

26 Денежных Действий Для Онлайн Школ / Экспертов / Продюсеров / Специалистов, Которые за 15 Месяцев Принесли Нам Продаж Курсов на 481 744\$ На Холодную Аудиторию

Возможно, это один из самых полезных чек-листов для экспертов / онлайн школ / продюсеров / специалистов.

В свое время, я инвестировал тысячи долларов, много времени, сил и энергии. Совершил тонну ошибок, чтобы добиться такого результата в онлайн школе, которую продюсировал. Вам дарю бесплатно.

В этом чек-листе **вы узнаете о 26 действиях, которые мы сделали, чтобы за 15 месяцев продать онлайн курсов на сумму 481 744\$.**

Начнем...

1. Улучшение существующих продуктов

Ежемесячно замеряли NPS курсов. Проводили опросы среди клиентов, которые помогали подсветить, что улучшить в продуктах.

2. Создание новых креативов

Новые послы, форматы креативов под существующие реалии рынка.

3. Оптимизация расходов

Все, что можно сократить без потери качества работы - сокращали/убирали. Строго планировали расходы.

https://t.me/dmitriy_fom

Договаривались о скидках с сервисами. Переговаривали с подрядчиками и снижении расходов. Это сильно сокращало расходы проекта.

4. Работа с теми, кто не купил

30-40% аудитории покупали. Остальные 60-70% нет. Но деньги были заплачены за все 100%. Активно работали с теми, кто не купил. Коммуникация с этими людьми, сбор запросов. Подготовка персональных решений. Создание новых продуктов под эти запросы. Создание маркетинг связок.

5. Для каждого продукта своя воронка.

1 продукт - 1 воронка. Если человек прошел воронку и не купил - приглашали на вебинар и подписывали на воронку другого продукта.

6. Новые каналы трафика

У нас основными каналами трафика были FB и Insta. Но регулярно тестировали новые: YouTube, Контекстная реклама, реклама в блог и тд.

7. Развитие соцсетей

Активно развивали личный блог эксперта в Instagram, TG канал и YouTube канал. Люди подписывались, прогревались, покупали. + YouTube канал давал бесплатный трафик. Важно находится на разных площадках. Кто то предпочитает Instagram, кто то TG.

8. Улучшение текущих воронок

Есть 7 метрик над которыми мы постоянно работали и улучшали.

9. Мотивация отдела продаж

Сначала был фикс + % с продаж. Потом сделали % с продаж и % с выполнения плана. Продажи сильно выросли. Сильные менеджера начали зарабатывать больше. Слабые ушли.

10. Клиент сервис

Наняли 2-х менеджеров, которые регулярно общались с клиентами. Поздравляли с покупкой курс. Помогали адаптироваться в обучении. Уровень лояльности к компании

https://t.me/dmitriy_fom

сильно рос. А это влияло на повторные продажи и рекомендации.

11. Дожим тех, кто купил в рассрочку не через банк

Если клиенту банк отказывал в рассрочке, мы предлагали внутреннюю рассрочку на 2 платежа (50% сейчас, 50% через месяц). Такие клиенты попадали в воронку, где шла продажа 2-го платежа + менеджер ОП дожимал. Такой подход позволил увеличить до 97% оплату 2-х платежей.

12. Улучшение продающих вебинаров

Конверсия продающего вебинара у нас в среднем была 20%. Это очень хорошо. Но мы всегда работали над улучшением вебинара, чтобы поднять конверсию.

13. Выстраивать долгие, дружеские отношения с аудиторией

Создавать отношения с аудиторией, а не только продавать. Если человек не хотел покупать, мы про него не забывали. Он грелся в воронках. Ему регулярно звонил менеджер, общался, скидывал полезный контент и тд. Были клиенты, которые покупал спустя 1 год, после первого касания с нами.

14. Партнерская система

Довольные клиенты - лучшие продавцы. Наши клиенты готовы были бесплатно нас рекомендовали. Но мы решили внедрить партнерскую программу и отдавали с продажи 20%. Количество продаж с рекомендаций сильно выросло.

15. Создание новых воронок продаж

Если что то работает хорошо, не факт, что и завтра будет также. Нужно тестировать новые воронки.. Тестировали много воронок. Через подписку на чек-лист. Отлично сработала воронка: бесплатный видео курс + трипваер и апсел трипваера. Тесты делать до 20% от общего бюджета

16. Рекуррентные платежи

Доступ к курсу человеку давался на 6 мес. После, доступ закрывался. Многие готовы были платить, чтобы остаться в чатах,

https://t.me/dmitriy_fom

общаться с единомышленниками, посещать вебинары вопросы/ответы. Видя это, мы сделали продукт с рекурентным платежом: 1, 3, 6 мес.

17. Ежемесячное общение с клиентами

Каждый день что то происходит. Меняется рынок, мотивация людей. Чтобы быть в курсе всех изменений клиентов, я проводил регулярно проблемные интервью. Это позволяло держать руку на пульсе и использовать смыслы, посылы которые будут цеплять аудиторию прямо сейчас.

18. Ежедневная и еженедельная планерка

Регулярно проводил планерки с командой. Обсуждали отчеты и цели за день/неделю/месяц.

19. Внедрение таблицы РНП (рука на пульсе)

Эта таблица позволяла ежедневно видеть, как мы движемся к целям: отстаем или перевыполнение план. Бизнес - это цифры. Важно ежедневно знать, что происходит в бизнесе.

20. Изменение мотивации команды

У всех, кроме ОП был фикс. Изменили на фикс + KPI - результативность команды в разы выросла.

21. Убрать все лишнее

Все, что не прибыльно – выключить. Прибыльное – нарастить.

22. Работать с командой

Поддержка. Мотивация. Индивидуальное общение. Показывать позитив и давать понимание что делать. Команде нужен сильный лидер. Иначе она уйдет. Создавайте настрой на рекорды и вызовы.

23-26...эти действия мы подробно разберем на стратсессии...

СТОП, СТОП, СТОП....Не спешите уходить!

ЗАПИШИТЕСЬ НА БЕСПЛАТНУЮ СТРАТСЕССИЮ и получите за 1 час персональный план, как вам запустить онлайн-курс / наставничество и выйти на доход от 5000\$ до 40 000\$ в месяц на

https://t.me/dmitriy_fom

холодную аудиторию... без развитых соцсетей, личного бренда, сторис и прогревов.

Анкета для записи на стратсессию >>> <https://forms.gle/t2iXgtybau7rfWF99>

- Дмитрий Фомин