Бесплатные инструменты

Для привлечения потенциальных покупателей
в сообщество

бизнес



Напишите в чат, из какой вы сферы

Я буду давать материал на примере ваших ниш

Обо мне

Татьяна Матмуратова

маркетолог, эксперт по блогингу

14000

подписчиков
на личной странице

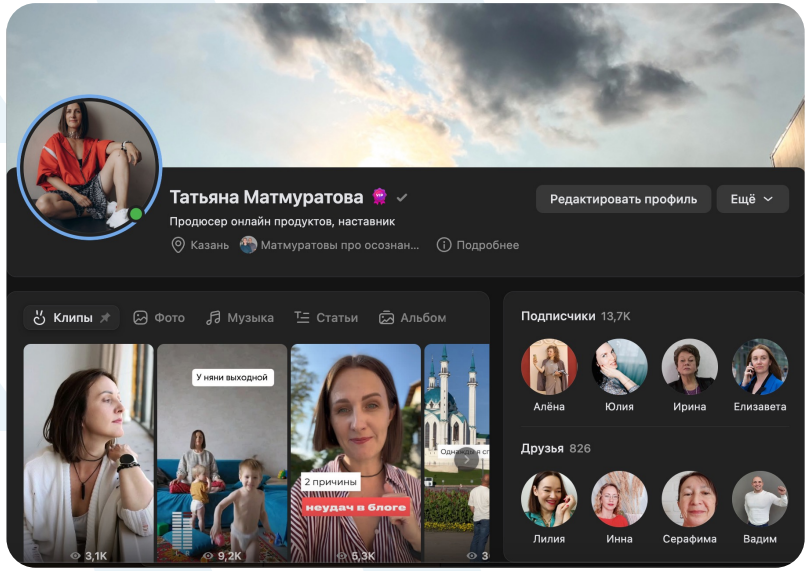
7000

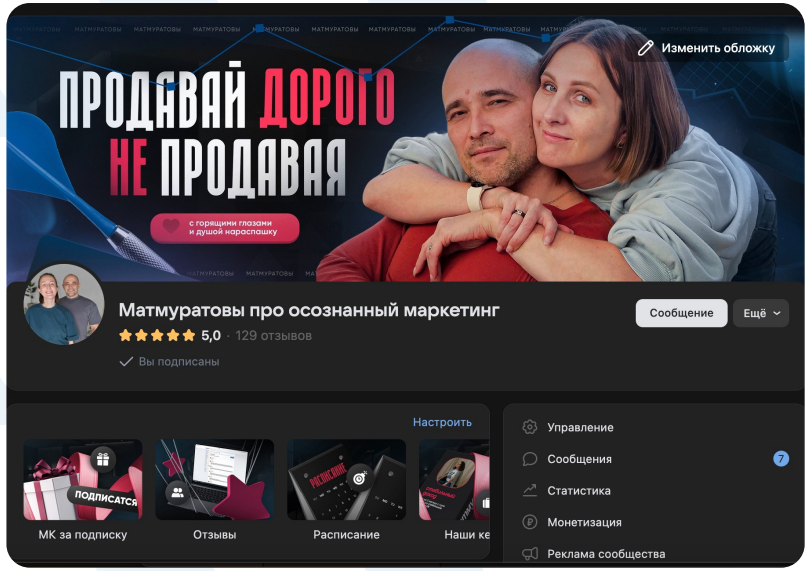
подписчиков
в сообществе

>1000

предпринимателей
обучила бесплатному
продвижению

Практически вся
аудитория привлекалась
бесплатными методами





Классический подход к SMM

01 Делаем коммерческий контент

02 Людям не интересно его смотреть

03 Мы платим за продвижение, чтобы заставить людей смотреть наш неинтересный контент

04 С небольшой конверсией среди всех посмотревших рекламу, найдутся те, кому захочется купить

Плюсы платного продвижения



не надо думать, как угодить людям



легко масштабировать — платим больше денег, получаем больше просмотров

Минусы платного продвижения



приходит холодная аудитория, которая хочет скидок



аудитория быстро теряет интерес



автор сообщества чувствует себя ненужным



Как относитесь к коммерческому контенту?

Поделитесь вашим опытом в чате

Альтернативный подход к SMM

Ведем интересный блог
о своем деле

Людям нравится такой
контент, они активно
на него реагируют

Алгоритмы видят реакцию
людей и начинают
показывать нас чаще
на поиске и в рекомендациях

К нам приходит новая
лояльная, заинтересованная
аудитория

Выстраиваются
доверительные отношения
с людьми

Минусы бесплатного продвижения

- надо понять людей
- надо регулярно делать хороший контент
- желательно показывать себя в блоге



Нужно ли говорить о том, как преодолеть страх, как показывать себя в соцсетях?

Есть ли у вас эта проблема? Поставьте в чат + или -

Плюсы бесплатного продвижения

Тесная связь с подписчиками – понимаешь, чего хотят люди и дорабатываешь (НУЖЕН ПРИМЕР)

Высокая конверсия

Долгая «жизнь подписчика»

Бесконечный источник вдохновения для автора



Какие чувства вызывает такой подход к продвижению?

Поделитесь в чате эмоциями или возражениями

Задачи



Подготовить сообщество
к приему бесплатного трафика



Найти интересные темы
для контента



Правильно делать публикации,
чтобы алгоритмы дали
максимальные просмотры

Подготовка сообщества к бесплатному продвижению

Дизайн

банер, мобильная обложка, иконки меню

Понятная продающая упаковка

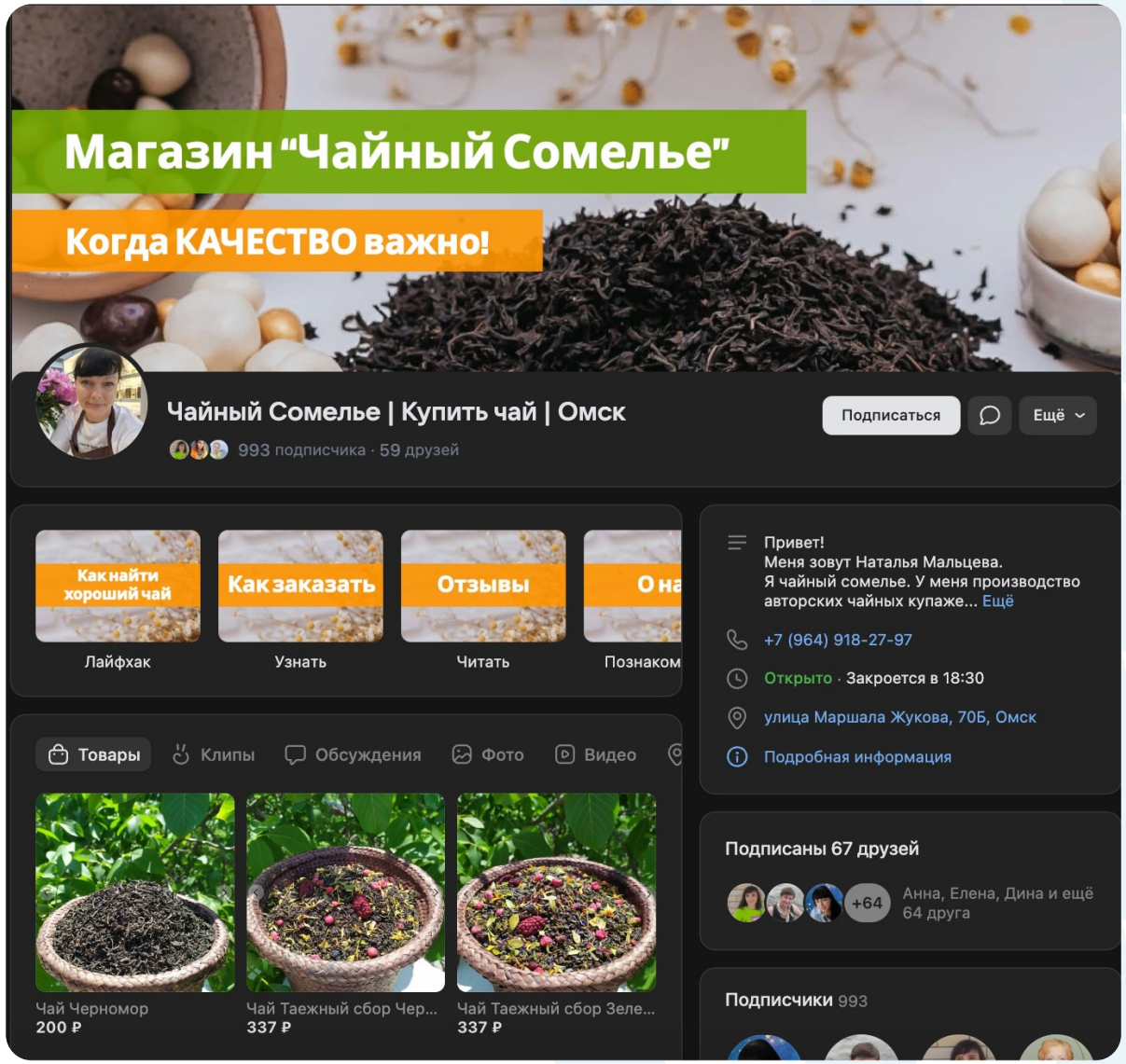
описание сообщества, товары или услуги

Поисковая оптимизация

вписываем поисковые запросы в никнейм, название сообщества, статус, описание, название и описание товаров

Пример хорошего оформления

- Надписи в одном стиле
- Качественные фото
- Лицо автора на аватарке
- Товары с ценами
- Человечное и понятное описание



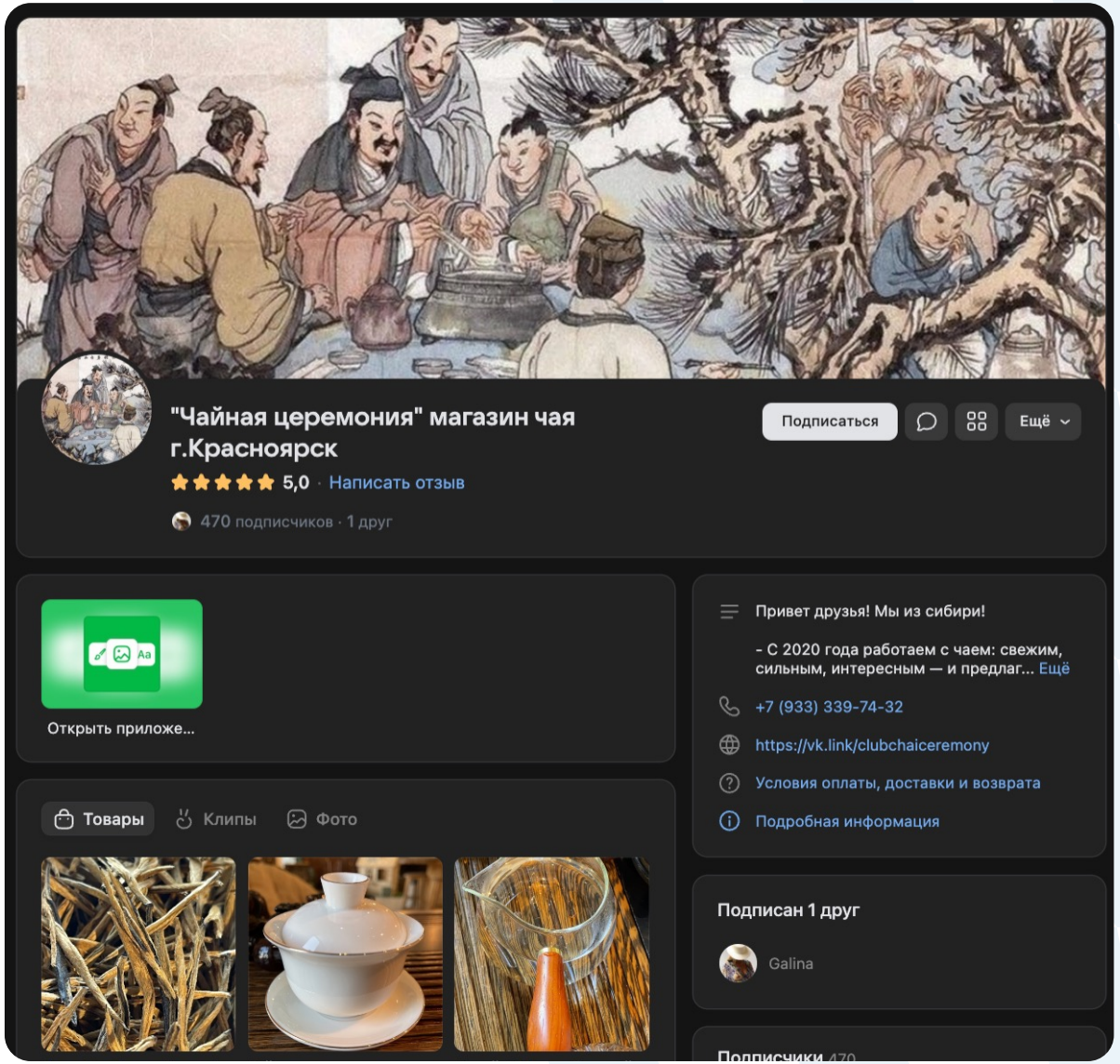
Пример неудачного оформления

Картинка из интернета

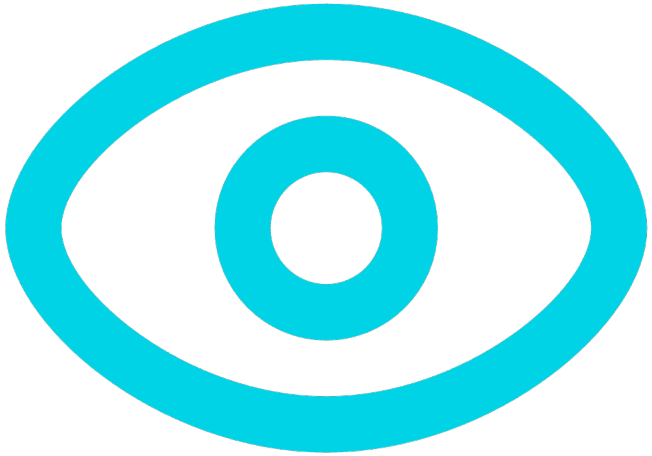
Фото с плохим светом и в разном стиле

Не видно автора

Нерабочая кнопка в меню



Виральные просмотры



это просмотры от людей, которые еще
не подписаны на наше сообщество,
но интересуются нашей темой

О чем делать контент, чтобы он набирал виральные просмотры

- Опишите решение частых проблем через истории ваших клиентов *(кейсы)*
- Опыт из вашего бизнеса, а не «википедия» по вашей теме
- Личные переживания, истории из жизни

Пример личных историй

Мать 4 детей

Сменила 3 города на «К»

Встретила 2019й год с 300 ₽ рублями в кошельке

Как эти истории повлияли на ваше восприятие спикера?

Сочетание личного и профессионального

2 публикации о работе

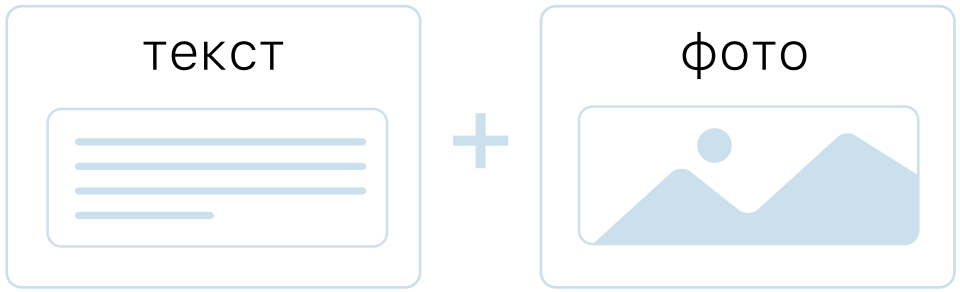
1 публикация о жизни

Без личного контента не построить отношений с подписчиками

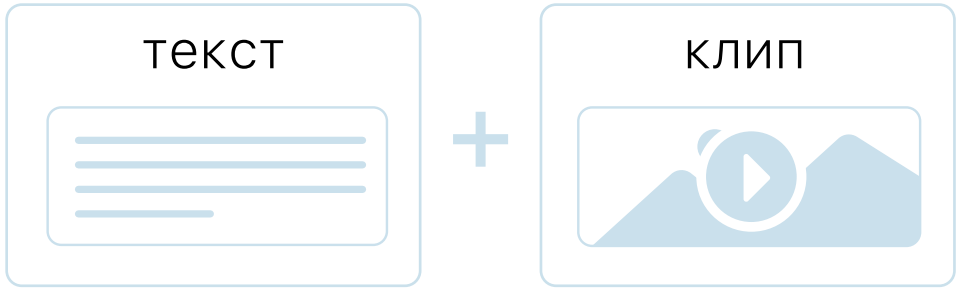
Главное, чтобы было интересно автору, тогда и подписчикам будет интересно

Контент, который набирает максимум просмотров

Запись в формате .....



Запись в формате .....



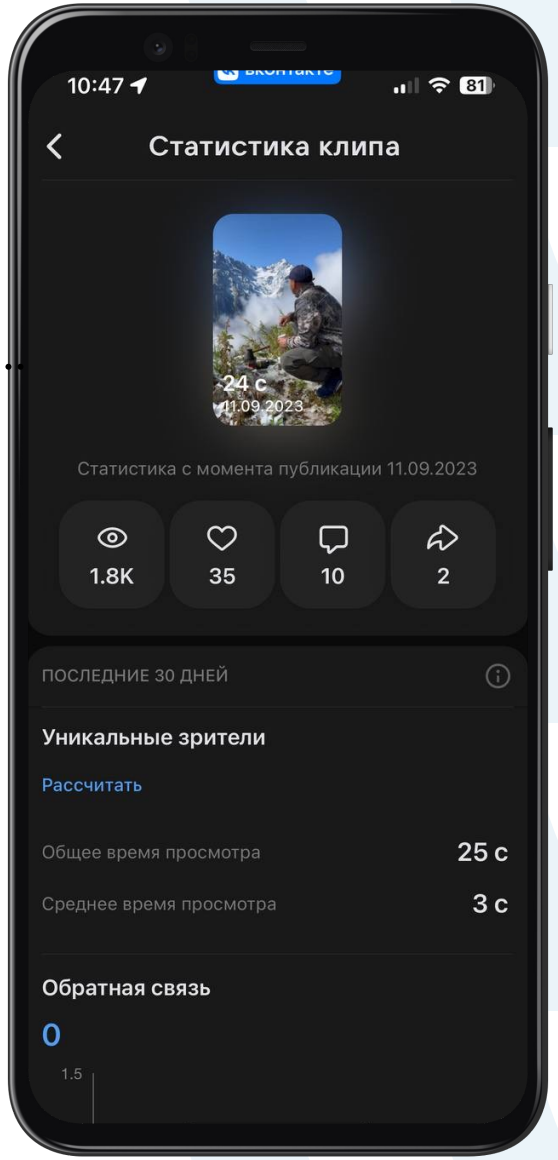
Клипы

Приоритет в выдаче

Люди любят смотреть короткие видео

Нескучное донесение экспертной информации

Вовлечение людей в ваш бизнес



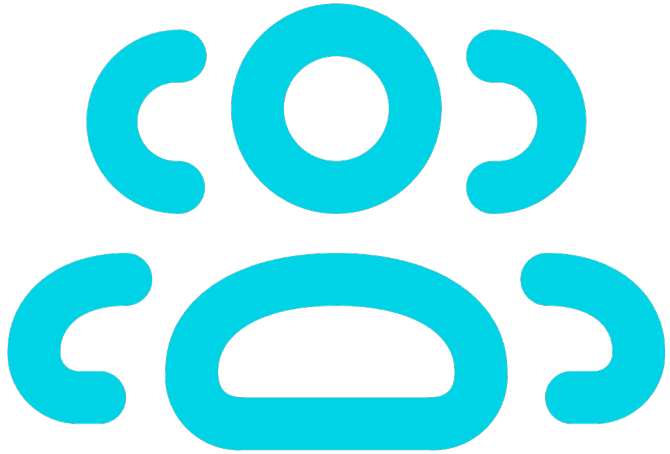
Периодичность публикаций

Запись ..... 2-3 раза / неделя

Истории ..... 3 раза / неделя

Прямой эфир..... 2-4 раза / месяц

Ядро аудитории



это подписчики, которые видят почти весь ваш контент. По их реакции алгоритмы понимают, на сколько интересные у вас публикации.

Как увеличить ядро аудитории

Вовлекать
людей в комментарии

Регулярно
публиковать истории

Периодически
проводить прямые трансляции

Как стимулировать продажи

Прикреплять
товары к записям, клипам и историям

Показывать
процесс создания продукта

Искренне
делиться эмоциями от работы

Создать лид-магнит
и черещ него приглашать людей к покупке

Лид-магнит



Бесплантая полезность для подписчиков
(видео-урок, книга, гайд)



Скидка не может быть лид-магнитом



Внутри лид-магнита подписчик не просто получает пользу, но и понимает ценность вашего продукта



В конце лид-магнита делаем подписчикам предложение купить, усиливаем его ограничением по цене, сроку или количеству

Продвижение личной страницы

01

Только для продвижения
от первого лица

02

На аватарке реальное фото,
имя и фамилия как в паспорте

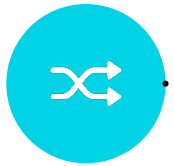
03

Не подходит
для организаций

04

Подходит для владельцев
организаций

Сочетание личной страницы и сообщества



На личной странице есть наши знакомые, но нет маркетинговых инструментов

Контент на личной странице вызывает больше доверия, потому что видно автора





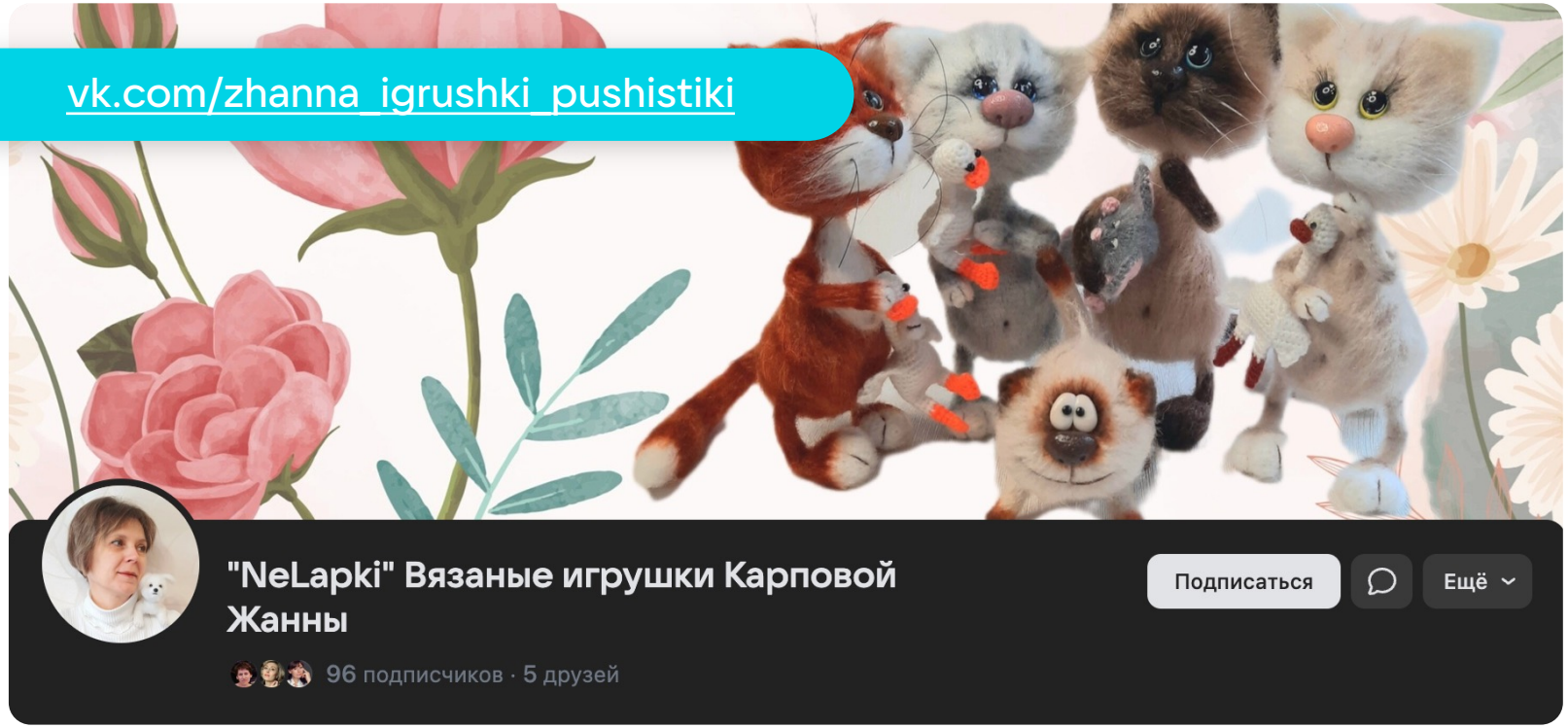
Контент на личной странице набирает больше просмотров, потому что в него больше вовлекаются люди

Используем сообщество, как сайт, а трафик ведем на личную страницу



Как это работает в товарке:

vk.com/zhanna_igrushki_pushistiki



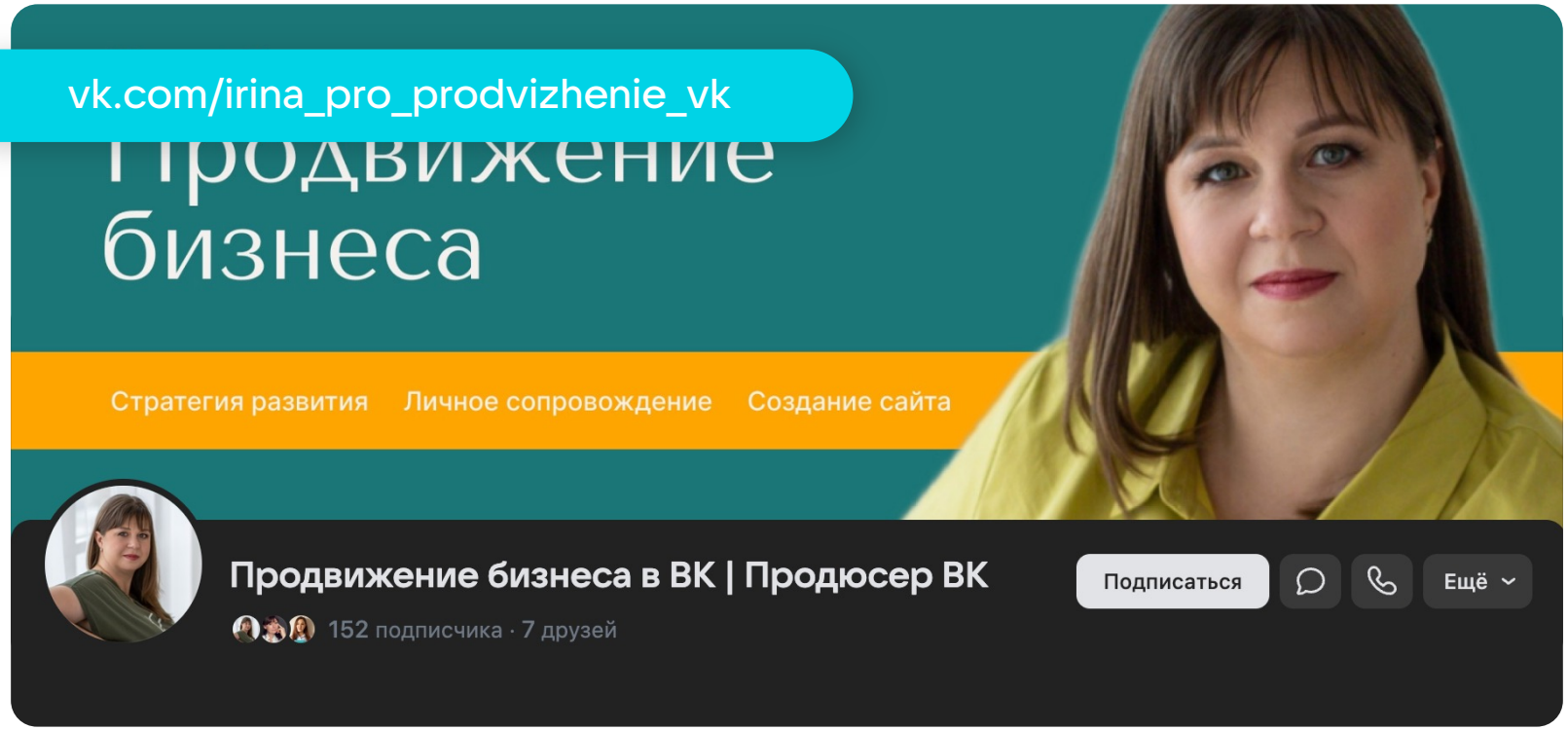
NeLapki
игрушки ручной работы

на 2 месяца
вперед расписаны заказы на игрушки

92
подписчика

Как это работает в услугах:

Получает регулярные заказы на сайты



Вебдизайнер
Ирина Пашина

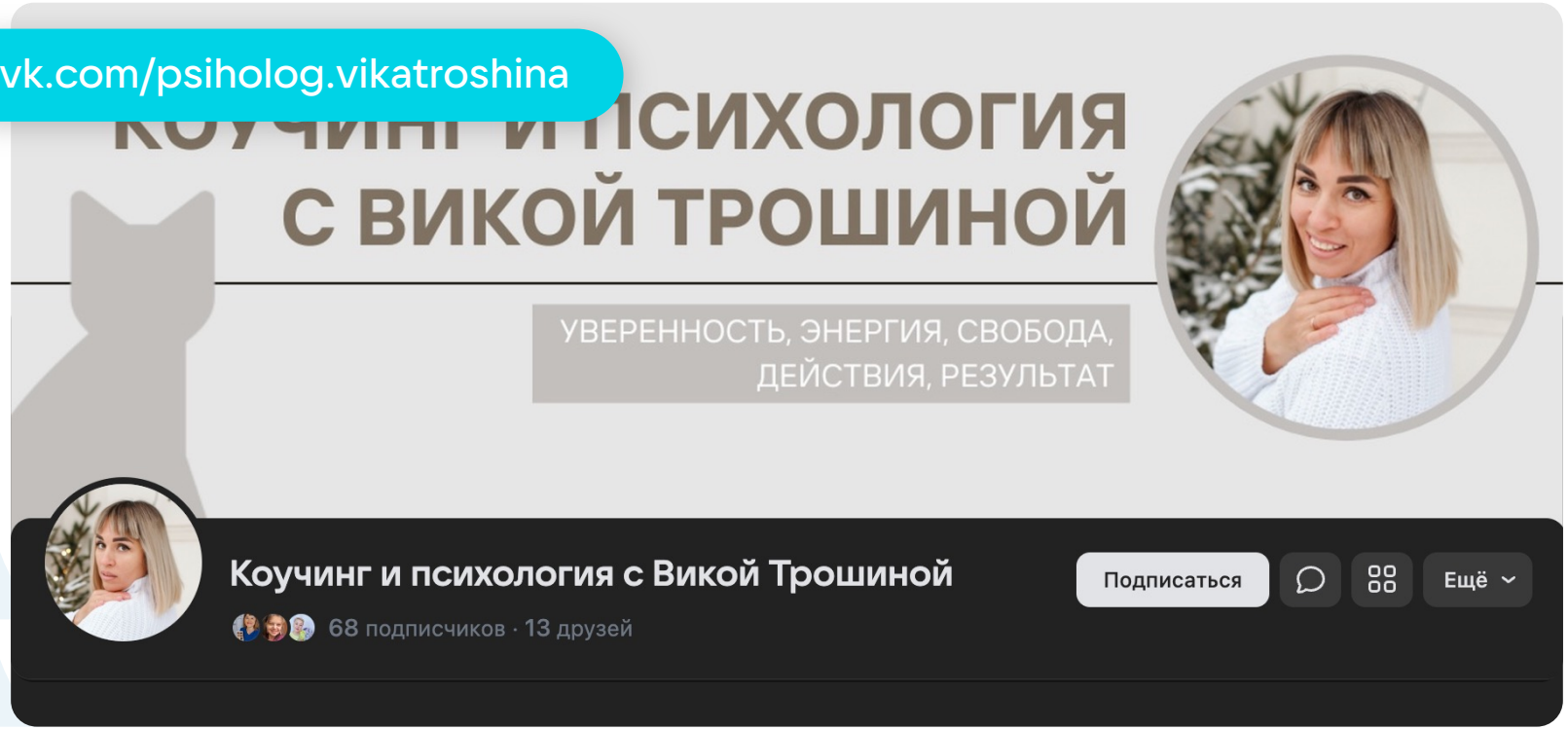
25 тыс. ₽
минимальная стоимость сайта

154
подписчика

Как это работает в мягких нишах:

Набирает клиентов
на групповую
и индивидуальную
работу из ВК

vk.com/psiholog.vikatroshina



Коуч и психолог
Виктория Трошина

66
подписчиков

?

Как вам такой подход?

Вконтакте — это не магазин



Люди идут сюда развлекаться,
а не покупать



Сделайте им интересно, вдохновите,
поддержите, и продажи случаться
сами собой