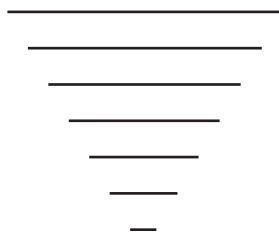


Мария Солодар

ВОРОНКА ПРОДАЖ

В ИНТЕРНЕТЕ



Москва
2019

УДК 004.738.5
ББК 32.973.202
С60

Редактор *М. Субботина*

Художественное оформление *С. Хозина*

Иллюстрации внутри книги из личного архива автора

В оформлении обложки использованы иллюстрации с Depositfiles

С60 **Солодар, Мария Александровна.**

Воронка продаж в интернете : [инструмент автоматизации продаж и повышения среднего чека в бизнесе] / Мария Солодар. — Москва : Эксмо, 2019. — 240 с. — (Бизнес-молодость. Книги для начинающих предпринимателей).

ISBN 978-5-04-091678-8

Солодар Мария — блогер, спикер крупнейших конференций по маркетингу, руководитель агентства по созданию автоворонок Evo-publishing, внедрившего автоворонки в работу топовых компаний Рунета.

Эта книга — первое на русском языке издание, посвященное созданию, оптимизации и автоматизации воронок продаж в интернете.

Автор книги предлагает решение: автоматизированную воронку — систему построения длительных отношений с пользователями для многоканальных продаж.

Ее результатом является повышение среднего чека, увеличение количества сделок, снижение затрат на рекламу, повышение конверсии и главное — автоматизация продаж в Сети, что сокращает издержки и положительно влияет на маржинальность.

Автор книги принесла на русскоязычное пространство тренд автоворонок, принимая участие в их создании для тысяч компаний: опт и розница, услуги и обучение, онлайн-магазины и b2b-сегмент, медицина и недвижимость, одежда и спорт... Весь этот опыт помещен на страницы книги: пошаговая инструкция по созданию и автоматизации воронки откроет новые возможности для ваших продаж в интернете.

УДК 004.738.5
ББК 32.973.202

ISBN 978-5-04-091678-8

© Солодар М., 2019
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	9
Чему вы научитесь и что сможете изменить в бизнесе после прочтения этой книги?	11
Давайте познакомимся	14
1. ЧТО ТАКОЕ ВОРОНКА ПРОДАЖ В ИНТЕРНЕТЕ	21
Глава 1. Что мы можем назвать воронкой?	23
Глава 2. Принципы воронки продаж	39
Глава 3. Из чего состоит автоворонка?	46
2. ПРОДУКТОВАЯ МАТРИЦА. СПОСОБ НАУЧИТЬ ВАШИ ПРОДУКТЫ ПРОДАВАТЬ СЕБЯ САМИМ	53
Глава 1. Зачем нужна продуктовая матрица?	55
Глава 2. Товар-магнит: официальное разрешение на вашу продажу	62
Глава 3. Предложение, от которого нельзя отказаться: устанавливаем финансовые отношения с помощью трипваера	73
Глава 4. Если клиент готов на большее: оптимизация прибыли ...	80
Глава 5. Тропинка возврата, или Как продавать раз, а деньги получать в течение долгих лет	91
3. АВТОКОММУНИКАЦИЯ	101
Глава 1. Создаем роботов в нашем бизнесе	103
Глава 2. Автопродавцы	109
Глава 3. Планируем путешествие клиента по воронке: стратегия емейл-рассылки	116

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 4. Емейл-письма в автоворонке: как удерживать интерес пользователей на длительной дистанции	124
Глава 5. Трафик-система	132
4. СОБИРАЕМ ВСЕ ВМЕСТЕ. РАЗБОР ДЕЙСТВУЮЩИХ АВТОВОРОНОК	141
Глава 1. «Большой котел»	143
Глава 2. Автовебинарная воронка	146
Глава 3. Автоворонка на базе формулы запусков Джека Волкера	159
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	173
Инструкции, чек-листы и другие полезные материалы для создания воронок	177
Инструкция по созданию портрета целевой аудитории	178
Инструкция по составлению аватара целевой аудитории	182
Пример образа аватара для информационного проекта по нетрадиционной медицине	184
История бренда	186
30 ментальных триггеров для продающих видео и текстов	188
Инструкция по созданию посадочной страницы (лендинга)	195
Рекомендации по написанию и оформлению емейл-писем	200
Структура продающего выступления на вебинаре от Тимура Тажетдинова	203
Чек-лист подготовки проведения вебинара	210
Словарь профессиональных слов и терминов	213
Отзывы о курсе	216

*Эта книга посвящена двум замечательным личностям —
маркетологам, моим учителям и партнерам
Тимуру Тажетдинову и Михаилу Дашкиеву.*

*А также всем ученикам и клиентам,
внедрившим автоворонки и вдохновившим
своими результатами на это издание.
Без вас его не было бы.*

Алиса пошла вслед за кроликом и угодила в целый необъятный мир, о существовании которого никто даже и не подозревает. Чтение этой книги заставит вас тоже почувствовать себя Алисой в Зазеркалье. Вы обнаружите, что за одной лишь кнопкой или безобидным баннером в Интернете могут скрываться целые системы туннелей и ходов, которые приносят миллионы их создателям.

Концепция автоворонок — это совсем не то, что вы думаете и ожидаете услышать про воронку продаж. Вы убедитесь, что ваше предыдущее понимание было слишком поверхностно и не имело практической значимости.

Новое же понимание и видение, которое возникнет после прочтения этой книги, откроет вам глаза на бизнес и деньги по-новому. Вы поймете, что можете зарабатывать гораздо больше на том, что у вас есть уже сейчас.

Вы почувствуете азарт и предвкушение победы над конкурентами, потому как то, что вам предстоит увидеть на следующих страницах, практически невозможно разгадать, скопировать или придумать случайно. Если не прочесть эту книгу, конечно.

При первом же серьезном опыте внедрения воронок в наш бизнес мы смогли сделать около миллиона долларов выручки при практически 90% рентабельности. Ведь теперь нашими продавцами стали не люди, а роботы.

Мария проделала огромную работу по адаптации лучших технологий американского маркетинга к нашим бизнес-реалиям. Наслаждайтесь!

Михаил Дашкиев,
предприниматель, сооснователь
сообщества «Бизнес Молодость»

Эта книга вышла очень своевременно. Изложенный в ней практический опыт внедрения — то, что нужно каждому бизнесу, в том числе и на русскоязычном пространстве.

Именно так устроены бизнесы современных миллионеров, даже если у них в команде всего 4—5 человек.

Подкупает легкость подачи материала. Это высший пилотаж — так доступно объяснить довольно сложную систему автоворонки со всеми ее инструментами и принципами.

Получилось полноценное пошаговое руководство, которое никогда не будет лежать на полке после прочтения. Там столько идей по оптимизации бизнес-процессов, что с одного раза все и не внедришь. Я не ошибусь, если скажу, что практическая польза применения знаний из этой книги тянет на миллионы долларов.

Кристина Мянд-Лакьяни,
*писатель, художник,
основатель компании Mindvalley —
мирового лидера рынка
неформального образования*

ВСТУПЛЕНИЕ

ЧЕМУ ВЫ НАУЧИТЕСЬ И ЧТО СМОЖЕТЕ ИЗМЕНИТЬ В БИЗНЕСЕ ПОСЛЕ ПРОЧТЕНИЯ ЭТОЙ КНИГИ?

Вы держите в руках очень полезную книгу. Надеюсь, что она является таковой хотя бы потому, что учит одному из ценнейших навыков в бизнесе. И это не умение привлечь инвестиции, построить финансовую модель или вести переговоры.

Благодаря ей вы научитесь превращать незнакомца в постоянного клиента, сокращая издержки и осознанно влияя на рост прибыли. Именно это является основной функцией автоворонки.

Мое окружение — предприниматели и маркетологи. Постоянно вижу сотни уставших бизнесменов вокруг, дело которых держится только на их персоне: они выжаты, уехать на месяц в отпуск или даже шанс на полноценные выходные не представляется реальным, огромные обороты совсем не маргинальны, раздутый неуправляемый штат «съедает» всю выручку.

Но вместе с тем я знаю и людей, которые делают бизнес легко: наши знакомые Speaking Empire зарабатывают более 5 миллионов долларов в год, и у них не более 5 сотрудников. Или Френк Керн: у него вообще один сотрудник, а миллионов — 10...

Осознание такой математики вводит в ступор.

Как это объяснить? Голубой океан? Уникальный продукт? Харизма лидера? Магия?

Одной из существенных причин такого успеха считаю эффективный подход к аудитории, продажам, бережливость, исключение дополнительных расходов на штат за счет автоматизации.

Иногда мне кажется, что у постсоветского человека гипертрофировано уважение к труду, вследствие чего культивируется его тяжесть и объем вместо эффективности: кто много и в поте чела работает, тот молодец. Но ведь на самом деле это совсем не круто. Нам стоит учиться работать мало, но метко.

Именно поэтому своей миссией я вижу развитие, популяризацию и внедрение на русскоязычном пространстве автоматизированных воронок продаж — инструмента, который увеличивает эффективность бизнеса.

За 5 лет практики внедрения этого инструмента в разные ниши и бизнес-процессы у меня накопилось много опыта и советов по автоматизации продаж, оптимизации воронок конвертации клиентов. И я делюсь им на многочисленных конференциях, курсах, в СМИ. За это время удалось сделать автоворонки трендом интернет-маркетинга. Сегодня они входят в обязательный набор продаж в Интернете: если раньше было достаточно трафика, сайта и отдела продаж, теперь к этому набору присоединилась и система автоматической конвертации и прогрева трафика.

Я очень рада, что весь этот опыт удалось поместить в одной книге. В итоге прочтения ее вы узнаете, как:

- выстраивать доверительные и длительные отношения с клиентами;
- в разы повышать средний чек;
- делать органический рост бизнеса прогнозируемым и управляемым;
- получать больше прибыли при тех же денежно-временных инвестициях;

ВСТУПЛЕНИЕ

— автоматизировать процесс продаж, делая так, чтобы сотрудникам не приходилось проводить каждую операцию, но ее осуществляла система.

Мы с вами разберемся, что же такое эта самая воронка продаж и из чего она состоит. Построим продуктовую линейку, разберем механику продаж: апселлы, кросселлы, даунселлы и другие горячо любимые мной понятия. Освоим емейл-маркетинг и другие средства автоматизации коммуникации. Также поговорим о психологии: вовлечении, удержании внимания людей в воронке.

В итоге вы сможете внедрить воронку в свой бизнес, повысив показатели прибыльности. Либо выберете стать профессиональным мастером создания автоворонок и внедрять их в другие проекты.

Круто? Ну ведь очень классная и насыщенная программа. Мы постарались выложиться по полной. Поэтому запаситесь ручкой, терпением и любознательностью.

Итак...

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

Привет, меня зовут Маша. На обложке книги, которую вы держите в руках, указано: Мария Солодар. Но мне бы хотелось поскорее уйти от формальностей, ведь на страницах этого издания я буду погружать вас в свой мир — мир интернет-маркетинга, массовой психологии, автоматизации продаж и тотальной оптимизации — всего того, чем живу, и, надеюсь, для вас это путешествие станет не только интересным, но и полезным.

Вы наверняка интересная, развивающаяся личность, если выбрали эту книгу. Те, кто не развивается, книг вообще не читают, а тем более на бизнес-тематику. Потому представляю вас очень интересным и умным. Перевернув последнюю страницу, вы не просто станете компетентны в создании воронок продаж в Сети, а будете знать о них больше, чем любой из моих друзей, поэтому автоматически становитесь интересным для меня собеседником. Так что считаем, что с момента прочтения вами этой книги мы — друзья.

Правда, для начала мне нужно немного рассказать о себе, о своем опыте и о том, как пришла к созданию воронок. Обязательно, ведь есть мнительные люди, которые, даже купив и уже держа в руках книгу, еще не доверяют и думают: «И зачем я читаю это, какое у нее право мне что-то рассказывать?»

Кроме того, учитывая тематику книги, быть может, это единственное интересное место с историей для девочек.

Шучу — дальше, конечно, только интересней. Поэтому кратко. Страшно сказать: вот уже 5 лет, как я занимаюсь маркетингом. За это время создала сотни воронок, работала с разными направлениями бизнесов: интернет-магазинами, строительством, b2b, услугами, франшизами, чаще всего с образовательными проектами.

Часто спрашивают: как ты к этому пришла?

В детстве я была не самым послушным ребенком и далеко не лучшей ученицей. Мягко говоря. На уроках по математике читала приключенческие и исторические романы. А на физкультуру вечно забывала форму или подделывала «записки» от имени родителей (мама, прости, если ты это сейчас читаешь).

Но отец однажды сделал замечательную вещь. Он спросил меня, кем хочу стать, когда вырасту. После краткого анализа оказалось, что это точно будет связано с обществознанием — реклама или, быть может, журналистика, для чего нужно учить языки, географию, историю, правоведение, а остальное — не обязательно.

Я послушалась отцовского совета очень буквально. С того дня ни разу не выполняла домашнего задания по алгебре — только переписывала ответы с решебника. А по физкультуре даже умудрилась получить единицу за семестр. Но по литературе, истории и географии всегда была лучшей, побеждала на олимпиадах и конкурсах и читала, читала, читала...

После поступления в университет (философский факультет, отделение политологии) у меня появилась страсть к психологии и первая практика в сфере рекламы (если честно, обычным промоутером у ларька с табачными изделиями). Затем — карьерный рост: супервайзер, менеджер по рекламе, руководитель рекламного отдела в крупной компании с сомнительной репутацией. Впрочем, репутация тогда мало волновала — клю-