

# ЧЕК-ЛИСТ

*по клиентам*



@MARGO.SAVCHUK

Клиентов можно найти на абсолютно любую сферу/услугу. Хотя на смм, хоть на картины на заказ, вязанные вещи, разработку меню для кафе, музыкальную подборку для фитнес клуба, организацию праздников для детей или свадеб, доставку букетов, анализ конкурентов блогеров и консультации по психологии или астрологии. В общем, абсолютно на любую идею заработка можно найти клиентов, при условии, что продукт адекватный :)

**Задание 1.** Каждую услугу и товар где-то ждет свой клиент, твоя задача - его найти. И сейчас мы разберём, что же нужно для того, чтоб клиенты были :)

Что нужно, чтоб были продажи?	Твои действия для этого
<div> <b>1. Знать свою целевую аудиторию (ца)</b></div> <p>У каждого продукта есть своя целевая аудитория. <b>Целевая аудитория</b> – это люди, которые сейчас очень хотят купить твой продукт. Есть же на свете люди, которым поможет твой продукт. Они его прям сейчас ищут. Например, есть же блогеры, которые прям сейчас ищут менеджера и думают, как бы освободить своё время.</p> <p>Или другой пример: девушка выбирает подарок парню и ломает голову над этим, а ты как раз делаешь подарочные боксы. Это твой потенциальный клиент, твоя задача на него выйти и грамотно предложить свой продукт :)</p> <p>Незнание своей целевой аудитории может привести к пустой трате денег и времени. Приведу пример: ты рассылаешь каждый день предложения сделать сайт, но тебе не отвечают.</p>	<p>Опиши своего идеального клиента. Кто он?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>Что ему нужно?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>Зачем ему это нужно?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>Когда?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <p>Где его можно найти?</p> <hr/> <hr/> <hr/>

Чем чётче ты знаешь свою ЦА, тем быстрее ты найдёшь своего клиента. Ты будешь реже стучаться не в ту дверь попусту. Поэтому не ленись, анализируй своих клиентов.

Проблема может быть в том, что ты рассылаешь людям, которым он вообще не нужен. И не в тебе тут проблема, не в твоих сайтах. А в том, что ты не попал в целевую аудиторию.



## 2. Знание болей клиента.

Часто мы попадаем в ЦА и да, этим людям точно нужен сайт, который ты умеешь делать, но продаж всё равно нет. В чем может быть причина? Ты не так доносишь суть своего проекта, и у клиента не складывается понимание, что то, что ты ему предлагаешь - это то, что ему нужно сейчас.

### **Боли клиента – то, о чём у клиента**

**болит голова.** Если предложить клиенту решение проблем и презентовать продукт/услугу с разных сторон, с учётом существующих болей, которые может закрыть твой продукт, то будет легче продать.

Например, я хочу научиться отдыхать и для этого мне надо найти хобби. Мне попадаетея реклама курсов рисования, но в ней рисование презентуется не как хобби, а как навык для саморазвития и заработка.

Например: Что? программа питания.  
ЦА: девушки 15-25 лет, которые хотят похудеть перед летом, чтоб влезть в любимые шорты и иметь красивую фигуру.

**P.S.** Напиши базовые критерии потенциального клиента: пол, возраст, семейное положение, город, доход.

Теперь подумай, где ты можешь встретить своего идеального клиента? Например, в чате какого-то курса, на улице, на каком-то мероприятии. Напиши, где твои клиенты чаще всего сидят, куда они ходят? Где ты им можешь написать?

---

---

---

То есть получается, что продукт один, в ЦА попадает, но то, какими словами мне про него рассказывают, не попадает в мою боль и я не покупаю. Поэтому важно знать ВСЕ боли клиентов и в ходе разговора подстраивать презентацию своего продукта под то, что СЕЙЧАС болит у клиента.

### Пример болей клиента:

- Нехватка времени (мы будем приезжать к вам на дом, от вас потребуется минимум времени)
- Нехватка финансов (объяснения на курсе, как зарабатывать, чтоб увеличить свой доход и закрыть свои потребности)
- Желание научиться отдыхать (это навык, который большинство людей использует как отдушину, он успокаивает и воодушевляет)
- Непонимание терминов из мира бизнеса (объяснение терминов из разных сфер (маркетинг, смм, копирайтинг) доступным языком и с кучей примеров)

## 3. Описание, презентация продукта

Этот пункт похож на предыдущий, но шире. Важно правильно уметь доносить суть своего продукта до клиента. Когда рассказываешь о своём продукте, важно самому гореть тем, что делаешь, и уметь зажечь описанием продукта своего потенциального клиента.

Этот пункт похож на предыдущий, но шире. Важно правильно уметь доносить суть своего продукта до клиента. Когда рассказываешь о своём продукте, важно самому гореть тем, что делаешь, и уметь заечь описанием продукта своего потенциального клиента. Важно правильно донести о своем продукте и иметь полноценное лаконичное письмо.

После твоего описания у клиента четко должно быть представление о том, для чего ему твой продукт и ЧТО ВНУТРИ ПРОДУКТА, что именно ты ему продаешь, из чего это состоит. Описание продукта может понадобиться при личном разговоре с клиентом, созвоне, написании письма или на сайте. Поэтому у тебя оно должно быть заготовлено заранее.

### Пример:

-Сперва расскажи клиенту, какие боли может решить твой продукт/услуга. Можно это сделать вопросами, а можно красиво сформулировать и закрыть их боли фразами.

-Затем расскажи, почему клиент должен купить именно у тебя? В чем твои достоинства и отличия от конкурентов? Например, у тебя самые быстрые сроки, ты можешь оказать услугу в тот же день.

-Чем твой продукт может зацепить клиента? Например, у тебя есть чаты участников на курсе, где общение 24/7, постоянная мотивация и поддержка.

Напиши сюда итоговое идеальное представление своего продукта.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Или у тебя классная геймификация и купив твой продукт, клиент может выиграть макбук.

-И в конце разговора постарайся закрыть все возражения клиента.

## **ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ,**

которое обязательно надо сделать :)

Пришли свое

письмо-описание-предложения товара друзьям и близким и попроси КРИТИКУ.

Не «как тебе письмо?», а «скажи, пожалуйста, что исправить или что добавить? Раскрывает ли моё письмо мой продукт? Все ли из него понятно?»

Выпиши все замечания, которые тебе сделали, и исправь свое письмо.



## **4. Свой сайт/портфолио**

Сейчас свой сайт/портфолио – является визитной карточкой. Конечно, ты можешь каждому клиенту объяснять всё на словах или кидать примеры своих работ в хаотичном порядке, но это не выглядит профессионально и чаще всего не вызывает доверия.

К тому же, сделать свой сайт несложно. Ты можешь нанять человека (это не так дорого стоит), а можешь сделать сайт самостоятельно. Сейчас есть много специальных конструкторов (советую Тильду), с помощью которых сайт можно сделать за 1-2 дня.

Мы поговорили о важности сайта/портфолио. Теперь подумай, где ты создашь свою визитную карточку?

---

---

---

Что тебе надо сделать для того, чтоб оформить сайт/портфолио? Распиши прям по шагам. Например, ты делаешь маникюр на дому. Для того, чтоб все работы были в одном месте, ты можешь создать рабочую страницу в инстаграм.

Без сайта или портфолио твой продукт сразу выглядит неконкурентоспособным. Потому без этого клиент не понимает, из чего именно состоит твой продукт/услуга, не видит отзывы клиентов и так далее. Уточнять все эти нюансы лично ему может быть лень или клиент сразу не заинтересуется услугой, поэтому он просто уйдет к конкуренту с сайтом, где будет все в одном месте.

Итак, где же можно сделать сайт/портфолио?

Можно сделать рабочую страницу в инстаграме или группу в контакте – это будет как портфолио. А можно сделать сайт на специальном конструкторе.



## 5. Проанализировать конкурентов

Многие боятся конкурентов, поэтому не начинают бизнес. Но конкурентов бояться не надо. У них можно взять много хорошего. Потому что конкуренты проделали уже большой путь, и его можно подсмотреть и ответить на многие свои вопросы.

С помощью мониторинга конкурентов ты сможешь понять, как делать круто, что работает в твоей нише, а как делать не нужно. Конкуренты - это ответы. Например, я практически каждый месяц заказываю анализ конкурентов то на свой блог, то на свои курсы, то на сайт.

Для этого тебе надо:

1) Найти фотографии-примеры своих работ, 2) Прописать шапку профиля, придумать ник, 3) Написать посты, сделать навигацию профиля, 4) В одном из постов прописать цены. Желательно прописать сразу все услуги, можно разбить на разные тарифы.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Приступай к анализу конкурентов. Кто твои конкуренты? Выпиши 10-20 конкурентов, которых будешь рассматривать.

1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_

5 \_\_\_\_\_

6 \_\_\_\_\_

7 \_\_\_\_\_

8 \_\_\_\_\_

9 \_\_\_\_\_

10 \_\_\_\_\_

Как и по каким критериям делать анализ конкурентов? Нужно найти минимум 10 конкурентов в своей сфере, желательно тех, которые на уровень выше. Сперва надо понять, кто твои конкуренты, а затем выписать все вопросы, которые у тебя есть. Например, есть ли сайт, как делать оплаты, сколько человек в команде, какие цены, как часто проводятся скидки и акции, как описывают свой продукт.



## 6. Подумай над ценами

Многие сталкиваются с трудностями при постановке цен, так как не знают, как их ставить. В каждой нише могут быть большие цены и маленькие. Зависит от того, на какой сегмент ты ориентируешься. Чтоб поставить цену, сделай анализ конкурентов и сравни своё качество продукта с другими

Также проанализируй все расходы на продукт/услугу, ещё обязательно считай себестоимость времени.

Постановка цены зависит от твоего уровня, целей (массовое потребление/дорогие клиенты) и продукта. Кстати, чтоб убрать риск продать слишком дёшево и чтоб была возможность продать дороже – можешь сделать разные тарифы.

Например, если ты делаешь подарочные боксы, то у тебя может быть маленький бокс, средний и большой.

Сделай анализ конкурентов по выбранным параметрам.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Тогда клиент вправе выбрать цену. Если ты репетитор, то можешь сделать занятия онлайн/офлайн, в группе и так далее. То есть сделать разные тарифы, чтоб клиент мог выбрать свою цену.

Подумай над ценами на свои услуги. Если понравилась идея с тарифами, то пропиши сразу все возможные тарифы.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **Задание 2.** Как находить продажи?

**Клиенты** – сердце любого бизнеса. В любом бизнесе надо осознавать, для кого и для чего мы делаем свой продукт/услугу. Например, я на протяжении всего времени ведения блога отвечаю и анализирую сообщения подписчиков, чувствую их запрос и боли.

И уже исходя из их потребностей, спроса я создаю свои продукты. Без личного общения с подписчиками, клиентами я бы не чувствовала их запроса и не могла бы удовлетворить его;) Поэтому важно знать своих клиентов и чувствовать их, **быть клиентоориентированными.**

Давай теперь посмотрим на способы нахождения клиентов. Где можно найти твоих потенциальных клиентов, кто будет рад получить твой продукт/услугу? Поделюсь и платными, и бесплатными способами.

# Бесплатные способы привлечения клиентов

## 1. Написать самостоятельно

Лучший способ для поиска первых клиентов – **предложить услугу тому, кому она действительно нужна путём правильно написанного письма**. Очень важно в своём письме нести пользу и дать потенциальному клиенту что-то бесплатно, показав свою компетентность и осведомлённость.

Например, клиенту требуются хайлайтсы для своего блога, и он разместил сторис о том, что ищет человека. Либо наоборот ты видишь, что хайлайтсы не оформлены, и это портит общее впечатление от аккаунта. Предложи свою помощь, написав письмо. От того, как ты и что пишешь, зависит, доверится ли тебе человек или нет.

Например, клиенту требуются хайлайтсы для своего блога, и он разместил сторис о том, что ищет человека. Либо наоборот ты видишь, что хайлайтсы не оформлены, и это портит общее впечатление от аккаунта. Предложи свою помощь, написав письмо. От того, как ты и что пишешь, зависит, доверится ли тебе человек или нет.

Сейчас приведу правильный и неправильный пример письма.

Напиши свой пример письма.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## ✗ Неправильный пример:

“ Добрый день! Я могу помочь вам с оформлением аккаунта. Вот ссылка на моё портфолио: ...

## ✓ Хороший пример:

“ Добрый день! Меня зовут Мария и занимаюсь веб-дизайном. Я давно подписана на твой аккаунт, слежу за его развитием с самого начала и радуюсь твоим успехам! Спасибо тебе за то, что ты делаешь.

Вчера в своём эфире ты упомянула, что планируешь создавать свой курс в ближайшее время и ищешь сейчас человека на оформление материалов. Я бы хотела тебе предложить свои услуги. Я попробовала задизайнить страницу чек-листа, старалась сделать в твоём стиле, так как знаю, как ты любишь все современное:) Он во вложении.

Также вот ссылка на моё портфолио: ☺

Буду рада работать с тобой и надеюсь на долгосрочное сотрудничество. Очень жду обратной связи.

Напиши, кому можно отправить это письмо.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Друзья, знакомые, родственники

Все должны знать, чем ты занимаешься. Никогда не ожидаешь, откуда могут прийти клиенты. Например, ты делаешь футболки или настраиваешь таргет, а твоего знакомого просят посоветовать таргетолога. Первым, кого советуют в таких случаях – своих знакомых.

→ Есть у тебя бизнес, расскажи об этом всем. Попроси друзей рассказать остальным, рекомендовать тебя – тогда человек не забудет это сделать.



Если ты печёшь торты, в первую очередь напиши знакомым, предложи им сделать первый торт со скидкой. Со временем клиентов станет больше, тебя будут советовать.

→ 2 года назад у меня был заказ на создание курсов по продажам, хотя мой инстаграм не был еще так раскручен, и у меня особо не было своих курсов. Но я постоянно приходила домой воодушевленная и готовая творить, делилась инсайтами с бизнес-тренингов, говорила, что тоже хочу создавать масштабные проекты и мотивировать людей.



Папа тогда работал в фирме по продажам, которая позже захотела выйти в онлайн, и посоветовал меня директору этой фирмы :)



### 3. Портфолио или сайт

У тебя обязательно должно быть портфолио или сайт, которое можно рассылать, прилагать к коммерческим предложениям и размещать на биржах фриланса, форумах.

Большинству специалистов нужны портфолио, если они планируют сотрудничать с сильными личностями, известными компаниями и так далее. В портфолио желательно прилагать свои последние и лучшие работы, чтоб сразу показать уровень.

- Если ты работаешь фотографом, то размести своё портфолио на разных платформах, таким образом ты запомнишься большему количеству людей. У потенциальных клиентов есть возможность несколько раз его посмотреть, сделать выбор, посоветоваться с друзьями (которые потом тоже могут стать твоими клиентами).



### 4. Чаты

Находи беседы со своей целевой аудиторией, активничай в них, предоставляй бесплатные услуги, дай потенциальным клиентам себя заметить, правильно предлагай услуги.

- У меня на марафоне был ученик, который очень активно общался в чатах, всем помогал и поддерживал. После марафона он практически сразу запустил свой курс и набрал 600 участников, хотя у него не было и 1000 подписчиков.

Таким образом, если ты, к примеру, проходишь курс по маркетингу и планируешь им заниматься, то в чатах участников твоя целевая аудитория. Показывай там свою экспертность, давай советы, тем самым, вызвав желание обратиться к тебе за полной услугой. Также в чатах или при личной переписке ты можешь предложить бесплатный продукт.

## 5. Мероприятия

Ищи тематические мероприятия или места, где собраны твои потенциальные клиенты (день рождение блогера, университет или даже метро), заводи новые знакомства, не забывай давать свои визитки (сайт, инстаграм, портфолио, просто обычная визитка).

**Важное условие** – нельзя предлагать свою услугу напрямую, обязательно сперва надо показать свою экспертность, дать пользу (например, поделиться советом).

→ Ты можешь ходить на тематические мероприятия, потому что там твоя целевая аудитория. Отслеживай такие мероприятия на **timepad** и ходи на них.



Знакомься с людьми и давай им пользу, советы, делись инсайтами. После этого ты можешь немного рассказать о себе, своих услугах. Главное – чтоб у тебя был сайт/портфолио, на которые можно будет дать ссылку потенциальному клиенту.

Еще на таких мероприятиях ты можешь устраивать себе дни нетворкинга. Знакомиться с 10-15 людьми, сперва обязательно спрашивать про то, чем они занимаются, потом, если понимаешь, что можешь помочь, то искренне помоги человеку советом. И затем, если будет уместно, то расскажи про свои услуги исходя из болей клиента.

Например, я так ходила на тематические завтраки, где главной целью был нетворкинг. Мне сперва было безумно страшно туда идти, а тем более знакомиться, но я пересилила себя и знакомилась.

Так за раз я познакомилась с 10 людьми, 3 из которых взяли у меня и моей команды консультацию по инстаграму и инфобизнесу. Затем на эти мероприятия я стала брать с собой Айлару, количество консультаций и заказов для команды возросло в разы. Берите штурмом :)





## 7. Социальные сети

Социальные сети в наше время являются огромной возможностью и плюсом для создания своего продукта. Ты можешь вести коммерческий аккаунт, рассказывая о своем продукте и показывая его изнутри, чтоб людям было интересно наблюдать за его развитием.

Можно привлекать подписчиков и увеличивать количество продаж с помощью специальных приемов – конкурсов, коллабораций, специальных рубрик, рекламы.



- Ты владелец кондитерской, ведёшь блог о продукте. Проведи конкурс на 2-3 пирожных или разыграй сертификат на определенную сумму. Невероятно высокое количество клиентов можно привести с помощью конкурса.
- Мы недавно сотрудничали с шоурумом и продвигали их с помощью коллабораций. Коллаборации могут быть на разном уровне развития. Если у тебя небольшая аудитория, то объединяйся с похожими по характеристикам аккаунтами, если большая, то ищи таких же крупных.

Так вот, для шоурума мы продумали коллаборацию с магазином белья. Мы расписали контент-план на 3 дня, касающейся этой коллаборации – сперва продумали нативную рекламу, затем конкурсы, где розыгрышами были вещи из новой коллекции, а условием – подписка на оба аккаунта. И таких фишек много! Изучай и покоряй социальные сети, но учти, что фишки меняются постоянно, надо всегда быть в тренде и придумывать что-то новое.



## 8. Комментарии конкурентов

Находи конкурентов в социальных сетях, смотри спрос в их комментариях и пиши тем, кто интересовался какими-то деталями, в личные сообщения, предлагая свои услуги и закрывая их на покупку.

- Ты делаешь торты в Instagram, у тебя нет заказов на определенный день, но ты готов(а) в него испечь торт; у тебя красиво оформленный аккаунт (что очень важно) – заходи на странички с тортами, где в комментариях люди всегда интересуются какими-то деталями. Пиши этим людям:

“  
Добрый день, увидела Вашу заявку у (отмечай, где увидел(а)). Вам не ответили, я хотела предложить свою услугу, смотрите, вот мои варианты, если Вам будет интересно...

- Блогер в Instagram сделал конкурс «Бесплатный обзор профиля», выбрал одного победителя, а в комментариях осталось еще 300-500 человек, которые так же хотят разбор профиля. Пиши им в личные сообщения, предлагай свои услуги, закрывай на покупку.







## 9. Телефонные звонки

Собирай базу клиентов (холодную, когда ты звонишь незнакомым людям с целью продажи своего продукта/услуги и теплую, когда ты звонишь клиентам, которые уже как-то взаимодействовали с твоим продуктом, скорее всего покупали что-то).

Но помни, что цель обзвона клиентов не в том, чтоб сделать много звонков, а в том, чтоб сделать это качественно и донести основные мысли до потенциальных клиентов. Также желательно продумать примерный сценарий разговора заранее, то есть сказать о болях клиента, задать интересные вопросы и так далее.

→ Если ты печешь торты, то можешь купить базу контактов у человека, который продает цветы и сделать обзвон всех клиентов. По сути, это одна и та же целевая аудитория, соответственно и база. На эту работу можно нанять специального человека – call-менеджера, но можно и заняться самостоятельно.



## 10. Email-маркетинг

Email-маркетинг - один из видов маркетинга, который помогает в улучшении отношений с клиентами, их лояльности и увеличении продаж. На самом деле создание рассылок – это целый мир, я раньше злилась и сразу удаляла их, но потом, когда столкнулась с этим и узнала, сколько времени, сил и денег уходит на создание рассылок – стала читать все письма внимательно.

Ведь чтоб отправить письма и чтоб они помогли увеличить продажи, надо продумывать каждое письмо заранее, чередовать контент. Делать основной контент, скидки/акции, триггерные письма, продумывать сторителлинги и многое другое.

→ Недавно узнала о том, что только с помощью рассылок можно делать запуски. Мой знакомый делал рассылки каждый день, в день нашей встречи у него отправлялось 100-ое письмо. Подписчики ждали этих писем, и если они не приходили или приходили позже привычного времени, начинали паниковать и спрашивать.

Это был сторителлинг, растянутый на продолжительное время. Затем, с помощью рассылки он сделал запуск своего курса, конверсия оказалась очень высокой.



## 11. Тематические группы в вконтакте

Размещай свои услуги в тематических группах в соответствии со своей целевой аудиторией. Например, когда мне срочно нужен был дизайнер, я искала тематические группы дизайнеров.

Наткнулась на группу, на стене которой было огромное количество дизайнеров и их портфолио. И сработалась так с одной, потом, когда ко мне обращались за поисками дизайнера, я советовала ее.



- Если ты пишешь курсовые, то ты можешь размещать свои услуги в разнообразных тематических группах (МГИМО подслушано, МГУ подслушано и тд). Если ты репетитор, то такие группы, как ОГЭ, ЕГЭ, подготовка к ОГЭ/ЕГЭ и тому подобные – кладезь потенциальных клиентов для тебя.



## 12. Сарафанное радио

Каждый второй/третий клиент приходит по рекомендации. Обязательно проси клиентов, которым уже предоставлена услуга, рассказывать о тебе своим друзьям и знакомым, а для этого надо сделать всё, чтобы клиенту было выгодно рекомендовать твой продукт. И обязательно предлагай, что ты еще можешь сделать уже существующему клиенту. Если клиенту понравится твоя услуга, он будет рекомендовать тебя всем.

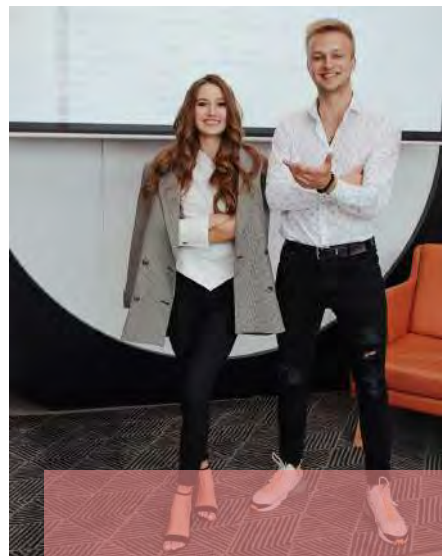
Но чтоб клиенты порекомендовали тебя, надо превзойти их ожидания. Ценность твоего продукта должна быть больше стоимости. И чем больше ты превзойдешь ожидания, тем лучше будет результат.

- У тебя есть свой курс, первый поток уже прошел – попроси их написать отзывы о твоём курсе. Также можно предложить человеку 500 рублей за каждого приведенного друга, допустим, если у тебя курс стоит 1000 рублей – ты получаешь 500 и этот человек получает 500.

### 13. Ищем партнеров

Находи нужных людей, присоединяй свои услуги или товары к партнерам. Ты рекламируешь их товары, они – твои.

- Ты продаешь футболки, а девочка – рюкзаки или кепки – предложи ей партнерство на выгодных условиях.



### 14. Помощь ментору

Найди наставника, который поделится с тобой своим опытом и даст полезные советы. На самом деле ментор необходим в любой сфере, ведь хорошо иметь человека, которому ты будешь задавать вопросы, ответы на которые самому может быть затруднительно найти. Чтобы договориться о менторстве, ты можешь написать письмо:

“

Добрый день! Я понимаю, что у вас мало свободного времени, но очень хочу встретиться с вами лично хотя бы на 15 минут. Могу подъехать в любое время и место, с меня чашка кофе

Но помни, что сотрудничество должно быть выгодно для обеих сторон, важно быть взаимовыгодными друг другу. Если человек согласится тебя менторить, то в будущем он сможет передавать часть заказов тебе.

- Ты хочешь заниматься флористикой. Так как заниматься самому этим очень сложно, лучше найти себе ментора, который научит тебя это всё реализовывать. Предлагай бесплатно свою помощь с формированием базы клиентов или логистикой, небольшой помощью с оформлением заказов и тд. Со временем, если человек не успевает с заказами, он может отдавать их тебе (например, 50/50).



## 15. Метод 10 бесплатных консультаций

Если ты в чем-то хорошо разбираешься, то ты можешь проводить бесплатные консультации для сбора отзывов (в идеале – для блогеров или знаменитостей, но так же и для знакомых или случайных людей, упаковывать методику и набирать базу).

- Хороший пример – блог. Блогеры безвозмездно делятся своими советами, создают бесплатные продукты и марафоны. От этого у аудитории возникает доверие к платным продуктам. Ведь если ты помогаешь человеку бесплатно, то значит на платной основе ты можешь дать еще больше. И человек это прекрасно понимает.



## 16. Партнерство за % от продаж

Есть возможность воспользоваться как официальной партнерской системой (например, <https://glopart.ru>), так и делать партнерство со своими продуктами.

- Я так сотрудничала со школой скорочтения и с курсами соционики. Приводила им клиентов и с каждого приведенного клиента получала 10-20%, но на эти деньги я как раз проходила эти курсы.



- Можно запартнёриться с блогером и предложить ему % от продаж. Например, ты разработал(а) чек-лист по скорочтению. Сделай макеты, сайт и возьми рекламу на свой продукт у блогера. Для того, чтоб отследить приход и понять, какой % платить, можешь сделать специальный промокод.



## 17. Биржи фриланса и тематические

Биржи фриланса – отличный способ заработка для новичков и тех, кому срочно нужны деньги. Там есть исполнители, которые уже набрали высокий рейтинг и соревноваться за большие заказы с ними трудно, но начинать можешь как раз с небольших заказов, чтоб набить руку и научиться общаться с клиентами, понять, как устроен рынок.

На биржах фриланса есть разные задания: от перевода из аудио в текст до обработки фотографий. С помощью таких разовых заданий ты можешь понять, чем хочешь заниматься на постоянной основе и какие навыки стоит прокачать.

- Можешь зарегистрироваться на любой бирже и начать искать заказы. Есть много реальных историй, когда с помощью бирж фриланса выходят на доход в 100.000 + в месяц либо находят крупных заказчиков, с кем в дальнейшем работают на постоянной основе.

# Платные способы привлечения клиентов



## 18. Реклама в социальных сетях

Похожий способ описывала в бесплатном, если удастся договориться. Но есть и другие варианты – таргет, реклама у блогеров, платные коллаборации и так далее. Ты можешь создать что-то новое и уникальное, используя воронку продаж.

Чтоб твой продукт зашел, нужны кликабельные макеты, тезисы и свой сайт. Затем бери рекламу и придумывай интересные способы подачи. Можешь пообещать какой-то бесплатный продукт.

→ Если ты ведешь тренировки, то сделай рекламные макеты, пообещав скидку на первое занятие или бесплатный пробный урок. Ставь этот макет на таргет и бери рекламу у блогеров. Лучше, конечно, сделать бесплатный пробный урок, чтоб клиент удостоверился в качестве и захотел прийти к тебе еще раз или приобрести абонемент. Такие макеты я видела и у известной студии растяжки – SM Stretching.



## 19. Листовки

Очень выгодный способ для определенных сфер (например, если это салон красоты). Важно уметь определить по товару или услуге актуальность этого метода именно для тебя.



→ У меня на менторстве была девочка, которая вела свои тренировки в отдельном помещении. После Нового года была проблема с клиентами и она стала искать новые способы поиска клиентов. Одним из способов были листовки. Она нашла все ближайшие локации, которые рядом с метро или рядом с соседними станциями, и расклеила везде свои листовки. Способ сработал!



## 20. Платные мероприятия

Способ, похожий на бесплатные мероприятия, только в этом случае можно найти более дорогих клиентов. Важно идти подготовленным, с портфолио и визитками, с подготовленным предложением. На таких мероприятиях главное правильно себя презентовать.



## 21. Образцы товаров

Используй витрины, шоурумы для рекламы твоих товаров.

- Если ты делаешь футболки, можешь договориться с шоурумом, чтобы там один стенд был отведен под твой бренд за определенную сумму.



## 22. Наружная реклама

Одним из методов, который снова становится актуальным, является реклама на асфальте. Также не теряет популярность реклама на крышах, рекламные щиты, свои рекламные объявления, в газетах/журналах.

- Если у тебя свое кафе, можно сделать интересную рекламу на асфальте в виде квеста.

- На рекламных щитах часто рекламируют различные мероприятия, концерты. Так, с помощью разных способов поиска клиентов, «синергия» рекламирует свои тренинги и семинары. И этот способ эффективно работает, потому что их реклама везде.

Если ты листал ленту в инстаграме и наткнулся на объявление, но не было денег или лень было оплатить, то ты можешь отложить покупку на неопределённый срок или вовсе про нее забыть. А если ты увидел в инстаграме, затем в яндексе, а потом еще на прогулке, то после какого-то упоминания ты наконец купишь билет.







## 23. Покупка базы

Сейчас есть множество сайтов/инстаграм страниц, предлагающих купить базу для обзвона клиентов. Ты можешь купить базу клиентов с целевой аудиторией с целью совершения холодных звонков. Но ищи обновленные базы, потому что может быть такое, что ты приобретешь устаревшую базу и большинство контактов будут неактуальны.

- Моя знакомая владеет шоурумом. Она приобрела базу клиентов у специальной коммерческой фирмы и начала совершать звонки по ней. Но перед этим она изучила технику обзвонки по холодной базе, ведь слова при разговоре имеют большое значение. Сперва надо дозвониться, а затем удержать внимание клиента и рассказать ему о продукте.



## 24. Контекстная реклама

Контекстная реклама – реклама выдаётся людям по ключевым словам, когда они пишут свой запрос в поисковую строку.

- Реклама Яндекс.Директ (на поиске и на сайтах-партнерах Яндекса - Рекламная Сеть Яндекса (РСЯ))
- Реклама Google Ads (на поиске и сайтах-партнерах – Контекстно-Медийная Сеть Google (КМС))
- Если ты набиваешь в поисковой строке яндекса «купить недвижимость», то первые 3-4 объявления будут рекламными и там даже будет подписано снизу «реклама». Обычно такие объявления состоят из заголовка, ссылки на сайт и текста. И, конечно, эти объявления соответствуют твоему запросу и скорее всего ты даже перейдешь по ссылке.



## 25. Авито / Юла

Тут можно делать как платные рекламные объявления, так и бесплатные. На авито ты можешь выставлять свои личные вещи, перепродавать чьи-то вещи за %, продавать вещи, купленные специально для продажи и даже можешь выставлять свои услуги, как специалиста.

- Мой знакомый разместил объявление на авито, как репетитор по английскому языку. Он выставил не только на авито, но и на всяких специальных сайтах типа profi.ru. Таким образом, с помощью авито он нашёл 2ух постоянных клиентов за неделю! А с profi.ru ему бы с этих клиентов еще пришлось бы платить, а тут бесплатно и без всяких трат.

## 26. Реклама на каналах в telegram

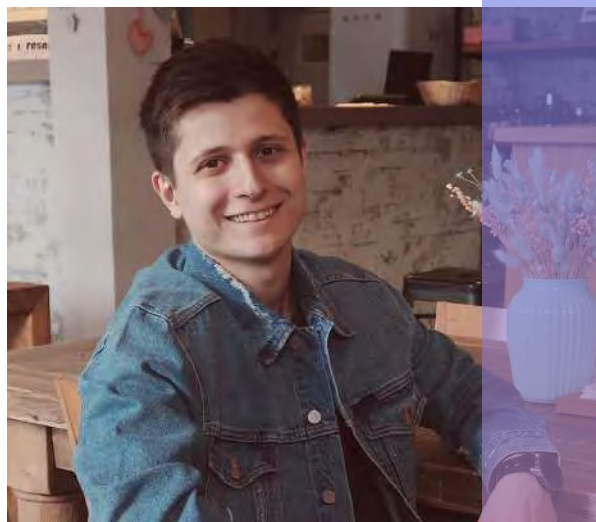
В телеграме, как и в других социальных сетях, кроме рекламы за деньги есть бартер и взаимопиар. Но формат рекламы тут один – пост с одной или несколькими ссылками. В телеграме рекламу можно покупать либо через специальные биржи (Telega.in; Buzz.im и другие), либо напрямую.

- 2 канала со схожей тематикой и почти одинаковым количеством подписчиков могут договориться о взаимопиаре и сделать рекламные посты друг другу.

## 27. Программы лояльности

Программы лояльности нужны для стимулирования повторного возвращения покупателя. Увеличения продаж и привлечения новых клиентов.

- Ибрагим, когда раскручивал свою пекарню, стал одним из партнёров UDS Game (одна из программ лояльности). После того, как он установил её, количество покупателей увеличилось!





## 28. Рекламные аудиоролики

Это новый вид рекламы. В других видах рекламы конкуренция высокая, а этот вид только недавно появился на рынке, поэтому вкладываются туда сейчас самые быстрые и умные. Но рекламу такого рода нужно делать необычно, максимально с заботой и вниманием к слушателям, чтоб была какая-то польза для них.

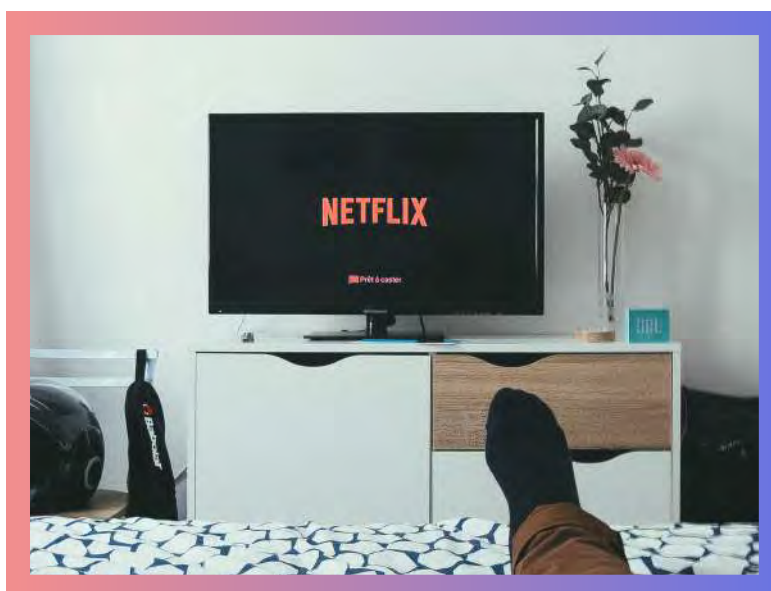
- Когда слушаешь музыку вконтакте, через какое-то время музыка прерывается аудиорекламой, которую нельзя переключить. Например, я в зале в наушниках и слушаю музыку, затем она прерывается, и я даже не успеваю вынуть наушники, чтоб не слушать рекламу. Поэтому данный вид рекламы работает, люди еще не успели выработать «баннерную слепоту».



## 29. Телевизионная реклама

Это один из самых эффективных видов рекламы, но зависит от твоей целевой аудитории. Здесь можно выбрать разные виды рекламы – хоть слайд-шоу, рекламный ролик, бегущая строка, новостной сюжет и самостоятельная передача.

- Утром после выпуска новостей на первом канале всегда идут сборы на благотворительность. Показывают сюжет из жизни ребёнка и рассказывают, как можно ему помочь. Благодаря такой рекламе им быстро удаётся закрыть эти сборы и помочь сотням людей.





## 30. Таргетированная реклама

Это когда мы заранее показываем человеку рекламу по настроенным признакам (пол, возраст, интересы, геопозиция итд)

### Виды такой рекламы:

- Реклама в Facebook/Instagram (настраивается через facebook)
- Реклама в вк
- Реклама в одноклассниках/mail ru (настраивается через MyTarget)
- Реклама в YouTube (настраивается через рекламный кабинет Google)

→ Я настраивала таргет в инстаграме. Это когда ты делаешь рекламный макет, настраиваешь аудиторию и выбираешь, где ты хочешь, чтоб была твоя реклама. Если это инстаграм, то лента/сторис. А лучше протестировать все варианты и выбрать самые эффективные;)

Таким образом, моя реклама точно показывалась тем, кто подходил под заданные параметры. После рекламы люди уже переходили ко мне на страницу, если их заинтересовал мой макет, и подписывались.

### Задание:

Выпиши те способы, которые подходят под твой способ заработка. Рядом напиши по шагам, как ты будешь осуществлять этот способ. Например, для написания письма тебе надо составить шаблон письма, для своего сайта/портфолио надо написать тз и сделать сам сайт. Либо самостоятельно, либо найти специального человека.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Задание 3. Какие книги читать, чтоб изучать продажи?

Сперва расскажу, как лучше читать книги и что из них надо записывать и применять. Например, в своем первом курсе «наставничество» я использовала технику спин-продаж.

Это когда ты используешь 4 типа вопросов и отвечаешь на них: ситуационные, проблемные, извлекающие и направляющие. Эта техника хорошо описана в книге Нил Рэкхема «СПИН-продажи». Когда я ее читала, я конспектировала как раз эту методику и примеры использования, а дальше попробовала реализовать эту технику.

01

#### Роберт Чалдини «Психология влияния»

**Краткое описание:** Книга о принципах взаимодействия с клиентами и влияния на них. Все принципы подтверждены реальными примерами из жизни, которые можно применять. Это одна из лучших книг о влиянии с помощью психологических вопросов. В книге ты найдёшь ответы на следующие вопросы: как и почему потребитель покупает; как завлечь и подтолкнуть клиента к покупке; как не стать жертвой.



**На что обратить внимание:** обрати внимание на все приёмы воздействия на людей, которые перечислены в этой книге. Также посмотри на примеры, которые приводит автор и постарайся вспомнить, были ли у тебя похожие случаи, если да, то транслируй эти примеры на свои ситуации и подумай, какая бы теперь твоя модель поведения была в этих ситуациях.

02

#### Карл Сьюэлл, Пол Браун «Клиенты на всю жизнь»

**Краткое описание:** правила по взаимоотношениям с клиентами. В книге дана подробная инструкция, как делать так, чтоб клиенты делали не разовые покупки, а становились постоянными клиентами. Чтоб удержать клиентов – нужно держать сервис на уровне и пересмотреть его полностью, учесть всё до самых мелочей.



**На что обратить внимание:** в конце каждой главы есть чек-лист, на что надо обратить внимание. Обязательно смотри и внедряй. Выпиши себе все правила по взаимоотношению с клиентами и напиши по шагам, что нужно, чтоб соблюдать эти правила в твоей работе.

## 03 Максим Батырев «45 татуировок продавана»

**Краткое описание:** книга обязательна для прочтения всем продавцам и тем, кто ими управляет. Надо прочитать принципы из книги и руководствоваться ими. Книга посвящена продажам B2B, но будет полезна и для B2C. В книге представлен российский опыт, то есть всё в ней основано на практике. В основном в книгах берут западный опыт, и нам нужно самостоятельно адаптировать под российский рынок.



**На что обратить внимание:** законспектируй все 45 татуировок себе в блокнот/заметку. Зная основные правила продаж (а автор книги 15 лет набирался опыта в продажах), тебе по силам будут практически любые бизнес-задачи!

## 04 Нил Рекхэм «СПИН-продажи»

**Краткое описание:** в книге описана технология эффективных продаж. Рассказано, чем крупные продажи отличаются от мелких. В книге подробно рассказывается о СПИН-продажах и о том, как строить продажи на основе этой техники, какие вопросы задавать клиентам. А также после прочтения книги ты поймёшь, почему задавать вопросы важнее, чем рассказывать о продукте.



**На что обратить внимание:** постарайся понять эту технику продаж и подумать, как можно применить её к твоей работе. Свой первый масштабный запуск я делала именно по этой технике;)



05

## Сергей Семёнов «Большие продажи без компромиссов и оправданий»

**Краткое описание:** после прочтения книги ты узнаешь, как вести себя при холодных звонках с клиентами, как вести переговоры и как воодушевить отдел продаж на новые подвиги. В книге подробно описываются методы убеждений клиентов, методы мотивации сотрудников и оценка результатов их работы.



**На что обратить внимание:** законспектируй все основные техники из книги, в особенности правила про то, как вести себя с клиентами при переговорах в офисе/звонке.

06

## Брайан Трейси «Психология продаж»

**Краткое описание:** книга моего любимого автора, я обожаю его книги по бизнесу, управлению и продажам. Брайан Трейси поделится своими секретами о том, какие навыки и умения надо приобрести, чтоб пробить свой путь к продажам. Основной посыл в книге – главное клиент, а не продавец.



**На что обратить внимание:** все эти проверенные техники и приёмы продаж конспектируй и старайся сразу выполнять на практике. После прочтения попробуй все смелые эксперименты, которые предлагает автор в своей книге.

07

## Гэвин Кеннеди «Договориться можно обо всём»

**Краткое описание:** одна из первых книг по бизнесу, которую я прочитала :) Эта книга даёт знания, которые пригодятся не только при работе с клиентами, но и в повседневной жизни. В книге затронуты многие вопросы ежедневного взаимодействия с людьми. Также в книге сперва даётся тест, который поможет определить, какой ты переговорщик. А потом в каждой главе даются все возможные варианты ответов теста.



**На что обратить внимание:** после каждой главы есть практические задания, обязательно выполняй их. И не забывай практиковать все советы из книги, ведь они универсальны для любой сферы: при общении в магазине, работе с клиентами, общении со знакомыми.

08

### Джил Конрат «Гибкие продажи: как продавать в эпоху перемен»

**Краткое описание:** в книге говорится о том, что продажи, как и весь мир, постоянно меняются, поэтому надо быстро подстраиваться и моментально усваивать нужную информацию. Джил Конрат учит тому, чтоб уметь подстраиваться под любую проблему и находить лучшие решения.  
P.S. Книга не для новичков в продажах.



**На что обратить внимание:** выпиши все действия по шагам, «что делать, если оказался в трудной ситуации». Пропиши себе инструкцию исходя из руководства автора этой книги.

10

### М. Ильяхов, Л. Сарычева «Правила деловой переписки»

**Краткое описание:** авторы книги подробно рассказывают о текстах: информационных, рекламных, журналистских и публицистических. Здесь про то, как писать письма, на которые будут отвечать; как писать рассылки, от которых не будут отписываться; как писать тз на сайт и как текстом влиять на потенциальных посетителей. Эта книга важна для любой сферы!



**На что обратить внимание:** внимательно прочитай все рекомендации по написанию текстов, в особенности – писем. В книге есть куча примеров на то, как надо писать и как не надо. После прочтения напиши письмо по структуре, предложенной в книге либо дополни уже существующее своё письмо с помощью новых приёмов.

В конце книги есть глава с описанием текстов для сайта. Постарайся по структуре написать себе тз на сайт/портфолио.

## Задание 4 Задания на то, чтоб у тебя были клиенты

### Напиши подробные ответы на следующие вопросы:

1. Иди к людям, которые уже занимаются твоей деятельностью и спроси, как они продают. Попроси с ними встретиться и передать свой опыт. Напиши 5-10 людям, которых считаешь экспертами в своей нише и у которых налажен процесс взаимоотношений с клиентами.

### Выпиши 10 людей, чей опыт планируешь перенять:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Составь список вопросов, которые хочешь у них спросить. На встречу надо идти подготовленными :)

---

---

---

---

---

---

2. Проанализируй своих конкурентов. Зайди на странички 15-25 конкурентов и посмотри, как они презентуют свой товар и продают.

### Возьми идеи и запиши себе, как будешь это делать

---

---

---



3. Иди и предложи свою услугу 10 раз любыми из перечисленных способов.

**Выпиши способы, которые выберешь.**

4. Напиши свой план самообразования по продажам. Как ты планируешь развивать эти знания. Какие книги прочитаешь в ближайшие 3 месяца, полгода? На какие курсы/вебинары пойдешь? **Напиши всё, что будешь делать в ближайшее время, чтоб подтянуть этот навык.**

5. Самое главное – практикуй продажи 24/7. **Используй все методы!** Нужно, чтоб в голове закрепилось “клиентов можно найти всегда. Если нет – я плохо ищу”.

**Хороших продаж и долгих  
взаимоотношений с клиентами!!!)**

