

ФОРМУЛА ПРОЕКТИРОВАНИЯ **АВТОВОРОНКИ**

ДЛЯ ОНЛАЙН-БИЗНЕСА



АВТОР:

Алексей Александров

+7 495 125-07-07

www.avtovoronka.biz/main



АВТОВОРОНКИ

♦ ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ ♦

ДЛЯ КОГО ПОДОЙДЕТ ЭТА ФОРМУЛА?

1. Если у вас онлайн-школа:

Формула автоворонки поможет вам проанализировать свою воронку продаж и автоматизировать лучшие практики вашей бизнес-модели (она всегда хоть немного, но отличается от остальных). Начните с автоматизации продаж на небольшую часть вашего потока клиентов, это поможет внедрить инструменты автоматизации без риска для бизнеса. Самое главное — вы сможете автоматизировать 90% действий, включая выдачу купленных материалов!

2. Если вы только задумываетесь о создании онлайн-школы:

Формула автоворонки позволит вам начать строить онлайн-школу по САМОЙ УСТОЙЧИВОЙ И ПРИБЫЛЬНОЙ бизнес-модели. Вы сможете выйти на любую нишу и занять в ней (при определенном подходе) лидирующие позиции за сравнительно короткое время. Более того, вы подготовите фундамент для будущих отделов продаж и отдела маркетинга. Сотрудники скажут вам «Спасибо» за проделанную работу.

3. Если у вас любые услуги для населения, которые можно продавать через интернет:

Продажу услуг можно автоматизировать с такой же легкостью, как и обучение. В большинстве случаев, автоматизировать вы будете, прогрев лидов перед продажами и сами продажи, но в ряде исключений возможна и автоматизация самой услуги.

Вы можете создать тестовую автоворонку для 5–10% от общего потока клиентов. Если что-то пойдет «не так», то легко будет вернуться к старой схеме. Но если все пойдет «так», то результаты вас приятно удивят.

4. Если у вас интернет магазин или одностраничный ритейл:

Вам очень пригодится та часть, которая про создание регулярных продаж. Специфика ритейла позволяет автоматизировать повторные продажи, акции, программы лояльности, распродажи и создание комьюнити вокруг бренда. Но при этом — вам необходимы базовые знания по созданию автоворонок.

5. Если у вас есть аудитория в Блоге или социальных сетях, которая вас читает:

Отличные новости! Скоро из блогера вы станете бизнесменом (или бизнес-леди)! Причем с очень сильной бизнес-системой, которая усилит ваш текущий приход денег от блога в разы и даже десятки раз! Блог — это место с очень лояльной аудиторией. Пройдите по шагам формулы автоворонки и вы сможете монетизировать эту аудиторию с конверсией, недоступной большинству ваших друзей-предпринимателей.

6. Если у вас ресторанный бизнес или доставка:

Люди ели, едят и будут есть постоянно. Вопрос только в том: «Почему они приедут к вам снова (или закажут на сайте)?» Автоворонка — превосходный способ создать лояльную аудиторию вокруг вашего заведения (или доставки). Подавляющее большинство общепита в США работают по этим технологиям, иначе они просто не выдержат конкуренции! Хотите чтобы ваш ресторан перешел к вашим детям и внукам? Позаботьтесь о стрессоустойчивости.

7. Если у вас онлайн-сервис (SaaS-платформа):

Вы часто не подозреваете откуда у вас берутся новые подписчики? У вас нет отдела продаж? Я тоже не люблю отделы продаж) Их с большим отрывом по системности может заменить автоворонка. Высокотехнологичному сервису — высокотехнологичные инструменты.

Теперь, когда вы определились с тем, что автоворонка для вашего проекта действительно нужна, перейдем к Формуле.



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

СИСТЕМА ВЫСТРОЕНА ПО ШАГАМ.

Последовательность шагов важна, но не критична. Каждый шаг продуман и отработан на практике в моих проектах и проектах клиентов. Возможно, вам покажется излишне сложным или детальным погружение в планирование и анализ в процессе выполнения шагов... Выполнение этой работы повышает точность вашей бизнес-системы и быстрее приведет вас к хорошим регулярным деньгам (от 300 тысяч рублей в месяц). Разумеется, вы можете пропустить первые несколько шагов, но велика вероятность того, что вам придется повозиться после запуска с неработающей автоворонкой. Чтобы заставить ее работать...

Распечатайте эту рабочую тетрадь и заполните необходимые поля. Это займет не больше часа.

ЕСЛИ ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ РЕЗУЛЬТАТ — РАСПЕЧАТАЙТЕ И ЗАПОЛНИТЕ ТЕТРАДЬ!

Думаю, что следующую статистику вы знаете — 9 из 10 людей не добьются намеченных результатов (целей) и оправдаются. Главное отличие 10%, кто добьется своего, это — делать, пробовать, получать прямой опыт. Не нужно верить мне на слово — попробуйте заполнить тетрадь.

Если вы этого сделать не в состоянии, тогда о каких автоворонках вы мечтаете?

Я, к сожалению, не смогу проверить, сделаете вы это или нет, поэтому надеюсь на вас.

Скорее всего, какие-то задания вам будет не совсем понятно, как заполнять и проходить... Помните, что вы всегда можете заказать мою персональную консультацию или записаться на программу обучения.



ПОЕХАЛИ



ФОРМУЛА СОСТОИТ ИЗ 20 ШАГОВ:

ШАГ 1:

Поставьте финансовую Цель для Автоворонки на период 3–4 месяца и **Декомпозируйте** («ок, гугл, что такое декомпозиция») эту цифру до промежуточных действий и результатов.

Заполните:

Напишите цифрой цель автоворонки: _____

Срок достижения этой цели: _____

Для демонстрации, как работает моя система обучения «Конструктор»:

- ▶ Теория (Как делать?).
- ▶ Шаблоны (Что заполнять?).
- ▶ Скрин-касты (Демонстрация как делать).
- ▶ Примеры (Как выглядит конечный результат?).
- ▶ К формуле прилагается пример Декомпозиции одного из моих продуктов персонального коучинга: «Запуск 2.0» — <https://bit.ly/2DhG3Rh>
- ▶ Скачайте пример декомпозиции по ссылке: <https://drive.google.com/file/d/0B48iPqOpjsk5bUVXLW53M3VpQmc/view?usp=sharing>
- ▶ Составить декомпозицию вы можете по аналогии.

Заполните:

Декомпозиция:

Результат: _____

Средний чек: _____

Шаг N*: _____

Шаг N-1: _____

Шаг N-2: _____

Шаг N-3: _____

Шаг N-4: _____

Шаг N-5: _____

Шаг N-6: _____

Шаг N-7: _____

Шаг N-8: _____

Шаг N-9: _____

Средняя стоимость клика: _____

Необходимый рекламный бюджет: _____

N — Номер последнего шага бизнес-процесса перед получением денег.*

Данная Декомпозиция состоит из 10 шагов. Если шагов в вашем процессе меньше, то оставьте часть строчек пустыми, если больше, то допишите их на отдельном листе или обороте.

В программе Архитектор Автоворонки присутствует шаблон — «Декомпозиция Автоворонки», заполнив который, вы получите на выходе нужный на этом шаге результат.



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

ШАГ 2:

Проанализируйте ваших основных конкурентов.

Когда вы в последний раз смотрели, как продает похожий продукт ваш конкурент? Если вы считаете, что у вас нет конкурентов, то обратите внимание на схожие ниши.

Ваши конкуренты (особенно кто долго на рынке) — это источник проверенной «в бою» информации и методов. Если проекты тратят деньги в рекламу продолжительное время, то она окупается (ну либо это — хороший тест на IQ). Чем успешнее проект, тем чаще вы его будете видеть (у блогеров, в рекламе, на конференциях).

Сделайте:

Выберите не менее 5-ти конкурентов в своей нише и проанализируйте:

- ▶ Первые продукты и магниты.
- ▶ Упаковку сайтов и посадочных страниц.
- ▶ Качество бесплатных материалов.
- ▶ Конвертор, который используют конкуренты.
- ▶ Качество писем и сообщений.
- ▶ Идея и миссия, которые идут от упаковки.
- ▶ Стоимость основного продукта.
- ▶ Система основного продукта, сопоставьте ее со своей системой.

Если некоторые слова вам не понятны, то вернитесь к этому пункту после того, как пройдете по всем шагам. Вы можете не анализировать конкурентов вовсе. Но я настоятельно рекомендую это сделать, будет сильно проще работать в дальнейшем.

ШАГ 3:

Создайте новый Основной Продукт или выберите существующий и переупакуйте смыслы.

На этом шаге мы выбираем продукт, вокруг которого будет строиться автоворонка. Основной продукт **всегда один**.

Мы выполним несколько обязательных шагов из программы обучения «Архитектор Автоворонок» по формированию смыслов основного продукта.

Заполните:

Название основного продукта: _____

Состояния «А», в которых клиент покупает продукт: _____

Состояния «Б», после использования клиентом продукта: _____

Главная «боль» клиента, которую закрывает продукт: _____

Желаемый результат, который хочет получить клиент: _____

Стоимость продукта (субъективно, по опыту или по конкурентам): _____

Для создания идеального продукта, который не нужно продавать, а который у вас хотят купить — нужно описать намного больше смыслов, но для начала — этого достаточно.

В программе Архитектор Автоворонок присутствует шаблон — «**Формирование смыслов и СВП основного продукта**», заполнив который, вы получите на выходе нужный на этом шаге результат.



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

ШАГ 4:

Определите Целевую Аудиторию вашего Основного Продукта.

При выполнении этого шага на программе «Архитектор Автоворонок» вы ответите на 100 вопросов для описания каждого конкретного Аватара (если это слово для вас новое — то скоро вы узнаете его смысл и роль в вашем проекте). В Формуле заполните минимальный набор необходимых для определения Целевой Аудитории данных.

Заполните:

Опишите образ человека, кому нужен ваш Основной Продукт (пол, возраст, род занятий, интересы):

Почему человек не решил еще проблему, связанную с Основным Продуктом, самостоятельно:

Почему ему нужен ваш Основной Продукт именно сейчас:

В каком формате ему удобнее всего получить и использовать Основной Продукт:

Вполне вероятно, что вы решите что-то скорректировать на предыдущем шаге, после того, как ответите на вопросы относительно аудитории.

Просто запомните: ваша задача, как предпринимателя, соединить потребность (которая описывается в этом шаге) с предложением (который описывается на предыдущем шаге). Тогда сопротивление покупке снижается, но не уходит совсем... Об этом следующие шаги.

В программе Архитектор Автоворонок присутствуют шаблоны — **«Определение целевой аудитории», «Боли целевой аудитории», «Возражения целевой аудитории»**, заполнив которые, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.



ШАГ 5:

Составьте Продуктовую Лестницу (базовую) для вашего Основного Продукта.

Как назвать последовательность продуктов от бесплатного к самому дорогому (матрица, лестница, лифт, этажи) — не принципиально.

Главное, чтобы все продукты решали проблемы в области Основного Продукта или смежные проблемы целевой аудитории...

Если пока плохо понятно, то не парьтесь) На тренинге «Архитектор Автоворонки» вы создаете (или дорабатываете) свои продуктовые линейки по несколько дней.

Сейчас просто заполните только первые несколько продуктов, как понимаете. На программе вы все сможете скорректировать. Ценообразование — тоже отдельная тема... Воспользуйтесь подсказкой или ориентируйтесь на цены конкурентов.

Заполните:

Определите Лид-Магнит: _____

(Бесплатный продукт в обмен на контакт клиента. Должен быть в рамках темы автоворонки (резонировать с болью). Это может быть мини-книга, pdf-схема, формула, таблица расчетов, шаблоны).

Определите Трипваер: _____

(Продукт, решающий 1 проблему клиента, но не решающий общую потребность. Стоимостью, примерно в 30–50 раз меньше основного продукта. Это может быть мини-курс, книга, короткая консультация, набор шаблонов).

Стоимость Трипваера (2 цены, без скидки и со скидкой): _____

Новые слова в новой теме — это нормально. Заполните так, как понимаете. Если нужно обязательно почитать дополнительную информацию на эту тему, то можете воспользоваться моим блогом для этих целей:

<https://bit.ly/2EVrNzd>

В некоторых моих проектах количество продуктов переваливает за 50 штук (и это не продажи, а услуги). У вас скоро будет возможно сделать эту работу более масштабно.

В программе Архитектор Автоворонки присутствуют шаблоны — **«Составление продуктов для Маркетинговой Автоворонки», «Составление продуктов для продающей Автоворонки», «Продуктовая Лестница»**, заполнив которые, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.

ШАГ 6:

Определите сценарий контентного прогрева своих подписчиков.

Люди, которые сталкиваются с вашим продуктом, не покупают его (в основном) не по причине того, что вы лично им не понравились, или у них проблема не настолько остро стоит... А по причине недостаточного доверия к вашему проекту и вашему продукту.

Этот важнейший параметр мы учитываем в самом начале построения бизнеса и сразу решаем, как будем на него влиять.

Есть 3 сценария прогрева, которые рассчитаны на разные стартовые условия:

- ▶ Прогрев от целевой аудитории (когда требуется дополнительная актуализация потребности и усиление боли, аудитория хочет продукт, но слабо это осознает).
- ▶ Прогрев от продукта (когда требуются дополнительные разъяснения про продукт, он сложный или новый).
- ▶ Прогрев от бренда или личности (когда аудитория знает бренд или публичную персону, или в тех нишах, где требуется создать доверие именно к проекту).



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

Когда выберете приоритетный сценарий (остальные сможете реализовать в той или иной степени проработки позже), то выпишите 10 тезисов об этом, которые в дальнейшем вы сможете преобразовать в заголовки сообщений.

Заполните:

Я буду сначала прогревать аудиторию автоворонки по сценарию от: _____

Тезис 1: _____

Тезис 2: _____

Тезис 3: _____

Тезис 4: _____

Тезис 5: _____

Тезис 6: _____

Тезис 7: _____

Тезис 8: _____

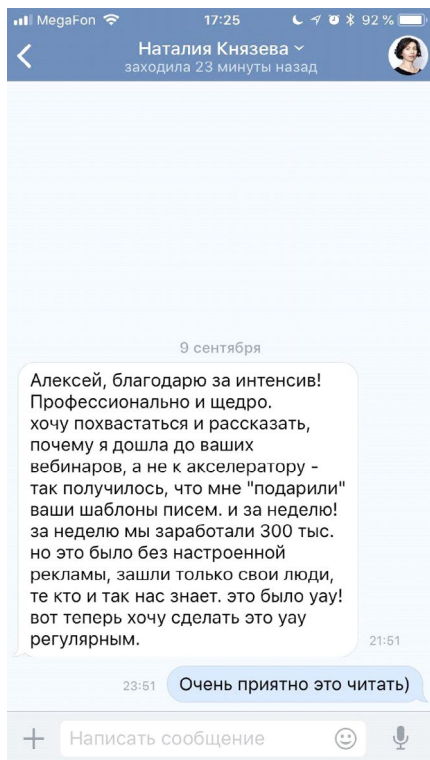
Тезис 9: _____

Тезис 10: _____

В программе Архитектор Автоворонки присутствует шаблон — **«Составление сценариев прогрева автоворонки»**, заполнив который, вы получите на выходе нужный на этом шаге результат.

ШАГ 7:

Создайте дожимающие письма на заказы и оплаты.



Дожимающие письма — это письма, которые подталкивают подписчика к нужному на этом этапе автоворонки действию. Действия могут быть любыми: посмотреть автовебинар, оставить отзыв, прочитать сообщение... Но на текущий момент, нас интересуют 2 самых важных события: заказ продуктов и оплата счетов.

Внедрив всего несколько писем, вы можете уже серьезно поднять выручку в своем бизнесе!

Чтобы создать такие письма, сделайте первый шаг — напишите к ним заголовки!

Сначала сделайте письма общие для всех продуктов, в дальнейшем для каждого продукта составьте свои письма.



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

Заполните:

Дожималка на заказ №1 _____

Дожималка на заказ №2 _____

Дожималка на заказ №3 _____

Дожималка на оплату №1 _____

Дожималка на оплату №2 _____

Дожималка на оплату №3 _____

Дожималка на оплату №4 _____

Конечно, сейчас самое время сказать, что шаблоны этих писем уже составлены и доступны вам на программе «Архитектор Автоворонок».

И для того, чтобы вы ощутили, насколько проще и приятнее делать такую работу по шаблонам, я дам вам доступ к 4-м дожимающим до оплаты шаблонам, которые я использую во всех своих проектах. Скачайте их по ссылке:

https://drive.google.com/open?id=12ZIHbHmeE98-StfvCEk_tLYp_Vg4sFyD

(Если ссылка по каким-то причинам перестала работать, напишите в тех. поддержку в группу:

<https://vk.com/avtovoronkabiz>)

В программе Архитектор Автоворонок присутствуют шаблоны — «Письма дожима на заказа GLF — 3 шт.», «Письма дожима до оплаты — 4 шт.», «Welcome-серия — 6 шт.» заполнив которые, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.

ШАГ 8:

Выберите Конвертор, который будет выполнять самую сложную работу в автоворонке — продавать ваш Основной Продукт.

Конвертор — это инструмент продажи основного продукта. Ваши знания или фантазия могут подсказать вам еще больше способов, но я выделяю 5:

- ▶ Посадочная страница — самый низкий уровень прогрева.
- ▶ Видео-презентация — ниже среднего уровень прогрева.
- ▶ Автовебинар — средний уровень прогрева (я рекомендую, если планируете строить ее без посторонней помощи, то воспользуйтесь именно этим видом конвертора).
- ▶ Серия продающих видео — выше среднего уровень прогрева.
- ▶ Автомарафон — высокий уровень прогрева.

Заполните:

Инструмент продажи Основного Продукта в моей автоворонке:

Конечно, принять решение не так просто. Если выбрать не тот тип конвертора, то и продажи будут низкие, а создавать конвертор с нуля — дело не из легких. Переделывать потом все крайне затратно и обидно (падение мотивации).

Выбор строить на ряде параметров со стороны вашей целевой аудитории и со стороны проекта.

В программе Архитектор Автоворонок присутствует шаблон — «Определение конвертора для любого продукта», заполнив который, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.



ШАГ 9:

Выберите программы (SaaS) для реализации автоворонки.

Автоворонка — это совокупность сервисов (облачных программных продуктов). Для большинства задач уже разработаны типовые решения.

МИНИМАЛЬНЫЙ НАБОР ФУНКЦИЙ АВТОВОРОНКИ:

- ▶ Сбор (через формы подписки) и хранение лидов.
- ▶ Рассылка сообщений (автоматическая и разовая).
- ▶ Настройка процессов для реализации C-Roadmap (11 шаг).
- ▶ Создание посадочных страниц.
- ▶ Формирование счетов и прием оплат.
- ▶ Выдача купленных продуктов.
- ▶ Статистика регистраций и покупок.

СЕРВИСЫ, КОТОРЫЕ СОВЕТУЮ ДЛЯ НИШИ:

ОНЛАЙН-ШКОЛА:

- ▶ Сбор (через формы подписки) и хранение лидов — getcourse.ru
- ▶ Рассылка сообщений (автоматическая и разовая) — getcourse.ru
- ▶ Настройка процессов для реализации C-Roadmap (11 шаг) — getcourse.ru
- ▶ Создание посадочных страниц — platformalp.ru
- ▶ Формирование счетов и прием оплат — e-autopay.com
- ▶ Выдача купленных продуктов — getcourse.ru
- ▶ Статистика регистраций и покупок — getcourse.ru

УСЛУГИ/ТОВАРЫ (до 3000 заказов в месяц):

- ▶ Сбор (через формы подписки) и хранение лидов — amocrm.ru
- ▶ Рассылка сообщений (автоматическая и разовая) — senler.ru
- ▶ Настройка процессов для реализации C-Roadmap (11 шаг) — getcourse.ru
- ▶ Создание посадочных страниц — platformalp.ru
- ▶ Формирование счетов и прием оплат — e-autopay.com
- ▶ Статистика регистраций и покупок — amocrm.ru

УСЛУГИ/ТОВАРЫ (от 3000 заказов в месяц):

- ▶ Сбор (через формы подписки) и хранение лидов — bitrix24.ru
- ▶ Рассылка сообщений (автоматическая и разовая) — senler.ru
- ▶ Настройка процессов для реализации C-Roadmap (11 шаг) — bitrix24.ru
- ▶ Создание посадочных страниц — platformalp.ru
- ▶ Формирование счетов и прием оплат — bitrix24.ru
- ▶ Статистика регистраций и покупок — bitrix24.ru

Полный набор функций и сервисы для их реализации мы с вами увидим на программе «Архитектор Автоворонки»!

В программе Архитектор Автоворонки присутствуют скрин-касты для настройки сервисов — «Getcourse», «Senler», «PlatformaLP», «AmoCRM», повторяя клик за кликом за мышкой на видео, вы сможете настроить эти сервисы без посторонней помощи.



ШАГ 10:

Разработайте посадочные страницы (Landing Page) для вашей автоворонки.

Куда же без них! Посадочные страницы — это страницы с одним выходом через целевое действие (например, регистрации или создание заказа).

Заполните:

Для начала, впишите сюда основной домен вашего сайта:

И, для того, чтобы нам проще создавалось, начнем с названия каждой (минимально-необходимой для автоворонки) страницы:

▶ Лендинг Магнита:

▶ Страница Спасибо — Трипваер:

▶ Страница Конвертора:

▶ Короткий лендинг Основного Продукта:

▶ Длинный лендинг Основного Продукта:

▶ Страница «Политика конфиденциальности»:

▶ Страница партнерской программы:

Когда страницы уже названы и делать их можно начинать) Создание лендингов — тема достойная отдельного тренинга на 10 часов) Поэтому я создал ШАБЛОНЫ для каждого лендинга, опираясь на Best Practice своих проектов и проектов клиентов.

Более того, их не придется верстать самостоятельно! Они сделаны на базе конструктора сайтов platformalp.ru и их легко можно Импортировать.

Примерами хорошей структуры лендингов могут служить:

- ▶ Трипваер — <https://bit.ly/2ARw1E9>
- ▶ Основной продукт — <https://bit.ly/2DGllul>

В программе Архитектор Автоворонки присутствуют шаблоны для **«10 необходимых в автоворонке посадочных страниц»**, заполнив которые, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.



ШАГ 11:

Составьте дорожную карту клиента (Customers Roadmap) вашей автоворонки.

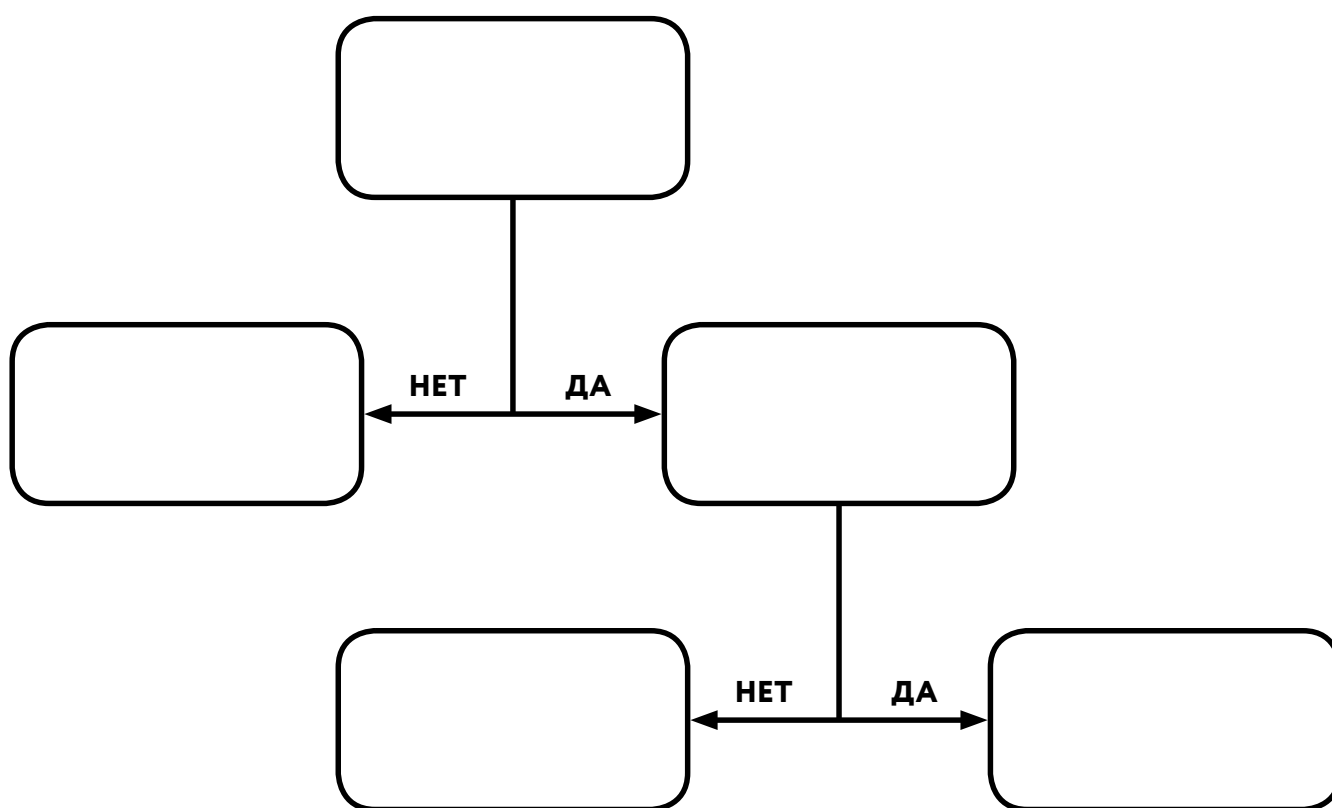
Дорожная карта — это совокупность блоков и условий, которая наглядно демонстрирует варианты поведения лида в вашей автоворонке.

На типовой дорожной карте присутствуют блоки:

- ▶ Источники трафика.
- ▶ Посадочные страницы.
- ▶ Сообщения и письма.
- ▶ Условия.
- ▶ Анкеты и опросы.
- ▶ Соединительные линии.

Заполните:

Попробуйте вписать свои данные в следующую тренировочную схему:



Не так уж и сложно, правда? Теперь представьте себя в теле своего клиента. Как бы вы шли по автоворонке? Как поступили бы на конкретном этапе?

И по этим размышлениям составляйте дорожную карту!

В программе Архитектор Автоворонки есть Редактируемые шаблоны Дорожных Карт клиентов для каждого из 4-х типов конверторов, заполнив которые, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.



ШАГ 12:

Создайте контент-план и напишите сообщения для автоворонки.

Регулярное автоматическое общение с клиентом — основа любой автоворонки! А для того, чтобы приветственная Welcome-серия и прогревочная Trust-серия увидели свет, я рекомендую составлять Контент-План, подготавливать сообщения в спланированном порядке и к определенной дате. Далее вы либо отправляете новоиспечённое сообщение по базе, либо сразу добавляете его в будущую серию автоматических сообщений.

Заполните:

Давайте попробуем составить заголовки для 5 первых сообщений нашей будущей Welcome-серии:

Письмо №1 (Спасибо за подписку): _____

Письмо №2 (Актуализация проблемы): _____

Письмо №3 (Сегментация): _____

Письмо №4 (Обработка возражений): _____

Письмо №5 (Кейсы и истории успеха): _____

Писем, разумеется, в автоворонке значительно больше. Лично в моей автоворонке более 100 сообщений и они регулярно добавляются.

В программе Архитектор Автоворонок присутствуют адаптивные под любой проект шаблоны **12 писем Welcome-серии**, заполнив которые, вы получите на выходе нужные на этом шаге результаты.

ШАГ 13:

Напишите сценарий продаж для вашего Конвертора и создайте конвертор.

Сценарий продаж — последовательность событий, которую проходит лид после столкновения с Конвертором. Если вы будете создавать Конвертор (например Автовебинар) без сценария, без подготовки, то продажами и деньгами вас он вряд ли обеспечит.

Например, создать Высоко-конверсионный Автовебинар вы можете с помощью вот этого Конструктора — <https://bit.ly/2ARw1E9> (В котором содержится типовой набор моей концепции обучения: Теория + Шаблоны + Демонстрация + Примеры. Я считаю, что это — самый надежный способ достижения цели обучения — получение результата учеником).

Купите его и заполните шаблоны. Конструктор доступен вам по специальной цене, которая действует первые 3 дня после подписки на Формулу Автоворонки.

Или начните составлять сценарий самостоятельно (это только малая часть вопросов при подготовке сценария):

Заполните:

Какой подарок лиды получают при посещении Конвертора:

Какой триггер страха вы планируете использовать (ограничение по времени, по количеству и т.д.):

Какой подарок за создание заказа в ограниченный период вы дадите лидам:

Какой подарок за оплату заказа в ограниченный период вы дадите лидам:

Напишите самое распространенное возражение ваших клиентов:

Как вы будете обрабатывать это возражение:



Ответив на эти вопросы, вы уже будете иметь представление, в каком порядке готовить слайды на презентацию или строить речь для записи видео. И, конечно, для составления полноценного сценария нужно больше сил и времени. Обычно на это уходит 2–3 консультации со мной.

В программе Архитектор Автоворонок присутствует шаблон — **«Составление сценария продажи для Конвертора»**, заполнив который, вы получите на выходе нужный на этом шаге результат.

ШАГ 14:

Создайте и упакуйте ваши продукты.

Продуктовую линейку перед началом продаж следует записать (если это обучение) и упаковать (вы, конечно, можете сначала продавать трансляции, а потом из них делать записи).

Если вы заполните мой шаблон по Основному Продукту, то с организацией материала для записи не будет никаких проблем.

А вот упаковка требует повышенного внимания в любом проекте. Как сказала Коко Шанель: «У вас не будет второго шанса произвести первое впечатление».

В упаковке я выделяю несколько уровней:

1. Смысловой (Свойства, выгоды, преимущества).
2. Визуальный (Как выглядит, общий стиль проекта).
3. Продающий (Возражения, почему нужно купить именно сейчас).

Давайте для начала поработаем со смысловым слоем Основного Продукта. Вам пригодится эта информация для Конвертора и лендинга Основного Продукта.

Заполните:

Какими свойствами (интересными для клиента) обладает ваш продукт (вес, размер, мегагерцы, формат, продолжительность, место и т.д.):

Какие выгоды и результаты получит клиент после использования вашего продукта:

Какие преимущества перед другими аналогичными продуктами на рынке:

Отлично. Теперь у нас есть смыслы, которые вы (или ваши дизайнер и копирайтер) можете использовать в визуальном отображении и в тексте, описывающем продукт.

Визуальный слой — это очень субъективный вопрос. То, что нравится как выглядит вам, совершенно не обязательно также понравится вашим клиентам. Найти хорошего дизайнера — дело далеко не простое.

На программе Архитектор Автоворонок есть бонусная система за выполнение заданий. На эти бонусные баллы вы можете заказать работу у моих дизайнеров (с которыми мы выполняем все проекты. И делают они действительно круто!) Подробнее про бонусную систему прочитайте здесь — <https://bit.ly/2P8z8jV>



Примеры визуальной упаковки от моей команды.



ШАГ 15:

Настройте систему формирования заказов и приема оплат.

Продукты, такие красивые и упакованные, должны продаваться. В идеальном случае — без участия человека вообще. Для этого существуют системы оплаты с обратной связью, которые сообщают вашей CRM-системе, что счет оплачен и можно выдавать доступы (или высылать бригаду и т.д.).

На разных этапах автоворонки возможна разная стоимость одних и тех же продуктов.

Для правильной организации, и чтобы не запутаться, введем понятие Предложение. Это варианты одного и того же продукта, только с разной ценой (или скидкой). В разных предложениях могут отличаться: стоимость, возможность оплаты бонусами, сроки доступа до контента и т.д.

Давайте потренируемся и заполним несколько строчек:

Трипваер автоворонки:

Стоимость без скидки (Предложение 1):

Стоимость со скидкой для первых 60 минут после подписки (Предложение 2):

Стоимость со скидкой для первых 3 дней после подписки (Предложение 3):

Стоимость со скидкой для новогодней распродажи (Предложение 4):

Основной продукт автоворонки:

Стоимость без скидки (Предложение 1):

Стоимость со скидкой во время просмотра конвертора (Предложение 2):

Стоимость со скидкой для новогодней распродажи (Предложение 3):

Плюс мы отслеживает статистику по заказам для каждого конкретного Сейла (этапа продаж в автоворонке).

В программе Архитектор Автоворонки присутствуют скрин-касты для настройки формирования заказов и автоматического приема оплат в сервисах — **«Getcourse»** и **«AmoCRM»**, повторяя клик за кликом за мышкой на видео, вы сможете настроить эти функции без посторонней помощи.



ШАГ 16:

Настройте автоматические серии и процессы по дорожной карте клиента.

Дорожная карта клиента — это и есть прототип нашего будущего процесса, по которому будет пробегать каждый новый гость автоворонки. Реализовать можно по разному.

Визуальный редактор процессов — роскошь, которой обладает на текущий момент только 2 сервиса: getcourse.ru и bitrix24.ru

В остальных случаях придется делать с помощью автосерий сообщений, костылей и надежды, что все будет учтено. Ошибку найти в связанных между собой 3-х или 4-х автоматических сериях очень трудозатратно.

Так что стратегически правильным будет разбираться в сервисе, который «умнее» и функциональнее. Скажу сразу, настроить процессы — не халява. Многие задачи даже техническая поддержка Гедкурса еще не научилась на своем же сервисе решать.

Ну просто сложный он)

Однако, хорошие новости не заставят себя ждать! У программы Архитектор Автоворонки есть 2 очень интересных пакета: Эксперт и Владелец. Чем они интересны?

А тем, что моя команда произведет технические настройки за вас! А, между прочим, заказать первичную настройку у самого сервиса Getcourse обойдется от 15 000 рублей.

Подробнее про эти 2 пакета смотрите здесь — <https://bit.ly/2P8z8jV>

В программе Архитектор Автоворонки присутствуют скрин-касты для настройки процессов и автоматических серий в сервисах — **«Getcourse»**, **«Bitrix24»**, **«Senler»**, **«GetResponse»**, **«TextBack»**, **«Bizon365»** повторяя клик за кликом за мышкой на видео, вы сможете настроить эти функции без посторонней помощи.

ШАГ 17:

Подключите счетчики аналитики к посадочным страницам и настройте цели.

Сам факт работы Автоворонки без сбора статистики лишает ее статуса автоворонки.

Этот вопрос никак не обойти, тут просто негде халтурить, избежать или убежать бессмысленно. Я советую — просто примите необходимость разобраться, как и что работает (если вы настроены сделать автоворонку самостоятельно или делать их на заказ). Либо наймите маркетолога, который сделает это за вас (ну, или вписывайтесь в программу Архитектор Автоворонки в премиальный пакет, мы настроим все сами).

Я рекомендую использовать Google Tag Manager, так как он сильно облегчает работу, когда и кодов разных много, и страниц много (т.е. типичная ситуация для Автоворонки).

Я лично пользуюсь Яндекс.Метрикой. Ну, как говорится, «на вкус и цвет не все овощи одинаково полезны».

Настраивайте! Я конечно проверить не могу, сделаете вы это или нет...

Настраивайте цели (что это и зачем — тема для отдельного тренинга по Маркетингу), добавляйте коды счетчика на страницы. На конструкторе страниц platformalp.ru не нужно заходить в «код» страницы, можно все добавить из интерфейса сервиса.

В программе Архитектор Автоворонки присутствуют скрин-касты для настройки системы аналитики с помощью **«Getcourse»**, **«Яндекс.Метрики»**, **«GTM»**, повторяя клик за кликом за мышкой на видео, вы сможете настроить эти функции без посторонней помощи.



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

ШАГ 18:

Настройте трафик на точки входа вашей автоворонки.

Точка входа — страница, где подписчик оставит свои контактные данные, чтобы мы потом могли дальше его «автоворонить».

Ну и с трафиком я думаю тоже все понятно. Мои рекомендации здесь:

Есть 2 вида трафика: **PULL (тянуть)** и **PUSH (толкать)**.

Вид трафика PULL — это когда мы «тянем» лида за его «интерес». Никаких пошлостей. Например, контекстная реклама: человек заявил свой интерес поисковику — получил на выдаче наше объявление.

Проблема в том, что такой трафик становится дороже и дороже. Так как его используют все. Много ума, чтобы настроить базовую контекстную рекламу, не нужно. А стоимость повышается от роста конкурентов за каждое конкретное ключевое слово.

Так вот, дело в том, что за прошлый год количество аккаунтов в Яндекс.Директе удвоилось по сравнению за все время работы сервиса.

Контекстная реклама, безусловно, хороша, и я ее тоже использую, но рекомендую я более интеллектуальный способ привлечения трафика:

Вид трафика PUSH — когда мы проталкиваем лиду свое предложение. Самая примитивная реклама подобного типа — промоутер с листовками. Вы идете, ничего такого не ждете, а он вам — На! И в лицо тычет бумажкой.

Нам на радость, сегодня появилось много более продвинутых способов, которые позволяют очень точно определить, что именно этот человек из потока людей хочет, чтобы ему «ткнули в нос нашей бумажкой».

Так вот, я рекомендую социальные сети для привлечения трафика: ВКонтакте, Facebook, Instagram. Выбор зависит от продукта(проработали на Шаг 3) и целевой аудитории (проработали на Шаг 4).

Лид из социальных сетей обойдется вам **значительно дешевле**.

В программе Архитектор Автоворонок присутствуют скрин-каст и чек-лист по настройке рекламной кампании в социальной сети **«ВКонтакте»**, повторяя клик за кликом за мышкой на видео, вы сможете настроить эти функции без посторонней помощи.

ШАГ 19:

Настройте выдачу купленных клиентами продуктов.

Выдавать купленные продукты тоже можно и нужно автоматически. Не во всех нишах, разумеется. Но при большом желании, можно и отправку товаров из Китая через ваш интернет-магазин интегрировать).

Что важно здесь сказать. Дешевый продукт от премиального отличается количеством продуманных деталей. Если продукт, который вы выдаете на автомате, стоит дорого, то и подход к его получению и потреблению клиентами должен быть соответствующим.

Для образовательных проектов: лучше обучающей платформы на getcourse.ru не найти) Но для тех, кто любит искать на жопу разных приключений (т.е. не ищет легких путей): можете попробовать сервис antitreningi.ru. Она заточена исключительно под выдачу контента. Остальное придется настраивать на других платформах.

В программе Архитектор Автоворонок присутствуют скрин-каст по настройке обучающей платформы в сервисе **«Getcourse»**, повторяя клик за кликом за мышкой на видео, вы сможете настроить эти функции без посторонней помощи.



АВТОВОРОНКИ
• ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ •

ШАГ 20:

Соберите и проанализируйте статистику, выявите узкие места и напишите гипотезы по их улучшению.

Как правило, всегда есть расхождение в планируемых показателях (Шаг 1 — Декомпозиция) и в фактических. Это нормально.

Главный показатель успеха — чтобы автоворонка давала прибыль.

И тогда каждый новый цикл:

- ▶ Планирование
- ▶ Действие
- ▶ Ориентирование
- ▶ Корректировка

Будет делать ее все более эффективной и прибыльной.

КАК Я ЕЩЕ МОГУ ПОМОЧЬ ВАМ В СОЗДАНИИ ВАШЕЙ АВТОВОРОНКИ?

- ▶ Если вы хотите сделать все с минимальными затратами и самостоятельно — пройдите самую современную и продвинутую программу, рассчитанную на 3 месяца, содержащую около 150 уроков и более 50 шаблонов и скрин-кастов. Подробности смотрите здесь >> <https://bit.ly/2P8z8jV>
- ▶ Если вам важен результат и как можно быстрее — запишитесь ко мне в личный коучинг. Недавний мой клиент проводил запуск на 10 млн. рублей при расходах в 600 тысяч рублей, а его автоворонка оборачивает 3,5 млн. рублей в месяц.
- ▶ Мы пообщаемся лично после заполнения анкеты >> <https://avtovoronka.biz/user/surveyPublic/show?id=6569&hash=11723691096821e4c831a12a3e79dd72>

И если вы хотите быть в тренде всех последних технологий для автоматизации продаж онлайн, то НИ В КОЕМ СЛУЧАЕ НЕ ОТПИСЫВАЙТЕСЬ ОТ РАССЫЛКИ. Получите первыми массу действительно полезного контента и крутых обучающих программ, которые помогут реализовать вашу мечту о стабильном регулярном пассивном доходе от вашего проекта.

Удачи!

Помните: Автоворонки — это просто.



**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ КО МНЕ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

 vk.com/phoenixsonata

 vk.com/avtovoronkabiz

 instagram.com/aleksey.aleksandroff



AVTOVORONKA.BIZ

СОЗДАНИЕ РАБОТАЮЩИХ АВТОВОРОНОК ПРОДАЖ

ОРГНИП 316290100080544, 117246,

г. Москва, ул. Херсонская, д. 43, офис 216, Тел. +7 495 125-07-07



АВТОВОРОНКИ

♦ ДЛЯ ОНЛАЙН-ШКОЛ ♦