



МОЯ СИСТЕМА АВТОВОРОНОК

ДМИТРИЙ ЗВЕРЕВ (С)

ZVERINFO.RU

Прежде всего – очень важно понимать, что ваши автоворонки являются неотъемлемой частью вашего инфомаркетинг в целом. А значит – и вашей личности.

Что из этого следует?

Правильно, нужно копнуть чуть глубже, прежде чем переходить непосредственно к продуктам и письмам.

Итак, что же нужно для создания автоворонок:

- Экспертность в определенной теме

Как ни странно – этот пункт нужно выделять в отдельный раздел, хотя он кажется очевидным.

Тем не менее – практика показывает, что значительное количество людей начинают обучать тому, в чем сами не имеют результатов. И это приводит к формированию негативного мнения об инфомаркетинге в целом.

Я не говорю, что вы должны быть лучшими специалистом в мире по вашей теме, нет. Но разбираться в ней лучше большинства на вашем рынке и, главное, иметь ощутимые результаты обязательно.

Например, я стал обучать написанию электронных книг и делать по этой теме автоворонки только тогда, когда написал и успешно продал на автомате несколько сотен экземпляров.

Идем далее.

- Несколько продуктов, которые будут предлагаться, в том числе: лид-магнит – бесплатный материал, который предлагается на подписной странице и платный продукт (как минимум один).
- Страницы, на которых вы будете рассказывать про ваши материалы и делиться полезной информацией
- Серия писем – непосредственное воплощение автосерии

Теперь давайте переходить уже к конкретике.

Каким же образом выстроена моя система?

- В данный момент у меня есть более десятка актуальных автоворонок, за все время их было создано несколько десятков
- Каждая из них включает в себя продажу нескольких инфопродуктов и массу бесплатных материалов, расположенных на страницах
- В результате через бесплатные материалы я даю ценность всей аудитории, даже тем, кто ничего не купил. А через платные я представляю клиентам системную информацию, которая помогает им добиться результата, и получаю прибыль.

У меня есть как длинные автосерии, состоящие из нескольких десятков писем, так и небольшие.

Рассмотрим типичный пример цепочки:

- первые 7-10 писем – материалы по теме лид-магнита (бесплатного продукта), на который человек подписался. Например, у меня есть лид-магнит по рекламе – соответственно, после подписки на него идет несколько писем с информацией по привлечению трафика.

В этих письмах дается ценный бесплатный контент, и делаются предложения на мои информационные продукты.

- следующие несколько писем – предложение скачать другие мои лид-магниты. Если человек делает это – он переходит в другую автосерию и начинает получать письма уже по ней. Таким образом, читатель получает письма по заинтересовавшей его теме.

Это приводит к повышению открываемости и отклика.

Причем - писем с предложением скачать следующие лид магниты несколько.

Я называю такую систему круговоротом ☺

Давайте смоделируем ситуацию: человек получает письма автосерии А, после ему предлагается скачать лид-магнит Б. Если он это делает, то переходит в автосерию Б. Если не делает, то через пару дней ему предлагается скачать лид-магнит В. Если он это делает, то переходит в автосерию В. Если не делает, то через пару дней ему предлагается скачать лид-магнит Г. И так далее.

В результате – мы получаем максимальный охват аудитории и, при этом, практически не отправляем письма по темам, которые человеку совершенно не интересны.

Но что же происходит дальше, после того, как человек пройдет все цепочки писем?

Он попадает в базу читателей, которым письма отправляются в режиме реального времени.

Важный момент – здесь очень важно четко сегментировать аудиторию по интересам и не отправлять людям то, что не может их заинтересовать (конечно, на 100% сделать это невозможно, но хотя бы базовое разделение реализовать нужно). Делается это через создание различных групп подписчиков, в которые люди попадают после совершения определенного вами целевого действия.

Какие письма могут отправляться:

- Контентные – когда вы записали новое видео, написали новую статью, сделали новый pdf и так далее
- Продающие – когда выходит ваш новый инфопродукт
- С приглашением на вебинар, конференцию
- И так далее

Здесь исключительное значение имеет регулярность ваших сообщений – вам нужно делать постоянно, иначе аудитория просто про вас забудет.

Как говорит Дэн Кеннеди – каждый месяц, в течение которого мы ни разу не взаимодействовали с читателями, мы теряем 10% из них. А оно вам надо?

Как же создавать интересные и отлично работающие серии?

Про это поговорим на вебинаре, сейчас отмечу лишь два общих момента:

- Когда я записываю новый большой видеокурс или продукт иного формата, то обязательно потом создаю автосерию, которая будет нацелена на его продажу.

И это один из самых главных выводов, который вы можете вынести из данного текста – создавайте автосерию под платный продукт, а не платный продукт под автосерию. Именно в таком порядке.

- Используйте запускные материалы по максимуму.

То есть, когда вы впервые начинаете продавать тот или иной инфопродукт, делайте видео, pdf-отчеты, пишите статьи и смотрите на реакцию людей на них. А потом берите самые удачные из них и встраивайте в автосерию, создавая, тем самым, «вечнозеленый запуск».

Это почти никто не реализует, но данный подход позволяет вам сэкономить просто огромное количество времени.

Что же вы получаете от внедрения автосерий в ваш бизнес?

Первый и самый очевидный ответ – прибыль.

Но – я глубоко убежден, что непосредственная и сиюминутная прибыль не являются основными целями.

Главное – это формирование вокруг себя главного актива любого бизнеса – целевой и заинтересованной аудитории, которая знает вас, уважает вашу экспертность и следит за тем, что вы делаете.

Это самое главное.

Если вы начинающий, то начните с первой и максимально простой автосерии, в которой, возможно, будут продаваться даже не ваши инфопродукты, а партнерские – такое тоже возможно и это отлично работает.

Если вы опытный инфопредприниматель – то расширьте ваши возможности через создание множественных автосерий, которые будут переплетаться и приносить вам больше внимания аудитории.

Это кажется сложным?

На самом деле так и есть.

Можно по пальцам пересчитать людей, которые на самом деле создают для своего бизнеса десятки автоворонок.

Например – в моем аккаунте несколько сотен автоматических писем, которые позволяют давать ценность аудитории и получать прибыль даже тогда, когда я отдыхаю, путешествую или занимаюсь другими делами.

Автоматическая цепочка

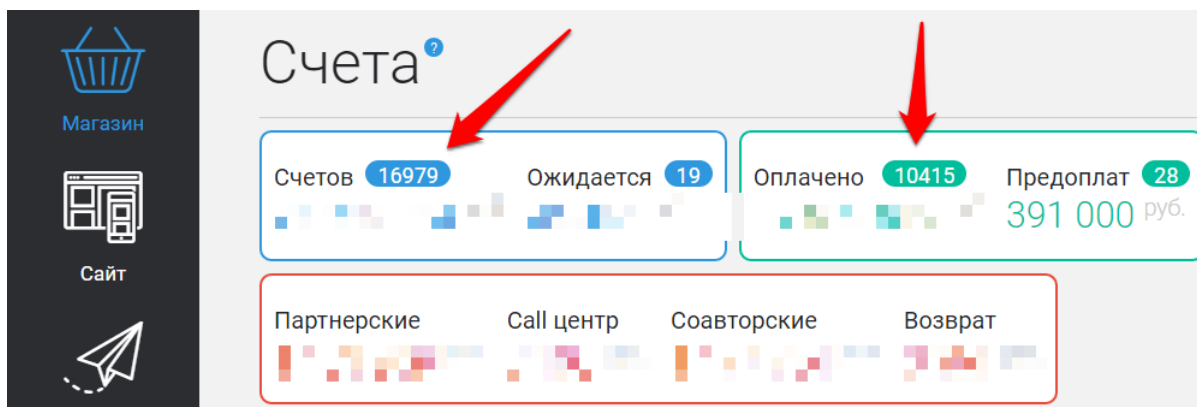
№	Название	Интервал	Выполнено	Открыто	Клики	Отписались	Спам	Группа
1	Скачайте pdf и видео с 3 кейсами рекламы в инфомаркетинге	0 м 0 м	1302					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео
2	Прошло 24 часа, а вы так и не скачали то, на что вчера подписались (3 кейса)	24 ч 1 д	499					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео
3	У вас все в порядке? Может быть возникли какие-то проблемы?	35 ч 2 д 11 ч	348					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео
4	Честно говоря, я удивлен. Проясните ситуацию, пожалуйста! ер	47 ч 4 д 10 ч	293					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео
1	[1 часть серии по рекламе] Два подхода к аналитике - чрезвычайно важно!	1 ч 1 ч	1036					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео - клик
2	[2 часть серии по рекламе] Нетипичные подписные с инфомаркетинге - скачайте pdf	27 ч 1 д 4 ч	1013					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео - клик
3	[3 часть серии по рекламе] Обещанное в прошлой серии видео про ретаргетинг	27 ч 2 д 7 ч	999					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео - клик
4	[4 часть серии по рекламе] Немного тупой способ прохождения модерации в контакте	29 ч 3 д 12 ч	994					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео - клик
5	[5 часть серии по рекламе] Отдельно про баннеры в Директе и AdWords	27 ч 4 д 15 ч	986					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео - клик
6	[6/7 часть серии по рекламе] Пост: Рекламный пост: Визитки	27 ч 5 д 18 ч	980					3 кейса рекламы в инфомаркетинге - pdf и видео - клик

Показать по 10 20 50 100 **37 страниц по 10 автоматических писем** из 37

Но – какой результат от всего этого, можете спросить вы, ведь количество далеко не всегда переходит в качество.

Результат вполне определенный – в моем аккаунте более 10 000 оплаченных заказов. И все они оплачены людьми, которые ранее один или множество раз прошли через мои автосерии писем.

Вот скрин:



Такой подход позволяет выстраивать стабильный бизнес, работающий на длинное плечо и всегда быть уверенным в том, что результаты будут улучшаться.

Если вам это нравится, и вы хотите подробнее узнать про то, как же это функционирует на самом деле, то следите за сообщениями от меня 😊 Не пропустите – это будет интересно.

А сейчас обязательно перейдите в вашу почту и посмотрите чек-лист с планом создания автоворонок продаж.

Дмитрий.

