

# Мастер Класс

Технология Пошагового Построения Саморазвивающегося  
Партнерского Бизнеса с использованием готовой бизнес-  
системы в высокодоходных нишах электронной  
коммерции, инновационных оздоровительных  
технологий, рынке дистанционного обучения.

**Тема 6. Настройка на целевую аудиторию.**

**Подготовка коммерческих предложений.**

**Копирайтинг.**

**Построение потока кандидатов.**

# Слагаемые успеха

- Целевая аудитория;
- Полезный продукт;
- Конкурентные преимущества продукта;
- Копирайтинг;
- Ценовая политика;
- Эффективная реклама;
- Простота покупки...

**Ключ - в знании потребностей, характера, привычек, предпочтений именно Целевой аудитории.**

# Целевая аудитория

## Какие потребности мы можем удовлетворить?

- У Вас есть идея
- Вас волнует жилищный вопрос
- У Вас есть свое дело
- Вы хотите автоматизировать свое дело
- Вы ищете новые рынки
- Вы устали от своего бизнеса
- Вы имеете свободный капитал
- Вы хотите инвестировать в недвижимость
- Вы создали свою структуру

# Целевая аудитория

- Люди, которые ищут возможности дополнительного заработка.
- Люди, которые ищут возможности начать новый бизнес, но пока еще не определились, что именно делать.
- Люди, которые уже занимаются **МЛМ** или занимались им раньше, и их не устраивают результаты.
- Растущие лидеры
- Люди, которые исследуют именно Intway/INSpace

# Что продаем

- Корпорация
- Продукт (товар/сервис/обучение)
- Система ведения бизнеса
- Команда и отношения
- **Главный продукт – это ВЫ, который помогает решить вопросы кандидата в партнеры!**

# Задача автомата продаж

- Продать
- Взять обратную связь

## Технология:

1. запрос в поисковой системе;
2. переход на сайт;
3. изучение коммерческого предложения;
4. решения о покупке, щелчок на кнопке "купить" или выход на связь.
5. решение узнать подробнее и подписка на рассылку

# Целевая аудитория

Целевая аудитория – Это люди, которые **заинтересованы** в Вашем продукте...

**и ГОТОВЫ КУПИТЬ!**

Сегмент ЦА имеет схожие характеристики и одинаково реагирует на выбранное воздействие.

**Традиционно сегментируют:**

- По половой принадлежности;
- По возрасту;
- По интересам;
- По уровню дохода;
- По социальному статусу
- По профессии

# Целевая аудитория

**Наиболее проста в применении схема пяти W.**

- **What?** (что?) по типу товара. Например: подработка, предпринимательство, бизнес, инвестиции..)
- **Who?** (кто?) по типу потребителя: семья, мужчины, женщины, студенты, предприниматели, сетевики и т. д.
- **Why?** (почему?) по типу мотивации к совершению покупки: пропал источник, негде жить, ХОЧУ, и т. д.
- **When?** (когда?) по ситуации, в которой совершается покупка: всегда, подарок к празднику, ...
- **Where?** (где?) по каналам сбыта: на определенной территории, агентские продажи, интернет-магазинах...



# Целевая аудитория

## Для продажи бизнеса

- По отношению к созданию Своего Дела
- По рыночной нише (электронная коммерция, инвестиции, здоровье, обучение)
- По типу бизнес модели (производство/услуги, инфобизнес, МЛМ, интересетевой бизнес, франчайзинг)
- Деловые связи (Прежние клиенты, партнеры..)

# Целевая аудитория

**Для Автомата Продаж более существенно сегментация по готовности купить:**

- ЛЮБОПЫТНЫЕ, которые ищут информацию («бизнес, предпринимательство»)
- ИСКАТЕЛИ, которые выбирают товар или услугу (автоматизированные методы продаж, интернет продажи, рейтинг, выбрать, сравнить)
- ПОКУПАТЕЛИ, которые ищут продавца выбранного товара или услуги. («купить бизнес intway»)  
"купить", "приобрести", "заказать"

# Портрет кандидата

- **Географические характеристики.** Где человек живет, работает. Местоположение региона, динамика его развития, численность и плотность населения, доступность интернет, структура коммерческой деятельности, климат, юридические ограничения.
- **Демографические характеристики.** Возраст, пол, дифференциация доходов, семейное положение и размер семьи, профессия, образование.
- **Психографические характеристики.** Типы личности (например, интроверт-экстраверт, прагматик-романтик и т. п.), социальные группы, этапы жизненного цикла семьи.
- **Поведенческие характеристики.** Интенсивность использования интернет, опыт использования, приверженность стилю жизни, степень лояльности к фирме и бренду, повод для партнерства, важность партнерства.

# На что влияет целевая аудитория?

- **Контент.** Нужная и полезная информация, ценная для кандидата...
- **Дизайн.** женские сайты или бизнес-сайты
- **Способы привлечения посетителей:**
  - Контекстная реклама
  - Тематическая рассылка
  - Специализированные тематические сайты
  - Тематические форумы и конференции
- **Методы воздействия**
  - Стиль изложения
  - Оформление
  - Применение мультимедиа
  - Игровые элементы
  - Диалоги

# Копирайтинг

- Составление рекламных (в том числе "продающих", имиджевых и презентационных) текстов.

**Задача** - Создать яркую, запоминающуюся, привлекательную для потенциального покупателя рекламную идею, включая **уникальное торговое предложение** (УТП).

Заинтересовать, убедить потенциального партнера и побудить его к необходимому действию посредством текста: покупка, звонок, визит, клик....

Копирайтинг прямого отклика (direct-response), призванный побудить читателя текста совершить покупку здесь и сейчас!

# Маркетинг

Наша основная ниша - люди, находящиеся в переходной стадии

**Это люди, стремящиеся к лидерству!**

Вы сейчас сформировали свое видение, цели, личную стратегию, сформировали Видение своей команды.

**Остается оформить и донести эту информацию в нужное время до нужных людей**

**– это назначение Системы.**

# Технология Саморазвивающихся Систем

## Задачи Автомата Продаж Бизнес Системы:

- Привлечь внимание заинтересованного в нашем предложении кандидата
- Ответить на вопрос «Почему купить нужно именно Сейчас, именно Вашу Систему и стать членом именно Вашей Команды»
- Пошагово рассказать кандидату, что нужно сделать для оформления партнерства с Вами
- В случае отложенного решения – взять обратную СВЯЗЬ

# Копирайтинг

## Структура продающего текста:

01 шаг - Ключевая Выгода

02 шаг - Вызываем доверие

03 шаг - Проблема

04 шаг - Доказываем что

05 шаг - Решение проблемы - наше партнерство

06 шаг - До и после, отзывы участников проекта

07 шаг - Маркированный список выгод

08 шаг - Как купить бизнес

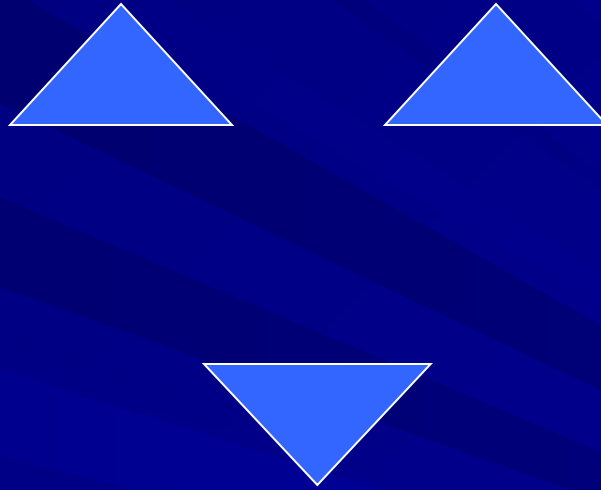
09 шаг - Подписной лист

10 шаг - Цепляющий P.S.

**Не забывайте о интриге!**



# Приглашение – интрига



Что вы видите?

# Это - Мини бикини

Оставляет большое пространство для фантазии, но скрывает самое **главное**



**Интрига** Это недосказанность вызывающая **ИНТЕРЕС** у человека

... Каждый мужчина рождается с жаждой покорения женщин. И жажда эта сопровождает его 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Хочешь, чтобы противоположный пол необъяснимо возбуждался в твоём присутствии? Приобретай магию обольщения...

**В тот момент, когда человек заинтересован, он активно обдумывает эту недосказанность, пытается сам подобрать ее продолжение, рисуя для себя огромное количество вариантов. В его голове, возникает много вопросов и много вариантов ответов. Другими словами, интригой человек, заставляет другого человека думать и спрашивать себя.**

Интрига используется для того, чтобы, как раз, заставить человека, думать, о тебе.

Здесь, возможность ее использования очень широка, например, можно из любого окружающего вас объекта, создать условия, при которых, другой человек, будет о вас думать, и думая о вас чаще, он, возможно будет еще более спрашивать себя "Почему? Что такое?"...

Подсознательно, человек, эти вопросы, будет ассоциировать с вами. Интрига - пробуждает еще больший к вам интерес. Если, другой человек, не чувствует к вам интереса, то, через пару дней он вас забывает, и интерес умирает. Здесь велика вероятность того, что вы более никогда с ним не встретитесь, или вам по новой, придется этот интерес пробуждать. Лучше всего, этот интерес поддерживать и преображать его в еще более сильный.

Поэтому, интерес в человеке пробуждается ровно в тот момент, когда в его голове родилось множество вопросов и **НАДЕЖДА** получить на них ответы!

## Задача автомата продаж(промоушен):

- вызвать интерес
- оставить необходимость у кандидата подписаться на рассылку.

Чем больше Вы даёте информации, тем меньше у человека остаётся причин оставить контакт! Ведь Вы ему уже всё рассказали.

### Успех подписного сайта это:

- Интрига 30%
- Аудио.Тон голоса . Тон должен быть чётким и уверенным 25%
- Видео. Ваш настрой. Улыбка. Доброжелательность. 20%
- Ваше отношение к приглашённому. У Вас должно быть истинное желание с ним работать, а не просто подписать контракт 15%
- А уже после всего специально оформленный текст. Краткий и конкретный, логично отвечающий на вопрос: почему Вы хотите пригласить именно этого человека? 10%

**Думайте о том, кого Вы приглашаете в бизнес, ведь в дальнейшем Вам с ним работать рука об руку постоянно!**

# Копирайтинг

**На сегодняшний день У Вас есть:**

- Личное видение
- Персональный бренд
- Личная стратегия
- Портрет идеальной команды
- Семантическое ядро запросов
- Портрет идеального партнера

***Используйте эти знания при разработке  
Вашего продающего текста!***

# Домашнее задание

Подготовить текст, продающий Ваш продукт с сайта с учетом материалов рабочей тетради, прилагаемой литературы, примеров продающих текстов.

На практике в пятницу мы проанализируем  
Ваши продающие тексты.

*Тема следующего занятия –*

**Система предпродажной подготовки.**

# Жду Ваших предложений сообщений и звонков!

**Максимум СВОБОДЫ, РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ!**

Ваш играющий тренер Зырянов Сергей

Владелец Центра Делового Развития Зс <http://3cdr.com>

Разработчик саморазвивающихся бизнес систем

**«Автомат продаж»** <http://automatsales.com>

Организатор Виртуального Клуба Реальных

Предпринимателей <http://virtrealclub.com>

infobon@gmail.com

тел. +7(812)3618120, +7 911 7791756

Лучше через Skype логин bonsayspb



**Будь СВОБОДНЫМ!**