



**СКОРАЯ
ПОМОЩЬ,
КОГДА НЕТ
ПРОДАЖ**

Оглавление

Вокабуляр. Кто такие лиды?	4
Вокабуляр. Что такое скрипт продаж?	5
Вокабуляр. Что такое конверсия продаж?	6
Структура продающего диалога	7
Путь лида до клиента в розничном магазине	7
Путь лида до клиента в онлайн-бизнесе:	8
Выявление потребностей лида	10
Дорого	12
Я подумаю	13
У других дешевле	14
Не сейчас	15
Нет денег	16
Если человек ушел думать и пропал	17
Что делать, когда деньги нужны еще вчера?	18
Как вести базу клиентов, если она пока вразнобой?	19
Схема продающей бесплатной консультации	20
Схема продажи через интервью потенциальных клиентов	21
Как работать с менеджерами по продажам	22
Как продавать по переписке?	29
Как писать в соцсетях, чтобы продавать?	31
ВЫ НИКОМУ НЕ ИНТЕРЕСНЫ, пока не стали superstar. Контентом мы решаем проблемы читателя, а не просто самовыражаемся.	31
Практическая задача	32
Социальная задача	35
Эмоциональная задача	37
Лайфхаки, где еще можно брать темы для постов	38
Правила написания постов	42

Добрый день!

Иногда бизнесы хлюпают носом – подхватили заразу «нет клиентов» и лежат, кости ломит, голова болит. А бывает, что в спину стрельнуло – а что делать с этими всеми «я подумаю»? Пояс из шерсти оленя уже повязал, а они все думают и думают.

Большинство недугов можно можно излечить проверенными лекарствами. Перед вами «Скорая помощь, когда нет продаж», где собраны средства от самых распространенных хворей и болезней НЕпродаж. Ищите свои симптомы и болезнь, принимайте лекарство и в бой – за продажами.

В этом материале я рассмотрю:

- Что такое скрипты продаж, конверсии и почему так важно разбивать продажи на этапы
- Самые болезненные этапы и ответы на типичные возражения «дорого», «я подумаю», «у других дешевле», «не сейчас», «нет денег», которые помогут повысить конверсию в продажу
- Схемы продаж через бесплатную продающую консультацию и интервью, которые принесут денег без дополнительного рекламного бюджета
- Что писать, если лид ушел подумать и пропал
- Как вести базу, если ее нет и CRM-системы тоже нет
- Как вести первичный учет финансов
- Правила продажи через переписку
- Как работать с менеджерами по продажам – найм и контроль
- Как писать в соцсетях, чтобы они приносили деньги

Ищите свой симптом и принимайте лекарство, как прописал доктор. Здоровья вашему бизнесу!



Болезнь

Нет теоретической базы.



Симптом

**Мне кажется, что продажи – это то, на что я не могу повлиять.
Я не понимаю, что я могу сделать, чтобы у меня было больше денег.**



Лекарство

Все не так страшно! Давайте разберемся в теории – откуда берутся продажи и как на них вы можете повлиять. Читайте блок, рассказывающий вокабуляр, схему воронок продаж и схему продающего диалога.

Вокабуляр. Кто такие лиды?

Когда потенциальный клиент к вам обращается с вопросом – это еще не клиент, **это – ЛИД**. Лиды квалифицируются, исходя из их «теплоты».

«Теплота» – это готовность к покупке. Обозначается условными значениями от **0,1 до 1**, где 0,1 – не знает, что у него есть потребность, а 1 – человек, который оплатил услугу.

3 основных типа «теплоты» лидов:

Горячие – готовность к покупке максимальная (0,8 – 0,9).

Они требуют продать им ваш продукт.

Им не нужно ничего «продавать» – вы просто консультируете их, как оплатить и получить. Их на рынке очень мало (около 5 %).

Холодные – эти лиды, которые очень далеки от покупки (0,1 – 0,2).

Кто это может быть? Рандомный подписчик или мужчина, который случайно кликнул на рекламу плойки для волос. Если нам удалось зацепить человека предложением, то он может начать «подогреваться». Чисто технически в эту же категорию попадают конкуренты, которые оставляют заявку, чтобы узнать, как вы работаете, или люди, которые профессионально скандалят.

Их тоже около 5 % всех лидов.

Теплые – это остальные 90 % людей, которые оставляют заявки, звонят, интересуются, лайкают посты. У них есть сомнения, вопросы и возражения, но с ними можно и нужно работать.

Если вы продаете только тем, кто без вопросов платит деньги – вы продаете только 5 % ваших потенциальных покупателей.

Вокабуляр. Что такое скрипт продаж?

Скрипт продаж – алгоритм ведения разговора и готовые фразы.

В чем он помогает?

- Увеличивает шанс покупки
- Сокращает время подбора моделей
- Увеличивает средний чек
- Сохраняет нервы менеджера
- Унифицирует работу

Этот алгоритм как вождение машины. Сложно ее сдвинуть с места, если не включили зажигание, и ехать с черным от грязи стеклом. Вы с большей вероятностью доедете до места назначения, если знаете, где газ-тормоз, выучили ПДД и включили навигатор.

Это не значит, что на пути будет все гладко и вы проедете по пустой дороге. Скорее всего, придется решать в голове кучу ситуаций: перестроиться или ехать в правом? А вот этот господин с восклицательным знаком сзади на механике и откатится с горки? Где лучше срезать и объехать яму?

Все то же самое происходит с продажами. Но когда вы знаете структуру продающего диалога и техники построения ответа, конверсия в продажу увеличивается.

Вокабуляр. Что такое конверсия продаж?

Конверсия CV – это отношение числа лидов, выполнивших целевые действия (примерку, покупку) к общему числу посетителей магазина, сайта или любой другой продающей площадки, выраженное в процентах.

Есть конверсия общая, есть конверсии каждого этапа, который проходит лид до покупки основного продукта – тогда эти конверсии обозначаются **CV1, CV2** и т.д.

Пример конверсии в продаже консультативных услуг:

CV = Лиды купили/Лиды посетили бесплатную консультацию · 100 %
Например, 8 лидов купили пакет платных консультаций/30 лидов посетили бесплатную консультацию · 100 % = CV 26,6 % (конверсия продаж консультанта)

или

CV1 = Лид купили мастер-класс в записи/людей зашли на сайт · 100 %
Например, 10 МК в записи/200 людей зашли на сайт · 100 % = CV1 5 % (конверсия продаж сайта)

CV2 = Клиент с мастер-класса записался на основной курс/Клиенты, купившие МК · 100 %
Например, 2 лида купили основной курс/10 лидов купили МК · 100 % = CV2 20 % (конверсия повторных продаж)
В таком случае общая конверсия может не считаться, потому что даст слишком размытую картину по больнице.

Пример конверсии в рознице одежды:

CV1 = Лидов Примерили/Лиды Зашли в магазин · 100 %
Например, 7 лидов примерили/50 лидов зашли · 100 % = CV1 14 % (конверсия в примерку)

Если эта конверсия низкая, значит, продавец не взаимодействует с лидом, не выявляет активно потребности или предлагает нерелевантный озвученным потребностям товар. Например, покупатель хотел теплый свитер, а продавец прослушал и показывает что-то ажурное и тонкое

CV2 = Лид купил/Лид примерил · 100 %
Например, 2 лида купили/7 лидов зашли в примерочную · 100 % = CV2 28,5 % (конверсия из примерки в покупку)

Если эта конверсия низкая, значит, подбор товара в примерочной происходит неправильно или неверно презентуется

CV общая = Лиды купили/Лиды зашли в магазин · 100 %
Например, 2 лида купили/50 лидов зашли в магазин · 100 % = CV 4 %
Общая конверсия складывается из конверсий подэтапов, поэтому так важно понять структуру продажи, о которой я расскажу дальше.

Структура продающего диалога

Есть несколько этапов продаж в любой нише, торгуете вы запчастями или онлайн-курсами по вышиванию. Зачем делить настолько подробно?

Дело в том, что наша задача – отследить, на каком конкретно этапе может быть потеря денег.

Если вспомнить аналогию с волком из игрушки – где дырка в корзинке?

Можно хвататься за седину и причитать – плохо все, бесповоротно. Но скорее всего, это будет сильное преувеличение. Когда вы разобьете свою работу с лидами на этапы, вы сможете понять, какая конверсия хромает.

Путь лида до клиента в розничном магазине

Путь лида	Этап продаж	Задачи
Входит в магазин	1. Приветствие	Расположить
Осматривается	2. Ice-break фраза	Установить контакт
Вопрос/Молчание	3. Перехват инициативы разговора	Включить в диалог
Рассказ	4. Выявление потребностей	Определить задачи, ценности и проблемы лида
Подбор вариантов	5. Подбор + Презентация + UPSALE ПРОДАТЬ ПРИМЕРКУ	Рассказать о пользе товара именно для этого лида
Примерка	6. Подбор вариантов + UPSALE	Проявить профессионализм + Закрыть ситуационные возражение + Повысить средний чек
Решение-Сомнение	7. Работа с возражениями	Найти аргументы на ключевые возражения
Касса	8. UPSALE + Закрытие сделки	Повысить средний чек
Прощание	9. Контакты, лояльность	Установить долгосрочные отношения с клиентом

Путь лида до клиента в онлайн-бизнесе:

Путь лида	Этап продаж	Задачи
	0. Этап выстраивания маркетинга	Контентом и информацией о нас расположить и показать профессионализм
Подписывается на соц.сети	1. Приветствие	Установить контакт
Вопрос/Молчание	2. Перехват инициативы разговора	Включить в диалог
Рассказ о своей проблеме или задаче	3. Выявление потребностей	Определить задачи, ценности и проблемы лида
А что вы можете мне предложить?	4. Презентация подходящих вариантов или Приглашение на бесплатный пробный шаг (консультацию, диагностику, пробный урок)	Рассказать о пользе товара именно для этого лида. Если приглашаем на бесплатный шаг, то ПРОДАЕМ БЕСПЛАТНЫЙ ШАГ
Решение-Сомнение	5. Работа с возражениями	Проявить профессионализм + Закрыть ситуационные возражение + Повысить средний чек
Продажа	6. UPSALE + Закрытие сделки	Повысить средний чек
Презентация следующего шага	7. Контакты, лояльность	Установить долгосрочные рабочие отношения с клиентом

Зачем я все это так подробно рассказываю?

| Продажа – это не магия, это – статистика

Продажа «препарируется» на этапы.

У каждого этапа свои задачи, цели и конверсии.

Допустим, у нас есть 5 этапов взаимодействия с лидом.

На продающую площадку (магазин, сайт, соцсети) «зашло» 1000 лидов.

Стоимость пробного урока 500 рублей.

Стоимость основного курса 5000 рублей.

Воронка продаж

Этапы воронки	Конверсия	Оборотка
1000 посетителей	CV1 10 %	
100 оставили заявку	CV2 50 %	
25 поговорили с менеджером	CV3 50 %	
12 взяли пробное занятие	CV4 50 %	6000 рублей
6 купили после весь курс	CV5 50 %	30000 рублей
Общая конверсия в продажу	CV 6 %	36000 рублей

Что произойдет с итоговой конверсией, если мы улучшим конверсию каждого этапа на 20 %

Воронка продаж с повышенной конверсией

Этапы воронки	Конверсия	Оборотка
1000 посетителей	CV1' 12 %	
120 оставили заявку	CV2' 60 %	
72 поговорили с менеджером	CV3' 60 %	
43 взяли пробное занятие	CV4' 60 %	21500 рублей
26 купили после весь курс	CV5' 60 %	130000 рублей
Общая конверсия в продажу	CV' 15 %	151500 рублей

Разница в итоговой конверсии в 2,5 раза привела к росту выручки в 4 раза.



Болезнь

Клиент ведет диалог – а я консультирую.



Симптом

Доктор, я им предлагаю, а они говорят, что хотели не того. Или задают кучу вопросов и потом ходят думать. И вообще, им же надо, пусть и спрашивают. А продавать – это навязываться.



Лекарство

Такое случается в двух случаях. Первый – когда мы просто отвечаем на вопросы лида и не задаем свои. В итоге диалог больше походит на ваш допрос, а не на продажу. Когда инициатива разговора в руках лида, это часто приводит к тому, что он уходит подумать, попытаться другого продавца.

Второй случай – когда мы решаем за клиента, что ему нужно, не задав ни одного вопроса. Мы с вами не Ванги, и никакие карты Таро не смогут рассказать, что же волнует нашего лида и как ему максимально помочь. Чтобы выявить потребности человека, нужно задавать правильные вопросы. Изучайте блок «Выявление потребностей лида».

Выявление потребностей лида

Важный момент в задавании вопросов – избегайте закрытых вопросов, на которые можно ответить «Да» или «Нет». Лучше заменять их на альтернативные, где человек может выбрать ответ из 2-х озвученных вариантов.

Ситуационные вопросы:

- Расскажите, как сейчас построена воронка продаж?
- Уже определились со стилистикой свадьбы или пока в выборе?
- Как сейчас ведется учет финансов?
- Скажите, какие у вас пожелания по перепланировке квартиры?
- Вы подбираете белье на особый случай или на каждый день?
- Вы подбираете себе или в подарок?

Проблемные вопросы:

- Что ключевое не устраивает сейчас в бизнесе?
- В чем конкретно состоит проблема?
- Что бы вы хотели изменить?
- Что критически важно для вас в решении этого вопроса?
- Что принципиально в фасоне?

Уточняющие вопросы:

- Что вам важно при выборе дизайнера?
- Чтобы он удобно сделал, а не просто потренировался на моей квартире в дизайнерских изысках.
- Понятно, расскажите поподробнее, какие моменты учесть, чтобы было максимально комфортно?
- Ну, чтобы было много места для хранения, у меня много вещей.
- Понятно, то есть важно, чтобы вы не переживали, что некуда будет положить вещи и легко соблюдался порядок.

- Скажите, пожалуйста, вы уже обращались ранее к специалистам по вашему вопросу?
- Да, ходила к психологам.
- Понятно, как оцениваете результат работы?
- Ну, подвижки были, но непременно откат назад.
- Я так понимаю, что вам важно зафиксировать достигнутый за сессии результат. Отлично.

- Какие особые пожелания по тому, как должно выглядеть платье?
- Ой, я хочу чтобы оно скинуло 10 кг веса мне.
- Поняла, по фасону – с запахом, поясом – есть предпочтения?..

Технические вопросы:

- Сколько человек у вас работает?
- Каковы сроки сдачи?
- У вас есть примеры дизайна, который вам нравится?
- Какой материал предпочитаете?
- Есть аллергии или непереносимость каких-то ингредиентов?
- Кто с вашей стороны будет курировать процесс?

Подстегивающие диалог вопросы:

- А вот об этом можно поподробнее?
- Хорошо, зафиксировал. Какие-то еще важные детали или нюансы?
- Есть ли еще что-то, что важно обговорить перед тем, как мы начали работать?



Дорого – как нож в спину.

Болезнь



Симптом

Доктор, ну я уже все спросил, а мне говорят – дорого! Им всем дорого, люди какие-то не такие, не понимают меня. Я теряюсь, что ответить. Начинаю оправдываться или поливать грязью демпингующих конкурентов. ПОМОГИТЕ!!



Лекарство

Неприятный вопрос, но не смертельный! Если человек говорит «дорого» – значит, он не понял ценности того, что вы продаете. Поможет блок возможных ответов на возражение «Дорого». Адаптируйте примеры к своей нише.

Дорого

- Что-то дорого.
- Понимаю. Полагаю, в голове есть вопрос – а что я получу за такую стоимость? Давайте еще раз пройдемся по основным пунктам... Может, есть моменты по работе, которые остались неясными?
- Это слишком дорого для макияжа
- Согласна, но свадебный макияж – это то, в чем хочется быть уверенной. Цена в данном случае – скорее вопрос спокойствия, что вы будете прекрасно выглядеть с самого утра до ночи. У вас же будет фотосъемка? Ну вот, еще и вопрос того, насколько презентабельно будете выглядеть на снимках. Что думаете?
- Как блузка может стоить столько денег?
- Согласна, денег стоит! Потому что это самый высококлассный хлопок. Он соткан из очень длинной нити, мало мест стыка, поэтому очень гладкий. Вот сравните...
- Светлана, такие деньги за консультацию – это ж как у вас язык поворачивается столько брать?
- Недешево. Я провела аудит ваших переписок и вижу, что через 2 – 3 консультации вы повысите конверсию в продажу, окупите инвестиции за неделю, а в конце месяца давайте посчитаем прибыль...
- Дорогое у вас сопровождение.
- Да, но и здоровье ваше – дело дорогое, согласитесь? Вы же не пойдете к вчерашнему выпускнику, а скорее доверитесь опытному тренеру, который знает как вам достичь результата. Согласны?
- Дорого.
- Тут вы правы. Но есть вопросы, на которых экономить – себе дороже, как думаете?



Пропадающие в долине «Я подумаю».

Болезнь



Симптом

Товарищ доктор, я просто в шоке. Час беседовали, нашли решение. И что в итоге? Он говорит – мне надо подумать. И так каждый второй! О чем тут думать-то, покупать надо! Хотя пусть думает, я не буду навязываться. А то, что денег нет – ну, так это привычно.



Лекарство

На это есть совершенно проверенное лекарство, одобренное «Ассоциацией лучших продавцов». Блок возможных ответов на возражение «Я подумаю». Адаптируйте примеры к своей нише.

Я подумаю

- Обычно, когда взвешивают варианты – покупать или не покупать, – задают себе резонные вопросы. Первый: если гарантий результата нет, то не выброшу ли я деньги? И второй: как будет отслеживаться результат? Могу рассказать подробнее про каждый из вопросов
- Да, понимаю. Единственное, что свадебные даты довольно быстро занимают. Какие моменты нужно еще обсудить по работе?
- Согласен, что нужно все тщательно взвесить. В первую очередь мои клиенты решают, насколько будет прибыльно...
- Хорошо. Я предлагаю следующее – начнем с одной консультации, вы посмотрите, как я работаю, на метод, увидите первый результат. А дальше обсудим дальнейшую работу. Как вам такой вариант?
- Да. Понимаю. Можно полагать, что причина обдумывания проста и заключается в словах: «Принесет ли это деньги?» Проект обязательно принесет деньги, но только если вы будете в нем участвовать. Поэтому...
- Хорошо. Скажите, что мешает принять решение сейчас? Может, какие-то моменты в работе неясны?
- Я правильно понимаю – в целом предложение нравится, но остались сомнения? В чем сомнения?
- Да, конечно, единственное, что если есть какие-то моменты в работе неясные, лучше сейчас обсудить, чтобы была полная картина на «подумать». По срокам, формату – есть ли какие-то вопросы?
- Вы знаете, я в продажах работаю более 10 лет. Когда говорят: «Подумаю», значит, что-то не подходит. Давайте начистоту, что не подходит?



Дорого – как нож в спину.

Болезнь



Симптом

Доктор, у меня уже давление под 300. Это же невозможно – говорят, что за углом дешевле! Ну а я знаю, почему у них дешевле? Может, они в «Алиэкспресс» вещи покупают, а говорят, что шьют. Или у них работают люди, которые обучились делать маникюр по роликам YouTube.



Лекарство

Будете так переживать – никаких нервных клеток не хватит. Вот, принимайте блок возможных ответов на возражение «У других дешевле». Адаптируйте примеры к своей нише.

У других дешевле

- И это верно. Вопрос, такой же у них пакет услуг и есть ли гарантии результата? У нас...
- Правильно подметили. Вопрос, насколько устроит в итоге результат. Я 10 лет занимаюсь установкой кондиционеров, и есть масса нюансов, которые нужно учесть один раз, чтобы потом не переделывать, например...
- Вы и сами знаете, к чему может привести покупка по самой низкой цене. И что-то мне подсказывает, что вы все равно смотрите не только на цену, но и на то, что за ней стоит.
- Самое главное, чтобы вы увидели, что наша схема работы будет выгодна. Вопрос цены можно обсудить, например, могу предложить рассрочку, что скажете?
- Согласна, но разве здоровье – тот вопрос, на чем стоит экономить?
- Я не знаю, почему у них дешевле, я могу отвечать только за наше качество, а у нас входит...
- Я давно на рынке, и могу предположить, что на чем-то они на вас экономят. Вы уверены, что у них ровно такое же предложение, что и у нас? А люстры у них точно из Италии? А доставка и установка входят в цену? А гарантия сколько?
- Думаю, мы с вами разумные люди и прекрасно понимаем, что услуги опытного мастера (эксперта) не могут стоить дешево. Если там такая низкая цена, то предположу, что у них мало клиентов или невысокое качество, либо это начинающие специалисты, которые только заходят на рынок и пытаются привлечь новых клиентов невысокими ценами. Как вы считаете, есть смысл в таком вопросе доверять неопытным людям?



Болезнь

Не актуализировали боль и срочность решения задачи.



Симптом

Доктор, все, я ухожу в монастырь. У ребенка в четверти одни тройки, скоро ЕГЭ сдавать, а они – ну, не сейчас. Или бизнес работает в минус, им бы разобраться с финансами, а они – ну, попозже, может. А может, я продаю что-то не то?



Лекарство

Ну так это же почти норма для лидов! Но для продаж рекомендую блок возможных ответов на возражение «Не сейчас». Адаптируйте примеры к своей нише.

Не сейчас

- Ваше право, только на диагностике мы выяснили, что вопрос стоит довольно остро. Может, есть смысл начать работу сейчас в комфортном темпе?
- Мы можем подождать сколько скажете, но к сожалению, так задача не решится
- Да, можно отложить. Но представьте, что уже через два месяца у вас увеличится доход, при этом на любимой работе. Зачем это откладывать в долгий ящик, согласны?
- Да, можно. Единственное, для первых двадцати человек, вступивших в клуб, у нас есть спецпредложение. А в клубе уже восемнадцать человек, так что есть ли смысл откладывать?



Болезнь

Ценность товара донесли, но денег у лида нет.



Симптом

Доктор, я все понимаю, кризис в стране. Но если он ко мне обратился, то проблема есть, и ее надо решать. А они все – нет денег. А может, и в правду ни у кого нет денег?



Лекарство

Деньги на все можно найти, было бы желание. В любом кризисе есть люди, у которых есть деньги. Изучайте блок возможных ответов на возражение «Нет денег». Адаптируйте примеры к своей нише.

Нет денег

- У меня тоже никогда нет денег, чтобы их тратить, и я всегда найду, чтобы инвестировать. Мы оба бизнесмены и хорошо понимаем разницу
- Да, понимаю. У меня вот клиентке муж подарил обучение. Может быть, близкие захотят вам сделать приятное?
- Хорошо. Я так понимаю, что предложение для вас очень актуально. В качестве исключения могу предоставить рассрочку



Болезнь

Лиды потерялись после диалога.



Симптом

Доктор, что делать? У меня куча диалогов зависла. Договорились, что лид подумает. Он ушел и пропал – как вновь вернуться к диалогу? Или лучше его больше не трогать, а то подумает еще, что я за ним бегаю, навязываюсь. Это выше моего достоинства.



Лекарство

Ничего страшного, мы его вернем к жизни. Человек мог про вас забыть, или у него появились вопросы, которые он постеснялся задать. Надо выяснить, в чем дело! Внедряйте советы из блока «Если человек ушел думать и пропал».

Если человек ушел думать и пропал

- Ольга, добрый день. Мы с вами обсуждали вопрос дизайна кухни. Вы уже приняли решение или еще нужно время?
- Ольга, разговаривали с вами насчет модели и разговор завис. У нас она появилась, если актуально, можем оформить заказ или подобрать что-то еще. Как у вас настрой?
- Скажите, на каком этапе обдумывания сейчас? Я почему спрашиваю: если вы идете, нам нужно забронировать время...
- Галина, я формирую свое расписание на неделю, вы обращались с такой-то темой. Скажите, вы определились? Если да, то давайте договоримся по дате и времени?
- Марина, добрый! Мы остановились в прошлый раз на том, что посоветуетесь с партнером. Подскажите, продвинулось дело или нужны какие-то еще дополнительные вводные?
- Галина! Мы с вами договаривались, что принимаете решение до понедельника. Уточните, удалось вам пообщаться с мужем? Что вы решили?

Если опять повторяется «надо подумать», то см. блок «Я подумаю».



Болезнь

Кассовый разрыв, нужны срочно деньги на зарплаты, аренду и на себя.



Симптом

Доктор, это все, конечно, прекрасно. Но деньги мне нужны прямо сейчас, очень срочно. Что делать, куда бежать?



Лекарство

Первое, что нужно сделать – выдохнуть и собраться с мыслями. Такое состояние – абсолютно нормальное и когда вы только начинаете продавать, и даже когда вы давно на рынке.

Вот несколько вариантов того, как быстро найти клиентов в блоке «Что делать, когда деньги нужны еще вчера?»

Что делать, когда деньги нужны еще вчера?

1. Открываем все соцсети и мессенджеры и выписываем в Базу всех, кто когда-либо проявлял интерес к нашей работе
2. Предлагаем или провести интервью, или бесплатную консультацию (если в вашей нише это возможно)

Например:

- Марина, я хотел бы попросить дать мне мини-интервью по теме моей работы. Я задам насколько вопросов, а в подарок – проведу вам бесплатную консультацию или подарю запись МК (любой другой вариант подарка, который возможен в вашей нише)
- Марина, я сейчас внедрила в работу бесплатную первую консультацию, хотела бы вас на нее пригласить. Обычно на ней мы выясняем задачу, я рассказываю 3–4 варианта решения задачи. Когда было бы удобно записаться?
- 3. Придумываем акцию или краткосрочный оффер и пишем в личные сообщения потенциальным клиентам. Важно не делать «глухую рассылку» одним и тем же текстом, а подойти как можно индивидуальнее.

Например, диалог может быть такой:

- Александра, я придумала специальное предложение для моих подписчиков, решила, что для вас может быть актуально. Я в этом месяце делаю (озвучиваете хороший оффер). Было бы интересно? Или может, сейчас какая-то другая задача есть, какую хотели бы решить?

Главное, ничего не бояться и писать большому количеству человек. Максимум страшного, что может произойти – вам откажут. Отказ – неприятно, но совсем не смертельно. Вы – классный специалист, просто пока что ваша услуга не нужна. Ничего страшного, благодарим за уделенное время и продолжаем работу.



Болезнь

База Клиентов на стикерах.



Симптом

Уважаемый, а что такое База Клиентов? У меня все вроде в телефоне записаны. Ну, еще пару телефонов где-то лежат дома в блокноте, три штуки я записал на руке и один точно знает мой кот. Да и зачем мне эта база, я и так всех помню!



Лекарство

Мы быстро приведем вас в рабочий лад! Смотрите видео, как оформить Базу Клиентов, если она пока вразнобой.

Как вести базу клиентов, если она пока вразнобой?

Если вы только начали приводить в порядок все контакты клиентов, лидов и пока не готовы оплачивать CRM-систему, то для вас я приготовила [шаблон](#) ведения Базы Клиентов с подробным [видео](#), как его заполнять.

Дата послед.	ФИО	Чем интересовался	Результат / статус	Телефон	E-mail	соц.сети	Омк
05.03	Бела Гайтс	ложка венной жеман	была БК 5.03.20 не понравилась, сказала, что все откуда, просят не связываться	7000000000	мыло	создать.4	под Анк
05.03	Женя Собчак	не может справиться после развода	была БК 5.03.20. Понравилось, но денег нет. Не готова пока владеть. Написать в 04.04 узнать как дела	7000000000	мыло	создать.7	под Анк
05.03	Денис Мур	слишком понравилась после родов, хочет воздеть	была БК 5.03.20, оплатила следующую консультацию	7000000000	мыло	создать.2	под Анк
05.03	Иванов Иван Иванович	самостоятельно, не может найти свой путь	была БК 5.03.20. Хочет купить пакет консультаций, но нет денег пока. Сказаться в конце месяца 20.03	7000000000	мыло	создать.1	под Анк
05.03	Леонардо ДиКаприо	хочет победить зависимость от инстаграма	была БК 5.03.20. Ушел думать, позвонить 06.03	7000000000	мыло	создать.3	под Анк
05.03	Бритни Спирс	как снять стресс	была БК 5.03.20. Все понравилось, пошла советоваться с мамой. Написать вечером 08.03 узнать о решении	7000000000	мыло	создать.5	под Анк
05.03	Владимир Путин	ругань с молодой женой	была БК 5.03.20. Хочет трансформацию, написать 9.03 об оплате	7000000000	мыло	создать.6	под Анк



Болезнь

Часовые диалоги не приводят к продаже.



Симптом

Господин доктор, я с ними часами общаюсь. Делюсь советами, решениями. А они все равно не покупают!



Лекарство

Правильно – не покупают! Одно дело – беседовать, другое дело – продающую консультацию вести. Внедряйте схему ПРОДАЮЩЕЙ бесплатной консультации.

Схема продающей бесплатной консультации

(для продаж консультаций, пакетов, а также дорогих продуктов)

Это самая мощная [схема](#) проведения продающих бесплатных консультаций в России, которую я видела.

Она подходит для новичков и профессионалов, продажи любых услуг и продуктов через бесплатную консультацию. Если правильно ее провести – вы легко сможете продать пакет консультаций или курс за 10–30–50 тысяч рублей. Она же при хорошем навыке поможет продавать 7 потенциальным клиентам из 10.

Конечно, на итоговую конверсию в продажу будут влиять множество факторов – качество вашей «упаковки», ваше умение провести консультацию, ваш опыт, кейсы и отзывы, ваш оффер – уникальное предложение рынку.

Но – правильная структура консультации позволит вам «продавать не продавая», легко и почти по любым ценам – насколько хватит вашей внутренней уверенности.



Болезнь

Недостаток бесплатных способов заработать денег.



Симптом

Доктор, кажется, я уже на пути к выздоровлению. А есть еще лекарство, как из текущей Базы Клиентов вытащить деньги?



Лекарство

Есть неизбитая техника продаж, называется «Интервью потенциальных клиентов» Действует мягко и безотказно.

Схема продажи через интервью потенциальных клиентов

Еще один вариант найти клиентов, не вкладывая денег в рекламный бюджет.

1. В своей Базе Клиентов выбираем 20 потенциальных клиентов (тех, кто еще не купил)
2. Связываемся с ним, говорим что мы пишем статью о методах решения разных трудностей у людей, связанных с вашей нишей. Говорим, что они очень помогут, если дадут короткое интервью (не больше 10 минут) по Скайпу.
3. Если человек опасается – говорим, что интервью никуда не будет выложено. Связываемся. Задаем ему вопросы:

Вопросы для интервью:

- Представьтесь: как вас зовут, откуда вы, и кто вы по профессии.
- Чем вы довольны в области вашей экспертности, а что хотелось бы изменить?
- Как вы решаете эти задачи, какие методы для вас действуют, а какие – нет?
- Что цените в профессионалах в вашей нише, а что для них является знаком, что перед ним – непрофессионал?
- Если бы у вашего друга стоял острый или срочный вопрос с решением, то чтобы вы ему порекомендовали?

Далее дарите человеку, в благодарность за интервью – настоящую бесплатную консультацию (короткую на небольшой запрос), и далее уже предлагаете продолжить работу на платной основе.

Если человек наотрез отказывается давать видео-интервью – записываете аудио или даже можно текстом.

Далее собираете все их «ценности и боли», а также рекомендации, которые они дают «себе» – это хорошая основа для будущих постов, а также понимание для вас, что на самом деле думают люди, когда говорят о своих проблемах, как думают их решать.



Болезнь

Продавцы не продают



Симптом

Вот когда я отвечаю клиентам – все отлично. А у моих продавцов так не выходит.



Лекарство

Собственник часто продает лучше продавцов за счет харизмы, досконального знания продукта и понимания воронки продаж. Однако менеджеры могут научиться продавать не хуже собственника, если придерживаться правил, которые вы найдете в блоке «Как работать с менеджерами по продажам».

Как работать с менеджерами по продажам

Дисклеймер: это не исчерпывающая инструкция, а скорее, основные пункты, которые нужно держать в голове, если у вас есть менеджеры по продажам или вы хотите построить отдел продаж.

1. Сперва приведите в порядок финансы

Я отказываю предпринимателям в построении отдела продаж, если понимаю две вещи:

- Финансовая модель работает в минус. Если усиленно продавать в минус, вы разоритесь
- Финансы ведутся «в голове» – аренду записал, налоги забыл, себе зарплату вообще не указываю и т.д. Если нет данных, неясно, как контролировать менеджеров, как выставлять им мотивацию и отслеживать результаты.

Тут вы можете найти шаблон [cashflow](#) – документ, который нужно заполнять в конце каждого месяца. [Видеоинструкция](#), как заполнять cashflow тут.

2. Не нанимайте родственников и друзей

Ни то, ни другое – не гарант того, что они будут хорошо продавать, а вот контролировать близких, а уж тем более уволить будет сложно психологически. Возможен внутренний саботаж сотрудников или даже ваш. В итоге вы будете закрывать глаза на косяки, а потом в конце месяца еле-еле сводить доходы-расходы.

3. Не кидайтесь искать профайлеров, рекрутеров и бывших сотрудников ФСБ с детектором лжи наперевес.

Все это можно подключать, если у вас уже есть отдел продаж из 20 и более человек и вы серьезно расширяете штат или у вас есть позиция, которая требует доскональной проверки человека.

Вместо этого лучше составьте подробную анкету, по которой будут ответы на многие вопросы о человеке. В ней могут быть пункты:

- Возраст, образование, семейное положение (есть дети или нет)
- Работал ли на похожей должности? Какие обязанности выполнял?
- Почему решил работать у вас?
- Какие пожелания к графику?
- Какие пожелания к зарплате?

Когда я просматриваю ответы на анкету, то обращаю внимание на некоторые пункты особенно пристально. Мой способ оценки может вам подойти, может нет – я лишь делюсь своим многолетним опытом подбора и обучения менеджеров по продажам.

- Насколько адекватны ожидания по ЗП?

Если ваша финансовая модель не может потянуть звездного продавца, то не надо его нанимать. Пострадают оба: вы – потому что не сможете выплачивать большую зп, продавец – не сможет получать те деньги, на которые рассчитывает.

- Есть ли ошибки?

Для меня 7 ошибок в 10 предложениях означает, что в мелочах человек невнимателен. Не потрудился проверить слова на орфографию, хотя заинтересован получить должность. Такой подход, скорее всего, проявится во всем – в ведении базы, в исполнении инструкций и т.д. Поиск работы – важная вещь, и если анкета заполняется спустя рукава – чудо не случится, вы будете страдать и дальше из-за невнимательности человека.

- Какой был опыт работы?

Не всегда важно, работал ли человек на позиции менеджера по продажам. Иногда опыт работы в колл-центре, официантом или помощником блогера будет только в плюс. А вот если он до вашей работы был в госучреждении, то могут быть вопросы с инициативой или человек будет стесняться продавать. Да, он может получить опыт уже у вас – вопрос, насколько вы готовы вкладываться в менеджера.

- Почему он решил работать у вас?

Идеально, если его зажигает ваша сфера работы. Например, девушка влюблена в моду или флористику. Хорошо, если она уже следила за работой вас и вашей компании и самостоятельно пришла к выводу, что вы по энергетике, подходу – называйте как угодно – друг другу подходите. Я с настороженностью смотрю на анкеты, где указано: «Я хочу себя попробовать в другой сфере, хочу чего-то нового». Сам порыв мне импонирует, но для себя и для клиентов я хочу более мотивированного сотрудника.

- Какие пожелания к графику работы?

Тут все просто – иногда вам нужен сотрудник на неполный рабочий день, иногда 2/2. Выбирайте сразу человека, который впишется под ваши требования.

4. Тестовые задания

После первичных анкет у вас будет список из людей, которые предварительно подходят на должность. Следующий этап – составить тестовое задание.

Я прописываю в нем 3 – 4 типовые ситуации, которые бывают в продажах и предлагаю ответить на вопрос: «Как вы поступите в таком случае?»

Также я спрашиваю этапы продаж. Это скорее задание на смекалку, чем на оценку реального опыта. Продавец легко на них ответит, а если никогда не работал в продажах – откроет Гугл и спросит у него. Если не догадается так сделать – большой вопрос, насколько быстро он будет решать нестандартные ситуации, будет проявлять инициативу или станет ждать ваших указаний.

Я не жду идеальных ответов, но по ответам понятно, насколько адекватно человек оценивает работу свою как продавца, насколько клиентоориентирован.

Плюс из 20 человек, которым вы вышлите тестовое задание, на него ответит половина, у остальных не хватит мотивации.

5. Собеседование и резюме

Приглашаем тех, кто адекватно ответил на тестовое задание, на собеседование и просим выслать полноценное резюме. На собеседовании я обращаю внимание на следующие моменты. Повторюсь, это лишь мой подход, но он работает.

- Проверяю на стрессоустойчивость.

Стрессоустойчивость – самое важное, что должно быть у менеджера по продажам. Научить техникам продаж – дело пары мастер-классов, а вот исправить излишнюю эмоциональность и чувствительность не получится.

В процессе собеседования я стараюсь задавать неудобные вопросы и смотрю, насколько спокойно отвечает человек. Расспрашиваю о том, что не устраивало на предыдущем месте работы, как отзывается о работодателе. Если он один в белом пальто там работал, а остальные только мешали, скорее всего, и у вас будет так же.

- Проверяю на наличие чувства юмора.

Иными словами, если человек смеется над моими шутками – хороший человек) Шутка.

Почти. Дело в том, что доброжелательность повышает конверсию, а у бек и агрессоров покупать тяжело. Плюс менеджер по продажам в небольшой команде – человек, который будет тесно взаимодействовать с вами. Если вы на разной волне – обоим будет тяжело. Чувство юмора – лучший критерий, чтобы понять, насколько долго вы сможете вместе сосуществовать. Плюс чувство юмора показывает интеллект в самом широком его значении. По шуткам вы можете понять и бэкграунд, и уровень образования, и какие книги-фильмы человек смотрит. Это может сказать о человеке больше, чем сухое резюме.

- Как выглядит человек?

Не всегда продавец должен быть в костюме. Если это должность на удаленке, 80 % покупателей никогда и не увидят менеджера по продажам. Однако всегда есть моменты, когда продавать придется лично или хотя бы с видео. Насколько розовые волосы и пирсинг в носу может вписываться в вашу корпоративную культуру? Вполне возможно, что идеально.

- Насколько человек обучаем?

Я могу в процессе интервью еще раз дать тестовое задание, разыграть сценку, послушать, как человек будет отвечать. Ну, не ручку, конечно, продавать, но с другой стороны, не вижу ничего дурного и в продаже этой уже ставшей мемом ручки. Тут не столь важно, насколько круто он это сделал в первый раз. Я всегда могу дать рекомендации после тестового вопроса и проиграть сценку еще раз. И тут уже важно, услышал ли обратную связь соискатель и попытался ли внедрить советы. Если да, то это значит, что пара занятий – и он научится продавать.

- Какие вопросы о работе задает?

Если его интересует, насколько часто можно будет брать отгулы или отпрашиваться пораньше – встает вопрос, насколько мотивирован человек работать. Правильно, если он спрашивает подробно об обязанностях, мотивации, о зарплате.

6. Испытательный срок

Хорошо, если вы выбрали несколько кандидатов и можете посмотреть, как они все будут работать. Вы всегда сможете выбрать лучшего. За первые 4 этапа отбора мы только уменьшаем вероятность того, что примем на работу неподходящего кандидата. Но только практика покажет, ху есть ху.

7. Мотивация сотрудника

Самый простая мотивация для продавца – минимальный фиксированный оклад + процент от оборота.

Есть посложнее – с повышающими и понижающими коэффициентами KPI. Для того, чтобы правильно выстроить такую мотивацию, у вас должен быть полный порядок с финансами.

Можно выставлять разные проценты на работу с разными по теплоте лидами. Например, если у вас есть пролонгации в обучении, то продажа пролонгаций – отдельный процент. Вы можете ситуативно выставлять дополнительный процент на отдельный курс, услугу или продукт. Или если у вас есть большая база остывших со временем лидов, то менеджер может получать процент выше основного.

Если менеджер не выполнил плана на месяц, он получает меньший процент от оборота. Стандартный процент – если выполнил план и повышенный – если план перевыполнил.

Основная мысль такой мотивации – продавец должен ЗАРАБОТАТЬ на зарплату. Да, есть фиксированная часть зарплаты, за которую вы должны быть уверены, что менеджер работает положенное количество часов, ведет базу, делает положенное количество звонков и переписок. Можно обойтись и без фиксированной части зарплаты и оставить только процент от оборота, но тогда сотрудника бывает тяжело контролировать.

Но на одной денежной мотивации работать долго не получится. Нужно устраивать конкурсы среди продавцов, где приз может быть символическим – подаренная книга, билеты в кино или даже грамота.

В любом бизнесе есть процессы, которые напрямую не ведут к продажам, но обязательны к выполнению. Например, приход вовремя, ведение Базы Клиентов. Если есть систематические нарушения – штрафуйте.

Систему штрафов и мотивации пропишите ДО того, как нанимаете сотрудника, чтобы это не выглядело самоуправством. Человек заранее должен понимать правила игры. Мотивацию можно и нужно корректировать, но не чаще, чем раз в полгода, иначе сотрудники запутаются.

8. Контроль менеджеров

Забудьте о мысли, что если вы набрали классных продавцов, они будут делать кассу без вашего контроля. Установите ключевые моменты, по которым сотрудник будет вести отчет.

Что это может быть:

- количество касаний с лидами и общее время разговора с ними
- прослушка звонков и просмотр переписок
- четкое ведение Базы Клиентов

Некоторые руководители просят высылать отчет в виде сообщения каждый день, где зафиксировано количество обращений, количество исходящих звонков, количество продаж.

Обязательно нанимайте тайного покупателя для того, чтобы отслеживать, работает ли продавец по скриптам, есть ли слабые места.

9. Включайте продавцов в составление Базы Знаний

Они больше всех взаимодействуют с клиентами и лидами и знают «слепые пятна» маркетинга и продукта. Если продавцы будут собирать типичные вопросы лидов, проблемы в ходе работы и записывать их, то у вас будет формироваться База Знаний, которая пригодится новым продавцам. Так же вы можете прислушиваться с вашим сотрудникам и менять маркетинговые ходы, если советы адекватны. Но иногда сотрудники просто ленятся или не хотят усложнять себе жизнь, и как следствие их советы и пожелания могут идти во вред компании. Например, не хотят вести Базу Клиентов или прозванивать «зависших» лидов, потому что проще продавать очень теплым или горячим, а с холодными никто возиться не хочет. Но там – ваши деньги, а значит, нужно работать и с ними.

10. Ошибка – не приговор. А вот три страйка – заявка на увольнение

Если человек неверно провел диалог, но исправился – хорошо, в следующий раз он уже будет мудрее. А вот если ваши замечания для сотрудника пролетают как летние дни – незаметно – то задумайтесь, нужен ли вам такой сотрудник, какой бы лапочка он в личном общении ни был.

11. Обучение продавцов – ваша прямая обязанность.

Не ждите, что менеджер ночами читает книги по продажам. Нанимайте тренеров по продажам, проводите обучение и экзамены по знанию продукта, скриптов и клиентоориентированности. Эти инвестиции окупаются всегда.

Мнения разнятся насчет того, нужно ли заставлять продавцов выучивать скрип наизусть. Я придерживаюсь мнения, что продавец должен понимать суть продаж, этапы диалога и разбираться в том, что продает. Если вы обучите менеджеров по продажам техникам и принципам построения диалога, то скрипт как тест на бумажке в итоге не понадобится.

С другой стороны заученные формулировки помогут:

- новым сотрудникам, которые еще не набрались опыта продаж
- если у вас ежедневно большое количество касаний с лидами (заявок, переписок, звонков), стандартизированная услуга и типичные возражения от людей.



Болезнь

Куча запросов по переписке – продаж мало.



Симптом

Я уже зрение посадил со всеми переписки вести, а продаж все нет. Может, я что-то не так делаю? Они же спрашивают – я отвечаю. Все же верно?



Лекарство

Верно! Не отвечать нельзя. Но еще лучше – активно продавать по переписке самому. Посмотрите блок «Как продавать по переписке» и внедряйте.

Как продавать по переписке?

Принцип работы по переписке ровно такой же, как если бы мы разговаривали по телефону или встречались лично. Самое важное – вести диалог активно самому, а не ждать, пока нам будут задавать вопросы.

Правила продающих переписок:

1. перехватывать инициативу

Даже если у нас в директ или сообщения спрашивают стоимость услуги или товара, наша задача – озвучить цену и задать встречный вопрос (См. «Вопросы выявления потребностей»)

Идеально, когда любой ваш ответ заканчивается вопросом – так мы активно вовлекаем человека в диалог.

2. Если это возможно – берите телефон

Не всегда переписку удобно вести в социальных сетях, кому-то удобно общаться в мессенджерах или проще созвониться.

3. Пишите о пользе продукта, а не только о его характеристиках.

Например, если к вам записываются на маникюр, вы можете предложить несколько вариантов – аппаратный, обрезной, с дополнительным уходом. Расскажите, в чем прелесть для клиента каждого варианта – быстрее, безопаснее, подходит для сухой кожи.

4. Отправляйте реквизиты отдельным сообщением.

Наверняка вы сами сталкивались с такой ситуацией. Вы готовы перевести аванс или оплатить услугу. Исполнитель присылает сообщение, в конце которого есть номер карты или телефона для перевода денег.

Только в некоторых соцсетях, например, в Инстаграме, телефон и карта не кликабельны. Вы вынуждены копировать сообщение в заметки. Там копировать телефон отдельно, вставлять его в приложение для оплаты.

Каждый лишний клик вызывает желание оплатить потом, когда будет удобно произвести все эти манипуляции с копированием. В итоге вы можете и забыть перевести деньги, или просто передумать.

Пришлите реквизиты отдельным сообщением – так вы облегчите жизнь вашего потенциального клиента.

5. Не злоупотребляйте смайлами.

Да, они могут передавать эмоцию, если текстом не получается. Но сплошные цветочки, смайлы без повода не располагают. Располагает ваша заинтересованность клиентом, которую можно показать активным диалогом, выявлением потребности, правильной презентацией услуги.

Во всем остальном правила продаж по переписке ничем не отличаются от продаж в личном общении.



Болезнь

Не понимаю, о чем писать в соцсетях, чтобы они приносили деньги.



Симптом

Доктор, я в предобморочном состоянии. Пишу посты – ноль эффекта. Ни лайка, ни комментария. О продажах уже молчу. А иногда в таком ступоре – что написать? Перед глазами чистый лист. Как рассказать о своей работе, о себе? Это лечится?



Лекарство

Ну а то! Для вас есть очень эффективное решение – блок «Как писать в соцсетях, чтобы продавать». Он очень подробный, компонентов много, зато вы навсегда забудете о вашем недуге.

Как писать в соцсетях, чтобы продавать?

ВЫ НИКОМУ НЕ ИНТЕРЕСНЫ, пока не стали superstar. Контентом мы решаем проблемы читателя, а не просто самовыражаемся.

Жестоко, но это так. Нас читают и будут читать, если в постах мы решаем задачи потенциальных клиентов.

Есть 3 основных типа постов, которые хорошо работают в соцсетях.

Практическая Решаю прикладные задачи	Социальная Я – молодец. Я – часть тех, кто лучше всех	Эмоциональная Смех. Снятие соцнапряжения
Экспертные посты	Отзывы	Я и семья
Рабочий сторителлинг	Разборы (комьюнити и звезд)	Личный сторителлинг
Кейсы	Общение в комментариях Книги, фильмы, подборки	Самоирония и посты про уязвимость. Странные привычки. Guilty pleasure. Смешные ситуации и эмоции
Автобиография эксперта	Рассуждения о событиях в обществе, мире	

Практическая задача

Что в голове у клиента: «Болит», «горит» какой-то вопрос, и он ищет решение.

Какие посты писать: Те, что показывают вашу экспертизу в вопросе.

Что волнует ваших клиентов? Выпишите вопросы, которые они задают в комментариях у вас или конкурентов. С какими запросами приходят на консультации, пишут в директ?

Подумайте, есть ли у вас примеры и иллюстрации того, как вы можете решить вопрос?

Если да, то используйте это в постах.

Например, девушка не может найти достойного мужчину. Вы можете рассказать на примерах клиентов или на своем собственном, как ваш метод помог решить проблему.

или

Дома в небольшой комнате нужно сделать зоны для детей разного возраста. Какие приемы бы вы использовали?

или

Как договориться с продюсером об условиях работы? Какие могут быть подводные камни?

Выбор услуги, советы от эксперта, как разобраться с организацией пространства дома, выбором тонального средства, вуза для ребенка, выбрать подрядчика и т.д.

Что в голове у клиента: Нет доверия. Он не понимает, можно ли вам доверять.

Какие посты писать: Посты про вашу ежедневную работу. Что для вас рутина – для другого магия. Показывайте, как вы выполняете заказы, с какими сложностями и задачами сталкиваетесь, как их решаете.

Например:

- Как вы составляете тренировки для подопечных
- Как делаете дизайн-проект
- Как проводите рабочие планерки
- Как вы делаете закупки или моменты общения с поставщиками
- Как отбираете лучшее, по каким критериям
- Как пишете программу курса

Что в голове у клиента: Ну ок. Убедил, работа у тебя есть.
А результаты?

Какие посты писать: Кейсы – **оцифрованные результаты ваших клиентов.**

Если отзыв – это по большей части эмоциональный рассказ клиента о работе, то в кейсах придерживаются структуры и акцент смещается на «до-после».

Структура кейса:

1. Заголовок – ключевое сведение о результате проделанной работы.
2. Что было до того как к вам пришел клиент?
3. Как вы работали? Метод, схема, что делали
4. В чем был корень проблемы, запрос?
5. Что получилось в итоге

Например, как может выглядеть структура такого поста:

Проработка установок, мешающих сменить работу

1. Ко мне обратился Олег, 39 лет, топ-менеджер в банке. Уже 5 лет живет с ощущением, что работает не на своем месте. В последний год мучает бессонница и головные боли.
2. Мы провели диагностическую сессию и 4 полноценных встречи за месяц.
3. В течение работы через гештальт и арт-терапию выяснили, что двигаться мешала установка «от добра добра не ищут». Мы проработали эту установку. Олег стал рассматривать вариант уйти консультантом во фриланс.
4. Олег пошел учиться на дополнительные курсы по финансам и планирует к концу года сменить сферу деятельности. Бессонница ушла, вместе с ней и головные боли.

Что в голове у клиента: А кто ты такой?
Чем ты можешь быть мне полезен?

Какие посты писать: Автобиографию эксперта. Главное – писать с точки зрения пользы для клиента, а не просто рассказывать, какие мы молодцы.

Структура биографии

- Представиться
- Почему вы? Почему вы этому обучаете, почему у вас есть такая экспертиза, почему вы именно этим занялись, почему именно эти методики вы используете и для чего (вкратце). Хороший способ – позвоните любому из своих друзей или клиентов и спросите, почему они выбрали работать с вами – вам дадут ответ
- Основная идея и миссия – что мы хотим реализовать с помощью этого проекта? Зачем вы это делаете? Какую пользу миру хотите принести?
- Компетенция – 3 компетенции, в которых вы считаете себя экспертом или хотите стать экспертом в этой области. Четкие, конкретные, ясные, результативные, результат понятный людям
- Опыт в числах – опыт в годах, количество консультаций, проектов
- Раньше – наш жизненный опыт, который привел к текущему состоянию. 3 – 5 предложений, почему вы решили помогать людям именно в этой области.
- Регалии – ищите все свои дипломы, награды, сертификаты, тренинги, которые вы проходили, премии, кубки – делаете фото или сканируете
- Образование и карьера – как вы пришли к этой тематике? Что вы изучили, прочитали, прошли, какое у вас образование
- Кейсы наших клиентов – наши результаты. С фото проекта, заголовком и описанием. Что было до, как вы пришли к результату и сам конечный результат. Как это повлияло на жизнь?
- Примеры тренингов, которые вы прослушали или прошли (тут все понятно – просто списком)
- Отзывы – желательно видео-отзыв, можно через скайп записать сразу заголовки и сам отзыв
- Любимые темы – любимые кейсы, что вас зацепило, какие-то истории, что лично вам понравилось, что вызвало лично у вас резонанс
- Примеры выступлений – видео, фото, где выступали и когда
- Живые примеры вашей работы/как проходит работа. Фотографии процесса – с выступлений, тренингов, игр, консультаций, и т.д.
- Свободное время – что вы делаете в свободное время (фото, истории, хобби, увлечения и т.д.)

Социальная задача

Что в голове у клиента: Ок, результаты вроде показываешь. А как ты нравишься людям? А кто с тобой работает?

Какие посты писать: Отзывы клиентов. Запомните фразу, которая отражает правило публикации отзывов:

Много Реальных Отзывов о Задачах

- Главное правило отзывов – чем больше, тем лучше. Приветствуются письменные, видео-форматы с дублированием информации текстом. Если их много, то лучше собирать их в одном месте – в дополнительном аккаунте или в «вечных сториз», но в контентных постах лучше размещать кейсы, о которых расскажу чуть позже
- Размещайте только реальные отзывы. Если их пишете за клиента вы или копирайтер, скорее всего, внимательный читатель заметит натянутость, один стиль написания. Купленные отзывы могут бросить тень на бренд
- Спрашивайте разрешения у клиента перед тем, как публиковать отзыв. Например: «Ольга, могу я вашим отзывом поделиться в соцсетях и повесить на сайт?»
- В заголовке пишите тему или задачу, с которой пришел клиент. Так читателю будет проще искать вопрос, который ему интересен

Какая может быть структура отзыва:

- Как вы меня нашли?
- Почему выбрали именно меня?
- С какой задачей пришли? Насколько остро стояла задача? Долго ли выбирали эксперта? Что послужило последней каплей при решении купить?
- Каких результатов вы добились?
- Насколько вы довольны моей работой?
- Что особенно запомнилось? Что было самое неожиданное?
- Кому вы готовы меня порекомендовать?

Отзыв повышает доверие потенциальных покупателей на эмоциональном уровне. Клиент довольный, делится впечатлениями, примечательными моментами. Но часто отзыв не дает ясного понимания, чем же вы конкретно занимаетесь и какой результат клиент получает. Поэтому есть второй способ рассказать о вашей работе с клиентом с практической точки зрения – описать кейс.

Что в голове у клиента: Человек всегда хочет быть включен в самую звездную и сильную компанию. Работать – с лучшими. Ведь так я сам становлюсь лучшим. Читать – самых интересных. Ведь так и я становлюсь интереснее. Рассказывать о актуальном – тем самым показывая себе и другим, что в тренде.

Какие посты писать: Включающие человека в вашу профессиональную тусовку или комьюнити (читатели, почитатели, клиенты, друзья).

- **Разборы ситуаций, кейсов, сильных брендов, поведения селебрити в вашей области**

Это показывает вашу экспертность, приобщает человека к вашей профессиональной сфере и опосредованно – к самым известным людям и брендам.

- **Рассуждения о событиях в обществе, мире**

Показывает вашу социальную позицию + что вы следите за тем, что происходит вокруг. Когда читатель понимает, что вы в тренде, он сам автоматически становится в тренде.

- **Общение в комментариях, подборки книг, фильмов, блогеров, курсов**

Люди любят быть причастным к социальным группам. Такие посты помогают выстраивать комьюнити вокруг вас. Вы становитесь лидером, чье мнение ценно. Люди видят, что в комментариях адекватные люди, которые активно общаются, делятся полезной информацией.

Эмоциональная задача

Что в голове у клиента: Мне грустно. Я переживаю из-за своих неудач. Я неувязок. У меня не получается.

Какие посты писать: Наша задача – чтобы читатель почувствовал себя лучше, веселее, почувствовал надежду, смирился с недостатками.

Посты, где вы иронично рассказываете о своих проблемах и их решениях

Истории о преодолении сложностей

Провалы, неудачи, выводы из них

Ваши странности, с которыми ничего не можете поделать

«Слепые пятна» – качества характера, которые вы переоцениваете, хотя все окружающие в курсе реального положения дел. Например, вы считаете себя дико организованным человеком, а близкие закатывают глаза на такую фразу и припоминают, как вы 5 раз опаздывали на самолет, потому что забывали паспорт.

Лайфхаки, где еще можно брать темы для постов

1. О чем пишут конкуренты?

Часто проблемы и темы, которые поднимаются в постах, повторяются. Это и хорошо! Значит, есть запрос от целевой аудитории. Почитайте, что пишут конкуренты. Подумайте, правильные рекомендации они дают или есть аспекты, с которыми вы могли бы поспорить? А может быть, вы согласны, но у вас есть свои примеры, способы работы.

Например, мне не нравились все советы по поиску предназначения. В итоге написала серию постов про свой метод, которые потом вылились в целую книгу. Про предназначение пишут многие, потому что это большое место у людей, но я рассказала о своем взгляде на этот вопрос.

2. Творческий блокнот для личных постов

У всех авторов есть одно место, где они коротко фиксируют темы и мысли, которые приходят в течение дня. Понравилась какая-то мысль в книге или фильме, может быть, обсуждали тему с родными и нашли, что это интересно было бы написать в блоге.

Вы можете вести такой блокнот на бумаге или в заметках телефона. Сейчас этот совет кажется преждевременным, но по опыту скажу – тонны хороших тем просто забываются. Лучше потратить 10 секунд и зафиксировать мысль, чем сидеть часами над пустым листом.

3. Спросить у своей команды

Если у вас есть таргетолог или помощник, юрист, бухгалтер, менеджеры – они могут быть вашим источником экспертного материала. Например, менеджеры по продажам могут рассказать несколько способов управлением собственным состоянием во время разговора. А бухгалтер – какую систему налогообложения выбрать, если ты репетитор.

Как вести экспертный блог?

Любой ваш пост так или иначе продающий. Он может или анонсировать продукт, или продавать вас как эксперта или человека, но в социальных сетях вы можете делать только 2 вещи – или продавать себя, или дискредитировать.

Ситуация на рынке очень быстро меняется. Еще полгода назад были в моде экспертные блоги, потом личные бренды.

Нет правильного и неправильного пути. Блог – это забег на длинную дистанцию. Выберите любой комфортный стиль ведения блога.

Можно начинать с 50 % экспертных постов и 50 % более расслабленных, о ваших размышлениях или советах не по вашей специализации. В любом случае они будут отражать вас как человека и как эксперта.

Чем больше у вас будет клиентов, тем больше будет кейсов. Если пока кейсов мало, вы можете писать о методе работы, о себе как эксперте.

Если кейсов пока нет, то пишите о личных переживаниях, вплетая туда знания и умения по вашей теме.

Например, вот в этом посте я соединила личное + добавила профессиональное:

«Последние дни я смотрела на свои показатели скрытой пищевой аллергии – не, я всегда подозревала, что ПП меня убьет, но другое дело, когда видишь, что дичайше зашкаливают показатели на непереносимость курицы, яиц, овсянки и бананов. Я сначала обрадовалась, потому что это ПП у меня уже в печенках, а тут есть справка-освобождение от врача.

Потом расстроилась, потому что это же 80 % моего рациона. Но тут я поняла, что ни шампанское, ни шоколад, ни устрицы не попали в категорию «еда-убийцы», а значит, жить можно».

Я довольно часто отказываю в консультациях по скриптам или найму продавцов, потому что на первый взгляд действие может быть и правильное, как омлет с утра с куриной грудкой, но лучше убедиться, что бизнес-организм работает без сбоев. Потому что если продавать усиленно с отрицательной экономикой, то вы разоритесь.

Есть свои признаки «скрытой аллергии», когда нужно садится и сводить финансовые показатели:

- Вроде деньги есть, но и неясно сколько
- Вроде никому не должен, но это только в этом месяце
- Есть расходы, которые вы держите в голове, но никогда не считаете всерьез
- Вам некомфортно в конце месяца при подсчете прибыли, но не можете уловить, что не так
- Вы при слове кэшфлоу впадаете в ступор

Хотя вроде бы меня и не должны заботить чужие цифры и финансовые ямы и всегда можно провести консультацию по скриптам и удалиться, но меня совесть мучает, что результата не будет.

Вы можете таким образом проанализировать ситуации в жизни или из кино – главное, чтобы для читателя была польза в посте. Например, в моем посте я через сравнение аллергии и денежных проблем показала, где может быть проблема в бизнесе.

Стиль постов

Самое лучшее – нейтральный тон. Если вы уже неплохо пишете, а самое главное – любите писать, то это здорово, но если нет – польза, которую вы будете давать, намного важнее стилистики.

Самое лучшее, что можно сделать – купить книгу «Пиши. Сокращай» и потихоньку внедрять из нее советы. Через пару месяцев ваши посты станут красивыми и понятными.

Нужен ли жесткий контент-план?

В блогах можно использовать 2 типа постов.

Первый – «вечнозеленые» темы, их можно писать заранее.

Например, темы «как найти мужчину, почему не ладится на работе или в семье» – вечные и обычно имеют алгоритм решения, который никак не меняется от дня, когда вы выложите пост.

Если я пишу о продажах, то могу смело использовать заготовки или старые мысли, потому что структура продаж не меняется уже лет 50.

Второй – «ситуация – ваше мнение»

Что-то произошло глобальное в мире или в вашей семье

Вы посмотрели новый сериал или прошли обучение.

Вы столкнулись с несправедливостью или хамством

Случайный прохожий помог, хотя не должен был и т.д.

Такие посты лучше писать в потоке жизни, и выкладывать, пока они актуальны для читателя.

Например, я могу посмотреть мультик «Душа» и описать свои ощущения после. Лучше такие посты писать «по свежим следам», когда и мультик новый, и ваши эмоции яркие.

Нет жесткой структуры, как вы распределите эти посты в вашем блоге. Достаточно иметь список тем, писать в комфортном, но ритмичном темпе. Например, 2 раза в неделю. Регулярность в этом деле важнее порядка постов. Через месяц-два вы сами сможете составить контент-план из тем, которые будете брать из блокнота или списка болей ЦА.

Как можно писать посты?

1. Наговорить тему на диктофон и расшифровать в текст. Этот способ подходит для тех, кто не любит писать.

2. Использовать фрирайтинг. Вы начинаете писать по теме все, что приходит в голову, а потом отсекаете лишнее или разбиваете на несколько постов. Такой способ хорош, если у вас страх начать писать, но использовать его лучше дозировано, в качестве творческой разминки
3. Написать структуру и по ней следовать. Один пост – одна мысль. Подумайте, что вы хотите донести до читателя? Есть ли у вас примеры по теме? Есть ли антипримеры – что плохого произойдет, если делать по-другому? Напишите по пунктам, что вы хотите донести до читателя. Только потом приступайте к тексту. Это поможет вам не отклоняться от темы, пост станет стройным, ясным и читабельным.

Плохой пост: вы начали освещать тему, но потеряли нить или ушли в сторону.

Если человек прочтет мешанину из смыслов и советов – это будет только во вред. Читатель расстроится, потому что не поймет, зачем он потратил время на прочтение. Поэтому я рекомендую сперва прописывать структуру, только потом приступать к написанию поста. Потом с опытом структура будет выстраиваться с голое.

Правила написания постов

1. Проверяйте свои тексты на специальных порталах на орфографию и пунктуацию

Не всегда пропущенные запятые – авторский знак препинания. Придерживайтесь классики правил русского языка.

«Вы» по правилам пишется с маленькой буквы. Да, знаю, странно, но так и есть.

Заменяйте лексические повторы (ЛП) синонимами

Нет повторам слов в соседних предложениях. Это же и относится к местоимениям «вы», «ваше», «я». В большинстве случаев их можно вообще опустить без потери смысла.

Например:

Я (ЛП) пошла в больницу (ЛП) проверить желудок. В больнице (ЛП) мне (ЛП) сказали, что все в порядке, но боли не утихают.

Тут два раза подряд используется одно и то же слово + однокоренные (я – мне).

Чистим текст:

Я пошла в больницу проверить желудок. Врач сказал, что все в порядке, но боли так и не утихают.

2. Пишите или понятный заголовок, или интригующую завязку

Самое эффективное – в заголовке написать тему, которую вы хотите раскрыть, без тайны и интриги. Человек прочитает заголовок и поймет – нужна ли ему эта информация или нет.

Например:

2 причины, почему у вас нет денег

Как справиться с тревогой насчет первого свидания?

Как может медитация помочь с нейродермитом

3 способа найти хорошего менеджера по продажам

Как писать шапку профиля?

Если у вас пост-история, то как заставить читателя продолжить следить за ней? Яркой завязкой. Начинайте с самого эмоционального и сильного места, даже если это середина истории.

Я подростком сбегала из дома, разбивала машину брата, но сегодня по экспрессивности поступка переплюнула даже Дональда Трампа – подала документы в институт.

Такая завязка раскрывает бунтарский характер автора и одновременно заставляет читателя гадать – почему подача заявления в институт становится чем-то из ряда вон? Может, у автора необычные жизненные обстоятельства? Или это юмористический пост? А может, там скрыта какая-то драма? Эти вопросы заставляют нас читать пост дальше.

3. Убирайте канцеляризмы

Пишите проще, в этом вся сила. Вытравливайте из себя чиновника, дайте жизни писателю, он задыхается под вашими «вышеизложенными пунктами».

Как этому научиться: внедряйте советы из книги М. Ильяхова «Пиши. Со-кращай».

4. Используйте понятные примеры любой абстрактной мысли

Пример абстракции: подсознание регулирует ваше поведение. Даже если вы осознаете деструктивность своего решения, не можете от него отказаться.

Мне неясно, что такое подсознание и как это оно меня регулирует? Что такое деструктивное поведение? Добавляем расшифровку:

Подсознание регулирует ваше поведение. Даже если вы осознаете деструктивность своего решения, не можете от него отказаться.

Например, когда мама вас хвалила, то всегда покупала конфеты. В голове закрепилось «сладкое – хорошо». Теперь каждый раз, когда хотите себя поддержать, покупаете «Баунти», хотя сознанием понимаете, что это вредно.

На каждую абстракцию подбирайте понятный пример, тогда читателю станет ясно, о чем вы говорите и как это связано с его жизнью.

Если рука тянется к обезличенным конструкциям, скажем, «качественное изменение жизни», подумайте, как можно раскрыть смысл на примерах. Что конкретно кроется в этом предложении? Представьте, что вы даете совет своей близкой подруге, которая сидит у вас на кухне и не знает, как ей вырваться из постылого брака. Вот такую лексику и используйте.

5. Смягчайте свою категоричность

Вместо «как всем известно», «всегда» и т.п. используйте мягкие обороты «как правило», «исходя из моего опыта» и т.д.

6. 1 пост – 1 мысль

Если вы берете масштабную тему, разбивайте ее на подтемы и связывайте в цикл постов. Лучше в одном посте подробно рассказать про одну важную деталь вашей работы, чем про 10 по верхам.

7. Самоирония, юмор и легкость

Добавляйте юмор, неизбежные сравнения и обороты. Но только после того, как будете уверены в структуре статьи.

Что значит «избитое сравнение»? Те выражения, которые мы на автомате используем в повседневной жизни: сладкие речи, натянутый как струна, бледный как привидение.

Как можно?

Говорил так, будто читал то самое стихотворение из детского сада – с выражением, трясущимися коленками и пустыми глазами.

Возможная ошибка: уйти в самолюбование и вставлять юмор ради юмора.