

A portrait of a man with short brown hair and blue eyes, wearing a black turtleneck sweater. He has his arms crossed and is wearing a watch on his left wrist. The background is dark with a large, glowing golden triangle behind him.

ЭКСПЕРТ НА МИЛЛИОН

КАК МОНЕТИЗИРОВАТЬ
ОПЫТ И ЗНАНИЯ

ПАВЕЛ АВДОНЬКИН

ПАВЕЛ АВДОНЬКИН

ЭКСПЕРТ
НА МИЛЛИОН
КНИГА - ТРЕНИНГ

ПРОНДО

МОСКВА, 2025

УДК 82.091; 37.01

ББК 88.3

A18

Авдонькин, Павел

A18 Эксперт на миллион / Павел Авдонькин. – М., 2025. – 232 с., ил.

ISBN 9785605293637

Люди всегда делают все для тех, кто поощряет их мечты, оправдывает их неудачи, устраняет их страхи и сомнения и помогает бросать камни в своих врагов.

Павел Авдонькин, коуч и эксперт по личностному развитию, делится своими авторскими наработками о ценности личного опыта и уникальности каждого человека.

Автор рассматривает основные идеи о том, как люди зачастую недооценивают свои навыки и достижения, акцентируя внимание на необходимости делиться собственными знаниями и опытом с окружающими, что в свою очередь способствует взаимному развитию и улучшению качества жизни.

«Мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свои уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой. Эта книга – часть моей истории, работы и развития. В нее я постарался вложить максимум пользы, чтобы вы могли пройти свой путь развития как эксперта. И мне действительно важно, чтобы каждый человек развивался, делился своим опытом и знаниями, помогал другим людям, делая мир вокруг себя лучше!»

Иллюстрации предоставлены автором.

Все авторские права принадлежат Павлу Авдонькину.

Любое использование текста, изображений и иных объектов авторских прав возможно только с письменного разрешения автора.

УДК 82.091; 37.01
ББК 88.3

ISBN 9785605293637

@Текст. Авдонькин П., 2025
@Издание. Оформление.
Издательство «Прондо», 2025

“

Люди всегда
делают все для
тех, кто поощряет их
мечты, оправдывает
их неудачи, устраняет
их страхи и сомнения
и помогает бросать
камни в своих
врагов.

“

КНИГА, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕЙСТВОВАТЬ

Мне очень повезло встретить на своем пути такого порядочного, доброго и целеустремленного человека, как Павел. Он стал другом нашей семьи, и я не раз наблюдала его в самых разных ситуациях. Зная не только его профессионализм, но и искреннюю любовь к людям, могу с уверенностью рекомендовать его как наставника, который верит в каждого и помогает превратить знания и опыт в достойный результат – свой миллион.

«Эксперт на миллион» – вдохновляющая книга, читая которую, словно разговариваешь с другом: честная, понятная и мотивирующая. Павел делится своей жизненной историей – с ее взлетами, сложными моментами и важными открытиями. Кажется, что он обращается лично к тебе, поддерживает и подсказывает.

Книга наполнена рабочими инструментами, которые помогают превратить опыт в основу для успешного экспертного бизнеса. Примеры из жизни, понятный язык и искренность автора делают ее полезной. Павел говорит о важности уязвимости и доверия. Он показывает, что настоящая сила эксперта – в его подлинности и открытости. Это ключ к тому, чтобы не просто привлечь аудиторию, но и выстроить с ней искренние и крепкие отношения.

Шаг за шагом книга проводит читателя от осознания своей уникальности к созданию программы, которая помогает монетизировать знания. Практические советы, вдохновляющие примеры и четкие рекомендации – все это делает книгу настоящим руководством для тех, кто хочет вырасти профессионально и финансово.

«Эксперт на миллион» – книга, побуждающая действовать. Она напоминает, что наш путь уникален, а опыт ценен. Павел искренне верит в своих читателей, и эта вера передается на каждой странице.

Рекомендую ее всем, кто хочет раскрыть свои возможности и построить бизнес, основанный на таланте и экспертизе.

*Елизавета Бабанова,
автор бестселлера «К дзену на шпильках»,
композитор и педагог.*

» **НАСТОЯЩАЯ СИЛА ЭКСПЕРТА – В ЕГО ПОДЛИННОСТИ И ОТКРЫТОСТИ.**

ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ ВСЕ!

Для меня темы о том, как проявить свой талант, как начать действовать, с чего начинать сложные первые шаги всегда были актуальными, потому что из-за своих внутренних настроек я не всегда понимала структуру, куда смотреть, куда бежать и с чего начинать. Мне казалось очень сложным и недостижимым выходить на публику и проявляться. Павел же показал и рассказала, как это можно увидеть с другой стороны, с другой подачи, более легкой и понятной, структурной. С каждой главой становилось все яснее и яснее, как мою любимую деятельность проявлять в этот мир, как ее заворачивать, как демонстрировать во внешнее то самое внутреннее и важное, что хочется отдать и показать миру.

А самой главное, что с каждой строкой возникало и крепло желание действовать, понимание того, как многое дано и как важно этим всем грамотно распорядиться в своей жизни. Как важно не бояться своих ошибок, проявлять уязвимость и смотреть с на них достоинством, признавая и понимая, какую ценность можно из них вынести. Не унывать и не опускать руки перед большими целями, как их разбить на маленькие этапы, чтобы это было подъемным и понятным. Беречь то творчество, которое есть внутри. Творчество, которое помогает мечтать и воплощать мечты в жизнь. Книга учит, как важно жить, трудиться, ставить цели и становиться Большим.

Она очень прикладная, но в тоже время помогает посмотреть в глубину. Напоминает, как важно не бояться и отдавать себя тем и тому, что ты искренне любишь. Она – про честность, подлинность, труд и свет. Про то, что человек может все на свете, если этого хочет.

*Наталья Савенкова,
астролог,
системно стратегический терапевт и расстановщик*

Глава 01

Фундамент – упаковка эксперта

16

Путь героя:
формула создания
истории

17

Создаем историю победы, или
Как упаковать себя как эксперта
и выделиться на рынке, не теряя
свою уникальность

24

Глава 02

Создание программы

40

Большая картина
упаковки

50

Глава 03

Аватар клиента

56

Базовый аватар
клиента

57

Аватар
идеального
клиента

58

Глава 04

Монетизация продукта

62

Продажи и презентация
продукта – консалтинга,
коучинга

64

Формула вдохновения,
или Как продавать
и презентовать
программу

68

Как презентовать
программу и провести
первую сессию

69

Путь развития
отношений с клиентами

75

Глава 05 Онлайн-воронка продаж

102

Воронка продаж
запуска онлайн-курса

119

Письма

131

One time offer –
ОТО

136

Страница
о продукте

137

Продающая презентация /
продающий вебинар

147

Глава 06 Как правильно давать контент

176

VSL – продающее
видео-письмо

202

VSL в вебинарных
воронках: эффективный
способ окупить трафик

205

Глава 07 Социальные сети и продвижение

206

Какие виды контента
можно начать делать
для старта

214

Что может помочь при
подготовке к созданию
контента

216

Хейтеры

220



Посвящается моим любимым детям,
Марусе и Даниле

АКАДЕМИЯ ЖИЗНИ, ИЛИ ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ

Люди всегда будут делать все для тех, кто поощряет их мечты, оправдывает их неудачи, устраняет их страхи и сомнения и помогает бросать камни в своих врагов.

Всякий раз, когда встречаю нового человека и слышу его историю, я вижу, каким бесценным опытом и знаниями он обладает. Хотя очень часто человек не понимает этого или обесценивают себя, свой опыт и свою историю.

Мои знакомые часто шутят, что я мог бы с легкостью зарабатывать миллион, только лишь рассказывая истории своих клиентов, потому что в них содержится кладезь знаний. Я всегда смеялся в ответ, не воспринимая эту идею всерьез. Но однажды понял, что за моим смехом скрывается страх неизвестности и сомнения в собственных силах. Так начался мой путь к созданию книги «Эксперт на миллион».

Возможно, вы спросите, кто я и каким образом стал экспертом, чем могу быть полезен и так далее... Самый правильный путь познакомиться – рассказать свою историю.

С детства я был тем, кого называют «старой душой», – тем, к кому тянулись за советом и поддержкой. Я всегда умел найти ответы на самые сложные вопросы или просто подобрать

нужные слова. Со временем я осознал свой талант и понял, что умею чувствовать людей и всегда вижу корень проблемы, благодаря чему быстро нахожу ответы. А если я что-то не знаю и не понимаю, мне всегда важно найти решение и разобраться – вот такой у меня внутренний вызов.

Меня зовут Павел Авдонькин, я родился в обычной семье, мама и папа трудились на заводе и параллельно получали высшее образование. В годы развала СССР нужно было зарабатывать и выживать, и поэтому папа трудился на трех работах одновременно на заводе и подрабатывал грузчиком и дворником, а еще у него была мечта купить машину. Он всегда стремился к большему и лучшему и хватался за любую новую возможность. И конечно, как большинство людей, в те времена, он начал бизнес: купи-продай. Таких людей, как он, называли «челноки», это они в 1990-е покупали товары за границей и привозили для перепродажи на рынке. Со временем это все переросло в хороший бизнес и компанию, мы открыли оптовый офис и создали сеть магазинов с прицелом развития по франшизе.

Я помню, как родители уезжали в четыре утра на рынок. Тогда мне было восемь лет, а брату три года, и я оставался за старшего. Мы просыпались в семь утра, я одевал брата, отводил в детский сад и шел в школу. К самостоятельности нас с братом приучили с самого детства.

Со временем дело отца стало развиваться; мы пережили 1998 кризисный год, когда многие просто прекратили подобный бизнес из-за девальвации рубля. И в этом нужно отдать должное маме, так как она подхватила инициативу и была настроена продолжать. Бизнес начал набирать обороты. И чем взрослее мы становились, тем больше вовлекались в семейное дело. Я очень хорошо помню набитые до отказа жигули четвертой модели и полный прицеп огромных черных сумок, в которых был товар. Каждое утро такой «автовоз» отправлялся на рынок. Мы работали без выходных. Учились на собственных ошибках, потому что потомственных бизнесменов в Советском Союзе не могло быть априори.

Спустя двенадцать лет такой работы у нас появились офис и шоу-рум. Мы начали открывать магазины и помогать оптовым клиентам заходить в большие торговые центры. И это было не так уж и просто, скажу я вам! У меня появились мечта и цель: построить большую сеть по франшизе, к которой мы и начали двигаться. В тот момент у меня стало появляться много вопросов: как? Как все делать правильно и профессионально? Сработал мой основной внутренний триггер: если не знаешь – иди научись! Поэтому в моей жизни появились бизнес-книги и обучение.

Первый магазин розничной торговли мы открыли в 2008 году, что совпало с первым финансовым кризисом в США. В тот момент я действительно понял, что мы на верном пути и бизнес нужно трансформировать. Дело в том, что учиться необходимо всегда, приносить инновации в работу и, главное, в свое мышление, ибо от него зависит 90 процентов успеха.

Наша оптовая компания зависела от розничных клиентов, которые зачастую тормозили в своем развитии и не всегда были готовы расти. Именно эта причина подтолкнула меня к идее развить сеть магазинов.

В итоге в 2012 году мы открыли второй магазин, а в 2013 году – еще три. Причем их презентация прошла с участием звезд шоу-бизнеса и медийным заходом на Москву и область! Открывались мы под названием EleganceStyle.





Казалось бы, все идет по намеченному плану, мы оцифровываем бизнес-процессы и почти готовы к продаже франшизы... Но декабрь 2014 года рушит все! Доллар с 36 рублей взлетает к 72 и я понимаю, что ни о каком развитии уже не может идти и речи! Задача – просто выжить и остаться на плаву! Что я тогда чувствовал, сложно передать словами... Внутри пустота, неизвестность и много вопросов: как с этим справиться? Как в таких ситуациях действуют большие компании? Более развитые, грамотные и так далее... У меня появился синдром «Я не достаточно хорош, мало знаю, не умею» и так далее, который послужил дальнейшим рычагом для роста! Тогда появилась идея – научиться вести бизнес как в крупных компаниях и закончить программу MBA¹. Заказал учебники из США для подготовки к экзаменам по GMAT², TOEFL³, это необходимая база для поступления на программу MBA, и начал подготовку.

¹ Master of business administration, MBA (Эм-Би-Эй); магистр экономического управления – квалификационная степень магистра в менеджменте (управлении).

² Graduate Management Admission Test – тест для проверки математических умений, способности логически обосновывать свою точку зрения и, конечно, уровня английского языка и TOEFL.

³ TOEFL (Test of English as a Foreign Language) – это стандартизированный тест по академическому английскому языку, который в основном сдают студенты, поступающие в университеты США.

Помню, как однажды вечером я сижу за ноутбуком, листаю ленту в социальных сетях и вижу пост Ицхака Пинтосевича⁴, суть которого проста: тот, кто поедет с ним в Лондон на тренинг, получит в подарок коуч-сессию. Я уже побывал на нескольких его тренингах, познакомился с Ицхаком – у меня даже был его номер телефона. Честно говоря, мне тогда было все равно, куда ехать, мне просто хотелось перезагрузить голову и себя. Я даже не стал особо вникать в программу лондонского тренинга. В общем, я позвонил Ицхаку, поговорил с ним и решил присоединиться к поездке, и ни разу не пожалел! В итоге я попал на тренинг Тони Роббинса⁵, который проходил в Лондоне, и такого масштаба, какой я впервые увидел за всю свою жизнь! Это был тренинг на 10 000 человек! Энергия зашкаливала, люди преодолевали себя, свои страхи и ограничивающие убеждения, которые мешали им жить на полную катушку.

Сказать, что я зарядился и перезагрузился, ничего не сказать! Я буквально горел! Но несмотря на все воодушевление, не забывал про новую цель – подготовку к программе MBA.

Как известно, случайности не случайны. Главным организатором для русскоязычного рынка оказался Гил Петерсил. И мне было очень важно узнать как можно больше о программе MBA. Гил и был тем человеком, у которого я мог напрямую спросить о том, что я получу после обучения по программе MBA. Ицхак меня представил Гилу, так началась наша дружба. В итоге я немного отошел от MBA, и в Сколково стал учиться мой брат, а я взял билеты на следующую программу Тони Роббинса Business Mastery, которая в целом дала мне понимание, как все-таки строить и развивать бизнес. Там я встретил человека, который является главным прототипом героя книги Роберта Кийосаки «Богатый папа – бедный папа», Кита Каннингема, и даже прошел у него обучение. Я поглощал знания и тут же внедрял полученную информацию. Но это все

⁴ Ицхак Пинтосевич – бизнес-тренер, эксперт по личностному росту.

⁵ Американский бизнес-тренер, лайф-коуч, автор бестселлеров, консультант политиков из США и звезд шоу-бизнеса.

было чуть позже. А пока я стоял среди сотысячной толпы и задавался вопросами: как Тони работает с людьми, какие использует инструменты для помощи? Чуть позже выяснил, что существует коучинг и НЛП⁶ – уникальный подход, который сочетает психологические и лингвистические инструменты для достижения успеха в коммуникациях, управлении собой и влиянии на других! Вернувшись в Москву, открыл поисковик и нашел Международный Эриксоновский Университет коучинга, куда решил пойти учиться.

Со временем появилась миссия, которая и сейчас живет со мной. Мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свои уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой.



Пройдя четыре полноценных модуля коучинга и тренинг для тренеров у Мэрилин Аткинсон, основательницы Эриксоновского Университета коучинга, я полностью перепрошил свою картину мира: я научился слушать и слышать, чувствовать людей еще глубже и понимать их настоящие намерения. Но главное — понял, что хочу помогать другим.

И еще один ключевой момент: во время обучения в университете я увидел огромное количество экспертов, очень умных и талантливых, но неумеющих продавать себя, свои услуги, свой продукт. И уже тогда понимал, что могу помочь им. Так начался мой путь в продюсировании экспертов и мое развитие в этой теме. Я создал свою программу «Академия экспертов», и она о том, как монетизировать знания и масштабироваться в интернете. Запустил развитие образовательного проекта Life-University.ru, где размещены мои программы и эксперты, с которыми я работаю и продюсирую.



Вообще, я считаю, что классический коучинг продается сложно, так как в самом понятии не заложен конечный результат, который получит клиент. И тут есть еще один тонкий нюанс, связанный с деформацией, которой подвержены практически

⁶ Нейролингвистическое программирование.

все. Но деформация коучей происходит в самом начале обучения, когда им говорят, что нельзя брать деньги за сессии, особенно когда вы учитесь и зарабатываете часы. В этот момент происходит уже обесценивание себя как эксперта, и мое мнение, что это неверная стратегия. Тогда я понял, что могу им помочь, и поменял подход и правила игры. Сначала я просто консультировал и давал рекомендации, как можно иначе презентовать себя и свои услуги, а потом все это переросло в продюсирование экспертов.

Мой первый провал в продюсировании и запуске программы составил 500 тысяч рублей. Да, я понимал, как создавать продукты, как давать пользу людям на каждом вебинаре, и стремился сделать все идеально... В этом крылась моя ошибка, очень дорого мне обошедшаяся, но одновременно явившаяся бесценным опытом.

В какой-то книге я прочитал: «Люди с деньгами остаются с опытом, люди с опытом остаются с деньгами». Я остался с опытом и пониманием, что я чего-то не знаю и упустил.

Понимание, как создать программу и упаковать ее, пришло ко мне после тренинга Message to Millions. Кстати, на эту программу мы летали вместе с Гилом Петерсилом, и именно она вдохновила его на создание мастермайнда, участником которого я потом стал.

Впоследствии я работал и с блогерами-миллионниками, адвокатами с телевидения, суперсильными тренерами, такими как Нина Рубштейн. И просто с людьми, которым хотелось кратковременной славы и признания, но таких в работу больше не беру, по ценностям не совпадаем.

Но вернемся к бизнесу с одеждой. Мы до сих пор существуем. Хотя это очень и очень непросто. Пришлось перестроить стратегии в работе и сфокусироваться на розничных продажах. Мы развиваем собственный-интернет магазин dhmd.ru в связке с розничными. Скажу кратко, мы выжили и выстояли,

так как вести бизнес в постоянно изменяющихся условиях России тот еще аттракцион.

Поделюсь несколькими стратегиями, как нам это удастся до сих пор:

- постоянно учиться и развиваться;
- вкладывать в обучение персонала;
- смотреть тренды и следовать им;
- гибкость и адаптивность;
- инновации и внедрение;
- пробовать новое;
- нанимать людей умнее вас.

Но, как вы понимаете, идеальной формулы не существует. Да, есть стратегии и законы ведения бизнеса, но никто никогда вам не скажет, как надо и как правильно делать именно в вашем бизнесе.



Эта книга — часть моей истории, работы и развития, в нее я постарался вложить максимум пользы, чтобы вы могли пройти свой путь развития как эксперта. И мне действительно важно, чтобы каждый человек развивался, делился своим опытом и знаниями, помогал другим людям, делая мир вокруг себя лучше!

Пробуйте, ошибайтесь, делайте выводы и еще раз пробуйте по-новому!

Не бойтесь быть искренними и откровенными, потому что именно ваша история делает вас уже «экспертом на миллион».

Теперь мы с вами знакомы и можем переходить к практическим шагам. Вы знаете мою историю, пришло время написать свою.

01

ФУНДАМЕНТ – УПАКОВКА ЭКСПЕРТА

Как не потерять свою идентичность, не играть роли, а быть собой. Именно на настоящую историю к вам будут приходить ваши люди.

Огромное влияние на меня оказало обучение в Эриксоновском Университете коучинга, такие слова как ценности, убеждения, миссия перестали быть для меня просто громкими словами. Они стали для меня фундаментом, и я понял, как важно опираться на них каждому человеку, который действительно хочет быть услышанным и понятым. В английском языке есть выражение, которое мне очень нравится: «If you confuse you lose» – если вас не понимают, вы проигрываете.

В экспертном бизнесе, независимо от того, кто вы – психолог, астролог, коуч, бизнес-тренер, диетолог, таролог и так далее, – важно, чтобы вас понимали буквально с первой фразы, а вы транслировали понятные ценности для своей аудитории, будь то социальные сети или ваша самопрезентация. Потенциальные клиенты вокруг вас, вопрос лишь в том, как вы о себе заявляете и вызываете ли интерес и доверие у людей. Также важно, чтобы вы чувствовали внутреннюю синхронизацию и конгруэнтность с собой, простыми словами – были собой. Не надо играть чужие роли, надо всегда оставаться собой и только собой!

» **If you confuse you lose – если вас не понимают, вы проигрываете.**

Поверьте, это критично важно для вас самих, так как, натянув маску и играя чужую роль, рано или поздно вы устанете, закончится энергия или просто отступите... Я видел тех, кто просто пересказывал чужие программы и тренинги, но где

они сейчас? Их нет! Ко мне приходили люди, желающие самоутвердиться, но это слабое топливо, на котором далеко не уехать. И где они? Сейчас их тоже нет.

ПУТЬ ГЕРОЯ: ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ ИСТОРИИ

Давайте представим, что мы начинаем строить дом. И вот чтобы этот дом был крепким и его не сдула внешняя критика, не завелись гремлины страхов, гоблины осуждений и другие существа, которые часто наводят страх и ужас на жильцов и прохожих (начинающих экспертов), нам важно заложить надежный фундамент в правильном месте. И в этом нам поможет написание вашей личной истории успеха, а она у вас есть, даже если вы сейчас сомневаетесь. Возможно, вы смотрели на себя не с того ракурса. Пора это исправить! Но прежде чем мы начнем, давайте разберемся с тем, как работают истории и сторителлинг.

Все вы когда-то были детьми и любили слушать сказки, смотреть мультфильмы. А помните, как вы представляли себя тем или иным героем? Как пропускали его через себя и испытывали его чувства, эмоции и даже представляли, как бы поступили на его месте? У вас бегали мурашки по коже. Было такое? Уверен на 100 процентов, что было. Вспомните, как смотрели кино или сериал и в процессе сопереживали героине, или герою, или влюбленной паре? Понимаете, о чем я говорю? Мы всегда отождествляем себя с главным героем, испытываем его чувства, эмоции, сопереживаем и буквально сливаемся с ним. Иногда хотим быть похожими него, сравниваем его с собой и задаемся вопросами, а как бы я поступила или поступил в этой ситуации? Ой, а я бы сделал так и вот так. Было такое? Уверен, что да! К чему я все это? Все просто.



Для каждого эксперта важно находить своих людей и последователей, а история является лучшим инструментом для этого.

Ваша личная история, ваш путь становления со всеми взлетами и падениями станет для ваших клиентов маяком, на свет которого они последуют. Рассказывая собственную историю, вы однозначно станете уникальным на рынке и отгородитесь от конкурентов, потому что одинаковых историй не бывает. Истории как отпечатки пальцев, одинаковых не существует. У каждого человека, эксперта – собственный путь развития и становления. Именно поэтому, когда люди услышат вашу историю, они начнут отождествлять себя с вами, идентифицировать себя в вашей истории и понимать, что вы – именно тот человек, за которым нужно и можно следовать, чтобы достичь результата! Почему так? Да все просто, слушая вашу историю в социальных сетях на видео или читая вашу статью или пост, люди увидят и узнают себя, свои трудности и проблемы. Только вот разница между вами и ими в том, что вы уже прошли путь героя и достигли результатов. Вы падали, спотыкались, сбивали колени в кровь и поднимались вновь и вновь на тернистом пути, но вы его уже прошли. У вас есть результат, ключи, стратегии поведения, ответы на вопросы и опыт, который нужен другим людям. И вы готовы им поделиться.

Вы уже излучаете внутренний свет, силу, и вот на этот свет и эту силу притянутся именно ваши люди! Они такие же, как вы, разница только в том, что они находятся в начале пути или в середине, а вы можете взять их за руку и провести, поддерживать и рассказать, как! Потому что у вас есть ваша история, опыт, инструменты!

Именно персональная история поможет вам как эксперту создать внутренний и внешний фундамент. Внутренний для того, чтобы было на что опереться, внешний – ваша упаковка как эксперта – позволит вам не потеряться. Если этих фундаментов не будет, вы не получите внутренней опоры на себя и свои ценности, и ваш фундамент окажется из песка. А нам важно строить систему на десятилетия и века.

Итак, именно через историю выстраиваются отношения с аудиторией, люди в вашей истории себя видят и следуют за вами.

» История – один из самых простых способов продаж и самопрезентации.

История – это фундамент, с которого все начинается, ваша упаковка как эксперта, при помощи которой вы подстраиваетесь, уходите от конкурентов и выделяетесь на рынке, при этом сохраняя внутреннюю индивидуальность. Кстати, про конкуренцию – ее не существует, мы просто приходим и занимаем свое место. И, конечно, история – психологический инструмент, потому что позволяет посмотреть человеку на себя с иной точки зрения, начать ценить свой опыт и знания, время, уроки, которые дали не так просто и не так уж и дешево. А также избавиться от постоянного голоса в голове: я недостаточно хорош, мне надо еще поучиться и так далее.

Еще один балл в пользу историй. Истории снимают ширму предубеждений. Мозг привык заниматься оценкой, сравнивать, анализировать «хороший-плохой», «опасный-безопасный», выстраивать стратегии и, еще не зная полной картины, рисовать свою, тем самым ограничивая вас. Однако истории или, точнее, метафоры, каковыми истории и являются, помогают преодолеть защитный барьер нашего сознания и открывают доступ к состоянию детского любопытства, нашему бессознательному. Когда мы слушаем истории, мы вовлечены и активно включены в процесс.



Мы открыты переменам. Каждая история влияет на нас. Когда я проходил обучение у Мэрилин Аткинсон, истории являлись одним из главных инструментов работы. Из любой истории, тренинга, программы человек возьмет ровно столько, сколько может унести, а точнее, сколько может понять и пропустить через себя.

В любом случае, рассказав свою историю, вы уже выстраиваете со слушателями отношения и связь. Кстати, ваши клиенты всегда будут похожи на вас, что поможет впоследствии при создании аватара клиента, но об этом мы подробно поговорим позже.



ИТАК, ПОЧЕМУ ВАЖНО ПОДГОТОВИТЬ СВОЮ ИСТОРИЮ

Подготовка личной истории важна по нескольким причинам, каждая из которых помогает вам лучше понять себя, повысить уверенность и улучшить профессиональные навыки. Давайте рассмотрим каждую причину подробнее.

- Вы начнете ценить себя и свой опыт и избавитесь от синдрома самозванца.

Когда вы начинаете рассказывать свою историю, вы вспоминаете все важные моменты вашей жизни, достижения, трудности и победы. Этот процесс позволяет осознать, насколько уникален ваш путь и какой ценный опыт вы накопили. Это помогает избавиться от чувства «самозванца» — ощущения, что вы недостойны своих успехов или занимаемой позиции.



Как это работает?

Вы фокусируетесь на реальных примерах ваших достижений, анализируете их и понимаете, что ваши успехи — результат вашего труда и способностей. Это укрепляет вашу самооценку и уверенность в себе.

- Ваша история — первый инструмент продаж, даже если вы боитесь и не умеете продавать.

Даже если у вас нет опыта в продажах, ваша личная история может стать мощным инструментом для привлечения клиентов или партнеров. Люди любят слушать истории, потому что через них легче установить эмоциональную связь. Ваша история показывает, кто вы есть, почему вы занимаетесь тем, чем занимаетесь, и какие ценности движут вами.



Как это помогает?

Когда потенциальные клиенты видят, что за вашим бизнесом стоит реальная личность с интересной историей, они начинают доверять вам больше. История делает вас более человечным и доступным, что увеличивает шансы на успешное сотрудничество.

- Появляется уникальное позиционирование на рынке, вы ни на кого не похожи. Лучший инструмент для упаковки любого эксперта.

Каждая история уникальна, так как она отражает личный опыт и взгляды. Подготовив свою историю, вы создадите неповторимое позиционирование, которое будет отличать вас от конкурентов. Это особенно важно в условиях высокой конкуренции, когда необходимо выделиться среди других профессионалов.

► **Что дает?** _____

Уникальная история привлекает внимание аудитории и помогает создать узнаваемый бренд. Клиенты будут выбирать вас именно благодаря вашему особому подходу и опыту.

- Из истории рождаются миссия и самопрезентация.

Через рассказывание своей истории вы глубже погружаетесь в понимание того, зачем вы делаете то, что делаете. Это способствует формированию четкой миссии – того, ради чего вы работаете и каких целей хотите достичь. Миссия становится основой для создания убедительной самопрезентации.

► **Зачем это нужно?** _____

Четкая миссия помогает вам оставаться верным своим принципам и направляет ваши действия. Самопрезентация, основанная на миссии, вызывает доверие и уважение у окружающих.

- Из истории возникают уроки, и на базе этих уроков создается программа.

Рассказывая свою историю, вы неизбежно вспоминаете уроки, которые извлекли из своих побед и поражений. Эти уроки становятся основой для разработки программ, курсов или тренингов, которые вы можете предложить другим людям.

► Какой эффект?

Уроки, основанные на вашем личном опыте, делают программу более реалистичной и применимой. Ваши слушатели смогут использовать эти знания и применять их в своей жизни, что повышает ценность вашего предложения.

Таким образом, подготовка своей истории помогает вам не только лучше понять самого себя, но и эффективно представить себя миру, привлечь клиентов и создать уникальные продукты или услуги.



САМЫЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И МИФЫ ЭКСПЕРТОВ

Я недостаточно
хорош

Мне надо
поучиться

А что люди
скажут

Кому
это интересно?

У меня не тот
возраст

Вдруг меня будут критиковать
и писать всякие гадости?

Я боюсь

Список можно продолжать до бесконечности.

Узнали себя?

История помогает решить большинство из этих и подобных проблем. Как пример приведу историю одной из моих первых клиенток. Назовем ее Анна. Ее история началась еще в детстве, с непростых отношений с мамой.



Анна выросла, вышла замуж и первое время была очень счастлива. У нее родилось трое детей, и все бы ничего, но отношения с мужем постепенно стали портиться,

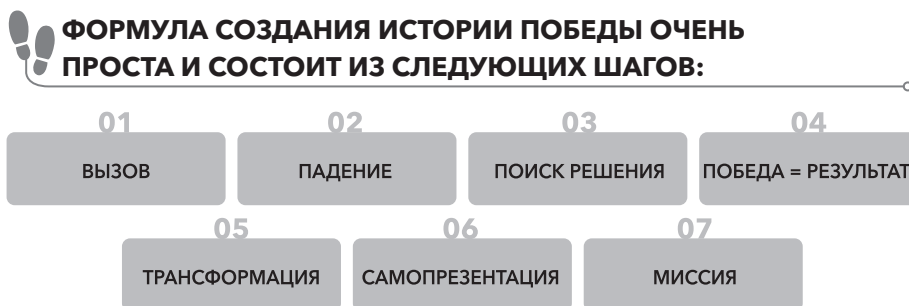
затем конфликты стали возникать с его родными. Все шло к распаду семьи. На этом фоне заболел младший ребенок, и ни один врач не мог правильно поставить диагноз. Женцина не могла понять, что происходит в ее жизни, у нее буквально опускались руки, она не понимала, куда ей бежать, что делать, кто может ей помочь. Время шло, становилось все хуже и хуже. Анна не хотела жить...

Однажды ночью она проснулась от того, что задыхается... Анна очень сильно испугалась и начала молиться. Она молилась всю ночь и поняла! Она поняла, как сильно она хочет жить! Жить по-новому, по-другому, и дала себе слово, что найдет решение!

Она обратилась к специалистам, в ее жизни появились курсы, книги. Анна первый раз в жизни занялась собой, чего раньше никогда не делала, отдавая всю себя другим людям. Потихоньку все начало меняться в лучшую сторону... Отношения с мужем, детьми и близкими родственниками стали улучшаться, и, самое главное, ее ребенок выздоровел. Она изменилась сама, и изменился мир вокруг нее. Сейчас женщина живет полной и счастливой жизнью, она сохранила семью и обрела силу любви и мудрости. Анна помогает женщинам создать счастливые отношения, она выучилась на психолога и коуча. Как она это делает? У Анны есть программа «Путь мудрой женщины. Как любить и быть любимой». Она вдохновляет своей историей других и помогает им выйти из кризисных ситуаций. Свою историю и трудности она превратила в дар для других, когда нашла выход для себя!

Пора переходить к практике.

СОЗДАЕМ ИСТОРИЮ ПОБЕДЫ, ИЛИ КАК УПАКОВАТЬ СЕБЯ КАК ЭКСПЕРТА И ВЫДЕЛИТЬСЯ НА РЫНКЕ, НЕ ТЕРЯЯ СВОЮ УНИКАЛЬНОСТЬ



Вызов

Люди действуют исключительно по двум причинам – от любви или от страха. Данные чувства являются основным спусковым механизмом, энергетическим зарядом, который заставляет поднять пятую точку и начать действовать. У любого героя всегда есть большая любимая мечта, цель, к которой он желает прийти, действуя из состояния дефицита «что-то хочу и мне не хватает». Мне хватало знаний, что и послужило толчком для моего развития. Или наоборот, когда герой хочет уйти от чего-то плохо, некомфортного, как пример – история с Анной. Он всеми силами стремится сбежать и куда-то прийти, в какое-то иное светлое будущее.

Очень важный момент, на который хочу обратить внимание:



Когда вы создаете свою историю победы, только вы решаете, насколько глубоко вы готовы идти, градус погружения и напряжения контролируете только вы.

Я знаю про огромное количество тяжелых моментов, о которых люди не готовы рассказывать, оголять свою душу перед миром. И это очень правильно и экологично.

“

• Истории, как отпечатки
пальцев, одинаковых
не существует. •

”

» Прежде всего заботиться надо о своем ментальном здоровье.

У героя всегда есть вызов. Он действует из любви к чему-то, из желания прийти к цели. Или же он действует из страха, когда внутренняя мотивация направлена на то, чтобы сбежать, уйти или изменить обстоятельства, в которых он оказался.

Исходя из таких посылов, попробуйте ответить на вопросы (лучше письменно). Важно все: место где вы были, события в которых вы находились, люди, которые вас окружали.

Что было моим вызовом в моей истории?

Как я действовал(а), от любви или от страха?

Чего вы хотели для себя в тот момент?

К чему вы хотели прийти и от чего уйти?

Почему? Куда? Зачем?

Расскажите про ваш вызов.

Падение = Отношения

К сожалению, не бывает так, что мы чего-то захотели и сразу получили. Такое возможно только в сказках и то не всегда, да и сказки тоже были бы тогда неинтересными и скучными. Психика устроена так, что мы больше ценим те вещи, которые достались с трудом. Также историю победы не было бы смысла писать, если бы не было момента падения, когда герой сталкивается с трудностями внешних и внутренних обстоятельств. Герой падает в яму, и ему нужно выбраться из нее любыми способами. Иначе просто не интересно, согласитесь.

В истории есть два фундаментальных компонента: уязвимость и доверие. Благодаря уязвимости в моменте падения мы выстраиваем отношения с аудиторией. Помните, я говорил: мы испытываем все чувства героя и сопереживаем ему? Вот также и вам станут сопереживать и идентифицироваться в вашей истории потенциальные клиенты.

Уязвимость создает отношения с аудиторией: он или она такой же, как и я, мы одинаковые. Он прошел через то же самое, что и я, испытал те же чувства и ту же боль, значит, он-она меня понимает. В моменте падения происходит идентификация и отождествление слушателей с вами. Тем самым вы создаете отношения через уязвимость.

В уязвимости скрыта огромная сила — не каждый готов рассказывать про свои слабости. Мы живем в век социальных сетей, где все герои на белом коне. Но вот если позиционироваться как герой и не рассказывать про уязвимость, долго вас слушать никто не будет, и уж тем более следовать за вами не станет.

Дело в том, что мы быстрее обратим внимание на человека, который нуждается или нуждался в помощи. Я помню форум, на котором спикер буквально выскочил на сцену и начал рассказывать про то, сколько у него машин, домов и яхт. Буквально через пять минут его выступления из зала ушла почти половина слушателей. Думаю, что тут все понятно и без моих комментариев.

» История должна иметь уязвимость.

Момент уязвимости создает атмосферу открытости и рассказывает людям, кто вы есть на самом деле, отправляя аудиторию в тот период вашей жизни, когда вы столкнулись с трудностями. Уязвимость создает отношения!

» Уязвимость = «момент падения».

Любая хорошая история должна включать в себя момент падения, то есть тот период, когда вам было особенно тяжело. И тут важно быть открытым и честным, показать все чувства и эмоции, которые вы переживали.

Все мы знаем, что за большими победами и достижениями стоят обычные люди. Они, как и мы, чувствуют, переживают и испытывают боль от потерь и сложных ситуаций.

На самом деле основная сила кроется в наших падениях. Когда мы рассказываем про свои ошибки или неудачи, нам сложно и не совсем хочется об этом говорить, тем более незнакомым людям или на большую аудиторию. Но если задуматься,

в этом и кроется огромная сила. Сила трансформации для вас и вашей аудитории.

Хочу привести хороший пример. Радислав Гандапас⁷ как-то рассказал о том, что не был высокооплачиваемым спикером и тренером, иногда у него не хватало денег на метро, и он знал все самые дешевые блюда в McDonalds. Таким образом он вдохновил людей на действия.

Правда в том, что в смелости рассказать про сокровенное, про то, чем вы не всегда готовы делиться, – огромная сила! Это и есть та мощь трансформационного момента для клиентов, которая и вдохновляет их на действия, создает связь с аудиторией.

В моей истории таких моментов можно найти несколько: первый, когда я совершенно не понимал, как после двойного скачка курса валют развиваться дальше, а цель создать франшизу стала утопией; второй, когда полностью провалился первый запуск курса, и я потерял много денег.



Момент «падения» переходит в «поиск» решения проблемы и приводит к «победе» — достижению успешных результатов.



Ваши результаты создают доверие к вам как к тренеру, коучу, консультанту или спикеру.

Когда вы создадите свою историю и попробуете все на практике, вы сразу поймете всю силу этого инструмента.

Момент падения. Попробуйте честно ответить на вопросы и, опять же, лучше письменно.

⁷ Один из самых известных и популярных российских бизнес-тренеров, признанный авторитет в вопросах публичных выступлений и лидерства. С 2018 года – президент Ассоциации спикеров СНГ.

Какие чувства, эмоции, страхи вы испытывали в тот момент?

При каких обстоятельствах это происходило?

Что вы делали?

Как вы действовали?

Какие люди вас окружали?

Важно: когда вы будете рассказывать историю и писать ее, обязательно используйте форму рассказа от первого лица, так как именно этот прием позволяет погрузить слушателя в ваше состояние и испытать ваши эмоции, тем самым создав крепкие отношения.

Чтобы вам стало понятно, приведу отрывок из моей истории.



Я помню тот день. Я сижу в офисе, смотрю в ноутбук и вижу ноль. Я вижу ноль продаж и ни одной заявки. Понимаю, что это провал, и вложенные деньги уже не вернуть... Я ощущаю себя полным неудачником и чувствую, как все внутри опустилось... Но я еще понял, что чего-то не знаю и упустил... Я думал, что все знаю. И был очень самоуверенным. Я старался сделать все на «пять» и решил, что это повлияет на результаты. Мы даже снимали все ролики для маркетинга в студии на телеканале, но это не помогло...

Поиск решения

К счастью или к сожалению мы живем в мире, где по желанию или взмаху волшебной палочки ничего не происходит, для результата нужны действия. Да и жить в мире, в котором подумал – и все случилось, скучно, опасно и неинтересно. Скучно потому, что не ценишь результат от затраченных усилий, так как получаешь все в моменте на «скатерти самобранке». Опасно потому, что, подумав о «летающей корове», можешь сверху получить от коровы, и явно не молоко. Неинтересно потому, что нет азарта в процессе пути и роста. Но хватит философии, вернемся к делу. Любая история, фильм захватывают нас, если в них есть интрига, поиск решений, преодоление трудностей.

» Поиск решения в любом сюжете позволяет раскатать аудиторию на эмоциональном маятнике и удерживать внимание.

Помните, как в сказке: «Направо пойдешь – коня потеряешь, налево – женатым станешь, прямо пойдешь – головы не снесешь». Вот также и вам нужно описать все попытки «выбраться из ямы», рассказать про два-три-четыре варианта ваших поисков, о том, в какие двери вы стучались, к кому обращались, куда ездили и, конечно, про все провалы и отказы в процессе поиска решения.

Опишите максимум возможных вариантов, из которых вы потом выберете основные. Что вы делали, что вас окружало, как вы действовали, почему именно так.

» Победа приходит не внезапно, а как результат множества мелких шагов.

Самое время начать гордиться своими результатами, ценить их, хвалить себя и смело про них рассказывать. Так как они – второй клей, который создает доверие. Помните, момент падения создает отношения через отождествления с главным героем? Вот ваши результаты и победы создают уже ДОВЕРИТЕЛЬНЫЕ отношения с аудиторией, так как вам можно верить и за вами можно и нужно идти. Вы становитесь тем проводником, оставаясь таким же, как ваши последователи, но вы на много шагов впереди их. Вы такие же, как и они, одного племени, но у вас есть ключи для решения вопроса, так

как есть результат. Именно поэтому в истории есть два ключевых и сильных момента: падение, где вы делитесь своими трудностями, через которые вы прошли, и отношения, момент «победы», через которые вы создаете доверие. А все вместе – доверительные отношения. Система работает очень просто и понятно, главное рассказывать свою историю жизни и становления искренне и честно, сохраняя уникальность, не играя никаких ролей и приобретая свободу быть собой на всех этапах проявления.

Помните, я рассказывал про спикера, который начал кичиться своими достижениями, не выстроив эмоциональной связи с аудиторией, в результате чего люди ушли с его выступления? У него все бы получилось, если бы он делал все правильно. А мы с вами теперь знаем, как делать все правильно!

Теперь я вас призываю надеть корону, вспомнить все достижения, результаты и описать их из состояния олимпийского чемпиона, ценя и гордясь собой и своими результатами. Если вы до этого момента стеснялись, то именно сейчас нужно начать гордиться собой и забыть про стеснение, так как вы заслужили право говорить, стоя в полный рост, о себе и своих победах. Вы прошли через огромное количество трудностей, испытаний и потратили много сил и времени.

» Цените себя! Любите себя! Благодарите себя!

Опишите ваши результаты.

К чему вы пришли?

Что у вас получилось?

Что вы поняли, узнали, почувствовали?

Теперь, когда у вас есть подробное описание и понимание своих результатов и, главное, понимание, что это именно ваши результаты, на которые вы, возможно, посмотрели по-новому и начали себя ценить больше, самое время двигаться дальше на пути построения прочного фундамента упаковки вас как эксперта.

Как уже говорил, любая история, – это метафора. Метафора – это трансформация. Каждая история нас чему-то учит и влияет на нас. Недаром психологи используют истории как часть психотерапии, потому что это – безопасный способ работы и экологичная трансформация.

Трансформация

Во время пути герой всегда меняется. И нет ничего более постоянного, чем перемены. Вот и у нашего героя изменились ценности, убеждения, взгляды и внутренний мир, а также окружение, место жительства, сфера деятельности

**Расскажите про свою внешнюю трансформацию:
окружение, место жительства, сферу деятельности**

Расскажите про внутреннюю трансформацию

И тогда у героя появляются вопросы: что мне делать с моими новым опытом и знаниями? Как я могу положительно повлиять на этот мир? Что я могу и хочу делать еще? Чего раньше я не делал или могу делать иначе? Кому я хочу помогать?

Самопрезентация

Мы плавно подходим к написанию самопрезентации, которая позволит вам существенно выделиться среди остальных. Вы не будете скучными, как то большинство, которое сливается с серой массой.

» Самая распространения ошибка – представляться одним словом. Поймите – это провал!

Рассмотрим на примере.

1 ВАРИАНТ



— *Добрый день. Как вас зовут, чем вы занимаетесь?*
— *Добрый день, меня зовут Павел, и я коуч...*
— *А, коуч, понятно... (скучновато и сколько их развелось... не интересно, я пошел дальше...)*

2 ВАРИАНТ



— *Добрый день. Как вас зовут, чем вы занимаетесь?*
— *Меня зовут Павел, и я помогаю экспертам монетизировать знания и масштабировать бизнес в интернете.*
— *О, интересно! Расскажите, как вы это делаете.*
— *Очень просто, у меня есть программа «Академия экспертов», где я всему этому обучаю, а также продюсирую экспертов и развиваю проект Life-University.ru. Я это делаю, потому что мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свои уникальность и потенциал, развивался, делился своими*

знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой.

— Интересно, а как вы к этому пришли?

Дальше рассказываем историю, которая демонстрирует ваш путь, ценности и понимание, почему вы этим занимаетесь.



Огромная разница между: я – коуч, психолог, астролог и системно понятной самопрезентацией.

«Я помогаю экспертам монетизировать знания и масштабировать бизнес в интернете», – в одной этой фразе уже отслеживается целевая аудитория, кому вы помогаете, как вы помогаете и какой результат люди получают.



Задание

Теперь попробуйте написать самопрезентацию.

- Я помогаю... Кому? – ваша целевая аудитория.
- Как и чем помогаете? – услуга.
- Какой результат получают?

Я помогаю (кому?) экспертам, (каким образом?) монетизировать знания и опыт и (результат?) создать онлайн бизнес.

У вас может получиться 2–3 версии, и со временем вы поймете, какая лучше всего вам подходит.

Миссия

Выше я затронул миссию, и это еще один очень важный элемент в фундаменте упаковки эксперта. Обычно миссия начинается с фразы: «Мне важно, чтобы...» «Мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свою уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой».



Миссия важна в первую очередь для вас, потому что она призвана демонстрировать действительно ваши ценности, на которые вы будете опираться в работе с людьми. А люди будут понимать вас еще глубже, на уровне ценностей.

Обязательно определитесь с миссией: почему вам важно делать то, что вы делаете или планируете делать.

В онлайн-программе «Академия экспертов» есть упражнение – написать свою миссию.



Итак, что у вас получилось.

«Я делаю это _____, и вы получаете такой _____ результат».

Или

«Я помогаю (кому) _____, как _____, что я делаю (услуга) _____, получают _____ результат».

Почему мне важно это делать?

У меня есть миссия _____

Мне важно, чтобы _____



Правильное представление и упаковка — ключ к тому, чтобы находить клиентов для коучинга, консалтинга, выступать на сцене как спикер, или проводить тренинги. Ваша личная история и опыт — есть ключи к созданию вашей обучающей программы и продажам её офлайн и онлайн.

Допустим, я хочу учить людей, как быть здоровыми и стройными, или я знаю, как управлять финансами, и могу научить стать более эффективным и финансово независимыми.

Пока это только определение основной темы. Я же хочу вас попросить, чтобы вы пошли еще глубже и подумали о трансформационных результатах и пользе, которые вы создаете для своих клиентов. Это нам потребуется для следующего шага, когда мы будем создавать программу-тренинг для коучинга, консалтинга или наставничества, называйте как хотите, главное, чтобы вам нравилось.

“

**В истории есть два
фундаментальных
компонента: уязвимость
и доверие.**

”



ПОДВЕДЕМ ИТОГИ, ЧТО У ВАС ДОЛЖНО ПОЛУЧИТЬСЯ.

1. История

- Вызов: от любви или от страха?
- Падение = создание отношений.
- Поиск решения – эмоции.
- Результат = Доверие и доверительное отношение к вам от аудитории, за вами можно следовать.
- Трансформация – у героя появляется желание помогать таким же как он, делиться своими знаниями, уроками.

2. Самопрезентация: что вы делаете и для кого, какой результат получают люди.

3. Миссия: почему вам важно все это?

В итоге у вас должен появиться прочный фундамент, на котором станет держаться весь ваш экспертный бизнес, и вас невозможно будет с кем-то спутать. И к вам будут приходить именно ваши люди. На вашу историю, уникальность и энергию. И вы поймете, что конкуренции не существует и мы просто приходим и занимаем свое место!

Однако мы еще только в середине пути закладки фундамента. В следующей главе мы будем с вами создавать продукт.

В название продукта всегда должен быть заложен смысл результата, который получит клиент.

Пожалуй, начну с провокационной и честной фразы, что ничуть не обесценивает коучей и психологов: коучинг очень тяжело продается! Почему? Потому что у большинства людей в голове отсутствует понимание, что такое коучинг! А мы помним правило, если нас не понимают, то у нас не покупают. Все просто! Другое дело, если вы скажете, что у вас есть программа «Путь мудрой женщины» или «Академия экспертов» или «Как правильно разводиться», «Ешь и худей». Тогда все встанет на свои места.

Когда вы говорите с людьми на понятном им языке, то они сразу понимают, по пути им с вами или нет, отзывается им то, о чем вы говорите, или нет. Важно быть понятным! Мы живем во времена «рыбок Дори», когда 80 процентов людей листают пятнадцатисекундные ролики и через мгновение забывают, что было минутой ранее, переключая внимание на новый рилс, шортс и так далее. Правило семи секунд никто не отменял, и я думаю, что в ближайшем будущем уже вполне вероятно новое правило про пять секунд, а то и про три.



Не успели зацепить — извините, нам не по пути.

Поэтому я призываю к тому, чтобы эксперты, будь то коучи, психологи, астрологи, тарологи, диетологи, люди с опытом семейных отношений, предприниматели, повара и так далее, в первую очередь упаковали себя через личную историю, создавали программу и давали ей понятное название.



В названии продукта всегда должен быть заложен смысл конечного результата, который получит от взаимодействия с вами и программой клиент.



КАКИЕ ПЛЮСЫ В СОЗДАНИИ ПРОГРАММЫ? ИХ ОЧЕНЬ МНОГО.

1. **Первый плюс:** вы создаете понятную дорожную карту для себя и для потенциальных клиентов. Люди смогут увидеть свои проблемы и пути их решения, а также поймут, что вы действительно тот человек, который может им помочь в решении их проблем и задач.
2. **Второе:** наличие программы позволит вам продавать не разовые консультации от клиента до клиента, а сразу, пакетом, продавать решение за ту сумму, которую вы считаете достойной для себя.
3. **Третье:** программа поможет продавать свой продукт и презентовать его. Например, вы отправляете экранный снимок или pdf-файл, и сразу становится понятно, что у вас есть отработанная пошаговая система, которая поможет клиенту прийти к результату.
4. **Четвертое:** вы систематизируете свои знания и опыт, придаете им осязаемость и системность. Фактически вы получите дорожную карту для себя по созданию онлайн-тренинга или живого тренинга, а также для работы 1 x 1.
5. **Пятое:** вам легко будет продавать и презентовать свои услуги (о продающем скрипте речь пойдет дальше).



Теперь, когда вы понимаете, для чего нужна программа, и осознаете ее ценность, пора переходить к ее созданию. Как мы будем это делать? Очень просто, для этого нужно будет заполнить таблицу, которую я называю «Формула создания продукта».

“

Люди покупают
• не сам продукт, а образ •
конечного результата,
• к которому они придут •
в будущем.

”

Шаг	Проблема	Описание решения	Результат	Инструменты
Шаг 1: Упаковка	Люди часто обесценивают себя и свою опыт. Не знают как презентовать себя	Создай свою историю, определи свою уникальность. Миссия и самопрезентация.	1. Уникальное позиционирование на рынке. 2. Ценить себя, свой опыт. 3. Привлекать первых клиентов.	Формула создания истории Сторителлинг
Шаг 2: Создание программы, продукта, курса.	Не знаю как систематизировать опыт и знания.	Создай свой информационный продукт.	Эффективно презентуйте себя и свой курс. Первые продажи продажи.	Формула создания продукта
Шаг 3: Привлечение клиентов.	Нет клиентов или их мало.	Создайте постоянный поток клиентов	Изобилие клиентов и растущая прибыль.	3 канала поиска клиентов 2 аватара клиента 4 этапа монетизации
Шаг 4: Первые консультации	Не знаю как провести консультацию, не умею продавать	7 вопросов для первой сессии, психология взаимодействия с потенциальными клиентами	Уверенность в себе и первые продажи.	2 стратегии проведения продающей консультации
Шаг 5: Маркетинг и основы онлайн бизнеса	Нет понимания как выстраивать онлайн продажи и работу	Создайте свой путь к клиента от первого касания до продаж основного продукта	Поймете, выстроить свой «путь клиента» и постоянные продажи онлайн	Путь клиента.
Шаг 6: Построение онлайн бизнеса	Не знаю с чего начать? Как работает и кто нужен? Нет понимания правильной стратегии и развития.	Создание сайта, запуск Youtube канала, построение воронки продаж, продвижение в социальных сетях, smm	Создание узнаваемого бренда, взлет продаж, масштабирование.	Пошаговая формула построения инфобизнеса и развития своего бренда в сети.
Шаг 7: Онлайн продажи и вебинары	Люди приходят на вебинары, все нравится, но не покупают.	Прекратите обучать, начинайте продавать! Создайте продающую презентацию по системе 3 ступени продаж.	Увеличение конверсии, повышение продаж.	Онлайн запуски - вебинары. Онлайн школа Продающая презентация.

Небольшая ремарка. Вам не всегда придется работать с первого шага с вашими клиентами, так как уровень проблем и задач у всех разный. Но, так или иначе, программа позволит вам систематизировать опыт и перенести его на бумагу для презентации потенциальным клиентам.

А теперь давайте поиграем с вами в игру под названием «Машина времени». Помните фильм «Назад в прошлое»? Вам нужно его повторить. Представьте себя в прошлом, когда вы только начинали свой путь, описанный в вашей личной истории, которую, я надеюсь, вы уже написали. Представили? Отлично! Теперь садитесь в машину времени и из настоящего отправляйтесь в ту точку в прошлом, откуда вы начинали! Да-да, вы отправляетесь к себе как наставник. Вы встречаете себя более юного и начинаете помогать себе в прошлом. Вас двое: вы из сегодня и с опытом, и вы юный и без опыта.

С какой самой первой проблемой вы столкнулись?

Какой совет и рекомендация или система действий помогли сделать первый шаг?

Какой результат вы получили, когда сделали все?

Таким образом, вам нужно проследовать по всему вашему пути в прошлом, но со знаниями, как бы помогая самому себе пройти все уроки, но в ускоренном режиме, так как у вас есть уже все ответы на вопросы.

Опишите проблему. Например, не знаю с чего начать, нет энергии, или нет понимания и системы, или отсутствуют понимания в семье и здоровая коммуникация, скандалы. Или обесцениваю себя и свою опыт, не знаю, как презентовать

себя и свои услуги. Это и станет проблемой в нашей программе, а точнее – в вашей.

Теперь ответы на эти вопросы, вам нужно записать в таблицу.

Шаг	Проблемы	Описание решения	Результат	Инструменты

Заполняем шаг №1 — раздел «Проблема». Когда мы определили проблемы, нужно найти решение. Расскажите себе, находясь в прошлом, что нужно делать, чтобы решить первую проблему на пути развития.

Заполняем следующий раздел «Описание решения». Например, создать свою историю, определить свою уникальность. Миссия и самопрезентация. Или: научиться высказывать свое мнение, научиться слушать и слышать других.

Это лишь примеры — вам нужно использовать уроки из собственной истории и пути развития.

Следующий шаг — результат. Задача — описать конечный результат, когда проблема будет решена. Занесите его в столбец «Результат». Например, у меня появится уникальное позиционирование на рынке.

» Начнете ценить себя, свой опыт и привлекать первых клиентов через свою историю.

ПРИМЕР 2:

для программы по отношениям — научитесь эффективно коммуницировать, понимать друг друга, появится баланс и гармония в отношениях.

» *Напишите свой результат в первом шаге вашей программы, взятый из вашей истории. Какой результат вы получили, когда преодолели или решили первую проблему на пути своего становления и развития. Что было первым промежуточным результатом в вашей истории?*

В таблице есть раздел инструменты, куда мы записываем названия инструментов или инструмента, через который мы будем находить решение для первого проблемы. Бонус для коучей: вы можете туда вписать названия коучинговых техник.

Переходим ко второму шагу. Первую задачу или проблему вы решили, находясь в прошлом. Но таких проблем и подзадачек на пути к победе отнюдь не одна, соответственно, у вас появляются второй шаг, третий и так далее. Как правило, может быть от 5 до 7 шагов или тем.

Как еще можно использовать программу? Когда вы дойдете в своем развитии до онлайн-курса и вебинаров, тогда каждый шаг станет темой, уроков в которой может быть несколько. Все зависит только от вас и ваших знаний.

Теперь вы понимаете, почему «Формула создания продукта» позволяет создать дорожную карту для вас как эксперта и систематизирует ваши знания и для ваших клиентов. Они видят, что у вас есть рабочая система, и в этой системе они видят все свои проблемы и результаты, которые они смогут решить благодаря вам.

Скачать «Формулу создания продукта» можно по Qr-коду



Внимание! Когда вы создадите собственную программу, вы увидите в столбце «Проблемы» все проблемы потенциальных клиентов, а также результаты, которые получают ваши клиенты.

Пора вернуться из путешествия во времени и поработать над названием вашего продукта. Важная мантра, которую я не перестаю повторять: люди покупают не сам продукт, а образ конечного результата, к которому они придут в будущем при взаимодействии с услугой или продуктом. «Формула создания продукта» дает вам возможность системно говорить про результаты, которые получают клиенты. Как показывает моя практика, далеко не все эксперты могут легко и просто рассказать про свои услуги, презентовать себя и свой продукт, а главное, быть понятыми, пока не пропишут свою историю и не заполнят таблицу «Формула создания продукта».

Когда вы это сделаете для себя, вы зложите свой фундамент в экспертном бизнесе, и на этом фундаменте ваш дом будет стоять крепко! Почему? Думаю, вы уже и сами это прекрасно понимаете, потому что фундамент основан на вашей настоящей истории и ценностях! Ваш фундамент дает вам возможность быть собой, а свобода быть собой окрыляет и дает энергию.

» Честность перед собой и миром важны в любом деле, а в экспертном бизнесе вдвойне!

Ракета больше всего топлива теряет на взлете, а как корабль назовешь, так он и поплывет. Если вы только выходите на рынок, планируете заявить о себе и начать проявляться, важно понимать, что вы создаете один продукт! Продукт «Гордость», и ваша задача, чтобы через год-два три именно с вашим именем ассоциировалась та тема, в которой вы планируете стать экспертом и развиваться.



Важно не менять тему, бить в одну точку, как бы трудно ни было, потому что побеждают не талантливые, а самые настойчивые и целеустремленные. Дисциплина бьет и побеждает талант! Именно по этой причине настройтесь на работу в долгую.

Когда вы закончите с упаковкой, обязательно начинайте заниматься своими социальными сетями. И чем раньше, тем лучше. Они станут вашим главным активом и инструментом при выстраивании добрых отношений с аудиторией.

» Критично важно не сидеть в танке, а системно давать пользу и заявлять о себе!

Иначе вы так и останетесь супергениальным и полезным человеком, о котором никто не знает, а другие менее талантливые и способные займут рынок. Но об этом мы поговорим в главе про социальные сети и продвижение.

Когда вы придумаете название к программе, закройте глаза и произнесите его вслух. Почувствуйте, насколько это название и эти слова, которые вы произносите, именно про вас. Вам легко произносить название? Если легко, оставляйте! Если внутри корбит, меняйте его до того момента, пока вам не станет комфортно произносить его вслух, так как это придется делать часто.

Следующий шаг – создание подзаголовка. Подзаголовок помогает лучше понять то, о чем ваш продукт. Например, «Академия экспертов» – название, подзаголовок: «Как монетизировать свой опыт и знания и масштабировать бизнес в интернете».

Хочу вас обрадовать, если к данному моменту вы проделали работу, о которой я говорил в первой главе, и сделали самопрезентацию, то вам нужно убрать слова «я помогаю» и заменить их на слово «как». Именно ваша самопрезентация и будет подзаголовком, раскрывающим смысл вашей программы.

Например, моя самопрезентация «Я помогаю экспертам монетизировать знания и масштабировать бизнес в интернете. Как я это делаю?» Отсюда название моей программы «Академия экспертов», которая, кстати, имеет государственную образовательную лицензию. Подзаголовок к программе: «Как экспертам монетизировать свой опыт и знания и масштабировать бизнес в интернете». Гениально просто и системно, согласны?

Теперь, когда у вас есть программа, надо понять, как ее можно использовать. Очень легко!

- Для продажи работы 1 x 1, не менять время на деньги, а продавать систему.
- Для проведения онлайн-тренинга.
- Для проведения группового тренинга в живую.
- Для создания контент-плана.
- Для выступлений на мероприятиях, потому что каждый шаг – это несколько уроков и презентаций.

Особое внимание стоит обратить на два раздела в таблице «Формула создания продукта»: «Проблема» и «Решение». У вас теперь есть описание проблем клиентов и «результатов», к которым они придут. Это поможет вам в продажах, копирайтинге и лендингов для воронок. Фактически вы создаете дорожную карту и план, по которым будете работать.

БОЛЬШАЯ КАРТИНА УПАКОВКИ

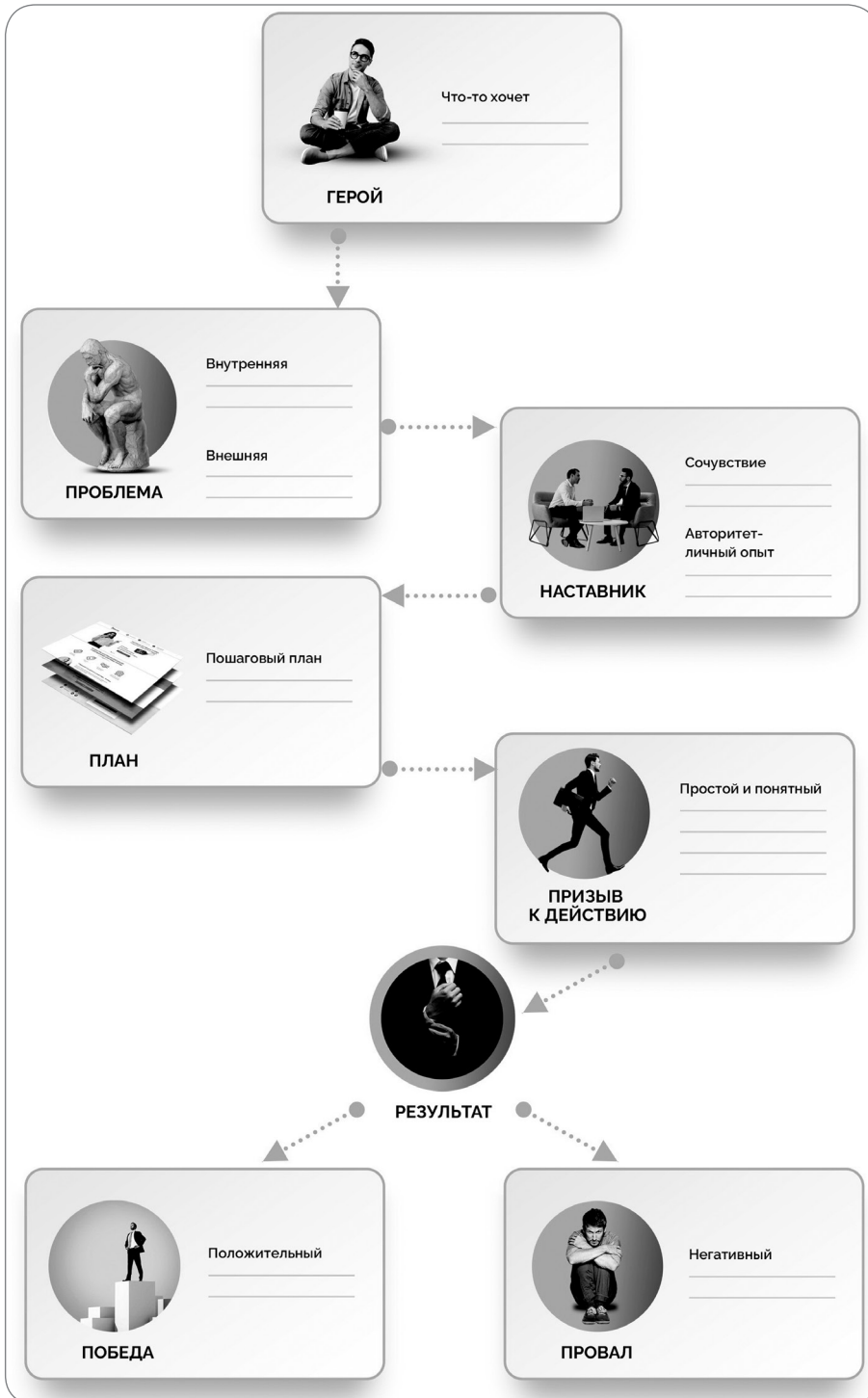
Я очень люблю строить простые и понятные системы, чтобы было легче жить и работать. Сейчас хочу показать вам еще одну формулу создания историй и упаковки, для того чтобы вы поняли, для чего мы с вами занимались созданием ваших персональной истории, программы и упаковки в целом.

Посмотрим на новый путь героя, но только с другой точки зрения. Помните, я вас просил поиграть в игру «Машина времени»? У нас есть герой, ваш потенциальный клиент, и у него есть потребности – он чего-то хочет.

1. Герой что-то хочет: у него есть цель, и он действует от страха или из-за большой любви к чему-то.
2. Проблема героя: внутренняя и внешняя.
3. Герой встречает наставника в вашем лице. Наставник понимает проблемы героя и является авторитетом и экспертом, который знает, как ему помочь.

У наставника есть план. План – это программа, которую вы создали по «Формуле создания продукта».

1. Наставник верит в героя и ведет за собой.
2. Наставник описывает результат, который получит герой, когда начнет действовать по плану. А также что будет, если оставить все как есть.



В данной модели истории герой встречается наставника, и у наставника есть определенные качества, а герою нужна помощь. Проведите аналогию с собой.

1. Наставник обладает авторитетом, опытом и знаниями.
2. Наставник понимает проблемы героя, искренне сопереживает и сочувствует.
3. У наставника есть план, решение, по которым можно двигаться и получить результат.
4. Наставник дает пошаговый план герою (вы наставник, и у вас теперь есть план для ваших клиентов).
5. Когда наставник дает план решения, он обязательно должен поддержать героя и подтолкнуть к действиям.

» Призыв к действию, мотивация помогают сделать первый шаг!

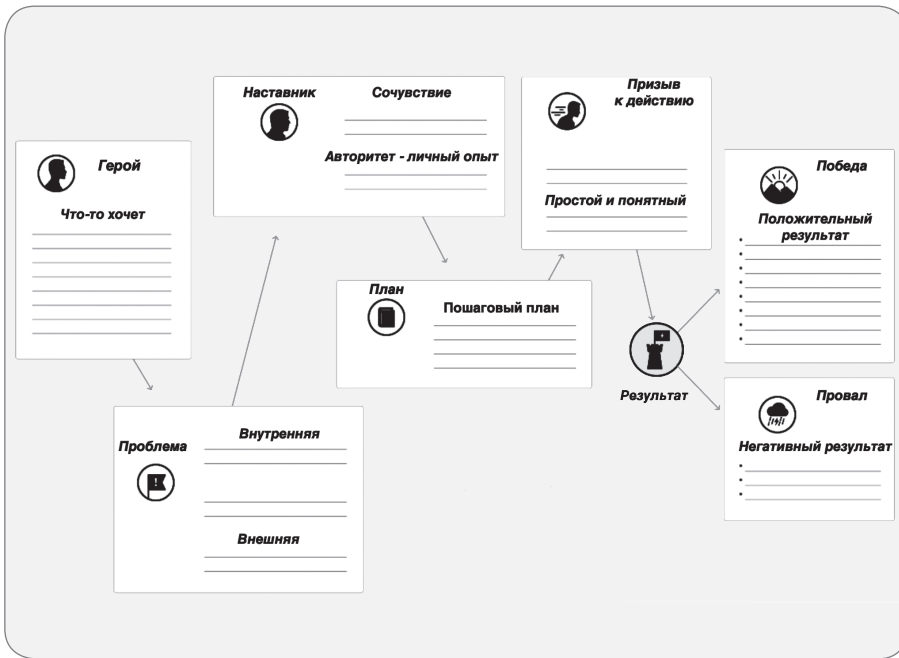
Обязательно запомните это, так как призыв к действиям вам придется использовать в работе всегда, особенно в интернете. Людям нужно говорить, что делать, и направлять. Призыв к действию помогает герою сделать выбор, оставаться в зоне бездействия или следовать за наставником.

Следующий шаг – результат. Наставник всегда расскажет о результате, к которому может прийти герой, взаимодействуя с ним. Вспоминаем нашу программу, в которой уже описаны результаты, конечно, если вы уже заполнили таблицу «Формула создания продукта».

Однако нам важно показать два варианта результатов. Первый – негативный, от 3 до 5 максимум, но важно не перегнуть палку.

Для чего мы показываем негативным результат в данной модели истории? Для того, чтобы герой (потенциальный клиент) видел цену бездействия.

Второй – положительные результаты, которые получит герой, соответственно, ваши клиенты.



Теперь вы видите всю картину целиком.

Вы знаете потребности и проблемы вашей аудитории, у вас как у наставника есть программа и история, вы понимаете ваших клиентов, так как сами когда-то были в их положении и можете говорить результатами, к которым, следуя вашей программе, люди придут. У вас есть миссия и ценности, на основе которых вы работаете, что является для вас внутренней точкой опоры как для эксперта в работе, развитии и служении миру и людям.

“

Если к данному
моменту вы сделали
самопрезентацию,
то вам нужно убрать
слова «я помогаю»
и заменить их
на слово «как».

“

Мы живем во времена, когда люди запрягают телегу впереди лошади. Я имею в виду погоню за быстрым обогащением и деньгами. Я говорю, что деньги – это плохо. Ни в коем случае! Наоборот, деньги – это прекрасные возможности, и они обязательно нужны! Деньги – это эквивалент вашей работы, пользы и вклада в мир и общество. Я приверженец философии служения людям, когда мы максимально проявляемся в мир через оказание помощи другим, и тогда, поверьте, закон сохранения энергии и баланса, или Вселенной, как вам больше нравится, обязательно вознаградит вас. Только это вовсе не означает, что у вас просто так все быстро купят, продавать нужно уметь.



Ставьте своими целью и миссией помощь другим людям и, поверьте, вы всегда будете вознаграждены. Как сказал Зиг Зиглар: «Вы можете иметь все, что захотите, если будете помогать другим людям получить все, чего хотят они». И я согласен с этими словами.

Знание своего клиента — ключ к эффективным продажам и удовлетворению потребностей клиентов.

Что мы излучаем, то и получаем! Я начал главу с этой фразы, потому что она идеально описывает очень распространенную ситуацию в работе экспертов. Дело в том, что часто приходят люди с очень похожими запросами на ваши, они как бы зеркало ваших проблемы, с которыми вы сталкиваетесь и живете.

Например, я ужасно боялся выступать перед публикой, и ко приходили люди с такими же запросами, которые мы успешно решали. Как я уже писал ранее, ваши клиенты— это вы, но в прошлом. Они на два, три или четыре шага отстают от вас. Только теперь у вас есть навигатор и вы — идеальный проводник.

» **Ваша целевая аудитория — это вы 5-10 лет назад.**

Давайте начнем с базовой и самой простой вещи, которую должен знать каждый эксперт и делать каждый маркетолог, а именно с создания аватара клиента.

Нам как экспертам важно знать и понимать свою аудиторию, чтобы максимально эффективно помогать в решении проблем и задач, а также донести ценность своего продукта и себя, говорить на одном языке. Именно по этой причине нам нужно создать аватар и даже не один, а два или даже три. Если вас не понимают — у вас не покупают. Я буду повторять эту фразу часто, чтобы вы ее запомнили и использовали в работе и продажах. Исключите непонятные и сложные слова и фразы, которые людей ставят в ступор.



Помните: все, что не понятно нашему мозгу, он исключает из восприятия и превращает в серые пятна.

У нас же иная задача: важно, чтобы вы были поняты, услышаны и с вами хотели работать и следовать за вами.

Начнем с базовых вопросов, на которые необходимо ответить при составлении аватара клиента.

Первое, что необходимо сделать, – подробно описать жизненную ситуацию клиента, его боли и проблемы, а также то, какие решения он ищет. Например, клиент может быть человеком, который чувствует себя застрявшим в работе и ищет пути для личностного роста и развития карьеры.

БАЗОВЫЙ АВАТАР КЛИЕНТА

Пол _____

Возраст _____

Где живет _____

Семейное положение _____

Есть ли у клиента дети _____

Дайте аватару имя _____

Чем занимается клиент _____

Кем работает _____

Каков его социальный статус _____

Кто супруг или супруга _____

Что супруг думает об увлечениях клиента или желаниях купить ваши услуги (какие аргументы надо привести на странице для преодоления возражений супруга) _____

Какое у клиента образование _____

Как оно влияет на покупку ваших услуг _____

Какие у клиента религиозные или философские взгляды _____

Принципы клиента _____

Как они влияют на покупку _____

Какова его самая большая неудовлетворенность в жизни _____

Проблемы, страхи клиента _____

О чем мечтает клиент _____

Чего хочет в глубине души _____

Его жизненные ценности и приоритеты _____

Как выглядит обычный день из жизни вашего клиента _____

Мы нарисовали осязаемый портрет вашего клиента.

Важно! Таких аватаров у вас может быть от одного до трех. Больше не имеет смысла. Для упрощения дайте каждому созданному аватару имя, так будет легче ориентироваться и упростит работу вашего отдела продаж, когда он станет обучать новичков в будущем.

АВАТАР ИДЕАЛЬНОГО КЛИЕНТА

Итак, вы создали базовый аватар клиента, но мало кто в экспертном бизнесе пользуется простым правилом, которое помогает сэкономить время, деньги и энергию. Однако это правило очень распространено и популярно у девушек и женщин, которые создают для себя образы мужчин, с которыми они хотели бы встретиться.

Расскажу историю, благодаря которой я понял, что клиенты бывают очень разные и нужно задействовать определенный фильтр.



Однажды я консультировал одну свою знакомую. Моя мотивация была следующей — дать как можно больше пользы и результата. Все строилось на моей энергии и желании довести ее до результата. Мы работали над ее упаковкой,

историей и продуктом. Спустя три часа все было сделано, но какой ценой? Я упал на пол и просто не мог встать, потому что сил не осталось. Мое состояние было вызвано, во-первых, нарушением закона энергообмена: минимальную сумму нужно брать всегда или, как минимум, оговаривать бартер, чего я не сделал.

Во-вторых, есть люди, с которыми очень легко и приятно работать, они резонируют с вами на одном энергетическом уровне, схожи с вами по ценностям: вам приятно и им тоже приятно. В этом случае я столкнулся с энергетическим вампиризмом, и мне пришлось долго и тяжело восстанавливаться. Возможно, если бы моя работа была оплачена сполна и энергообмен произошел без нарушений, мое состояние было бы иным. Но... нет! Не всегда залог достойной оплаты компенсирует общение с энергетическими вампирами или людьми, которые не совпадают с вами по ценностям.

В-третьих, она так ничего и не сделала, не запустила свой курс, не начала продавать свои консультации. То есть вообще ни-че-го! Я потратил на нее время зря. Она тоже. Итог: ноль пользы для всех участников процесса.

Для меня важен результат клиентов, и каждая минута, инвестированная в человека, очень ценна. Почему? Да потому что результаты ваших клиентов – это и ваши результаты тоже! Как много тренеров мечтают вырастить олимпийских чемпионов? Вот то-то и оно. В нашем деле то же самое. Я очень заинтересован в результатах своих клиентов, потому что их результаты – это мои результаты и мое имя на рынке. Но есть небольшая оговорка: мы не несем ответственности за результат клиента. Это железное правило.



Мы не можем заставить других людей действовать и также не несем ответственности за их действия или бездействия.

Я получил хороший опыт, понял, что существуют очень разные клиенты. Идеальные, средние и те, которых лучше не брать и можно увольнять. Начнем с идеальных клиентов.

ИДЕАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ

Попробуем понять, кто такие идеальные клиенты.

1. Идеальный клиент совпадает с вами по ценностям, и вам нравится его энергетика.
2. Мотивирован на результат, хочет работать с вами и готов идти к своим целям с вашей помощью.
3. Платит за ваши услуги и понимает вашу ценность. В итоге все получают пользу и все счастливы. Вы получаете оплату за ваш опыт и вклад в клиента, клиент получает результат. Всем хорошо! Win-win – выигрывают все!



Иногда я использую следующий скрипт:

мне нравятся ваши цели и ваш продукт, я готов вам помочь при условии, что мы работаем до результата и вы не сливаетесь на полпути, так как мне важен ваш результат и мне важно мое имя на рынке, поэтому, когда мы начнем с вами работать и я пойму, что вы сливаетесь, я просто верну вам часть денег, и мы прекратим сотрудничество.

Почему я так говорю? Потому что мне действительно важен результат клиента! И это позволяет еще до начала работы определить правила взаимодействия на берегу.

СРЕДНИЕ КЛИЕНТЫ

Со средними клиентами работать можно и нужно, так как они составляют 80 процентов, им немного по разным критериям не хватает до идеальных клиентов. Наша задача дать им пользу и постараться подтянуть до идеальных. Другое дело, когда средние клиенты скатываются до «неидеальных клиентов».

НЕИДЕАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ

Есть фраза, которую я обычно говорю на всех своих вебинарах: «Кого я не хочу видеть на программе?» И это не просто слова, это действительно критерии, с кем я никогда и ни за какие деньги не буду работать.

Я предлагаю вам создать список таких критериев, на которые вы будете опираться в будущем при заключении договоров с людьми или при решении, кого брать в работу, а кому отказать. Он необходим для вас, для вашего ментального здоровья, для сохранения времени и ресурсов

Итак.

Я никогда не буду работать с людьми, которые:

- перекалывают ответственность за свой результат на других;
- думают, что существует красная кнопка, нажав которую все произойдет само, без усилий;
- считают, если заплатили, то взяли вас в рабство, и вы должны им пожизненно;
- кто постоянно недоволен и жалуется, обвиняя всех вокруг;
- платят две копейки, а хотят получить на миллион.

У вас могут быть свои критерии, но вы можете использовать мои, если они вам понравились. Самое главное, что вы должны понимать для себя, это с кем вы не будете работать даже за миллионы ни при каких обстоятельствах, что клиентам можно и нужно отказывать, если так получилось, что вам попался такой клиент.



Задание:

Составьте для себя три аватара клиента: «Идеальный клиент», «Средний клиент», «Неидеальный клиент».

04 МОНЕТИЗАЦИЯ ПРОДУКТА

Самая распространенная проблема большинства психологов, коучей, астрологов, маткодышателй, порчесницмателей, тарологов и так далее — страх продавать или не дать результат при первой встрече с потенциальным клиентом. Именно по этой причине вы стараетесь быть очень умными и вываливаете все знания на потенциального клиента, решаете его проблему в моменте, и он благодарно, счастливый уходит от вас со словами благодарности. А вы? А что вы? Вы отличник, горды собой и... без созданных долгосрочных взаимовыгодных отношений — без продаж и денег соответственно.

Но в данной модели два проигравших! Первый — человек, который не стал вашим клиентом и не получил улучшений в своей жизни через вас, потому что довольствовался мнимым сиюминутным результатом и замотивированный на вашей энергии и энтузиазме ушел! Завтра он сдуется и окажется в том же положении и состоянии, а все потому, что вы, очень умный, сразу показали, как надо и что делать. Возможно, вы действовали из-за страха оказаться некомпетентным, что нормально, только неверно.

Второй проигравший — вы, потому что не продали и не дали возможности потенциальному клиенту стать вашим клиентом и получить результат через вас благодаря вам и вашему продукту. Вывод простой: нужно и важно уметь продавать, презентовать себя и свой продукт. Именно этим мы с вами сейчас и займемся.

Для начала предлагаю разобраться во всех вариантах монетизации вашей системы продукта, программы. Если вы читали книгу по порядку и выполняли все упражнения и рекомендации, то у вас уже есть программа — вы заполнили таблицу,

дали название своему продукту. Возможно, я сейчас повторюсь, но это будет не лишним: если вы новичок и выходите на рынок, ваша задача – бить в одну точку минимум год или даже два, пока рынок вас не узнает и ваше имя не будет ассоциироваться с темой, в которой вы настоящий эксперт и помогаете людям.

? РАССМОТРИМ ВАРИАНТЫ МОНЕТИЗАЦИИ ВАШЕЙ ПРОГРАММЫ:

- Продажа коучинга, консалтинга от 1 до 3 месяцев.
- Мини-группа.
- Живые тренинги.
- Мастер-классы и семинары.
- Вебинары.
- Онлайн-программа / онлайн-школа.
- Марафоны.
- Семинары.
- Форумы, где вы выступаете как приглашенный спикер.
- Книги.
- Закрытые и платные группы в Телеграм.

Начнем с самого простого варианта, то есть попробуем понять, что нужно делать на первых шагах развития. Продажа коучинга и консалтинга позволит вам зарабатывать и получать опыт. Да, именно получать опыт. Волшебство в том, что мы растем с каждым новым клиентом, получаем новый опыт, знания и совершенствуемся через клиентов, помогая им. Но чтобы им начать помогать, вам нужно презентовать продукт и продать свои услуги.

Мало кто любит, чтобы им продавали, а многие боятся продавать, поэтому мы будем учиться презентовать продукт так, чтобы у вас не возникали внутреннее сопротивление и ограничения, а у вашего потенциального клиента – отторжения, а наоборот он вас сам попросит с ним работать и захочет узнать о вариантах сотрудничества с вами. И самое главное – избавимся от болезни начинающих коучей: «Возьмите меня хоть кто-нибудь и за любые деньги».

ПРОДАЖИ И ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА – КОНСАЛТИНГА, КОУЧИНГА

Наступила эра онлайн, и если вас нет в интернете, то фактический у вас нет бизнеса. Но со временем, и вы увидите это своими глазами, живые встречи и общение будут цениться намного дороже. Итак, вы пришли на форум, тренинг или в любое новое для вас место, где есть люди. Люди – ваши потенциальные клиенты, и чем их больше вокруг вас, тем лучше. В начале книги мы подробно обсудили «упаковку», надеюсь, вы ее уже сделали.

Представьте, вы собираетесь на бизнес-форум, где обязательно будет очень много незнакомых людей, которые потенциально нуждаются в ваших услугах. Для вас же это мероприятие – возможность заявить о себе как можно шире. Поэтому у вас должна быть цель: с каким количеством новых людей вы планируете познакомиться, почему это важно. Каждый новый контакт – это новая возможность для вас! Может, человек и не станет вашим клиентом, но у него есть друзья и знакомые, которым однажды вы можете стать полезны, если произведете впечатление.

Итак, например, ваша цель найти 20 новых контактов, поэтому ваша стратегия будет направлена на новые знакомства и нетворкинг. Для этого нужно подготовиться. И что для этого надо? Правильно, обзавестись визитной карточкой. Не удивляйтесь, но в наше время она является очень удобным и быстрым инструментом, чтобы человек мог узнать вводную информацию о вас, тем более она с вероятностью до 100 процентов попадетсся ему на глаза, а это уже дополнительное касание. Закажите визитку примерно с такими данными, как это сделал я:

«Павел Авдонькин

Помогаю экспертам монетизировать знания и масштабировать бизнес».

Также будет полезно разместить Qr-код на ваши соцсети, телеграм-канал, сайт. А если вы вообще отличник, создайте QR-код, по которому человек получит лид-магнит (подарок от вас) и попадет в вашу воронку или станет подписчиком. Про воронки мы поговорим в следующих главах.

Визитка есть. Теперь надо заинтересовать потенциальных клиентов тем, что вы делаете, и при этом отличаться от других подобных экспертов в вашей теме. Что мы делаем?

Первое, отказываемся от тривиальной истории, когда на вопрос, чем вы занимаетесь, звучит ответ – я коуч, психолог, я астролог и так далее... Так и хочется сказать: ок, спасибо я пошел дальше, вообще неинтересно! Весь рынок заполнили скучные и одинаковые люди. Поэтому мы с вами так делать не будем! У нас есть своя, более интересная, стратегия.



Скрипт вам в помощь

1. Самопрезентация.
2. Система – как вы это делаете, название продукта.
3. История на 30 секунд.
4. Миссия.
5. Запись на комплементарную консультацию, где вы презентуете свой продукт и продадите.

Презентация

Ваша презентация должна выглядеть следующим образом:
«Я делаю это _____, и вы получаете такой _____ результат».

Например, если меня спрашивают при знакомстве, чем я занимаюсь, я отвечаю: я помогаю тренерам, коучам и спикерам проработать их персональную историю, создать обучающую программу и масштабировать бизнес в интернете.

Основная цель – правильно представиться и заинтересовать, продолжить диалог, презентовав себя за 30–45 секунд. Таким образом вы даете понять собеседнику, кто вы, что вы делаете и какой результат и пользу может получить человек от взаимодействия с вами, без скучных «я коуч» и так далее.

Система

После того как вы представились, вас спросят: «А как ты это делаешь? Как ты помогаешь людям создать их продающую историю и продукт?» Я, как правило, отвечаю: очень просто. Я создал курс «Академия экспертов».

Наличие курса или системы устанавливает доверие и показывает собеседнику, как вы можете быть полезны и какой результат он получит при взаимодействии с вами. Дело в том, когда вы создаете обучающие продукт или программу и даете им название, например как «Академия экспертов», вы создаете сразу две вещи:

1. Название вашего курса наделяет его жизненной энергией и смыслом! В названии продукта всегда должен быть заложен смысл результата, который получит при взаимодействии с вами и продуктом клиент.
2. Название говорит о трансформации для ваших клиентов: кем они станут, если пройдут ваш курс, коучинг или наставничество.

История

И продолжаем ответ на вопрос потенциального клиента рассказом своей истории за 30 секунд, из которой понятно, как вы пришли к этой теме и почему вам это все важно!



История устанавливает персональную связь.

Ваша история создает открытое пространство для диалога через демонстрацию уязвимости и результатов, которые вы достигли, побуждает собеседника также стать более открытым в беседе.

Важно иметь короткий вариант истории на 30-45 секунд для нетворкинг-мероприятий. История показывает ваши ценности и убеждения, таким образом собеседнику легко сразу понять вас и про что вы.

История помогает рассказать про ваши ценности и убеждения в легкой и непринужденной форме дружественного диалога. Благодаря истории мы закладываем потенциал для следующего шага.

Миссия

И, наконец, когда история рассказана, переходим к миссии: мне действительно ВАЖНО, чтобы каждый человек раскрыл свою уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой.

Запись на консультацию

Вы оригинально представились, рассказали, как называется ваш продукт, и собеседник услышал вашу историю и миссию. Теперь у вас есть возможность предложить ему одну бесплатную стратегическую сессию или консультацию, как вам больше нравится, в виде комплимента. Например, вы говорите, если понимаете, что человеку интересна ваша тема, что готовы провести бесплатную консультацию после мероприятия в любое удобное время, попить кофе и познакомиться поближе, где вы сможете полноценно презентовать свою программу и услуги и, конечно, дать ценность. В любом случае, даже если у вас ничего не купят, стратегия win-win сработает, так как пользу получают все! Человек лучше вас узнает, получит

консультацию и будет лучше понимать, как и кому вас можно рекомендовать. И, конечно, увеличивается вероятность того, что когда у него или его окружения возникнет острая необходимость в решении задачи, в которой вы эксперт, то первым, о ком он вспомнит, это будете Вы! А вы получите новый теплый контакт, ведь никто не знает, как сложится жизнь и как еще вы сможете быть друг другу полезны.

Это ключ для вас, чтобы больше никогда не думать о том, где и как найти новых клиентов. Используйте шаги, описанные выше, и вы создадите бесконечный поток клиентов.

Надеюсь, вы понимаете, что данная система и стратегия подходит и к онлайн. Возьмите ее на вооружение и встройте в себя как таблицу умножения.

ФОРМУЛА ВДОХНОВЕНИЯ, ИЛИ КАК ПРОДАВАТЬ И ПРЕЗЕНТОВАТЬ ПРОГРАММУ

Вы сидите в кафе или в онлайн, не важно, и проводите первую сессию для потенциального клиента. У многих начинающих возникает вопрос, как это сделать? Кто-то исходит из убеждений, что должен дать максимум, потому что он хороший эксперт, кто-то думает из позиции как бы не переборщить с информацией и пользой, боясь, что, решив все проблемы, он останется при своем. Скажу сразу: обе стратегии никуда не годятся. Сейчас объясню, что и как надо делать.

Сначала разберемся, как происходят продажи и что покупают люди. Во-первых, я всегда говорю и буду говорить, что людям нужны люди, мы – существа социальные. Люди покупают людей, точнее энергетику людей, энергию людей. Не просто так, есть эксперты, которые вам нравятся, а есть те, которые вызывают иные ощущения, и это нормально. Что еще покупают люди? Они покупают решение своих проблем, энергию других людей, кто может им в этом помочь, когда нет знаний или просто внутренней опоры на себя. Они покупают будущую

идеальную картинку, когда все их мечты и цели реализовались. Хочется добавить, что не они, а мы!

» Мы все одинаковые, и это одинаково работает для всех.



Однажды после конференции по нетворкингу я ехал в машине с Натальей Долиной, бывшим президентом Российского отделения Международной федерации коучинга ICF Russia (2010–2013), и мы разговаривали на тему коучинга.

Она сказала одну очень фундаментальную вещь: «Я однажды поняла, что ко мне приходят клиенты, чтобы просто побыть в моем поле, в моем пространстве». И это действительно так.

Поверьте, у вас также будет работать и работает, даже если вы этого еще не осознали или не заметили. Люди идут на людей, люди идут на энергию людей! Думаю, вы уже поняли, что важно транслировать энергию и любовь, иначе даже самые идеальные скрипты продаж вам не помогут.

КАК ПРЕЗЕНТОВАТЬ ПРОГРАММУ И ПРОВЕСТИ ПЕРВУЮ СЕССИЮ

Обычно первая встреча или звонок происходят таким образом:

«Спасибо, что пришли. За время нашей 45–60-минутной сессии, я бы хотел рассказать вам, как истории помогают в создании персонального бренда и увеличивают продажи».

Это мой вариант, так как я помогаю людям проработать их историю, определить миссию и создать персональный бренд. Возможно, ваши варианты будут такими: «Я хочу помочь вам понять важность здорового питания», если вы диетолог, или, если вы специалист в сфере финансовой грамотности:

«Я помогу вам понять важность финансового планирования и создания пенсионного счета».

Вы формируете видение на сессию для клиента:

«Мы поработаем над вашими ограничивающими убеждениями, которые останавливают вас от достижения желаемого результата». Или: «Также я покажу вам план, который поможет осуществить ваши мечты и цели».

Контакт установлен, и человеку теперь понятно, чего ожидать. Обратите внимание, речь шла о создании видения для клиента и воплощения его мечты в реальность.

Подготовили почву для новых вопросов. Переходим ко второму этапу, где задаем вопросы. Как правило, вопросов восемь.

1. Что вдохновило вас прийти сегодня на встречу?

Отвечая на данный вопрос, клиент расскажет про свои цели, мечты и желания, что позволит вам лучше понять его ценности и что для него действительно важно.

Когда определена общая цель встречи и есть соглашение – контракт, тогда вы можете начать делать свою работу – вдохновлять клиента на действия относительно его цели.

Внимание! Основная продажа происходит тогда, когда вы вдохновляете клиента на действия, на шаги к осуществлению его мечты, цели, желаний! Важно верить в клиента!

Очень часто люди сфокусированы только на продаже продуктов. На мой взгляд, это большая ошибка. Как вы можете продать что-то, если мало знаете о человеке и его потребностях, мечтах?

Когда ваш продукт соединяется с целями вашего клиента, он превращается в приводные колеса, на которых клиент движется к своей цели.

Как выдумаете, если вы станете поддержкой для кого-то в осуществлении его желаний и целей, кто-то откажется и скажет нет?

Важно выяснить истинные потребности и цели клиента, и тогда станет понятнее, как ваш продукт поможет ему в достижении результата.

2. Представьте, если бы вы могли достичь того, что вы захотите в ближайшие 12 месяцев относительно персонального, профессионального развития или финансов, чтобы это было?

Сила этого вопроса в том, что он снимает ограничивающие рамки, которые так часто мы сами себе создаем. Это дает возможность расширить сознание человека и включить его воображение.

Например, клиент отвечает, что его интересуют финансовые цели, а вы специалист в сфере йоги или диетолог. Как ваш продукт можем ему помочь? Очень просто. Если вы начнете вести здоровый образ жизни и у вас появится больше энергии, вы станете намного продуктивнее и быстрее достигнете результата.

Наша жизнь состоит из разных сфер: семья, здоровье, финансы, отношения, карьера, путешествия и отдых, хобби и так далее. Кто знаком с колесом баланса, знает, о чем я говорю. Следовательно, следующий шаг очень прост. Ваша задача – соединить ваш продукт с потребностью клиента. Показать ему, как усиление одной сферы жизни за счет вашего продукта окажет положительное влияние на другие. Не будем забывать, что клиент оказался у вас на сессии после

предварительного знакомства с вами. Значит, вы уже ему потенциально интересны.

3. Из того, что вы сказали, что самое важное для вас?

Например, клиент отвечает: «Самое важное для меня в ближайшие 12 месяцев найти дело своей мечты, которое меня будет вдохновлять и наполнять энергией. Я хочу делать то, что мне нравится, приносит удовольствие и доход».

Ваши слова: «Отлично. Если вы найдете дело своей мечты, как это повлияет на вашу семью? Как вы думаете, как это повлияет на вашу продуктивность? Как это повлияет на ваши отношения, окружение и так далее?..»

То есть вы проверяете, как самое «важное» повлияет на каждую область жизни клиента и как повлияет на него в целом. Такая информация поможет понять, что для человека самое важное, и поможет вам лучше презентовать курс в конце сессии.

Когда вы делаете предложение, почему клиент должен сказать нет тому, что является очень важным для него?



Философия продаж – быть ресурсом в трансформации клиентов, когда они еще не готовы постоять за себя сами.

Если вы не знаете, что важно для клиента, вам не на что опереться в процессе презентации продукта. Если вы знаете ценности клиента и что ему важно, тогда презентация полностью посвящена тому, какого результата хочет клиент, а не вы.

Например, вы фитнес-консультант, а цель вашего клиента заработать к концу года миллион рублей. Тогда клиенту можно сказать так: «Когда у вас появится много энергии, вы сбросите лишний вес и начнете употреблять здоровую

пищу, станете ли вы более продуктивны и приблизит это вас к миллиону?

4. Как вы думаете, что вам будет стоить, или как вы себя будете чувствовать, если не достигните желаемого?

Данный вопрос позволяет надавить на болевую точку, если человек не достигнет желаемого результата.

Клиент может ответить: «Знаешь, я не буду чувствовать себя счастливым, удовлетворенным, у меня не будет достаточно свободного времени на семью, на хобби и так далее».

Вы берете эту информацию и используете ее в процессе презентации своего продукта.

5. Когда вы знаете цену бездействия, что останавливает вас от достижения результата?

На пути к достижению цели всегда существуют препятствие или проблема. Данный вопрос позволяет вам обратиться напрямую к проблеме клиента.

Давайте представим, что у клиента нет понимания, как действовать, и отсутствует пошаговый план. Тогда вы говорите: я полностью понимаю вас. Ваша проблема в том, что у вас нет плана и стратегии. В конце сессии я предложу вам рассмотреть свою программу. Но знаете, план действий или система не всегда являются самой большой проблемой. Что на самом деле вас останавливает?» Клиент отвечает: «Знаешь, правда в том, что я недостаточно уверен в себе, чтобы попросить достойную оплату за мои услуги, я не уверен, чтобы смогу достойно рассказывать о своей истории жизни и о своем продукте.

Теперь вы знаете настоящую проблему и говорите: «Я полностью понимаю вас, вашу проблему и те чувства, которые вы испытываете», и задаете следующий вопрос.

6. Если мы решим эту проблему, что тогда станет возможным?

Вопрос снимает все ограничения и создает пространство для создания идеальной картины мира, которую рисует для себя человек. Он описывает свое будущее в формате, как если бы не было ограничений! И вы являетесь проводником и помощником в процессе достижения результата!

7. Скажите, по шкале от 1 до 10, насколько сильно ваше намерение начать действовать в этом направлении?

Презентуем свою программу (продукт) и подробно рассказываем о каждом шаге, конечном результате и вариантах взаимодействия с вами. Цена, длительность, шаги, бонусы, ценности.

Например, вы хотите узнать, как я могу вам помочь в этом или хотели бы, чтобы я вам в этом помог? Получаем утвердительный ответ и рассказываем о программе.

«Первое, с чего надо начать, с упаковки вас как эксперта, чтобы вы выделялись на рынке и, конечно, оставались собой, не играли никакие чужие роли, для этого в моей программе есть первый шаг, где вы проработаете свою продающую историю, создадите самопрезентацию и миссию, а также благодаря этому посмотрите на свою жизнь иначе и начнете ценить себя, свой опыт и знания! В этом нам поможет «Формула создания истории». Как вам такое предложение, интересно? Человек на 99 процентов ответит «да».

Продолжаем по всем шагам и рассказываем по такой же схеме. Затем озвучиваем цену за программу:

«Мне нравятся ваши цели и ценности, и я готов поработать с вами по этой программе, однако хочу сразу сказать, для меня важны результаты моих клиентов и важна моя репутация, так как я всегда даю результаты клиентам, если человек придерживается плана и все выполняет.

Поэтому, после того как мы начнем, если я увижу, что вы не выполняете задания или у вас пропал интерес, я верну вам часть денег и мы прекратим сотрудничество».

Далее озвучиваем стоимость программы и сроки работы по ней. Например, от двух до трех месяцев, на ваше усмотрение. Плюс обязательно у вас должны быть две или три цены, чтобы вы могли играть с прайсом, если человек не может позволить себе максимум. Можно уменьшить количество живых (онлайн) сессий и цены на программу. Сразу берем 100 процентов или 50 процентов стоимости, а остальные в течении 3 дней.

Предоплата всегда показывает серьезность намерений и укрепляет отношения. Предоплату брать нужно всегда, аргумент для этого очень простой: мне всегда надо планировать работу с клиентами и не всегда я могу взять всех желающих, поэтому мне нужно понимать, сколько у меня может быть свободного времени.

8. Заключительный вопрос: как вам удобно оплатить?

Сейчас у вас есть полная картина, как начать зарабатывать и уйти от разовых консультаций.

P.S. Дальше вы также получите продающие скрипты, скрипты для воронок на консалтинг и вебинаров.

ПУТЬ РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ

Самое сложно – не таблица Менделеева, и не азбука Морзе, и даже не отрыв ракеты от Земли! Самое сложное – это отношения между людьми и умение выстраивать их, потому что универсальной формулы, как это сработает у вас лично, не существует.

Например, у кого-то получилось создать идеальные отношения в семье, он следовал своим принципам, компромиссам

и общим договоренностям в паре, но это не означает, что, следуя таким же правилам, у вас все получится аналогично. Вероятно получится, но только иначе, потому что и вы другой, и партнер у вас другой, со своими принципами и убеждениями.



Мы выстраиваем отношения каждый день в семье, на работе, с друзьями и так далее. Однако с клиентами и потенциальными клиентами все очень предсказуемо и понятно, особенно в интернете. Мы можем выстроить путь развития отношений с клиентами, где музыку будем заказывать мы и играть все будут по нашим правилам, а самое приятное — в итоге все окажутся довольными и счастливыми, как в сказке про розовых единорогов.

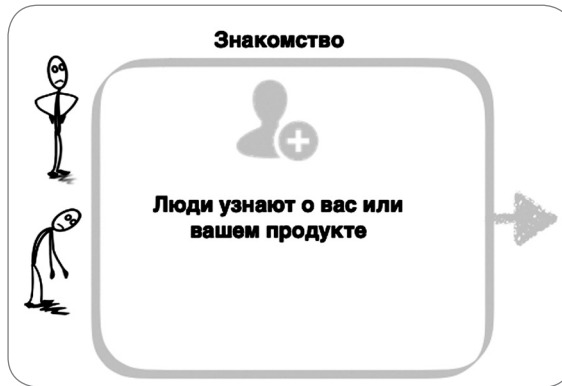
Возможно, многих пугает слово маркетинг. Понятно, если вы с ним никогда не сталкивались, то в голове возникают ассоциации с продажами, которых вы тоже боитесь как огня, хотя, дочитав до этой главы, ваш страх продаж должен уйти на минимум или вообще пройти, если вы уже начали рассказывать истории о себе и своем продукте.

Предлагаю посмотреть на концепцию маркетинга и продаж, как на возможность дать пользу людям и построить с ними добрые отношения. В этом нам поможет очень простая и понятная схема – путь развития отношений с клиентами. Но прежде мы посмотрим на это все через призму отношений мужчины и женщины, когда они знакомятся и вступают в отношения.

Знакомство

Прекрасный теплый летний вечер, сквер, люди гуляют, наслаждаются погодой и вкусным мороженым. Молодой человек замечает симпатичную девушку и решается с ней познакомиться. Набирается смелости, грудь колесом, и выдвигается в направлении прекрасного создания, а пока идет, сразу

понимает, что влюбился и что она мать его будущих детей, и вообще, зачем терять время? Сразу в ЗАГС! С таким настроением наш герой подходит и говорит: «Девушка, вы очаровательны, можно с вами познакомиться?» Получает положительный ответ и переходит к более активным действиям: обнимает, признается в любви и предлагает выйти за него замуж! Каков эффект от таких действий? Ну если не сумкой по голове, то максимально быстрое бегство от ухажера. Вот также и в продажах, и маркетинге: если вы станете продавать свой продукт в лоб, без прохождения всех стадий коммуникации и выстраивания отношений, то получите сумкой по голове и желаемого результата не достигнете.

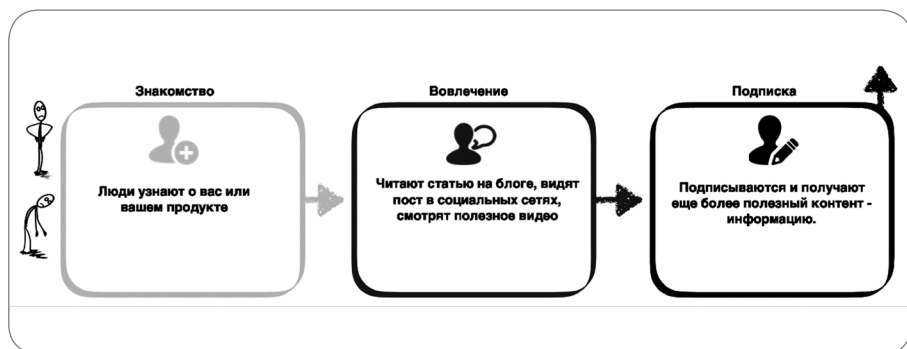


А теперь посмотрим на эту историю иначе: знакомство происходит поэтапно: ухаживание, походы в кино и рестораны, первый поцелуй и спустя какое-то время знакомство с родителями. Пара живет и развивается, наступает момент, когда они готовы к новому этапу, например к совместной жизни или к свадьбе. Все развивается очень естественно и лаконично. Такая же задача и у нас: научиться выстраивать отношения с потенциальными клиентами, а затем уже и клиентами. Научиться знакомиться и быть интересными, а затем и приглашать в кино и ресторан, подводя к первой покупке.

Вы никогда не познакомитесь с человеком, на которого не обратите внимание, который вам не симпатичен или не интересен. Так же и в маркетинге, особенно в интернете, происходит постоянная борьба за внимание. Есть правило трех секунд, лет пять назад это было правило семи секунд. И если

вы за три секунды не смогли заинтересовать человека, вы его потеряли. Например, у вас есть статья в социальной сети, записанное видео, короткое или длинное, пост и так далее – все это будет работать на захват внимания потенциальной аудитории, которая может подписаться на вас и со временем стать вашими клиентами.

Поэтому очень важен первый контакт! Насколько сильны ваши названия к видео, статьям и постам, как глубоко они цепляют и передают смысл и глубину пользы, которую получит потенциальный подписчик? Насколько точно они попадают в боль вашей аудитории и какие способы решения проблем вы предлагаете? Все это критично важно.



Пара обменивается телефонами, в нашем с вами случае мы получаем нового подписчика в социальной сети, или человек попадает в заранее подготовленную воронку, например, воронка на консалтинг или вебинарная воронка.

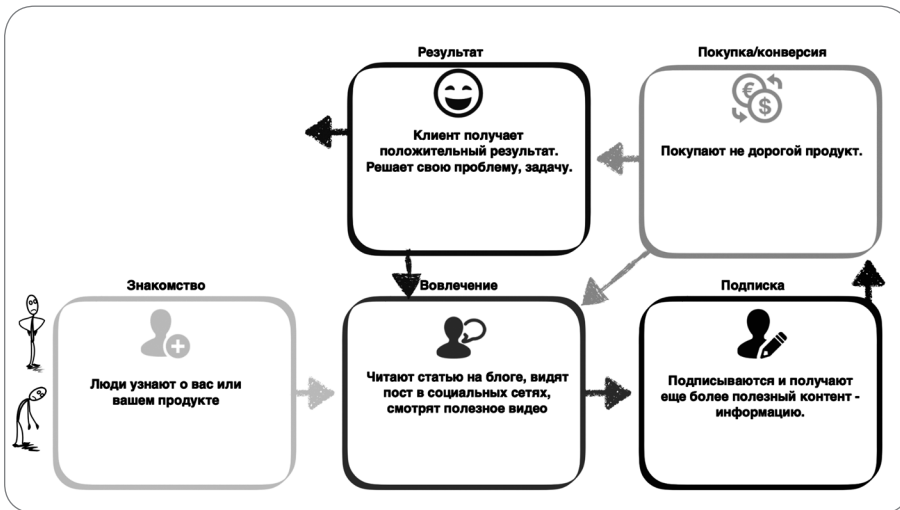
Пара обменивается контактами, оба понимают, что симпатичны друг другу и продолжают общение, которое перерастает в первое свидание. Хочу обратить ваше внимание на то, что существует большая разница между клиентами и потенциальными клиентами, а именно внутренняя психология и отношение к вам у обоих разное, как и у людей, которые просто дружат и общаются и тех, кто уже перешел в следующую стадию, где дружба переросла в отношения. Наша задача как экспертов уметь выстраивать такие отношения очень гармонично и красиво, а главное, плавно переводить потенциальных клиентов в состояние клиентов – конвертировать их.

На примере абстрактной парочки, которая начала дружбу и общение после знакомства, первый поцелуй переводит отношения на новый этап, где внутренняя психология и мотивация совершенно иная – новая!

Вы, конечно, никому и ничего не должны, да и физически это невозможно, даже если бы вам захотелось. Наша с вами задача подготовить недорогой тестовый продукт, который решает одну задачу – приводит потенциального клиента и подписчика в состояние клиента и дает понять новому клиенту, насколько круто и сладко вы целуетесь. Понимаете, о чем я? Например, это может быть видео-урок, инструкция, мини-традь, чек-лист и так далее.

» **Основная задача – продукт должен быть недорогим и быстро решать одну задачу, проблему, потребность, укреплять и выстраивать отношения с вашим новым клиентом.**

Ну и конечно, чтобы клиент понимал, что есть что-то большее, что ему поможет в его решении проблем.



А главное, чтобы клиент был рад полученному результату и понимал, что потратил деньги с пользой и результат превзошел все его ожидания.

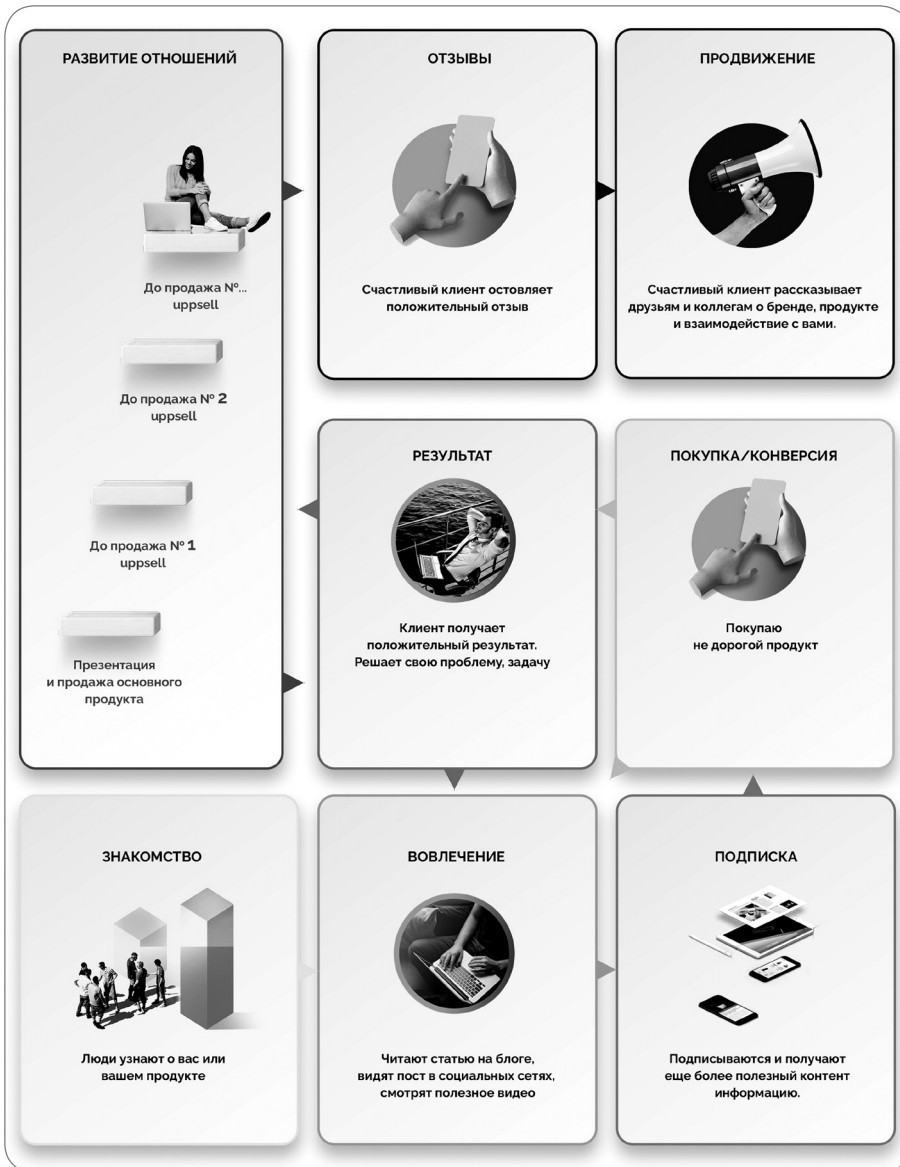


Важно давать больше и превосходить ожидания клиентов, тогда вы будете всегда на высоте и востребованы, и отношения с клиентами будут прекрасными, и бизнес ваш будет процветать.

Вспомните посещение любого парфюмерного магазина, там всегда дают попробовать и ознакомиться с любым из представленных ароматов, а когда вы совершаете покупку, то в подарок всегда получаете тестовые «вкусняшки» и покидаете магазин в приподнятом состоянии и счастливыми, да вам еще карту скидок подарили, как новому постоянному клиенту. Это пример того, как можно предвосхитить ожидания клиентов и выстроить доверительные и теплые отношения. Всегда давайте больше, чем люди думают, что получат.

Вернемся к нашей абстрактной парочке. После поцелуя они вышли на новый формат восприятия друг друга, их внутренняя психология сильно поменялась. Они начали развивать отношения и развиваться вместе в этих отношениях, что подразумевает под собой вытекающие последствия и этапы, такие как свидания, знакомство с родителями, возможно совместное проживание, а затем свадьба, дети и так далее.

В нашем случае за все это отвечает продуктовая лестница. После продажи продукта-«включателя» мы продолжаем развивать взаимоотношения через продажу более сложных и глубоких продуктов. Дело в том, что любой клиент всегда растет и развивается, и вопрос в том, с кем он это будет делать. С вами, если вы подготовите для него этот путь, или с кем-то другим, если в какой-то момент он поймет, что вам для его роста и развития нечего ему предложить.



Как вы понимаете, наша задача на следующих этапах подготовить серию продуктов или продуктовую лестницу, по которой будет развиваться наш клиент. Кстати, моя книга тоже является частью продуктовой лестницы.

В итоге клиент оставляет отзывы о ваших продуктах, и, как я часто говорю, отзывы продают не продавая, поэтому всегда

собирайте отзывы, и чем больше их у вас будет, тем лучше! Видео и текстовые! Новички часто допускают ошибку и забывают это делать, либо вовсе не придают этому большого значения.

» Отзывы – это главный актив эксперта, которые говорят о вас без вас, устами ваших клиентов.

Вспомните, как вы выбирали себе что-то и насколько сильно на ваше решение о покупке влияли отзывы? Отзывы помогают потенциальным клиентам понять, стоит ли с вами «целоваться» и вступать в отношения, доверять вам. В них всегда есть результаты, про которые ваши клиенты расскажут с любовью и признательностью за ваш труд. Берите отзывы – отзывы продают не продавая! Как круто брать отзывы, я подробно рассказываю на курсе в «Академии экспертов».

Продвижение

Клиент становится вашим промоутером, фанатом и на каждом углу рассказывает о том, насколько круто вы помогли ему изменить жизни и прийти к новым результатам. Чем больше у вас будет таких клиентов, тем лучше для вас и вашего бизнеса. Думаю, нет смысла объяснять, почему. Просто стремитесь оказывать максимально качественно услуги с любовью и заботой о ваших клиентах, превосходя их ожидания.

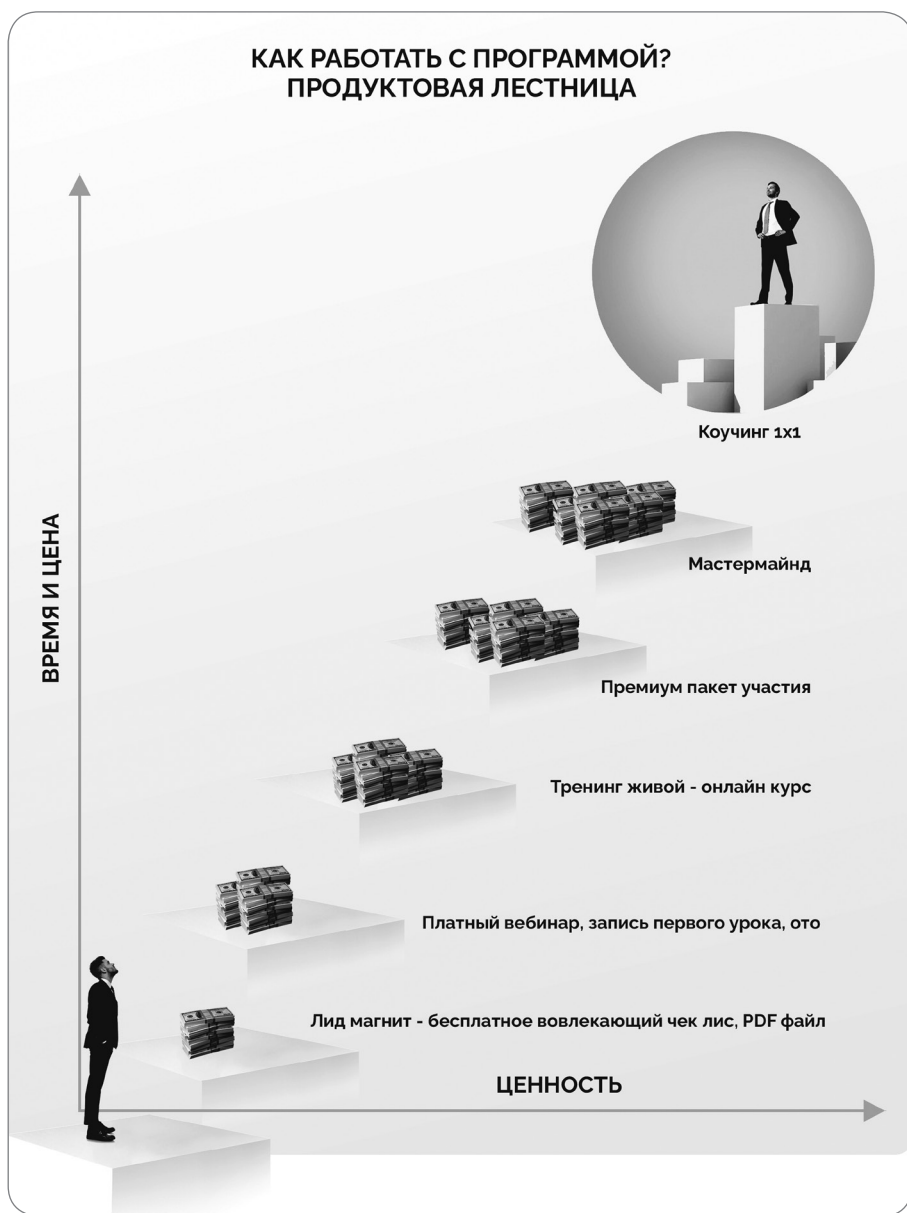
Подводя итог, скажу следующее: на каждом этапе вы должны знать, какие проблемы возникают у клиента и какое решение из продуктовой лестницы можете ему предложить.

»» Главное помните, любая проблема всегда решается на следующем уровне, и вы проводник по этим уровням, так как вы уже там были и все проходили.

Прежде чем перейдем к продуктовой лестнице, расскажу про магию, которую она способна совершить. Когда человек встает на путь эксперта или психолог и коуч начинают свою практику, то в самом начале он берет за свои услуги немного, так как зарабатывает опыт и параллельно растет как специалист, соответственно растет и количество клиентов. Но наступит момент, когда клиентов станет очень много, времени на всех не хватает, давать базовую информацию – физически затратно, и вот тогда эксперт запускает свою онлайн-программу на массовый рынок, что позволяет освободить время и зарабатывать на массовом обучении. Соответственно и потребность проводить много консультаций отпадает, чек увеличивается, и личная работа стоит максимально дорого. Просто посмотрите на картинку, и вам сразу станет все понятно.



Даже если вы сейчас только начинаете, обязательно создайте для себя свою продуктовую лестницу и держите у себя в голове, к чему вы хотите прийти в своем развитии, как хотите влиять на этот мир и помогать людям.



Все не так сложно, как может показаться на первый взгляд. Если вы подготовили свой продукт и заполнили таблицу «Формула создания продукта», тогда половина дела уже сделана. Продуктовая лестница очень хорошо ложится на «Путь развития отношений с клиентами», точнее, является ее составляющей частью, что легко заметить.

Приведу пример. Лид-магнит или ценность, которую обычно я даю в обмен на контакт в моей воронке «Путь развития эксперта», где я подробно рассказываю, что ждет эксперта на всех этапах развития. «Формула создания продукта» – уже знакомая вам таблица, которую вы заполнили, чтобы систематизировать знания и создать продукт, «Аватар клиента» – о том, как создать первый аватар клиента.

ВЫ ТАК ЖЕ ПОЛУЧИТЕ БОНУСЫ



Кстати, бонусы вы можете забрать прямо сейчас, перейдя по ссылке <https://life-university.ru/opt-in1> или воспользовавшись Qr-кодом, соответственно, вы попадете в мою вебинарную воронку «Академия экспертов» и сможете посмотреть вебинар.



Вы также можете давать лиды-магниты в обмен на подписку в социальных сетях или в ботах, которые при отправке вам личных сообщений будут вступать в диалог и дарить подарки от вашего имени, что также позволит выстраивать добрые отношения с аудиторией и предлагать разные варианты воронок и коммуникации с вами через ценность. А самое главное – это будет очень честно, легко и естественно без жестких продаж.



Запомните: люди не любят, когда им продают, но любят покупать!

\$Вторая ступень. Продукт-«включатель», one time offer. Мини-курс

Мы уже разобрались с понятием, что такое продукт-«включатель» и для чего он нам нужен на примере молодой пары. Какие еще могут быть продукты-включатели? Например, короткий-мини курс от одного до пяти видеоуроков по 5-7 минут или один видеоурок, как вам больше нравится. У каждого свой стиль работы, главное, чтобы это было ценно для клиента и решало одно его задачу в моменте. Клиент получил результат и готов двигаться дальше вместе с вами. Или это может быть ваш курс, который еще актуален на рынке, но вы создали что-то новое и более ценное, поэтому готовы отдать старый курс или его часть по более низкой цене.

Есть еще вариант продукта-включателя one time offer или ОТО (одноразовое предложение), но ему посвящена отдельная глава, где я расскажу про VSL – продающее видеописьмо. Оно идеально работает с ОТО.

ОТО мы используем в вебинарной воронке, чтобы окупить вложения в холодный трафик – рекламу. Смысл ОТО в том, что вы предлагаете продукт по невероятно низкой цене и воспользоваться можно предложением только здесь и сейчас, второго шанса не будет.

\$\$Третья ступень. Тренинг или онлайн-курс

Название главы – путь развития отношений с клиентами, а мы с вами придерживаемся определенной структуры, как вы успели заметить. Когда есть система, тогда понятны правила игры, которым нужно следовать, чтобы получать результат. Они важны для вас как для тренера эксперта, коуча и наставника, и они важны для ваших клиентов. Сделаю небольшое отступление: в продуктовой лестнице может быть и пять ступеней, все на ваше усмотрение. В моем варианте мы рассматриваем шесть, но ограничений нет, у вас может быть и пять, и даже семь. Все зависит от вас.

Итак, третья ступень – это базовый курс, где вы даете фундаментальные знания по вашей теме. Фактически план курса у вас уже есть, если вы заполнили «Формулу создания продукта». Я всегда рекомендую делать три пакета участия – базовый, назовем его «Стандарт», без бонусов и обратной связи, где есть доступ к урокам и человек самостоятельно проходит обучение: средний пакет с бонусами, чатами, обратной связью, назовем его «Vip». И третий пакет – «Премиум», куда входит все и даже больше, например личные встречи с вами, отдельный чат с премиальной группой, встречи в формате мастермайнд и так далее. Мы еще вернемся к теме «пакетов», когда будем изучать продающую презентацию.

Средний пакет – самый популярный, и его берут больше, если вы сделали все правильно. Но не стану забегать вперед.

Мой первый курс назывался так же, как эта книга – «Эксперт на миллион», и служил базой для начинающих. Потом появились программа «Академия экспертов», куда я включил все по максимуму. Программа постоянно дорабатывается и улучшается. Фактически, если бы я оставил программу «Эксперт на миллион», то она была бы третьей ступенью в моей продуктовой лестнице. Но так как я решил не дробить программу, а сделать один мощный курс, то «Академия экспертов» стала флагманским продуктом.

Вывод простой: создайте продукт-гордость и бейте в одну точку год, два чтобы вас ассоциировали с вашей темой, а спустя время можно делать что-то новое и добавлять программы в свой список. Сперва работаем на имя, потом имя работает на вас.

\$\$\$Четвертая ступень: мастермайнд, закрытое сообщество. Продвинутый курс или тренинг для тех, кто уже прошел базовый курс

Начнем по порядку. Что такое мастермайнд? Мастермайнд – это сообщество людей, объединенных одной целью, которые регулярно встречаются для обмена опытом и знаниями в поисках верных решений и достижения желаемых результатов.

Людям всегда нужны премиальные продукты, и всегда есть те, кто хочет получить максимально быстрый результат за любые деньги. Таким клиентам неважно, сколько стоит, им важны быстрые результаты, доступ к телу эксперта, возможность напрямую задавать вопросы и получать ответы лично от вас и по их потребностям. Почему я так уверенно пишу про это? Потому что я сам такой и всегда использовал такую стратегию, что давало мне быстрые результаты.

» В окружении сильных людей и лидера, который собрал всех людей, обучение и трансформация происходят гораздо быстрее.

Я давно это понял и применяю по настоящий день, что и вам рекомендую делать. Не просто так говорят, что мы среднее между пятью людьми, с которыми общаемся каждый день. Окружение влияет на нас. Именно по этой причине формат мастермайнда является одним из лучших инструментов для развития среди равных и объединенных одной темой и похожими целями.



Немного истории. Помню, как в 2015 году, после тренинга в Лондоне у Тони Роббинса, я оказался в Лос-Анджелесе на другой программе, которая в переводе на русский звучит как «Послание миллионам». В тот период я поглощал книги и впитывал в себя знания, как земля воду после долгой засухи. Дело в том, что я подбирал для себя программу MBA, мне

было очень важно разобраться, как профессионально развивать бизнес и принимать эффективные решения.

Так вот. На программе Тони Роббинса я познакомился с Гилом Петерсилом, который на тот момент был приглашенным спикером в бизнес школе «Сколково» и партнером Тони Роббинса по странам СНГ — возил группы на его программы, а мне было очень важно выбрать правильную бизнес-школу для получения MBA и пообщаться с Гилом. Буду краток, мы подружились с ним, вместо MBA я прошел еще одну программу у Тони — Business Mastery.

Гил оказался большим экспертом в нетворкинге, в Лондоне он познакомился с Тэдом Макгрефом из Калифорнии, Тэд также был на программе у Тони. Он пригласил нас с Гилом на свой тренинг в Лос-Анджелес, и мы полетели.

Поездка в США оказалась судьбоносной и для меня, и для Гила. Я был просто поражен, когда увидел, на какие чеки Тед продавал свои услуги и курсы, это были цифры с шестью нулями, в долларах! Шок! Но самое главное, какие это были продукты! Но одним из самых дорогих и продаваемых был мастермайнд!

Почему? Все просто, он — самый эффективный способ получить доступ к сильному окружению, которое разделяет с вами ценности, и получить в лице участников поддерживающую среду для вашего собственного развития. И это не последняя ценность. Более мощная и сильная ценность — получить доступ к «телу эксперта» в формате закрытого сообщества и ответы на свои вопросы максимально быстро! А это значит развивать себя и свой бизнес намного быстрее и, как следствие, увеличить свои доходы.

ЧТО ТАКОЕ МАСТЕРМАЙНД С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УЧАСТНИКА И ЭКСПЕРТА

Мое мнение, мастермайнд — один из самых сильных инструментов для развития. Как говорится, одна голова хорошо, а две лучше и $1+1 = 11$. Представьте, что таких голов минимум десять, и каждая — с крутым опытом в своем деле и настроена

помочь вам своими знаниями и ресурсами. Мощная синергия, согласны?



Когда мы с Гилом летели в Москву из Лос-Анджелеса, он мне сказал: «Паша, я сделаю свой первый мастермайнд, и ты будешь его первым участником». Мы ударили по рукам, и, вернувшись в Россию, он сдержал слово. Первый мой мастермайнд, где я получил опыт, начал развиваться, был посвящен нетворкингу, который создал Гил. Впоследствии на другие потоки я приходил уже как приглашенный эксперт, но продолжал знакомиться с новыми людьми и набираться опыта.

Чем мастермайнд выгоден для любого эксперта, если его создавать и продавать? Во-первых, в мастермайнд не могут попасть неинтересные и нересурсные люди. Как правило, это уже клиенты, которые прошли у вас обучение, имеют результаты и хороший багаж знаний. Открою секрет – мы всегда учимся также и у своих клиентов.

Во-вторых, это дорогой продукт. Представим, что стоимость участия в годовом мастермайнде 500 тысяч рублей. У вас десять участников, с которыми вы встречаетесь раз в месяц. Математика проста. Подсчитали? Впечатляет, правда? Я рекомендую каждому эксперту дорасти до подобного формата продукта. Вы тратите немного времени, но очень качественно и на очень качественно отобранных клиентов. Вам обеспечены рост и развитие силой коллективного разума, мозговой штурм каждого участника, в том числе и вас – как организатора программы.

Представьте, сидят десять крутых экспертов, которым вы задаете вопросы, рассказываете свою задачу в бизнесе или выносите идею на обсуждение. Сколько решений вы получите? Сколько новых контактов вам может дать каждый из участников? Сколько точек зрения на ваш кейс вы можете получить? Воистину безграничный ресурс для развития каждого человека и любого бизнеса!



Спустя какое-то время я опять оказался в Калифорнии, но уже на другой конференции по онлайн-маркетингу, Traffic&Conversion. Я учился, не останавливаясь ни на минуту. Там мы встретились с Тимуром Тажетдиндовым⁸.

Тимур давно жил в Чикаго и вел свой онлайн-образовательный бизнес. Между сессиями американских спикеров мы разговаривали, и я предложил ему создать общий мастермайнд для экспертов. Тимур сказал, что давно об этом думал, мы ударили по рукам. Спустя пять месяцев мы вместе продавали наш мастермайнд со сцены на конференции «Бизнес от сердца» за 500 тысяч рублей, и очень успешно!

Для себя из этого проекта я вынес огромное количество опыта. Вместе с Тимуром мы заметили: люди всегда любят говорить, и чтобы их слушали. Мы учились многим вещам от участников. Такой формат работы держит в тонусе и создателей мастермайнда, и всех его участников. То количество идей и решений задач, с которыми уходили люди, сложно пересчитать на пальцах.

Другими словами, для экспертов мастермайнд – премиальный и удобный продукт для повышения качества клиентов, экономии времени и большого заработка. Для клиентов мастермайнд – катализатор роста и развития!

Как вести мастермайнд.

Руководство по ведению мастермайнд-групп

Я рекомендую не брать больше 10–12 человек, все что сверх этого числа – перегруз, эффективность падает.

Оптимальный размер группы

Ключевой фактор успеха мастермайнда – правильное количество участников. Оптимальная численность составляет 10–12 человек. Это число выверено практикой: оно

⁸ Интернет-маркетолог. Специалист по продвижению в соцсетях, бизнес-тренер и консультант. Основатель Центра обучения искусственному интеллекту.

позволяет поддерживать качественную групповую динамику и обеспечивать каждому участнику достаточно времени и внимания. При большем количестве участников неизбежно снижается эффективность взаимодействия и глубина проработки вопросов.

Форматы проведения

Существует несколько проверенных форматов организации мастермайнд-групп, каждый из которых имеет свои преимущества:

Краткосрочный формат (3 месяца) _____

Еженедельные встречи или созвоны каждые две недели
Интенсивное погружение в тематику
Быстрые результаты за счет регулярности встреч

Полугодовой формат (6 месяцев) _____

Комбинация офлайн и онлайн-встреч
Две очные встречи за период
Онлайн-сессии каждые две недели
Более глубокая проработка тем и внедрение изменений

Годовой формат (12 месяцев) _____

2-3 очные встречи в течение года
Ежемесячные онлайн-сессии
Возможность долгосрочного планирования и отслеживания результатов
Формирование устойчивого сообщества

Система бонусов и доступа

При приобретении премиального продукта (мастермайнда) участник автоматически получает доступ ко всем базовым продуктам и материалам. Это создает целостную систему обучения и развития.

Важно отметить особенность работы с клиентами, которые приходят сразу на уровень мастермайнда, минуя базовые программы:

Преимущество: ускоренный рост благодаря погружению в среду более опытных участников

Возможный вызов: временный разрыв в уровне знаний, требующий дополнительных усилий для освоения базовых концепций

Принципы отбора участников

Формирование сильной мастермайнд-группы требует тщательного отбора участников. Ключевые принципы:

1. Финансовая готовность не является единственным критерием отбора
2. Решение о принятии участника остается за организатором
3. Важно оценивать:
 - Совместимость с существующей группой
 - Уровень мотивации и готовности к работе
 - Релевантный опыт и экспертизу
 - Потенциал для взаимного обогащения участников
 - При необходимости организатор имеет право:
 - Отказать в участии на этапе отбора

Исключить участника из действующей группы при нарушении правил или создании деструктивной атмосферы

Помните: качество группы важнее количества участников. Иногда отказ определенным клиентам или их исключение необходимо для поддержания высокого уровня работы мастермайнда. Есть еще один важный момент. Вы и только вы принимаете решение, кого брать, а кого не брать! И не всегда деньги и готовность клиента максимально быстро оплатить продукт являются решающим критерием. Мне приходилось

отказывать людям по разным причинам и даже исключать из мастермайндов, но такие случаи единичны. Помните, иногда клиентов можно увольнять и даже нужно.

ПРАВИЛА МАСТЕРМАЙНДА

Представьте, вы собрали группу и вот тут надо задуматься о правилах. Потому что взрослые, как дети, и им нужны правила поведения и свод законов в рамках мастермайнда.



Вы главный! Помните это всегда и обозначьте свою позицию. Иногда это нужно делать.

Так как вы главный, то являетесь ведущим и модератором, тем, кто следит за порядком и таймингом.

Время в мастермайнде играет очень важную роль. Допустим, у вас 10 человек и 4 часа, 4 часа = 240 минут. На первый взгляд много, но нет! Вы даже не представляете, как люди проваливаются во времени, не умеют формулировать свои мысли и задачи. Если не контролировать время, может произойти так, что кто-то просто не успеет получить пользу от группы. Итак, 240 минут – по 24 минуты на участника. Минусуем 20 минут на начало мастермайнда, остается 20 минут, то есть то время, в которое должен уложиться каждый участник при работе в формате мастермайнда.



За это время участнику нужно:

1. Сформулировать кейс – описание проблемы и задачи. В рамках формулировки кейса необходимо четко ответить на вопрос: какая задача передо мной стоит?
2. Предложить вариант решения и начать со слов: «Наилучшим результатом этой сессии для меня будет, если вы поделитесь контактом или подскажите, как...»

3. Ответить на уточняющие вопросы группы, если задача не понятна. Модератор помогает сформулировать запрос.
4. Выслушать участников. Участники делятся своим опытом и рекомендациями. Модератор следит за таймингом и руководит процессом, предоставляя слово по очереди.
5. Задать вопросы о том, что было ценно, что понял для себя участник и что планирует сделать, намечает первые шаги. На следующей встрече уже появятся результаты, и таким образом группа становится поддерживающей средой для роста.

Итак:

- 1 минута на представление;
- 1 минута на описание задачи;
- 2 минуты на каждого человека, чтобы поделиться опытом и предложить решение.

Важно:

1. Соблюдать конфиденциальность
2. Не давать советы, не оценивать, а делиться опытом
3. Соблюдать тайминг
4. Вкладывать на 100%
5. Делиться контактами для решения задач



Будьте максимально открытыми. Принимайте даже фантастические, абсурдные и нестандартные идеи. Зачастую именно они, переработанные и приближенные к реальности, являются теми решениями, ради которых и устраивается мастермайнд. Идеи можно комбинировать и улучшать. Никакой критики. Критика всегда действует на людей подавляющим образом, тем самым вы подавляете других участников делиться своими идеями.

Обязательно пропишите данный продукт в своей продуктовой лестнице, он даст рост вам и вашим ученикам.

\$\$\$\$Пятая ступень: Личная работа 1x1

Уверен, вы уже поняли, как создание продуктовой лестницы влияет на ваш уровень дохода и цену, за которую вы продаете свои консультации. Еще раз напомню, что важно уйти от разовых консультаций, а продавать программу, систему, то есть результат.

В любом случае, когда вы находитесь в самом начале пути, ваш ценник иной и существенно отличается, от того, когда вы совершите все вышеупомянутые шаги. Доступ к вам увеличивается кратно, и уже вам не обязательно работать лично, вы просто можете отправить людей смотреть ваш курс, а уже потом взять в личную работу, но за совершенно иной чек. Почему? Потому что на вас уже работает ваш бизнес! И, конечно, меняются ваша внутренняя психология и ценность себя как специалиста.

Польза продуктовой лестницы и созданных курсов в том, что вам не нужно лично повторять одну и ту же информацию людям. Они уже приходят подготовленные и разговаривают с вами на одном понятном языке. Даже если вы коуч и не даете советов, у вас все равно есть свой личный опыт, который нужен другим, и инструменты коучинга вы просто вставляете в программу и также помогаете людям. Просто нужно быть гибче и не ограничиваться только коучинговыми инструментами – у каждого из нас есть огромная палитра талантов и опыта, которые нужны другим людям.

То же самое касается психологов и других специалистов помогающих профессий. Хотите зарабатывать больше и масштабно нести пользу миру? Тогда следуйте простым шагам, описанным в этой книге, и все получится, а главное – проявляйтесь и не сидите в танке.



Никто не узнает о вас, пока вы о себе не заявите миру!

И только тогда на ваш внутренний свет и огонь придут люди. Поверьте, на каждого эксперта найдется свой клиент. Главное – все делать с душой и любовью.

Хочется еще добавить, что путь развития вас как эксперта займет много времени, но на протяжении этого пути вы будете расти вместе с клиентами, трансформироваться. Иногда возникнет желание сдаться и все бросить, но вы должны продолжать.

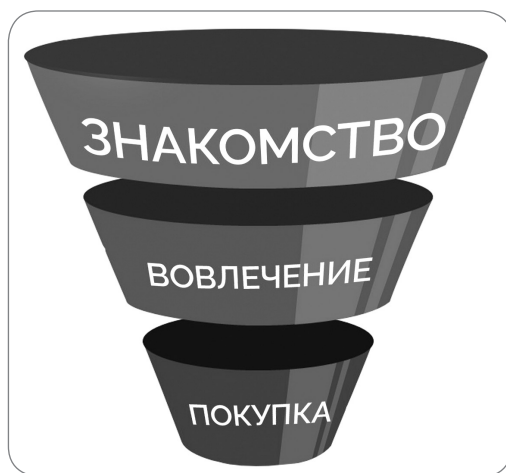
» Иногда важна даже не конечная точка, а сам путь.



Возможно, у новичков возникнет вопрос, как реализовать и воплотить в жизнь «Путь развития отношений с клиентами», который мы рассмотрели в этой главе.

Внимательно рассмотрите две картинки. Они и дадут вам ответ на этот вопрос.

Обратите внимание, наполнение иное. И, конечно, если максимально все упростить, то можно свести к трем шагам: знакомство – вовлечение – покупка.



РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОСТОЙ ВОРОНКИ

1. Bothelp.ru – поможет создать чат-бот и выдать лид-магнит.
2. Getcourse.ru – платформа № 1 для онлайн-курсов
3. Supa.ru – поможет создать дизайн.
4. Telegram – создайте группу и ведите соцсети. Также возможна интеграция с Bothelp.ru для автоматизации процессов.
5. Reg.ru – поможет зарегистрировать домен для сайта (даже если вы еще не планируете иметь сайт, лучше это сделать сегодня).

“

Польза продуктовой
лестницы и созданных
курсов в том, что вам
не нужно лично повторять
одну и ту же информацию
людям.

“



С самого начала относитесь к своему делу как к бизнесу и системе, которую вы строите, и в конечном итоге спустя время система начнет работать на вас.



Задание:

- Составьте свой путь клиента в письменном виде. Начните реализацию первых шагов.
- Создайте свой лид-магнит и разместите его в социальных сетях.
- Зарегистрируйте чат-бот, который будет выдавать лид-магнит. Bothelp.ru или любой другой.
- Создайте группу в Телеграм, начните ее вести и наполнять контентом.
- Запишите первый недорогой платный продукт.
- Заведите аккаунт на платформе Getcourse.ru для загрузки видеоуроков.

Забегая вперед, хочу дать вам еще один вариант по монетизации ваших знаний и опыта. Отдельное место можно отвести платным телеграм-каналам. Что нужно сделать? Конечно же, начать развивать базу подписчиков через создание видеоконтента на Яндекс.Дзен.

Для оформления каналов даете ссылки на ваш телеграм-канал. Этим вы позволяете людям, которые вас смотрят, читать вас в телеграме.



Когда у вас набралось хотя бы 200-500 лояльных подписчиков, можно создавать платный телеграм-канал по подписке. Поможет вам в этом сервис <https://www.vipsub.ru/>.

За несколько часов вы разберетесь, как его настроить, а если не справитесь, вам всегда поможет отдел заботы о клиентах. Также потребуется подключить сервис приема платежей.

Но главное, чтобы вы действительно создали канал с уникальным контентом, который вы не даете бесплатно в открытых источниках, создали ценность и донесли до аудитории, почему важно платить за подписку на вас.

ОНЛАЙН-ВОРОНКА ПРОДАЖ

Если вам срочно нужны деньги или вы только начинаете свой путь как эксперт, продавайте консалтинг. Самый простой и быстрый способ это сделать — продавать онлайн не выходя из дома.

Я всегда говорю клиентам, что если они сделают все шаги, которые получили на курсе «Академия экспертов», то окупят инвестиции в обучение в первый же месяц. Вы спросите, почему я так уверен? Да потому что программа всегда дает такой результат уже на первых шагах обучения, если делать!



Евгения Сазонова, коуч Международного Эриксоновского Университета и тренер по ораторскому мастерству, которая ушла от разовых консультаций, создала программу и продала ее за 100 000 рублей. Мы живем во времена, когда легко можно сказать, если вас нет в интернете, то вас просто нет! И это касается любого фрилансера, коуча или бизнеса! Интернет объединил всех, и мы проводим там больше времени, чем где либо, как бы грустно это ни было. Следовательно, клиентов быстрее и легче найти в интернете. Я помню времена, когда была только газета «Из рук в руки», где размещались объявления, когда хотели продать машину, квартиру, услуги. Сейчас есть интернет, социальные сети, сайты и воронки продаж.

Главное — уметь с этим обращаться и работать, чем сейчас мы с вами и займемся. В этой главе вы узнаете, как продавать онлайн-консалтинг и коучинг через воронку.

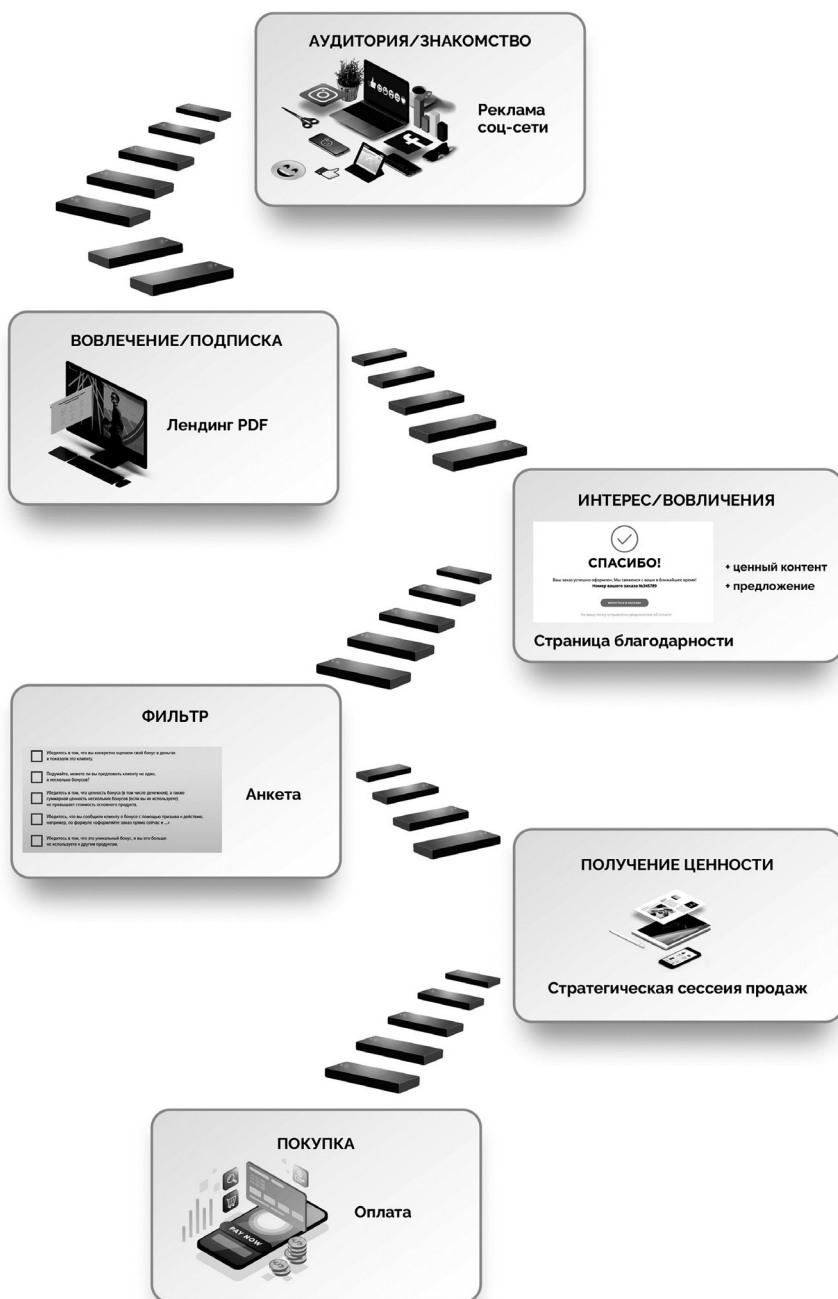
Важный момент: у вас обязательно должен быть свой продукт, программа, про которую я говорил ранее, когда давал «Формулу создания продукта». Без этого нет смысла заниматься созданием консалтинговой воронки. Помните, что любые продажи начинаются с выстраивания отношений – дай, дай, дай, потом продай! Всегда необходимо давать пользу, чтобы потенциальному клиенту было легко понять, интересны вы или нет, и принять решение читать вашу статью или досмотреть видео и оставить свои контакты.

Консалтинговая воронка состоит из четырех видео по классической схеме, но я рекомендую делать одно видео от трех до семи минут максимум. Как выглядит воронка – смотрите на следующей странице.

1. **Первый шаг.** Без рекламы тут не обойтись, можно, конечно, если у вас есть своя аудитория. Рассмотрим вариант с платной рекламой. Все начинается с креатива, это может быть картинка, или ваша фотография с призывом к действию, или короткое видеоприглашение. Например, получи чек-лист «Аватар идеального клиента» или «Как создать свой продукт за 30 минут, даже если у вас нет опыта».
2. **Второй шаг.** Человек кликнул по вашей рекламе и попал на «Страницу благодарности», где размещено заранее подготовленное видео с полезным контентом. Всегда помним про правило дай, дай, дай – продай! Звучит цинично, но на практике люди всегда получают много пользы и даже сверх ожидаемого. Так что на данном этапе вы все даете бесплатно, вы просто выстраиваете отношения.

Видео – чрезвычайно важный элемент в воронке. О том, как его записывать, расскажу дальше. Задача видео – дать пользу и пригласить на бесплатную консультацию.

Воронка 1

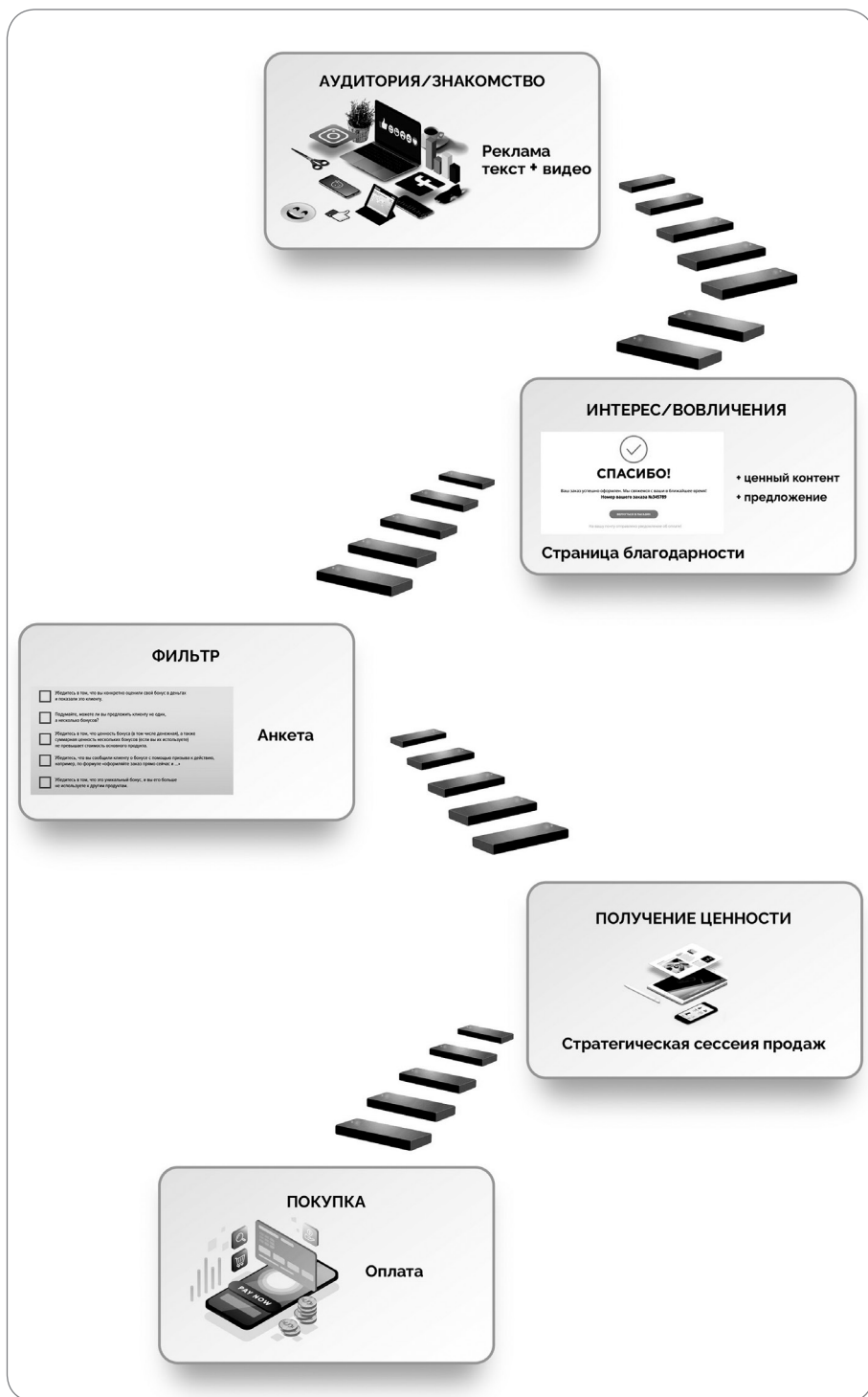


3. **Третий шаг:** анкета. Анкета – это фильтр, который позволит вам отсеять неинтересных и неплатежеспособных клиентов. Помните правило: мы сами выбираем, с кем работать и за какие деньги?
4. **Четвертый шаг:** установить контакт и назначить время онлайн консультации. Обычно это 20–30 минут. За это время вы успеете дать пользу человеку, презентовать свои услуги и продать. О том, как продавать, я подробно писал ранее.
5. **Пятый шаг:** оплата. Рекомендую каждому открыть ИП, выбрать патентную форму налогообложения и спокойно официально работать. Хотя на первых этапах некоторым подойдет и вариант самозанятости. Забегая вперед, на этапе создания онлайн-курса или школы вам уже придется открыть ИП и взять патент, а также открыть ОКВЭД на образовательную деятельность: 85.13,85.30,85.41.

Конечно, это базовая модель, и ее совершенно точно можно использовать и в социальных сетях, разместив простое сообщение или видео о том, что вы готовы провести 2–3 бесплатные консультации, а дальше – дело техники. И, конечно, не забываем про отзывы, они всегда нужны: и на странице с видео, и в самом видео, и в социальных сетях.

» Отзывы продают не продавая!

Еще один вариант, когда мы приглашаем получить бесплатную консультацию и не используем лид-магниты. Просто с рекламы переводим на страницу регистрации с анкетой. И вот вопрос: на что важно обратить внимание? На все. От креатива в рекламной компании, так как от него зависит кликабельность и количество переходов на вашу страницу, до видео и анкеты регистрации на консультацию. Онлайн-бизнес – цепочка, и если хоть одно звено слабое, то сбоит вся система. Надежность и эффективность системы обуславливается прочностью ее самого слабого элемента. Перейдем к деталям.



Страница регистрации

Страница состоит из УТП (уникальное торговое предложение), которое размещается на первом экране. Всегда есть подзаголовок, который еще больше раскрывает смысл УТП.

Также здесь находится видео с контентом и приглашением на консультацию. Скрипт – дальше в этой главе.

Имеется кнопка для заполнения анкеты. Форма для получения чек-листов, если вы делаете воронку по данной схеме. Можно тестировать разные варианты, как без формы контактных данных, так и с формой, как на рисунке ниже.

Мой вариант с формой. Такой способ позволяет получить в базу рассылки потенциального клиента, но может снижать конверсию, так как у человека появляется выбор между двумя действиями, а именно – заполнить анкету на консультацию или заполнить контактные данные для получения чек-листов. Хотя в письме при получении чек-листов всегда можно продублировать ссылку на анкету с бесплатной консультацией, но эффективность может упасть.

Программа Ведущий Отзывы

АКАДЕМИЯ
ЭКСПЕРТОВ

КАК ПРОДАВАТЬ НА БОЛЬШИЕ ЧЕКИ

STORYTELLING СОЗДАНИЕ ПРОДУКТА АНАЛИЗ АУДИТОРИИ

Вы легко сможете продавать коучинг, наставничество и консалдинг на большие чеки, применив мою систему

Приглашение на открытый мастер-класс на вебинар

Посмотреть на YouTube

Заполните форму и получите чек-лист "Формула создания продукта"

введите ваше имя

введите ваш e-mail

+7 (000) 00 000 00

ЗАБРАТЬ ПОДАРОК

Я показываю разные варианты, но выбор всегда за вами.



Никто и никогда не скажет вам, как правильно и как получится лучше. Все нужно тестировать. Больше ошибок, больше опыта, больше уверенности и больше результатов.



ПрограммаВедущийОтзывы

АКАДЕМИЯ ЭКСПЕРТОВ

КАК ПРОДАВАТЬ НА БОЛЬШИЕ ЧЕКИ

STORYTELLINGСОЗДАНИЕ ПРОДУКТААНАЛИЗ АУДИТОРИИ

Вы легко сможете продавать коучинг, наставничество и консалтинг на большие чеки, применив мою систему

Запишитесь на бесплатную консультацию



ЗАПИСАТЬСЯ НА БЕСПЛАТНУЮ
КОНСУЛЬТАЦИЮ

ЗАПИСАТЬСЯ НА БЕСПЛАТНУЮ
КОНСУЛЬТАЦИЮ



Люди не понимают, как вы и ваш продукт поможет им в решении задач и проблем



Вы не правильно презентуете себя, свой продукт и свои услуги



Вы не умеете доносить ценность себя и своего продукта для клиентов

Описание проблемы вашей целевой аудитории.



**Большинство экспертов
не умеют или боятся
продавать**



**Не знают, как легко, быстро,
понятно презентовать
себя и свои услуги**



**Работают за оплату разовых
консультаций, а не продают
пакет услуг целиком**



**Недооценивают себя, продукт
и не зарабатывают.
Отсутствует позиционирование
на рынке**



**Работают не с теми, кого сами
выбирают, а кто выберет их и
тем самым теряют мотивацию
и энергию продолжать**

[ЗАПИСАТЬСЯ НА БЕСПЛАТНУЮ
КОНСУЛЬТАЦИЮ](#)

Необходимы решение и подстройка под будущее. Мы люди и всегда покупаем не продукт, а состояние в будущем, которое у нас появится тогда, когда мы воспользуемся продуктом и получим результат. Какой идеальный результат у ваших клиентов от взаимодействия с вами и вашим продуктом или услугами?



- С первых слов вас понимали и вы вызывали интерес
- У вас была система, как презентовать свой продукт, себя и увеличить продажи?
- Обрести полную финансовую свободу и привлекать высоко платежную аудиторию
- Ваш продукт стал бы простым и понятным для потенциальных клиентов и вы увеличили продажи в x10 раз
- Создать уникальное позиционирование на рынке, которое будет отвечать всем вашим ценностям и вам будет легко говорить о себе и продукте

Решение. Какое решение вы предлагаете?

1

STORYTELLING ФОРМУЛА

- Создание продающей истории позиционирования
- Самопрезентация
- Миссия

2

ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА

- Создание продукта
- Систематизация опыта и знаний
- Продающее название для продукта

3

АВАТАР ИДЕАЛЬНОГО КЛИЕНТА И СИСТЕМА ПРОДАЖ

- Создание аватара идеального клиента
- Внутренняя психология эксперта
- Система продаж и презентации продукта

Почему важно иметь правильное позиционирование и упаковку.

Почему важно иметь правильную упаковку



- Люди начинают ценить себя, свой опыт, свою историю
- Хорошая история продает не продавая
- Создаётся аутентичный бренд и экспертное позиционирование на рынке
- История позволяет создать или усилить продукт и бизнес
- Ваша цена как эксперта вырастает в десятки раз

ЗАПИСАТЬСЯ НА БЕСПЛАТНУЮ
КОНСУЛЬТАЦИЮ

Кто вы? Напишите список регалий и достижений.

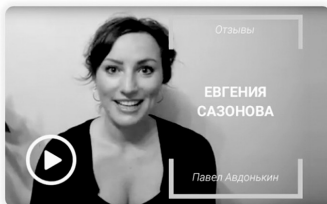
Павел Авдонькин



- Основатель образовательного проекта LifeUniversity
- Предприниматель, Бизнес Тренер, Наставник наставников
- Автор и ведущий программы «Академия экспертов»
- Тренер – «Международный Эриксоновский Университет Коучинга»
- Коуч – «Международный Эриксоновский Университет Коучинга»
- Продюсер коучей, бизнес тренеров, экспертов и блогеров

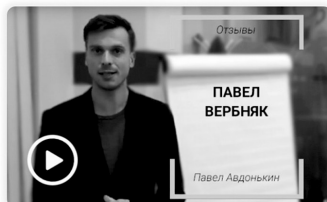
Отзывы. От трех до пяти отзывов обязательно. Видео или текстовый формат.

История успехов наших студентов



Евгения Сазонова

Лайф коуч, бизнес тренер по ораторскому искусству и автор программы "Выступить Легко"



Павел Вербняк

Эксперт по Личной Эффективности и Достижению Успеха



Собственно вот так и должна выглядеть страница. Пример можно найти тут: <https://life-university.ru/consulting>. Второй вариант – по Qr-коду.

Вы узнали, как должна выглядеть страница с регистрацией на консультацию, пришла пора разобраться с видео: как его записать и что нужно говорить, чтобы вызвать желание вас слушать и заполнить анкету на консультацию.

Видео состоит из четырех этапов.

Контент #1 «Вау! Как!?» _____

«Вау». Когда вы говорите про новую идею и тем самым вызываете вау-эффект! А потом рассказываете, КАК это помогло вам, вашим клиентам и демонстрируете результаты.

Контент #2 «Трансформационный контент» _____

Демонстрируете, как вы это сделали и как ваша аудитория может сделать так же с вашей помощью. Встраиваете видеоотзывы.

Контент #3 «Идеальное будущее» _____

Показываете и рассказываете, как будет выглядеть жизнь клиента, как она изменится в лучшую сторону, когда он сделает все и внедрит новую систему.

Контент #4 «Оффер» _____

В этом видео вы рассказываете о своем предложении.

Давайте рассмотрим каждый контент более подробно.

#1 «Bay! Как!?»

Большое обещание. Одна ценная идея или принцип, которому вы научите вашу аудиторию в процессе просмотра всех обучающих видео.

**Как монетизировать опыт и начать зарабатывать,
даже если вы не умеете продавать**

Разрушить миф. Развеять сомнения и причины, по которым люди могут вам не поверить или просто засомневаться в своих силах.

Возможно, вы подумаете, что вам необходимо стать экспертом в продажах и назойливо надоедать людям. Но это совершенно не так! Я и мои ученики уже давно зарабатываем на коучинге, консалтинге и продаже онлайн-курсов.

Давайте посмотрим на результаты.

Контент #1.

Покажите и расскажите, как другие люди уже получают результаты от вашей системы. Расскажите истории успеха или вставьте видеоотзывы ваших клиентов.

Смотрите (имя)_____.

Она уже делает_____ без _____.

Она не могла поверить, как это легко сделать.

Только взгляните на ее результаты _____.

#2 «Трансформационный контент»

Давайте сделаем вместе. Если сомневаетесь, что можете сделать это самостоятельно, давайте сделаем это вместе!

На первый взгляд, это может показаться сложным, и вам трудно поверить, что у вас получится _____, поэтому давайте пройдем по всем шагам вместе!

Как я делаю это (контент #2). Как я это делаю, шаг за шагом. (Расскажите, что вы делаете, шаг 1, 2, 3...)

Как я обычно это делаю:

Шаг 1: _____

Шаг 2: _____

Шаг 3: _____

Докажите, что это работает: Покажите свои результаты, кейсы учеников, кейсы клиентов.

Так это работает у меня _____

Но не надо верить мне на слово, смотрите, как это сработало у моих учеников... (отзыв)

#3 «Идеальное будущее»

Показываем и рассказываем, как будет выглядеть жизнь, как она изменится в лучшую сторону, когда клиенты внедрят новую систему в свой бизнес и свою жизнь.

Шаг в будущее. Представьте, как бы изменилась в лучшую сторону ваша жизнь, когда вы сделаете все это?

Я хочу, чтобы вы представили, как изменится ваша жизнь, когда вы _____.

Какие новые возможности у вас появляются _____

Каким человеком вы станете и как это поможет вам и вашей семье _____

Когда вы сделаете это (контент #3). Представьте, что вы выполните все шаги. Как будет выглядеть ваша жизнь

Теперь представьте, что вы делаете _____, затем _____ и, наконец, _____. Вы видите, как вы это делаете? По-моему, это выглядит довольно просто, не так ли _____

Подводка к офферу (намек). Хотели бы вы получить возможность учиться самым быстрым и простым способом _____

Мы все знаем, что реальность обычно немного сложнее, чем наше воображение. Но я знаю и уверен, что это изменит вашу жизнь, и я хочу, чтобы вы преуспели. Вот почему я собираюсь вам помочь _____.

Возможно вы уже поняли, что скрипт можно использовать и для продаж, а не только для бесплатных регистраций на консультации.

#4 «Оффер»

Рассказываете о своем предложении, о его цене и как купить. Что у меня есть для вас. Рассказываем и презентуем оффер. Я действительно хочу видеть вас успешными. Я вас понимаю и был на вашем месте, и знаю, каким сложным это может показаться на первый взгляд.

Именно поэтому я создал _____
(название вашего продукта)

Вот, что вы получите... _____

Вот, что вы будете делать с этим: Объясните, как это работает.

Как каждый шаг поможет вам двигаться вперед... _____

Вот, что система сделает для вас, позволит вам: объясните результаты _____.

Когда вы выполните все шаги, что вы получите, научитесь, поймете _____.

Вот, что вам нужно сделать прямо сейчас: объясните, как заказать и что ожидать дальше _____.

Просто нажмите кнопку ниже, и вы попадете на страницу оплаты.

Всего за три клика вы будете на пути к _____ (успеху). (Если вы что-то продаете, для консалтинга просто отправляем заполнить анкету)

Переходим к анкете. Как я уже сказал, анкета – это своего рода фильтр, который мы можем включать при настройке данной воронки. Можно, конечно, сделать обычную форму захвата с ФИО, но тогда вы столкнетесь с тем, что у вас будет 50 процентов неквалифицированных лидов, которые или вам не интересны, или не могу оплатить, или просто ходят по бесплатным консультациям, прожигая время. Хотя иногда для наработки опыта это может быть и полезно.

Заявка на бесплатную консультацию с Павлом Авдонькиным

1 Как Вас зовут?

2 Укажите Ваш телефон

3 Расскажите о себе и Вашем запросе?

4 Ваша самая большая и основная цель?

5 Ваша самая большая трудность?

6 Как я могу вам помочь?

7 Ваш средний ежемесячный доход?

☐ от 50 000 ☐ от 100 000 ☐ от 300 000

Нажимая кнопку "Отправить", вы соглашаетесь с [пользовательским соглашением](#) и [политикой конфиденциальности](#).

ОТПРАВИТЬ

Еще до консультации вы получите избыток информации о потенциальном клиенте: интересен ли вам человек и его запрос, сможет ли он оплатить стоимость ваших услуг, а главное, анкета уже продает вас и ваши услуги! Как? Да очень просто! Вопрос № 6: как я могу вам помочь? Есть другие модификации анкеты, о которых я более подробно рассказываю на курсе «Академия Экспертов».

Анкета экономит время и избавляет от нецелевых лидов и лишней коммуникации с ними.



Анкета = фильтр в вашей воронке.

Вот такая простая схема, которую можно сделать самостоятельно и начать работать с клиентами. Вам потребуется выбрать площадку для рекламы и самостоятельно разобраться вам будет сложно, привлечите таргетолога, который поможет вам организовать рекламную компанию.



СЕРВИСЫ

1. Tilda.cc – для создания сайта.
2. Яндекс.Дзен – для загрузки записанного видео.
3. Телефон для записи видео и монтажа.
4. Любая программа для монтажа видео на компьютере или телефоне: CapCat, video leap, IMovie или любая другая удобная для вас.
5. Сервисы для создания анкет – <https://simpoll.ru/> или тот же Getcourse.



*Залог успеха и результата в любом деле — скорость при-
менения новых знаний и навыков. Больше попыток и оши-
бок, тем лучше! Тем быстрее вы придете к результату! Дей-
ствуйте смело и дерзко!*

ВОРОНКА ПРОДАЖ ЗАПУСКА ОНЛАЙН-КУРСА

Есть много способов, как продавать свои знания и продукты, например, работа с клиентом 1 x 1 в формате консультаций, коучинга, наставничества и так далее, которые мы разбирали ранее.

На первом этапе развития для каждого человека помогающих профессий это является основным направлением, и здесь важно сфокусировать свои усилия. Тут же происходит и «заточка пилы» как писал Стивен Кови⁹.

Вы растете и зарабатываете опыт в полях с клиентами, становитесь более уверенными. Люди вас узнают, вы приходите к моменту, когда понимаете, что у вас много клиентов, мало времени и, возможно, уже устаете от загруженности. Тогда наступает время новой, более масштабной, игры под название онлайн-курс, программа, тренинг, кому как больше нравится. Вы записываете видеоуроки заранее, чтобы не повторять для каждого нового клиента одну и ту же информацию. Тут происходит магия, про которую я рассказывал раньше.

Вы всегда можете рекомендовать свой курс новому потенциальному клиенту. А уж если ему все равно нужна личная работа с вами, тогда еще лучше, так как вы вышли на новый уровень стоимости.

⁹ Американский консультант по вопросам руководства, управления жизнью, преподаватель и консультант по организационному управлению. Известен как лектор и автор книги «7 навыков высокоэффективных людей», которая в августе 2011 была названа журналом Time одной из 25 наиболее влиятельных книг по бизнесу.

» **Онлайн-курс — прекрасный бонус, который всегда можно дать клиенту, пришедшему на сопровождение.**

После прохождения онлайн-программы и вам, и клиенту станет проще работать, так как вы начнете разговаривать на одном языке. И, конечно же, вам не придется снова и снова пересказывать информацию для каждого нового клиента, достаточно просто сказать: «К следующей нашей встрече посмотри уроки 2-3-4».

Но хочу сказать, что это не всегда и не для всех работает. Но тут достаточно просто повысить чек и качество клиентов, это станет фильтром для освобождения времени и увеличения доходов.

Однако есть и другие варианты развития, такие как воронки продаж, вебинары или серии видео. Не всем подходит, но попробовать стоит каждому! Как говорится — не попробуете и не узнаете!



Вебинарная воронка, один раз хорошо сделанная и настроенная на автовебинар, будет продавать вашу онлайн-программу на автомате! Да, потребуется небольшая команда в виде технического специалиста и минимум менеджера по продажам, но только на старте.

Но чтобы к подобной вебинарной воронке, нужно понимать, что вы планируете продавать на вебинаре. Вспоминаем «Формулу создания продукта». Она и станет планом по созданию онлайн-программы. Каждый шаг — отдельная тема вашего курса. В каждой теме может быть несколько уроков, все на ваше усмотрение, но факт в том, что если вы уже создали свой продукт по схеме, которую я вам дал, то у вас уже есть план для вашего онлайн-курса.

Многие нанимают методологов и платят безумные деньги, хотя все решается за 40 минут собственными усилиями. Обратите внимание, даже книга, которую вы сейчас читаете, написана по моей программе.

Часто у клиентов возникает вопрос, записать уроки заранее или провести вживую и потом использовать сохраненные уроки для новых потоков. Как правильно сделать?

Если вы новичок и первый раз планируете проводить онлайн-обучение и запуск через вебинарную воронку, то лучше проводить все вживую. Это даст вам бесценный опыт работы с аудиторией. Вы поймете, что можно улучшить в новых потоках, так как получите обратную связь от учеников. Задача каждого эксперта – служение людям и постоянное улучшение качества своего продукта.

И совершенно точно, когда у вас уже появился определенный опыт, можно записать уроки с учетом прошлых ошибок и потратить деньги на студию и монтаж. Собственно, это еще одна из причин, по которой первые потоки лучше проводить вживую. Таким образом вы экономите деньги и улучшаете качество продукта. Будучи экспертами, мы постоянно учимся и развиваемся с нашими клиентами.

ПРИВЕДУ ПРИМЕР.



У нас состоялся мастермайнд с моим хорошим другом и партнером Тимуром Тажетдиновым. Продукт премиальный. Каждый раз, когда мы проводили живые встречи, всегда понимали, что получаем какие-то новые инсайты и тоже учимся в процессе.



Люди нужны людям!

Итак, у вас две стратегии: записать сразу уроки или проводить их вживую. Разницу я уже объяснил, выбор за вами. Следующий этап – продажа онлайн-программы, и в этом поможет вебинарная воронка и продающий вебинар. Воронку разберем в этой главе, а вот законы продающих презентаций и вебинаров в следующей.

Воронка запуска и продаж продукта



Из чего состоит вебинарная воронка? Это лендинг, где мы регистрируем в воронку людей и называется это «Посадочная страница». Люди приходят, смотрят видео, приглашение на вебинар, где вы рассказываете о том, что они узнают на нем и какие проблемы вы можете им решить. Если человеку интересно, он подписывается и попадает в вашу воронку. Важный момент: обычно мы готовим лид-магнит, то есть чек-лист или инструкцию, которые помогут решить одну простую задачу.

После того как человек зарегистрировался и попал в вашу воронку, его автоматически перекинет на вторую страницу – страницу благодарности. Задача данной страницы: поблагодарить через видео за регистрацию на вебинар и рассказать, что будет дальше и что нужно сделать. Например, вступить в телеграм-чат или канал и там забрать подарок – лид-магнит, подготовиться получать полезные видео, которые помогут подготовиться к вебинару.

Кстати, серия полезных видео нужна для выстраивания отношения между вами и аудиторией, ведь вы для них новых человек, а нужно выстроить отношения. Как? Легко! Дать пользу, стать полезным и уже до вебинара помочь людям своими рекомендациями и советами. Так выстраиваются отношения.

» Дай – дай – дай – продай!

Поговорим про математику. Представим, у вас тысяча регистраций на вебинар, из них до него дойдут около 300 человек. И вот именно им вы сможете презентовать и продать свой продукт.

Возьмем не самую большую конверсию в продажах, например 10 процентов. Получается, что 30 человек купят ваш продукт. Не надо забывать, что всегда есть три пакета участия. Возьмем минимальный чек в 30 тысяч рублей. Получаем 900 тысяч рублей дохода.

Только обязательно нужно вычесть затраты на рекламу, таргетолога, создание лендингов для воронки и прочие расходы на сервисы, такие как Getcourse, Tilda, чат-боты, дизайнеры. И не будем забывать про отдел продаж, который обязательно должен быть!

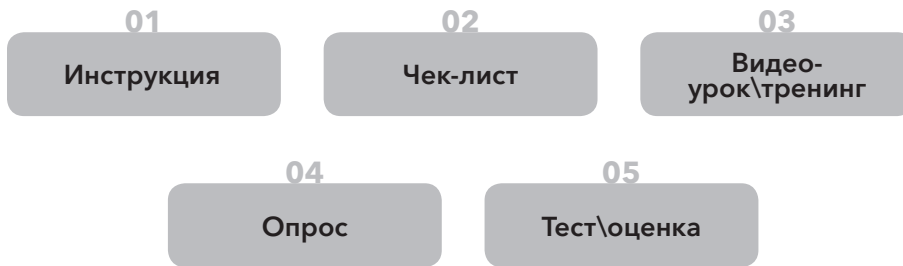


Лид – это потенциальный клиент, который проявил интерес к товару или услуге и оставил свои контакты: телефон, адрес электронной почты, аккаунт в мессенджере.

Простыми словами, лид – это посетитель сайта, который оставил свои контактные данные.

Задача лид-магнита: нести пользу целевой аудитории в рамках вашей темы и продукта. Решать одну определенную задачу. Мотивировать человека оставить свои контактные данные в обмен на лид-магнит, тем самым человек попадает в воронку.

Варианты лида-магнита

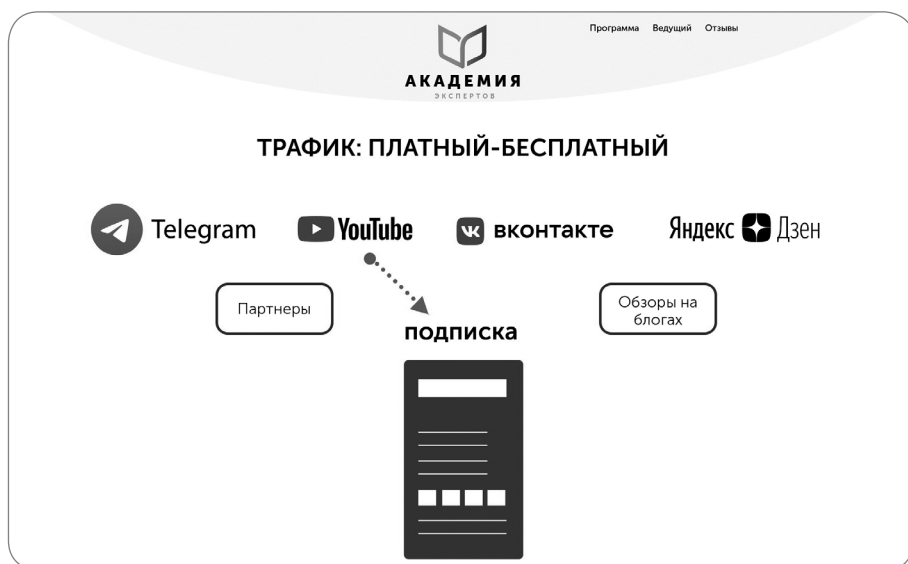


Уникальный – одно обещание: каждый хочет получить волшебную таблетку, поэтому всегда лид-магнит должен решать одну определенную задачу в вашей нише для вашей аудитории.

Говорит результатом: я всегда говорил и буду говорить, что в названии продукта, в том числе и лид-магнита, должен быть заложен понятный смысл результата, который получит клиент. Меняет отношения: меняет состояние и образ мышления потенциального клиента. Хороший лид-магнит, решающий проблему, боль, задачу потенциального клиента создает хорошие отношения и вызывает чувство благодарности, вовлекая человека продолжить коммуникацию. Должен выглядеть качественно:

Используйте профессиональную графику и изображения, дизайн. Он должен быть прост и быстр в применении: задача быстро дать ценность и решение проблемы потенциального клиента, чтобы он не застрял надолго с лид-магнитом и продолжил движение по воронке.

Рассмотрим каждый шаг отдельно.



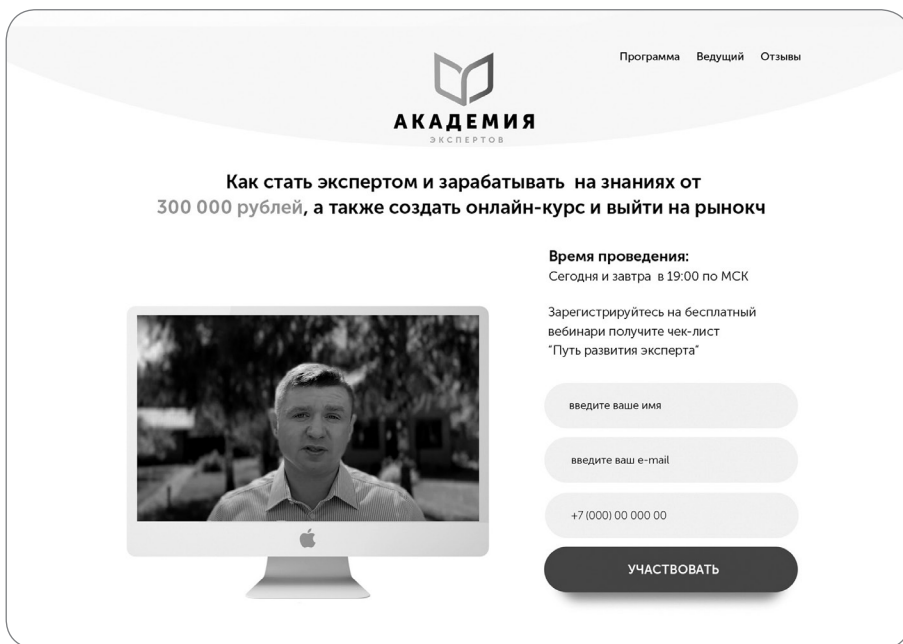
Мы можем собрать идеальную воронку, но она не сможет жить без рекламы, это как свет не загорится, если нет электричества.

» Всегда нужны люди!

Есть два типа людей. Первые – лояльная аудитория из наших социальных сетей. Процент вероятности, что они у вас купят, намного больше, так как они вас уже знают и отношения между вами уже выстроены. Но какая бы большая аудитория у вас не была, рано или поздно она закончится, только если вы постоянно не наращиваете количество подписчиков. Хотя это отдельная и очень нужная работа. Вторые – люди которые вас не знают и увидят рекламу в социальных сетях или на других площадках и решат кликнуть по баннеру и посмотреть, кто вы и что предлагаете.

Ваша воронка будет жить ровно до тех пор, пока она окупает вложения на затраченную рекламу и приносит вам доход. Иначе игра не стоит свеч. И, как правило, после проведения успешного вебинара, воронка превращается в автоворонку и приносит вам деньги, пока вы отдыхаете. Вам останется лишь вовремя пополнять рекламный бюджет.

После того, как человек кликнул по вашей рекламе, он попадает на страницу регистрации на ваш вебинар. Из чего состоит страница и как она должна выглядеть? Я расскажу про максимально возможный вариант, но не все можно брать для работы, например, видеоприглашение иногда можно и не ставить, но я ставлю всегда.



The screenshot shows a registration page for 'АКАДЕМИЯ ЭКСПЕРТОВ'. At the top, there is a logo and navigation links: 'Программа', 'Ведущий', and 'Отзывы'. The main heading reads: 'Как стать экспертом и зарабатывать на знаниях от 300 000 рублей, а также создать онлайн-курс и выйти на рынок'. Below this, on the left, is a video player showing a man speaking. On the right, the text states: 'Время проведения: Сегодня и завтра в 19:00 по МСК' and 'Зарегистрируйтесь на бесплатный вебинар и получите чек-лист "Путь развития эксперта"'. There are three input fields: 'введите ваше имя', 'введите ваш e-mail', and a phone number field with '+7 (000) 00 000 00'. A dark button at the bottom right says 'УЧАСТВОВАТЬ'.

На первом экране вас встречает видеоприглашение, форма, которую нужно заполнить (из Getcourse), и УТП, которое говорит, что вы получите и что узнаете. Обычно я беру УТП из самопрезентации, просто заменяю слова в начале. Кто помнит главу по упаковке, тот сразу увидит взаимосвязь. Чтобы потенциальный лид зарегистрировался, нужно что-то предложить взамен: чек-лист или инструкцию. После заполнения формы человек попадает в воронку из серии писем с видеоуроками. Уроки записываем заранее так же, как и пишем письма.

Важно подготовить соглашение на обработку персональных данных в соответствии с законом РФ.

Как записать видеоприглашение? Вот очень простой скрипт, с которым справится даже школьник. Главное – расслабиться и представить, что вы разговариваете со знакомыми или друзьями, это на случай, если вы боитесь камеры.

Всем привет, меня зовут _____, я помогаю экспертам монетизировать знания и масштабировать бизнес в интернете (подставьте свою самопрезентацию и первая часть готова).

*По многочисленным просьбам я принял(а) решение провести мастер-класс на тему _____
(Как начать зарабатывать экспертизу и выйти на новый уровень)
Описание проблемы.*

Очень часто люди сталкиваются с (перечисляем проблемы):

- 1. Продукт хороший, но никто не покупает*
- 2. Не знают с чего начать и за что браться*
- 3. Нет системы и понимания где брать клиентов*

Решение. На мастер-классе (или вебинаре, как вам больше нравится) вы узнаете:

- 1. Как упаковать себя с нуля и отличаться от всех*
- 2. Как создать программу*
- 3. Как и где находить первых клиентов*

(У вас будут свои варианты)

Даем подарок. Зарегистрируйтесь на мастер-класс прямо сейчас и получите чек-лист по созданию аватара клиента.

До встречи на мастер-классе.

Вам останется только подставить свои смыслы в скрипт и получится идеально работающее видеоприглашение на ваш вебинар.

С первым экраном мы разобрались, только не забудьте разместить время и дату проведения вебинара.

Далее по порядку.

- *Трудности (перечисляем от 3 до 5).*
- *На мастер-классе вы узнаете... (перечисляем от 3 до 5 тем, про которые планируете рассказывать).*
- *Кому будет полезен мастер-класс (перечисляем от 3 до 5 аватаров).*
- *Подстройка под будущее.*
- *Представьте, как было бы здорово (перечисляем от 3 до 5 пунктов).*
- *Кто ведет мастер-класс (ваше фото и регалии).*
- *Отзывы (от 3 до 5).*

Пример можно посмотреть по ссылке:
<https://life-university.ru/opt-in1>



Когда вы заполните все пункты, у вас будет готова страница регистрации. Самое время переходить к странице благодарности.

Страница благодарности:



Страница благодарности и продаж включателя



видео 1



видео 2

Вы успешно забронировали участие на вебинаре

В течении 5 минут вам на почту придет письмо с бонусом, а сейчас досмотрите это видео до конца



[Перейти в телеграм](#)

Она является продолжением воронки и выполняет следующие функции:

1. Поблагодарить за регистрацию.
2. Проинформировать человека о дальнейших действиях.
3. Расширить каналы коммуникации.

РАЗБЕРЕМ ПОДРОБНЕЕ.

Наша задача рассказать на видео, как будут складываться наши взаимоотношения, что мы сейчас и разберем на примере из моего видео.



Текст: «Благодарю, вы успешно зарегистрировались на мастер-класс и в течении трех минут на почту получили обещанный чек лист. Также я решил быть для вас еще более полезным до наступления мастер-класса, именно поэтому подготовил для вас серию обучающих видео по теме «_____». Обязательно следите за рассылкой! Также мы создали группу в Телеграм, где у вас будет возможность задать вопросы до наступления мастер-класса! Подключайтесь к телеграм-каналу. Увидимся на мастер-классе!»

В этом скрипте я поблагодарил за регистрацию, рассказал, как получить чек-лист, проинформировал, что подготовил бесплатные уроки, которые будут в рассылке, и попросил перейти в телеграм-канал. Для чего, спросите вы?

Моя задача состоит в том, чтобы до вебинара дошло как можно больше людей. И чем больше точек касания, тем выше вероятность того, что человек не пропустит нашу встречу. После просмотра данного видео и подключения к телеграм-каналу у нас появится третий канал для коммуникации и отправки писем с видеоуроками.

КАНАЛЫ

1. Телефон – отправка смс-напоминаний о предстоящем мастер-классе, а также автопривет.
2. Почтовая рассылка.
3. Телеграм-канал или группа.

Смысл прост: вы вложили деньги в рекламу, и теперь перед вами стоит задача, чтобы до вашего вебинара дошло как можно больше людей. Больше людей, больше продаж. Кстати, почему выгодно делать такие запуски с блогерами? Да потому что у них «теплая» аудитория, соответственно, вложения в рекламу уже не потребуются. Поэтому задача каждого эксперта – стать блогером в своей теме и создавать полезный контент. Но я забегаю вперед. Продолжим про воронку.

ПИСЬМА

Письма мы делим на два этапа: те, которые отправляются до вебинара, так называемые прогревающие письма, и те, что высылаем после так называемого старта продаж, то есть «продающие». Это классика, которая будет работать и сто лет спустя. А теперь попробуем во всем этом разобраться.

ПРОГРЕВАЮЩИЕ ПИСЬМА

Серия прогревающих писем:



серия
прогревающих
писем

1. Задача таких писем: Дать пользу, ценность и выстроить отношения с холодной аудиторией, то есть людьми которые вас не знают.
2. Как мы это делаем: Записываем 5-5 полезных видео с советами, говорим что делать, но не рассказываем, как и самое главное, в этих видео говорим что на вебинаре будет еще больше информации на данную тему.
3. Письмо за 24 часа до вебинара
4. Письмо за 6 часа до вебинара
5. Письмо за 1 час до вебинара
6. Письмо за 15 минут до вебинара
7. Письмо в момент начала вебинара
8. Мы уже в эфире: 15 минут после вебинара

Прогревающие письма – это письма с видеоуроками для выстраивания отношений с аудиторией, которой вы не известны совсем, а наша задача повысить лояльность и создать ожидание встречи с вами. Как? Дать пользу еще до наступления вебинара, через полезные видеоуроки длительностью от трех до пяти минут. Их же мы дублируем и в чат-боте. Эти же письма мы дублируем в телеграм-канале или чат-боте, если ваш запуск предусматривает его использование. Таких уроков может быть 3 и более, на мой взгляд больше трех делать не имеет смысла.

Обязательно говорите, что будет в следующем видеоуроке в конце каждого видео, и дублируйте эту информацию в тексте в письме, так человек будет понимать, что ждет его дальше и насколько ему это интересно.

Я рекомендую вам подписаться на мою воронку и посмотреть, как это работает на практике. И, конечно, вам нужно напомнить о предстоящем вебинаре.



LifeUniversity

Здравствуйте, Pavel Avdonkin ❄!

На связи Павел Авдонкин на протяжении 8 лет я помогаю экспертам зарабатывать и выстраивать бизнес в интернете!

🎉 Поздравляю! Вы приняли верное решение и успешно зарегистрировались на вебинар "Как стать экспертом зарабатывать на знаниях, создать программу или онлайн курс и выйти на рынок"!

📅 Дата проведения:
27 февраля в 19:00 Мск

Забирайте бонусы:

- 🔥 Аватар клиента
- 🔥 Путь развития эксперта
- 🔥 Масштабируйтесь
- 🔥 Формула создания продукта

Скачивайте и применяйте на практике 📎

Забрать бонусы 📎

Дополнительный бонус для вас "Формула создания истории"

Скачать бонус 📎

Pavel Avdonkin ❄, смотрите полезные видео, которые я приготовил для вас:

- ✅ С чего начать эксперту > <https://clck.ru/369NkM>
- ✅ 3 губительных ошибки на пути к большим продажам > <https://clck.ru/369NmV>
- ✅ Как построить воронку продаж > <https://clck.ru/369Nnc>

YouTube

Истории и упаковка эксперта

В этом видео я рассказал, о том

Другие соцсети:

Yandex.zen: <https://zen.yandex.ru/lifeuniversity>

Instagram: https://instagram.com/pavel_avdonkin

Telegram: https://t.me/pavel_avdonkin Павел Авдонкин

Vkontakte: <https://vk.com/lifeunivers...>



Почему так много писем, спросите вы? Ответ прост, вы инвестировали деньги в рекламу и создание воронки, значит, ваша задача довести как можно больше людей до вебинара, я об этом уже говорил и скажу еще раз. Это цель любой воронки.

Дальше перед вами стоит задача провести супервебинар и научиться классно продавать. Но об этом в следующей главе. Обычно на вебинаре мы открываем продажи программы и те, кто пришел, действительно получают лучшие цены.

Но что делать с теми, кто не дошел до живой встречи с вами? Мы отправляем им письмо с записью и информацией, что вчера открыли продажи на 2-3 дня. И тут в дело уже идут продающие письма.

ПРОДАЮЩИЕ ПИСЬМА

Серия продающих писем после вебинара:



серия
продающих
писем

1. Письмо №1 после вебинара: Выслать запись вебинара, уведомить о старте продаж по специальной цене для участников вебинара. Окно продаж \$ дня и после продажи будут закрыты.
2. Письмо №2 после вебинара: напоминание о старте продаж и что времени остается мало, чтобы успеть включиться в программу. Обязательно указать — осталось 48 часов или 24 часа.
3. Письмо №35 после вебинара: Информировать о закрытии продаж через час
4. Письмо №4 после вебинара: Продажи закрыты!
5. Письмо №5 после вебинара: Ждем 24 часа и информируем аудиторию: по Вашим многочисленным просьбам мы приняли решение открыть продажи на 24 часа.
6. Письмо №6 после вебинара: За час до закрытия
7. Письмо №7 после вебинара: Мы закрыли продажи

Стратегия очень простая и понятная. Вы открываете продажи на 48 часов, потом закрываете и снова открываете на 24 часа. В этот период важно, чтобы у вас был хотя бы один менеджер по продажам — все зависит от ваших цифр и объемов, так он будет отвечать за работу с заявками.



Без отдела продаж ваш бизнес далеко не уедет.

Очень распространенная история, когда человек затрудняется выбрать пакет участия и ему нужна помощь, или заполнил свои данные, его отвлекли и осталась брошенная корзина, или сделал предоплату и так далее, вариантов куча! Пример на картинке ниже.

Новый Вс 24 Мар 20:59	99 900 руб.
Завершен Оплачено: Чт 21 Мар 21:22	99 900 руб.
Не подтвержден Чт 21 Мар 20:56	99 900 руб.
Завершен Пн 18 Мар 19:34 Заказ не оплачен	1 990 руб.
Завершен Оплачено: Пн 18 Мар 11:38	49 900 руб.
Завершен Оплачено: Чт 21 Мар 10:47	49 900 руб.

Хочется еще передать отдельный привет всем новоявленным изобретателям новых моделей запусков через соцсети. Внимательный и вдумчивый читатель уже смог увидеть, что это база, которую можно применить на запусках через телеграм-каналы и в социальных сетях. Смысл один и тот же.

Вы можете не использовать лендинги, а вместо этого у вас будут посты и сообщения, но механика в основе лежит одна – построение отношений с аудиторией, через контент.

ONE TIME OFFER – ОТО

Также есть еще модель, при которой вы можете полностью окупить вложенный трафик, однако последнее время мало кто ее использует.



На схеме вторым пунктом идет ОТО (от английского one time offer – одноразовое предложение), то есть предложение, которое доступно только здесь и сейчас и по очень выгодной цене. ОТО вы можете применять не только в вебинарных воронках, но и на подписных страницах на сайтах и блогах.

В чем его смысл? Дело в том, что существует большая разница между психологией людей, которые купили у вас продукт, и теми, кто только собирается прийти к вам на вебинар. Первые – уже клиенты, и у вас с ними другой уровень отношений, вторые просто прохожие, которые только смотрят на витрину и не факт, что зайдут в ваш магазин, – дойдут до вебинара.

Когда вы внедряете ОТО в вебинарную воронку, то убиваете двух зайцев: окупаете вложения в рекламу и создаете новый уровень отношений, переводите в состояние клиента новые лиды, то есть зарегистрированных пользователей.

Для модели ОТО лучше всего использовать VSL – video selling letter – продающее видеописьмо.

СТРАНИЦА О ПРОДУКТЕ

Завершает воронку страница с описанием вашего продукта, то есть продающая страница или продающий лендинг.

Давайте разберем ее структуру на моем примере.

Вы, наверное, заметили, что рассказ про воронку по логике должен идти позже, чем разговор про продающую презентацию. Однако когда я работаю с клиентами, продающая презентация является для меня дорожной картой, в которой зашиты все смыслы для воронки запуска онлайн-курса. В главе про продающую презентацию я покажу, как это работает: вы просто берете слайды из презентации, распределяете их в нужном порядке и получаете готовый продающий лендинг. Также работает и на посадочной странице (страница регистрации в воронку).

Структура продающего лендинга

1. УТП – название продукта и подзаголовки.
2. Перечисляем аудиторию, которой подойдет продукт.
3. Подстройка под будущее.
4. Продажа темы: почему сейчас важно пройти курс.
5. Статистика: цифры, графики.
6. Трудности, с которыми сталкиваются клиенты: описание.
7. О продукте: описание.
8. Описание каждого урока (подробное).
9. Бонусы: показываем все бонусы, которые получит клиент.

10. Опционально: моя программа имеет государственную лицензию, поэтому я разместил эту информацию.
11. Ведущий программы: регалии.
12. Отзывы (чем больше, тем лучше).
13. Пакеты участия: не менее трех. Это обязательно!
14. Базовые ответы на вопросы о программе.



Некоторые пункты можно менять местами. Например, пакеты участия можно поставить сразу после бонусов, но я сделал иначе. Полностью страницу можно посмотреть по ссылке: <https://life-university.ru/experts/kurs>. На момент написания книги она выглядит как на картинках ниже, но может быть чуть иной – все-таки прошло какое-то время.

Почему сейчас самое лучшее время



- Ваша работа целиком и полностью основана на том, что вы знаете и любите
- Вы работаете, где хотите и когда хотите – можно начать прямо сейчас.
- Вы сами выбираете, с кем работать, когда и как.
- Ваше продвижение по службе зависит от продвижения идеи, себя и продукта.
- Вам не нужна большая команда.
- Инструменты достижения успеха просты и доступны.

Почему нужно стать экспертом?

Forbes

Среднестатистический человек пишет около 17 запросов/мес. в Google с вопросом «Как», что отвечает на прямые запросы экспертности.

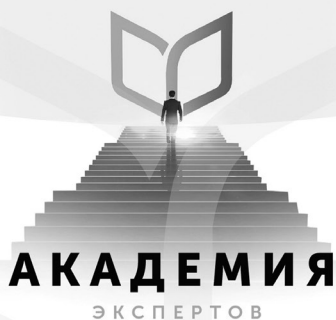
По данным Forbes, индустрия коучинга и консалтинга: **\$125 млрд/год**

Образовательная платформа Udemy сообщает, что их топ-10 онлайн-трениров заработали **1.6 млн \$**

Проблемы и трудности которые есть у аудитории

- Не знают с чего начать – нет системы
- А что скажут люди – страх осуждения
- Я не достаточно хорош для этого – синдром самозванца
- Мне еще нужно подучиться – синдром перфекциониста, вечного студента
- У меня нет инструментов для работы с людьми (курсов)





Как зарабатывать на знаниях, обрести финансовую свободу и помогать людям!

Для кого курс/программа



- Новичкам, которые только хотят встать на этот путь, но не знают с чего начать.
- Коучам, тренерам, психологам и экспертам в своем деле.
- Блогерам и лидерам мнений.
- Людям, которые хотят получить профессию и стать продюсерами экспертов
- Всем кто хочет научиться монетизировать свой опыт и знания и зарабатывать онлайн

Подстройка под идеальное будущее

- Создать свой образовательный продукт и выйти на рынок или стать продюсером экспертов
- Иметь свободный график и самостоятельно решать с кем и когда работать
- Заниматься любимым делом и помогать другим людям
- Иметь возможность работать из любой точки мира и путешествовать
- Создать персональный бренд который будет работать на вас



Людям нужны люди



Мы живем в мире, где каждый обладает уникальными знаниями, навыками, историей жизни. И каждый день люди помогают другим людям...

НО

мало кто задумывается, что их опыт и историю можно монетизировать, превратить в профессию и помогать другим людям в решении повседневных задач, а также обрести полную свободу и независимость, заниматься любимым делом из любой точки мира!

**МЫ ЖИВЕМ В УНИКАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ТЕХНОЛОГИЙ,
КОТОРЫЕ ДАЮТ НАМ БЕЗГРАНИЧНУЮ СВОБОДУ!**

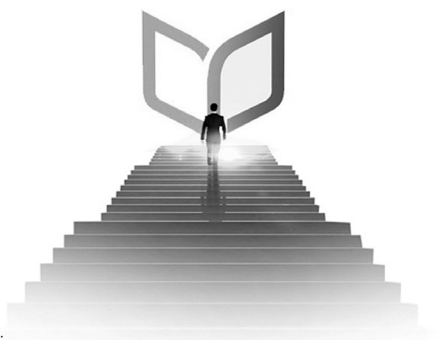
Программа "Академия экспертов" будет полезна коучам, экспертам, бизнес тренерам и консультантам, а также новичкам, которые только хотят встать на этот путь!

Возможно, кто-то скажет что для обучения других людей нужен диплом или корочка...
Хочу развеять этот миф! Это не так!

Если вы обладаете определенным опытом, историей жизни, преодоления сложностей или достижения результатов, Вы уже полезны обществу и другим людям! Вам совершенно не требуется спрашивать ни у кого разрешения...

И скорее всего вы уже замечаете, что люди обращаются именно к вам за советом!

В "Академии экспертов" все начинается с создания и проработки личной истории, это является фундаментом в дальнейшем создании уникального позиционирования на рынке, написания программы и отстраивания от конкурентов



- СОЗДАЙ ПРОГРАММУ
- ПРИВЛЕКАЙ КЛИЕНТОВ
- МАСШТАБИРУЙСЯ

Решения, которые дает курс

ТЕМА 1

УПАКОВКА ЭКСПЕРТА

- Создадите уникальное позиционирование на рынке, которое полностью аутентично Вам и Вашим ценностям.
- Люди будут легко понимать Вас, Ваш продукт и какую миссию вы несете через свои программы и курсы.
- Проработайте персональную историю самопрезентации и напишите миссию.
- И самое главное, научитесь использовать storytelling в продажах.



ТЕМА 12

АРХИТЕКТУРА ОНЛАЙН ШКОЛЫ VSL - ПРОДАЮЩЕЕ ВИДЕО ПИСЬМО

- Научитесь окупать холодный трафик
- Поймете как продавать на холодную аудиторию не дорогие продукты, которые в последствии приводят к покупкам основного

Создадите VSL под свой продукт



VIP МОДУЛЬ

АВАТАР КЛИЕНТА. КТО МОЙ ИДЕАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ?

- 1 индивидуальные сессия со мной 1x1
- 12 онлайн встреч со мной и другими участниками в формате мастермайнд

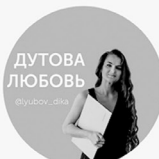


Бонусы

1 СВЕТЛАНА КУРСОВА
ИНСТРУМЕНТЫ КОУЧИНГА
ДЛЯ ЖИЗНИ И БИЗНЕСА.



2 ДУТОВА ЛЮБОВЬ
ЗАПУСК ОНЛАЙН ШКОЛЫ.
ТЕХНИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ.



3 АЛЬБИНА ТОРИЦИНА
ЮРИДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ
ОНЛАЙН БИЗНЕСА



ПРОГРАММА ИМЕЕТ
ГОСУДАРСТВЕННУЮ ЛИЦЕНЗИЮ

Автор и ведущий курса

Павел Авдонькин



Основатель образовательного
проекта LifeUniversity

Предприниматель, Бизнес Тренер,
Наставник наставников

Автор и ведущий программы
«Академия экспертов»

Тренер – «Международный
Эриксоновский Университет Коучинга»

Коуч – «Международный Эриксоновский
Университет Коучинга»

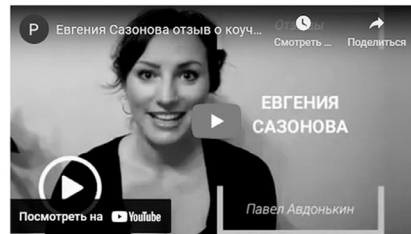
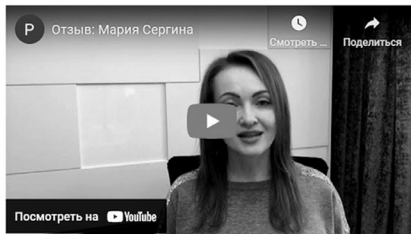
Продюсер коучей, бизнес тренеров,
экспертов и блогеров



Стоимость участия

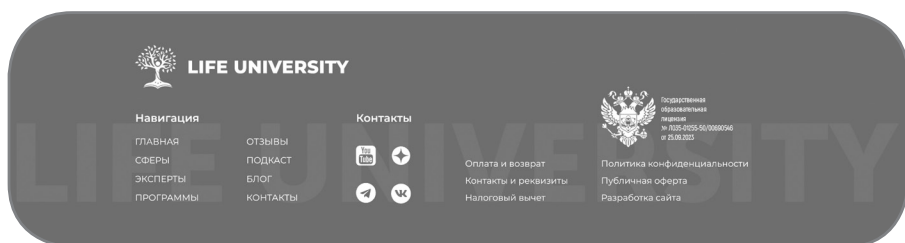
СТАНДАРТ	СРЕДНИЙ	ПРЕМИУМ
МОДУЛИ 1. Упаковка эксперта 2. Формула создания продукта 3. Формула продажи продукта 4. Постоянный поток клиентов и продажа консалтинг 5. Аватар клиента и аватар идеального клиента 6. Как оценить свои услуги: Внутренняя психология эксперта 7. Контент и продвижение 8. Основы маркетинга и путь клиента	МОДУЛИ 1. Упаковка эксперта 2. Формула создания продукта 3. Формула продажи продукта 4. Постоянный поток клиентов и продажа консалтинг 5. Аватар клиента и аватар идеального клиента 6. Как оценить свои услуги: Внутренняя психология эксперта 7. Контент и продвижение 8. Основы маркетинга и путь клиента	МОДУЛИ 1. Упаковка эксперта 2. Формула создания продукта 3. Формула продажи продукта 4. Постоянный поток клиентов и продажа консалтинг 5. Аватар клиента и аватар идеального клиента 6. Как оценить свои услуги: Внутренняя психология эксперта 7. Контент и продвижение 8. Основы маркетинга и путь клиента
БОНУСЫ 1. Инструменты коучинга для жизни — и бизнеса	БОНУСЫ 1. Инструменты коучинга для жизни и бизнеса	БОНУСЫ 1. Инструменты коучинга для жизни и бизнеса

Отзывы клиентов



Часто задаваемые вопросы

Как будет проходить программа?	+
Сколько по времени будет открыт доступ к урокам?	+
Сколько времени мне потребуется для прохождения программы?	+
Если я возьму самый дорогой пакет, что я получу?	+

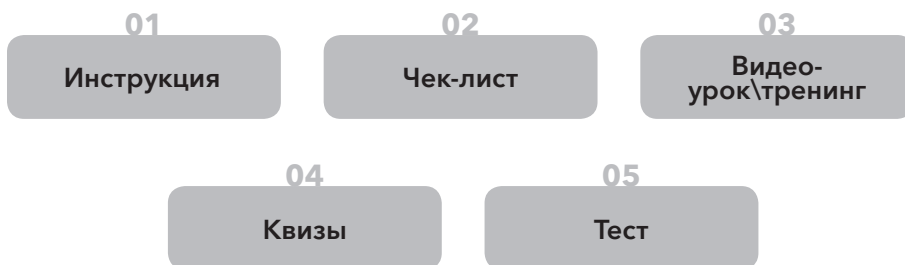


ЛИД-МАГНИТ

Теперь попробуем разобраться, что такое лид-магнит и с чем его едят. У меня есть пять пунктов, которых я всегда придерживаюсь и рекомендую вам делать то же самое.

1. Уникальный – одно обещание: каждый хочет получить волшебную таблетку, поэтому лид-магнит всегда должен решать определенную задачу в вашей нише для вашей аудитории.
2. Говорить результатом: я всегда говорил и буду говорить, что в названии продукта, в том числе и лид-магнита, должен быть заложен понятный смысл результата, который получит клиент.
3. Меняет отношения: меняет состояние и образ мышления потенциального клиента. Хороший лид-магнит, решая проблему, боль, задачу потенциального клиента, создает хорошие отношения и вызывает чувство благодарности, вовлекая человека продолжить коммуникацию.
4. Должен выглядеть качественно: используйте профессиональную графику и изображения, дизайн.
5. Должен быть прост и быстр в применении: задача быстро дать ценность и решение проблемы потенциального клиенту, чтобы он не застрял надолго с лид-магнитом и продолжил движение по воронке.

Варианты лида-магнита



Для наглядности приведу примеры.

ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА
 СОЗДАЙ ПРОГРАММУ ПРИВЛЕКАЙ КЛИЕНТОВ НАСЫЩАЙСЯ
 Для коучей, экспертов, психологов, наставников и бизнес тренеров.
 Как систематизировать свои знания, создать понятный продукт и увеличить продажи.
 Заполните форму и получите пошаговое руководство «Формула создания продукта»
 Введите ваш адрес Выберите ваш курс Получить подарок

ПУТЬ РАЗВИТИЯ ЭКСПЕРТА ОТ КОНСУЛЬТАЦИЙ 1X1 ДО ОНЛАЙН ШКОЛЫ

Этап №1 Упаковка
 У вас есть знания (психологи, пф, коучинг) в какой-то профессиональной сфере - знаете, вы эксперт. Или вы сталкивались с трудностями в своей жизни и прекрасно их преодолели - у вас есть опыт. Например поспали, прошли через развод и нашли силы создать новую счастливую жизнь и так далее...
 Люди часто обращаются к вам за советом. И конечно, друзья и знакомые Вам уже рекомендовали написать посты в социальных сетях и брать деньги за консультации. Но большинство из вас не знает, с чего начать. Какой сделать

Бесплатные уроки от продюсера экспертов, психологов, блогеров миллионников и топовых бизнес тренеров о которых все говорят
 Как упаковать себя и знания в продукт и говорить так, чтобы люди вида вас в социальных сетях хотели купить?

Посмотрите уроки и узнаете, как построить продающую систему через контент маркетинг в YouTube, Telegram, Ozon и VK

- Получите пошаговый план как упаковать себя и открыть не конкурентов
- Увеличьте всех методологов и сами за 40 минут создадите продукт
- Поймете ценность себя как эксперта и свою уникальность
- Обретете уверенность в своих силах и веру в себя
- Поймете как упаковать социальные сети и сделать из них денежный канал
- Узнаете как сделать за час 40 видео для релок, youtube shorts
- Получите пошаговую систему и действия для развития своего бизнеса

СМОТРЕТЬ ЛЕКЦИИ

Успей получить курс лекций и подарок «Путь развития эксперта»
 1 4 4 5

Что потребуется для реализации

1. Открыть ИП
2. Оформить патент для налогообложения
3. Открыть ОКВЭД
 - 85.42 – образование профессиональное дополнительное
 - 85.42.9 – деятельность по дополнительному образованию
 - 85.13 – образование основное и общее
4. Открыть счет в банке для ИП
5. Зарегистрировать домен: Reg.ru
6. Getcourse.ru – для размещения видео уроков и приема платежей
7. Tilda.cc – для создания сайтов и лендингов
8. Сервис чат-ботов, например <https://bothelp.io>
9. Аккаунт на RuTube для загрузки видео воронки.

» Действуйте смело и дерзко!



Получайте опыт и учитесь на ошибках, повторяйте снова и снова, пока не получится. Многие начинают, но единицы добиваются результата, те, кто не опускает руки после неудач.

Как сказал Томас Эдисон, «после 10 тысяч неудач с изобретением лампочки, я узнал о 10 тысячах способах, как не работает». Разница между Томасом Эдисоном и вами в том, что

вы читаете руководство, написанное человеком, который знает, как и что работает. В этой главе я дал вам подробную инструкцию – бери и делай.

Как вы думаете, если получается у меня и у моих клиентов, с которыми я работал и продюсировал, почему не должно получиться у вас? Вот и я не вижу к этому никаких оснований! Есть правда одно НО!

Важно делать все с чистым сердцем и искренней любовью к своему делу, клиентам и нести пользу миру! Ведь настоящая миссия эксперта – развиваться и улучшать мир вокруг себя, помогая другим людям!

ПРОДАЮЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ / ВЕБИНАР

Представьте, что вы все сделали и собрали вебинарную воронку. В назначенный день и час у вас запланирован вебинар, где вы будете давать ценность людям и продавать свою программу. И тут – внимание! – есть один важный момент, на чем сыпятся все новички и не только.

Я думал так, если продукт хороший, я в него верю, у меня его и так купят. Нет, нет и еще раз нет. Никто просто так у вас не купит, даже если у вас будет лучший продукт в мире.

Важно и нужно для каждого эксперта уметь ПРОДАВАТЬ! И, конечно, понимать структуру продающего вебинара и презентации.

Прежде чем я расскажу историю своего первого вебинара, хочу обратить ваше внимание на самые распространенные ошибки.

1. Никогда, никогда и еще раз никогда нельзя обучать на вебинарах! Как только вы начнете заниматься обучением и рассказывать, что и как делать, можете забыть о продажах! Да, я понимаю у многих начинающих существует страх: что же я буду рассказывать? А если я не дам информации, люди уйдут. Поверьте, не уйдут! Люди приходят на людей, на энергию людей и за мотивацией! Поэтому я говорю, что конкуренции не существует, и мы просто приходим и занимаем свое место. Но как только вы начинаете обучать и превращаетесь в скучного лектора, или профессора, все! Можете забыть о продажах! Вам возможно скажут спасибо и пойдут выполнять полученные рекомендации, если не уснут. А зачем покупать-то, когда вы и так все рассказали.
2. Поэтому основная ваша задача на продающем вебинаре и любом другом выступлении, где планируете продавать, – вдохновлять и мотивировать!

» Любые продажи – это шоу!

Люди хотят праздника, легкости и шоу. Людям нужны мотивация и вера. Как много людей верят в себя? По статистике 80 процентов находятся в сомнениях и ищут внешнюю опору, ходят со штепселем на перевес и ищут розетку, к которой подключиться, и это нормально! Каждому в жизни бывает нужна помощь и поддержка или иногда небольшой пинок, чтобы подтолкнуть к действиям. Ваш вебинар должен стать таким пинком! Легким, привлекающим, мотивационным и вдохновляющим! Поэтому никогда не обучайте на вебинарах!

»» **Запомните правило: на вебинаре мы говорим, что делать, но не рассказываем, как!**

Основной инструмент на вебинаре – это истории. В первой главе я рассказал, как они работают и влияют на нас.

3. Стараться как можно быстрее рассказать продающую часть – оффер. Страх перед продажами и в процессе объясним просто. Многим поколениям подряд вбивалось в голову, что продавать плохо, коммерция – это западная буржуазия и нечестно. Я до сих пор помню, когда мои родители начинали продавать одежду в начале 1990-х, мама мне говорила: «Паша, только смотри, в школе никому не говори, это стыдно». Что? Стыдно зарабатывать деньги и кормить свою семью? Именно по этой причине многие спикеры стараются рассказать продающую часть вебинара быстро и из состояния «на паперти», и поэтому нет продаж.



Как вы рассказываете, как вы выступаете, как вы несете себя, это очень важно! Важна энергия спикера. Рассказывайте истории, отвечайте на вопросы, и если есть хоть одна заявка в 15 минут, продолжайте рассказ еще 15 минут! Никогда не торопитесь закончить продающую часть вебинара!



Не работать с аудиторией!

4. Пришел, рассказал, ушел, как самый скучный преподаватель из университета. Помню, был у нас такой профессор, читал лекции в монорежиме на одной интонации, аудитория засыпала. Не делайте так! Чем вебинар отличается от живого мастер-класса? Ничем! Создавайте активность, читайте вопросы, отвечайте на них, вовлекайте людей, шутите и так далее. В конце концов, люди пришли к вам и тратят свое время. Хотят получить ответы на свои вопросы именно от вас! Знаете, у кого больше всего люди покупают? У тех, с кем возникла добрая эмоциональная связь!

» Работайте с аудиторией как на живом тренинге.



Я часто рассказываю эту историю на вебинарах для того, чтобы на своем примере показать, что делать все идеально — совсем не значит получить результат, особенно когда вы находитесь в начале пути. Хотя, так или иначе, опыт мы получаем всегда, а он дороже любых денег. Это был мой самый первый запуск с экспертом, на тот момент я уже хорошо разбирался в воронках и маркетинге, но упустил один очень важный момент, о котором расскажу вам дальше. Тема была, как в народе говорят, из мягкой ниши — мотивация, цели, достижения. Я взялся за работу активно и с азартом в глазах, с большими ожиданиями невероятных результатов. Делали мы все на тот момент на 5 и даже лучше, думаю, любой мог позавидовать организации процесса и качеству материалов в воронке. Почему, спросите вы, да потому что все видео в воронку мы записывали на телеканале ВГТРК, в студии, где проходят съемки передачи «Доброе утро». Маркетинг, реклама, письма, все было на высоте, и количество участников на вебинаре было порядка 700–800 человек. Сразу можно понять по цифрам, что продавать кому было. Каковы же были мое удивление и разочарование, когда я понял, что в кассе ноль! Продаж нет! И уже не ожидается, была одна заявка, и та без оплаты. Я помню, как сижу в офисе, смотрю в экран своего ноутбука и понимаю, что деньги, которые я вложил, не вернуть! Сначала я испытал тревогу, потом негодование и, спустя время, когда успокоился, начал искать объяснение всему случившемуся, и самое главное, мне нужен был ответ на вопрос, где и что я сделал не так и чего я не знаю или упустил?

На самом деле все было очень и очень просто! Ответ лежал прямо на поверхности. Свою работу я выполнил на отлично. Собрал людей, и они дошли до вебинара, но мы не обсуждали со спикером продажи от слова совсем. Я просто подумал, он же раньше выступал, значит, знает, как правильно. На этом мы прогорели. Ни я, ни спикер ни разу не продавали на вебинарах, я не изучал этот вопрос подробно, а ему просто нравилось выступать, сам процесс. Смешно, конечно,

но тогда было не очень. Таким образом я получил дорогой, но ценный опыт и начал изучать продажи на вебинарах. Продюсер должен уметь и знать все от «а» до «я», ну а эксперт «как минимум» обязан уметь продавать, иначе будет такой эксперт сидеть на сухарях. Собственно, на том запуске были совершены следующие ошибки: эксперт старался дать как можно пользы и научить — что запрещено, эксперт не использовал механики продаж и не умел продавать (я и сам их не знал, поэтому не подсказал), и, конечно же, классика — продукт хороший, значит, его и так купят. Данный опыт отправил меня дальше в работу над ошибками и изучение законов продаж на вебинарах, которыми я хочу поделиться с вами в этой книге, чтобы вы не повторяли моих ошибок.

Итак, продающая презентация состоит из трех частей: продажа темы, контент, продажа. В продажу входит сам оффер и работа с возражениями. Но давайте по порядку.

Как уже сказал ранее, когда я начинаю работать с экспертами, первое, чем мы занимаемся, прорабатываем историю и усиливаем упаковку, создаем продукт и только затем переходим к презентации. Как вы помните, презентация – это дорожная карта для создания воронки продаж, так как она содержит всю информацию, которая нужна для создания лендингов в воронку, в том числе и продающего лендинга под продукт.

Есть разные модели продающих вебинаров – от однодневных до пятидневных марафонов. На мой взгляд, самая рабочая система от 1 до 3 дней.

Если вы решили провести трехдневный интенсив или марафон, называйте как хотите, тогда используйте следующую модель.

Первый день не продаете (но можно, если очень хочется). Просто даете пользу через истории и говорите, что делать, но не говорите, как. Вызываем чувство благодарности у аудитории и выстраиваем отношения через пользу.

Второй день рассказываете личную историю, немного контента через истории и кейсы клиентов и продаж!

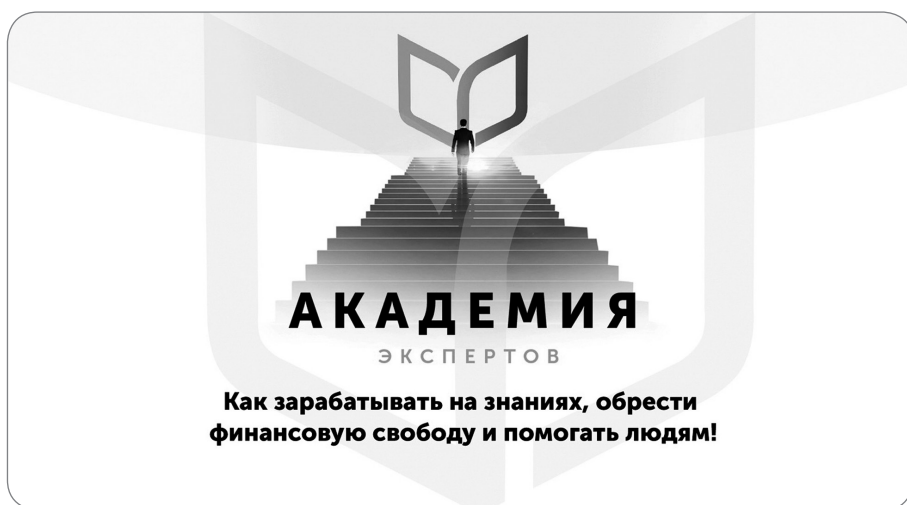
Третий день – ответы на вопросы, что вы узнали за эти два дня, немного контента и продаж!

Собственно, вот такая модель трехдневного интенсива. Почему она полезна и иногда лучше, чем один день? Потому что за три дня люди ответят себе на вопросы, а нужно ли им обучение, привыкнут к вам и лучше купят.

Первая часть презентации – продажа темы. Задача познакомиться с аудиторией, рассказать ей, о чем пойдет речь и, главное, «продать тему».

Что значит «продать тему»? Это значит донести до аудитории, почему тема важна, актуальна, и почему важно именно сейчас присоединиться и развиваться в этом. Тем самым мы закладываем зерно к продажам уже в самом начале. Как обычно, для наглядности покажу на личном опыте.

Первый слайд – титульный с названием вебинара.



Далее слайд, где прописано, для кого данный мастер-класс или вебинар будет полезен. В вашей теме – то, что будет у вас,

так как целевая аудитория у вас своя, если, конечно, вы не планируете, прочитав мою книгу, продавать то же самое.

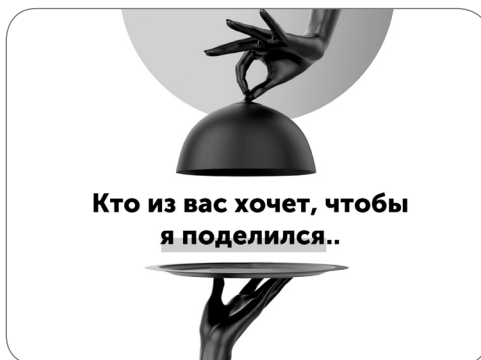
Кому будет полезен мастеркласс



- Новичкам, которые только хотят встать на этот путь, но не знают с чего начать.
- Коучам, тренерам, психологам и экспертам в своем деле.
- Блогерам и лидерам мнений.
- Людям, которые хотят получить профессию и стать продюсерами экспертов
- Всем кто хочет научиться монетизировать свой опыт и знания и зарабатывать онлайн

Обязательно сделайте слайд с рекомендациями и правилами на вебинаре: сфокусируйтесь на теме, возьмите блокнот и ручку, чтобы записывать, так информация лучшей усваивается, а полезной информации сегодня будет много!

Далее слайд, который позволит понять, о чем вебинар. Фактически план вашего продукта, который вы затем полностью продублируете на первой странице регистрации вебинарной воронки. А также для видео, где также перечислите эти темы. Теперь понимаете, почему я говорил, что презентация для меня – главный документ и дорожная карта. Но это только начало, пристегните ремни, мы набираем скорость!

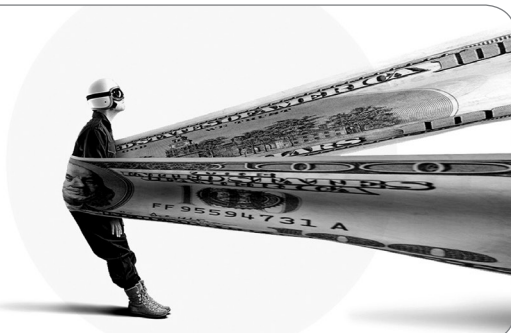


» Мы, люди, всегда покупаем эмоции и нам важно наше состояние.

Наша задача – показать, какой станет и может быть жизнь человека, который пользуется вашим продуктом. То есть в целом показать идеальную картину мира, к которой мы стремимся, и еще раз напомнить, а не сбились ли мы с пути? Идете к своей цели? Не предали свои мечты? Возможно, вы скажете: «Паша, это манипуляция», а я отвечу: «И да, и нет. Кто, если не я, вам скажу и напомнит об этом? Кто, если не вы, напомните об этом своим клиентам? А не за это ли люди платят деньги коучам, наставникам, консультантам и другим экспертам помогающих профессий?» Иногда людей нужно будить и вдохновлять! Кто знает, может после только одной этой вашей фразы человек изменит свою жизнь к лучшему? Поэтому, это не манипуляция, а напоминание – не сбились ли вы с пути?

И рассказал:

1. Путь развития эксперта
2. Упаковка эксперта
3. Создание продукта
4. Продвижение продукта
5. Воронка запуска и продаж продукта



Вы когда-нибудь

задумывались как было бы здорово...

1. Создать свой образовательный продукт и выйти на рынок или стать продюсером экспертов
2. Иметь свободный график и самостоятельно решать с кем и когда работать
3. Заниматься любимым делом и помогать другим людям
4. Иметь возможность работать из любой точки мира и путешествовать
5. Создать персональный бренд который будет работать на вас

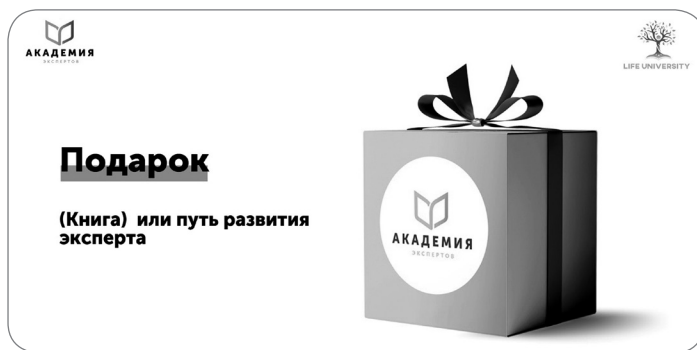


Так как мы инвестировали деньги в рекламу, чтобы привести людей на вебинар, нам нужно максимально эффективно распорядиться ресурсом. Потому очень даже логично предложить людям подписаться на ваши соцсети или на одну, где, например, они могут получить больше ценной информации и скачать подарок. Вы также можете настроить чат-бот, чтобы для вновь подписавшихся он выдавал подарок. Или по определенному слову. Вариантов много.



Далее наша с вами задача сделать так, чтобы как можно больше людей досидело до конца. Почему? Потому что в конце мы будем продавать. Что можно использовать для мотивации? Конечно же, харизматичное, живое и энергичное выступление. Второй вариант – так называемая открытая петля, когда на самом интересном месте заканчивается серия и мы ждем следующего выпуска. Или когда реклама прерывает просмотр в самый интересный момент. Так вот, чтобы открыть петлю – начните историю и на самом интересном моменте скажите, что продолжите ее в конце вебинара. Итак, петля открыта. А теперь наденьте наручники и... А что будет дальше, я расскажу в конце главы...

Третий вариант – подарок, который каждый, кто присутствует на вебинаре, получит в конце. Подарок может быть любым: от PDF книги или чек-листа, до видеоурока. Вариантов много. Едем дальше.



Теперь даю скрипт для еще одной открытой петли и слайда. Запоминайте.



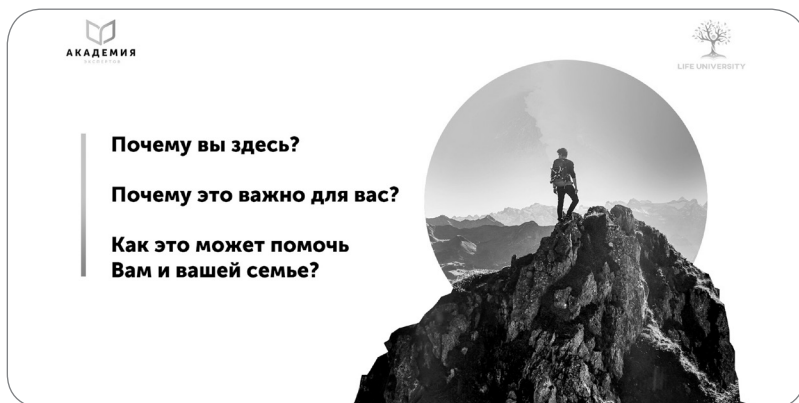
Несмотря на то, что я сегодня готовился и знаю, о чем буду рассказывать, мне хочется быть для вас максимально полезным. Поэтому задавайте ваши самые острые вопросы в рамках темы, я обязательно отвечу на все.

Далее читаем вопросы и говорим, что ответим на них в конце вебинара. Еще одна петля открыта.



Продолжаем держать внимание аудитории на важном и задаем вопросы, которые вы видите на слайде. Это нужно для того, чтобы люди действительно настроились на работу и к вебинару отнеслись серьезнее. Ну или просто ушли с него, если попали случайно. Кстати, я всегда говорю фразу:

если я кому-то не нравлюсь, то в верхнем углу есть крестик, один клик, и все закончится. Кстати, хороший прием, вы позволяете себе быть неидеальным, что нормально – вы не обязаны нравиться всем. Всем могут нравиться только котята и деньги.



Просим написать в чат ответы, читаем их и обязательно работаем с аудиторией. Коммуникация обязательна!

Осталось дать еще один инструмент по открытой петле, и перейдем к продаже самой темы.

Тоже скрипт, и его мы можем разместить непосредственно на слайде.

Мое личное обещание:

Обещание

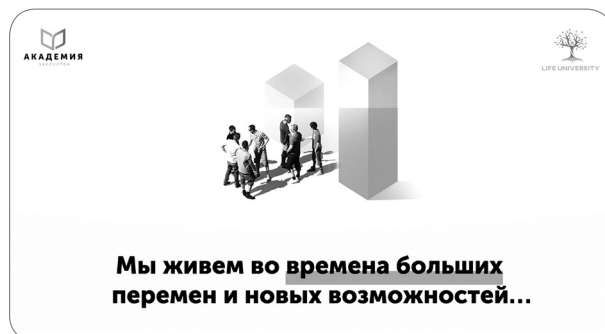
К концу вебинара у вас будет пошаговая карта развития себя как эксперта и вы будете иметь 100% понимание и представление о том что и как делать, чтобы стать крутым спикером и выпустить свои образовательные программы



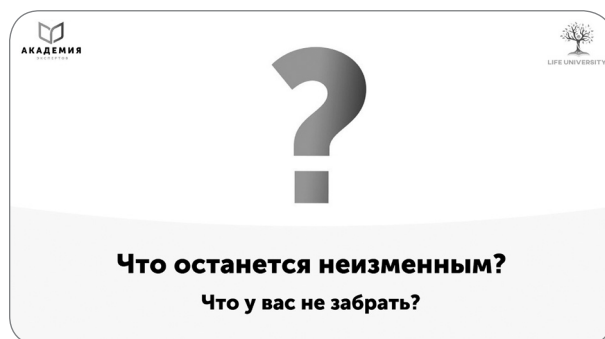
У вас будет свое личное обещание относительно вашей темы.

Мы подошли к основной продаже темы, где наша задача ответить на вопросы: почему тема важна? Почему именно сейчас? Показать статистику и перспективы. Что лично для меня важно во всем этом, и тут все по-честному и без обмана. Мы показываем аргументы, подкрепленные цифрами о продукте и направлении. Задаем наводящие вопросы, которые логически выстраивают понятную систему аргументов. Рассмотрим на примере.

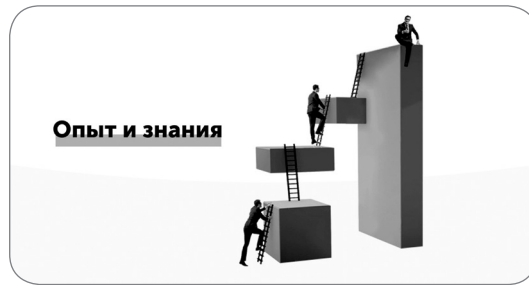
Мы живем во времена больших перемен и новых возможностей!



Так ли это? Да, так! Мир меняется, новые технологии приходят, старые уходят... Нужно постоянно развиваться! Но вот вопрос: что у вас не забрать и что останется неизменным? Что у вас не заберет ни один кризис?



На данном слайде работаем с аудиторией, читаем ее ответы и обсуждаем. Ответ простой – знания и опыт!



Люди всегда будут нужны людям! Людям всегда будут нужны эксперты!

А кто такой эксперт? Как вы для себя понимаете слово «эксперт»?

Читаем ответы, обсуждаем их и даем свое определение.



АКАДЕМИЯ
ЭКСПЕРТОВ

Кто такой эксперт?



Человек обладающий специальными знаниями или навыками в определенной теме.

Человек, которому можно доверять, который знает на что обратить внимание, как работает система и как её улучшить или исправить

Транслятор опыта, мудрости и знаний, который получает вознаграждение за помощь в решении ваших проблем

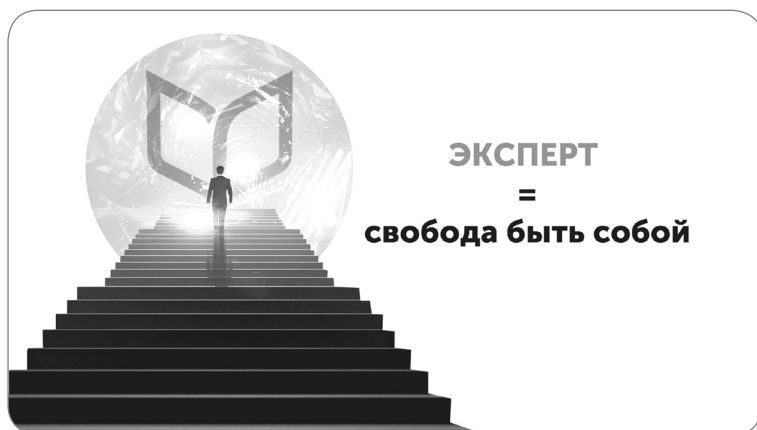
А еще это профессия мечты и свобода быть собой! Таким образом я плавно и методично продаю идею быть экспертом и развиваться в данном направлении. Фактически каждый человек за свою жизнь становится экспертом в каких-то сферах. Вопрос лишь в том, как своей экспертностью распорядиться.

Для меня быть экспертом – свобода быть собой, возможность работать в свободном графике и из любой точки мира. Самому выбирать проекты и клиентов, а самое главное, помогать другим расти и приносить пользу миру и обществу.

Почему? Потому что миссия эксперта – обучать и вдохновлять людей на достижение целей и улучшение качества жизни. Но у меня есть и собственная миссия.

Мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свою уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой. И это действительно так! Это то, почему я занимаюсь тем, чем занимаюсь.

У вас есть своя миссия, даже если вы ее еще не сформулировали в слова, но она уже живет внутри вас. Это то, что заставляет вас двигаться дальше и действовать, даже если за это вы не будете получать деньги.



Продолжаем продажу темы. Приводим аргументы, почему выгодно быть экспертом. На слайде вы видите мои аргументы, но для разнообразия давайте возьмем тему спорта, похудения, здорового образа жизни и, например, моей любимой астрологии.

Почему выгодно быть экспертом?

1. Ваша работа целиком и полностью основана на том, что вы знаете и любите
2. Вы работаете, где хотите и когда хотите – можно начать прямо сейчас.
3. Вы сами выбираете, с кем работать, когда и как.
4. Ваше продвижение по службе зависит от продвижения идеи, себя и продукта.
5. Ваш заработок зависит от пользы, которую вы принесли людям, а не от часов, проведенных в офисе, и с возрастом растет.
6. Вам не нужна большая команда.
7. Инструменты достижения успеха просты и доступны.



Почему выгодно вести здоровый образ жизни?

1. **Снижение риска хронических заболеваний.** Здоровый образ жизни помогает предотвратить развитие сердечно-сосудистых заболеваний, диабета, ожирения и других хронических болезней. Позволяет снизить риск преждевременной смерти и улучшить качество жизни.
2. **Повышение уровня энергии и продуктивности.** Регулярные физические упражнения, здоровое питание и достаточный сон помогают поддерживать высокий уровень энергии в течение дня. Это способствует повышению продуктивности и эффективности работы или учебы.
3. **Улучшение настроения и снижение стресса.** Физическая активность, правильное питание и полноценный отдых способствуют выработке эндорфинов – гормонов счастья. Они улучшают настроение, снижают уровень стресса и тревожности.

4. **Продление молодости и долголетие.** Здоровый образ жизни может замедлить процессы старения и продлить молодость. Он также снижает риск развития возрастных заболеваний, таких как деменция и болезнь Альцгеймера.
5. **Экономия на медицинских расходах.** Люди, ведущие здоровый образ жизни, реже обращаются к врачам и тратят меньше денег на лечение хронических заболеваний. Это может привести к значительной экономии в долгосрочной перспективе.



ПОЧЕМУ ПОЛЕЗНО СБРОСИТЬ ЛИШНИЙ ВЕС И ЗАНЯТЬСЯ ПИТАНИЕМ?

1. **Улучшение здоровья.** Лишний вес может привести к различным заболеваниям, таким как диабет, болезни сердца и сосудов, проблемам с суставами и позвоночником. Избавление от лишнего веса помогает снизить риск возникновения этих заболеваний и улучшить общее состояние здоровья.
2. **Повышение самооценки и уверенности в себе.** Снижение веса может положительно сказаться на самооценке и уверенности. Это связано с тем, что люди начинают лучше относиться к своему внешнему виду и чувствуют себя более комфортно в своем теле.
3. **Снижение нагрузки на суставы и позвоночник.** Избыточный вес создает дополнительную нагрузку на суставы и позвоночник, что может привести к болям и проблемам со здоровьем. Снижение веса помогает уменьшить эту нагрузку и предотвратить возможные проблемы в будущем.
4. **Увеличение энергии и выносливости.** После снижения веса человек может почувствовать прилив энергии и улучшение выносливости. Это происходит благодаря тому, что организм тратит меньше усилий на поддержание

избыточного веса, и освободившаяся энергия может быть направлена на другие цели.

5. **Продление молодости и долголетие.** Правильное питание и здоровый образ жизни могут замедлить процесс старения и продлить молодость. Они также снижают риск развития возрастных заболеваний, таких как деменция и болезнь Альцгеймера.



ПОЧЕМУ ПОЛЕЗНО БЫТЬ АСТРОЛОГОМ?

1. **Понимание себя и других.** Астрология помогает лучше понять свои сильные и слабые стороны, а также особенности характера и поведения. Это может помочь в саморазвитии, принятии решений и построении отношений с окружающими.
2. **Прогнозирование событий.** Астрологические прогнозы могут дать представление о возможных событиях и тенденциях в будущем. Это позволяет подготовиться к ним или принять меры для их предотвращения.
3. **Развитие интуиции.** Работа с астрологическими символами и интерпретациями может способствовать развитию интуитивного мышления и способности видеть скрытые связи между событиями.
4. **Помощь другим.** Астрологи могут помогать людям разобраться в своих проблемах, найти пути решения и достичь гармонии в жизни. Это делает их востребованными специалистами.
5. **Самопознание и самореализация.** Изучение астрологии может стать увлекательным хобби, которое способствует самопознанию и самореализации. Это помогает раскрыть свой потенциал и найти свое место в мире.



ТОТ ЖЕ ПРИМЕР ПРО АСТРОЛОГИЮ, НО Я ПОМЕНЯЛ ФОРМУЛИРОВКУ ВОПРОСА «С ПОЧЕМУ ПОЛЕЗНО» НА «ПОЧЕМУ ВЫГОДНО»? И ВОТ ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ.

1. **Возможность помогать людям.** Астрологи могут оказывать психологическую поддержку и давать рекомендации по саморазвитию, что может помочь клиентам улучшить качество жизни.
2. **Творческая самореализация.** Работа астролога предполагает постоянное изучение новых тем, общение с людьми и возможность заниматься творчеством при составлении натальных карт и гороскопов.
3. **Гибкий график работы.** Астролог может сам определять свой график работы, что позволяет совмещать эту деятельность с другими занятиями или хобби.
4. **Постоянное развитие.** Астрология – это область знаний, которая постоянно развивается. Астрологу необходимо постоянно изучать новые методы и подходы, чтобы оставаться востребованным специалистом.
5. **Возможность работать удаленно.** В современном мире многие люди предпочитают получать консультации онлайн. Это дает астрологам возможность работать из любой точки мира.

Следующий, не менее важный вопрос для первой части презентации: почему сейчас?

Почему сейчас?

- Через 5-10-20 лет не будет существовать более 60% профессий
- Появятся более 70% новых
- Интернет, новые технологии стремительно меняют наш мир и растут!
- Все больше продуктов продается он-лайн.
- Если вы не начнете заниматься этим сейчас, то это начнут делать ваши конкуренты.



Далее от рассуждений наша задача перейти к статистике и помощи цифр. В этом нам помогают ссылки на авторитетные издания. Я использовал данные журнала Forbes и платформы Getcours.



Очень важный момент: на протяжении всей презентации или в любом выступлении мы задаем закрытые вопросы, которые подразумевают короткий ответ: да! Где бы вы ни выступали, всегда используйте этот инструмент. Кто со мной согласен, поднимите руку и скажите — да! Кто хочет также, напишите в чате — да! И так далее. Зачем, спросите вы? Все очень просто: семь «да» = продажа! Люди привыкают с вами соглашаться и, следовательно, в дальнейшем более расположены к покупке.

Я надеюсь, вы понимаете, когда вы начнете делать презентацию, вам достаточно идти по шагам, которые я вам показываю на своем примере, и адаптировать все под свою тему.

В продолжение «семь «да» = продажа» нам потребуется слайд с цитатой популярного человека, с которым трудно не согласиться, тематика его высказывания должна по смыслу поддерживать вашу тему.

Обычно я комментирую его так:

Кто согласен с данным высказыванием напишите «да». Кто хотел бы помогать другим людям и получать результат, напишите — «да!»

Вам необходимо сделать такой слайд.

Далее переходим к представлению. Кто вы? Что за эксперт и почему вам можно доверять.

Кто я такой и почему меня стоит слушать

- Основатель образовательного проекта LifeUniversity
- Предприниматель, Бизнес Тренер, Наставник наставников
- Автор и ведущий программы «Академия экспертов»
- Тренер – «Международный Эриксоновский Университет Коучинга»
- Коуч – «Международный Эриксоновский Университет Коучинга»
- Продюсер коучей, бизнес тренеров, экспертов и блогеров.



Слайд с вашей фотографией и кратким перечислением информации о вас. Его мы просто зачитываем без подробностей. Просто называем ваши регалии.



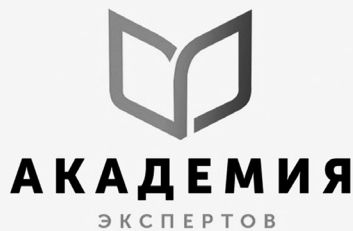
КТО Я ТАКОЙ И ПОЧЕМУ СТОИТ МЕНЯ СЛУШАТЬ?

- Предприниматель
- Актер
- Продюсер
- Блогер миллионик - 7.000.000 подписчиков в трех соцсетях
- Избавился от 30 кг и полностью изменил свое тело

Далее можно рассказать, где вы учились, показать фото дипломов (если есть).



Затем, когда вы рассказали о себе и как бы забрались на определенный пьедестал, говорим, что так было не всегда, и начинаем спускаться.



Но так было не всегда...

Определенно очень важный момент в продающей презентации. Здесь ваша задача рассказать свою историю, то, чем мы с вами занимались в первой главе, когда создавали историю героя по «Формуле создания истории». Именно сейчас она вам пригодится.

Нам нужно выстроить отношения с аудиторией через сопричастность, отождествление, показать, что вы такой же живой и обычный человек, как и все, и проблемы у вас были

те же, что и у пришедших на вебинар. Разница лишь в том, что вы уже нашли выход и у вас есть план решения и результаты! За вами можно следовать.

Что будет, если мы уберем раздел вашей истории из презентации? Как будет выглядеть картинка? Смотрите, какой я крутой или крутая! Столько достиг и всему вас научу! Вы все дерьмо, а я молодец!

Какое чувство вызывает такое позиционирование? Отторжение! И на нашем рынке есть и были такие люди и спикеры, вот только закончили они не очень хорошо.

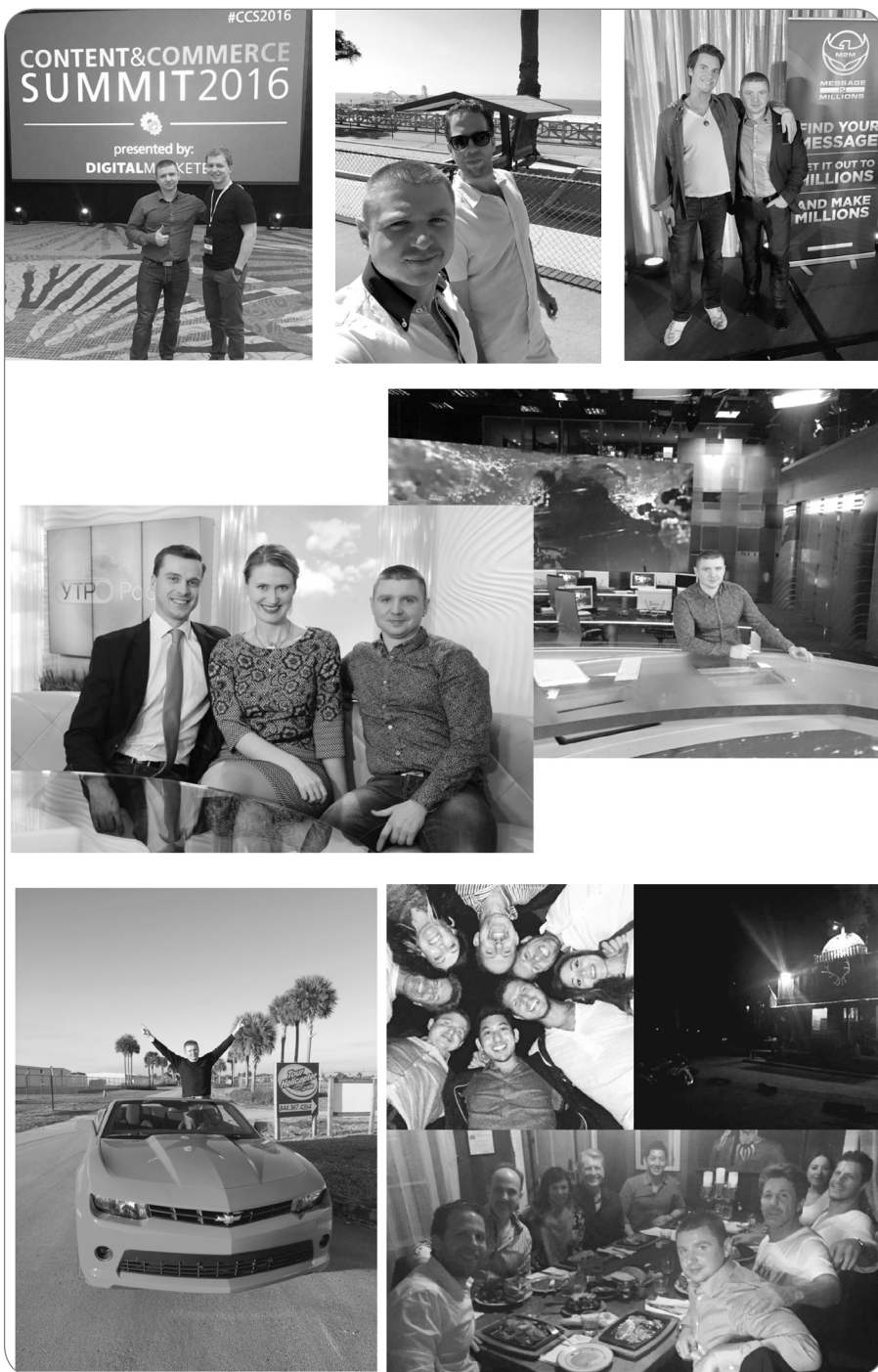


В нашем мире все хорошее делается через искренность, правду и любовь. Ваша задача — рассказать о себе, о том, как вы к этому пришли и какие у вас результаты. Спокойно, без бравады, ценя себя. Поверьте, ваши люди всегда вас найдут и пойдут за вами. Поэтому делайте все искренне и с любовью.

Что нужно сделать? Помните, в детстве были диафильмы? Фотопленка с картинками и текстом — для тех, кто не знает. Наша с вами задача подготовить такой же диафильм, но только о себе. Нужно рассказать свою историю, сопровождая ее фотографиями из вашей жизни. Начиная с места вашего рождения, учебы, взросления, того момента, когда столкнулись с проблемой, и что поняли, как решали проблему, показать момент с результатом и как изменилась ваша жизнь затем. Алгоритм тот же, что и раньше, но добавляем фотографии.

Ниже я приведу несколько слайдов из своей истории, не вижу смысла добавлять их все. Просто для примера.







Когда вы закончите данную работу, вам проще будет рассказать свою историю. А люди станут иначе воспринимать вас как эксперта.

В презентации каждый элемент и шаг очень важны, однако истории я всегда уделяю особое, почетное, место.

На всякий случай напомним вам структуру.

Формула создания истории победы



Далее наша задача рассказать про свой продукт и заранее отработать возражения аудитории, которые могут возникнуть. Следующий слайд после вашей истории называется «Трудности».

Трудности с которыми сталкиваются большинство



1. Не знают с чего начать - нет системы
2. А что скажут люди – страх осуждения
3. Я не достаточно хорош для этого – синдром самозванца
4. Мне еще нужно подучиться – синдром перфекциониста, вечного студента
5. У меня нет инструментов для работы с людьми (курсова)

Данный слайд мы просто зачитываем и спрашиваем, у кого так было? Помните про правило «семь “да” = продажа»? Дальше откровенно манипулируем и снимаем с человека

ответственность: не ваша вина, просто вас не научили и не рассказали, как. Можно, конечно, написать на слайде, что это не ваша вина, это ваша возможность все исправить. Тут кому что больше нравится. Но когда мы снимаем вину, мы даем облегчение. Помните фразу, где зашит смысл всего маркетинга и продаж:



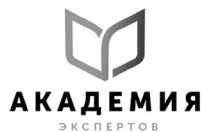
Люди всегда будут делать все для тех, кто поощряет их мечты, оправдывает их неудачи, устраняет их страхи и сомнения и помогает им бросать камни в своих врагов.



Но, это не ваша вина...

**Просто Вас не научили
и не рассказали как...**

Именно поэтому я создал программу, которая называется «Академия Экспертов» чтобы помочь вам решить эти задачи. У меня есть личная миссия, и мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свою уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрел свободу быть собой.



**Именно по этому
я создал программу**



Миссия

Мне важно, чтобы каждый человек раскрыл свою уникальность и потенциал, развивался, делился своими знаниями с другими, становился экспертом и обрёл свободу быть собой.



Этими словами мы показываем, что создали программу для того, чтобы помочь другим, и нами движет внутренняя миссия, ценности, убеждения! Во всем этом для вас и для меня как для тренера, спикера, наставника есть более глубокий смысл!

Далее моя и ваша задача – отстраниться от конкурентов и показать, чем ваш курс отличается от других. Хочу заметить, что мы сейчас только рассказываем про то, что программа есть, но не продаем ее. Хотя это и есть часть стратегии продающего вебинара.



Уникальность программы

- В основе всей системы лежит мой опыт, знания и история
- Создается уникальное позиционирование на рынке
- Свобода быть собой и любимое дело - я даю пошаговую проверенную систему, которая понятна даже школьнику
- Вы получаете бизнес основанный на ваших ценностях - работа от сердца
- Возможность быть в любой точке мира, работать с теми кто подходит именно вам - 100% свобода

Напишите от 3 до 5 пунктов, чем ваша программа, курс отличаются от других и в чем уникальность. Далее переходим к слайду «Мифы».

Мифы – это реальные возражения, которые могут возникнуть у вашей целевой аудитории.

В чем разница между слайдами «Мифы» и «Трудности»? Разница большая. Если «трудности» мы констатируем как факт и просто зачитываем этот слайд, то «мифы» наша задача разрушить и отработать, как возражения при покупке.

Распространенные Мифы

- Обучение стоит дорого
- У меня нет времени
- Я много раз пробовал и не получилось
- У меня нет опыта и знаний, что я могу дать людям
- У меня нет таланта
- Рынок уже переполнен, большая конкуренция, поздно начинать.
- Я не умею продавать



» Для примера я разрушу всего лишь один миф. Когда люди говорят, обучение стоит дорого, я задаю вопрос: скажите, во сколько вам обойдется невежество и не обучение? И рассказываю историю, как однажды одному предпринимателю предложили повысить профессионализм сотрудников и обучить их, на что он ответил, а что будет, если я потрачу деньги, они обучаться за мой счет и уйдут? Тогда ему задали вопрос: а что будет, если вы их не обучите, и они останутся?

Самая распространенная проблема в нашем мире – невежество. Представьте, если бы детей учили с детства обращаться с финансовыми инструментами, вряд ли, став взрослыми,

они бы брали необдуманные кредиты и попадали в долговые ямы? Вся проблема от невежества. Поэтому невежество обходится намного дороже, чем инвестиции в себя и свое образование.

После слайда «Мифы» первый этап презентации закончен. Мы переходим ко второму – контент. Но сначала я хочу подвести промежуточный итог. Итак: мы дали план на вебинар, расставили открытые петли, пообещали подарок в конце, продали тему, представились и рассказали историю, перечислили трудности, рассказали о продукте и разрушили мифы.

“

Нужно
выстроить
отношения
с аудиторией через
отождествление,
показать, что вы такой
же, как и все.
Разница лишь в том,
что у вас есть
результаты!

“

КАК ПРАВИЛЬНО ДАВАТЬ КОНТЕНТ

На продающем выступлении мы никогда не обучаем, повторю это снова. Вы артист, шоумен, рассказчик, актер, комик — люди хотят шоу, праздника, легкости! За годы работы с экспертами я понял одну особенность, которая очень важна на выступлениях, — это энергетика.



Насколько сильная энергетика у эксперта, насколько эксперт сам по себе фонтанирует жизненной энергией, насколько с любовью эксперт делает свое дело — настолько он и продает.



Поэтому могу дать следующую рекомендацию — всегда будьте в ресурсе, в хорошем настроении и проводите вебинары стоя, а не сидя. Когда мы стоим, энергии больше.

Как давать контент, чтобы было интересно и никто не сказал, что вы «льете воду» (кстати, даже если такое скажут, всегда можно отправить человека нажать на крестик в углу, а вам из состояния несокрушимой уверенности, что вы никого не держите, легче будет выступать), читайте далее.

Структура очень проста.

Название темы =>

История ваша или вашего клиента =>

Выводы из истории =>

Список рекомендаций: что надо делать=>

Отзыв клиента.

Заметьте, как делать, мы не даем. Приведу пример на слайдах дальше.



Проблема большинства экспертов

1. Отсутствие простой и понятной упаковки – аудитория не понимает Вас и чем вы им полезны и как изменит их жизнь Ваш продукт.
2. Не понимают = не покупают



2. Упаковка: Создайте уникальное позиционирование на рынке

1. Чем вы отличаетесь от других?
2. Напишите свою историю успеха
3. Составьте понятную самопрезентацию
4. Какая ваша миссия – ради чего большего?
5. Создайте продукт - систему



Елена Юрьева

Эксперт в теме Нетворкинга



Хотелось бы поделиться своими впечатлениями о работе с Павлом Авдонькиным по составлению личной истории.

Поскольку, я сама пробовала писать историю несколько раз и это оказалось не очень просто. Я попросила Павла помочь и за короткое время, нам удалось это сделать.

Мне понравился очень профессиональный, чуткий и глубокий подход Павла к написанию истории.

Считаю, что это очень актуальная тема, которая помогает показать свою уникальность, усилить свой бренд, реинтерпретировать и трансформировать свою личную историю, что способствует продажам... Где достаточно только искренне рассказать свою историю.

Если у вас заявлено на вебинаре три темы, вам потребуется к каждой из них дать историю клиента или вашу историю и отзывы клиентов. Отзыв может быть в текстовом или видеоформате. Мне больше нравятся видеоотзывы, так как их не надо читать и они передают энергию клиента.



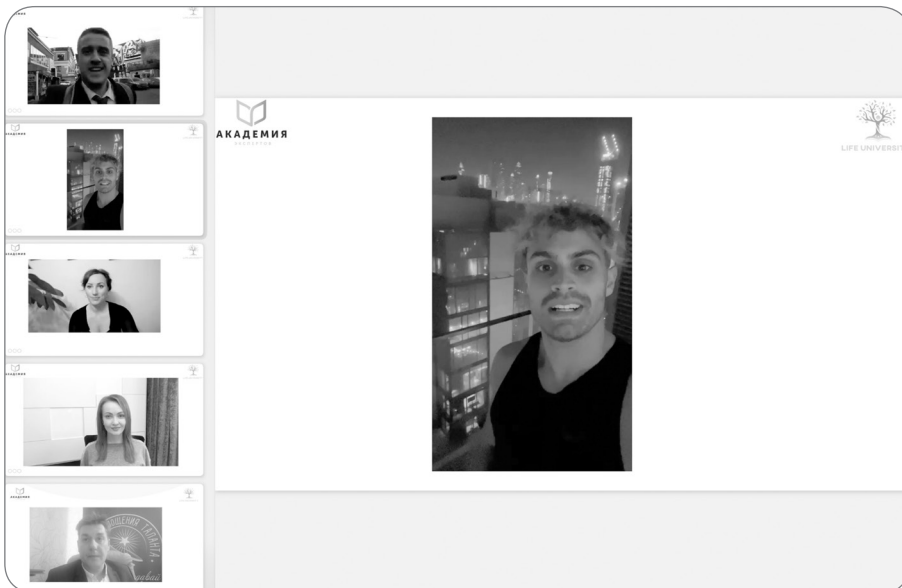
Обязательно всегда просите отзывы и, главное, видеоотзывы, собирайте их, они всегда нужны.

Как правильно брать отзыв? Лучше сделать это в формате интервью или отдельно написать вопросы клиенту, на которые он ответит. Но тут есть проблемы, не все на камеру говорят уверенно. По этой причине, если вы найдете людей, которые в формате интервью будут готовы дать отзыв, это будет идеальный вариант.

Представиться и представить клиента

- что было до программы
- как нашла нас?
- как приняла решение о покупке
- какие были сомнения
- какие инсайты, что понравилось
- почему получилось с нами, а не с другими
- а что другим порекомендуешь (совет)

Вы можете добавить свои вопросы или убрать. Главное – не затягивать, а в целом главное – чтобы клиент рассказал о том, что было до и как стало после, и какой совет даст другим, кто сейчас смотрит это видео.



Когда вы расскажете контентную часть в таком формате, вам нужны будут дополнительные отзывы. После последнего контентного слайда даем еще 2-3 отзыва обязательно!

Теперь подводим к продаже консалтинга следующей фразой:



Кто для себя хотел бы таких же результатов? Напишите — я!

Кто хотел бы узнать о дальнейших вариантах взаимодействия со мной? Напишите — я!

Получив согласие от аудитории, рассказываем про возможность личной работы, но только после заполнения анкеты.

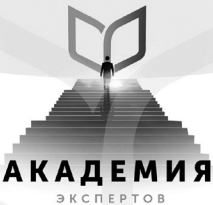


**Личная работа 1x1
от 300.000**

- Беру не всех
- Стоит дорого
- Доступ ко всем программам
- Доступ к моему телефону 24/7
- Доступ к моей записной книжке
- Я за руку проведу Вас к результату

Анкета

У вас, соответственно, будет свой слайд, а анкету вы уже получили в главе про консалтинг. Ваша задача – подготовить ее к вебинару и дать людям. После рассказа, что выходим в личную работу, непосредственно переходим продающей части.



**АКАДЕМИЯ
ЭКСПЕРТОВ**

**Как зарабатывать на знаниях, обрести
финансовую свободу и помогать людям!**

Прежде чем мы перейдем к продающей части вебинара, давайте разберемся с ограничениями, которые у многих возникают при продажах.

» Люди любят покупать, но не любят, чтобы им продавали. А также многие убеждены, что продажи – это плохо.

Но позвольте, мы каждый день что-то покупаем и продаем. Страх и ограничивающие убеждения мешают нам.

Первое, что нам нужно проработать, – ваше состояние и образ мышления относительно продаж.

Второе – убрать страх от возможной негативной реакции со стороны людей, страх продавать.

Третье: чтобы успешно продавать, нужно хорошо знать трудности и потребности вашей аудитории. Если вы боитесь продавать, то ваши конкуренты, у которых, возможно, и продукт хуже, не боятся продавать.

Когда вы не продаете, вы грабите свою семью и себя. Вы обесцениваете опыт и талант, которые даны вам Богом! Нарушаете обмен, и энергия, которая есть у вас, превращается в болезни или просто стоит без дела, как тухлая вода в бочке. А энергия должна циркулировать!

Давайте поговорим о больной теме – о деньгах и самооценке. Я часто встречаю очень талантливых людей, которые буквально раздают свой опыт и время за бесценок. Почему так происходит? Давайте разбираться.

Сценарий неудачника

«Я недостаточно хорош», «Моя работа не стоит больших денег», «Кто вообще заплатит мне столько?» Знакомо? Это путь к финансовому провалу.

Закон притяжения в действии! Когда мы думаем так, угадайте, кого мы притягиваем? Правильно, клиентов, которые хотят получить все даром, работодателей, готовых платить минималку, и проекты, где нас используют «за идею».

Представьте огромный контейнеровоз с неработающим двигателем. Приходит специалист, ходит, смотрит и... бьет молотком в одно место. Двигатель заводится! Счет? 20 тысяч долларов. – За удар молотком?! – возмущаются владельцы. – Нет, – отвечает мастер. – Удар стоит два доллара, молоток – десять. Остальное за то, что я знаю, куда бить! За опыт!

Вот оно – понимание ценности опыта!

Почему мы обесцениваем себя

1. «Да это же легко», говорим мы себе. Но легко для нас, потому что мы потратили годы на обучение!
2. Страх отказа заставляет соглашаться на любые условия.
3. Синдром самозванца: «Я не настоящий профессионал».

Как это лечить? Учимся говорить «нет».

Первый шаг к большим деньгам – научиться отказывать. Себе, клиентам, всем, кто не ценит ваш труд.

Создайте список ситуаций, где вы обязательно скажете «нет»:

- Бесплатные консультации «просто спросить». Знакомо? Вам нужен совет или консультация? А в чем разница?

Консультация платная, а совет бесплатный. Тогда мне совет. Хорошо, мой вам совет, возьмите консультацию! Цинично? Нет! Просто честно. К себе, к закону обмена энергией.

- Партнерские проекты с оплатой «после продаж», на перспективу. Тоже нет! Возьмите фиксированную стоимость за свои услуги и входите в партнерство, так вы будете застрахованы и не потратите время даром.



Задание:

Возьмите лист бумаги и напишите: «Я говорю НЕТ, когда...» Заполните минимум 10 пунктов.

Стратегия ценообразования

1. Определите минимальную, среднюю и максимальную стоимость ваших услуг.
2. Создайте прайс-лист и высылайте его клиентам (это избавит вас от неловких разговоров о цене).
3. Рассмотрите возможность найма помощника по продажам.

Почему высокая цена – это хорошо для всех

- Для вас: достойная оплата = возможность развиваться и давать еще больше ценности.
- Для клиентов: они серьезнее относятся к процессу и получают лучший результат.

Помните: ваш опыт, знания и время БЕСЦЕННЫ. Но имеют вполне конкретную цену на рынке. И эта цена должна быть достойной! Друзья, пора перестать раздавать себя направо и налево. Начните ценить себя прямо сейчас!



Перестаньте подводить свою семью, угождая людям, которые все равно никогда у вас не купят.

Некоторые люди все равно проявят негатив, и это нормально — не обращайтесь на них внимания, а просто делайте свое дело.



Ваша основная задача настроиться на результат и идти к своей цели.

Мне было очень важно вам все это сказать прежде, чем мы перейдем к продающей части вебинара.



Помните, что любые продажи начинаются после выстроенных отношений, через предоставленную ценность аудитории, поэтому вы легко можете себе позволить рассказывать оффер и продавать. Чем вы увереннее в себе, чем больше вы понимаете, ощущаете и осознаете ценность своего продукта, тем лучше у вас будут продажи! У вас должно быть состояние жадности, вам должно быть жалко отдавать свой продукт по той цене, по которой вы его предлагаете.

Перейдем к делу, и вы увидите все на моем примере.

Первое, с чего нужно начать – отделить зерна от плевел. Говорим следующее: «Кого я не хочу видеть на программе... и перечисляем _____, но я уверен, что среди вас таких нет! А вот, кого я хочу видеть на программе – всех, кто готов развиваться, делать домашние задания и двигаться вперед, получая результат от обучения. Далее подробно рассказываем про продукт, урок через подстройку под будущее. Говорим результатами.

Помните, что люди покупают эмоции и картинку в будущем. Мы не покупаем сам продукт, мы покупаем эффект и состояние, которые у нас будут спустя время благодаря покупке.



**КОМУ НЕ ПОДОЙДЕТ
ПРОГРАММА?**



**КОМУ ПОДОЙДЕТ
ПРОГРАММА?**



Тема 1



Упаковка эксперта. Брендинг. Storytelling formula. Проработаете персональную историю, самопрезентацию и напишете миссию. Создадите уникальное позиционирование на рынке, которое будет полностью аутентично Вам и Вашим ценностям. Люди будут легко понимать Вас, Ваш продукт и какую миссию вы несете через свои программы и курсы. И самое главное, научитесь использовать storytelling в продажах и поймете, как истории влияют на людей и помогут Вам в продвижении себя и Ваших продуктов.



Тема 2



Создание продукта

В этом уроке Вы узнаете пошаговую формулу создания первого продукта или поймете, как можно улучшить и структурировать уже существующую программу. Создадите свою первую программу или курс. Придумаете продающее и говорящее название для программы. Получите 4 модели монетизации продукта. Узнаете, как презентовать программу клиентам.

Именно в таком ключе мы рассказываем про каждый урок, используя слова: научитесь, поймете, приобретете, создадите, получите и так далее. Когда вы расскажете про все уроки, назовывайте ценность программы, заметьте – ценность, а не цену. И эта ценность должна быть выше раз в 10, чем цена от реального предложения. И, конечно, говорим про миссию. Затем мы обосновываем цену и добавляем бонусы.



Обязательно называем ценность каждого бонуса, тем самым увеличивая ценность всего предложения.

Далее на слайдах вы увидите мой пример.

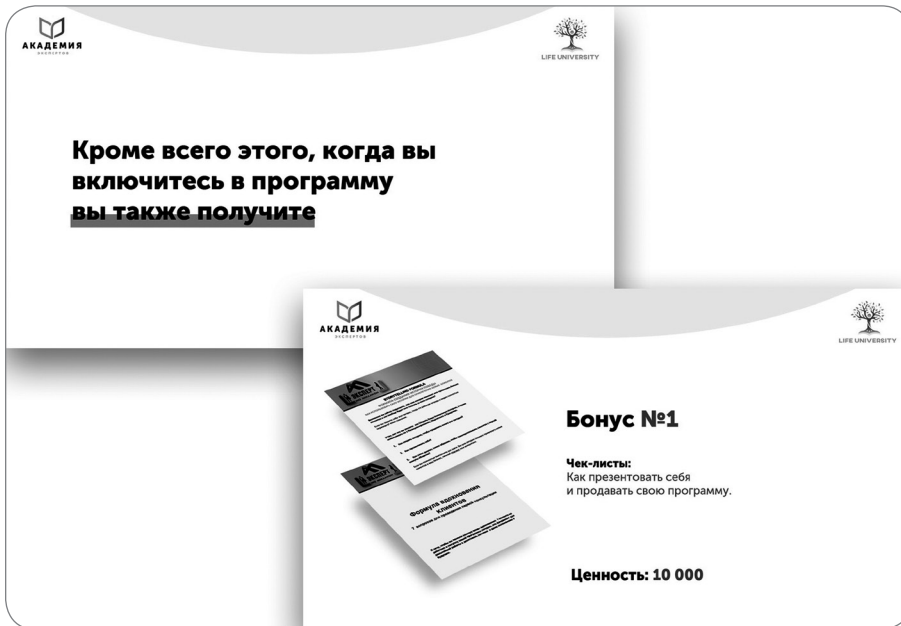
Реальная ценность обучения

990 000

Если все, что система сделает для вас позволит вам...

1. Заниматься любимым делом и зарабатывать
2. Самостоятельно выбирать с кем, когда и откуда работать
3. Обрести свободу быть собой и нести пользу обществу получать благодарность и финансовую свободу в замен

Стоимость программы 990. 000руб.



Перечисляем бонусы и их ценность. Важно! Не цену, ценность!

Затем показываем табличку с ценностью каждого урока и общей ценностью и табличку с ценностью каждого бонуса. Складываем и озвучиваем общую сумму, на которую человек получит ценности, когда включится в программу. Обратите внимание, я использую оборот «Когда включится в программу». Мы не говорим, «если вы включитесь в программу», так говорить нельзя, тем самым вы даете выбор.



Онлайн курс: Академия экспертов



1. Упаковка эксперта	70 000
2. Формула создания продукта	70 000
3. Формула продажи продукта	70 000
4. Постоянный поток клиентов и продажа консалтинг	70 000
5. Аватар клиента и аватар идеального клиента	70 000
6. Как оценить свои услуги: Внутренняя психология эксперта	70 000
7. Контент и продвижение	70 000
8. Основы маркетинга и путь клиента	70 000
9. Воронка продажи коучинга и консалтинга	70 000
10. Воронка запуска продаж онлайн программы	70 000
11. Продающая презентация. Вебинары и продажи на вебинарах.	70 000
12. VSL – Продающее видео письмо.	70 000
VIP модуль	150 000

Ценность программы 990.000 руб.



Бонусы



Бонус 1. Инструменты коучинга для жизни и бизнеса	50 000
Бонус 2. Запуск онлайн школы. Технические моменты.	50 000
Бонус 3. Альбина Торицина - Юридические вопросы онлайн бизнеса	50 000
Бонус 4. Чек-листы: Как презентовать себя и продавать свою программу	30 000
Бонус 5. Телеграмм чат для участников	Бесценно
Бонус 6. Как запустить YouTube и развивать свой канал	50 000
Бонус 7. Гила Петерсила: Первые шаги в нетворкинге	20 000
Бонус 8. 54 идеи постов для блога и соцсетей	20 000
Бонус 9. Эффективная коммуникация	20 000
Бонус 10. Как пробить финансовый потолок	30 000
Бонус 11. Чек-листы: для воронок/лендингов/сайтов	30 000
Общая ценность бонусов	350 000руб.

Ценность программы 990.000 руб.

Ценность бонусов 350.000 руб.

Общая ценность 1340.000 руб.



Затем подставляем еще раз тот же скрипт.





Если все, что система сделает для вас позволит вам...

1. Заниматься любимым делом и зарабатывать
2. Самостоятельно выбирать с кем, когда и откуда работать
3. Обрести свободу быть собой и нести пользу обществу получать благодарность и финансовую свободу в замен

Стоимость программы 990. 000руб.



Реальная ценность обучения ~~1340 000~~

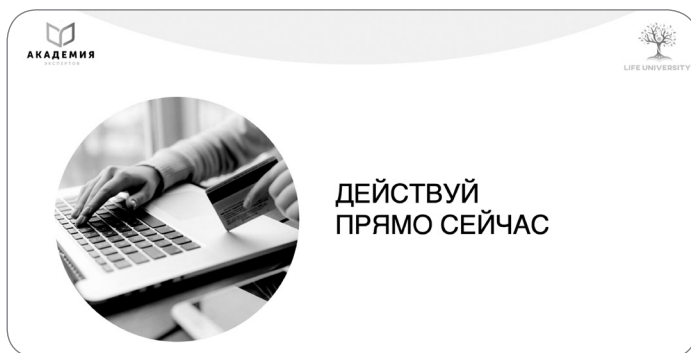
Ваша инвестиция всего лишь

99 900

» **Всегда должен быть призыв к действию:**

Действуйте прямо сейчас, переходите по ссылке, оформляйте заказ и так далее.

Очень хорошо, если вы наглядно покажете, как все запомнить и куда нажимать. Люди не всегда технически подкованы, и трудности возникают в самых неожиданных моментах.



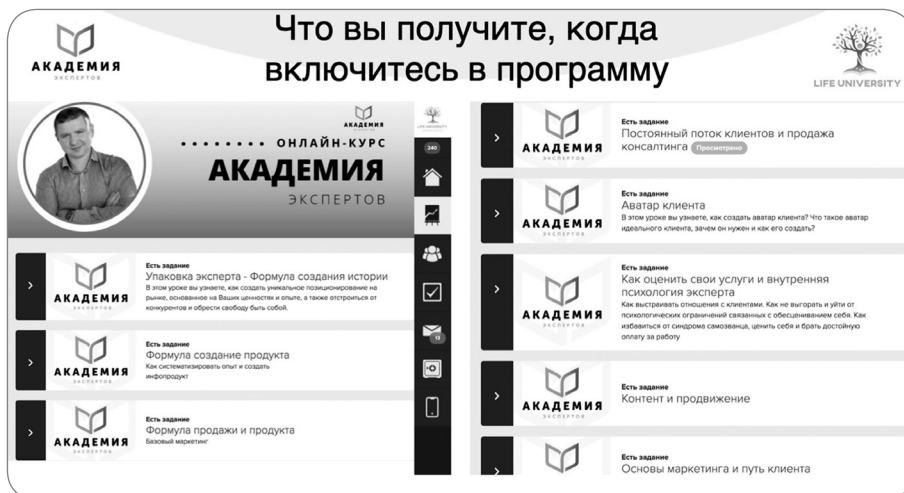
Первый этап продающей презентации закончен.

Второй этап – работа с возражениями и продающие триггеры.

Например, первый триггер: гарантия возврата денег. Когда вы говорите: зарегистрируйтесь на тренинг и пройдите первые две недели обучения, а если вам не понравится, то по первому вашему требованию мы вам вернем деньги.

Тем самым вы даете понять, что человек ничем не рискует. В этом случае ему легче принять решение, если есть сомнения.

Затем можно показать, как выглядит программа изнутри:



Далее идем по триггерам.

Как быстро окупятся ваши инвестиции?

» Любое обучение – это инвестиция, которая должна окупаться и приносить деньги.



Как быстро окупятся ваши инвестиции?

1. Средняя цена консультации от 3000 до 5000
2. Цена программы минимум от 100 000
3. Три проданных программы в месяц $3 \times 100\,000 = 300\,000$

А если мы увеличим цифры?

Когда вы включитесь в мою программу и пройдете обучение, создадите свой продукт, то вам достаточно будет продать всего лишь одному клиенту работу с вами по программе, чтобы окупить вложения в обучение.

» Всегда помним про призыв к действию: людей надо вести и говорить, что делать.



У ВАС ЕСТЬ ТРИ ПУТИ:

1. Вы можете забыть все, о чем сегодня услышали.
2. Вы можете пытаться делать самостоятельно то, что было дано сегодня, совершая свои ошибки, и учиться потом.
3. Вы можете делать вместе с нами и командой единомышленников.

Выбор очевиден! Действуйте прямо сейчас! Переходите по ссылке и оплачивайте заказ.

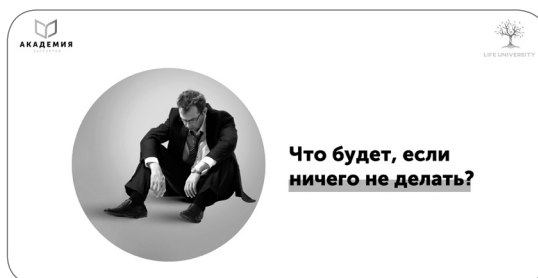
Затем я обычно задаю вопрос, кто еще не купил и почему? Кому-то дорого, тогда убираем часть бонусов и понижаем цену. Можно сразу дать три цены и дальше работать по триггерам и с возражениями, кому как больше нравится, экспериментируйте. А можно продавать лесенкой и по этапам убирать бонусы и снижать стоимость пакетов участия.

Что касается пакетов участия, у вас всегда должно быть их три. Это золотой стандарт и нерушимое правило продаж. Всегда будут такие люди кто берет все и даже больше, и те, кому нужен исключительно самый дешевый пакет и даже в рассрочку.

Но когда вы продаете большой холодильник и к нему прилагается в подарок утюг, телевизор, микроволновая печь, духовка и пылесос, то отказаться от покупки сложно, верно? Обратите внимание, когда вы будете создавать свой оффер, то ваши бонусы должны дополнять продукт и перекрывать возражения, которые могут возникнуть у аудитории. Например, не умеете работать с людьми и нет инструментов? Тогда получите бонусом курс «Инструменты коучинга». Мы решили задачу и закрыли потребность.

Не умеете вести соцсети и нет идей? Программа «54 идеи постов для блога» бонусом вам в помощь и так далее. Принцип прост и понятен. Пользуйтесь.

Следующий триггер: что будет, если ничего не делать?



Очевидно, что ничего у вас в жизни не поменяется, и вы где были, там и останетесь, а другие, такие же как вы, начнут делать и получать результат и зарабатывать.

Когда вы выбираете продажи «лесенкой», то вы плавно снижаете цену и удаляете бонусы. В итоге люди видят три пакета цены, но не сразу. Таблицу со всеми вариантами участия можно показать в конце вебинара.

	standart	gold	premium
	29 900	49 900	99 900
	39 900	49 900	119 900
Доступ к программе «Академия Экспертов»			
Бонус 1. Инструменты коучинга для жизни и бизнеса	x		
Бонус 2. Запуск онлайн школы. Технические моменты.	x		
Бонус 3. Альбина Торицина - Юридические вопросы онлайн бизнеса	x		
Бонус 4. Чек-листы: Как презентовать себя и продавать свою программу	x		
Бонус 5. Телеграмм чат для участников	x		
Бонус 6. Как запустить Youtube и развивать свой канал	x		
Бонус 6. Гила Петерсила: Первые шаги в нетворкинге	x		
Бонус 8. 54 идеи постов для блога и соцсетей	x		
Бонус 9. Уделенный отдел продаж	x		
Бонус 10. Как пробить финансовый потолок	x		
Бонус 11. Чек-листы: для воронок, лендингов, сайтов	x		
VIP модуль: 12 онлайн встреч + 1 консультация	x	x	

Если, вы сразу показываете все три пакета участия, тогда вам необходимо рассказать про каждый пакет подробно, начиная с самого высокого и премиального. Так тоже работает.

Главное, помните, продажа на вебинарах – наработываемый навык.

Чаще будете проводить – быстрее будете расти в этом. Хотите научиться выступать за короткий срок? Используйте каждую возможность и создавайте такие возможности. Математика простая: один эксперт выступает раз в неделю, а второй 4-5 раз, у кого результат лучше? Правило 10 тысяч часов тут тоже работает. Находите возможность выступать и рассказывать о себе и продукте.



ЕЩЕ ПРИМЕРЫ:

1. Рассрочка.
2. Сравнение цены. Кола или обучение?
3. Предоплата. Забронируй участие по лучшей цене.

The image displays three overlapping promotional cards for 'АКАДЕМИЯ' and 'LIFE UNIVERSITY'. Each card features the logos of both organizations in the top corners.

- Top Card:** Promotes booking participation for 3000 rubles. The text reads: **Забронировать участие** **3000 руб.**
- Middle Card:** Promotes a 12-month installment plan. The text reads: **Хотите рассрочку?** **на 12 месяцев**. It includes a circular inset image of a woman working on a laptop.
- Bottom Card:** Compares the cost of a Coca-Cola bottle to daily payments. It shows a bottle of Coca-Cola and the text: **4 991 = 166**, with **руб./мес** under 4 991 and **руб./день** under 166.

Когда вы расскажете весь оффер, то есть все три пакета будут представлены, вам начнут поступать заказы. Ваша задача озвучивать имена оплативших и поздравлять, это создаст групповую динамику. Можно предусмотреть особый бонус для первых пяти оплативших, например консультацию или еще что-то ценное. Тем самым вы запустите волну продаж.

Но обычно продажи на вебинаре составляют 30 процентов от общего объема, так как люди делают заказы, но не оплачивают по двум причинам.

1. Они еще не решились до конца – им нужна помощь отдела продаж.
2. Сделали предоплату, и им также нужна помощь.

Вы уже поняли, что делать вебинары без отдела продаж или человека, который будет обрабатывать заявки и брошенные корзины и продавать, смысла не имеет? Если, конечно, вы сами не сядете за телефон и не начнете это делать. Мое же мнение, что каждый должен заниматься своим делом. Ваша задача вести вебинар, рассказывать истории и примеры, отвечать на вопросы. И помните про открытые петли, которые надо закрыть.

Вебинары стали неотъемлемой частью современного онлайн-бизнеса. Однако далеко не все понимают, что успешный вебинар – не просто презентация с последующими вопросами и ответами. Настоящее искусство вебинара заключается в умелом сочетании полезного контента, вовлечения аудитории и грамотных техник продаж.

Подведем итоги.

Структура вебинара

Классическая структура вебинара включает в себя презентацию основного материала, ответы на вопросы и продающую

часть. Однако многие упускают важнейший элемент – дожимы после основной презентации. Именно на этом этапе часто совершается до двух третей всех продаж.



Задание:

составьте детальный план вашего следующего вебинара, уделив особое внимание завершающей части и техникам дожима.

Работа с возражениями

Умение грамотно отвечать на возражения – ключевой навык для ведущего вебинара. Подготовьте заранее список из 80-100 возможных вопросов и возражений. Во время вебинара отвечайте на них, даже если их никто не задает – это поможет закрыть сомнения тех участников, которые стесняются спросить сами.



Задание:

составьте список из 20 наиболее частых возражений вашей аудитории и подготовьте четкие ответы на них.

Социальные доказательства

Отзывы и истории успеха ваших клиентов – мощнейший инструмент убеждения. Используйте их активно на протяжении всего вебинара.



Задание:

соберите 10-15 ярких отзывов ваших клиентов и продумайте, в какие моменты вебинара их лучше всего использовать.

Техники вовлечения

Чем активнее участвует аудитория, тем выше вероятность продаж. Используйте различные приемы для вовлечения: просите писать в чат «+», если участники согласны с вами, задавайте вопросы, предлагайте выполнить простые действия.



Задание:

разработайте 5–7 интерактивных моментов для вашего следующего вебинара.

Работа с ценой

Грамотная подача цены – целое искусство. Используйте техники дробления (цена в день), сравнения («всего лишь чашка кофе в день») и контраста (что вы получите и что потеряете).



Задание:

придумайте три различных способа представить цену вашего продукта на вебинаре.

Создание срочности

Чувство срочности – мощный мотиватор к покупке. Используйте ограниченные по времени предложения, бонусы для первых покупателей, повышение цены после вебинара. Мы открыли продажи на 48 часов по этой цене, как пример.



Задание:

разработайте три варианта создания срочности для вашего предложения.

Постоянная практика

Помните, что искусство проведения вебинаров приходит с опытом. Анализируйте каждый свой вебинар, отмечайте, какие техники сработали лучше, а какие нужно доработать.



Задание:

после каждого вебинара записывайте три вещи, которые сработали отлично, и три момента, которые нужно улучшить.

Используя эти секреты и постоянно практикуясь, вы сможете превратить ваши вебинары в настоящую машину продаж.



Помните, что ключ к успеху – в балансе между предоставлением ценной информации и умелым использованием техник продаж.



*Мир ждет новых открытий, результатов.
Мир ждет вас, мир ждет вашего выхода на сцену и реализацию ваших талантов! Делитесь своим опытом и знаниями!*

P.S. Рекомендую каждое выступление заканчивать историей или метафорой, которая несет глубокий смысл и пользу для аудитории. Я так делаю всегда.



Хотите узнать, какую историю рассказываю я на своем продающем вебинаре? Тогда переходите по ссылке <https://life-university.ru/opt-in1>

Действуйте прямо сейчас! Ну вы поняли....

“

**Искусство вебинара
заключается
в сочетании полезного
контента, вовлечения
аудитории и техник
продаж.**

”

VSL – ПРОДАЮЩЕЕ ВИДЕОПИСЬМО

В современном мире онлайн-маркетинга эксперты постоянно ищут эффективные способы монетизации своих знаний и продажи продуктов. Одним из самых действенных инструментов в этой сфере является продающее видеописьмо, или VSL (Video Sales Letter). Давайте рассмотрим, как использовать VSL для продажи продукта-включателя и почему это так важно для вашего бизнеса.



ЧТО ТАКОЕ VSL И ГДЕ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАТЬ

VSL — это специально созданное видео, направленное на презентацию и продажу вашего продукта, услуги. Этот инструмент особенно эффективен для продажи продукта-включателя — недорогого предложения, которое приводит человека из состояния «любопытно» и «я просто посмотреть» в состояние клиента.

Вы можете использовать VSL в нескольких ключевых точках вашей воронки продаж:

1. После регистрации на вебинар, чтобы окупить трафик.
2. На вашем блоге или сайте.
3. После скачивания любого лид-магнита.

Представьте, что вы эксперт по личным финансам. После того как посетитель скачал ваш бесплатный гид по составлению бюджета (лид-магнит), вы можете предложить ему посмотреть VSL с предложением недорогого курса по инвестированию для начинающих (продукт-включатель).

? для чего используют VSL

1. Изменение отношений с потенциальными клиентами.

VSL помогает перевести потенциального клиента из состояния «проходил мимо» в состояние «купил и стал клиентом».

В вашем VSL вы можете рассказать историю клиента, который благодаря вашему курсу по инвестированию начал формировать свой инвестиционный портфель и получил первую прибыль. Это поможет зрителю увидеть себя на месте этого успешного клиента.

2. Окупить трафик и рекламный бюджет.

VSL – отличный способ быстро окупить затраты на рекламу. Допустим, вы тратите 100 тысяч на рекламу, которая приводит тысячу человек на страницу регистрации, и после заполнения формы их перекинет на страницу с ОТО и вашим VSL.

Если 10 процентов посмотревших купят ваш продукт-включатель стоимостью 1900 рублей, вы получите 171 тысячу выручки, что с лихвой окупит рекламные расходы. В этом случае вы не только окупите затраты на рекламу, но и получите 71 тысячу прибыли еще до начала вебинара.

Я делал онлайн-запуск и полностью продюсировал создание курса для одного очень популярного блогера. Программа называлась «Ешь и худей».

Я решил использовать в вебинарной воронке VSL. Скажу кратко: на одном только продукте-включателе было заработано около миллиона рублей. Кстати, на рынке мало кто это сейчас использует.

3. Показать продукт внутри платформы.

VSL позволяет наглядно продемонстрировать ваш продукт и его преимущества.

В VSL вы можете показать фрагменты из вашего курса по инвестированию, продемонстрировать интерфейс обучающей платформы, отзывы студентов, чтобы потенциальный клиент мог «примерить» ваш продукт на себя.



КЛЮЧЕВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО VSL

1. Уникальное предложение. Ваш продукт-включатель должен быть представлен как разовое предложение с большой скидкой, доступное только в данный момент времени.

«Только сегодня и только для вас: полный курс “Инвестирование для начинающих” не за 19 900\$, а всего за 1900\$! Это предложение исчезнет через 15 минут!»

2. Четкое описание проблемы и решения. Покажите, что вы понимаете проблемы вашей аудитории и у вас есть решение.

«Вы хотите начать инвестировать, но боитесь потерять деньги? Наш курс научит вас основам безопасного инвестирования и поможет сделать первые шаги без риска».

3. Социальные доказательства. Используйте отзывы и истории успеха ваших клиентов.

Покажите в VSL скриншоты отзывов или короткие видеоотзывы ваших успешных студентов.

4. Призыв к действию. Четко скажите зрителю, что нужно сделать, чтобы получить ваш продукт.

«Нажмите кнопку “Купить сейчас” под этим видео, чтобы получить доступ к курсу и начать свой путь к финансовой свободе уже сегодня!»

Помните, что ваш VSL должен быть направлен на достижение двух основных целей продукта-включателя:

1. окупить платный трафик;
2. перевести лид в состояние клиента.

Создавая VSL, фокусируйтесь на ценности, которую ваш продукт принесет клиенту. Покажите, как ваш недорогой продукт-включатель может решить насущную проблему или открыть новые возможности. Это поможет вам не только окупить затраты на рекламу, но и создать базу лояльных клиентов, готовых в будущем приобретать ваши более дорогие продукты.

VSL В ВЕБИНАРНЫХ ВОРОНКАХ: ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ОКУПИТЬ ТРАФИК

Одно из самых мощных применений VSL — использование его в вебинарных воронках, особенно на этапе после регистрации на вебинар. Такой подход позволяет быстро окупить затраты на трафик еще до начала самого вебинара.



КАК ЭТО РАБОТАЕТ

1. Пользователь регистрируется на вебинар.
2. Сразу после регистрации вы показываете VSL с предложением продукта-включателя.
3. Часть зарегистрировавшихся покупает продукт еще до вебинара.



ПРЕИМУЩЕСТВА ПОДХОДА

1. Быстрая окупаемость рекламы. Даже если небольшой процент зарегистрировавшихся купит ваш продукт-включатель, вы можете окупить затраты на рекламу еще до начала вебинара.
2. Повышение ценности участия. Люди, купившие продукт-включатель, с большей вероятностью посетят вебинар и будут более вовлечены.
3. Предварительный отбор аудитории. Покупатели продукта-включателя показывают свою готовность покупать дальше, что делает их потенциальными клиентами для более дорогих продуктов.
4. Увеличение общей конверсии. Даже если человек не купит продукт-включатель сразу, он будет более подготовлен к основному предложению на вебинаре.



СТРУКТУРА VSL



Вы уже можете создать свой первый видеофайл, используя структуру, которую я вам дал. А более подробно о том, как делать VSL, я рассказываю на программе «Академия Экспертов». Посмотреть, как я это делаю, можно тут: <https://life-university.ru/product>. Пользуйтесь.

“

Создавая VSL,
фокусируйтесь
на ценности, которую
ваш продукт принесет
клиенту.

”

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ПРОДВИЖЕНИЕ

Как сказал Билл Гейтс, если вас нет в интернете, то вашего бизнеса тоже нет. И я готов согласиться с этими словами на все 100 процентов. Мы живем во времена больших скоростей, где происходит борьба за внимание каждого человека, которого впоследствии компании переводят в клиентов. Про это мы с вами разговаривали в предыдущих главах. Аудитория — это актив. Поэтому каждый стремится создать такое видео, которое наберет больше просмотров, завирусится, приведет новых подписчиков и впоследствии к продажам.

Важно быть в тех социальных сетях, где есть ваши клиенты. И здесь я исповедую философию одного контента на все социальные сети. О чем я говорю? Например, вы написали пост, записали видео, записали видеоинтервью, создали любой контент, и вы развиваете телеграм-канал. У меня сразу возникает вопрос: почему бы не разместить весь созданный вами материал на других площадках?

Однажды я услышал важные для меня слова, которые запомнил и использую до сих пор: нужно быть везде, где могут быть ваши клиенты. Таким образом я пришел к следующему выводу: необходимо размещать контент во всех социальных сетях.



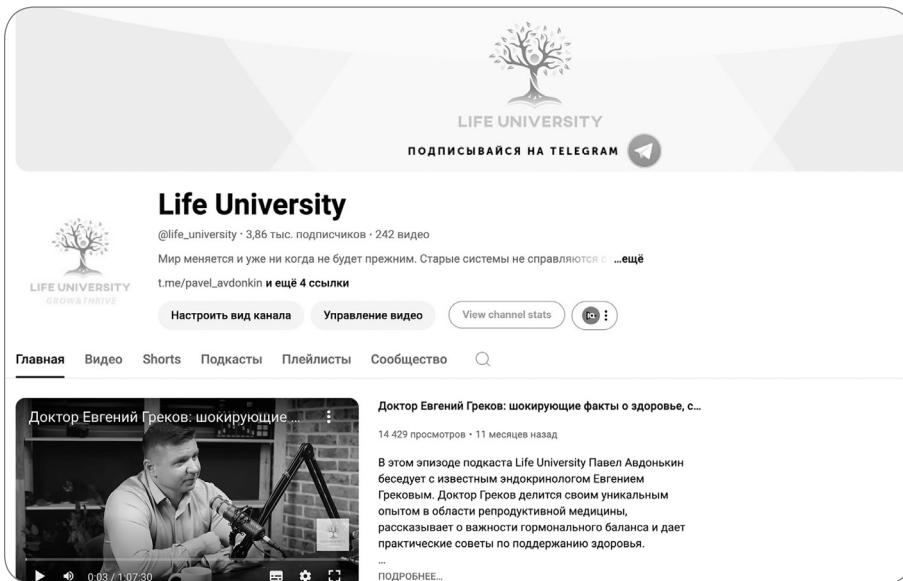
Социальные сети должны работать в одной связке.

Например, вы завели телеграм-канал. Что там нужно сделать? Понятно, в первую очередь оформить, создать описание канала: кто вы, о чем будет канал, и обязательно разместить ссылку на вашу страницу, например на веб-сайт. Но кроме этого, я рекомендую в каждом описании видео размещать ссылки на ваши другие социальные сети. Точно так же

мы поступаем, когда загружаем видео в Яндекс.Дзен, ВКонтакте или Rutube.

Почему это важно? Все просто. Происходит перелив аудитории, перекрестное опыление. Например, если человек вас увидел в Яндекс.Дзен, то он понимает, что вы есть, например, в Телеграм, он переходит в Телеграм, подписывается и начинает вас там читать.

Я предлагаю познакомиться с каждой социальной сетью отдельно. И начнем мы с моего любимого YouTube. Итак, чтобы завести YouTube-канал, в первую очередь необходимо создать почту на gmail.com. Почта Google – это и аккаунт для YouTube-канала. То есть, когда у вас есть почта, вы заходите на YouTube, вводите данные от Google-почты, и у вас сразу есть YouTube-канал.



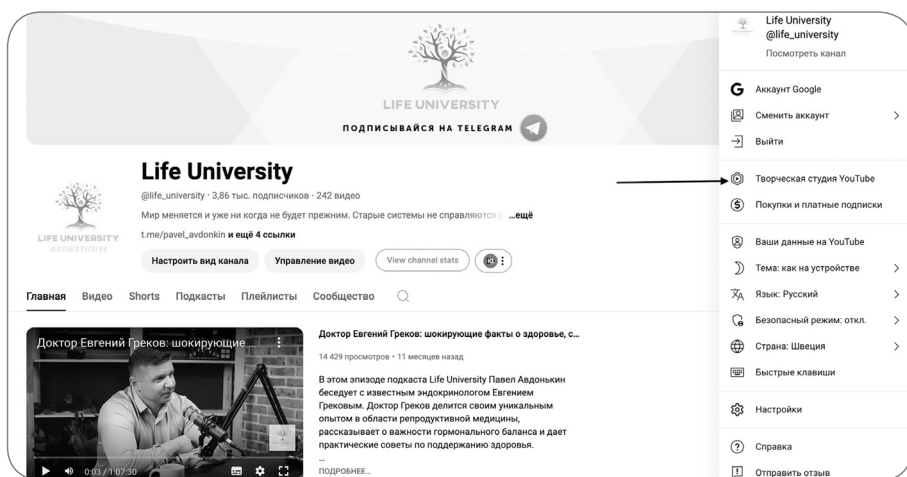
На фото мой канал, и он уже оформлен.

Справа вы увидите панель и вам нужно произвести некоторые манипуляции: обязательно заказать у дизайнера баннер с названием и оформлением вашего YouTube-канала, загрузить фотографию, создать описание для вашего канала.

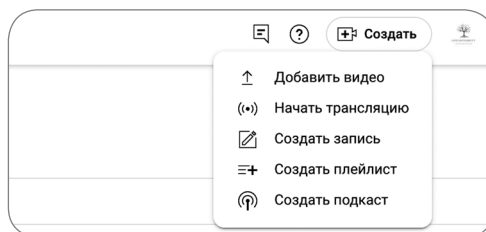
Как должно выглядеть описание? Вы говорите, кто вы и почему вы создали этот канал, какой контент люди найдут на нем, и обязательно добавляйте ссылки на ваши социальные сети. Я рекомендую добавить ссылку на телеграм-канал.

Как работать с YouTube? YouTube – достаточно умная, продвинутая площадка, поэтому если вы начинаете размещать видео, например, в пятницу в 18:00, то вы должны придерживаться этого регламента. Тогда машина понимает, что в пятницу в 18:00 у вас выйдет новое видео, и она будет его продвигать.

Как правильно загрузить видео на канал? В верхнем правом углу вызываем панель меню и находим «Творческая студия».

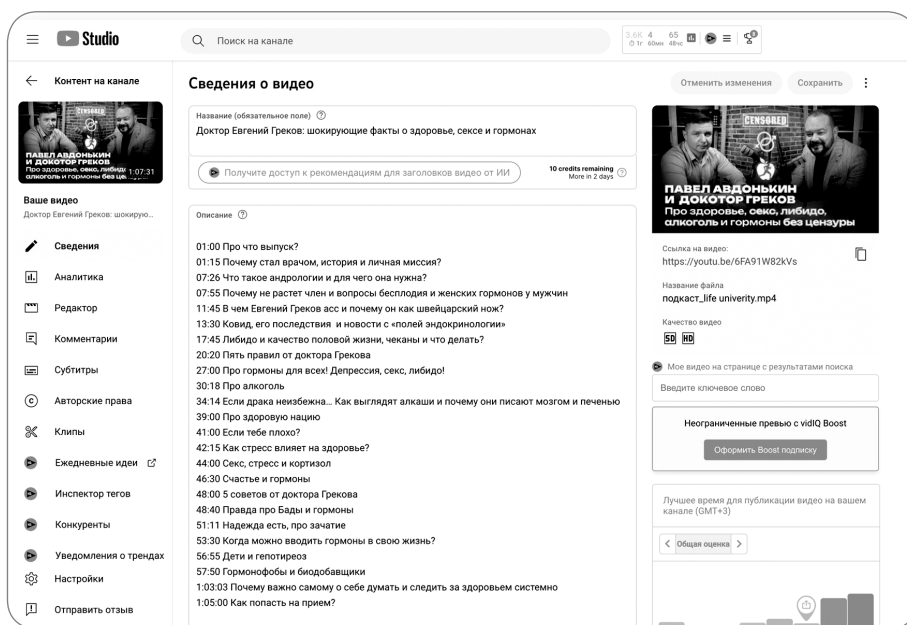


Далее вы попадаете в «Творческую студию», откуда происходит все управление и настройка канала. Также справа в углу находим кнопку «Создать», нажимаем ее и видим панель. Далее кликаем «добавить видео»



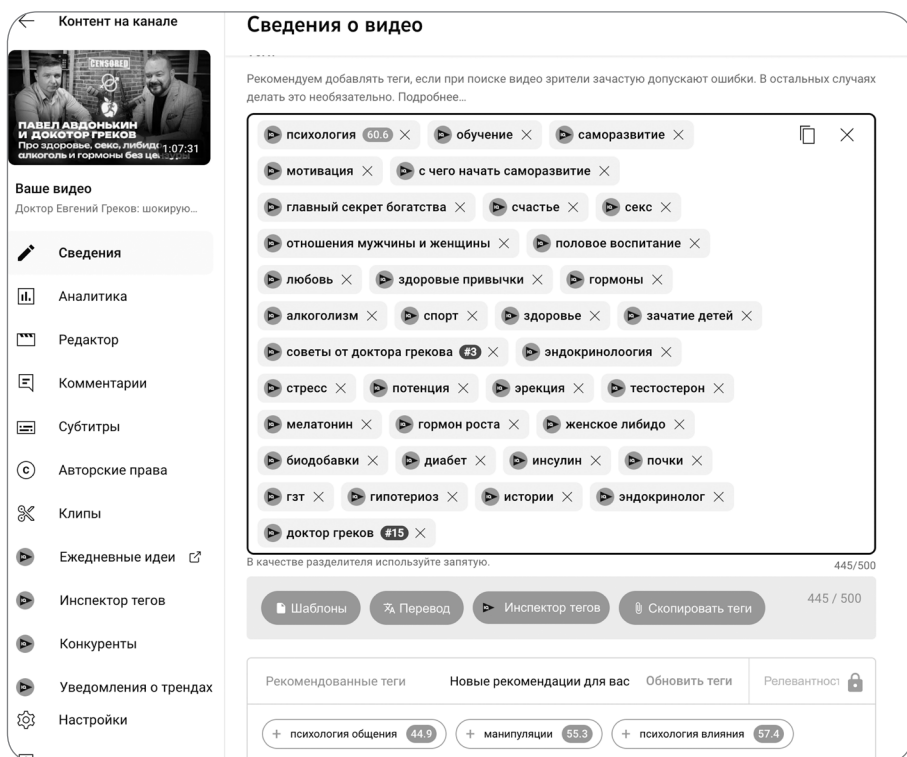
Добавляем видео. Пока оно загружается, ваша задача подготовить все для его максимального продвижения.

Под каждый ролик необходимо давать описание; о чем он, что люди узнают после его просмотра. Обязательно к каждому видеоролику добавляйте тайминг. Например, если у вас подкаст, то какие вопросы и когда были заданы: если интервью – то же самое. Это важно для навигации по вашему видео.



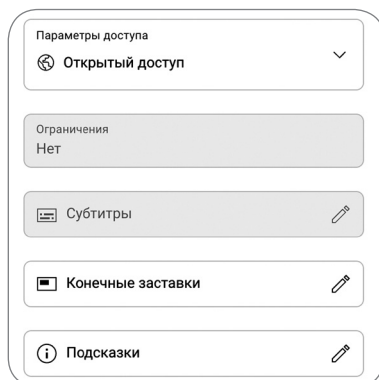
Так же нужно прописать теги к видео. Есть дополнительное поле, где вы подбираете теги, связанные по смыслу с вашим видеороликом. Чтобы облегчить работу, я рекомендую использовать программу, которая позволяет генерировать к вашему видео теги и смотреть самые популярные и многое другое. Вы также их добавляете (до 500 символов). Как я уже ранее говорил, обязательно нужно размещать все свои социальные сети в описании под роликом. Телеграм-канал в приоритете, за ним будущее.



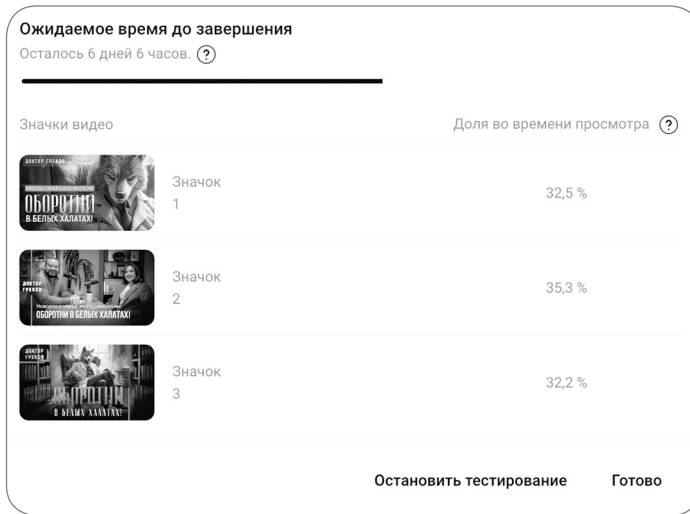


Теперь вам осталось сделать заключительные четыре шага.

1. Добавить конечные заставки к видео.
2. Подсказки к видео.
3. Создать плейлист и добавить видео в него.



Четвертый шаг хочу выделить отдельно. В YouTube есть функционал тестирования заставок. Он позволяет загрузить сразу три баннера для вашего видео и спустя время покажет вам статистику, какой баннер больше всего вызвал интерес у аудитории и дал больше просмотров ролика. Таким образом вы будете знать, какой баннер оставить главным спустя неделю тестирования.



Также можно настроить видео-премьеру, тогда ваши подписчики будут заранее уведомлены о предстоящем выпуске. Очень хорошо влияет на вовлечение аудитории. Пользуйтесь.

Двигаемся дальше. Представим, что у вас уже есть YouTube-канал и вы его ведете, например, месяц. За месяц можно легко набрать от 500 до 1000 подписчиков и даже больше. На этом этапе можно сфокусироваться при записи видео и отправлять людей подписываться на ваш телеграм-канал. Я ранее рассказывал, что можно сделать бесплатный телеграм-канал, где люди будут получать бесплатный контент, а также сделать телеграм-канал по платной подписке. Вам поможет сервис <https://www.vipsub.ru/>. Таким образом вы сразу начинаете монетизировать аудиторию.



КАКИЕ ВИДЫ КОНТЕНТА МОЖНО НАЧАТЬ ДЕЛАТЬ ДЛЯ СТАРТА

Интервью

Вы берете интервью у приглашенных гостей. Это очень удобный формат, потому что вы просто задаете вопросы и ваша аудитория получает ценность. Ну и вы получаете ценность. Вы растете как интервьюер, а люди приходят за интересными интервью и развиваются с вами.

Подкаст

Подкаст, где вы на равных правах с приглашенными гостями обсуждаете какие-то острые важные темы, которые интересны вам, и интересны вашему собеседнику, и интересны вашей аудитории, для которой в целом вы и создали этот YouTube-канал.

«Говорящая голова»

Записывается достаточно просто. Вы садитесь перед камерой и записываете экспертное видео, делитесь информацией, раскрываете секретные фишки успеха, то есть даете полезные советы и рекомендации по той теме, в которой вы являетесь экспертом. Что важно в таких видео? Интересный монтаж, потому что если это будет монокартинка без смены кадров и вы скучно рассказываете, то, скорее всего, такие видео будут мало просматриваться. Поэтому обязательно уделите этому внимание.

Еще фишка, которую я часто использую, например, при монтаже видео мы вытаскиваем аудиодорожку и используем ее отдельно для размещения в телеграм-канале. Это очень удобно для ваших подписчиков. Ехать в машине и слушать ваш подкаст. Пользуйтесь. И еще можно загружать



на платформы <https://mave.digital/>, она поможет вам создать ваши аудио подкасты и распространить по другим площадкам таким как: ЯндексМузыка, Itunes, VK и другие. Таким образом, записав видео, вы создаете и аудиоподкаст, и видеоподкаст, одним выстрелом убиваете двух зайцев. Кстати, аудиоподкасты достаточно быстро набирают популярность и почти не уступают видеоподкастам.



Короткие видео

60 секунд для YouTube. Можно размещать видеорилс до 90 секунд.

Нарезка

из ваших выступлений живых или вебинаров — тоже очень полезный контент.

Backstage

Например, вы едете снимать с кем-то интервью и снимаете, как все это происходит. Людям всегда интересно зайти за кулисы и посмотреть, как это все происходит, им интересны все процессы. То есть это контент, который также позволяет соединить аудиторию и сблизиться с ней максимально.

Лайфстайл

Здесь рекомендации такие. Каждый показывает свою жизнь, свою семью настолько, насколько хочет. Можно этого вообще не делать. Я минимизирую в своем контенте всю эту информацию. Соответственно, у вас есть свой выбор. Некоторые вообще только на таком контенте строят свои блоги и получают аудиторию.

ЧТО МОЖЕТ ПОМОЧЬ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К СОЗДАНИЮ КОНТЕНТА

При подготовке к созданию контента я рекомендую использовать ChatGPT, который уже давно интегрирован в Яндекс. Так же можно скачать на смартфон приложение Chat&Ask AI.

Вы формируете запрос: «Какие 50 вопросов можно задать эксперту про...?» Или «Какие 50 вопросов можно задать эксперту в маркетинге?» Или «Какие 50 вопросов можно задать астрологу?» Далее искусственный интеллект выдаст список вопросов, вы для себя находите более актуальные и интересные. Вам останется сесть перед камерой и записать 50 ответов в тайминге от 60 до 90 секунд. Поздравляю, контент из коротких видео готов!

Теперь коснемся психологических моментов, которые остро встают у 80 процентов людей. Лично для меня выступать, записывать видео на камеру, проводить вебинары раньше было сравнимо со смертью. Но мне очень сильно хотелось делиться с людьми информацией. Вот я хочу, мне туда надо. Но страшно так, что аж коленки трясутся, во рту все сохнет, теряюсь, но делаю. И тогда я для себя выработал следующий формат: «Боюсь, но делаю». Со временем в процессе работы с экспертами я пришел к следующему выводу, что нужно создавать для себя максимально комфортную атмосферу. Например, если я наведу на вас камеру и буду задавать вам вопросы, а вы будете глядеть на камеру, то, скорее всего, вы остолбенеете и не сможете связно говорить. Может быть, будут какие-то другие проявления.



Как решается этот вопрос? В формате диалога-интервью кто-то садится напротив вас и начинает с вами просто беседовать. Вы расслабляетесь и как будто на кухне с другом или с подругой начинаете такую светскую беседу, а дальше просто нарезаете эти видео.

Это первое, второе, как я уже сказал, «боюсь, но делаю» — мы просто идем на страх.

Третье – это «повторение – мать учения». Если первый раз у вас получится не особо, второй раз чуть-чуть получше, то в третий раз вы станете профессионалом, и для вас это также легко, как зубы почистить. Это навык, и он нарабатывается. Поэтому, если вы читаете эту книгу, значит, вам действительно важно заниматься тем, чем вы занимаетесь. Соответственно, чем больше вы будете выступать, чем больше вы будете практиковать, тем быстрее у вас будут результаты.

Например, человек, который выступает раз в неделю, проводит тренинг или проводит вебинар. И сравним его с другим, который делает это пять раз в неделю. Кто быстрее прирастет в опыте, мастерстве и преуспеет? Очевидно, тот, который делает это намного чаще. Поэтому секрет создания крутого контента, избавления от страхов и наработка крутых навыков очень прост: чем чаще и больше вы будете это делать, тем быстрее будете прирастать в этом как профессионал.

Коснемся Яндекс.Дзена. Как показывает практика, это более долгая площадка, но более простая, чем YouTube. Вы будете дольше набирать аудиторию, чем на YouTube. Но потом, спустя месяц, полтора, два, три, аудитория будет прирастать в геометрической прогрессии. Главное – сохранять стабильность в производстве видеоконтента и текстового контента. И вообще, к контент-продакшену нужно подходить как к своей рутинной работе и не ждать быстрых результатов.



Ошибка большинства экспертов заключается в том, что они думают: вот сейчас я запишу идеально своих 2-5 видео, и сразу у меня будет огромное количество людей, которым я нравлюсь и которые будут на меня подписываться. Это большое заблуждение.

КАК НУЖНО ДЕЙСТВОВАТЬ

Из состояния равнодушия вы записываете, создаете контент исключительно для себя, вы себя выгружаете в интернет, вы скидываете знания, которые у вас есть, в мир, а мир настолько, насколько ему это нужно, потребляет. Если мир видит спустя месяц, два, три, что вы не сдались и не сбились с пути, то, поверьте мне, он вам ответит достаточно ярко, и вам очень понравится.

ПОЧЕМУ ТАК ПРОИСХОДИТ

Представьте, если бы каждый человек записывал 5–10 видео и они набирали бы огромную популярность, как много было бы у нас экспертов, блогеров и всех остальных? Я думаю, что баланс был бы нарушен. Соответственно, побеждают самые терпеливые, самые настойчивые и те люди, которые действительно считают своим призванием помощь другим.



Поэтому вот вам лайфхак. Записывайте и создавайте контент без внутренних ожиданий. Вы делаете его для себя. Записали и забыли, без контроля, сколько лайков или сколько просмотров. Единственный очень важный момент: обязательно отвечайте на все комментарии. Обязательно лайкайте комментарии. И всегда находитесь во взаимодействии с аудиторией.

Если вы вышли в интернет и делитесь полезной информацией, то фактически вы уже встали на путь служения людям. На путь служения людям и улучшения качества их жизни. И чем ближе вы будете к людям, тем ближе люди будут к вам. Соответственно, тем больше у вас появится подписчиков, ну и в дальнейшем – заказов рекламы, если вы планируете развиваться как блогер, или продаж вашего продукта.

Что касается Яндекс.Дзена, то здесь все очень просто: вы размещаете видео, копируете описание видеоролика, берете с YouTube и добавляете пять хэштегов, которые Яндекс.Дзен

позволяет сделать. К сожалению, он не дает провести A/B-тестирование кликабельности баннера. Но, тем не менее, также очень хорошо работает на внутрироссийскую аудиторию. Поэтому это важно делать.

Переходим в ВКонтакте. В ВКонтакте я рекомендую вам создать группу или сообщество и точно так же развивать его. Добавляя все видео, все ваши статьи и коммуницируя с аудиторией. Из состояния «написал, загрузил, забыл». Вам также потребуется оформить свою страничку, сделать описание вашего канала, или группы, или сообщества, загрузить туда красивый баннер, ну и, соответственно, разместить ссылки на другие ваши сообщества. Либо также добавить ссылки на подарки, если вы сделали лид-магнит, и у человека будет возможность забрать подарок и попасть в вашу воронку. Пример ниже.



Из полезных программ для ВКонтакте есть сервис «Церебро», который позволяет делать, скажем так, парсинг аудитории, смотреть, у кого какая аудитория, и делать на них таргетированную рекламу.

Как на старте можно развивать ВКонтакте? Пригласить в группу ваших друзей. Или закупать рекламу в других сообществах. Залог успешного роста – это всегда полезный и интересный контент, который вы будете давать для аудитории.

ХЕЙТЕРЫ

В эпоху цифровых технологий и социальных сетей каждый, кто делится своим мнением, рискует столкнуться с негативными комментариями и критикой. Хейтеры – неизбежная часть интернет-реальности. Независимо от вашего уровня профессионализма и доброжелательности, всегда найдутся те, кто будет критиковать и высказывать негативное мнение о вашей работе. Однако важно помнить, что хейт можно не только пережить, но и использовать для собственного роста и развития.

Побороть страх хейта

Страх хейта – это естественное чувство, которое возникает у большинства людей. Важно понимать, что страх хейта базируется на неуверенности в себе, а работа над самооценкой и уверенностью в своих силах поможет снизить уровень страха. Также могут существенно помочь регулярное подтверждение собственной ценности и успехов, а также поддержка близких.

Принятие неизбежности критики: важно осознать, что невозможно нравиться всем. Чем популярнее вы становитесь, тем больше различных мнений будет звучать в ваш адрес.

Разделение конструктивной критики и хейта. Научитесь отличать полезную критику от пустого негатива. Конструктивная критика может быть полезна для улучшения ваших навыков и контента.

Как не реагировать на хейт

Реакция на хейт – важный момент, который определяет, как вы будете воспринимать негатив и как это повлияет на вашу аудиторию:

Не вступать в полемику. Ответы на негативные комментарии могут только усугубить ситуацию. Лучше проигнорировать их

или ответить нейтрально и спокойно. Но в данной стратегии я выбираю вступить в дискуссию, так как это даст еще больше комментариев и продвинет ваше видео. Собака лает, караван идет.

Сохранение профессионализма. Ваша аудитория оценивает вас не только по контенту, но и по тому, как вы ведете себя в конфликтных ситуациях. Сохраняйте спокойствие и профессионализм.

Фокус на поддержке. Обращайте больше внимания на положительные комментарии и поддержку, которую вы получаете от своей аудитории. Это поможет сохранить позитивный настрой.

Иногда полезно развить общение с хейтерами, это даст много комментариев и продвижение для поста или видео. Но будьте всегда конструктивны и сохраняйте лицо, а самое главное – энергию.

Что делать, если вам написали плохой комментарий

Когда вы получаете негативный комментарий, важно действовать рационально.

Оценка ситуации. Прежде чем отвечать, дайте себе время успокоиться и оценить ситуацию. Ответ, написанный на эмоциях, может только ухудшить положение.

Удаление и блокировка. Если комментарий нарушает правила приличия или содержит ненависть, вы имеете полное право удалить его и заблокировать пользователя.

Ответ на конструктивную критику. Если комментарий содержит конструктивные замечания, поблагодарите за обратную связь и предложите диалог. Это покажет вашу готовность к улучшению и профессионализм.

Как повернуть хейт себе в пользу

Негативные комментарии могут стать источником роста и привлечения новой аудитории, если правильно их использовать:

Использование хейта для генерации контента. Часто вопросы и критика могут подсказывать темы для новых публикаций и видео. Ответы на популярные вопросы могут привлечь внимание и вызвать интерес.

Публичный ответ на критику. Создайте видео или пост, где вы отвечаете на наиболее частые или острые комментарии. Это покажет вашу открытость и готовность к диалогу.

Обратная связь как источник улучшения. Воспринимайте конструктивную критику как возможность для роста. Это поможет вам становиться лучше и учитывать мнение вашей аудитории.

Хейт – неизбежная часть публичной деятельности в социальных сетях. Важно не бояться его, а учиться правильно реагировать и использовать негативные комментарии в свою пользу. Работая над собой и своим контентом, вы сможете не только преодолеть страх хейта, но и превратить его в инструмент для роста и улучшения своей деятельности. Помните, что ваша аудитория ценит вас за ваш профессионализм, открытость и готовность к диалогу.

КАК ЗАПИСАТЬ ВИДЕОКОНТЕНТ, НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА

Создание качественного видеоконтента не требует дорогих студий или сложного оборудования. Сегодня технологии

позволяют записывать и монтировать профессиональные видео прямо у себя дома. В этой главе мы рассмотрим, какое оборудование вам понадобится и какие программы для монтажа видео на телефоне помогут создать качественный контент.

Создание качественного видеоконтента начинается с правильного оборудования.

Смартфон

Современные смартфоны оснащены высококачественными камерами, которые могут записывать видео в формате 4K. Убедитесь, что ваш смартфон поддерживает высокое разрешение и имеет достаточный объем памяти.

Веб-камера

Если вы записываете видео на компьютере, хорошая веб-камера с высоким разрешением (HD или Full HD) станет отличным выбором. Я часто записываю свои видеоуроки прямо с ноутбука.

DSLR или беззеркальная камера

Для более профессиональных видео можно использовать камеры с возможностью смены объективов. Они обеспечивают лучшее качество изображения и гибкость настроек. Но вам не нужна такая камера на первых шагах, смартфона будет достаточно.

Также вам понадобится правильное освещение.

Кольцевая лампа

Популярный выбор среди блогеров. Обеспечивает равномерное освещение лица и помогает избежать теней.

Софтбоксы

Обеспечивают мягкий и равномерный свет, подходящий для различных типов съемок.

Естественное освещение

Используйте естественный свет из окон, но следите за тем, чтобы не было слишком яркого солнечного света, который может создавать жесткие тени.

Ну и, конечно, микрофоны, штативы и программы для монтажа.

Петличный микрофон

Крепится к одежде и обеспечивает четкий звук, подходящий для интервью и разговорных видео. Я рекомендую беспроводные микрофоны от компании Rode.

Настольный микрофон

Подходит для записи подкастов и голосовых комментариев.

Штатив для смартфона

Обеспечивает стабильную съемку и позволяет регулировать угол наклона камеры.

Гибкий штатив

Подходит для нестандартных поверхностей и позволяет закрепить камеру в разных положениях.

Программы для монтажа видео на телефоне

Монтировать видео можно не только на компьютере, но и на смартфоне. Существует множество приложений, которые позволяют редактировать видео прямо на мобильном устройстве.

1. iMovie (iOS). Простое и удобное приложение для монтажа видео, которое поставляется бесплатно с устройствами Apple.

Возможности: добавление титров, переходов, звуковых эффектов, музыка, обрезка и объединение видео.

Особенности: поддержка 4K видео, возможность использовать темы и шаблоны.

2. Adobe Premiere Rush (iOS, Android). Профессиональный инструмент для монтажа видео от Adobe, адаптированный для мобильных устройств.

Возможности: многоуровневый монтаж, цветокоррекция, добавление титров и графики, синхронизация с облаком.

Особенности: интеграция с Adobe Creative Cloud, возможность продолжить монтаж на компьютере.

3. InShot (iOS, Android). Простое в использовании приложение для редактирования видео и фото.

Возможности. Обрезка, объединение видео, добавление музыки, текста, стикеров, фильтров и эффектов.

Особенности. Поддержка различных соотношений сторон, возможность создания коллажей и слайд-шоу.

И, конечно, самые популярные — CapCut и VideoLeap.



Записывать видеоконтент дома — не только удобно, но и возможно с минимальными затратами на оборудование. Использование современных смартфонов, доступных осветительных приборов и микрофонов позволяет создавать качественные видео. Приложения для монтажа видео на телефоне дают возможность редактировать и улучшать ваши видео, делая процесс создания контента легким и увлекательным. Важно помнить, что ключевую роль играет не только техника, но и ваше творчество и подход к созданию видеоматериалов. С этими инструментами и советами вы сможете создавать профессиональные видео не выходя из дома и развивать свои социальные сети на новый уровень.

И, конечно же, важно быть во всех социальных сетях и площадках, во всех местах, где может быть ваша аудитория. Нет ничего сложного в том, чтобы разместить свой контент, на который вы и так потратили время и деньги, на других площадках.

Теперь у вас есть полная картина и дорожная карта для выхода на рынок и развития своего персонального бренда и бизнеса. Неважно на каком этапе вы сейчас находитесь, главное — никогда не останавливайтесь. У вас будут времена, когда будет желание все бросить, и в голову будут стучаться отрицательные мысли, а кому вообще это все надо? Главное — не останавливайтесь и продолжайте, так как через действия будет отступать уныние, и всегда важно пережить такие моменты, так как после наступает светлое время, где вы будете вознаграждены за свои труды.



Главное – помните, что в первую очередь вы встали на путь помогающей профессии, и ставьте приоритетом результаты ваших клиентов и пользу людям. Именно результаты клиентов чаще всего расскажут про самого эксперта. Служение – это то, на что я хочу обратить внимание. Служение от чистого сердца и с любовью. Это залог успеха в любом деле. Рекомендую делать все через любовь и, поверьте, результаты не заставят себя ждать.



Верьте в себя, в свой продукт и в клиентов. И никогда не сдавайтесь!

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Дорогие друзья, если вы по каким-либо причинам не смогли воспользоваться куар-кодами или пропустили данную информацию, найти ее можно здесь.

Просто перейдите по ссылкам и пользуйтесь на здоровье.

*Ваш
Павел Авдонькин*

ЗАПИСАТЬСЯ НА КОНСУЛЬТАЦИЮ

https://life-university.ru/consulting_c



«АКАДЕМИЯ ЭКСПЕРТОВ». РЕГИСТРАЦИЯ НА ВЕБИНАР

<https://life-university.ru/opt-in1>



«АКАДЕМИЯ ЭКСПЕРТОВ». О ПРОГРАММЕ

<https://life-university.ru/experts/kurs>



ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА

<https://life-university.ru/product>



КОНТЕНТ НА МИЛЛИОН. ;КАК СОЗДАТЬ 90 ПРОДАЮЩИХ ВИДЕО»

<https://life-university.ru/90media>



«АКАДЕМИЯ ЭКСПЕРТОВ». БЕСПЛАТНЫЕ ВИДЕО УРОКИ

<https://life-university.ru/free-lessons>



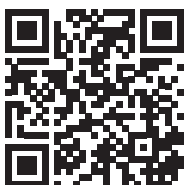
https://taplink.cc/pavel_avdonkin



Подкаст: <https://lifeuniversity.mave.digital/>



YouTube: https://www.youtube.com/@life_university



Обучение: <https://life-university.ru>



Телеграм канал: https://t.me/pavel_avdonkin



БЛАГОДАРНОСТИ

Хочу выразить огромную благодарность своими родителями и всему своему роду, благодаря которым я есть! Родителям за вклад, терпение, поддержку и веру, а главное – неиссякаемую любовь!

Моему брату Александру Авдоськину вместе с его прекрасной супругой Ириной за поддержку и веру!

Моей любимой супруге Наталье, без которой эта книга бы не состоялась! Любимая, благодарю тебя за твою любовь, веру, мудрость и вдохновение!

Благодарю Нину Рубштейн за наставления и мотивацию, за дружбу и мудрые рекомендации, за совместную работу и вдохновение! За прекрасный пример, как можно быть самим собой и следовать своим ценностям, помогая людям!

Особая благодарность Тимуру Тажетдинову за совместную работу, проекты и многолетнюю дружбу! За то, что показал и научил как продавать от сердца!

Огромное спасибо Ицхаку Пинтосевичу, который стал для меня одним из первых людей, благодаря которым я встал на путь тренера и помощи людям.

Елизавета Бабанова, благодарю тебя за многолетнюю дружбу и за то, что когда-то, много лет назад, мы вместе работали над твоей историей. Благодарю за то, что открыла свою историю и своим примером вдохновила меня продолжать путь.

Gil Petersil, my friend, thank you for your unwavering support and motivation. You taught me to dream big and to harness the power of networking in both business and life. I still remember our first flight to Los Angeles and the inspiring discussions on our way back, filled with ambitious plans. Dreams do come true, my friend! Thank you!

Благодарю своих детей Данилу, Марусю, Злату и племянников Макара и Арона! Вы показываете и учите, как жить играючи, радостно и с любовью! А также даете мотивацию творить и вытворять ради вас и вместе с вами! Люблю вас!

И конечно же я благодарю себя за себя! За все свои ошибки и провалы! Что всегда встаю, когда падаю, не теряю веру в себя и людей и не сдаюсь! Я благодарю себя за водолейскую дурь, упёртость и гениальность, которые непобедимы и креативны! Благодарю себя за выбор идти на страх и риск, и обрести свободу быть собой! Все только начинается!

Популярное издание

Павел Авдонькин
Эксперт на миллион
Книга-тренинг

Руководитель проекта: *Елена Владимировна Шлыкова*
(*Елена Косма*)

Выпускающий редактор: *И. Аверьянова*

Редактор: *И. Аверьянова*

Корректор: *И. Пугачева*

Компьютерная верстка: *Е. Работнова*

Дизайнер: *Е. Климова*

Формат 60 x 90/16. Гарнитура Avenir Next

Объем 14,13 усл.-печ. л.

Тираж 1000



Подготовлено и отпечатано

в издательстве «Прондо»

(ИП Шлыкова Е. В.)

www.prondo.ru

info@prondo.ru

+7 (495) 211-03-79

ISBN: 978-5-60529-363-7



9 785605 293637



Знак информационной продукции
(Федеральный Закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)