делитесь материалами с людьми из вашего сообщества, организации, команды, группы или клуба.

Начать

#2



Назовите страницу

вашим именем или названием вашей компании, после чего выберите категорию. В моем случае — это “Образование”.

Компания или бренд

Налаживайте связь с клиентами, расширяйте аудиторию и демонстрируйте свои продукты с помощью бесплатной Страницы для бизнеса.

Название Страницы

Ваше лучшее название для страницы ←

Категория

Образование



При создании Страницы на Facebook необходимо соблюдать Правила для Страниц, групп и мероприятий.

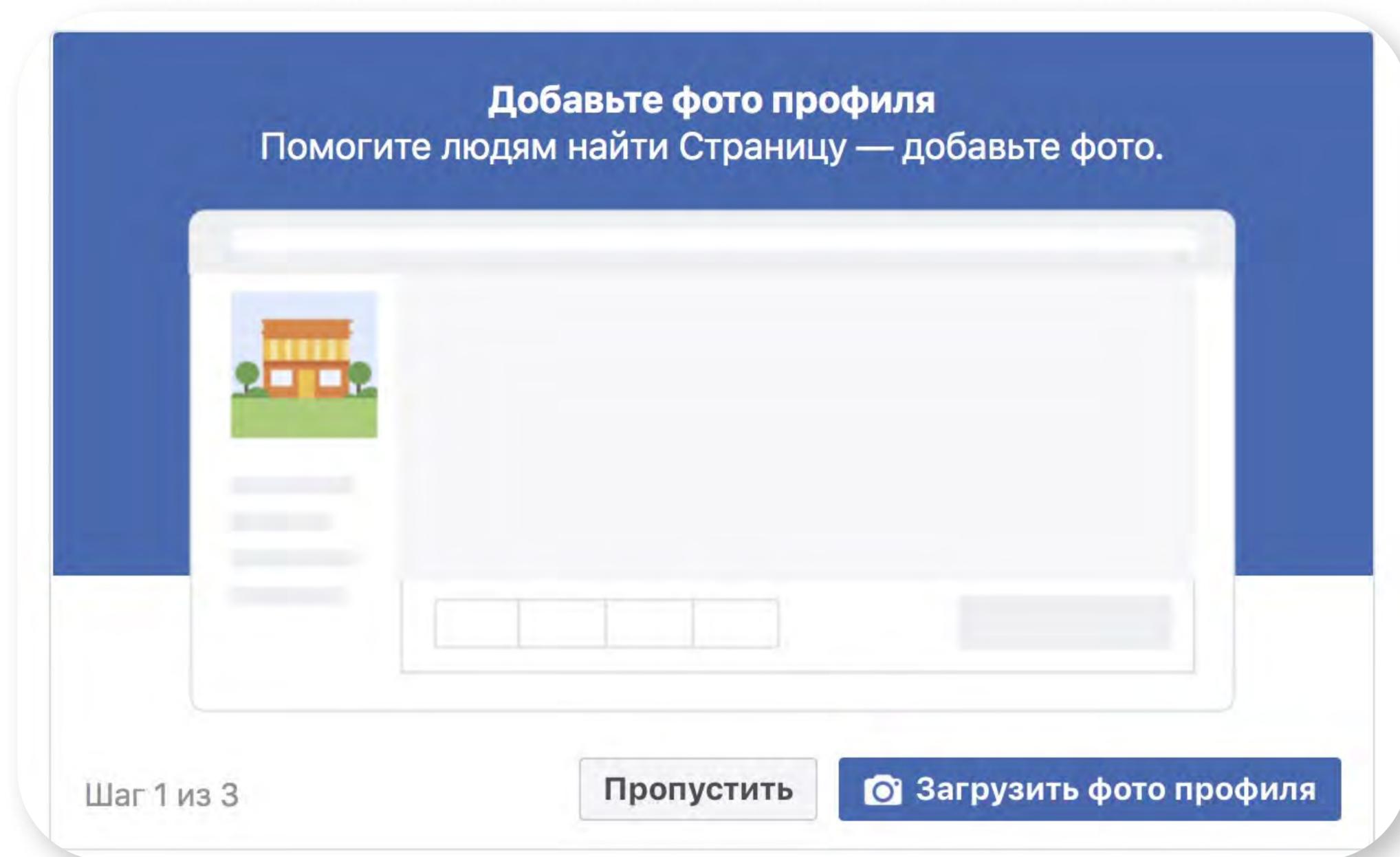
Продолжить

#3

Можете сразу оформить страницу красиво.



Загрузить фотографию, добавить описание, а можете пропустить и сделать это потом. **Это не обязательный шаг.**

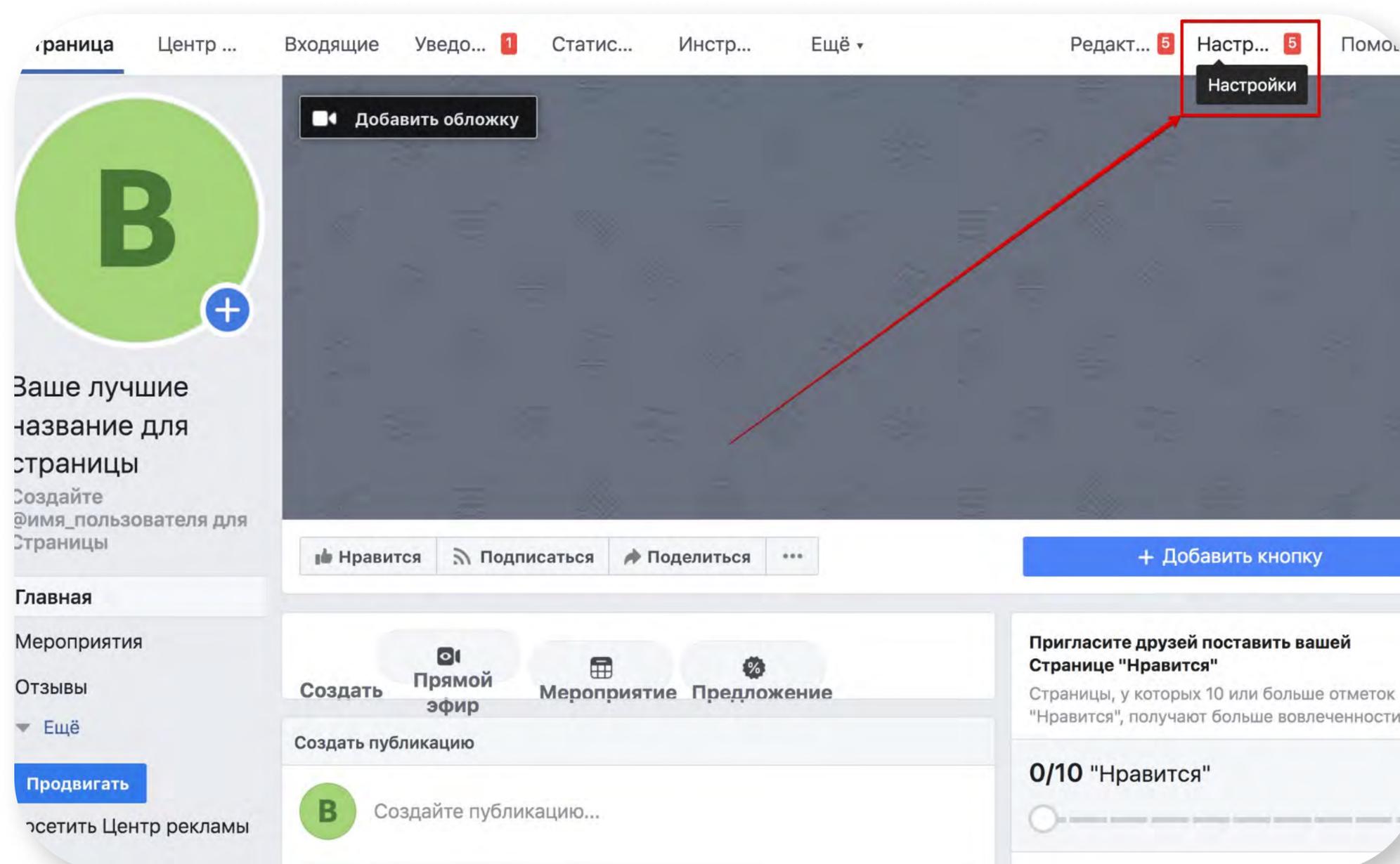


#4

В правом верхнем углу



вашей новоиспеченной страницы нажимаем на кнопку “Настройки” и сейчас будем привязывать Инстаграм аккаунт.



#5

В списке выбираем “Instagram”



Общие

- Информация о Странице 5
- Обмен сообщениями
- Шаблоны и вкладки
- Уведомления
- Расширенный обмен сообщениями
- Роли на Странице
- Люди и другие Страницы
- Предпочитаемая аудитория Страницы
- Разрешения
- Брендируемый контент
- Instagram**
- WhatsApp
- Показано
- Кросспостинг

| | | |
|--|--|---------------|
| Статус Страницы | Страница опубликована | Редактировать |
| Публикации посетителей | Все могут делать публикации на Странице. Все могут добавлять фото и видео на Страницу. | Редактировать |
| Аудитория Ленты новостей и статус публикаций | Возможность сузить потенциальную аудиторию Ленты новостей и ограничить видимость ваших публикаций отключена. | Редактировать |
| Репосты публикаций и историй | Репосты публикаций в истории включены | Редактировать |
| Сообщения | Люди могут отправлять личные сообщения моей Странице. | Редактировать |
| Метки | Только те, кто помогают управлять моей Страницей, могут отмечать опубликованные фото. | Редактировать |
| Другие люди отмечают эту Страницу | Люди и другие Страницы могут отмечать мою Страницу. | Редактировать |
| Геоданные Страницы для эффектов | Другие люди могут использовать геоданные моей Страницы для фото, а также рамок и эффектов для видео. | Редактировать |
| Ограничения по странам | Страница видна всем. | Редактировать |
| Возрастные ограничения | Страница видна всем. | Редактировать |
| Модерация Страницы | На Странице не блокируется ни одно слово. | Редактировать |
| Фильтр нецензурных выражений | Отключен | Редактировать |
| Рекомендации похожих | Укажите, можно ли рекомендовать вашу Страницу | Редактировать |

#6

Нажимаем на кнопку “Подключить аккаунт”

Управление Instagram на Facebook

Охватите больше людей, которым интересна ваша деятельность, подключив аккаунт Instagram к вашей Странице Facebook. После подключения аккаунта вы получите дополнительные функции для взаимодействия с аудиторией на Facebook и в Instagram.



Подключитесь к Instagram

Когда вы подключите аккаунт Instagram, другие люди, управляющие Страницей, смогут делать в нем публикации и выполнять другие действия. Подробнее

Подключить аккаунт



Отвечать на комментарии и сообщения в папке "Входящие"

Администраторы, редакторы и модераторы вашей Страницы могут читать комментарии в Instagram и сообщения в Direct, а также отвечать на них с ПК и в приложении Pages Manager.



Создавать рекламные объявления для Instagram на Facebook

Администраторы, редакторы, модераторы и рекламодатели могут создавать на Facebook рекламные объявления, появляющиеся в Instagram, и оставлять ссылки на аккаунт Instagram.



Slava Cherk

DMITRY SHUKIN

Вбиваем никнейм и пароль



#8

Вуаля!

Инстаграм подключен к странице FaceBook,

но пока только с одной стороны. Теперь нам надо, наоборот, привязать страницу FaceBook внутри самого Инстаграм.

#9



Управление Instagram на Facebook



Охватите больше людей, которым интересна ваша деятельность, подключив аккаунт Instagram к вашей Странице Facebook. После подключения аккаунта вы получите дополнительные функции для взаимодействия с аудиторией на Facebook и в Instagram.

Информация аккаунта Instagram

Основная информация

Имя ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН

Имя пользователя intensive.2020

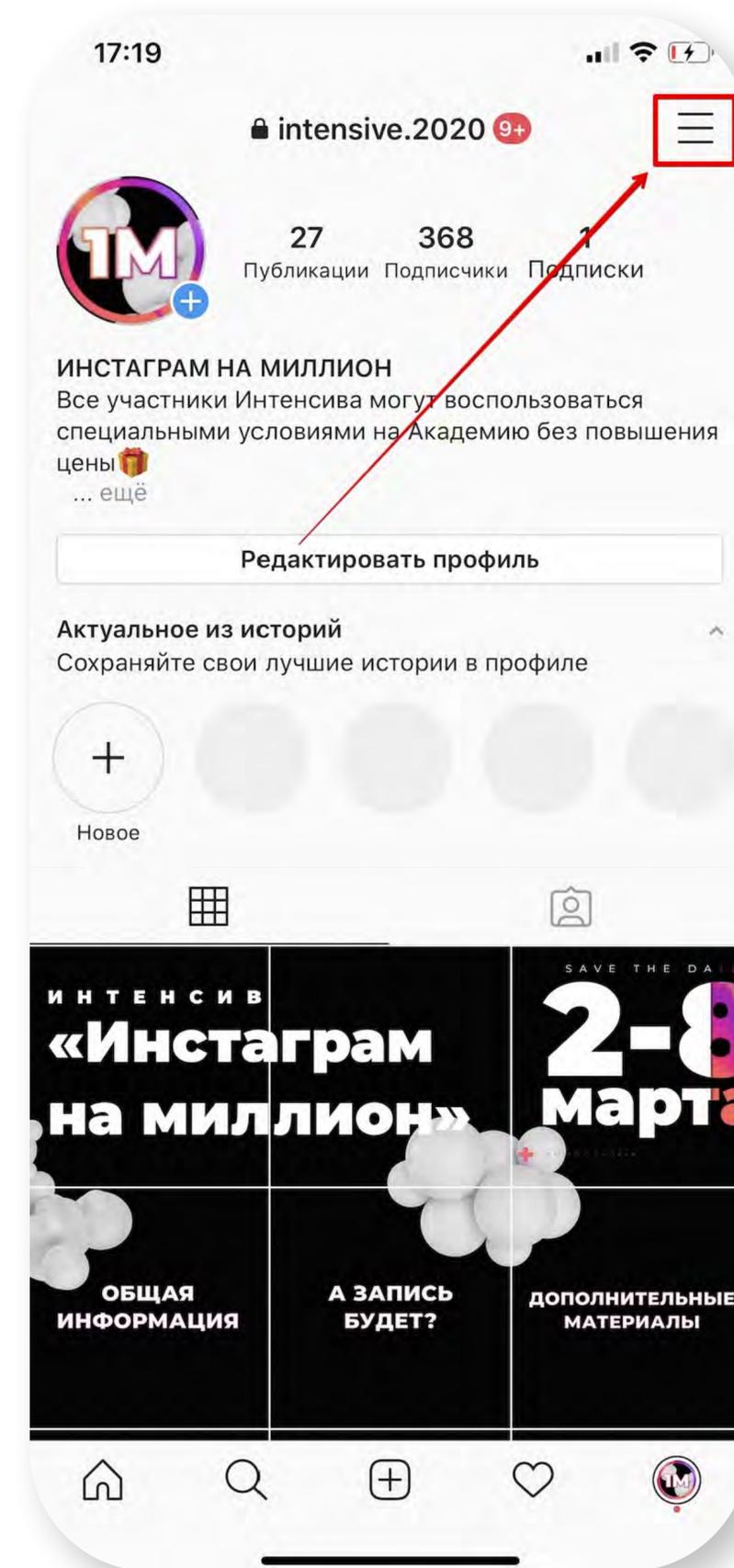
Сайт

Биография Все участники Интенсива могут воспользоваться специальными условиями на Академию без повышения цены 📦
Забронировать участие со скидкой 📄



Что для Android, что для iOS алгоритм действий одинаковый.

В правом верхнем углу нажимаем на значок “три полосочки”

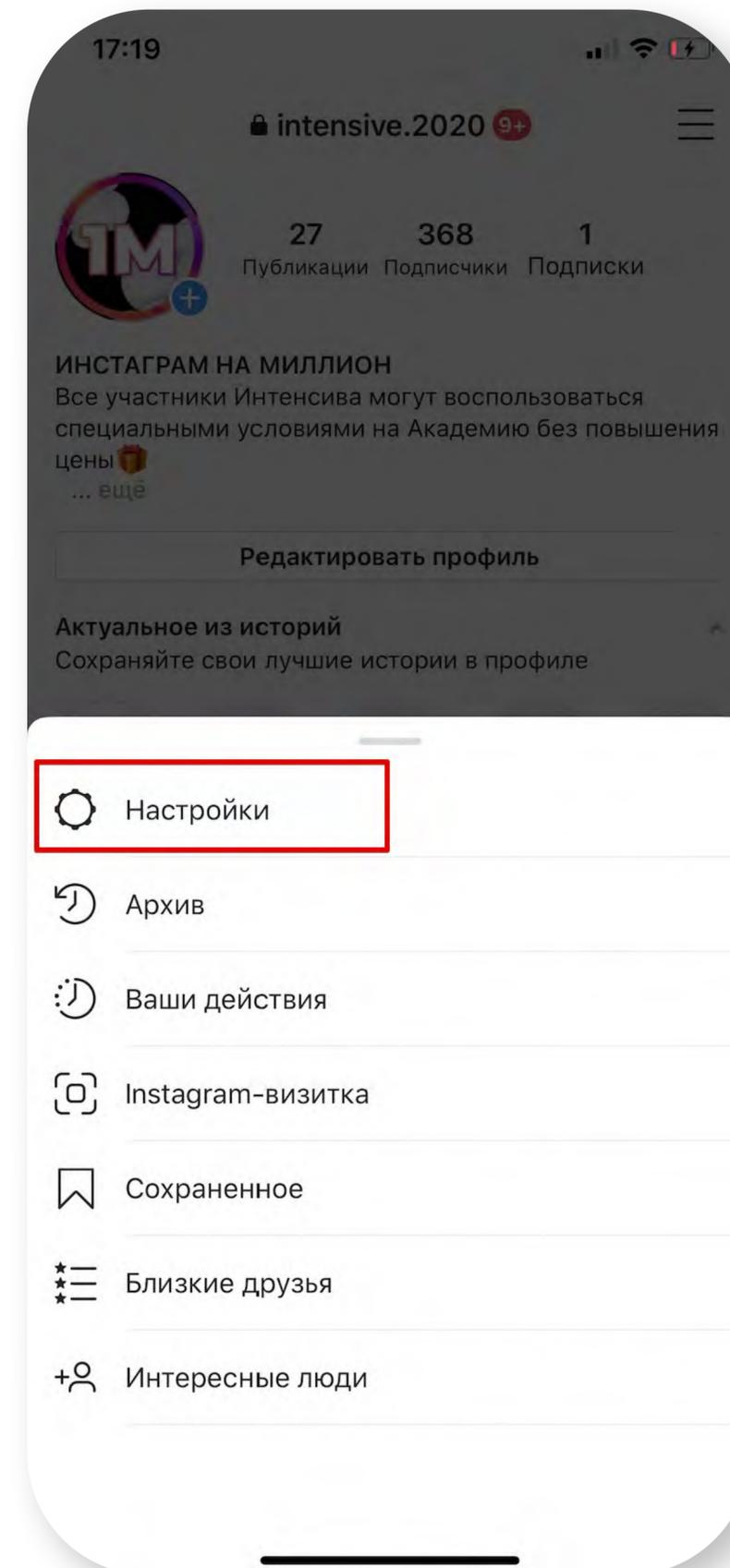


#10

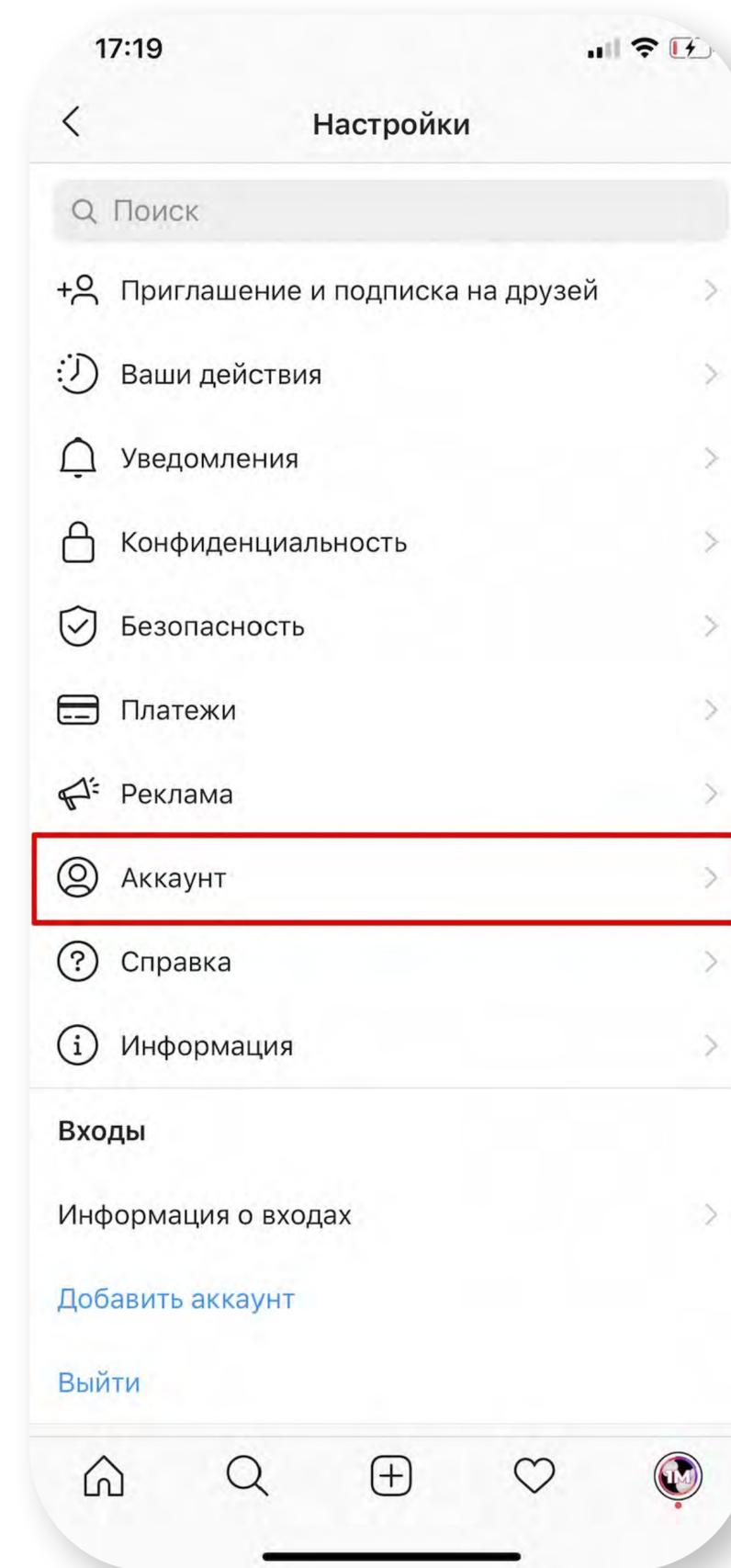
DMITRY SHUKIN

Далее “Настройки”

#11

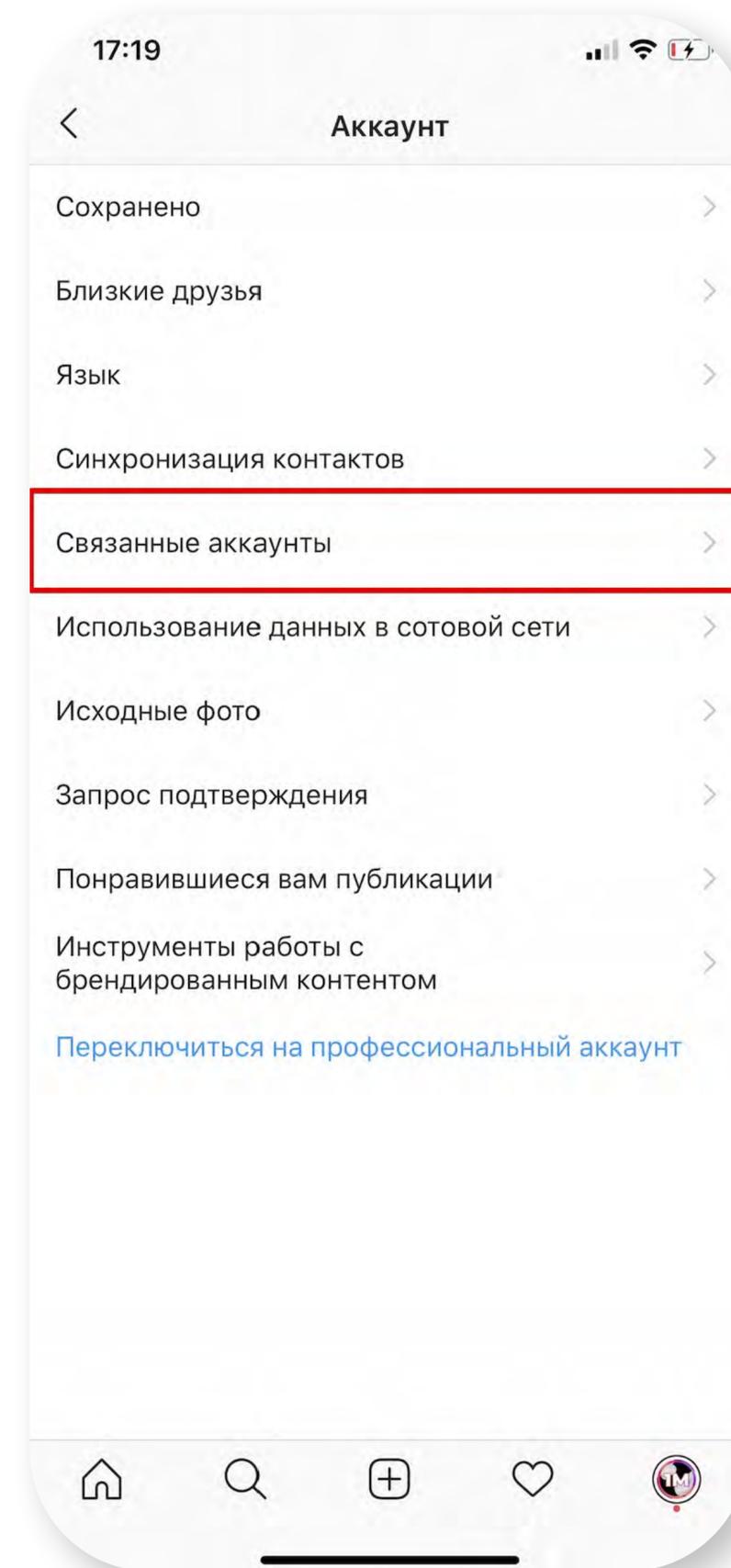


Выбираем “Аккаунт”



#12

Переходим в пункт “Связанные аккаунты”

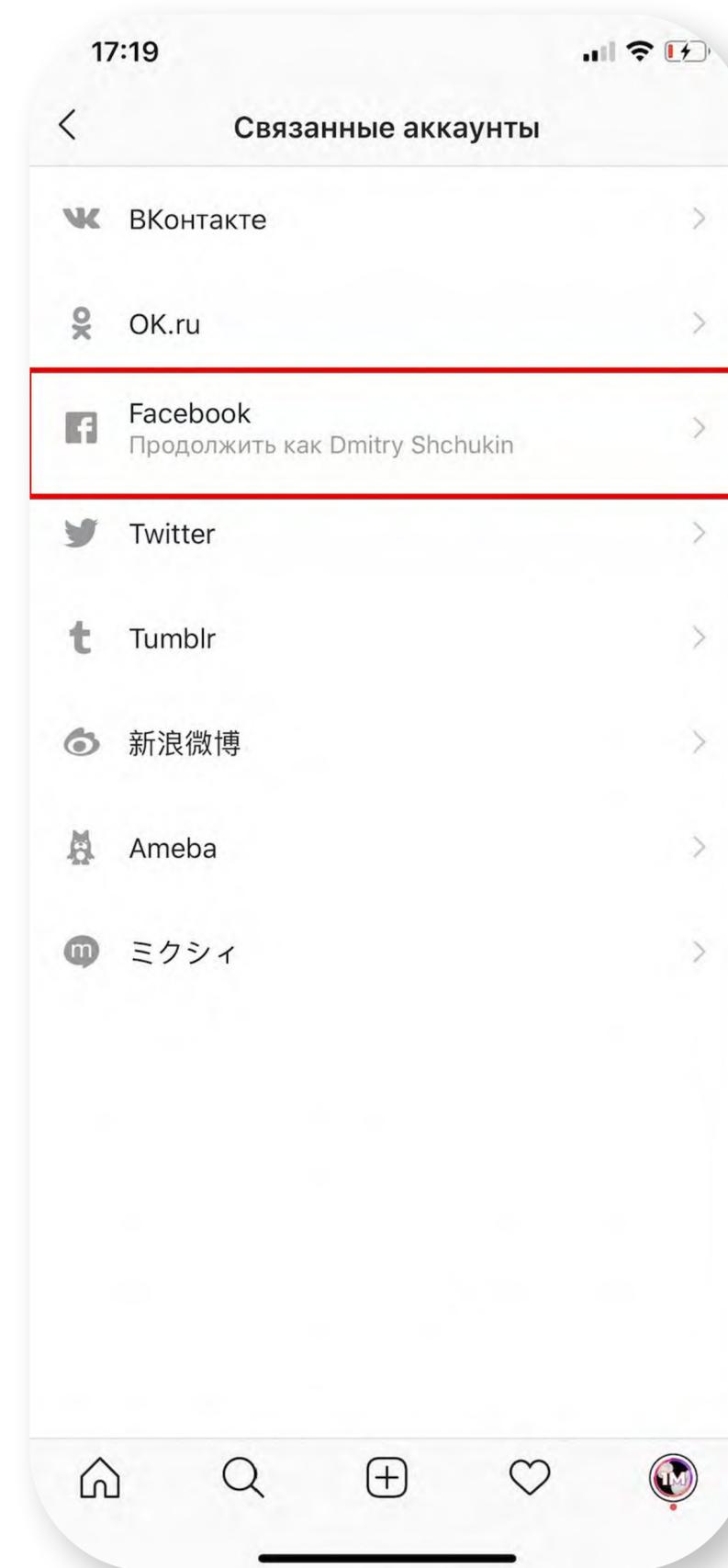


#13

И видим наш “FaceBook”.

Только по умолчанию он связан с вашим аккаунтом, а нам нужно привязать к Инстаграм только что созданную бизнес страницу. Этим и займемся!

Нажимаем на это меню.

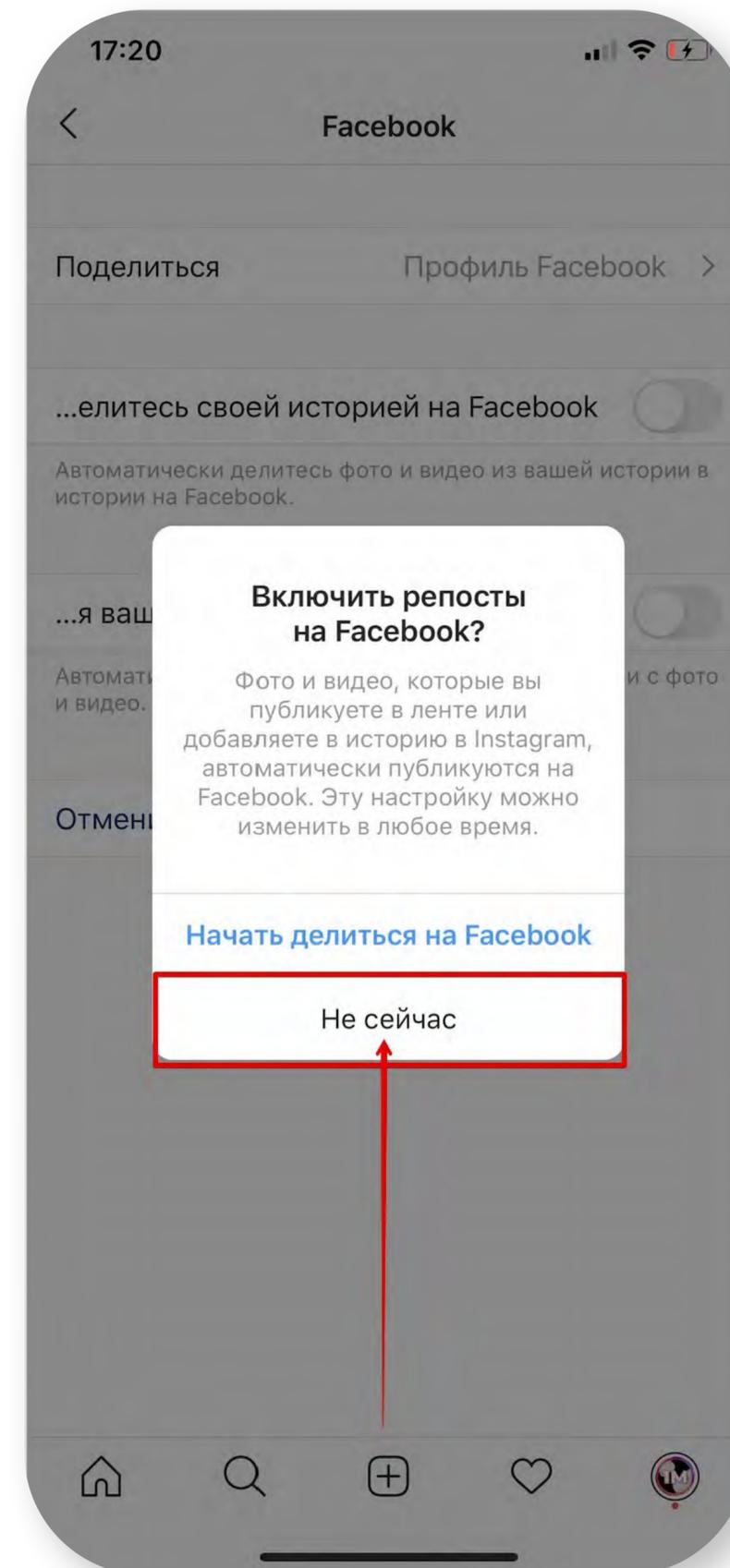


#14

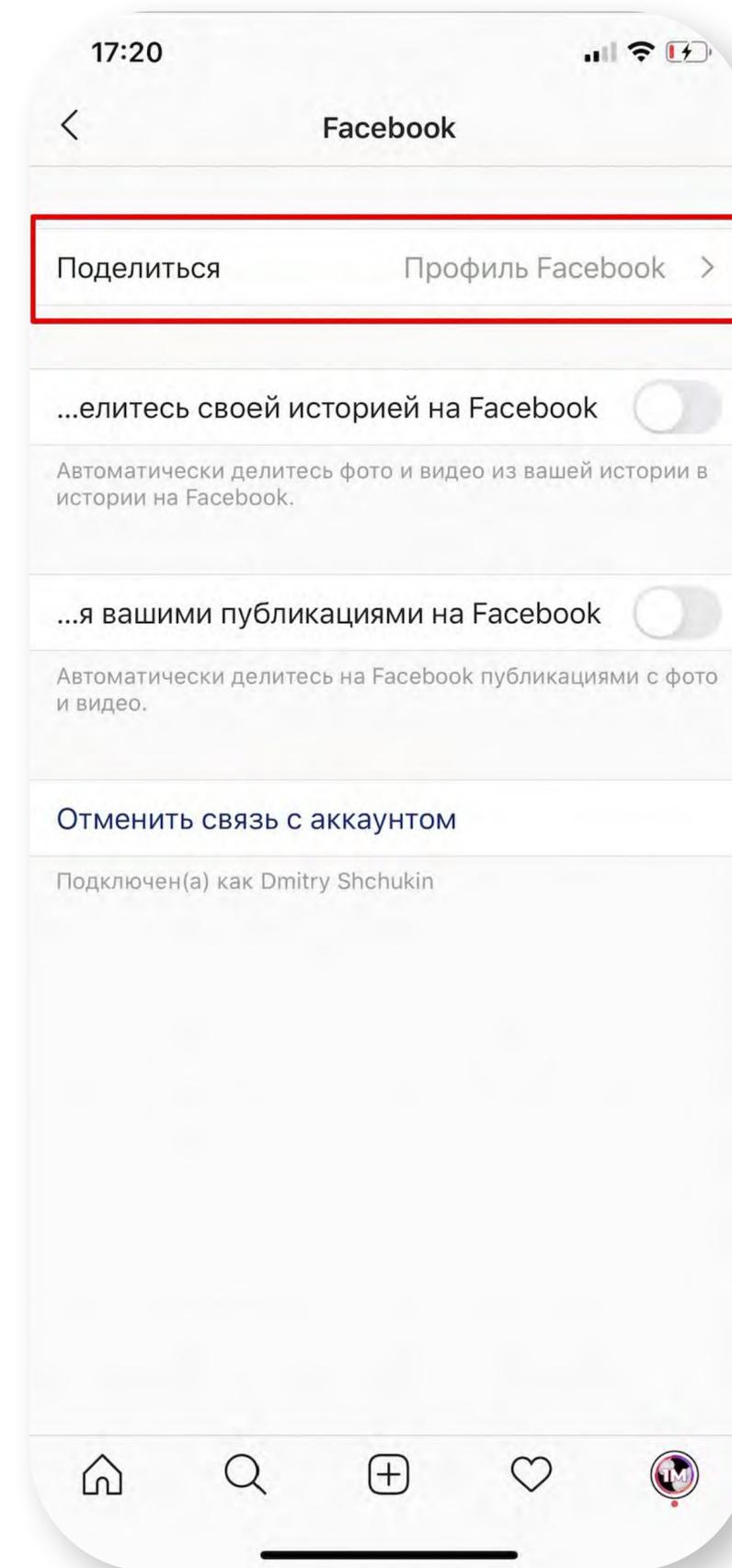
Он спросит “Хотим ли мы репосты на FaceBook?”,

мы говорим “Не сейчас, дорогой! У меня есть дела поважней!”

#15



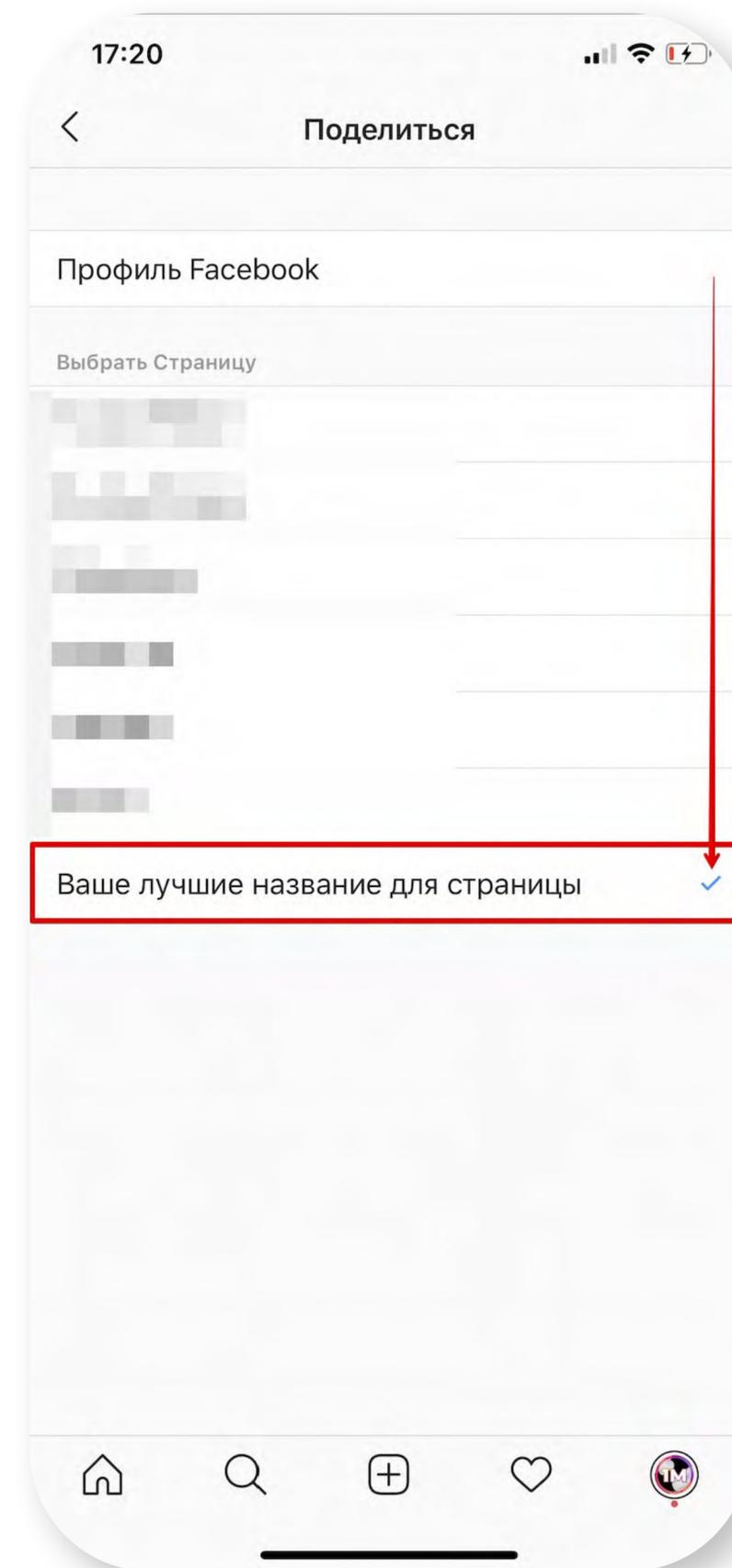
Нажимаем на “Поделиться” — профиль FaceBook



#16

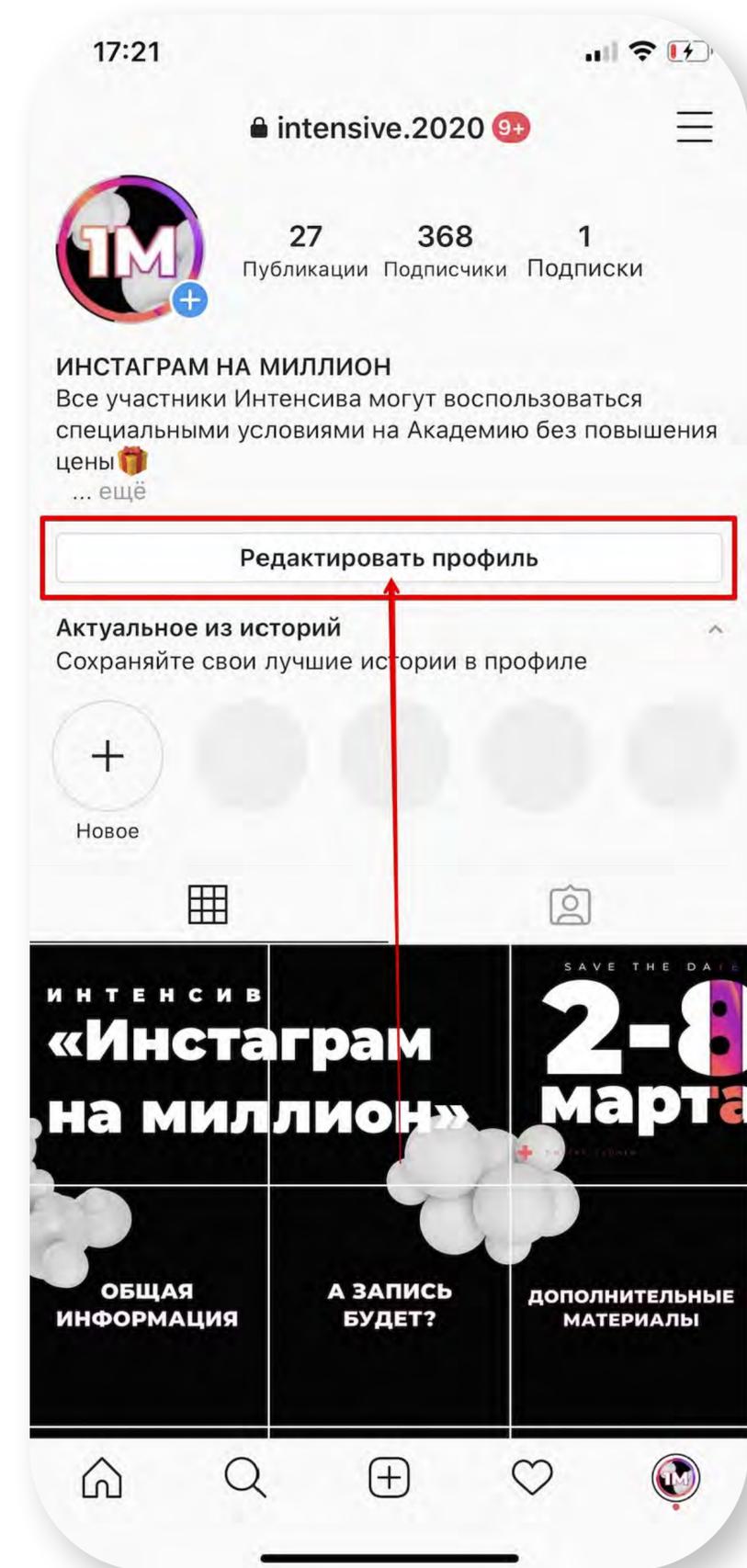
И он нам предложит выбрать страницы.

Сейчас вы увидите вашу бизнес страницу FaceBook. Выбирайте её и хлопайте в ладоши! Только что вы связали Инстаграм и FaceBook узами брака, любви и согласия! Они неразлучны! Ура!



Осталось переключить ваш аккаунт на “Бизнес профиль”.

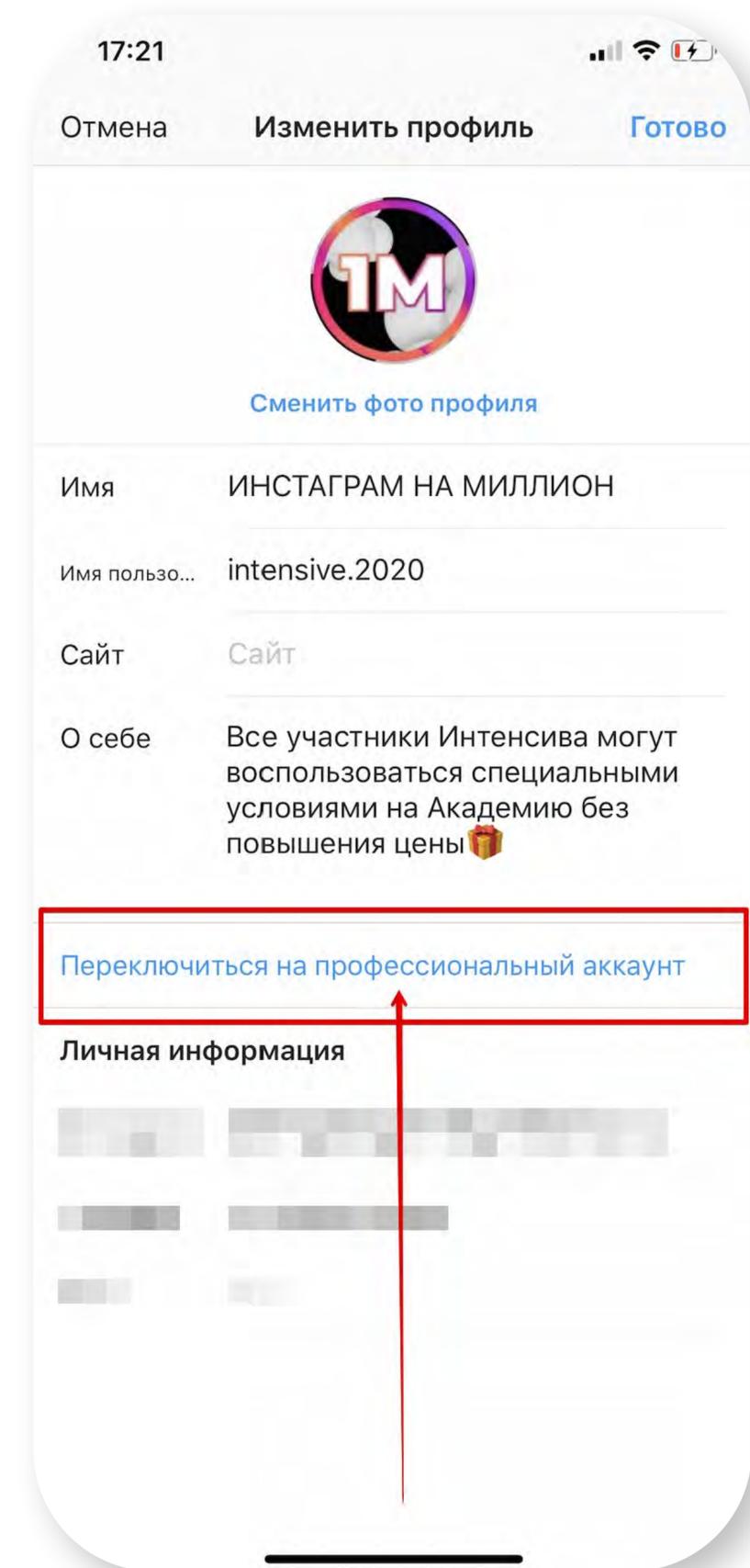
Если вы это еще не сделали, то заходим на главную страницу нашего аккаунта и **нажимаем на кнопку “Редактировать профиль”**.



#18

Внизу мы видим предложение на миллион — “Переключиться на профессиональный аккаунт”.

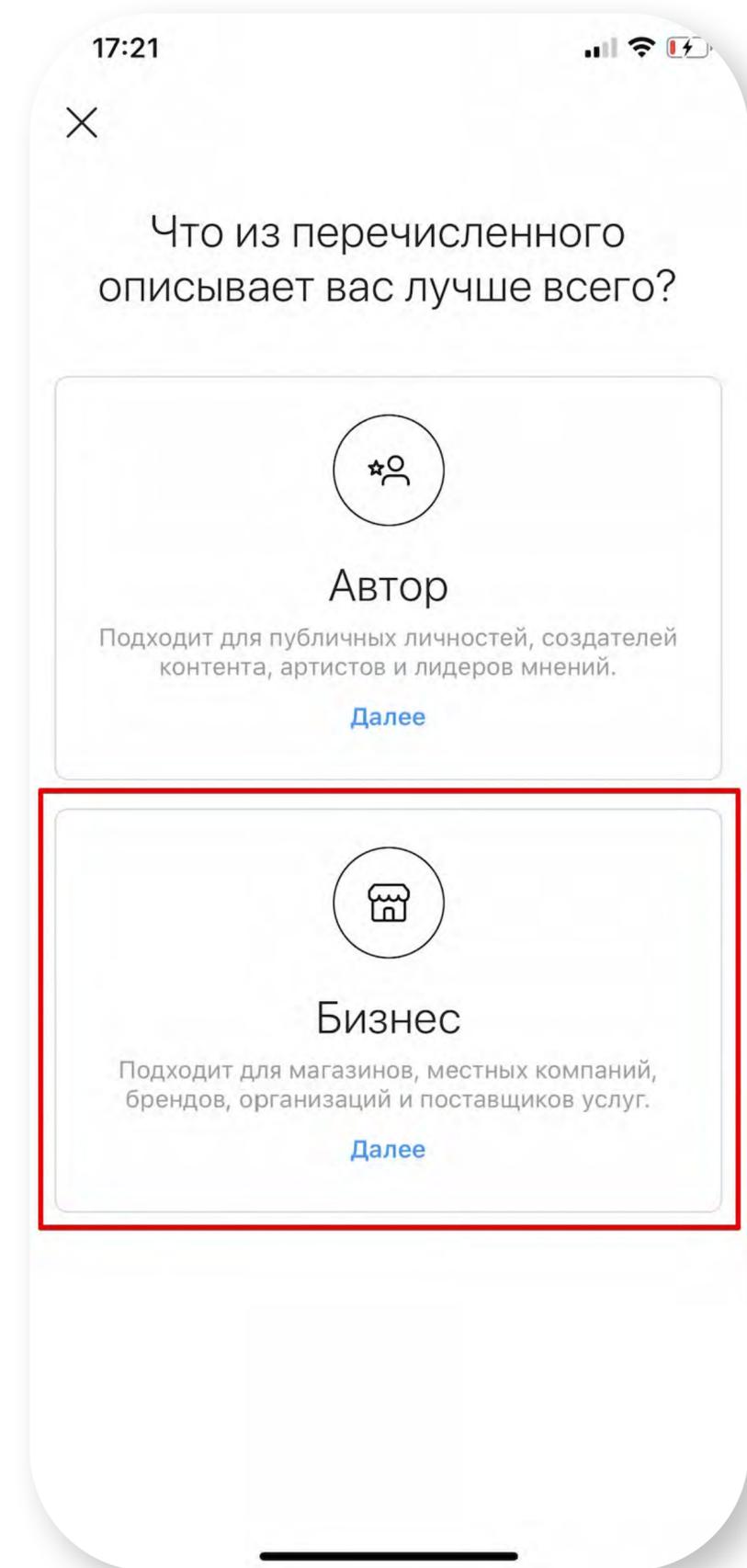
Это нам и нужно! Поехали!



Выбираем “Бизнес”.

Oh, yes, baby! Let's talk about business!

#20



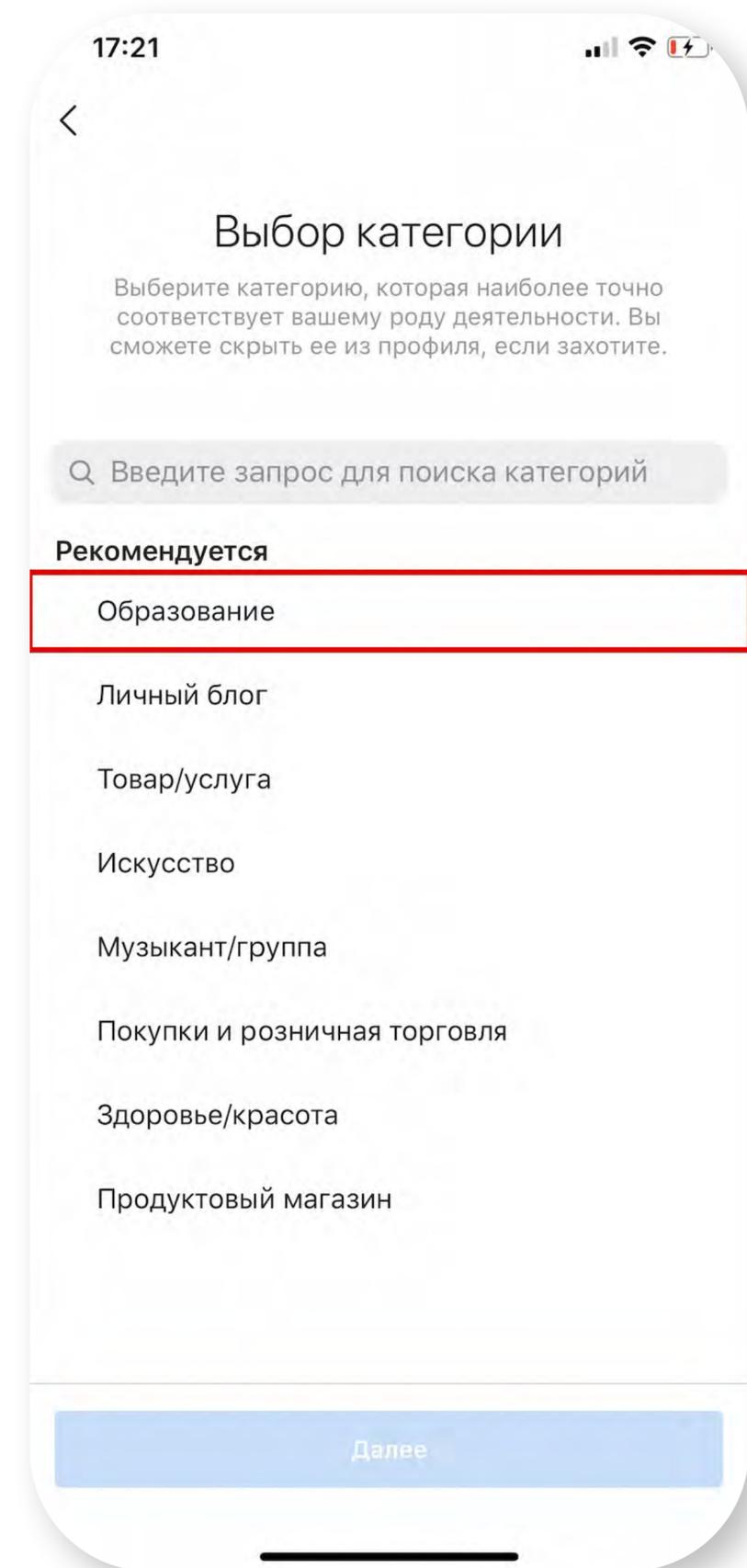
Нажимаем “Продолжить”

#21



Выбираем нашу сферу деятельности.

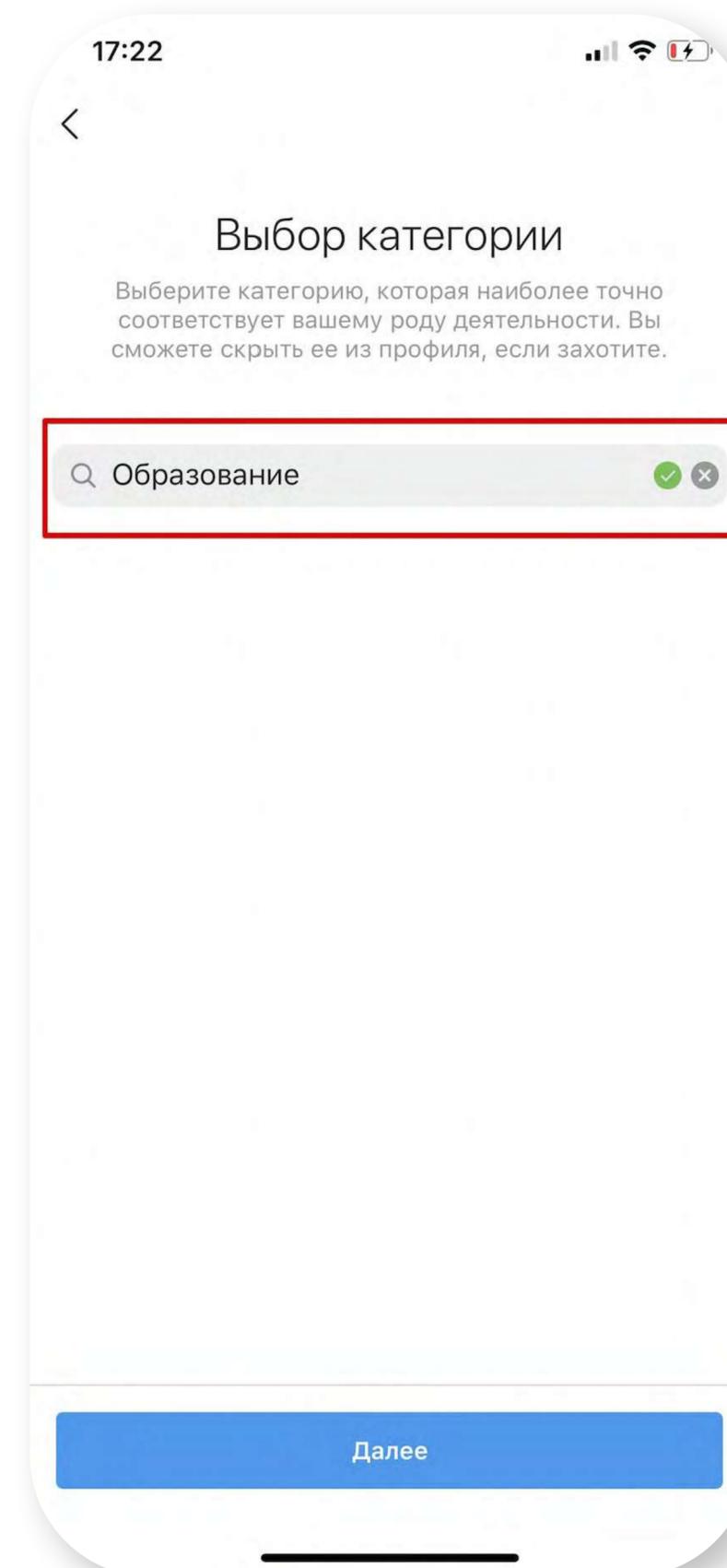
#22



В моем случае — это “Образование”.

Так же, как и с бизнес страницей FaceBook.

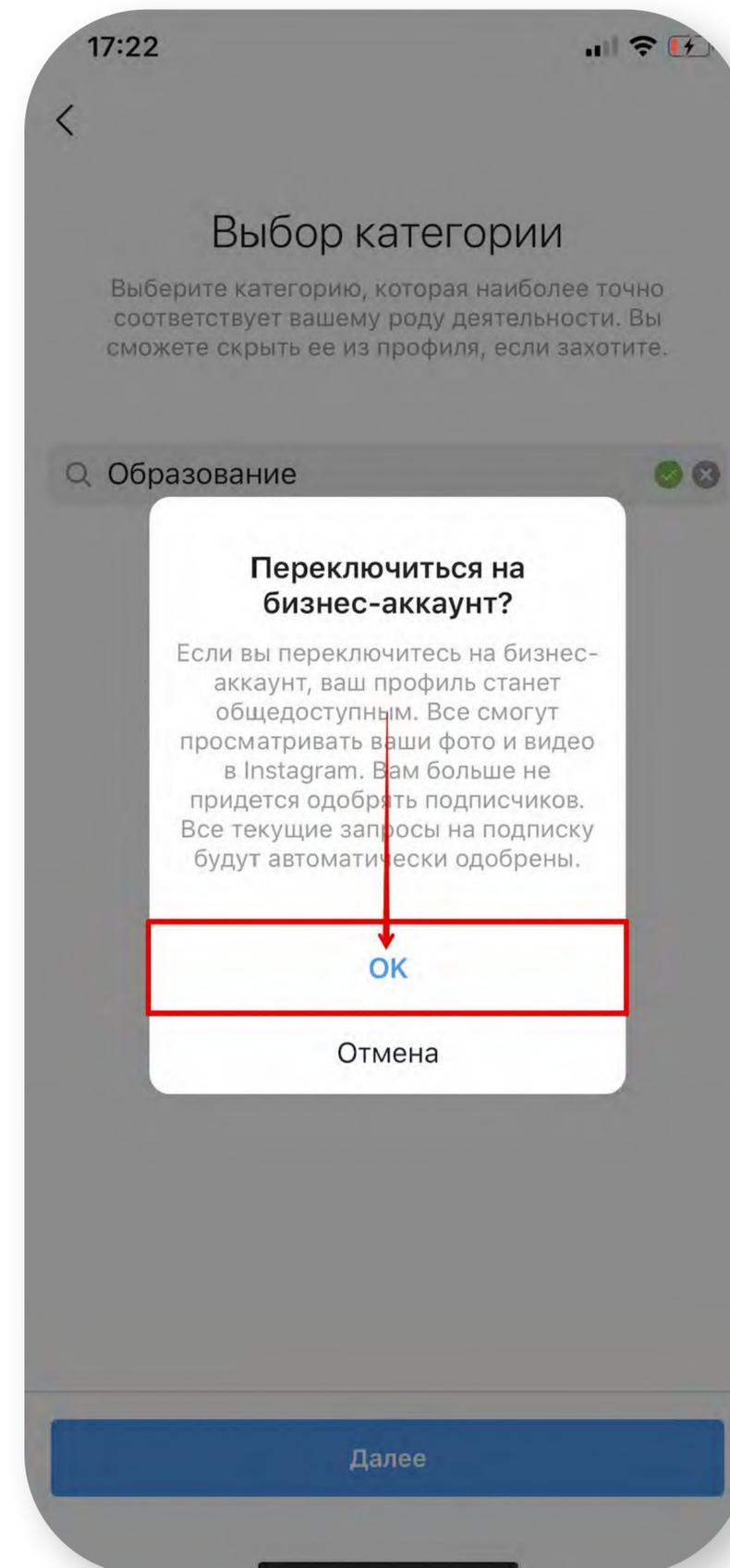
#23



Спрашиваешь? Конечно!

Мы тут ради этого и собрались.

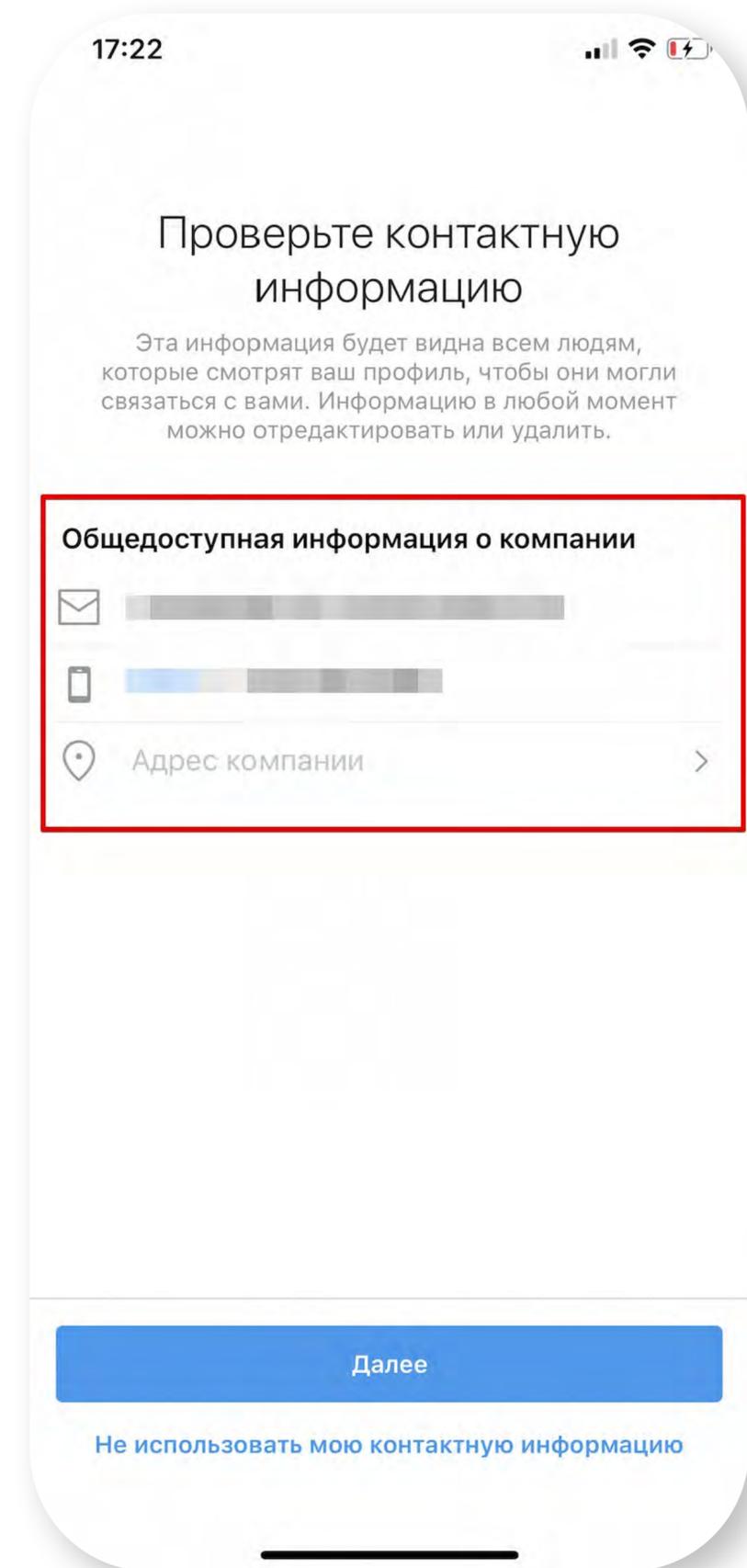
#24



Оставляем только почту, чтобы с вами могли связаться.

Либо если вы бизнес, то укажите ваш телефон и адрес компании. На ваше усмотрение.

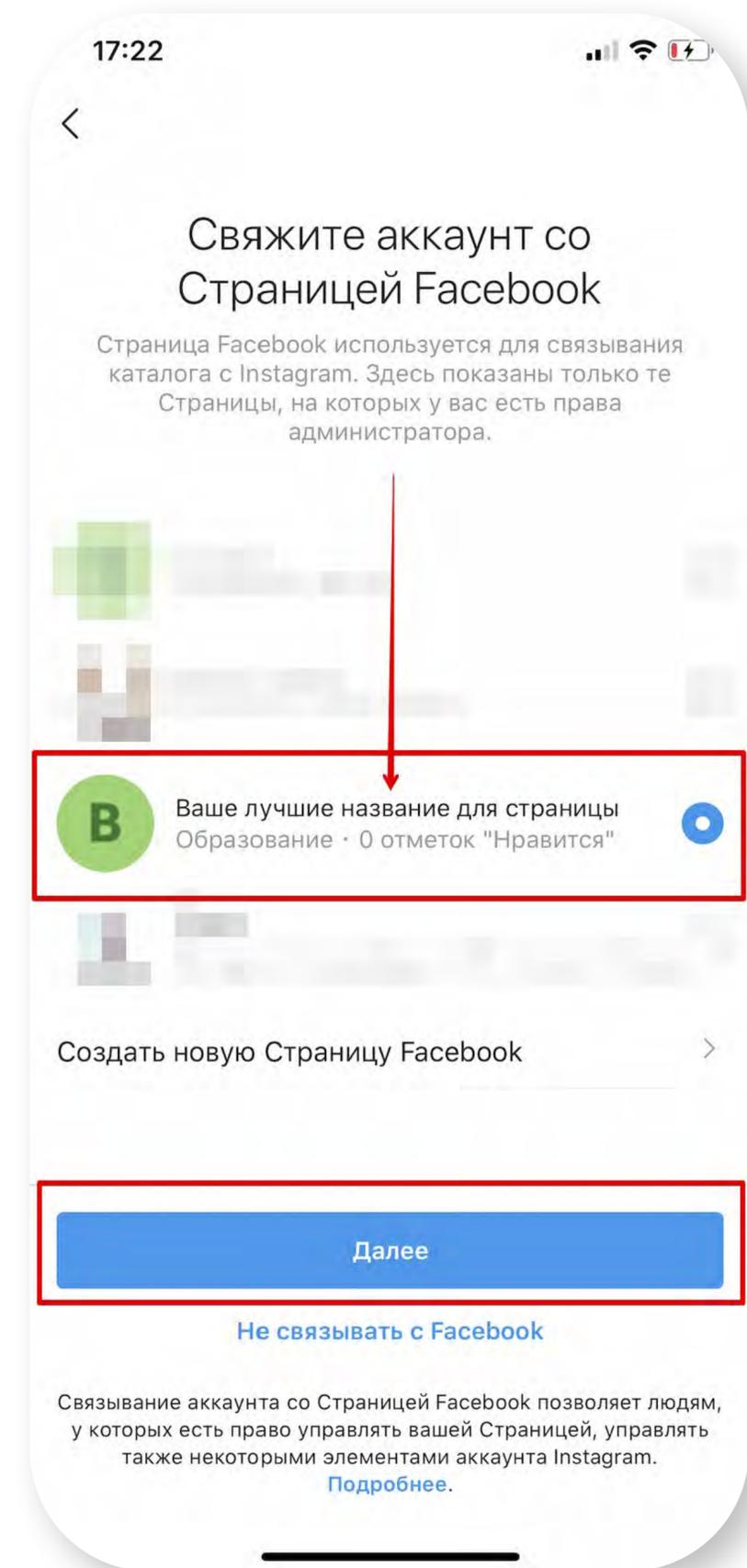
#25



Связываем еще раз

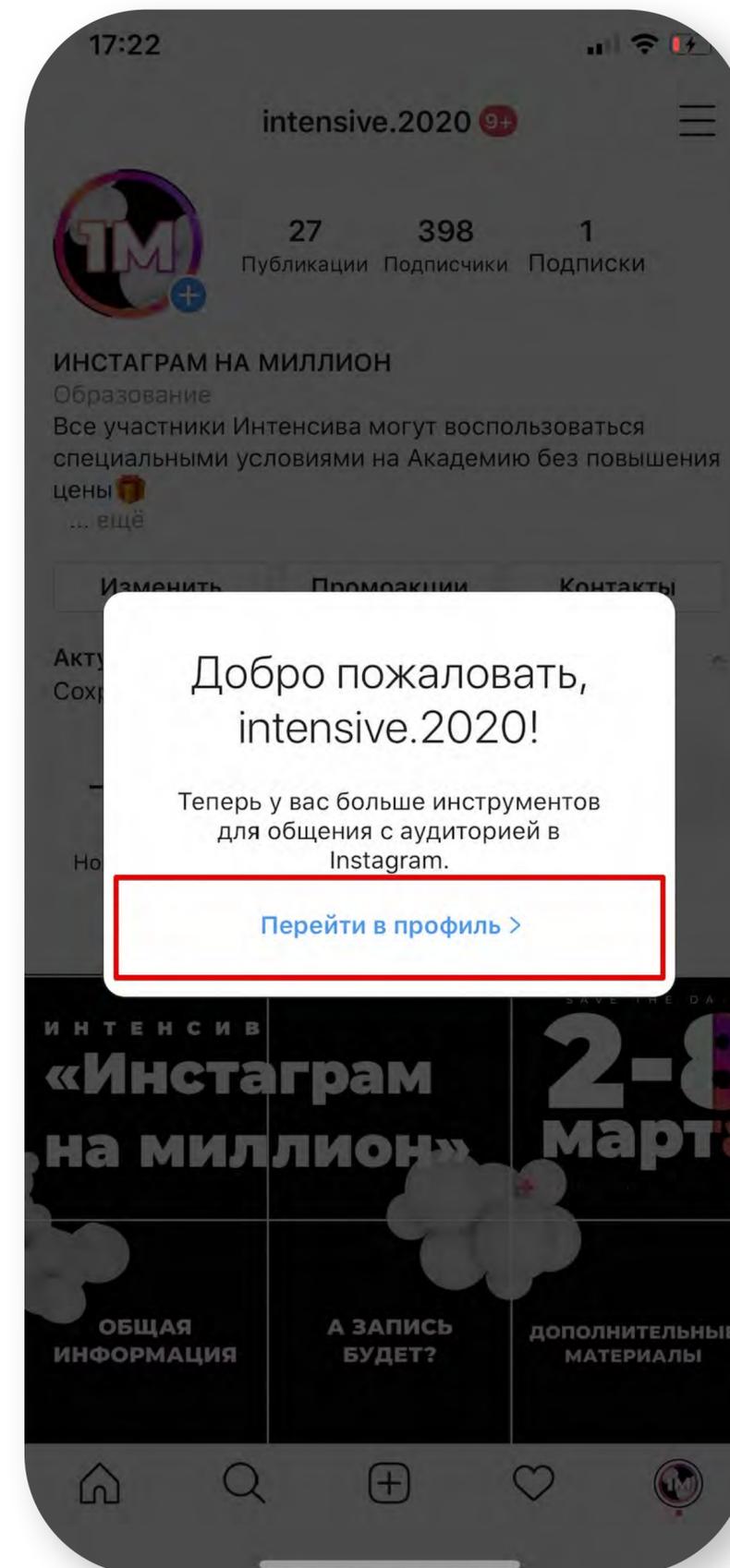
ваш аккаунт со страницей FaceBook, которую вы создали.

#26



Готово!
Поздравляю, вы прекрасны!

#27



Э Т А П 2

Создаём сильный лид-магнит.

Чтобы сделать полезный лид-магнит, он должен решать конкретную проблему!

Обещание поделиться «секретом успешного бизнеса» — это не лид-магнит. Ваша задача не просто заговаривать зубы — а реально дать клиенту серьезный объем полезной информации, которая поможет ему. Потому что самое страшное зло в онлайн бизнесе — это сделать бесполезный бесплатный продукт.

Многие до сих пор рассуждают так: «Не, ну раз бесплатный, чо я тут стараться для него буду, пускай заплатит, тогда и сделаю нормально!».

Это фатальная ошибка!

Лид-магнит — это пуля, которая должна снести голову: пробудить эмоции, заставить человека хотеть ЕЩЁ!

Для этого вы должны попасть в самую цель — найти ту занозу, которая его беспокоит. Клиент должен увидеть, что вы понимаете его и можете избавить от этой боли.

А теперь к делу.

Дальше тебя ждёт 8 шагов по созданию лид-магнита, который действительно будет притягивать клиентов! Перехожу на “ты”, чтобы лучше заходило в мозг.





Обозначь, какую проблему решает лид-магнит.

1

Например, как сделать так, чтобы ребёнок после школы сам захотел рассказать, как у него дела? Или какие 5 компонентов необходимо проработать в первую очередь для построения успешного личного бренда? У людей есть проблема, у тебя есть решение — вот и вся магия!

Говори конкретнее.

2

Не грузи читателя тонной не применимой в жизни информации. Человек должен получить чёткое решение одного вопроса, а не размазанную на 50 страниц теорию и ля-ля тополя. **На потребление лид-магнита в формате PDF не должно уходить больше 10-15 минут, видео — 30.**

Пробуди эмоции.

3

Я видел лид-магниты, которые кроме скуки и разочарования не вызывали ничего другого. Не повторяй за блогерами, не копируй информацию из статей в открытом доступе и не делай очередной красивый, но бесполезный “чек-лист”.

4

Покажи результат, о котором мечтает клиент.

Счастливая семья за воскресным завтраком или фриланс на Бали, а не серый стол в поганом офисе — человек должен прочувствовать это внутри. Нарисовать картинку и захотеть её. Это как резко вспомнить, что в холодильнике на самой дальней полке запрятано мороженко, о котором вы забыли. **Связь: образ — желание.**

Не обманывай.

Если ты в действительности не маг-волшебник и не знаешь, как привлечь миллион клиентов в бизнес клиента, не потратив ни единой копейки – не обещай этого.

Нарисуй карту.

Покажи человеку, что путь от проблемы до решения есть – и он не такой уж тернистый. Что из девушки, которая тратит тонны рублей на шоппинг, но выглядит безвкусно, легко можно превратиться в стильную красотку, которая ещё и экономит деньги.

5

6

Shiv Chak

7

Заслужи доверие.

Дай читателю понять, что ты реально справишься с проблемой. Расскажи, сколько спас семей от разводов, если психолог, или сколько дел выиграл в суде, если юрист. Гордо продемонстрируй свои кейсы, покажи отзывы довольных клиентов.

8

Покажи, что внутри.

Лид-магнит не должен до конца раскрывать, как решить проблему – он должен завлекать во что-то большее. Например, на личную консультацию, что нам и нужно, или как логическое продолжение — платный курс. Как вариант, в лид-магните расскажи, какие 20 ошибок в позировании допускают большинство девушек, и плавно подведи к покупке курса по раскрепощению на камеру.

Теперь ты понимаешь, что должно быть внутри твоего чек-листа или гайда.

Информация, которую ты дашь — должна быть минимум на 90 из 100. Почему не на 100? Потому что **100 не бывает**. Всегда есть к чему стремиться и что улучшать.

Переходим к самому созданию.

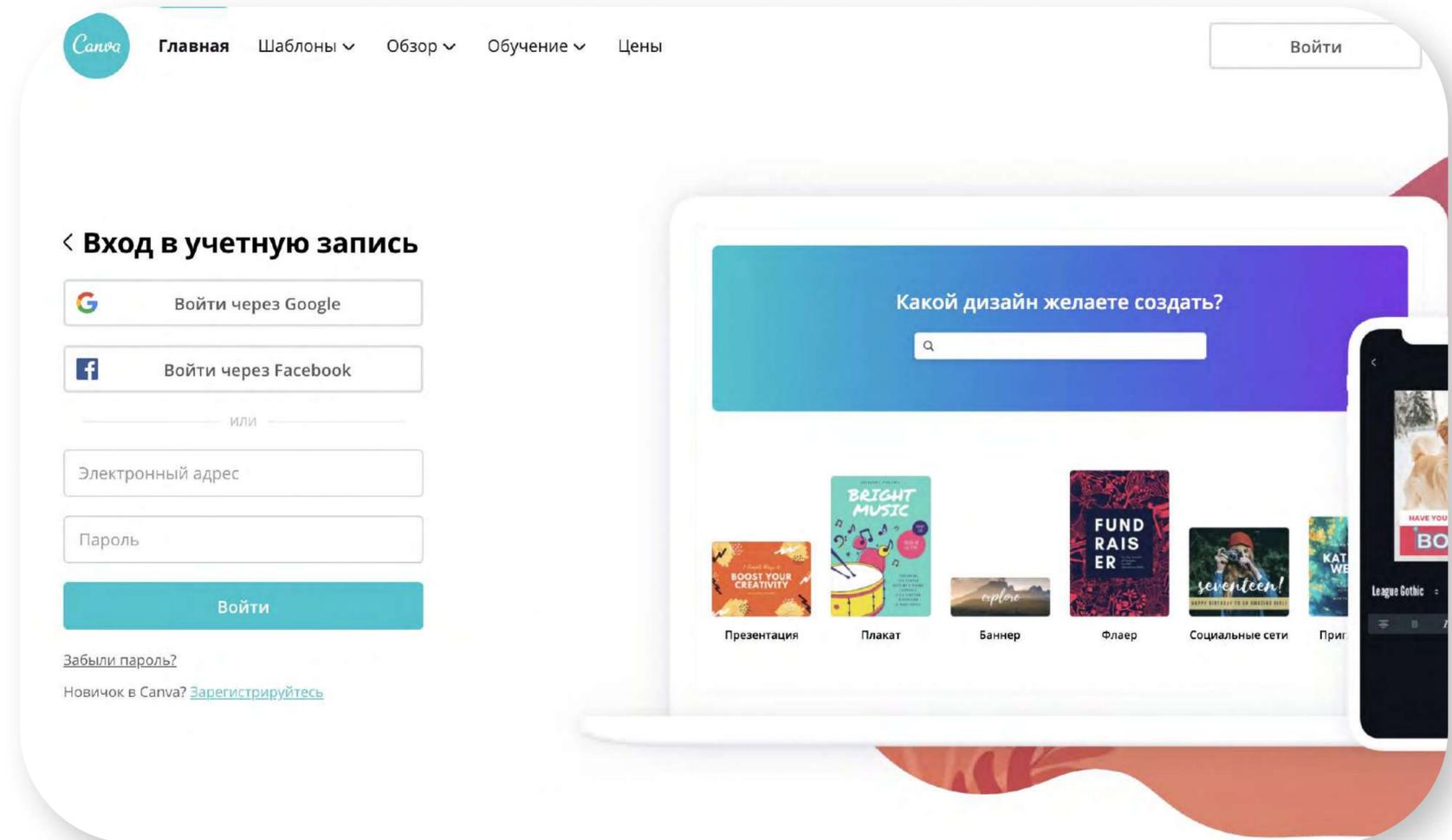




Самый верный способ сделать шикарный лид-магнит самостоятельно, без услуг дизайнера — это на сайте Canva.

Вот серьезно, всё что вам нужно — это ваша информация. Просто мы, перфекционисты, хотим, чтобы все было красиво. Но ни один красивый фантик не поможет, если информация 🤡.

Но я уверен, что у вас с этим нет проблем, и именно поэтому она достойна красивого дизайна. Приступим, давайте регистрируемся!

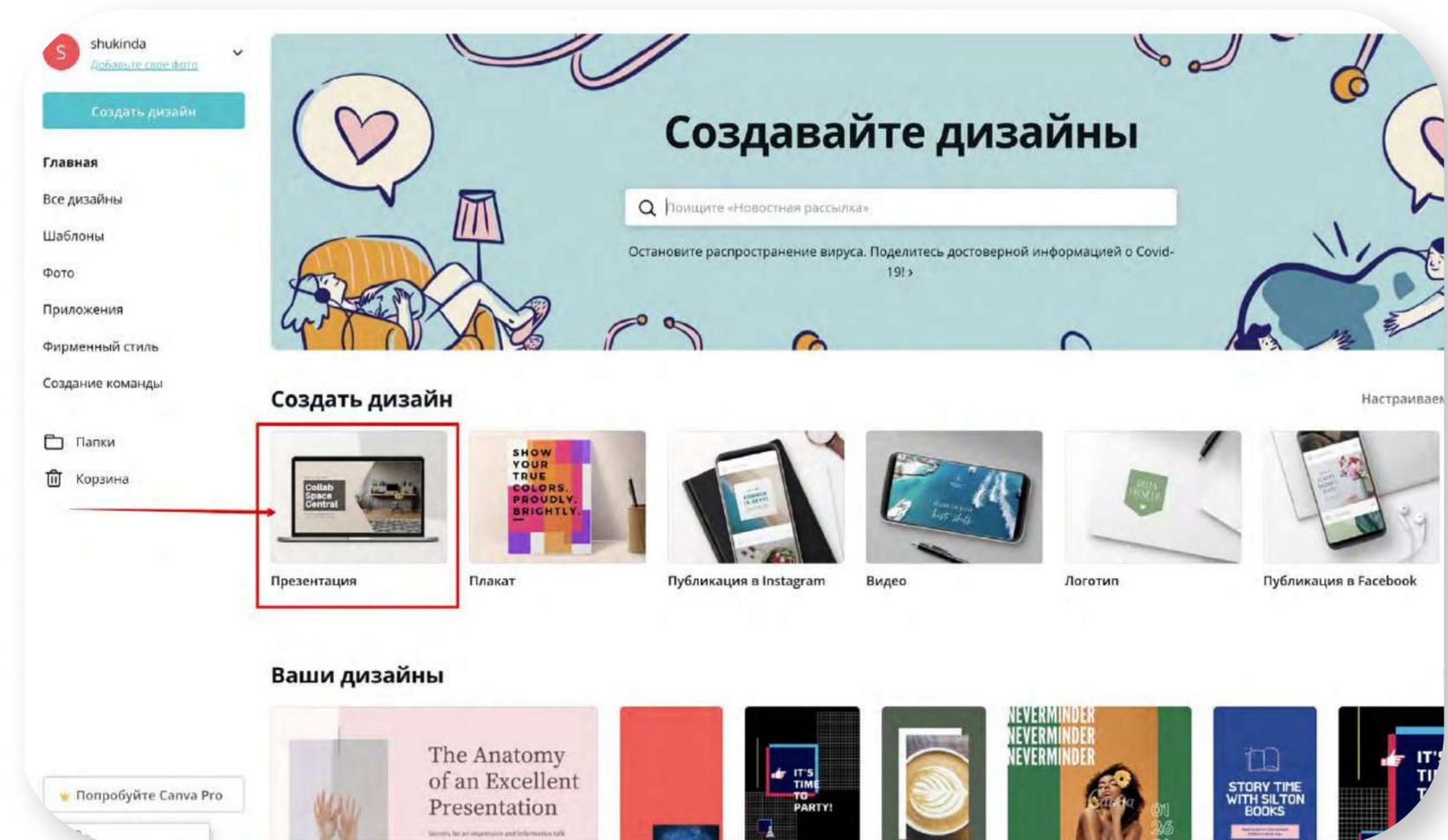


#1



**Прямо на главном экране
после регистрации
выбирайте категорию
“Презентация”.**

Ох, что вас сейчас ждет!



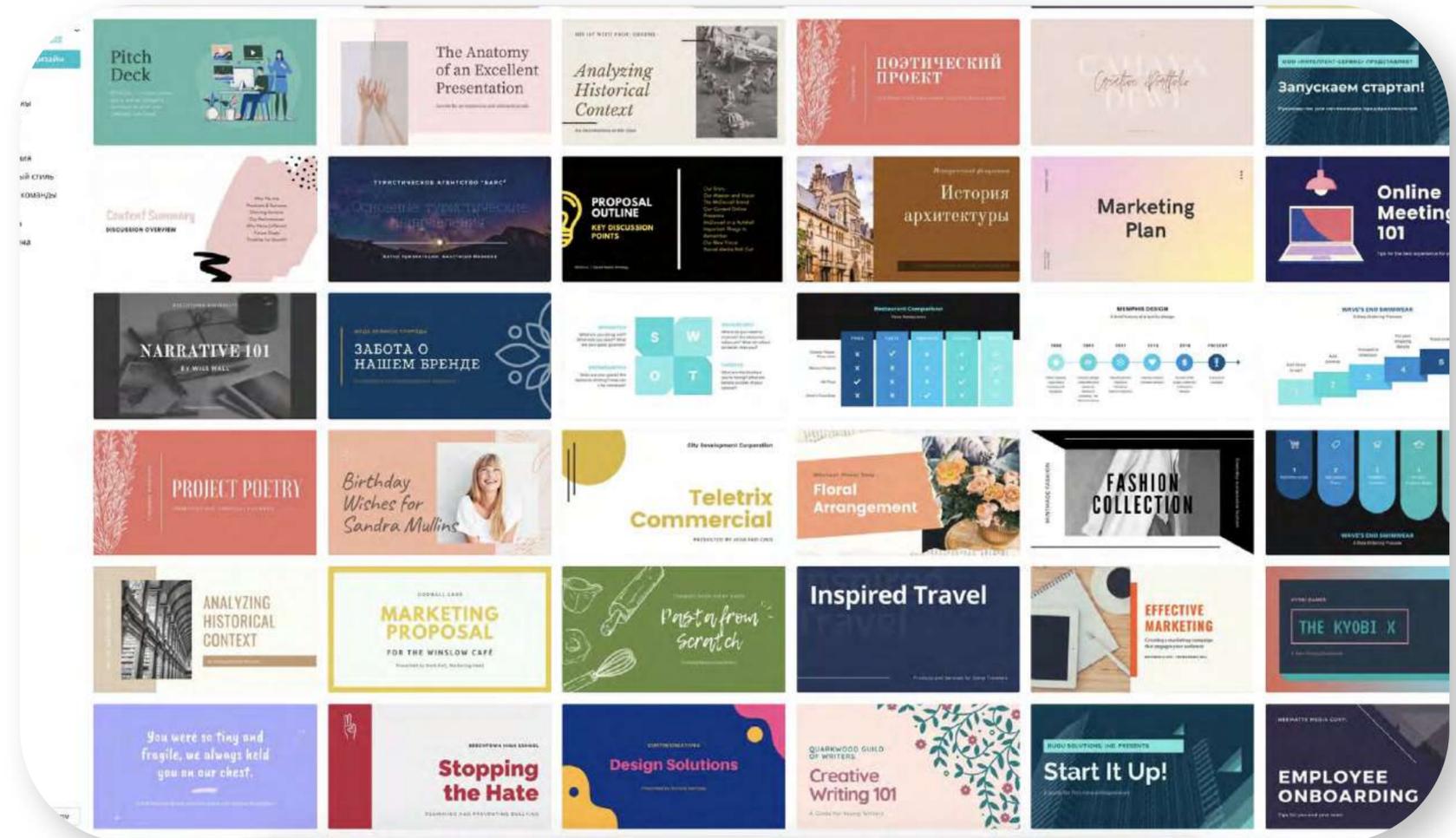
#2



Сотни и сотни уже готовых шаблонов презентаций на любой вкус, цвет и тематику.

Просто глаза разбегаются. Посмотрите штук 10-20 разных и выберите тот шаблон, который подходит вам больше всего.

С точки зрения структуры и стилистики. На ваш вкус.



#3

DMITRY SHUKIN



Страница 1

OLIVE PORCH ORGANICS
Fresh Market Delivery Service

Страница 2

Don't know where to start living a healthy lifestyle?

Tight budget?
Presentations are communication tools that can be used as demonstrations, lectures, speeches, reports, and more. It is mostly presented before an audience. It serves a variety of purposes, making presentations powerful tools for convincing and teaching.

No time to shop?
Presentations are communication tools that can be used as demonstrations, lectures, speeches, reports, and more. It is mostly presented before an audience. It serves a variety of purposes, making presentations powerful tools for convincing and teaching.

Страница 3 - Добавьте заго...

Access to organic, healthy food

Guaranteed fair market prices
Presentations are tools that can be used as lectures, speeches, reports, and more. It is mostly presented before an audience. It serves a variety of purposes, making presentations powerful tools for teaching.

Delivered to your home
Presentations are tools that can be used as lectures, speeches, reports, and more. It is mostly presented before an audience. It serves a variety of purposes, making presentations powerful tools for teaching.

Страница 4

- 01 We know that sustaining a healthy diet and lifestyle for the long term can be challenging.
- 02 It takes a lot of effort and dedication to choose it every day. It helps to have a strong support system to let you do that.
- 03 We can be that support system you need, walking with you all the way to a balanced diet rich in nutrients and fiber.

Страница 7

Features of Olive Porch Organics

Presentations are communication tools that can be used as demonstrations, lectures, speeches, reports, and more. It is mostly presented before an audience. It serves a variety of purposes, making presentations powerful tools for convincing and teaching.

Страница 8 - Добавьте заго...

Free shipping for orders above \$50

Flat \$25 concierge fee

Страница 9

DOWNLOAD THE APP

Available on iOS and Android

Страница 10

FOR PEOPLE WHO WANT TO SUSTAIN A DAILY HEALTHY DIET

For people who don't have time to do groceries, Olive Porch Organics is a reliable and convenient partner to rely on.

Presentations are communication tools that can be used as demonstrations, lectures, speeches, reports, and more.

Страница 12

COMING SOON!

Vouchers from partner merchants

Gift packs for lucky customers

Страница 13 - Добавьте заго...

OLIVE PORCH ORGANICS

Teresa Harlan
President

Harry Ellis
Co-founder

Страница 14

Download the app now!

Страница 15

GET IN TOUCH WITH US

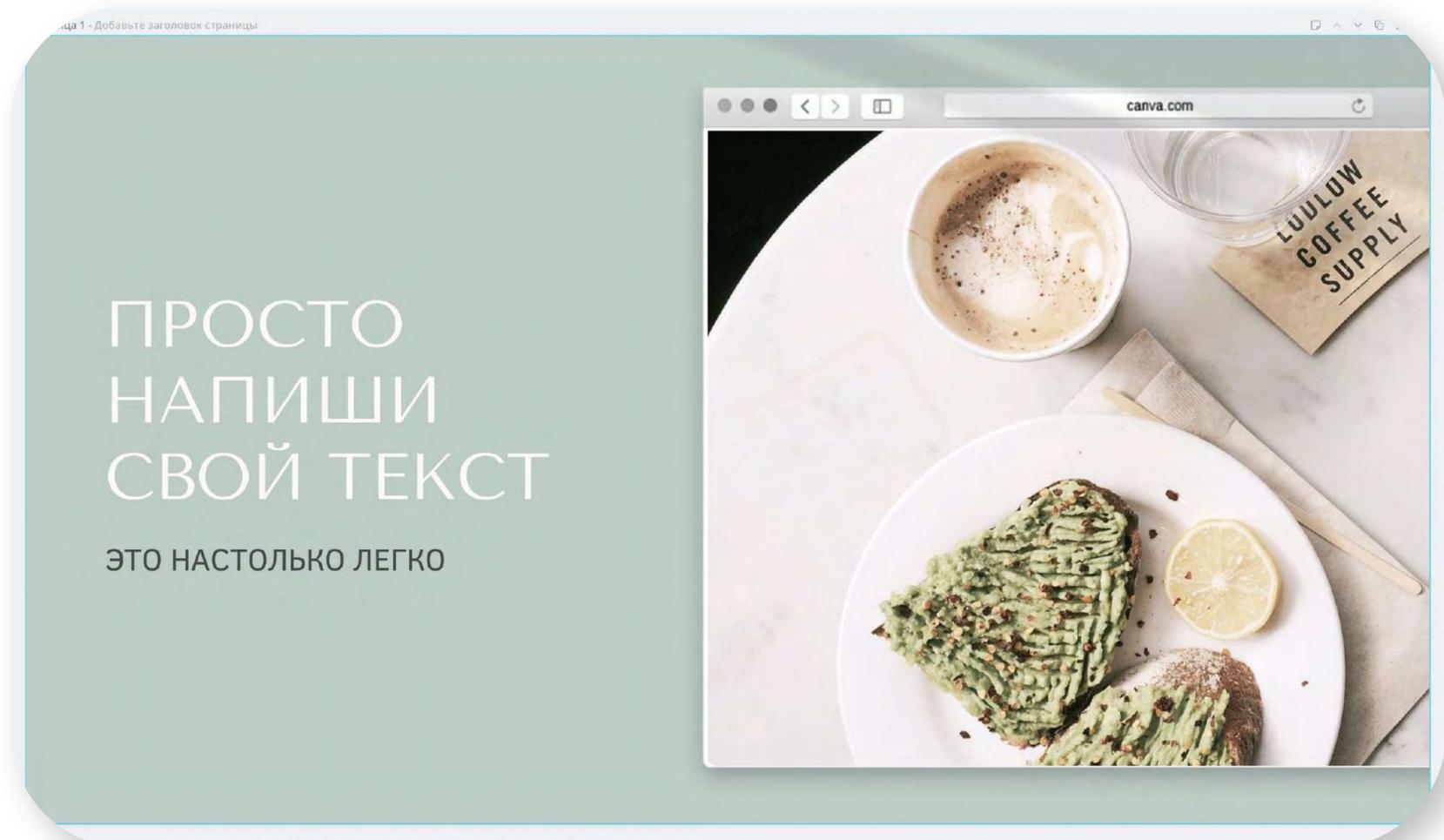
www.reallygreatsite.com
hello@reallygreatsite.com
123-456-7890





Вы просто берете и меняете текст на ваш.

Можете удалить лишние слайды, элементы, фигуры или добавить свои. Это очень просто. И гениально одновременно!

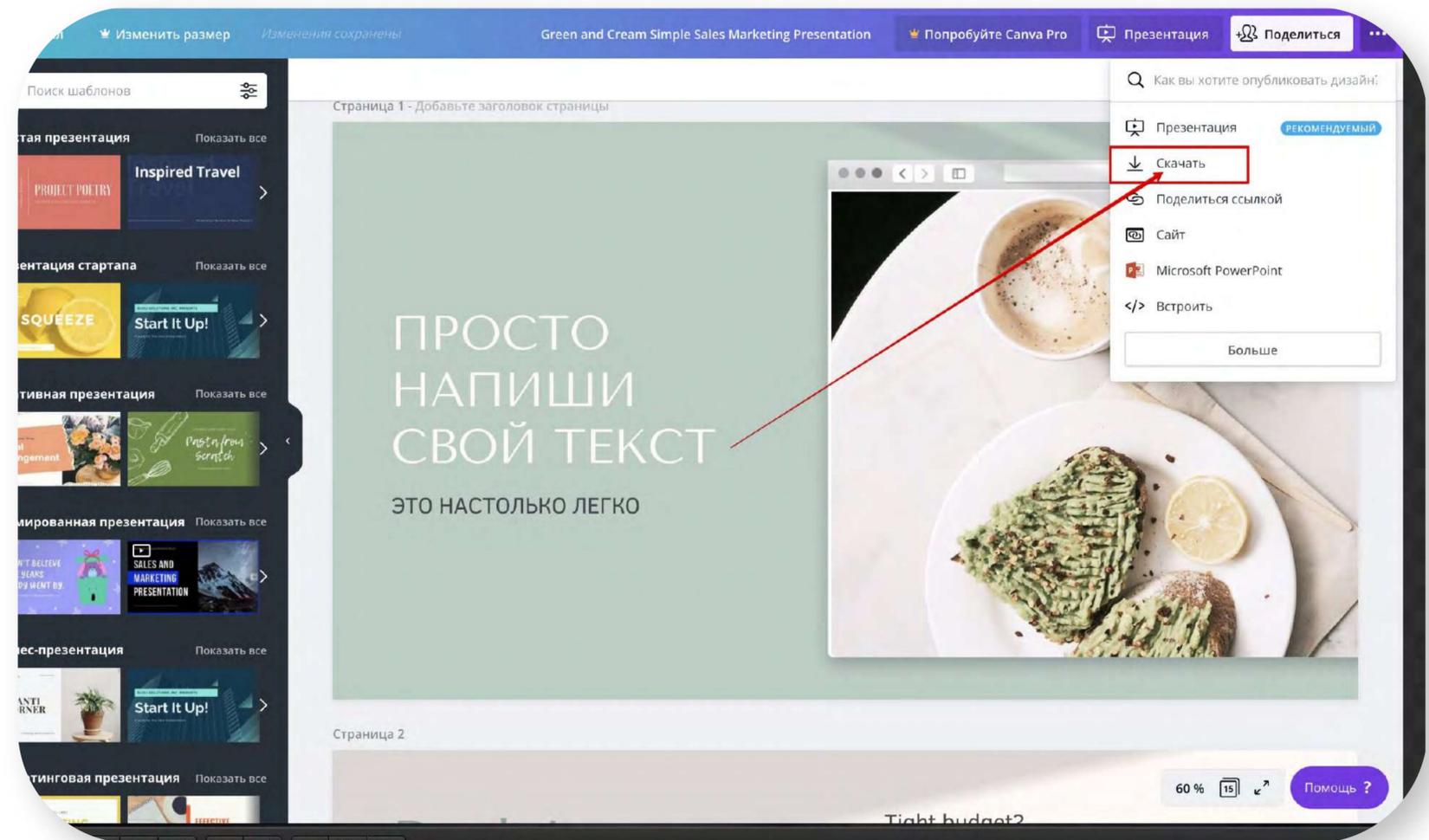


#5



После того, как закончите трудиться над вашим лид-магнитом

и создадите шедевр, за который ни одному человеку на планете не будет стыдно, вы можете его сохранить в правом верхнем углу, нажав на кнопку “скачать”, и радовать им ваших будущих клиентов.



#6

Э Т А П 3

Делаем посадочную страницу с лид-формой для сбора заявок.



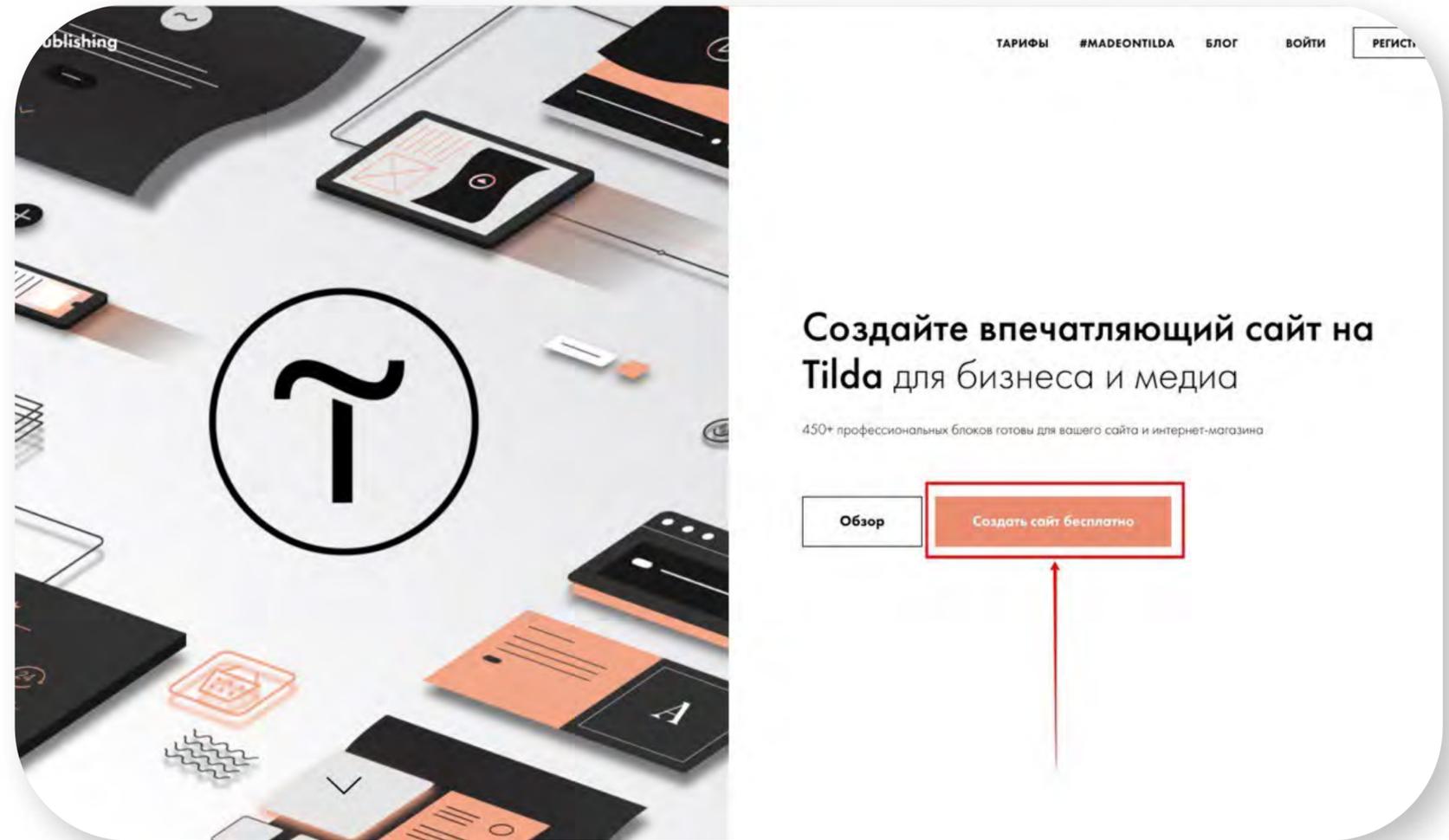
Для того, чтобы привлекать клиентов через лид-магнит не нужен навороченный сайт. По сути все что нам нужно, **это 2 экрана.**

Красивая обложка с описанием того, что получит клиент и форма для сбора данных клиента. В нашем случае это Имя, Телефон и предпочтительный мессенджер (WhatsApp или Telegram), куда мы отправим бесплатный продукт.

На все это уйдет не больше 30 минут.



Приступаем к созданию нашей лид-формы для захвата данных клиентов в обмен на наш лид-магнит.



#1

Заполняем форму регистрации

#2

⌕

Начните с бесплатной учетной записи

Ваше имя
Лучший сайт

Электронная почта

Пароль

Зарегистрироваться

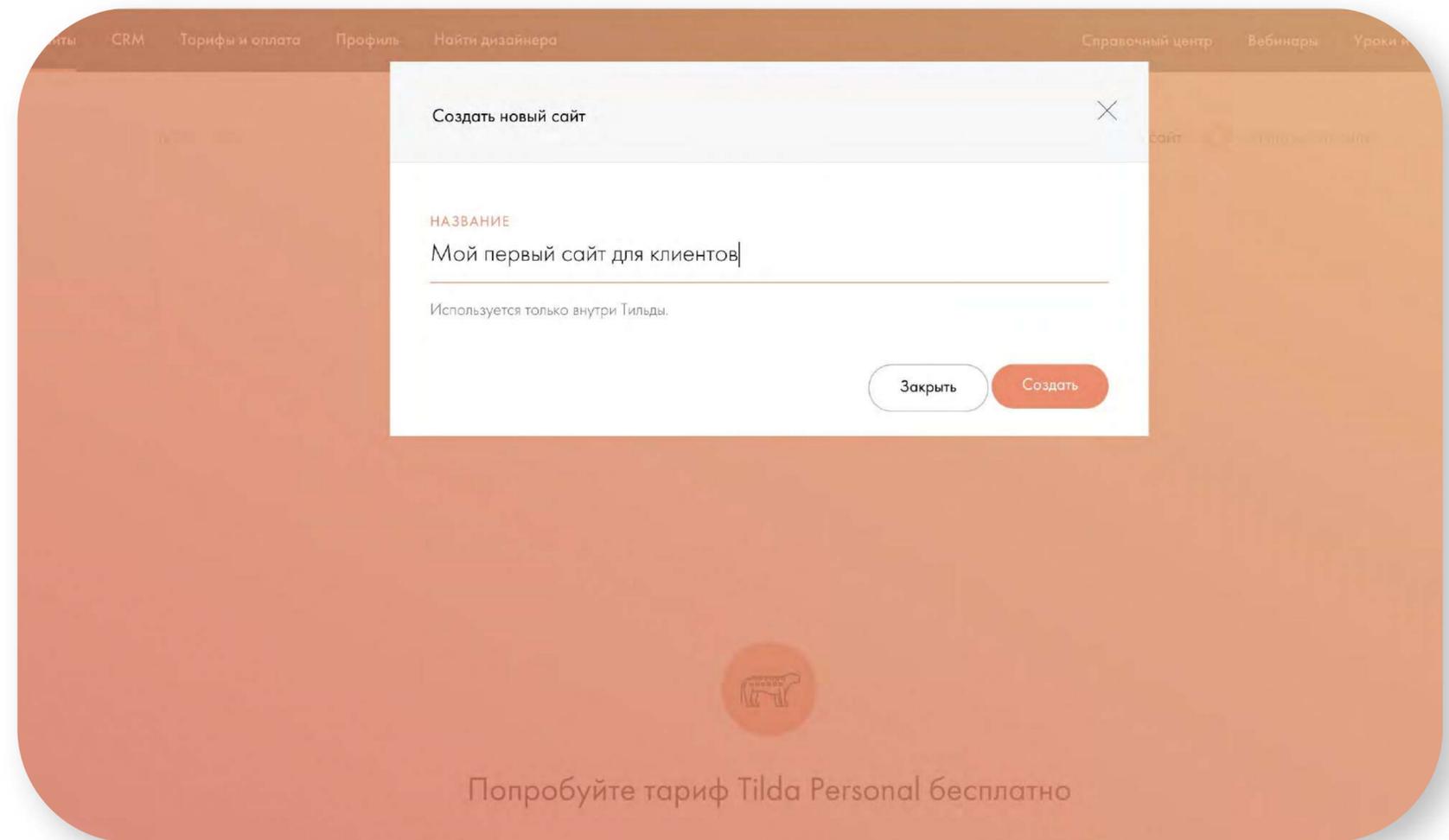
Нажимая кнопку «Зарегистрироваться», Вы принимаете условия [Пользовательского соглашения](#).

Уже зарегистрированы? Войти тут



Придумываем название для нашего сайта

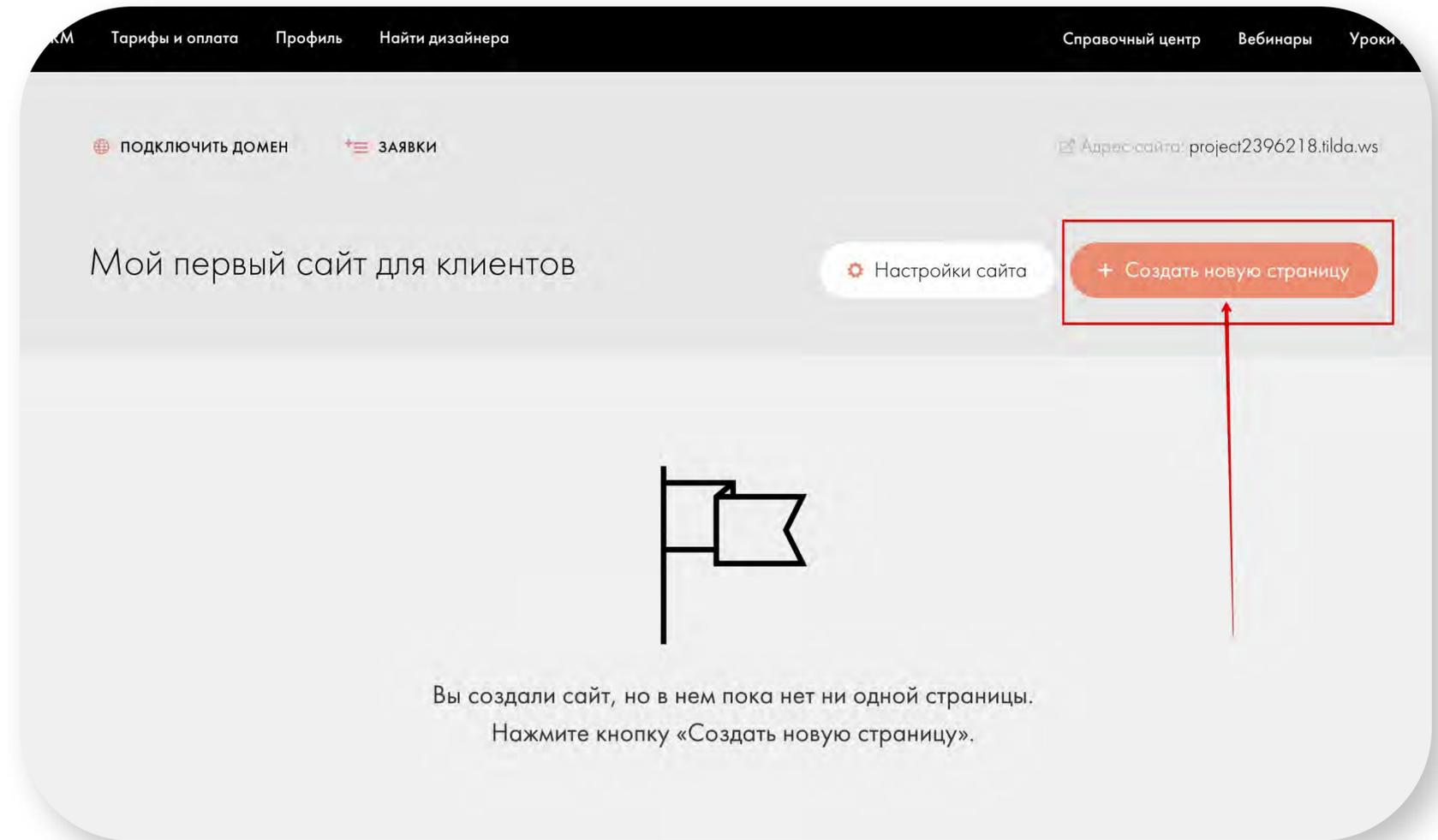
#3





Не долго думая, сразу же создаем страницу.

Я покажу вам все, что для этого нужно, никаких лишних настроек и функций. Четко одна конкретная задача.



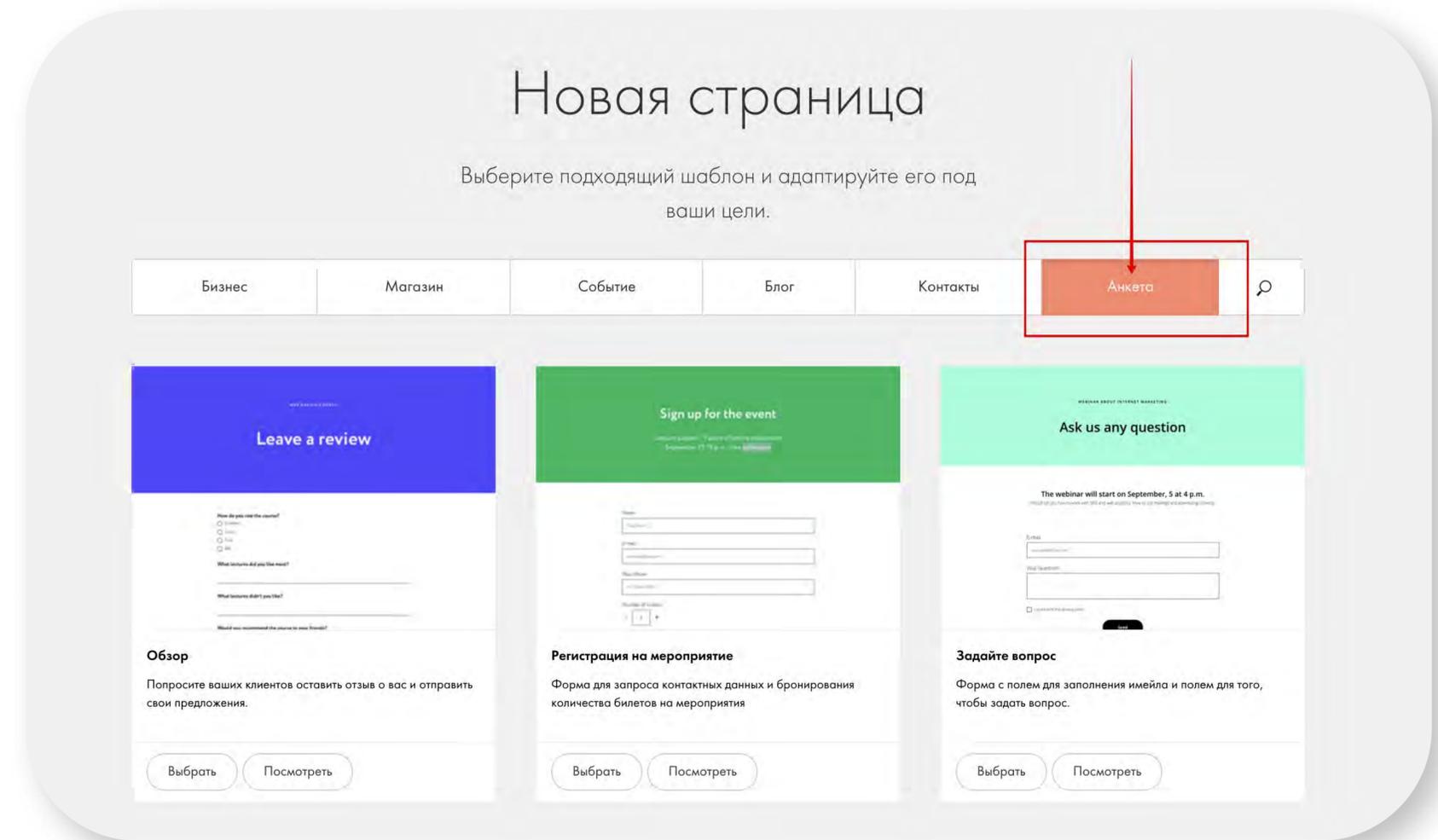
#4



Тильда предлагает нам выбрать из готовых шаблонов.

Так мы и сделаем. Изучать дизайн и работу с платформой будем позже. Наша задача — максимально безболезненно сделать лид-форму и запустить трафик. Причем она будет шикарная.

Выбираем из категорий шаблонов — “Анкета”

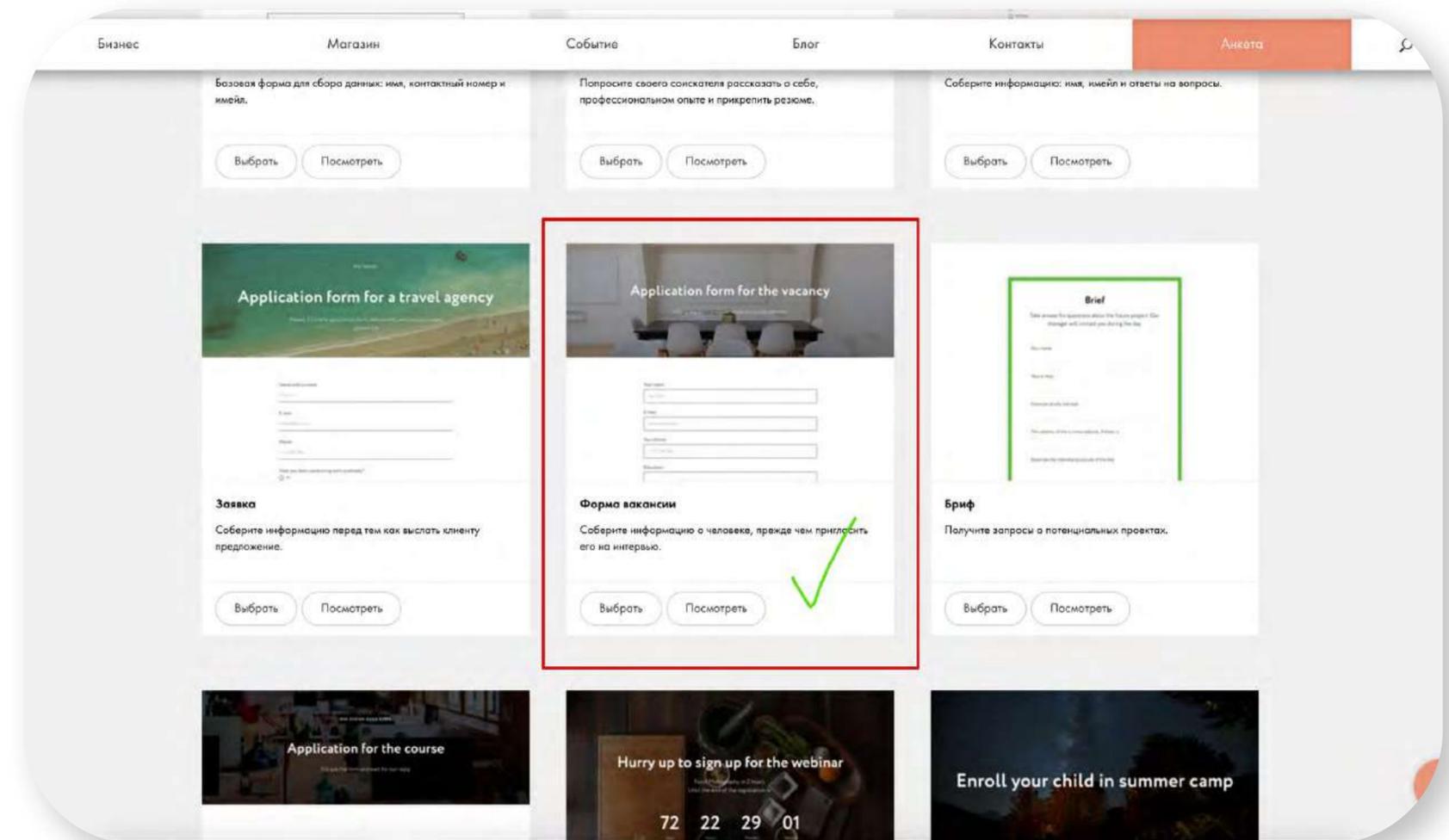




Пролистываем чуть ниже

и выбираем шаблон “Application form for the vacancy”. Не переживайте, что она будет на английском, мы это очень быстро исправим.

Сам функционал сайта остается на русском языке. Никаких проблем.



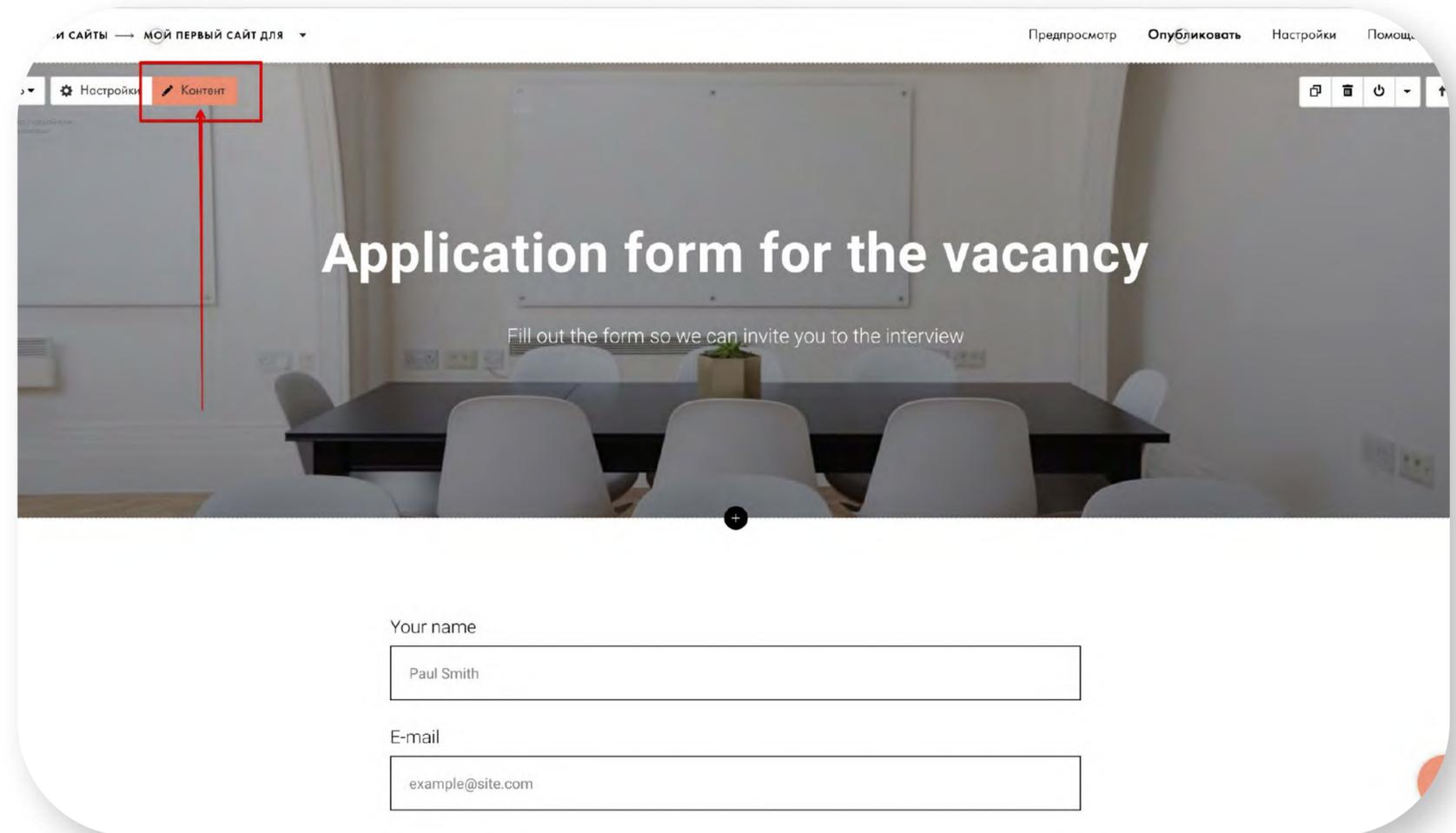
#6



Шаблон загружен.

Теперь мы его персонализируем под себя.

В левом верхнем углу главного экрана сайта нажимаем на кнопку **“Контент”**.

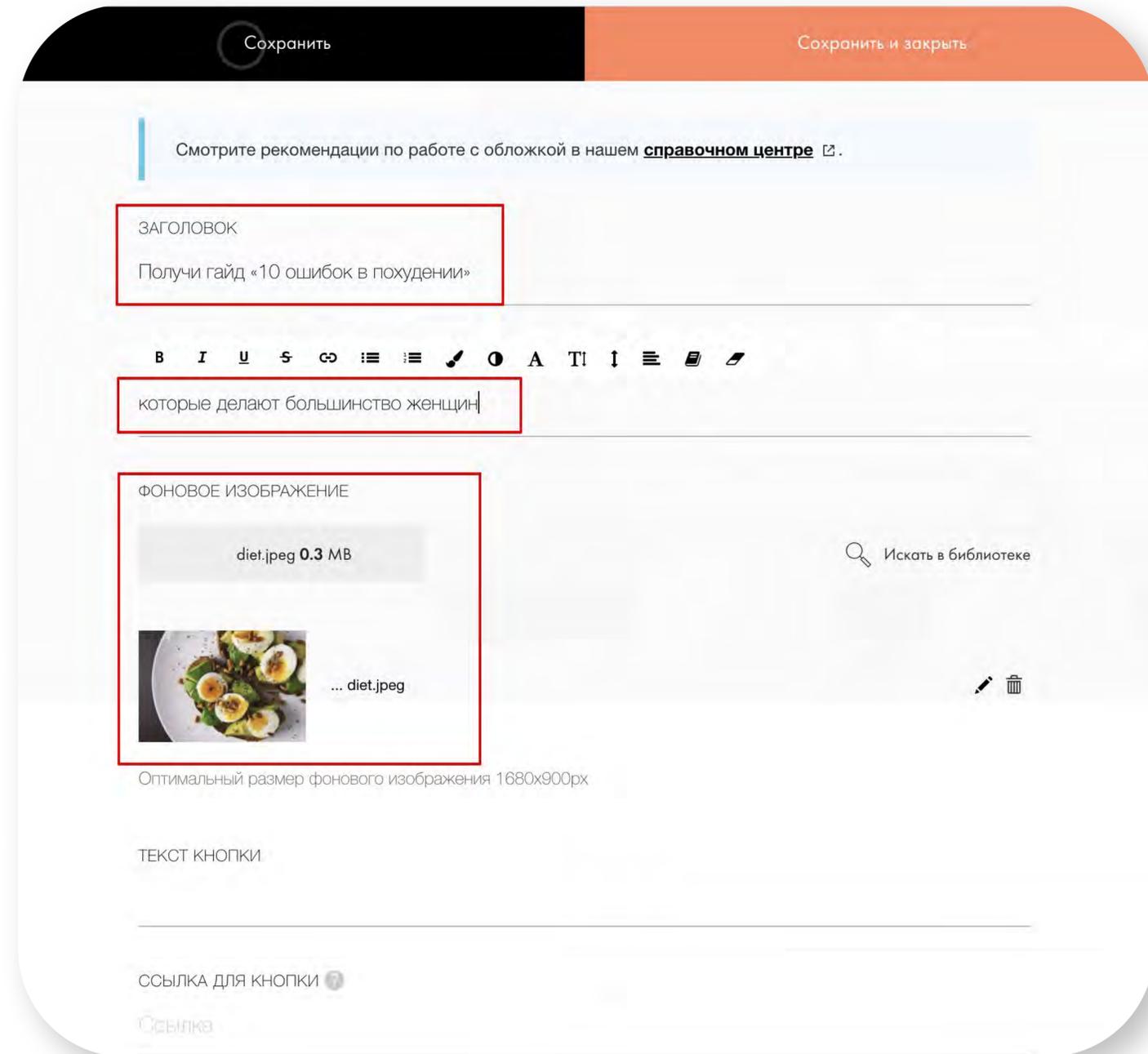




Открывается меню для редактирования и мы прописываем туда:

- 1) Призыв к действию забрать лид-магнит
- 2) Его название
- 3) Описание

И добавляем картинку, как на этом примере

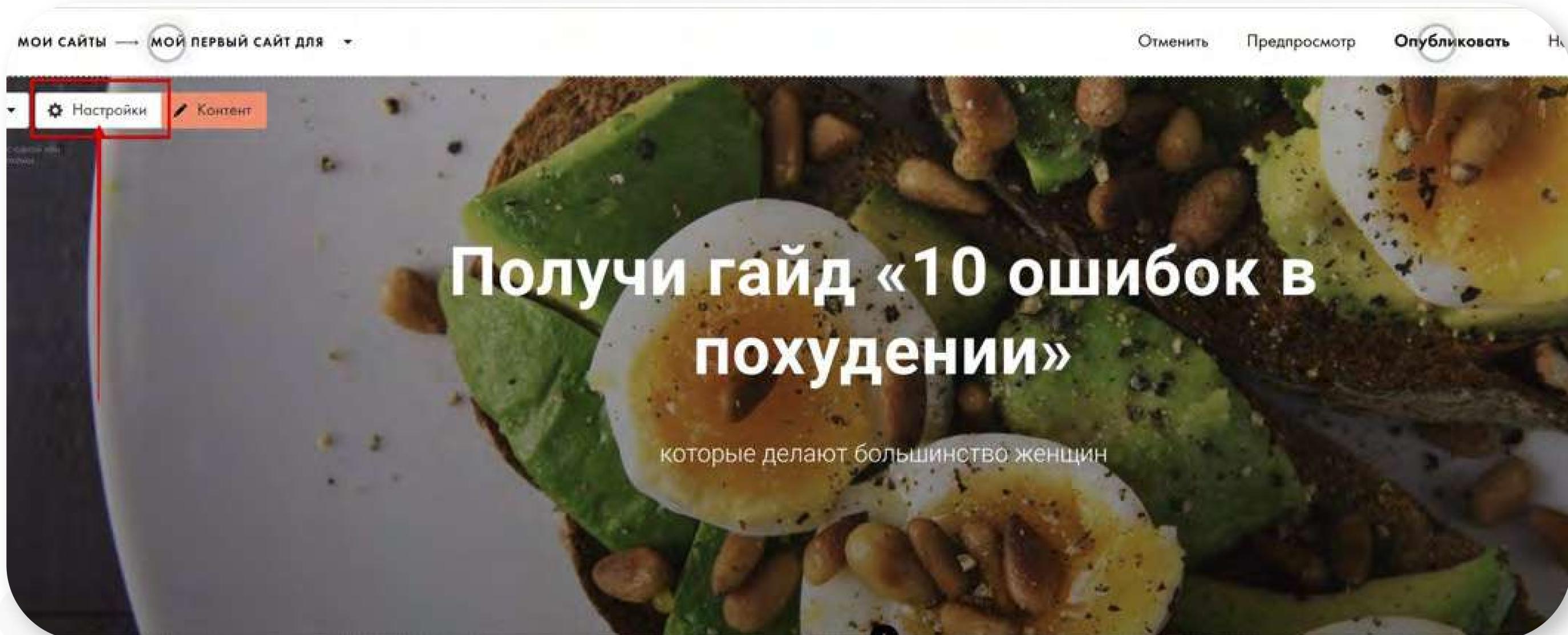


#8



Получается такая красота!

Если картинка слишком светлая или неоднородная, и текст плохо читается, мы можем затемнить ее. Все очень просто: нажимаем на кнопку **“Настройки”**.



В настройках

выбираем больше процентов заливки черным цветом и картинка станет темнее, а текст читабельным. Как я говорю “прямо в мозг”.

#10

Сохранить

Сохранить и закрыть

ЭФФЕКТ ПРИ СКРОЛЛЕ

Без эффекта

ВЫСОТА

500px

example: 700px (or 100vh. Units: px - pixels, vh - viewport height)

ШИРИНА

10 колонок

ЦВЕТ ФИЛЬТРА В НАЧАЛЕ

#000000

НЕПРОЗРАЧНОСТЬ

50%

ЦВЕТ ФИЛЬТРА В КОНЦЕ

#000000

НЕПРОЗРАЧНОСТЬ

70%

СТРЕЛКА

Нет

ЦВЕТ СТРЕЛКИ

#FFFF

Анимировать стрелку



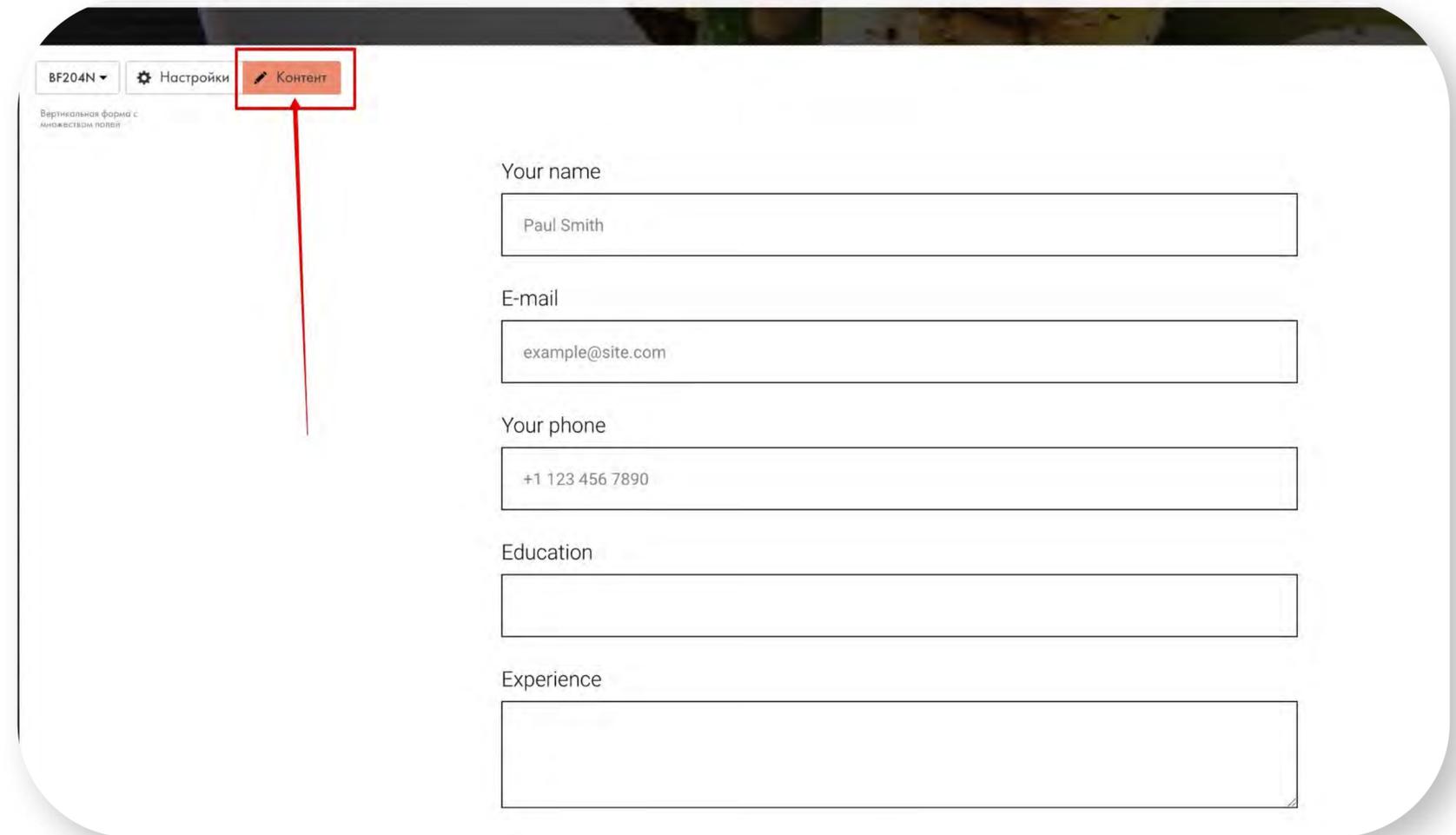
Slivich

DMITRY SHUKIN



Отлично! Наш главный экран готов!

Переходим к настройке формы для захвата данных. Опускаемся ниже и заходим в меню “Контент” нашего второго блока.



Раскрываем поля для ввода

#12

Сохранить Сохранить и закрыть

ШАПКА БЛОКА

ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА

ПОЛЕ 1 Дублировать Выключить Удалить Вверх Вниз

ТИП
Имя

ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ
Paul Smith

ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ
Your name

ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ

ИЗМЕНЕНИЯ

The image shows a user interface for editing a form. At the top, there are two buttons: 'Сохранить' (Save) on a black background and 'Сохранить и закрыть' (Save and close) on an orange background. Below this is a section titled 'ШАПКА БЛОКА' (Block header) with a plus icon. A red box highlights a 'ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА' (Input fields) section, which contains a plus icon and a red arrow pointing to it. Below this is a configuration panel for 'ПОЛЕ 1' (Field 1). The panel has several tabs: 'Дублировать' (Duplicate), 'Выключить' (Disable), 'Удалить' (Delete), 'Вверх' (Up), and 'Вниз' (Down). The configuration items are: 'ТИП' (Type) with a dropdown menu showing 'Имя' (Name); 'ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ' (Value hint) with the text 'Paul Smith'; 'ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ' (Field label) with the text 'Your name'; 'ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ' (Field subtitle); and 'ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ' (Variable name) with the text 'ИЗМЕНЕНИЯ' (Changes).





И удаляем все лишние поля
шаблона, кроме “Имя” и “Телефон”.
Остальные нам не нужны.

ПОЛЕ 2

Дублировать Выключить **Удалить** Вверх Вниз

ТИП
E-mail

ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ
example@site.com

ЗАГОЛОВOK ПОЛЯ
E-mail

ПОДЗАГОЛОВOK ПОЛЯ

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ

Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается). Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.

Обязательно для заполнения

#13



Добавим новое поле для ввода,

где наш клиент выберет, куда ему будет отправлен лид-магнит: в WhatsApp или Telegram.

ТИП МАСКИ

Настраиваемая маска

МАСКА

Задайте свой формат ввода данных, где «9» — любая цифра, латинская «a» — любая буква, а «*» — любой символ.
Пример: +7 (999) 999-9999
Подробную инструкцию по работе с маской читайте в [справочном центре](#)

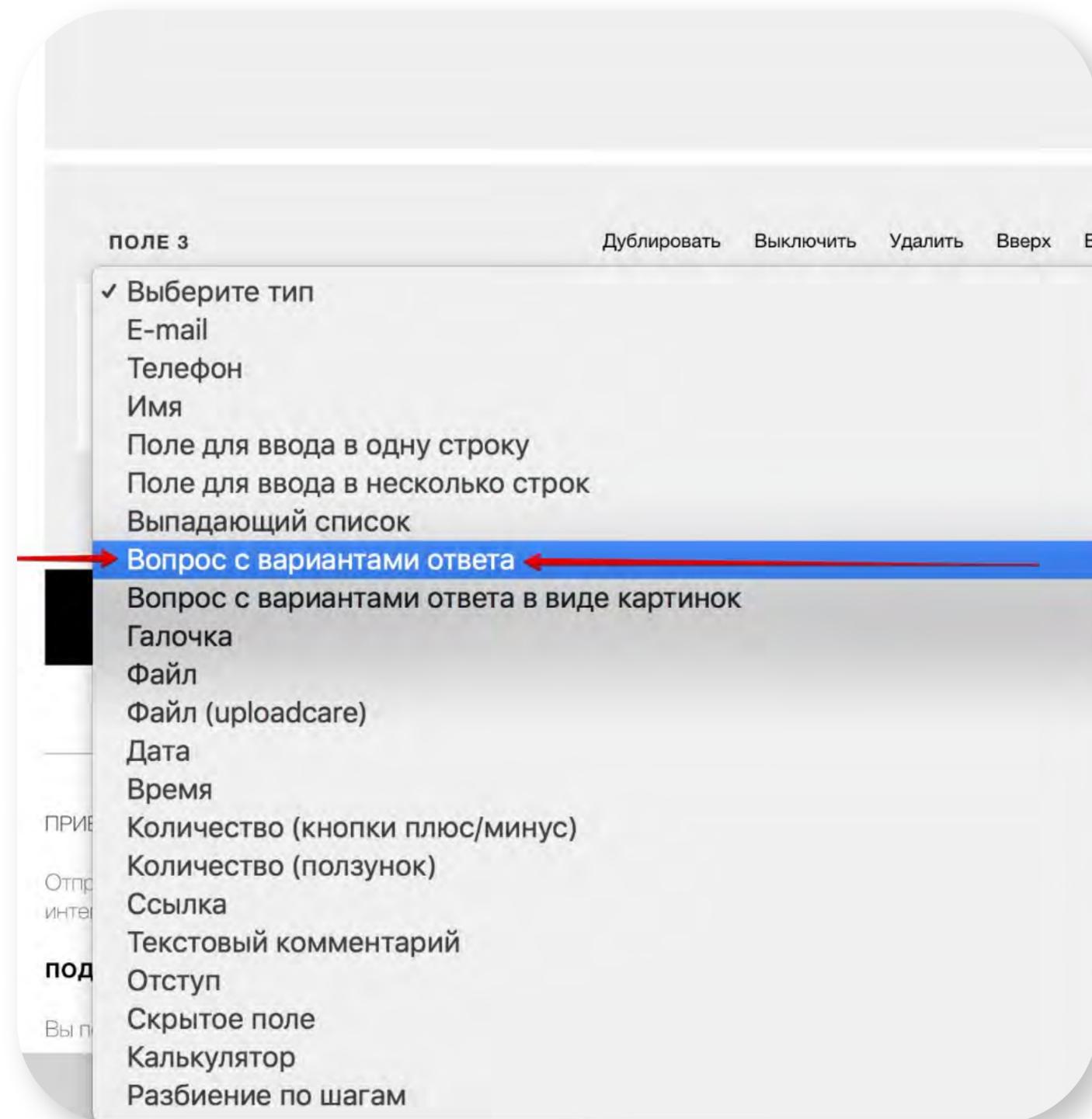
Обязательно для заполнения

ДОБАВИТЬ ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА

ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ

Отправленные данные будут храниться в разделе «Заявки». Также вы можете подключить сервисы приема данных, интегрированных с Тильдой.

Выбираем “Вопрос с вариантами ответа”



И заполняем как на этом примере

#16

Сохранить Сохранить и закрыть

ПОЛЕ 3 Дублировать Выключить Удалить Вверх Вниз

тип
Вопрос с вариантами ответа

ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ
Где вам удобнее получить гайд?

ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ

ВАРИАНТЫ ЗНАЧЕНИЯ
WhatsApp
Telegram

ВИД ОТВЕТА
Несколько вариантов ответа (галочки)

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ

Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается). Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.



Теперь вернемся к редактированию первых двух блоков: с Именем и Телефоном.

Пропишите поля с подсказкой (это sereneкий текст, который клиент увидит до того, как начнет заполнять поле), Заголовок и поставьте галочку “Обязательно для заполнения”.

ПОЛЕ 1 Дублировать Выключить Удалить Вверх Вниз

ТИП
Имя

ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ
Самое красиво имя на земле

ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ
Как вас зовут?

ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ

Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается). Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.

Обязательно для заполнения



**Тоже самое сделайте
с полем “Телефон”**

#18

ПОЛЕ 2 Дублировать Выключить

ТИП
Телефон

ПОДСКАЗКА ЗНАЧЕНИЯ
+7 926 999 99 99

ЗАГОЛОВОК ПОЛЯ
Ваш телефон

ПОДЗАГОЛОВОК ПОЛЯ

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ



Опускаемся ниже и называем нашу кнопку.

В моем случае это “Получить гайд”. Если у вас чек-лист или мастер-класс, или продукт, что угодно. Пропишите в соответствии с вашим бесплатным продуктом.

#19

ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА

ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ

Отправленные данные будут храниться в [разделе «Заявки»](#). Также вы можете подключить сервисы приема данных интегрированных с Тильдой.

ПОДКЛЮЧЕННЫЕ СЕРВИСЫ:

Вы пока не подключили ни одного сервиса

[Подключить](#)

Вы можете получать данные на Email, в документ Google или в сервисы, интегрированные с Тильдой: MailChimp, GetResponse, UniSender, SendGrid, amoCRM, Мегаплан и другие. Подключите сервис для приема данных в настройках сайта, [раздел Формы](#). Читайте [подробную инструкцию](#) в нашем Справочном центре.

ТЕКСТ КНОПКИ

Получить гайд

СООБЩЕНИЕ ОБ УСПЕШНОЙ ОТПРАВКЕ ДАННЫХ

Спасибо! Данные успешно отправлены.

АДРЕС СТРАНИЦЫ В СЛУЧАЕ УСПЕХА

<http://example.com>

Укажите полный адрес (http://...). В случае успешной отправки данных пользователь будет перенаправлен на указанный адрес.



Только взгляните на это! Это ваша лид-форма — она роскошна!

Все мобильно оптимизировано и удобно.
Красота! Теперь давайте ее настроим.

#20



Получи гайд «10 ошибок в похудении»

которые делают большинство женщин

Как вас зовут?

Самое красиво имя на земле

Ваш телефон

+7 926 999 99 99

Где вам удобнее получить гайд?

WhatsApp

Telegram

Получить гайд



Чтобы форма заработала

и начала принимать заявки нужен самый минимальный платный тариф. Оно того стоит. Это сущие пустяки.



Попробуйте тариф Tilda Personal бесплатно

Tilda Personal — это доступ к полной коллекции блоков и возможность подключить свой домен.
Начните бесплатный пробный период прямо сейчас! Карточка не понадобится.

Тарифы и оплата



Приятная новость в том,

что вы можете активировать бесплатные 2 недели пользования сайтом. Для этого ничего не нужно. Вообще ничего, даже карточку свою указывать.

Просто нажмите на кнопку "Активировать".

Ваш тарифный план: Free

ЛИМИТЫ ТАРИФА: максимальное количество проектов — 1, количество страниц для каждого проекта — 50, объем загруженных файлов — 50 мб. [Как увеличить?](#)

ИСПОЛЬЗОВАНО: создано сайтов — 1, всего страниц — 1

Активируйте план Tilda Personal на две недели бесплатно.

Активировать

Успех!

**Можно отправляться настраивать сайт дальше.
Осталось чуть-чуть.**



Ваш тарифный план: **Tilda Personal**

Тариф оплачен до: **12.05.2020**

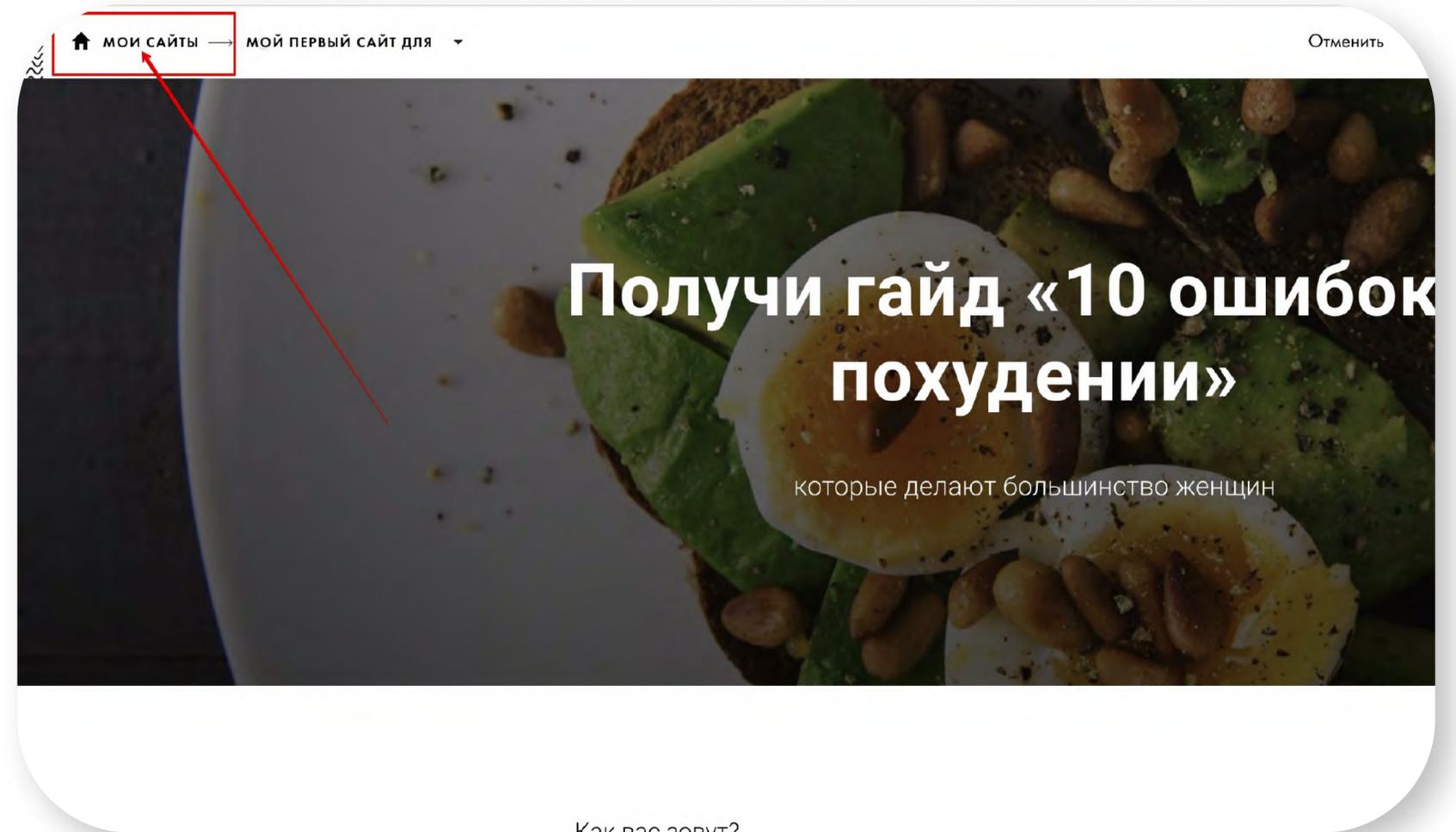


#23



Заходим обратно

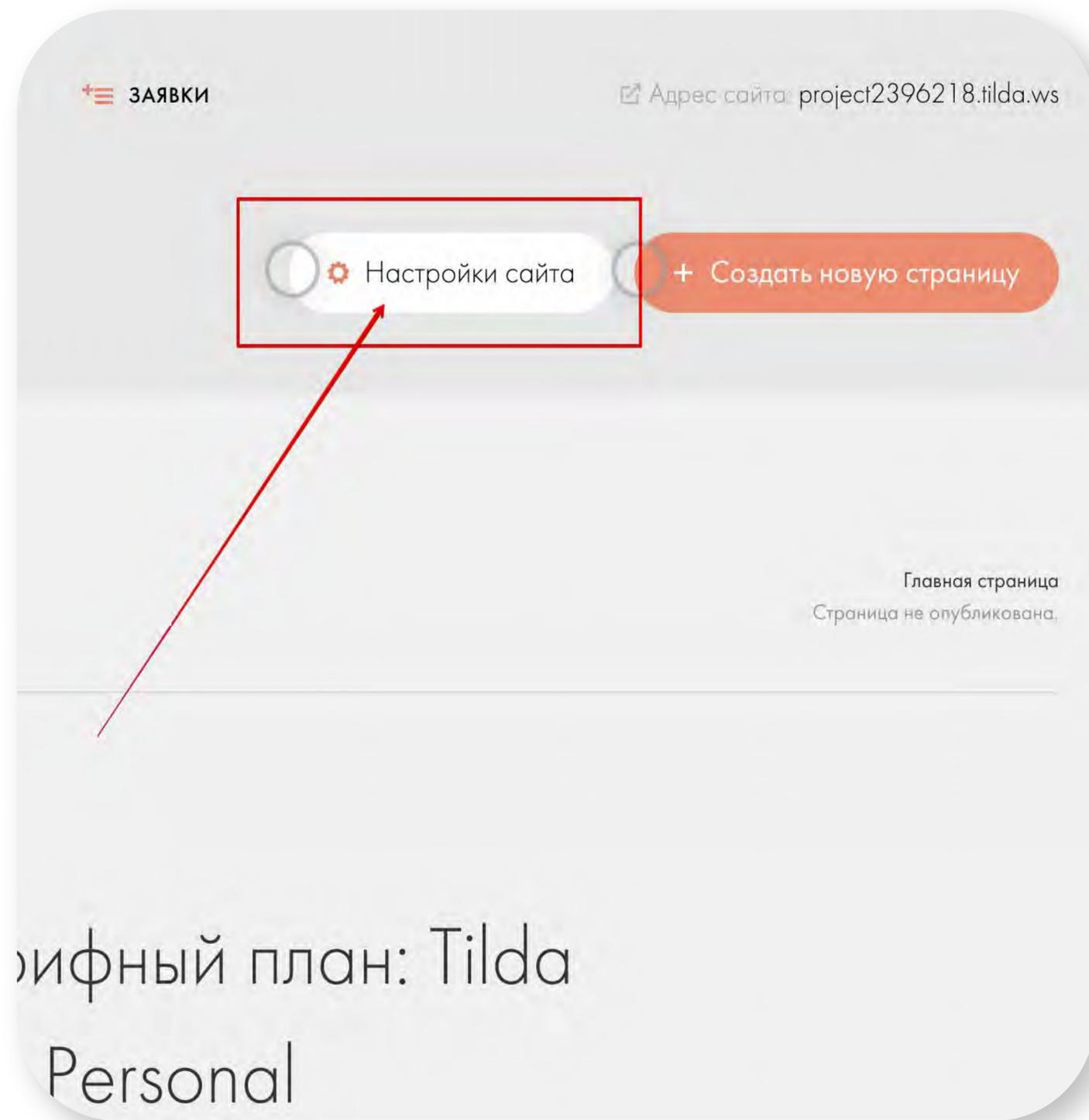
на нашу страничку и в левом верхнем углу переходим в раздел "Мои сайты"



#24

Далее “Настройки сайта”

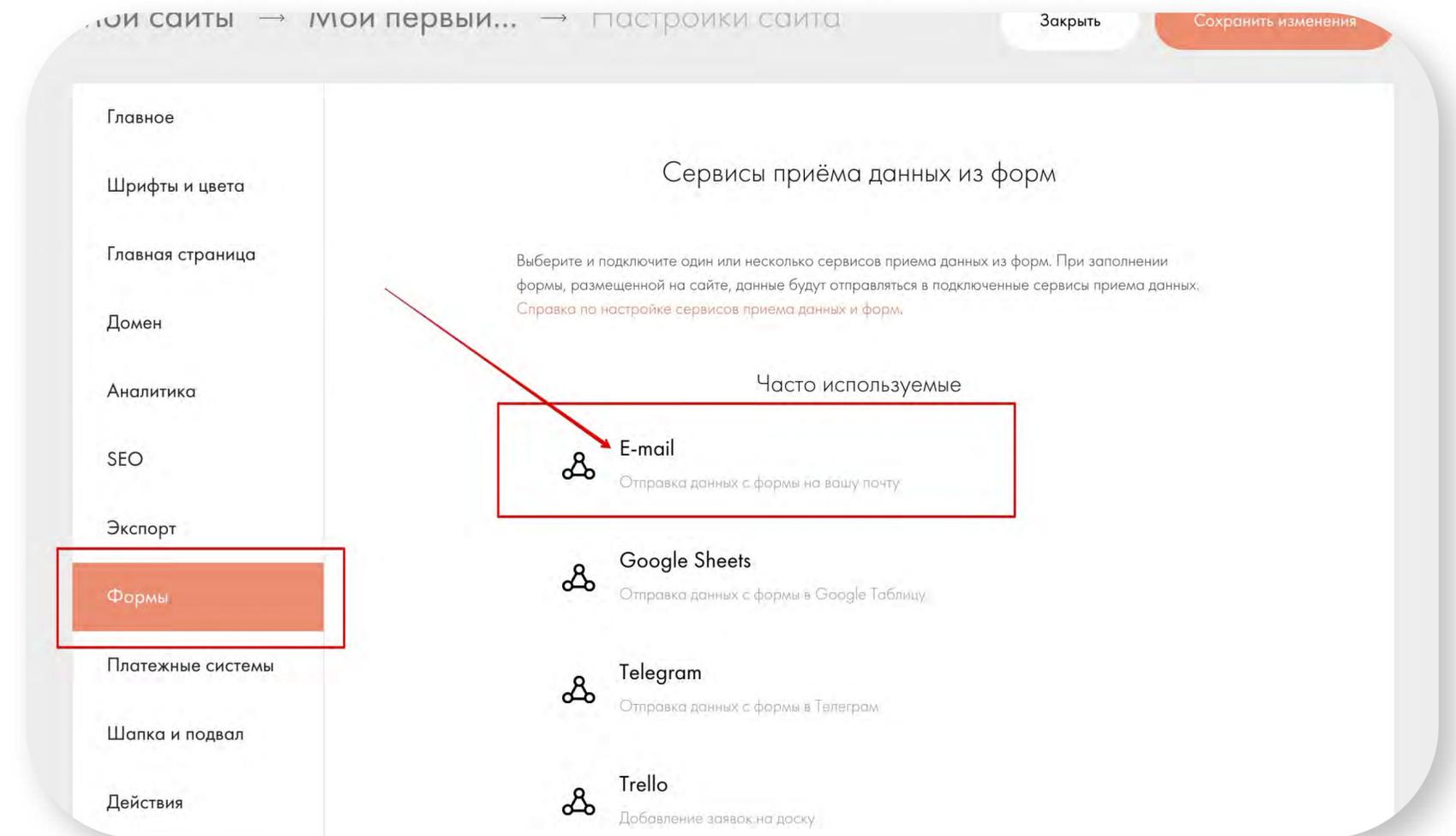
#25





Слева в меню вам нужно найти “Формы”

и подключить свой e-mail. На него
будут приходить все ваши заявки.
Нажимаем!





Вводим тот email, где будем ловить клиентов.

Сохраняем. Отправляемся в наш ящик, где уже нас ждет письмо счастья от Tilda, и подтверждаем свою почту. Сделали?

#27

Подключение сервиса приёма данных: Email

Важно: добавьте адрес `noreply@tilda.ws` в адресную книгу в вашем почтовом клиенте и открывайте все письма перед удалением, чтобы они не попадали в спам.

Если вы планируете получать более 1000 писем в месяц, рекомендуем подключить сервис [SendGrid](#).

[Подробная инструкция по настройке.](#)

EMAIL
ваш@email.ru

Сохранить

[Вернуться к настройкам форм](#)



Тогда вы увидите это сообщение!

Можно начинать работать!
Осталось пару шагов, чтобы было совсем все красиво.



Email подтвержден.

Теперь можно добавить приемщик в форму.
Опубликовать страницу и начать получать заявки на указанную почту.



Проверяем, что все подключилось!

Работает, как часы. Идем обратно на нашу страничку с лид-формой, которую мы только что оформили.

После подключения сервиса: Перейдите на саму страницу и в блоке с формой выберите подключенный сервис (во вкладке "контент").

Домены, с которых разрешено принимать данные : project2396218.tilda.ws

Подключенные сервисы

E-mail: [blurred] ✓
Активировано

Настрой



Переходим еще раз в меню “Контент”

ройки **Контент**

Как вас зовут?

Самое красиво имя на земле

Ваш телефон

+7 926 999 99 99

Где вам удобнее получить гайд?

WhatsApp

Telegram

Получить гайд

#30



И внизу ставим галочку,
тем самым подключая нашу почту к
этой форме для приема заявок.

ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА

ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ

Отправленные данные будут храниться в разделе «Заявки». Также вы можете подключить сервисы приема данных, интегрированных с Тильдой.

TILDA CRM:

Перейти в Tilda CRM

ПОДКЛЮЧЕННЫЕ СЕРВИСЫ:

EMAIL: [redacted] @MAIL.RU ✓

Вы можете получать данные на Email, в документ Google или в сервисы, интегрированные с Тильдой: MailChimp, GetResponse, UniSender, SendGrid, amoCRM, Мегаплан и другие. Подключите сервис для приема данных в настройках сайта, раздел [Формы](#). Читайте [подробную инструкцию](#) в нашем Справочном центре.

ТЕКСТ КНОПКИ



Если все супер,

а иначе быть не может, у вас появится желтое уведомление о том, что вы работаете и вы прекрасны!

Самое красиво имя на земле

Ваш телефон

+7 926 999 99 99

Где вам удобнее получить гайд?

WhatsApp

Telegram

Получить гайд

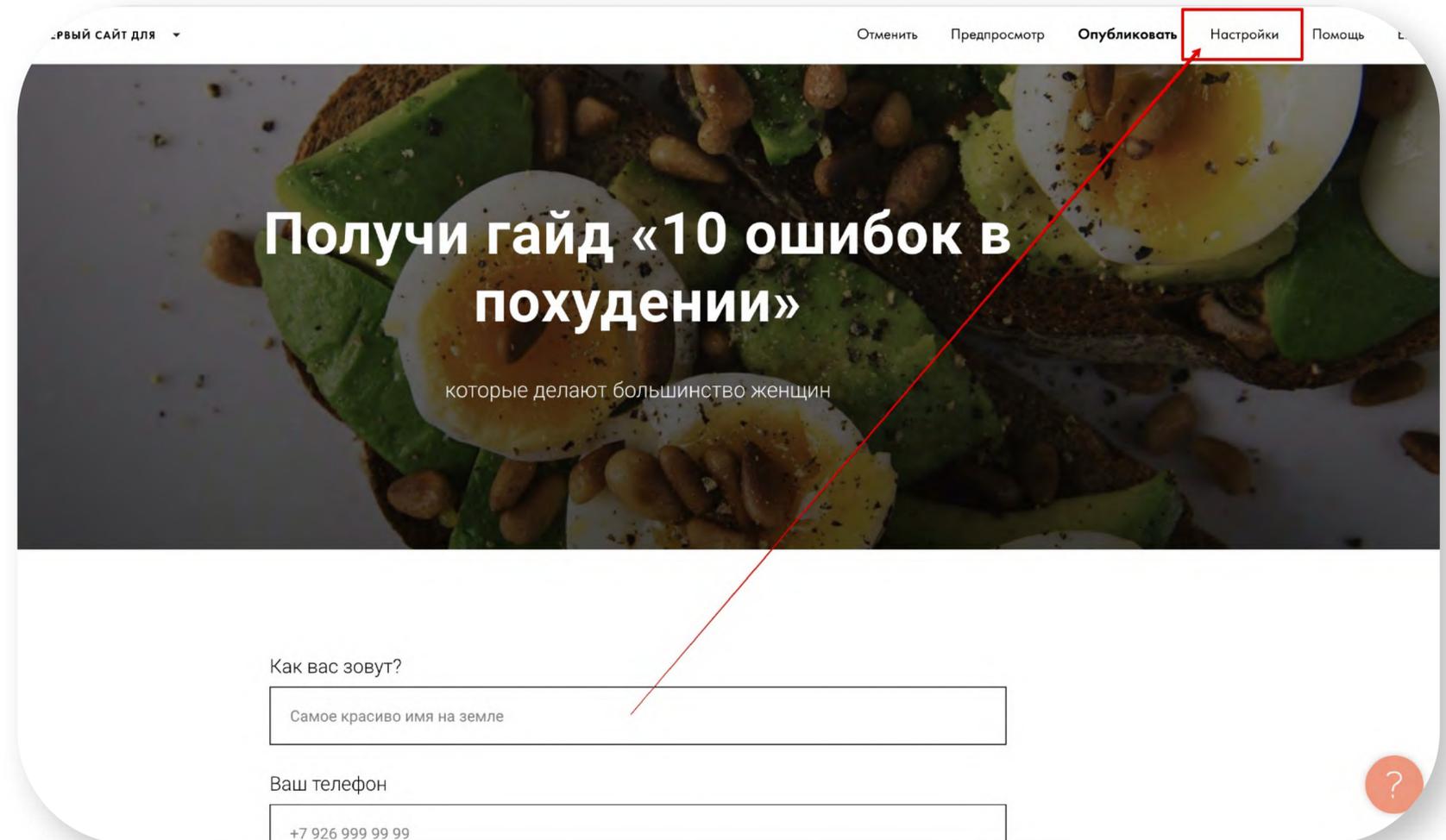
Форма подключена успешно. Текущие настройки:
Домены с которых будут приниматься данные: proj[redacted]ilda.ws
Данные отправляются на: [redacted]@mail.ru

Обязательно опубликуйте страницу, чтобы применить внесенные изменения



И финальные штрихи.

Заходим в правом верхнем углу в настройки сайта



#33

Прописываем его описание

(можно такое же, как на главном экране) и указываем адрес страницы.

Тильда сама дала вам начальный адрес вашей страницы, согласно проекту. Если вы хотите, чтобы у вас был ваш собственный домен, то я покажу вам, как это можно сделать.

Настройки страницы

Главное Бейджик Facebook and SEO Экспорт Действия Дополнительно

ЗАГОЛОВОК
Самый прекрасный сайт для сбора заявок

ОПИСАНИЕ
Здесь я буду помогать людям становиться лучше

АДРЕС СТРАНИЦЫ
http://project2396218.tilda.ws/guide

Основной URL сайта можно поменять в настройках сайта. Там же вы можете подключить свой домен.

Перейти в настройки сайта

Заккрыть Сохранить изменения



Slava Cherk

DMITRY SHUKIN

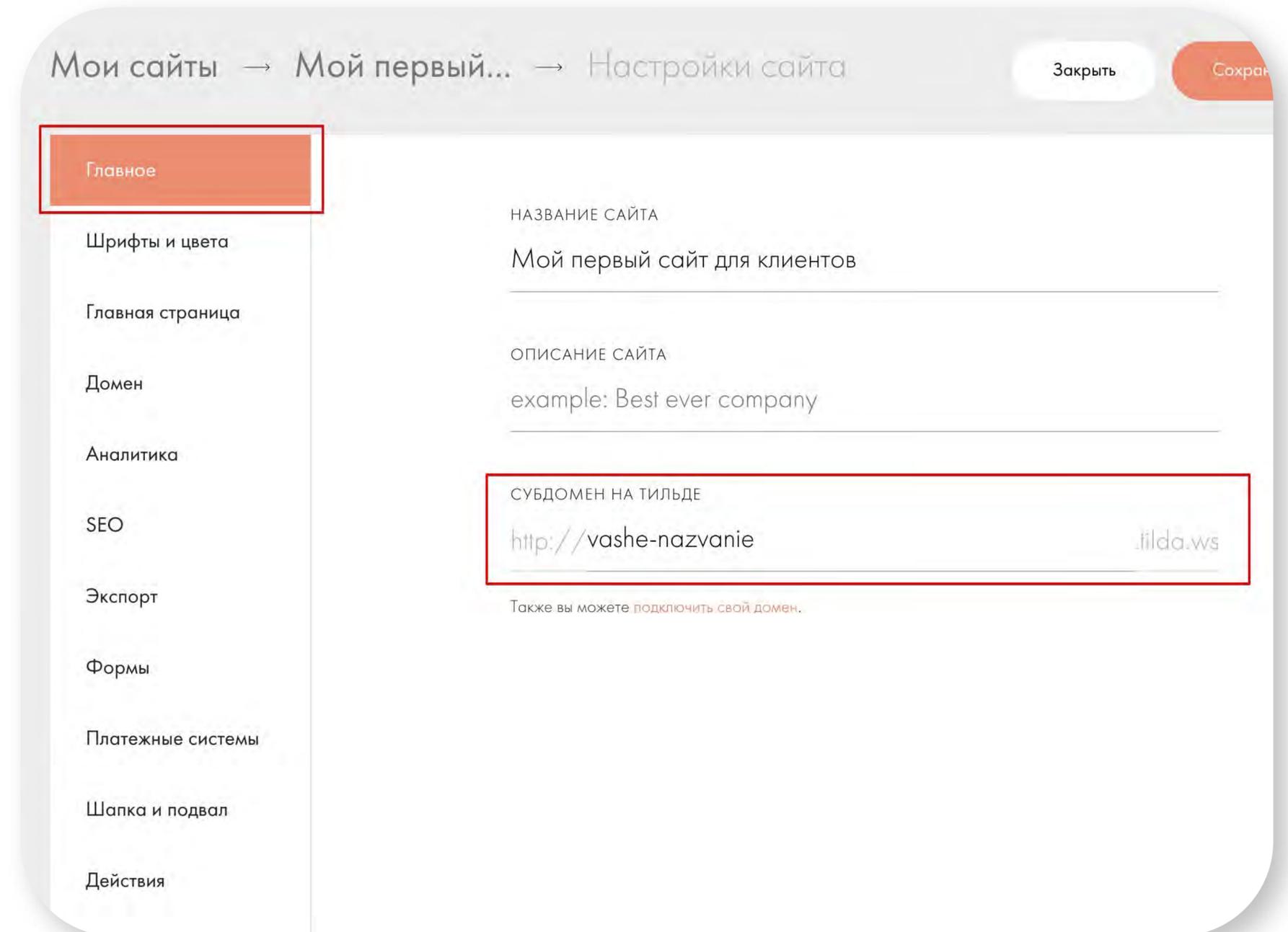
#34



В настройках сайта

вы можете придумать название вашего адреса на субдомене Тильды.

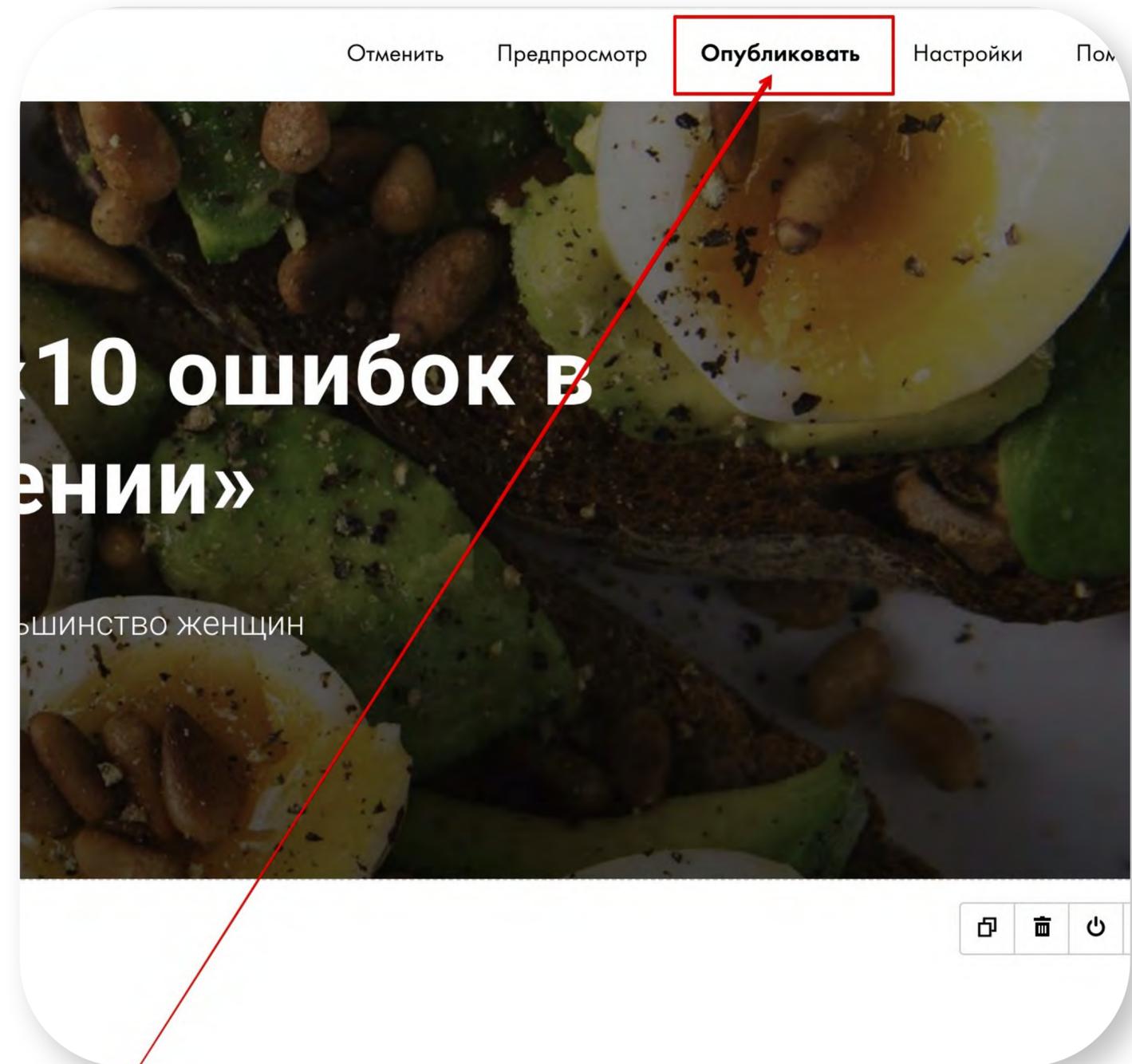
Просто вместо того, чтобы у вас сразу был домен “.ru” или “.com”, на тильде это будет “tilda.ws”





Нажимаем на кнопку опубликовать

и можно начинать пользоваться. Это работает! Только что вы за 10 минут создали свою собственную лид-форму. Это гениально! Я вас с этим поздравляю!

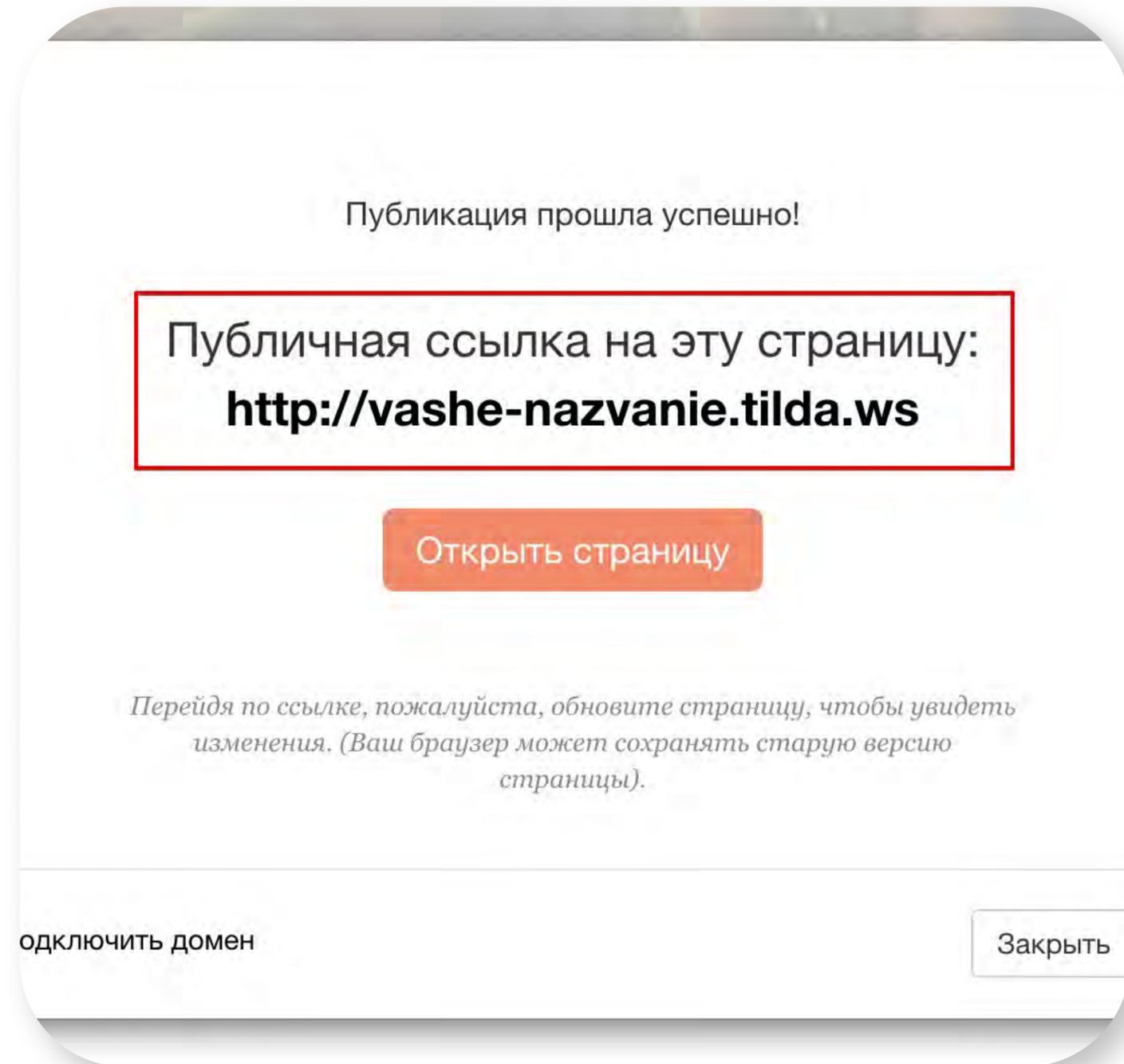


#36



Это ваш публичный адрес страницы в интернете.

На него мы будем гнать трафик с рекламы в FaceBook. С ним все в порядке, просто домен немного не красивый “tilda.ws”. Но по факту, его никто и не увидит. Поэтому можете работать и с ним.



#37

Так это выглядит с компьютера.



Как вас зовут?

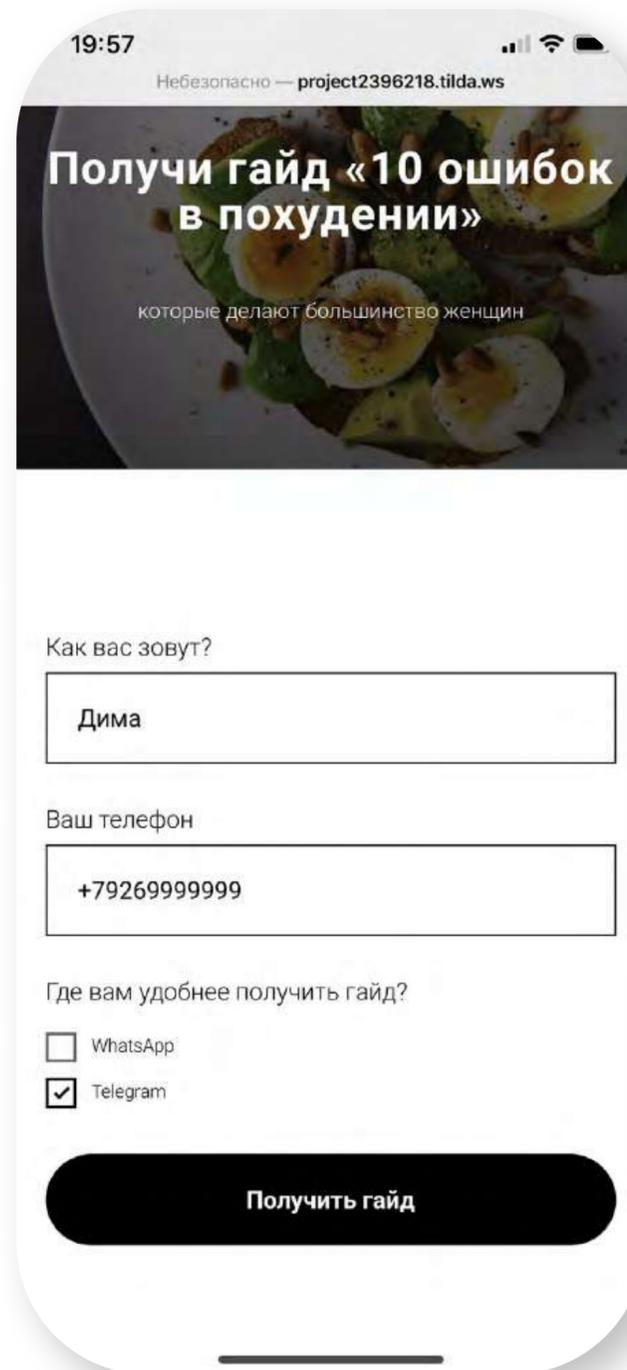
Ваш телефон

Где вам удобнее получить гайд?

- WhatsApp
- Telegram

Получить гайд

А так с телефона.
Великолепно!



19:57

Небезопасно — project2396218.tilda.ws

Получи гайд «10 ошибок в похудении»

которые делают большинство женщин

Как вас зовут?

Ваш телефон

Где вам удобнее получить гайд?

- WhatsApp
- Telegram

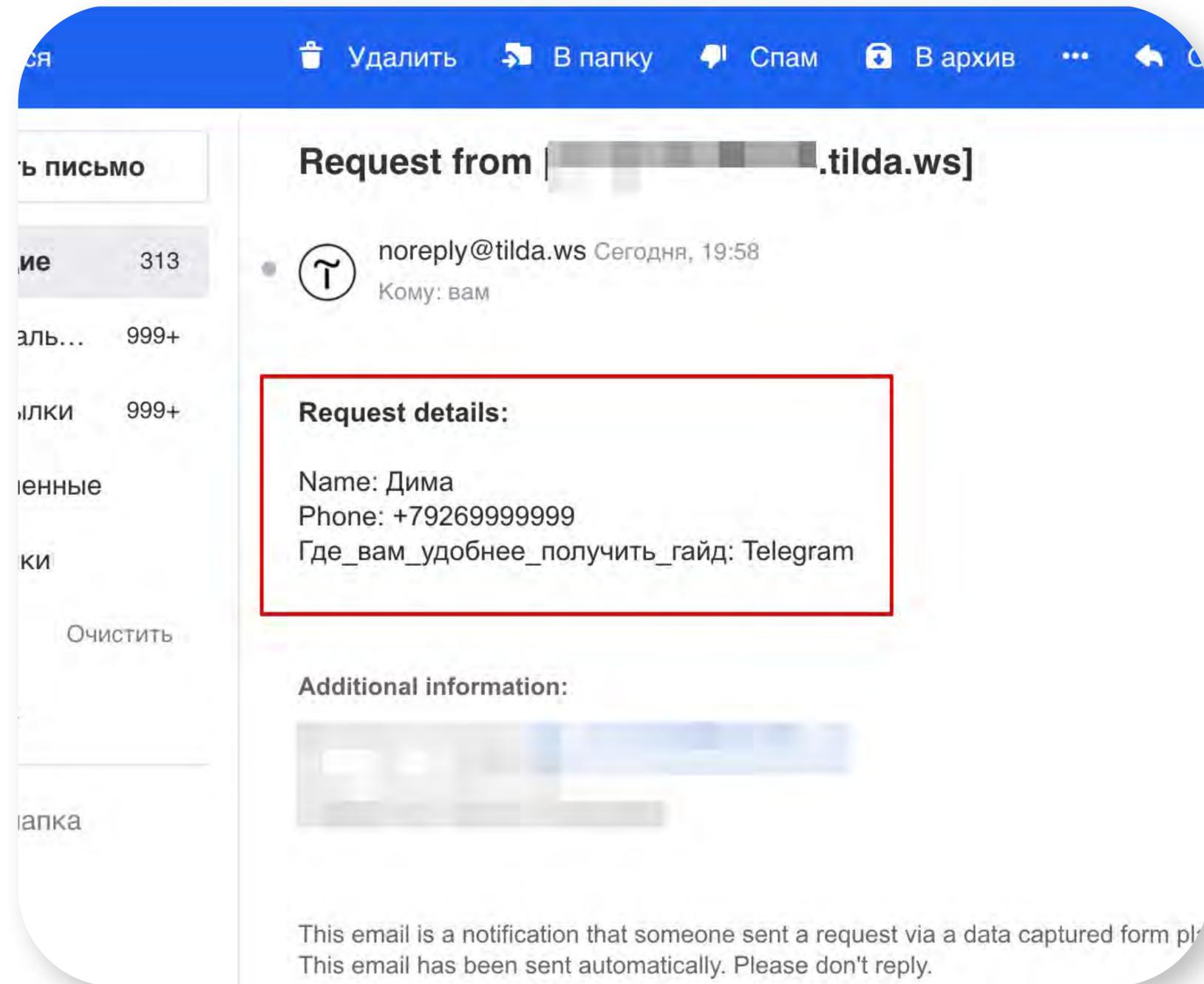
Получить гайд

DMITRY SHUKIN



Но самое главное, что это принимает заявки.

В таком виде вы будет получать их на почту каждый раз, когда клиент заполняет свои данные, чтобы получить лид-магнит.





**А сайт его за это
автоматически
поблагодарит.**

Тильда вежливая.



Получи гайд «10 ошибок в похудении»

которые делают большинство женщин

Спасибо! Данные успешно отправлены.

#40



Если вы хотите подключить свой домен,
чтобы адрес вашей страницы в интернете заканчивался
на **.ru** или **.com**, то вам нужно сделать следующее:

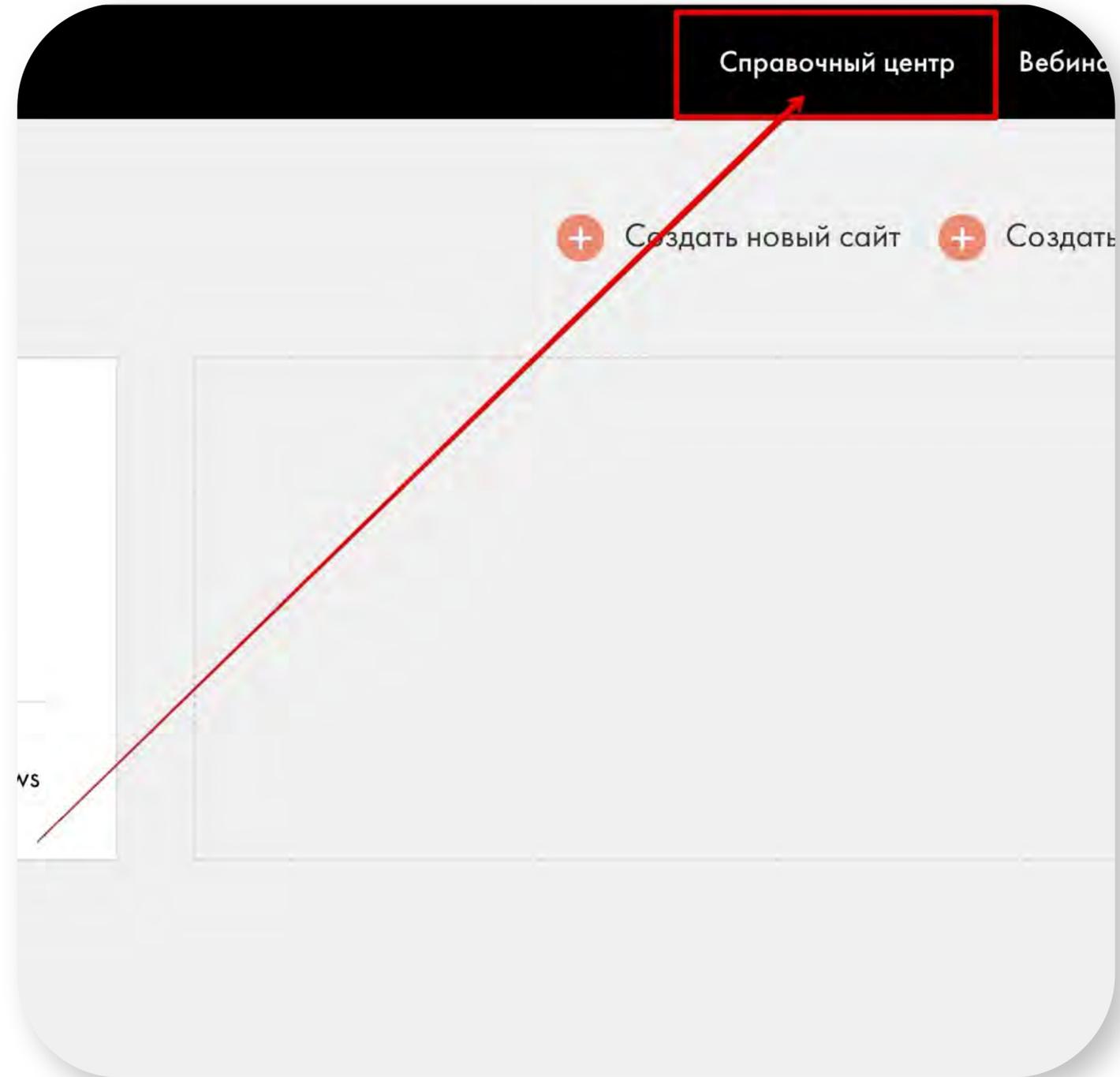


В разделе “Мои сайт” заходим в правом верхнем углу в “Справочный Центр”.

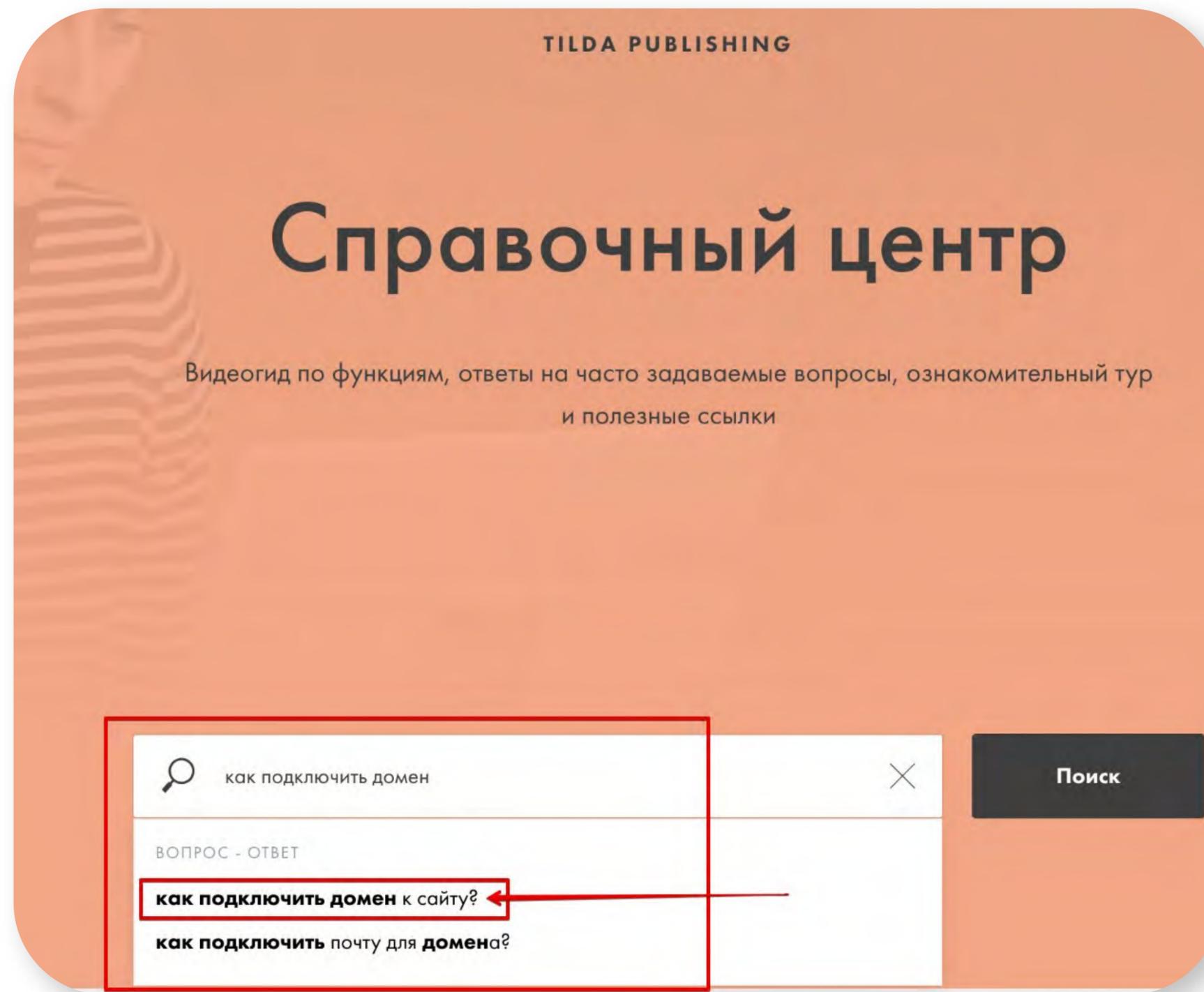
Скажу честно, это самый удобный и самый подробный справочный центр, созданный когда-либо для создания сайтов.

Именно по нему я учился делать сайты в 2016 году и смог собственноручно запустить первый онлайн-проект “FilterHero”, который принес мне больше 5 миллионов рублей.

Один. Благодаря этому справочному центру. Так что инструкция “Как подключить домен будет ничуть не хуже, чем мой гайд”



**Заходим и пишем “Как подключить домен”.
Выбираем первую статью.**



#42

**Нажимаем на
ссылку с подробной
инструкцией**

ВОПРОС - ОТВЕТ

Как подключить домен к сайту?

Чтобы добавить свой домен к проекту на Тильде, вам нужно создать в настройках DNS-записей (не DNS-серверов) у вашего регистратора:

1. Запись типа A, со значением @, которая бы указывала на IP адрес: 185.165.123.36
2. Запись типа A, со значением **www**, которая бы указывала на IP адрес: 185.165.123.36

Укажите домен в настройках сайта на вкладке «Домен». Сохраните и опубликуйте все страницы. В течение 24 часов DNS записи обновятся (время обновления зависит от регистратора) и домен будет подключен. Важно: свой домен можно подключить на тарифе Personal и выше. Отдельно (вне тарифа) свой домен подключить не получится.

Подробная инструкция по подключению домена:

<http://help-ru.tilda.ws/customdomain>





Покупать домен мы будем на регистраторе “Reg.ru” — сделаете вы это за 5 минут.

Это очень просто и быстро.

В поиске напишите название желаемого вами домена (адреса сайта), например dshukin.com, или vashdomen.ru и регистратор проверит, свободен он или занят. Если свободен, покупайте. Цена вопроса иногда 99 рублей на год.

The screenshot shows the Reg.ru website interface. At the top, there's a search bar with the domain 'vash-luchshuiy-domen.ru' entered. A green 'Подобрать' button and a grey 'Whois' button are next to it. To the right, there are links for 'Регистрация' and 'Войти'. Below the search bar is a blue navigation menu with items: 'Домены', 'Конструктор и CMS', 'Хостинг', 'VPS', 'Серверы и ДЦ', 'SSL', and 'Сервисы'. Underneath the menu, there are more links: 'Домены', 'Зарегистрировать домен', 'Продлить', 'Подобрать домен', 'Освобождающиеся домены', 'Магазин доменов', and 'Всё'. The main content area is titled 'Проверка имени в нескольких зонах'. It features a search input field with 'vash-luchshuiy-domen.ru' and a 'Проверить снова' button. To the right, there are two green checkmarks: 'Хостинг' and 'SSL-сертификат', with a purple 'Бонусы' tag. Below this, a list of domain options is shown. The first option is 'vash-luchshuiy-domen.ru' with a price of '199 Р' and a green 'Выбрать' button. The second option is 'vash-luchshuiy-domen.online' with a '-90%' discount tag, a price of '2 549 249 Р', and a green 'Выбрать' button. A red arrow points from the '199 Р' price to the 'Выбрать' button. A red box highlights the search input field (labeled '1') and the 'Выбрать' button (labeled '2').

#44



После того как купите,

возвращайтесь обратно в справочный центр и переходите в пошаговую инструкцию, как его настроить и подключить к Tilda. Я в вас верю, это правда не сложно. Не пугайтесь.

Все случается в первый раз. И регистрация своего домена тоже. Это легче, чем научиться кататься на велосипеде. Но вспомните, какой это кайф, когда получилось. Было классно.



Домен — это адрес сайта, по которому сайт можно найти в сети. Если вы хотите подключить собственный домен (то есть чтобы сайт открывался по адресу вида `http://mysite.com`), нужно сделать 3 шага:

1

Купить домен

Продают домены компании-регистраторы. Таких компаний много, найти их можно в поиске Google или Яндекс по запросу «купить домен». Пошаговая [инструкция по покупке домена](#).

2

На сайте регистратора указать ссылку на Тильду

Для этого в зоне управления DNS нужно добавить запись A и прописать для нее значение адреса 185.165.123.36 [Подробнее](#).

Подробная инструкция для регистратора [REG.RU](#) ✓

Подробная инструкция для регистратора [RU-CENTER](#)

Подробная инструкция для регистратора [Godaddy](#)

Подробная инструкция для регистратора [2domains](#)

Э Т А П 4

Создаём рекламный креатив для таргетированной рекламы

Друзья, скажу честно. Если вы хотите, чтобы ваша реклама была эффективной — не делайте креатив самостоятельно.

Одно дело самому настроить таргет или сделать лид-форму. **Другое дело — крутое, цепляющее видео или анимацию.** Без опыта это сделать сложно. Должен быть вкус и технические навыки. А даже если и получится, то скорее всего креатив будет довольно сырым, и на это у вас уйдет уйма времени и сил.

Закажите себе рекламный макет в телеграмм группе “Помогатор”. Это будет стоить около 1000 – 2000 РР не больше.

Я же в свою очередь покажу вам как они должны выглядеть и расскажу, что в них должно быть.

По этой ссылке вы можете посмотреть на наши рекламные креативы, которые мы используем для себя и делаем для наших студентов. Все они разные, чтобы вы смогли развить свою насмотренность.

ПОМОГАТОР



НАЖМИ, ЧТОБЫ
ПОСМОТРЕТЬ

КРЕАТИВЫ НАШИХ
СТУДЕНТОВ



НАЖМИ, ЧТОБЫ
ПОСМОТРЕТЬ



Основные правила к креативу, чтобы он хорошо работал:



Если мы отдаем бесплатный материал (гайд, чек-лист, инструкцию, список)

- **Напишите заголовок**, например Гайд “10 проблем в похудении” или Гайд “100 идей для сторис”
- **Покажите товар лицом.** Его внутренние страницы, содержание, слайды. Это всегда привлекает внимание и человек уже видит, но пока еще не понимает, что его ждет. Это пробуждает интерес.
- **Сделайте призыв к действию.** “Свайпай и скачивай прямо сейчас”. “Переходи по ссылке, чтобы скачать”. “Свайпай и получи материал бесплатно”.
- **Обязательно выделите, что этот материал бесплатный.**

Если вы делаете рекламный креатив для бесплатного марафона, групповой активности или бесплатной консультации.

- **Пишем тезисно максимум 4 фразы.** Больше уже будет перегруз текста и информации, люди не успеют прочитать. Это ошибка большинства, желание засунуть в креатив всего да побольше.
- **Тезисы отражают проблему клиента или её решение.** Они должны быть максимально емкими и направленными в конкретные вещи, а не общие и абстрактные фразы. Вместо “со мной ты станешь лучшей версией себя” пишем “За 2 недели ты похудеешь на 4 килограмма и изменишь привычки”. Вместо “получи 5 секретов продвижения” пишем “Получи подробную инструкцию по настройке таргета и список из 20 приложений для визуала”.
- **Сделайте призыв к действию.** “Свайпай и принимай участие в марафоне”. “Переходи по ссылке и регистрируйся”. “Тяни вверх и вступай в нашу группу”.
- **Обязательно выделите, что это бесплатно.**



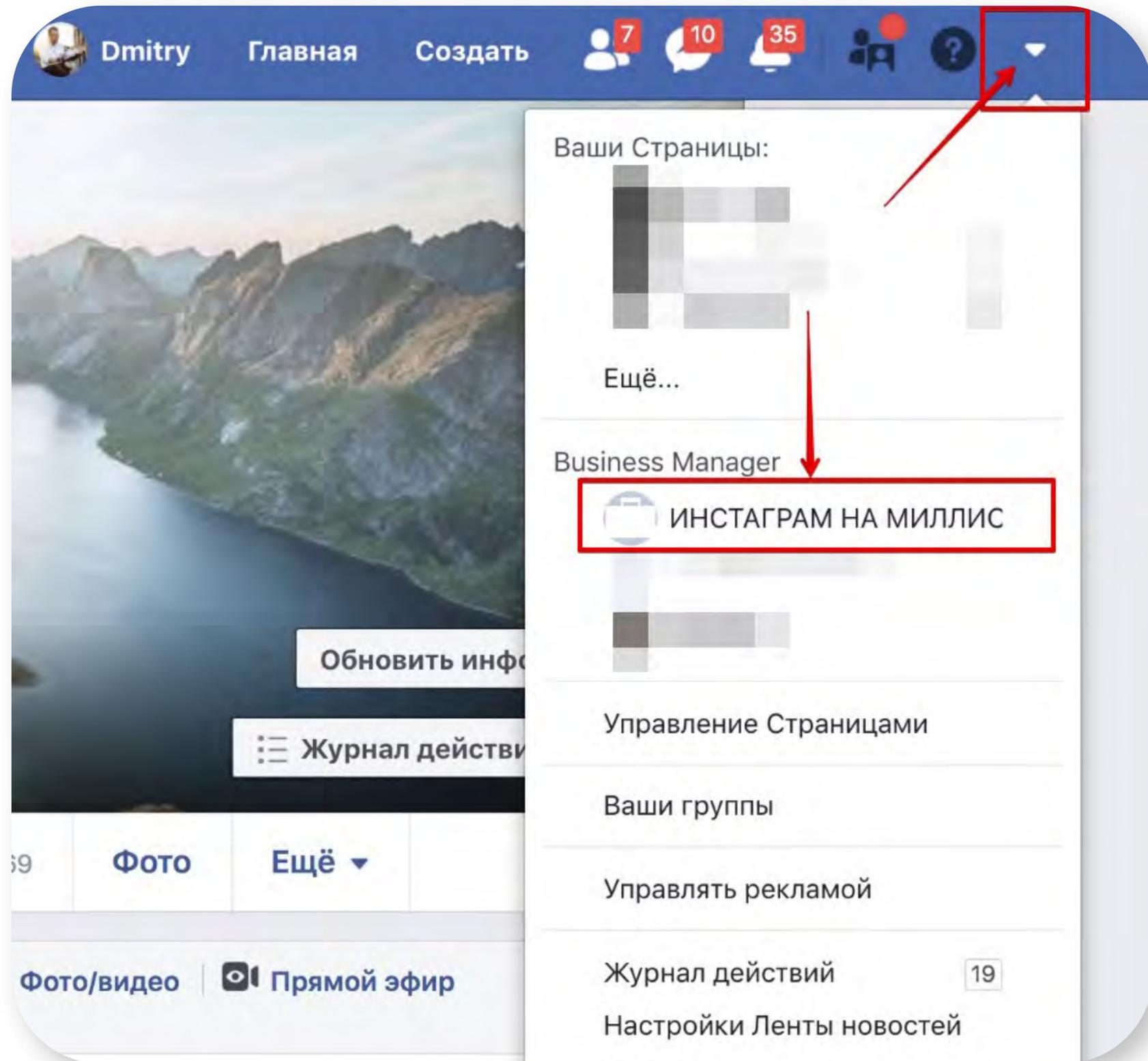
Теперь с примерами, как должен выглядеть креатив для таргетированной рекламы Facebook, что в нем должно быть и где его можно заказать, вы отправитесь его готовить.

Как только эта задача будет выполнена и у вас на руках будет роскошный 15 секундный ролик, вы будете готовы перейти к запуску вашей первой рекламной компании для привлечения клиентов.

Этим мы сейчас и займемся!

Поехали, на главной странице Facebook

в правом верхнем углу нажимает на стрелочку и выбираем нашу бизнес-страницу в "Business Manager".



Нам нужно подтвердить электронный адрес, чтобы продолжить работу. Давайте сделаем это.



The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. At the top, there is a navigation bar with "Business Manager" on the left, a search bar "Поиск в компании", and the company name "ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН" on the right. Below the navigation bar, there are tabs for "Главная" and "Действия". A blue button labeled "Настройки компании" is highlighted with a red box in the top right corner.

A red-bordered notification box is overlaid on the left side of the page. It contains the following text:
Чтобы продолжить, подтвердите электронный адрес компании
Чтобы использовать бизнес-аккаунт, вам нужно подтвердить электронный адрес, указанный при создании. Если вы не получили электронное письмо для подтверждения, запросите новое в настройках компании на вкладке "Информация о компании".
Перейти в настройки компании

The main content area of the page shows a greeting "Добрый вечер, Dmitry". Below it, there is a section titled "Результативность рекламного аккаунта" with an illustration of two people working. Below the illustration, it says "Нет рекламных аккаунтов" and "Вы можете создать новый или добавить существующий рекламный аккаунт для компании ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН в настройках компании." with a button "Перейти в настройки компании".

On the right side, there is a "Оповещения" section with the text "Нет новых оповещений." and a button "Все оповещения".

At the bottom, there is a "Страницы" section with a dropdown menu set to "Недавно использованные". A red-bordered box highlights a card for a page with the name "Ваше лучшее название для страницы" and ID "107541580943828", with a button "Перейти на Страницу".

#2



В меню, которое открылось слева снизу находим вкладку “Информация о компании”,

открываем и пролистываем страницу чуть вниз, чтобы увидеть поля “Моя информация”. В нем мы 2 раза указываем наш e-mail для подтверждения электронного адреса.

Нажимаем сохранить.

Аккаунты

Страницы

Рекламные аккаунты

Группы объектов компании

Приложения

Аккаунты Instagram

Сфера деятельности

Источники данных

Безопасность бренда

Регистрации

Приложения для интеграции

Платежи

Центр безопасности

Запросы

Уведомления

Информация о компании

Руководство по настройкам

Свернуть

Лимит создаваемых рекламных аккаунтов

1

Адрес для выставления счетов и налоговая информация

Это "Адрес плательщика" в ваших счетах на оплату

Опции компании

Двухфакторная аутентификация

Требовать код для входа при доступе к Business Manager в неизвестных браузерах.

Страницы и уведомления

Разрешите сотрудникам вашей компании создавать и продвигать публикации, а также видеть уведомления на Странице и в Business Manager. Если вы выключите эту настройку, они смогут выполнять эти действия только в Business Manager и не смогут делать публикации от имени Страницы.

Моя информация Покинуть компанию

Имя

Dmitry X Shchukin X

Электронный адрес

[Redacted] X ←

Подтверждение электронного адреса

[Redacted] X ←

Страницы и уведомления

Создавайте публикации, продвигайте их и просматривайте уведомления компании со своей Страницы и в Business Manager. Если эта настройка выключена, вы сможете выполнять перечисленные действия только в Business Manager и не сможете публиковать истории Страницы со своей Страницы.



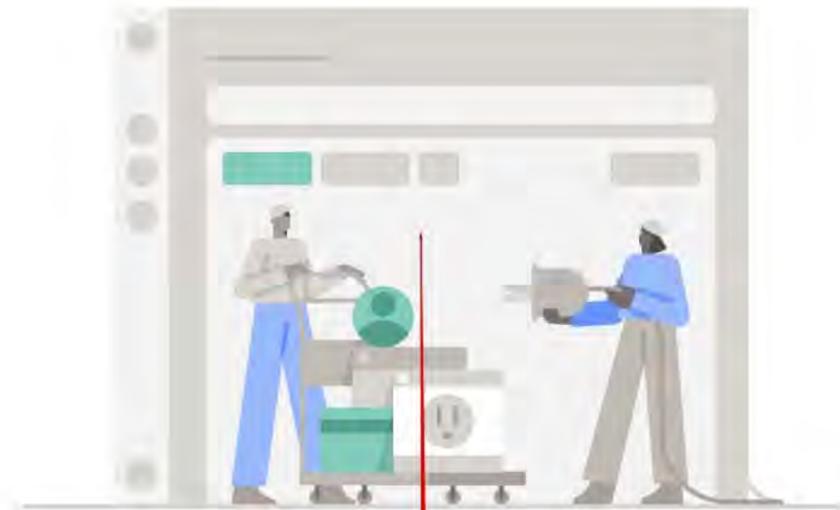
На главной странице,

где нас в первый раз просили подтвердить email, по центру видим блок “Результативность рекламного аккаунта”. Пока у нас его нет, поэтому и результатов нет. Подожди, FaceBook, толи еще будет!

Нажимаем на кнопку “перейти в настройку компании”

ый вечер, Dmitry

льтативность рекламного аккаунта



Нет рекламных аккаунтов

Вы можете создать новый или добавить существующий рекламный аккаунт для компании ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН в настройках компании.

Перейти в настройки компании



**Нажимаем на кнопку
“добавить” и создаем
рекламный аккаунт.**

У компании "ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН" пока нет рекламных аккаунтов.

Управление рекламными аккаунтами

Здесь будут указаны все рекламные аккаунты Facebook, которые вы добавили в Business Manager.

Добавить

Добавьте рекламный аккаунт
Ваша компания будет контролировать кампании и биллинг для этого рекламного аккаунта. Если вы заявите права на рекламный аккаунт, он будет перенесен в Business Manager.

Запросите доступ к рекламному аккаунту
Ваша компания должна использовать этот рекламный аккаунт от имени другой компании. Например, вы работаете в агентстве, а рекламный аккаунт принадлежит клиенту. Рекламный аккаунт будет по-прежнему принадлежать текущему владельцу.

Создание рекламного аккаунта
+ Необходимо создать новый рекламный аккаунт для вашей компании.



Называем наш аккаунт,
указываем часовой пояс и валюту,
нажимаем “далее”

Создание рекламного аккаунта

Название рекламного аккаунта

Часовой пояс

Валюта

Нет доступных способов оплаты

Создавая рекламный аккаунт, вы от лица компании "ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН" принимаете [Условия Facebook](#), включая условия оплаты для выбранного способа оплаты.

Выбираем “My business” и наш аккаунт

#7

Как будет использоваться этот реклам...



Correctly selecting this is important - It will ensure the other business' name is displayed across Facebook when you create an ad on their behalf, including in the Why Am I Seeing This ad dialog. You may also gain access to the other business' Audience Manager features including their Custom Audience sizes and the audience overlap tool.
[Подробнее](#)

Это рекламный аккаунт будет использоваться для:

- My business (ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН)
- Другой компании или клиента

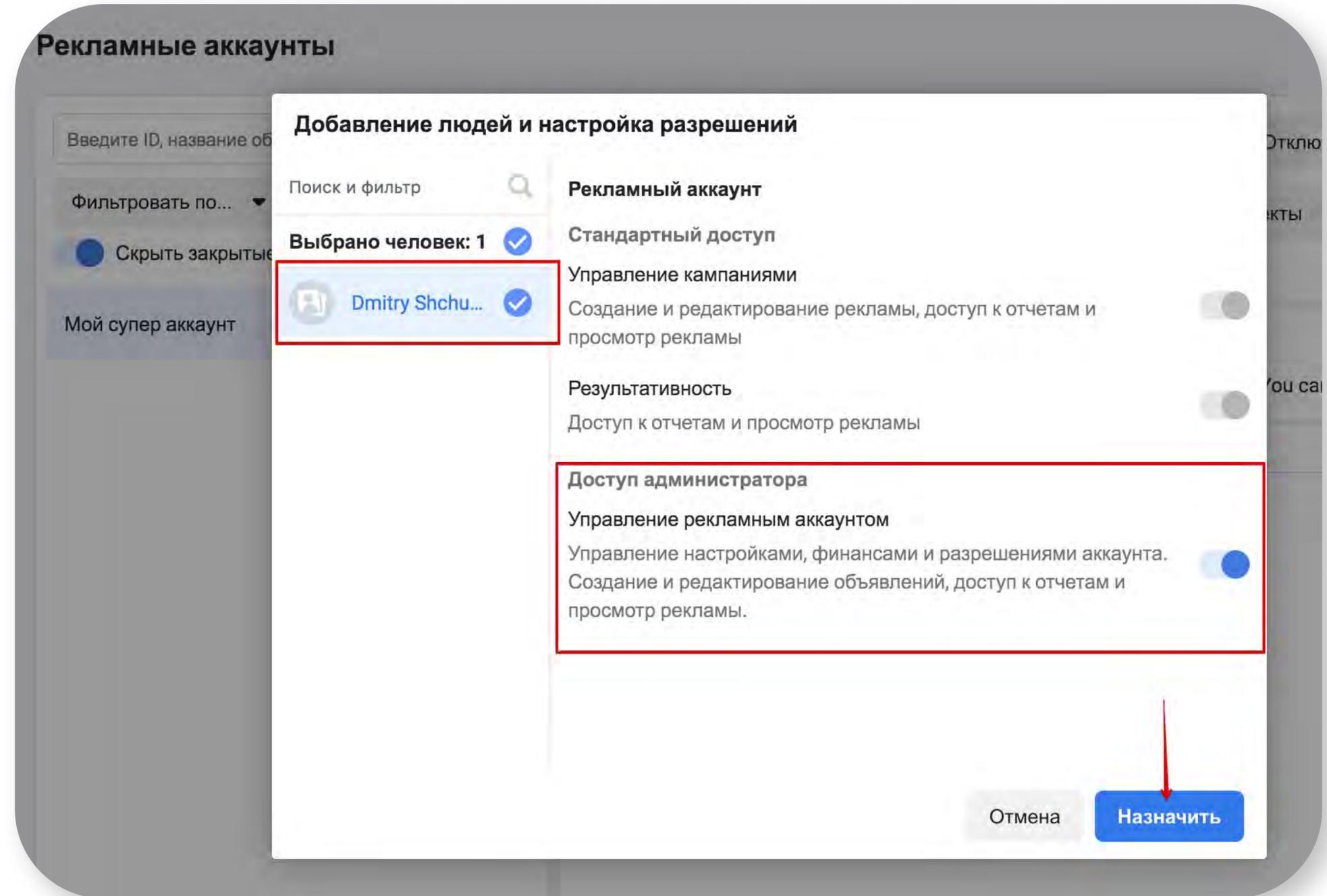
Назад **Создать**





Далее, как показано на скриншоте,

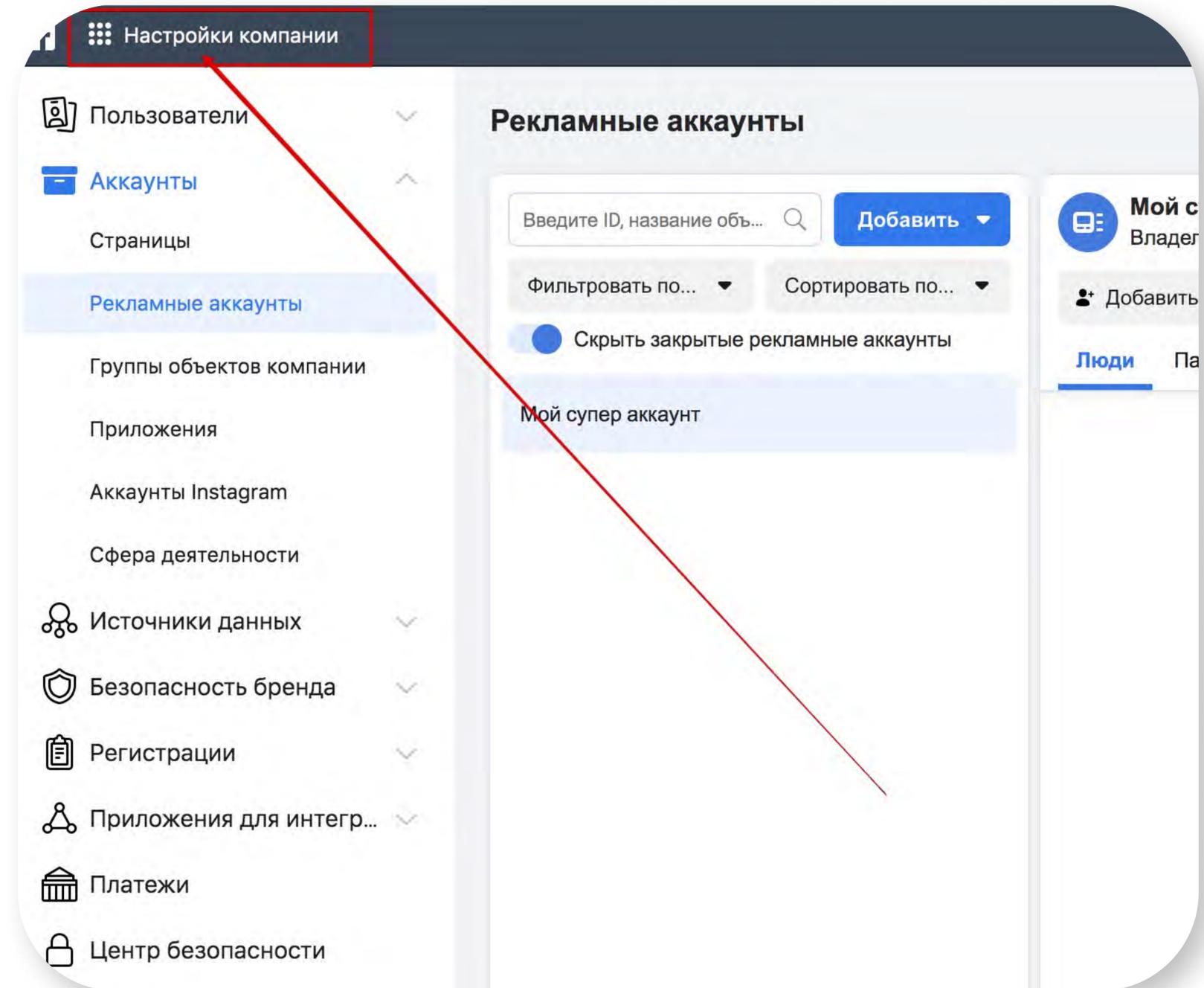
ставим галочку напротив вашего имени в FaceBook и даём сами себе доступ администратора. Нажимаем на кнопку и включаем "Управление рекламным аккаунтом"





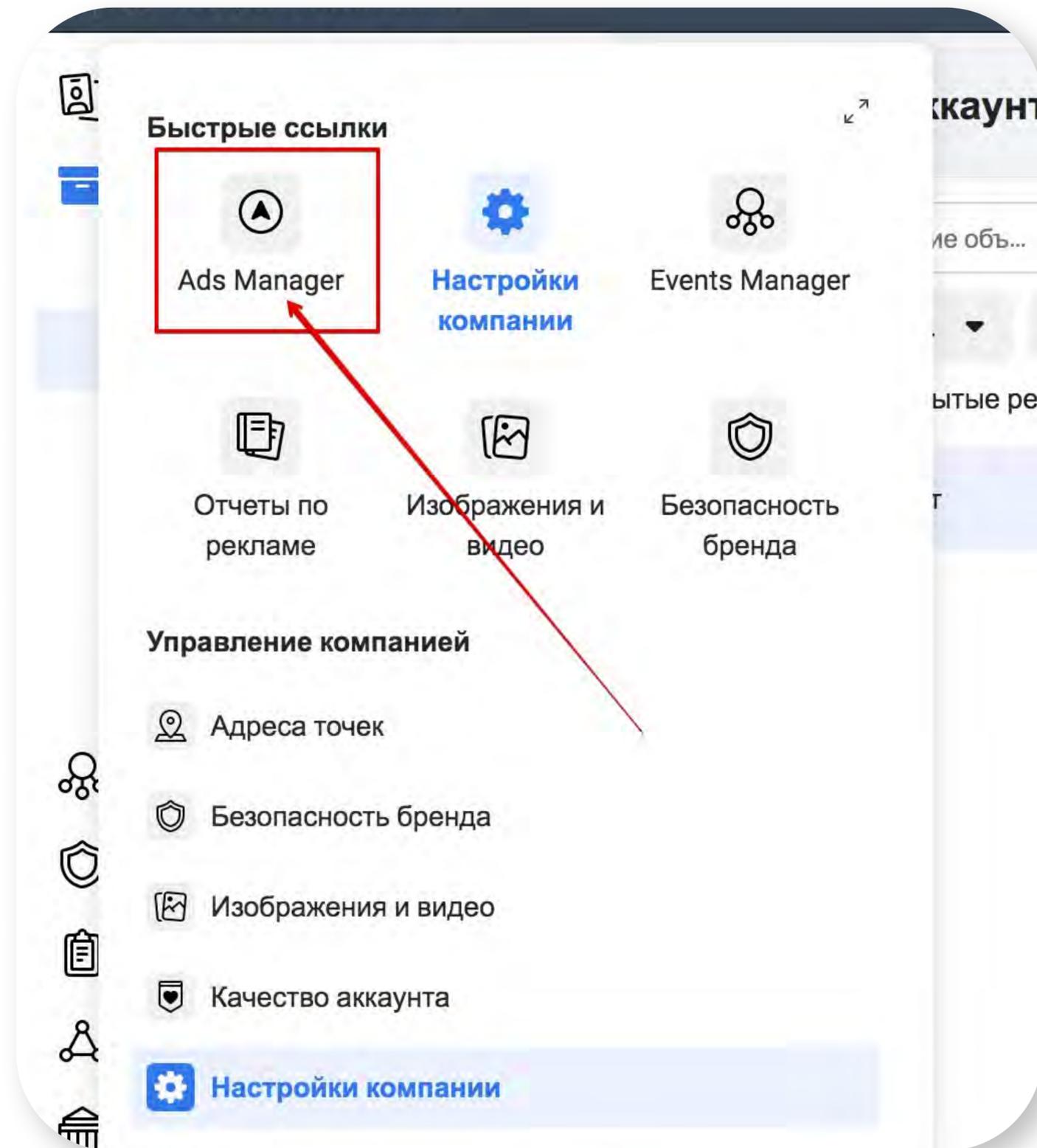
Отлично!

Дальше в левом верхнем углу переходим в “Настройки компании”



Выбираем “Ads Manager”

и попадаем в тайную комнату, где происходит магия. Вы в шаге от того, что запустить свою первую официальную рекламу из кабинета Facebook! Разве это не круто?



Так давайте же сделаем это! Создаём рекламу!



Обновлено только что Сбросить черновики

ния — ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН — в политике или пропаганде вопросов национального значения? Мы используем эту информацию для улучшения качества рекламы, показываемой пользователям.

+ Добавьте фильтры, чтобы уменьшить количество данных для просмотра. За пос...
Примеч...

Кампании Группы объявлений **Объявления**

Редактировать A/B-тестирование Правила Посмотреть настройки Столбцы: Результативность

| Статус показа | Стратегия ставок | Бюджет | Результаты | Охват | Показы | Цена за резу... |
|---------------|------------------|--------|------------|-------|--------|-----------------|
|---------------|------------------|--------|------------|-------|--------|-----------------|

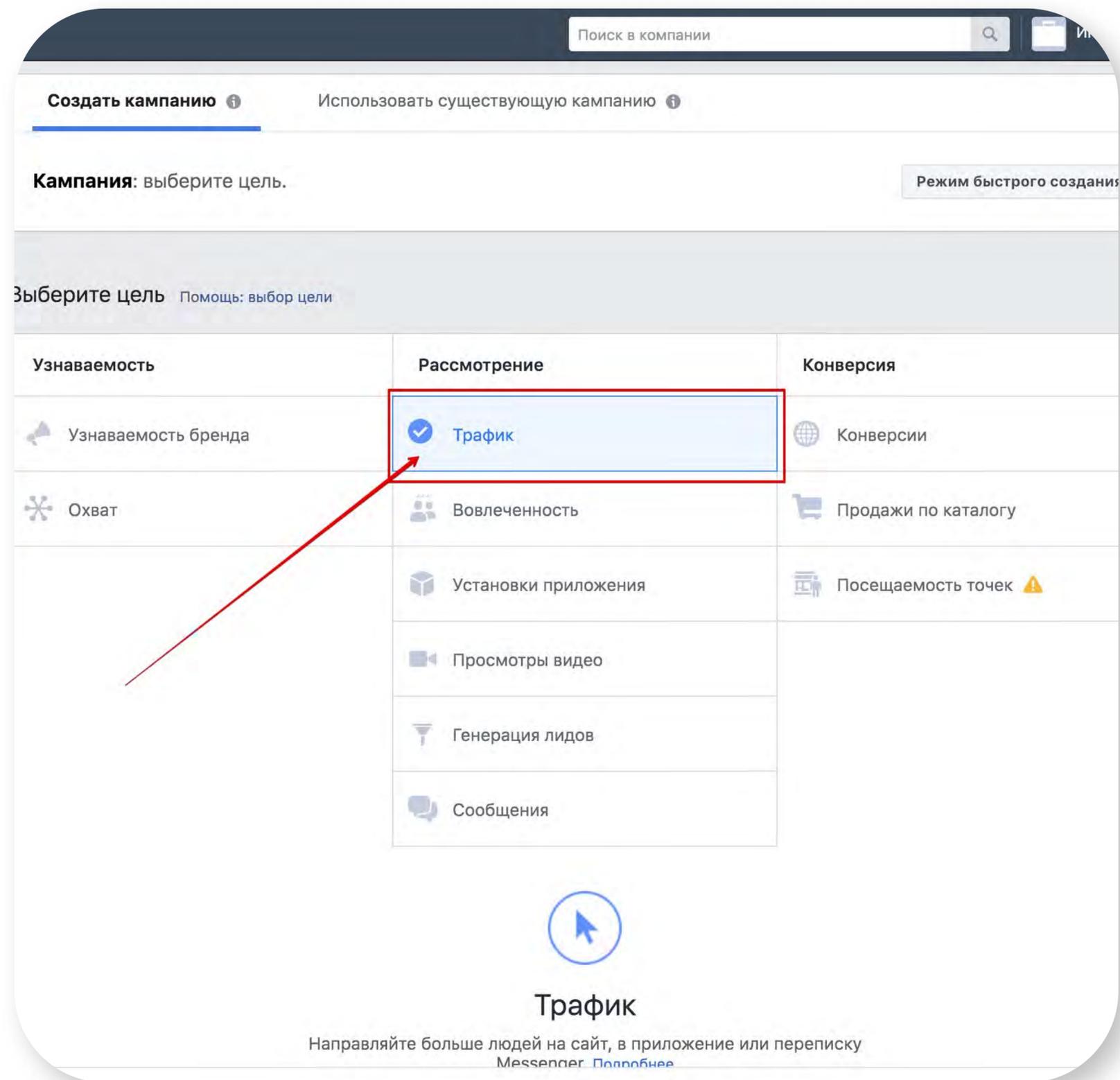
+

Результатов не найдено
Вы ещё не создали объявления.

[Создать рекламу](#)

Для того, чтобы “пощупать”

таргетированную рекламу и получить первые результаты, мы будем использовать цель “Трафик”



Называем нашу компанию

(как корабль назовешь, так он и поплывет). Не отключаем оптимизацию бюджета и ставим наш дневной бюджет! Обязательно!

#13

Трафик

Направляйте больше людей на сайт, в приложение или переписку Messenger. [Подробнее](#)

Название кампании ⁱ Мои первые клиенты с таргета

Создать A/B-тестирование ⁱ Выполните A/B-тестирование креатива, места размещения, аудитории и стратегий оптимизации показа.

Оптимизация бюджета кампании ⁱ Оптимизация бюджета для всех групп объявлений.

Бюджет кампании ⁱ Дневной бюджет ▼ 1|000,00 р.

Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. ⁱ

[Показать дополнительные параметры ▼](#)

[Настроить рекламный аккаунт](#)



Информация, которая сохранит вам 20% НДС, друзья.

Одна эта фишка чего только стоит. Делюсь ей с вами, потому что хочу, чтобы вы больше вкладывали денег в дело.

Выбираем страну “Украина”.
Дальше валюту и ваш часовой пояс.



Рекламный аккаунт: Настройка рекламного аккаунта.

Аккаунт

Введите информацию о своем аккаунте. [Подробнее](#)

| | |
|-----------------|-----------|
| Страна аккаунта | Украина ⇅ |
|-----------------|-----------|

Валюта

Российский рубль ⇅

Часовой пояс

Europe/Kiev ⇅

ВРЕМЯ В ФОРМАТЕ UTC

28.04.2020, 15:16

МЕСТНОЕ ВРЕМЯ

28.04.2020, 18:16

Название рекламного аккаунта

Мой супер аккаунт

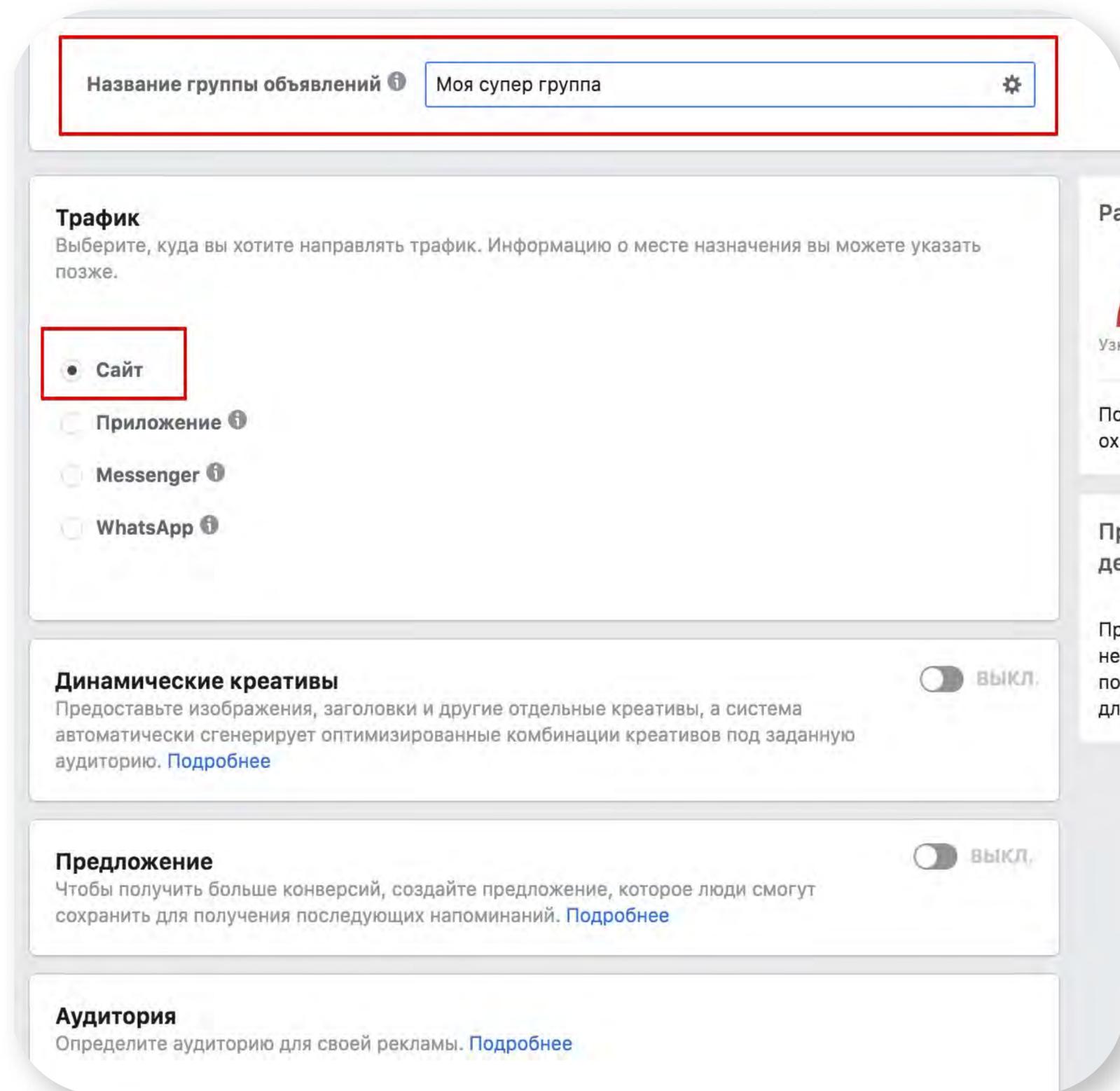
Используйте свое собственное имя или название компании, которую будете рекламировать. Вы можете изменить это позже.

[Скрыть расширенные параметры ▲](#)

#14

Дальше называем группу объявлений

и оставляем “трафик на сайт” без изменений. Приступаем к настройке нашей аудитории.



Выбираем местоположение, пол и возраст нашей целевой аудитории.

аудитория Исключить Создать

Не сужайте аудиторию

Широкая потенциальная аудитория позволяет Facebook находить возможности для продвижения вашего контента по самой низкой цене. Если вы определите слишком узкую аудиторию, результативность вашей кампании может снизиться.

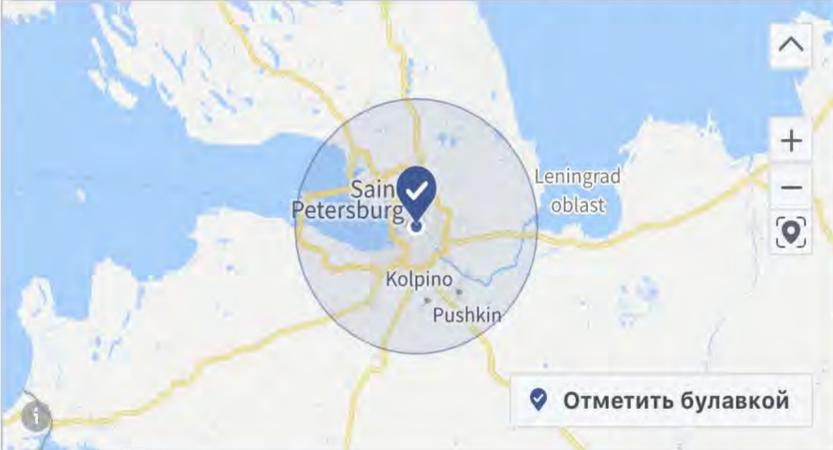
Самые полезные контакты могут находиться за пределами ожидаемой аудитории.

Местоположение Живущие здесь или недавние посетители

Россия

- Москва, Moscow +40 км
- Санкт-Петербург, Saint Petersburg +40 км

Включить | Введите места, которые хотите доба... | Просмотр



Отметить булавкой

Добавить несколько мест сразу

Возраст 18 - 40

Пол Все Мужчины **Женщины**

Детальный таргетинг Расширение детального таргетинга:

- Выкл.

Размер аудитории

Узкая Широкая

Потенциальный охват: 6 300 000 человек

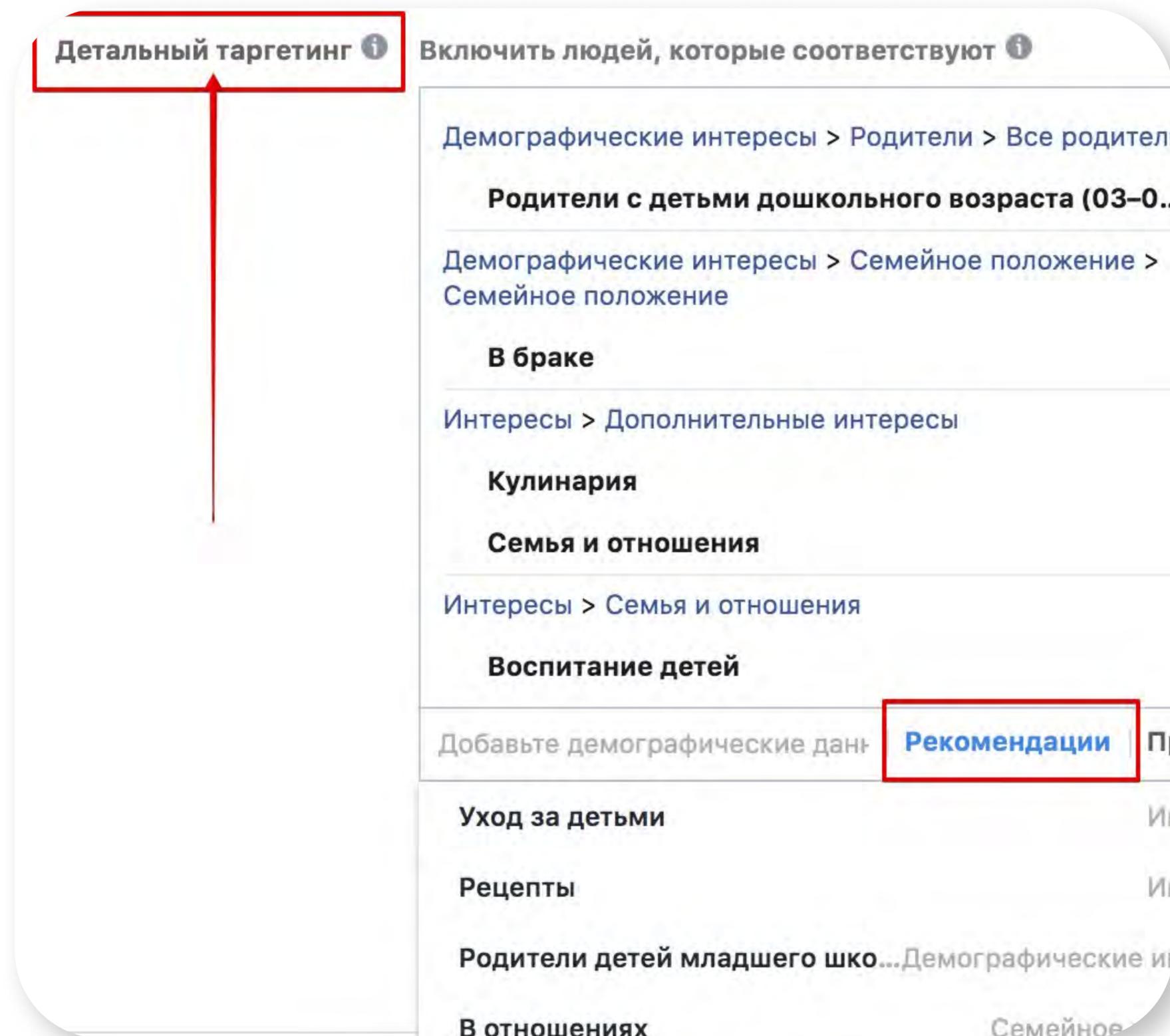
Приблизительные результаты за день

Прогнозируемые результаты недоступны для данной кампании, поскольку ее бюджет оптимизирован для всех групп объявлений.



Указываем интересы,

которым соответствует наша целевая аудитория. Подсказка: укажите 3-4 интереса вручную, а потом нажмите на кнопку “рекомендации”, и Facebook подберет для вас смежные и дополнительные интересы согласно вашему выбору.



Детальный таргетинг 

Включить людей, которые соответствуют 

Демографические интересы > Родители > Все родители

Родители с детьми дошкольного возраста (03-0..

Демографические интересы > Семейное положение > Семейное положение

В браке

Интересы > Дополнительные интересы

Кулинария

Семья и отношения

Интересы > Семья и отношения

Воспитание детей

Добавьте демографические дань **Рекомендации** 

Уход за детьми 

Рецепты 

Родители детей младшего шко... Демографические ин

В отношениях Семейное



Далее переходим

к тем местам, где будет показываться наша реклама. Нас интересует “ручной выбор” иначе сольем бюджет в нецелевые места. Зачем нам эти проблемы?

Убираем все платформы, кроме Инстаграм. Он останется единственным и станет сереньким.

#17



Места размещения

Показывайте свою рекламу нужным людям в нужных местах.

Автоматические места размещения (рекомендуется)

Используйте автоматический выбор мест размещения, чтобы максимально задействовать бюджет и охватить как можно больше людей. Система показа Facebook распределит бюджет вашей группы объявлений по различным местам размещения в зависимости от того, где вероятен наилучший результат. [Подробнее](#)

Выбор мест размещения вручную

Вы можете сами выбирать места размещения вашей рекламы. Чем больше мест размещения вы выберете, тем больше возможностей у вас будет охватить целевую аудиторию и достичь своих бизнес-целей. [Подробнее](#)

Выберите несколько мест размещения ⓘ ✕

Having several placements helps your budget flow to the most valuable opportunities. This can help you get the most out of your budget.

Вы можете настроить внешний вид своего объявления для различных мест размещения. Выберите место размещения, если вам нравится то, как выглядит объявление на предпросмотре.

Устройства

Все устройства

Платформы

Facebook

Audience Network

Instagram

Messenger

Кастомизация креативов ⓘ

Места размещения с поддержкой кастомизации креативов: 1/15

[Выбрать все](#)

Места размещения

Мы будем показывать нашу рекламу только в Сторис.

В нашем случае это намного эффективнее и нам не нужно показываться в ленте. Поэтому отключаем абсолютно все, кроме "Истории в Инстаграм".

Места размещения

Ленты

Сделайте вашу компанию заметной с помощью рекламы в Ленте

Лента новостей Facebook

Лента Instagram

Facebook Marketplace

Видеоленты Facebook

Правый столбец Facebook

Интересное в Instagram

Входящие Messenger

Истории

Расскажите красноречивую, наглядную историю с помощью захватывающей рекламы в полноэкранный вертикальный формат

Истории на Facebook

Истории в Instagram

Истории в Messenger

In-Stream

Быстро привлекайте внимание людей во время воспроизведения видео

Видеореклама In-Stream на Facebook

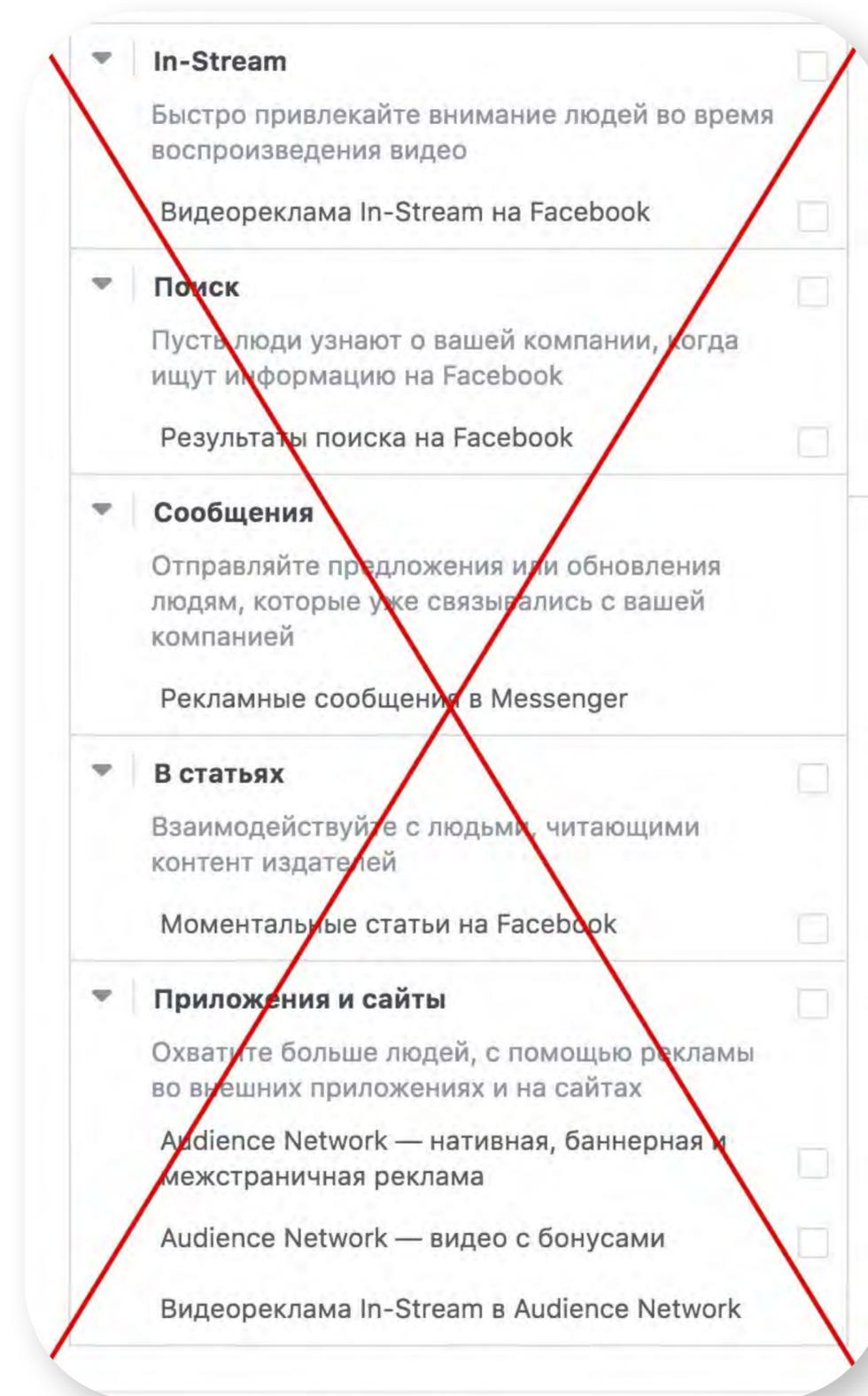
Поиск



Ленты

Рекомендуем использовать изображения формата "квадрат (1:1)" и видео формата "вертикальное (4:5)".

Это нам тоже не нужно



Оставляем оптимизацию “клики по ссылке”

#20

Оптимизация и управление затратами

Определите, сколько вы хотите потратить и когда вы хотите показывать свою рекламу.

Оптимизация для показа
рекламы ⓘ

Клики по ссылке ▾

Контрольная цена ⓘ

В стратегии ставок "Минимальная цена" недоступна настройка цены.

Стратегия ставок с минимальной ценой будет настроена так, чтобы получить максимальный результат (клики по ссылке), потратив при этом весь бюджет.

Расписание ⓘ

- Непрерывно показывать мою группу объявлений сегодня
- Установить даты начала и окончания

Показать дополнительные параметры ▾

Лимиты расходов для группы
объявлений ⓘ

Ничего не добавлено





Далее в идентификации компании выбираем нашу страницу и аккаунт в инстаграм, с которого будет показываться реклама в сторис

Идентификация компании

Выберите, как вы хотите представить свою компанию в объявлении.

Страница Facebook

Страница Facebook или аккаунт Instagram представляет вашу компанию в рекламе. Можно также [Создать Страницу Facebook](#)

 Ваше лучшее название для с... ▼

Аккаунт Instagram

Выберите аккаунт для показа рекламы вашей компании в Instagram. В рекламном объявлении в Instagram будет использовано название Facebook и фото профиля, а также другая информация, например описание и количество подписчиков. Вы можете управлять доступом к Instagram в Business Manager.

 intensive.2020 ▼

Переходим к формату нашей рекламы.

Какой креатив (макет) вы будете показывать? Фото или видео, в любом случае выбираем именно этот вариант.

Формат
Выберите, как будут построены ваши объявления.

Кольцевая галерея
2 и более изображений или видео с возможностью прокрутки

Одно изображение или видео
Одно изображение или видео либо слайд-шоу из изображений

Добавьте Instant Experience
Моментально привлекайте внимание пользователей с помощью быстро загружающегося и оптимизированного мобильного устройства режима, который открывается при взаимодействии с объявлением. [Подробнее](#)

Медиаобъекты
Выберите изображение или видео либо создайте новое видео или слайд-шоу, используя шаблон. Посмотрите рекомендуемые параметры изображения и параметры видео.

★ **Поддерживайте безопасность новыми предложениями**
Продвигайте бесконтактную доставку, продажу подарочных карт и другие предложения с новыми шаблонами. В них включены изображения для быстрого и простого создания видео.
[Попробовать новые шаблоны](#)



#22

Нажимаем на кнопку “Добавить медиафайл”,

чтобы загрузить наш креатив

#23

Медиаобъекты
Выберите изображение или видео либо создайте новое видео или слайд-шоу, используя шаблон. Посмотрите примеры изображений и параметры видео.

☆ **Поддерживайте безопасность новыми предложениями**
Продвигайте бесконтактную доставку, продажу подарочных карт и другие предложения с новыми шаблонными изображениями для быстрого и простого создания видео.
[Попробовать новые шаблоны](#)

Добавить медиафайл | [Создать слайд-шоу](#) | [Создание видео](#)

Текст и ссылки
Настройка текста и ссылок для вашей рекламы. [Подробнее](#)

Основной текст ⓘ
Расскажите, о чем ваше объявление

[+](#) **Добавить вариант**

Место назначения

- [Сайт](#)
- [Мероприятие на Facebook](#)

URL сайта ⓘ [Предпросмотр URL](#)

Чтобы продолжить, введите данные в поле «link».

[Создать параметр URL](#)

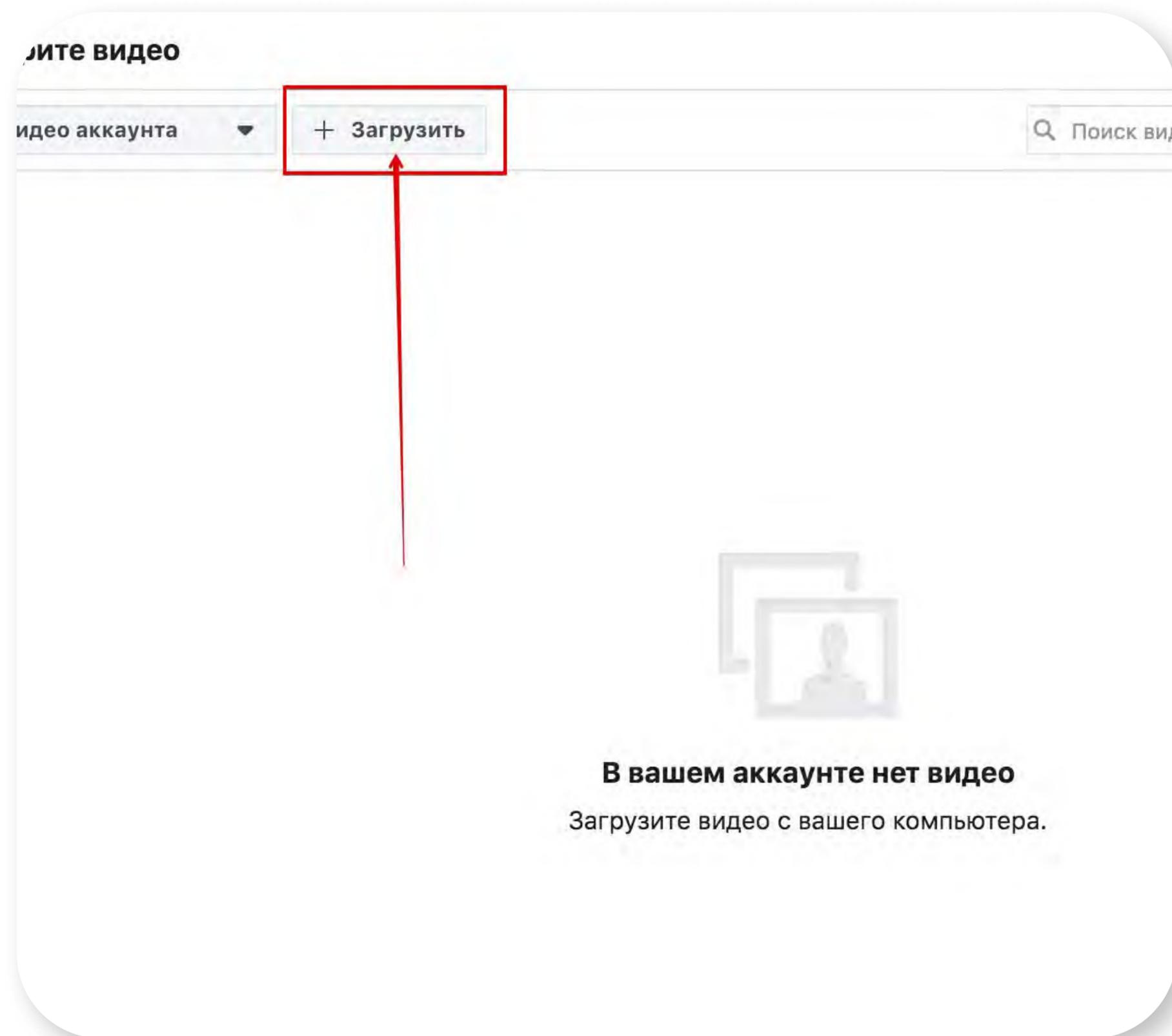
Показывать ссылку (необязательно) ⓘ

Истории в Instagram
Выберите медиа



Кнопка “Загрузить”,

выбираем на компьютере наш файл и загружаем его в рекламный кабинет



Shukin

DMITRY SHUKIN

#24

Вуаля! Он тут!

Супер, больше нам с ним ничего не надо делать, осталось совсем чуть-чуть, чемпион!

#25



Медиаобъекты

Выберите изображение или видео либо создайте новое видео или слайд-шоу, используя шаблон. Посмотрите рекомендуемые изображения и параметры видео.

Instagram: Истории ✕



2904.mp4
0:15
1080 × 1920

 Редактировать видео  Добавить опрос

Вы можете сделать так, чтобы реклама выглядела по-разному в разных местах размещения. [Подробнее](#)

 **Обрежьте видео для использования в различных местах размещения** ! ✕

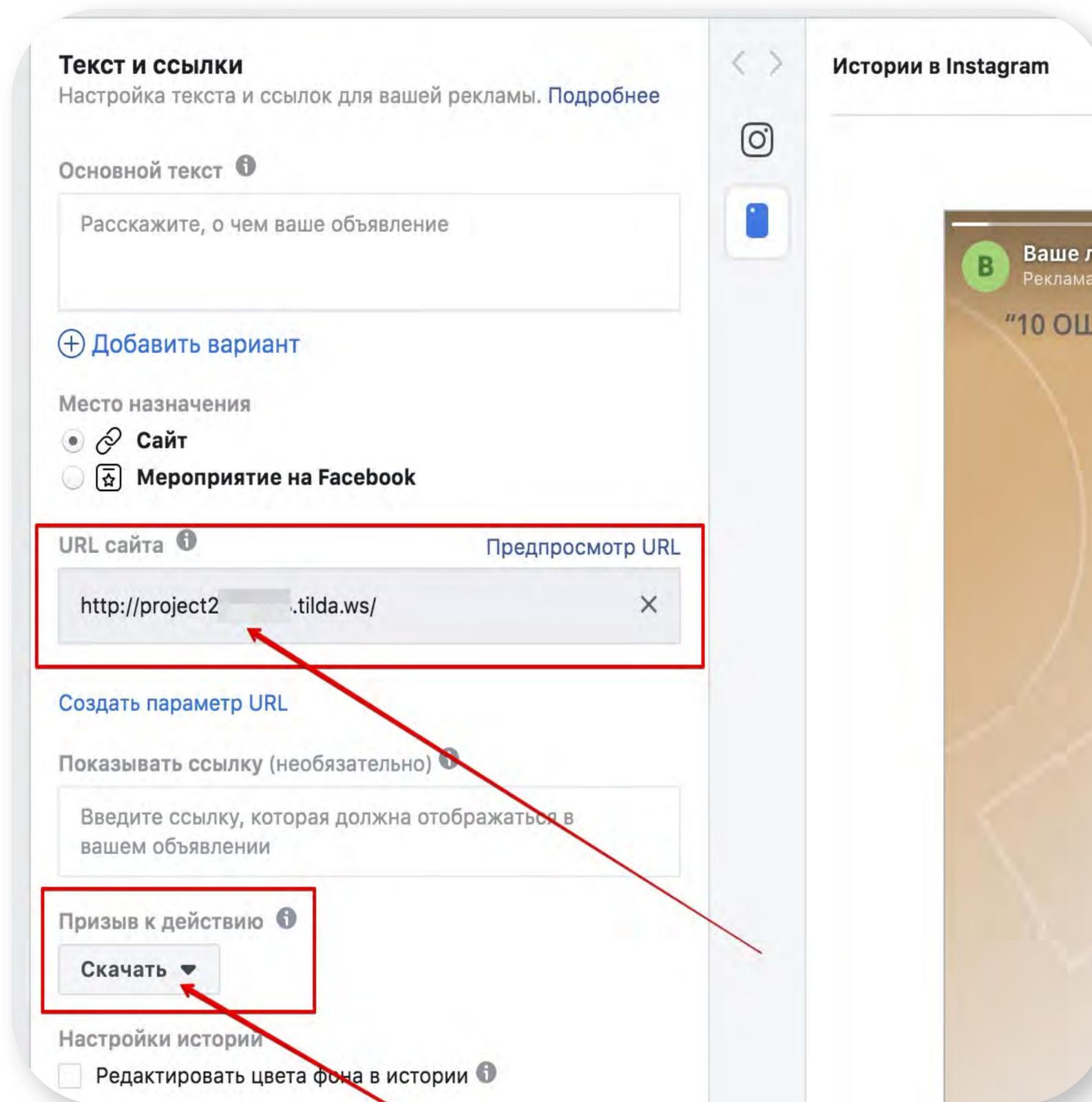
Обрежьте видео по рекомендуемым соотношениям сторон, чтобы использовать видео в большем числе мест размещения и оптимизировать их размер. Чтобы начать, выберите **"Выберите место размещения для настройки"**, затем выберите место размещения и нажмите **"Обрезать"**.

[Подробнее](#)

Настало время скопировать и вставить адрес нашей публичной страницы

В интернете, или простыми словами, адрес нашего сайта, который мы недавно с вами сделали. А также выбрать **СТА (call-to-action)**, или по-русски — призыв к действию.

Самый логичный будет “Скачать”, это то, что будет отображаться снизу по свайпу.



Ну что, вы готовы?

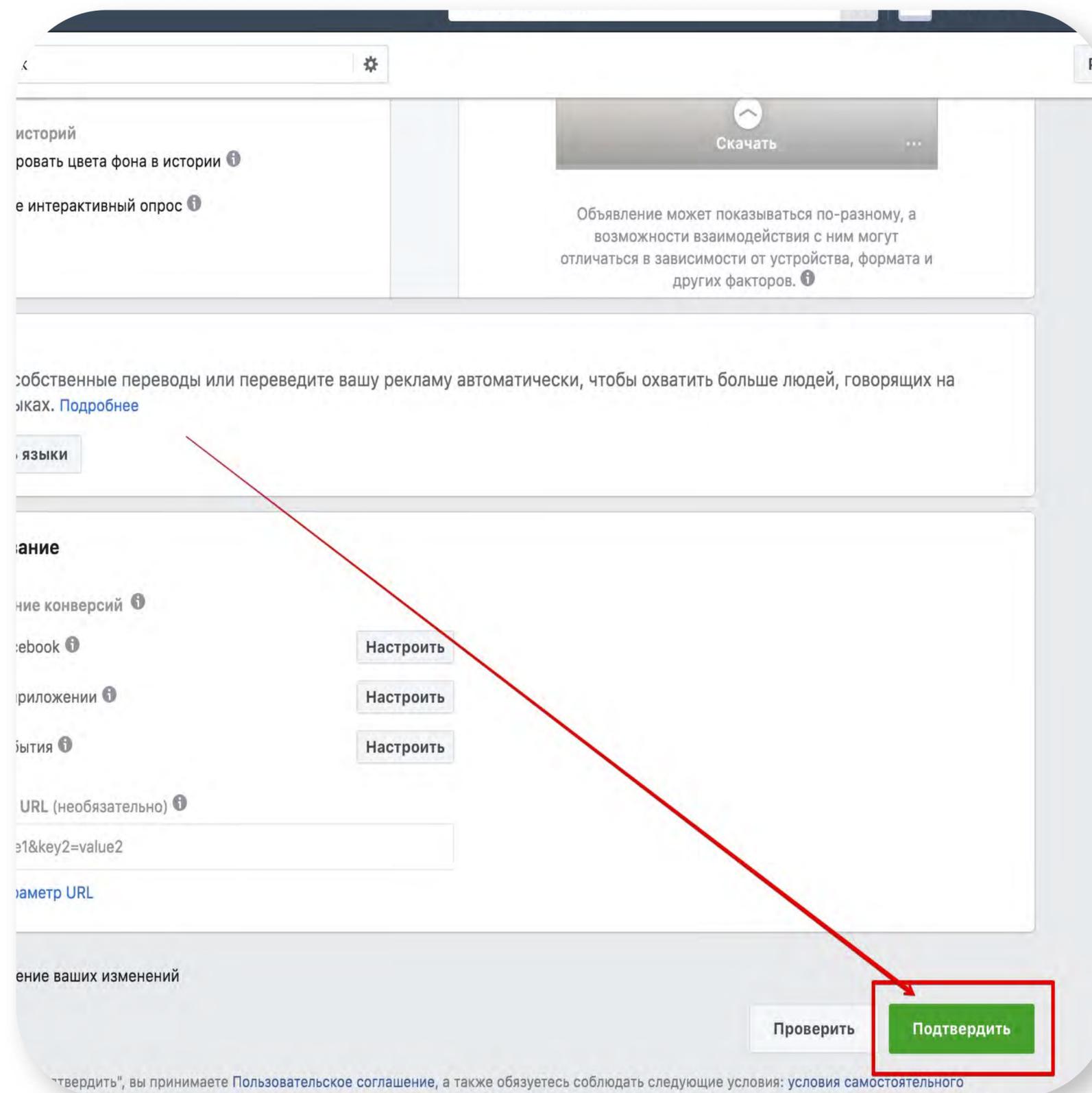
Если да, то выдыхаем и нажимаем “Подтвердить”. Ваше первое рекламное объявление готово покорить мир.

Мы сделали это! Мы запустили рекламную кампанию на сайт в Facebook. Я знал, что у тебя все получится. Это не страшно и не сложно, видишь?

Но для нас это только начало. Только пол пути пройдено, чтобы привлечь клиентов и помочь стать им лучше в обмен на их благодарность в виде денег.

Двигаемся дальше, рано расслабляться!

#27



Нужно добавить наш способ оплаты за трафик.

Это поле можно пропустить.

Введите данные рекламного аккаунта

Прежде чем подтвердить новый способ оплаты, укажите ниже всю необходимую информацию.

Номер налогоплательщика (ИНН)
Это не обязательно для показа рекламы на Facebook.

Номер налогоплательщика

Ваша страна: Russia, ваша валюта: RUB. [Изменить](#)

Подробнее узнать о ИНН можно в ...

Пропустить

Продолжить



А здесь привяжите вашу карточку, с которой вы будете оплачивать рекламный бюджет.

Мы поставили дневной лимит, поэтому бояться нечего. Больше чем нужно Facebook с вас не спишет, так что спим спокойно.

Главное — это наш результат. Чем больше денег в маркетинге и рекламе, тем больше клиентов мы будем получать. На этом нельзя экономить.

Трать деньги, чтобы зарабатывать.

#29





Готово! Объявление ушло на модерацию.

Если все хорошо, то совсем скоро вы начнете показываться на вашу целевую аудиторию.

Ух, что будет, что будет!

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a user profile 'Мой супер аккаунт (28068878...)' and a 'Обновить' button. Below that, a notification states: 'Задействована ли ваша компания — ИНСТАГРАМ НА МИЛЛИОН — в политике или пропаганде вопросов национального значения? Мы используем эту информацию для улучшения'. The main navigation bar includes 'Поиск', 'Фильтры', and a '+ Добавить фильтры' button. The main content area has tabs for 'Обзор аккаунта', 'Кампании', 'Группы объявлений', and 'Объявления'. Below the tabs is a toolbar with buttons: '+ Создать', 'Дублировать', 'Редактировать', 'A/B-тестирование', and 'Правила'. The main table displays campaign details:

| Название кампании | Статус показа | Стратегия ставок | Бюджет | Результаты |
|---|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> Мои первые клиенты с таргета | ✓ На проверке ✓ | Минимальная цена | 1 000,00 р. Ежедневно | — Клик по сс... |

Below the table, there's a link: '> Результаты 1 кампании ⓘ'. The 'Статус показа' column for the campaign is highlighted with a green box and a green checkmark, indicating it is under review.



Что я могу сказать, самое сложное позади! Больше никаких технических вещей. Мы сделали всё, что необходимо для привлечения клиентов.

Обратного пути нет, в скором времени тебе на почту начнут приходить заявки от людей, которые хотят улучшить свою жизнь. А тебе им нужно в этом помочь.

Начинается самое интересное — цикл продаж.

Э Т А П 5

Обработка входящих заявок.



Здесь нет никаких секретов. Просто больше веры в себя и решимости. Давай разберемся:

Вы создали полезный материал, который действительно поможет человеку лучше разобраться в волнующем его вопросе. Так? Так!

Вы не просите с него за это денег, нет никакой хитрости или обмана. Так? Так!

Вы вежливы, обходительны и не пытаетесь впарить какую-то фигню. Ваша консультация поможет клиенту еще больше, ваш платный продукт окажется еще более глубоким и комплексным, а самое главное эффективным для человека. Так? Так!

Ну вот и всё. С этой мыслью и общайтесь. Вы пишете человеку, чтобы сделать его жизнь лучше. Почему вам должно быть стыдно или страшно, если вы не хотите навредить ему, а наоборот помочь.

Итак, вам пришла заявка на почту. Что делать дальше?



Все просто.

Сохраняем контакт нашего клиента и пишем ему в тот мессенджер, в котором ему удобнее с вами общаться.

Request from [vashe-nazvanie.tilda.



noreply@tilda.ws Сегодня, 21:26

Кому: вам

Request details:

Name: Анна

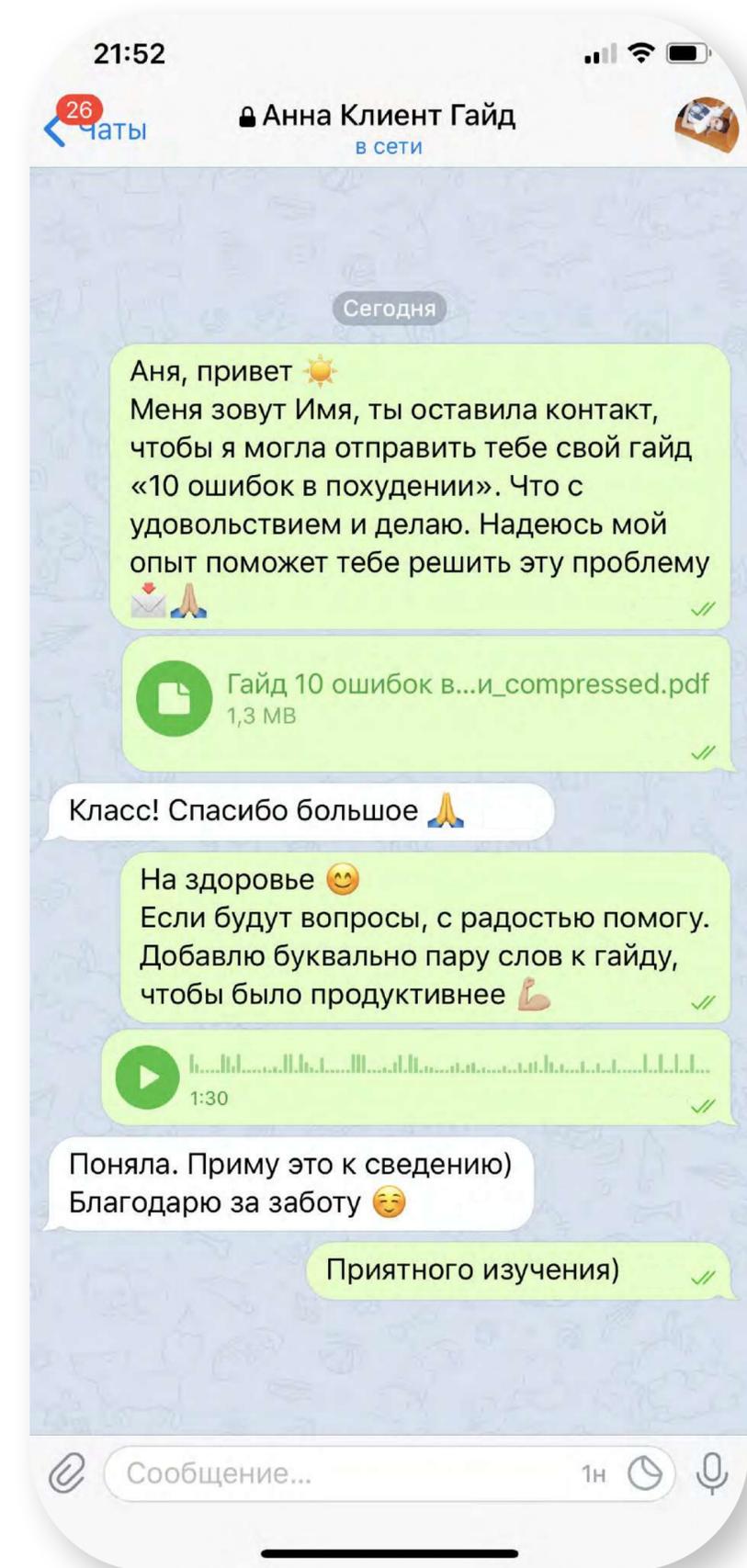
Phone: +7915 [REDACTED]

Где_вам_удобнее_получить_гайд: Telegram



Первая итерация.

Мы здороваемся с человеком и отправляем ему гайд.



Есть 2 подхода к переписке с клиентом, формальная и более расслабленная, в тоже время вежливая, дружелюбная и не развязанная.



В формальной переписке мы общаемся на “Вы”. Это подходит в 100 из 100 случаев. Вы не будете думать, что клиент может возмутиться, что вы назвали его не полным именем, например “Аня” вместо “Анна”, или обратились к нему на “Ты”.

Главное тут не превратиться в канцелярского червя и не быть сухим, как пятка у деда.

У формальной переписки есть свои минусы на мой взгляд. **Это дистанция. “Вы” — это далеко.**

Когда мы общаемся с человеком на “Ты”, открыто и вежливо, это не задевает, не переходит через границы и сокращает дистанцию.

Вы уже в мессенджере клиента — так же близко к нему, как и друзья, коллеги или одноклассники.

И пишете ему тоже вы — не бот, а живой человек, который планирует нанести непоправимую пользу.

Вы отдаете классный материал. Вы в сильной позиции, даже не смотря на то, что деньги все еще у клиента. Будьте расслаблены.

Мой совет: тестируйте.

Тестируйте смайлы, обращение на “ты” и на “вы”, смотрите аватарку клиента. Если человек взрослый, лучше выбрать более сдержанную форму обращения. Если помоложе, то можно спокойно разговаривать, как с другом.

Это покажет вашу уверенность в себе и скорее расположит, чем оттолкнет.



Весь кайф этой связки в том, что вы общаетесь напрямую с клиентом и видите его реакцию. Вы гибки в отличии от чат-ботов и можете приспособливаться. Воронки продаж нужны тогда, когда через вас проходят тысячи или сотни тысяч контактов. Пока же вам хватит и одной сотни, чтобы обработать их вручную, и хорошо заработать. Потом, когда начнете зашиваться и терять клиентов — захотите автоматизацию.

Главное правило — смотреть на реакцию.

Вы поздоровались и отправили гайд. Ждите ответного сообщения. Чаще всего вам скажут “Спасибо”.

После чего отправьте сопроводительное короткое голосовое сообщение к гайду. Это хитрость. В этом сообщении вы рассказываете о том, для чего вы его сделали. Какая ваша миссия. Очень тонко и невзначай упомяните ваш опыт и кейсы. **У вас есть еще 1.5 минуты, чтобы расположить к себе клиента и доказать ваш профессионализм.**

К тому же клиент первый раз услышит ваш голос.

Если тезисно, то звучать это будет так:

“Аня, в гайде обратите внимание на 7 и 9 пункты. Они самые распространенные в моей практике. Большинство девушек допускают именно эти ошибки. **За последние 4 года я проконсультировала больше 800 человек** и подавляющее большинство делали это и это.

Буду очень рада, если у вас их не найдется. Но если будут, не переживайте, такое пищевое поведение и привычки очень легко искоренить. **Недавно я работала с несколькими кормящими мамами,** которые очень легко сбросили вес, просто изменив свое отношение к продуктам.”

Приятного изучения.

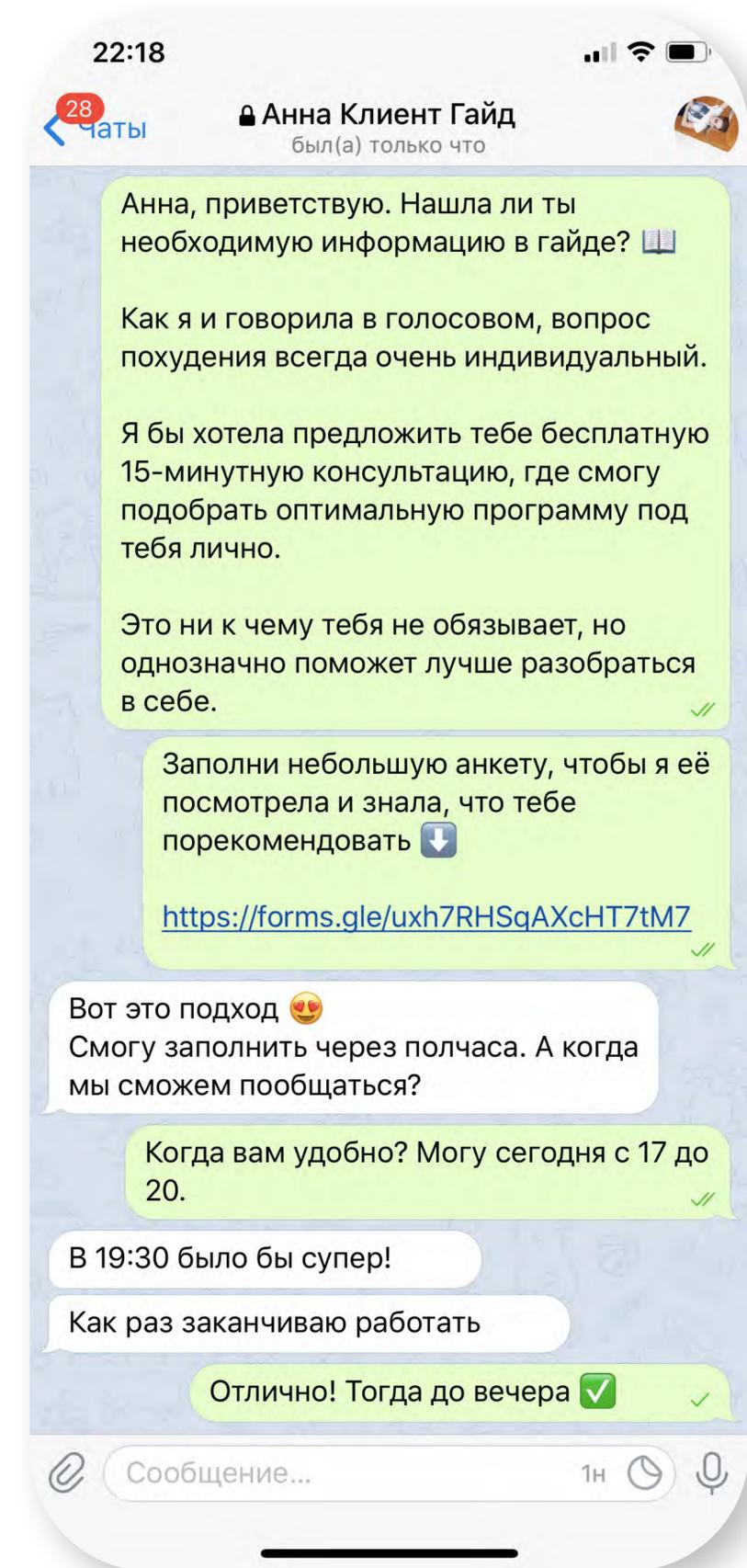
На сегодня оставьте клиента в покое.

Пусть спокойно изучает ваш материал и думает о том, как вы помогли сотням людей избавиться от лишнего веса.

Вы посадили семя. Пусть оно немного прорастет.

Ровно через 24 часа или немного раньше пришлите сообщение, как на этом примере.

#3



Э Т А П 6

Анкетирование и отсеивание незаинтересованных людей.

Наша следующая задача — стать еще ближе к клиенту. Расположить его еще больше. Но в наших интересах работать только с теми, кому действительно нужны наши услуги.

Поэтому надо отсеять всех, кто не хочет становиться нашим платным клиентом, тем самым получив от нас еще больше пользы. Как это выяснить?

Очень просто. **Создать подробную анкету, где человек ответит на ряд вопросов, а взамен предложить ему небольшую бесплатную консультацию.**

По своей природе люди ленивы. Настолько, что они будут готовы отказаться от бесплатной консультации с офигенным специалистом (да, это я сейчас про тебя говорю), просто потому что им будет лень ее заполнить.

Это не наш клиент. Нам такие не нужны.

Сделайте анкету подробной, как на этом примере. Такую, чтобы человек постарался, вложил в неё свое время, а вы получили максимум информации о нем и могли провести действительно хорошую консультацию.

Я не поняла вопроса, но готова разобраться с этим

Если эксперт рассказывает тебе некоторую информацию о питании, которая противоречит тому, во что ты веришь, как ты поступишь?

Откажусь с ним работать

Готова ли ты внедрять новые привычки в своей жизни для получения результата? *

Да, готова делать все что для этого нужно.

Нет

Что ты хочешь получить от нашей работы? Чего ожидаешь? Что для тебя самое важное?

Поддержка и советы, подобранные индивидуально под меня. Чтобы был правильный научный подход





Помните: бесплатно — не значит плохо. Это, наоборот, должно значить очень хорошо! Чтобы человек подумал: “О мой бог! Как я раньше без вас жила!”.

На этапе заполнения анкеты отсеется приличное количество людей. Именно это нам и надо. Останутся только самые заинтересованные.

Уловили суть? Теперь давайте сделаем анкету.



Анкета

Привет! Пожалуйста, заполни эту анкету максимально точно, как есть, ничего не стеснясь. Это важно для того, чтобы нам с тобой удалось максимально продуктивно поработать над твоим здоровьем и фигурой.

*** Обязательно**

Как тебя зовут (фамилия, имя)? *

Наталья

Дата твоего рождения *

Дата
12/05/1986

Твой вес (напиши в кг) *

64

Твой рост (напиши в см) *

165

Назад Страница 1 из 5

Опиши свой образ жизни

Что нужно для того, чтобы понимать какие привычки могут мешать достижению твоей цели.

Кем ты работаешь? Какой режим твоего рабочего дня? Есть ли командировки, ночные смены? *

Мама троих детишек, сижу дома

Занимаешься ли ты спортом? Если да, то каким, как часто? Как ты можешь охарактеризовать свою активность? *

Не часто, только домашние тренировки

Если у тебя есть какие-то травмы, пожалуйста опиши их. *

нет

Есть ли у тебя дети? *

Да, кормлю грудью

Беременна

Есть, грудью не кормлю

Нет

Как ты любишь проводить свободное время, чем увлекаешься?

Прогулки, книги и гитара

Есть ли у тебя вредные привычки, если ты их таковыми считаешь? Какие?

Иногда вино

Далее Страница 2 из 5

Анкета

*** Обязательно**

Контакты

Где ты живешь? (Страна, город) *

Москва

Номер телефона (для связи в WhatsApp) *

+7926 [redacted]

Адрес электронной почты *

[redacted]@mail.ru

Твой ник в инстаграм? *

natal [redacted]

Назад Страница 5 из 5

О здоровье и опыте

Есть ли какие-то проблемы со здоровьем, заболевания, жалобы или диагнозы? Опиши их. *

Небольшое искривление позвоночника, остальное все в порядке

Принимаешь ли ты какие-нибудь медикаменты, препараты? *

нет

Укажи, пожалуйста, любую дополнительную информацию, которая на твой взгляд важна и полезна для нашего сотрудничества.

Муж любит макароны, приходится иногда есть с ним

Расскажи о своем прошлом опыте похудения.

Пробовала разные диеты, скидывала по 3-5 кг, но потом опять возвращалось

Как ты считаешь, что является причиной набора веса в твоём случае? Как долго ты живешь с лишним весом?

Не могу сказать, что у меня большой лишний вес, но хочется выглядеть стройнее

Назад Страница 3 из 5

Вбиваем в браузере “Google Forms” и кликаем по первой ссылке



The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains the text "google forms". Below the search bar, there are navigation options: "All", "Images", "Videos", "Books", "News", and "More". To the right, there are "Settings" and "Tools" links. The search results show "About 1,230,000,000 results (0.51 seconds)". The first result is highlighted with a red box and contains the following text:

www.google.com › forms › about ▾
Google Forms: Free Online Surveys for Personal Use
Create a new survey and edit it with others at the same time. Choose from a variety of pre-made themes or create your own. Free with a **Google** account.
You visited this page on 4/19/20.

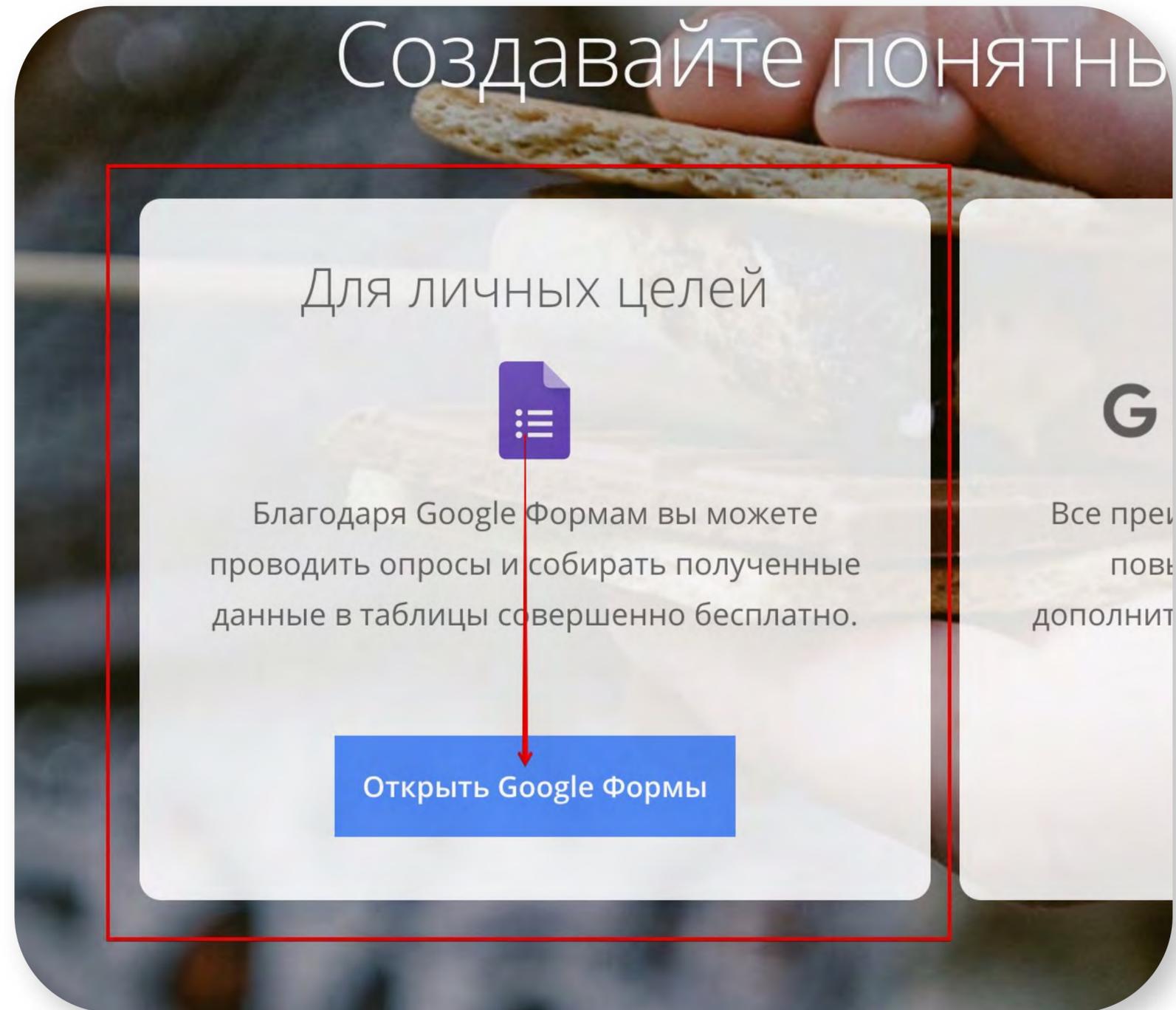
Below the highlighted result, there are two more search results:

- Forms.Google.com**
Access Google Forms with a free Google account (for personal ...
- Google Forms – create and ...**
Personal. Collect and organise information big and small with ...



Выбираем “Для личный целей”

#2





После чего мгновенно попадаем в окно создания формы.

Это проще, чем найти и включить кино на компьютере или заказать доставку в интернет магазине.

Нажимаем на плюсики, чтобы добавить новые блоки, а в поле “Вопрос” пишем то, что хотим спросить у нашего клиента. Проще не придумаешь.

Вопросы Ответы

Название вашей анкеты для клиентов

Ваше лучшее описание и миссия, почему вы хотите помочь людям

Вопрос без заголовка

Вариант 1

Один из списка

Вариант 1

Добавить вариант или [добавить вариант "Другое"](#)

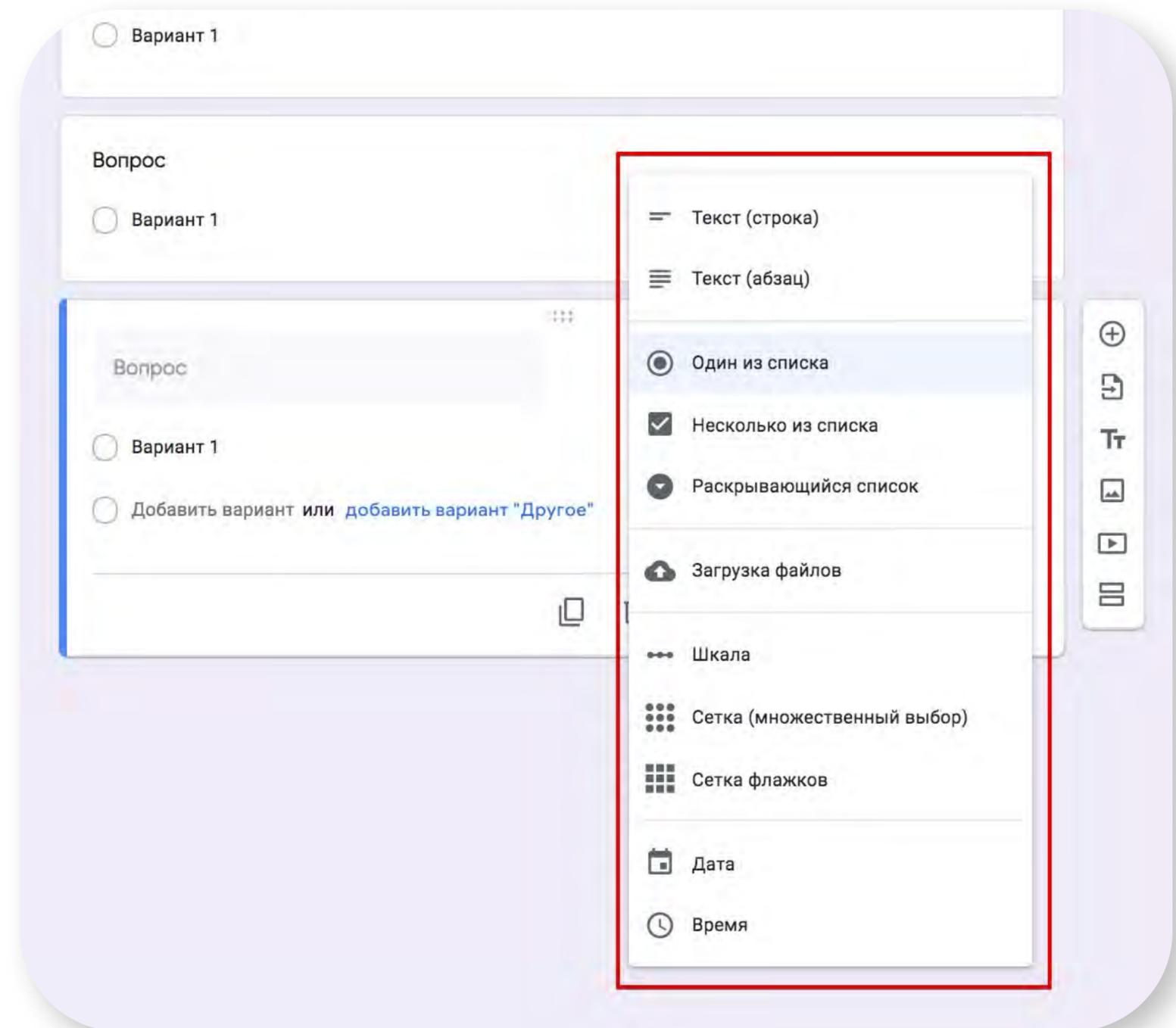
Обязательный вопрос

#3

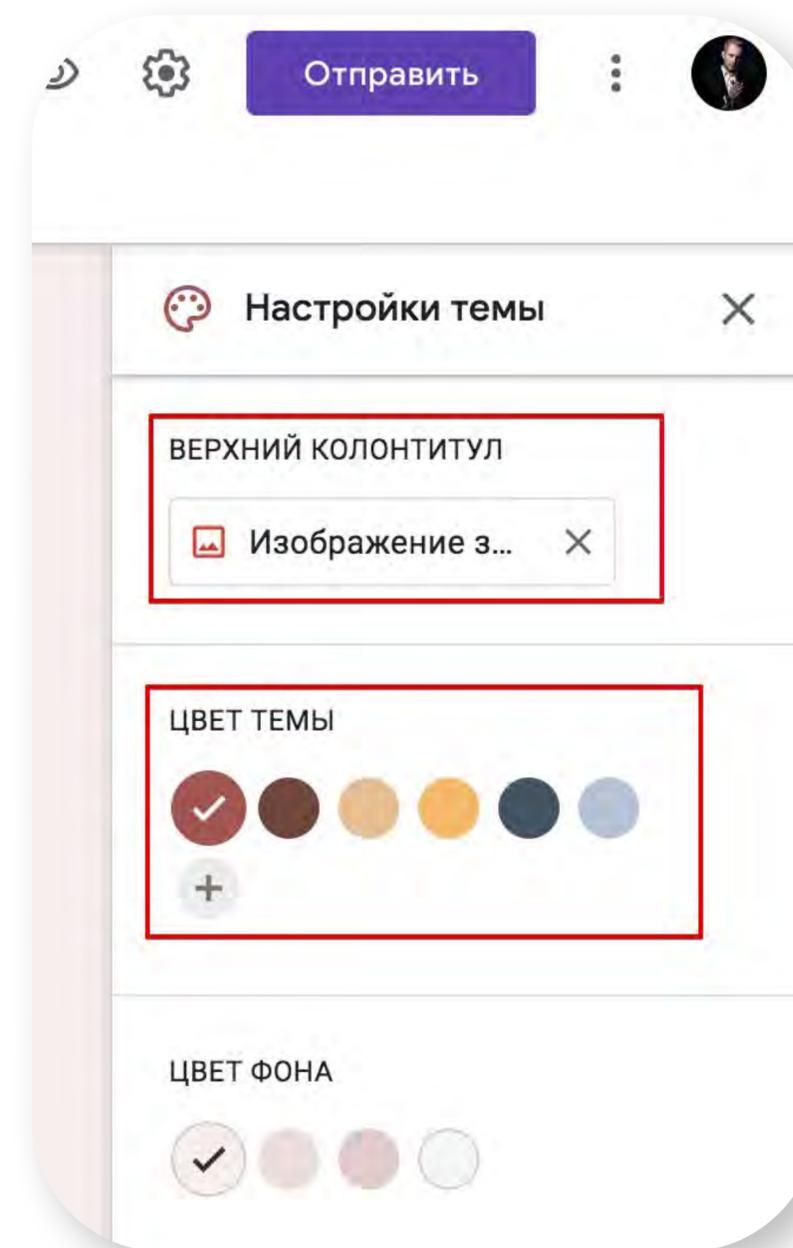
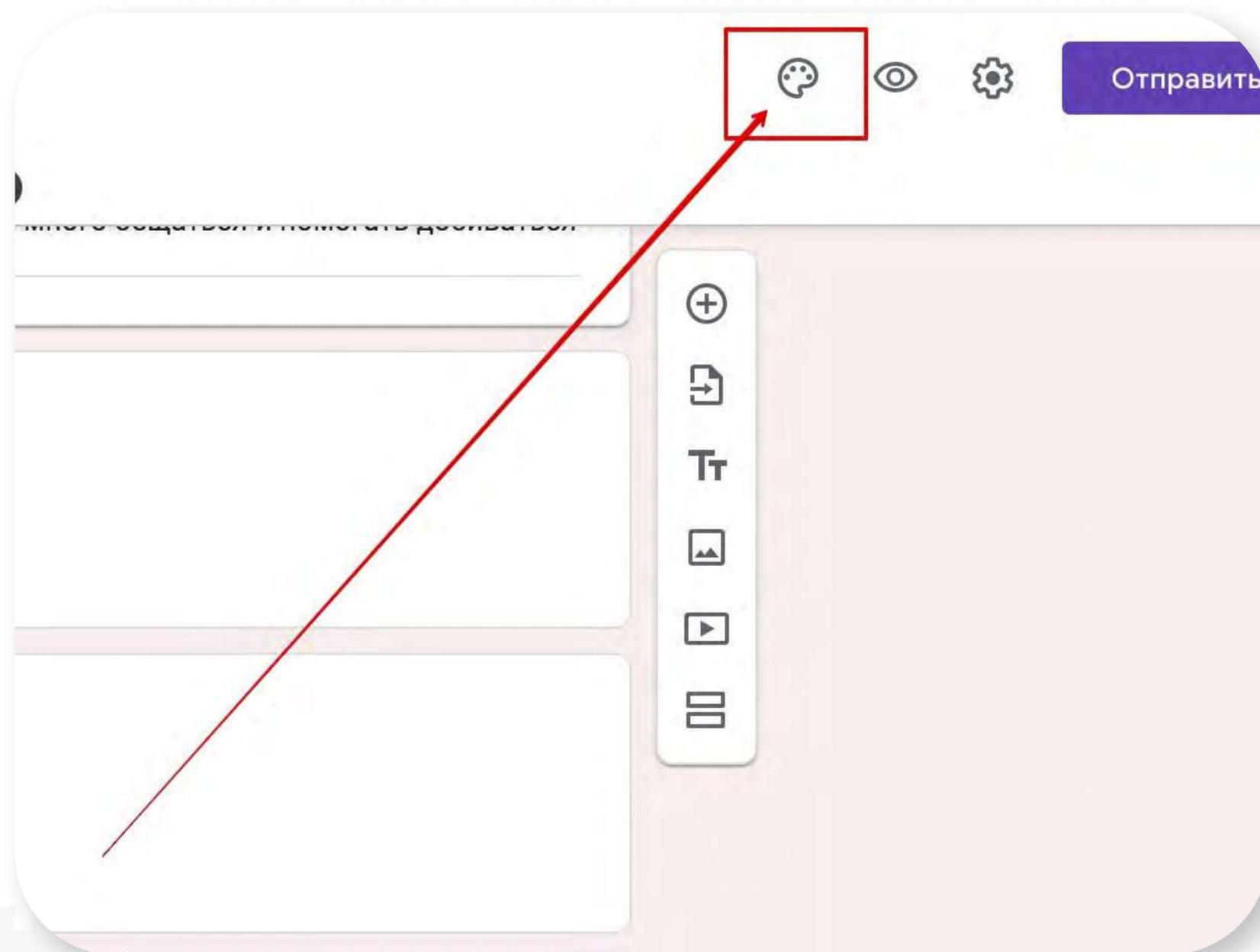


Вы можете выбрать

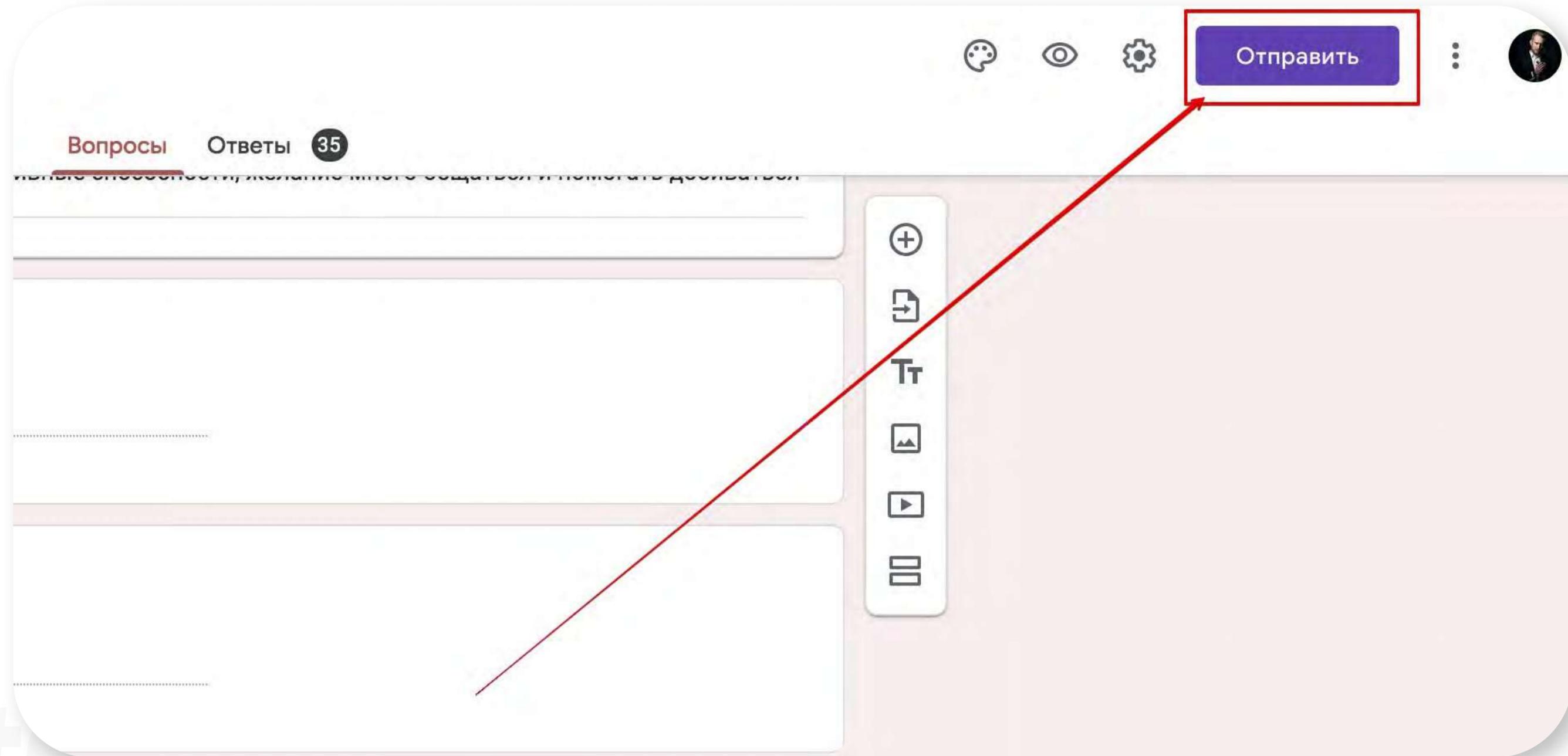
поля с выбором ответов, поля с ответом в одну или несколько строк, загрузить картинку или документ. Одним словом у вас есть свобода спрашивать и показывать всё, что вашей душе угодно.



**Вы можете настроить анкету по вашему вкусу
изменив цвет фона или добавить верхнюю картинку.**



Когда вы соберете вашу анкету и все будет готово, нажмите на кнопку “Отправить”





Нажмите на значок по центру, чтобы получить ссылку для отправки клиентам.

И поставьте галочку, чтобы ваша ссылка стала короткой и презентабельной

Отправить

Собирать адреса электронной почты

Как отправить:   

Ссылка

<https://forms.gle/W...>

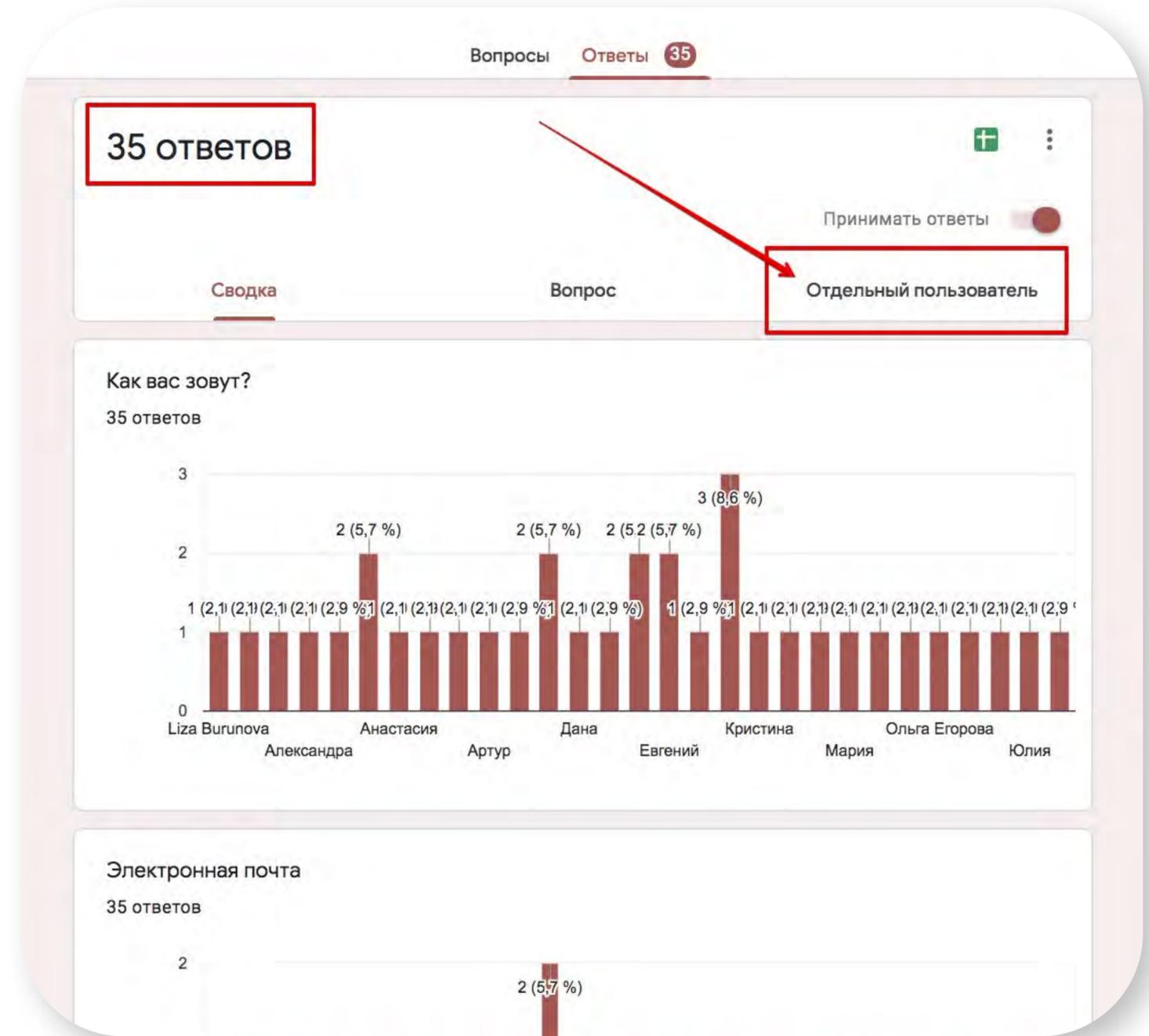
Короткий URL Чтобы скопировать, нажмите ⌘ + C

Отмена



Как только клиент заполнит вашу анкету,

она отобразится у вас в аккаунте в разделе “Ответы”. Нажмите на вкладку “Отдельный пользователь”, чтобы прочитать анкету для каждого конкретного клиента. Кайф?





Человек заполнил анкету, вы получили его данные, договорились о времени бесплатной консультации. Остался финальный этап. Продажа.

Оглянитесь назад. Сколько всего мы сделали. Это же просто сумма сойти. Вы когда-нибудь могли представить себе, что зайдете так далеко? Вы вложили в это свои силы и, надеюсь, любовь.

Так продавайте с удовольствием. Откуда сомнения?

Э Т А П 7

Удовольствие от продаж.

Вы должны верить в свой продукт, в свои знания, в свои услуги и в себя.

Через 10 - 15 минут консультации, когда вы в очередной раз доказали клиенту свой профессионализм и очаровали его в телефонном разговоре, надо окупить свои труды и назвать цену своих платных услуг.

Как правильно предложить заплатить вам деньги?



1

Вы не должны думать о том дорого это или нет!

Просто надо принять как данность, что любой продукт, который стоит дороже нуля Р, для кого-то будет дорогим. И не важно стоит он 1.000.000 Р или 500 Р.

Всегда будет какой-то процент людей, которые не купят, потому что денег нет или дорого. Если их количество переваливает за 80 %, значит, вы действительно загнули цены или совсем выбиваетесь из рынка. А если процент отказов, связанных именно со стоимостью, ниже, значит, не доносите ценность, которую человек получает за такую цену.

Именно ценность, а не цена продукта определяет, купит его человек или нет.

2

Не скромничайте.

Вы уже многое сделали для клиента бесплатно. Если вы попросите за вашу консультацию или платный продукт 1.000 Р, то это обесценит все, что вы делали до этого.

Хороший продукт должен стоить денег. Специалист, который консультирует за 1.000 Р в час вызовет больше подозрений, чем интереса.

3

Никогда не молчите! Никогда не упускайте инициативу в разговоре, чтобы не было такой ситуации.

– А сколько стоит ваш курс?

– 10.000 Р (и молчите).

– Спасибо, я подумаю.

– Хорошо. Ну тогда, эээм, ладно. Хорошего вечера.

– Спасибо. И вам.

Своим молчанием вы оставляете человека в яме сомнений. Клиент в голове начинает рассматривать цену со всех сторон, прикидывать, сравнивать, делать выводы – и поверьте, чёрта с два в вашу пользу!





4

Чтобы продавать дорого, нужно продавать не один инструмент, а полноценное комплексное решение проблемы.

Вы уже отлично знаете клиента и вам будет намного легче предложить ему лучший вариант.

В ответ на прямой вопрос о цене говорите, что она зависит от нескольких факторов. После чего перехватываете инициативу и начинаете задавать наводящие вопросы.

- Сколько стоит ваша платная консультация?
- Цена зависит от формата прохождения. Скажите, вам нужно решение проблемы «под ключ» или просто сопровождение и консультирование?

5

Пользуйтесь техникой “вилка цен” или “пакетирование”, когда есть из чего выбрать.

Это совершенно необходимо. Обязательно сделайте тарифы, если сейчас их нет. Если вы консультируете, сделайте дополнительные бонусы или продавайте их пакетами.

Вы называете ценовой разброс, обосновывая его рядом факторов, после чего задаете встречный вопрос.

– Сколько стоит?

– Стоимость курсов – от 4500 до 23 000 РР в зависимости от формата проведения. Скажите, вам подходит формат с программой питания или хотите добавить спортивные нагрузки? или “Скажите, вам подходит формат с самостоятельным освоением или поддержкой куратора?”

– Сколько стоит?

– Стоимость – от 2000 до 12 000 РР в зависимости от пакета услуг. Разовое занятие стоит 2000 Р, а трехмесячный курс с серией практик стоит 12 000, это в 3 раза выгоднее. Если бронируете сегодня, скидка 20 %. Вам как удобнее – переводом на карту или вам выставить счет?

При личной консультации такая техника дает вам право задавать вопросы клиенту и держать диалог в своих руках. Вы сами предлагаете варианты, слушаете реакцию и даете “выбор без выбора”.

Тогда клиент скорее всего точно что-то купит, потому что уже общается с вами, вы сделали для него много хорошего и предлагаете варианты еще лучше. Например:

– Цена на консультацию варьируются от 3.000 Р до 7.000 Р. Зависит от той проблемы, которую мы будем решать, потому что они требуют разной степени проработки. Чтобы подобрать оптимальный вариант консалтинга, позвольте, я задам пару вопросов, чтобы лучше вам лучше помочь. Хорошо?

Обязательно произносите этот маленький магический вопрос «Хорошо?» в конце. Любое согласие клиента на шаг приближает вас к продаже.



6

Следующая фишка называется «Разбитие цены».

Иногда сумма, которую нужно отдать за месяц или год, велика и воспринимается тяжело. **Тогда уместно ее раздробить, показав, что такой объем работ стоит сущие копейки, если считать по дням.**

– Сколько стоит?

– Стоимость курса – 8000 Р, курс идет 3 месяца, получается, вы платите меньше 100 Р в день. За эти деньги даже чашку кофе не купить, зато можно освоить новую профессию. Что скажете?

7

Бывает так, что вы выяснили бюджет, потребности и желания клиента и понимаете – у вас есть идеальное решение, но оно чуть дороже, чем он рассчитывал.

Ну так и говорите об этом прямо. Если продавать дороже, но аккуратно, вы ничем не рискуете – в крайнем случае, клиент может сказать, что дорогой вариант не подходит, остановимся на том, что дешевле.

Предложить что-то дороже можно в любом случае. Например, так:

– Как вы смотрите на то, чтобы получить больший эффект за цену чуть выше? У меня есть курс «Визаж + Укладки». Два курса, чтобы выглядеть идеально каждый день. Разница в цене всего 3000 Р, зато вы станете настоящим стилистом для самого себя. Выгода – 30 % по сравнению с покупками двух курсов по отдельности. Что скажете?”





8

Еще один совет.

Держите скидку до самого конца. Чтобы у вас всегда был этот козырь в рукаве. Помните: клиент покупает ваши услуги исходя из ценности, а не цены. Цена влияет на принятие решения только в 20% случаев.

Если вы начнете продажу сразу со скидки, еще не успев до конца рассказать за что платит клиент, поверь мне, она никак не сыграет свою роль.

А вот когда вы чувствуете что клиент уже готов, ему все нравится и осталось совсем чуть-чуть чтобы дожать его, скажите:

“Анна, если вам все нравится, в качестве исключения, я могу вам сделать скидочку 20%, если вы оплатите консультацию/курс/программу в течение часа. Я обычно так не делаю, но хочется сделать вам приятное”.

И вы сделаете. И клиент оплатит. И вы заработаете деньги.



А я буду знать, что где-то в мире стало больше на одного счастливого человека. Потому что начиная с этой продажи ваша жизнь уже не будет прежней.

Когда это случится, напишите мне в директ. Буду счастлив прочитать вашу историю успеха.

На этом все, друзья.

В конце этого гайда я хотел рассказать про нашу систему обучения и как мы помогаем нашим студентам выстраивать бизнес на личном бренде, еще раз доказав, что мы лучшие в стране. Но решил, что вы сможете сделать это самостоятельно посмотрев это видео.

По этой ссылке я за 30 минут расскажу про наш новаторский поход к образованию и о том, как вы получите готовую команду до 15 человек, чтобы за 2 месяца полностью упаковать ваш аккаунт, автоматизировать бизнес и вывести его на новый уровень.

ПОСМОТРЕТЬ
ВИДЕО



НАЖМИ, ЧТОБЫ
ПОСМОТРЕТЬ

Dmitry Shukin
DMITRY SHUKIN



Так же вы можете узнать о нашей закрытой разработке «Quickly» — единственном в мире сервисе, который позволит привлекать в аккаунт целевых подписчиков с таргетированной рекламы до 5 рублей.

Благодаря ему за месяц моя страница выросла на 25.000 человек. Это прорыв в области продвижения.

ХОЧУ ПОДПИСЧИКОВ ДО 5 Р



НАЖМИ, ЧТОБЫ
ПОСМОТРЕТЬ

Верю в то, что те, кто должен быть с нами, обязательно будет. Мы работаем для вас на результат и с такой же чистой целью, которую я хотел привить вам на протяжении всех этих страниц.

Будьте лучшими в своем деле. Делайте для людей и деньги придут в вашу жизнь сами собой.

**Искренне ваш,
Дмитрий Щукин.**

Если после прочтения «Книги успеха» тобой овладела буря эмоций, уверенности в себе и энтузиазма, ты можешь поблагодарить меня за информацию, оставив любой взнос на твое усмотрение. Я вложу его в развитие нашей команды, которая каждый день помогает студентам добиваться результатов.

Деньги — это энергия, и если ты наделишь их силой, она умножится и распространится на других людей. Так же, как я наделил эту книгу силой улучшить жизни многих людей в нашей стране.

ПОБЛАГОДАРИТЬ

 НАЖМИ, ЧТОБЫ
ПОБЛАГОДАРИТЬ

