

Сергей Поляков

12:23

Как увеличить
online продажи
на 300%

**Клиенты из
мессенджеров**



Сергей Поляков

**Клиенты из мессенджеров. Как
увеличить online продажи на 300%**

«Издательские решения»

Поляков С.

Клиенты из мессенджеров. Как увеличить online продажи на 300%
/ С. Поляков — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-932164-0

SEO, SMM, контекст умирают. E-mail маркетинг уходит в прошлое. Facebook, Instagram и Вконтакт фаны бесполезны. Настала эпоха продвижения в мессенджерах. Бизнесы нуждаются в маркетинге нового поколения. Успейте на этот поезд, пока нет конкуренции — прочитайте эту книгу.

ISBN 978-5-44-932164-0

© Поляков С.
© Издательские решения

Содержание

Коротко о себе	6
Глава 1. Привлечение клиентов	7
Почему не работают посты в социальных сетях?	7
Что не так с Имейл-маркетингом?	9
Почему мессенджеры работают?	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Клиенты из мессенджеров Как увеличить online продажи на 300%

Сергей Поляков

© Сергей Поляков, 2018

ISBN 978-5-4493-2164-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Коротко о себе

У меня несколько направлений занятий.

Одно направление – это детский центр «Беби-клуб» по франшизе, я им занимаюсь с 2010 года. Наш результат – 40 миллионов рублей годовой выручки. В том числе спикер INSIDE FRANCHISOR SUMMIT.

Другое направление – это маркетинговое агентство (таргетированная реклама в «Фейсбуке», «Инстаграме», «Вконтакте» и «Одноклассниках», чат-боты в мессенджерах, ведение «Инстаграма» и других социальных сетей для продаж).

Консультирую учебные центры по увеличению прибыли. Автор проекта «#Антихаос»: директор учебного центра.

Из личного: достигал результата в сложнейших спортивных соревнованиях, таких как Ironman triathlon на дистанцию 226 км, беговой ультрамарафон в Сахаре (Marathon des Sables) на дистанцию 254 км и других. Благобегун фонда помощи сиротам «Арифметика добра».

Глава 1. Привлечение клиентов

Почему не работают посты в социальных сетях?

А хочу я начать с того, почему все озаботились этими мессенджерами, почему сейчас в новостях постоянно мы слышим: «„Фейсбук-мессенджер“, чат во „ВКонтакте“, всякие возможности в „Одноклассниках“, в WhatsApp». Сейчас все крупные соцсети, в том числе и «Фейсбук», прилагают какие-то усилия для того, чтобы усложнить жизнь обычному малому бизнесу.

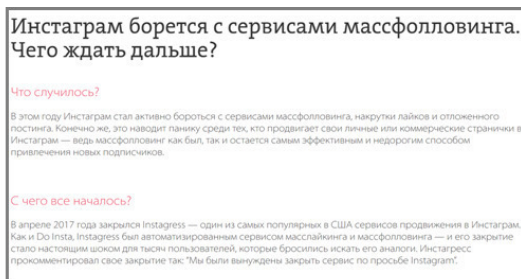
В январе этого года мы услышали, как Цукерберг сказал, что теперь в «Фейсбуке» он будет показывать больше сообщений от друзей, от родственников и, как следствие, компании, которые до этого продвигали свои страницы, вкладывали деньги, будут показываться меньше. То есть вы потратили деньги, можно сказать, наполовину впустую, потому что Цукерберг решил поменять алгоритм новостной ленты.

Теперь для того, чтобы ваши же подписчики вас увидели, вам нужно заплатить Цукербергу за рекламу. Странная логика. Вы уже один раз заплатили за то, чтобы они стали вашими подписчиками, например, через рекламу, второй раз вы заплатите, чтобы они увидели ваши сообщения, потому что по умолчанию они видят сообщения от друзей и родственников – от живых людей. С этой проблемой в «Фейсбуке» теперь будут сталкиваться все.



Скриншот из новостей в интернете

Но «Фейсбук» – не единственная соцсеть. «Инстаграм» делает то же самое с приоритизацией постов, и не факт, что ваши подписчики вас увидят, плюс он закручивает гайки с точки зрения продвижения. Наверняка вы слышали тему прошлого года о том, что «Инстаграм» начал отлавливать тех, кто пользуется масслайкингом и массфолловингом, и стал закрывать разные сервисы автоматизации. Это тоже усложняет жизнь малым предпринимателям, которые зарабатывают деньги и в «Фейсбуке», и в «Инстаграме».

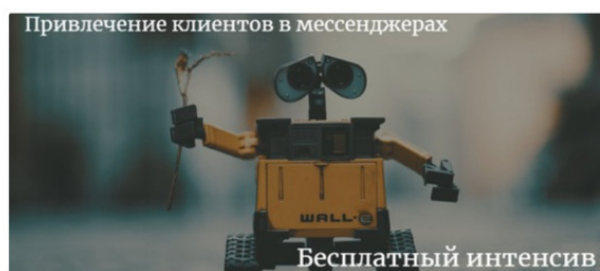


Скриншот из новостей в интернете

Мир разделился на «до» и «после». В самом начале в «Инстаграме» все было просто. Ты мог продвигать себя лайками, фолловингами. Если ты успел набрать много подписчиков до того, как все это начало меняться, тебе повезло. Если ты начинаешь сейчас, то сейчас и конкуренция больше, и все пути простого набора подписчиков закрыты. Теперь один из немногих работающих способов набора подписчиков – это платная реклама. Вы получили подписчиков, и, чтобы они могли вас увидеть, вы должны платить.

Во «ВКонтакте» происходит то же самое. Сегодня я сделал скриншот реального поста – напоминание о том, что вечером нужно прийти на встречу.

Чтобы получить приглашение, напишите сообщение "бесплатный интенсив" в чат:
vk.me/acebotru



Авторонки и чат-боты
vk.me

Сергей Поляков

Нравится Комментировать

Пост приглашения на интенсив

Результат – 10% просмотров участниками группы. То есть подписчики не увидели это сообщение.

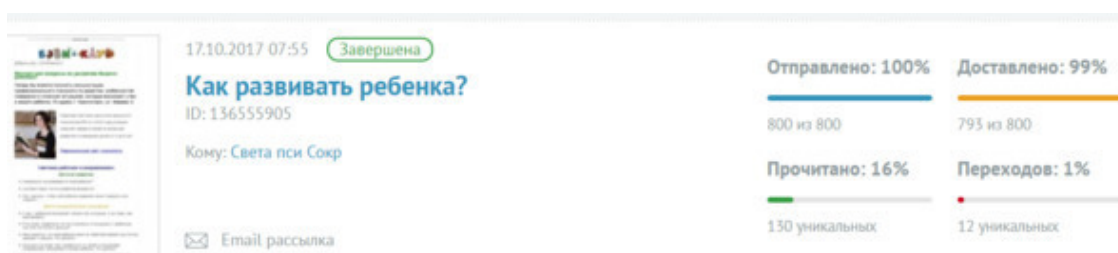
Почему так произошло, есть 2 возможных варианта. Они могли не заходить во «ВКонтакте», они могли зайти во «ВКонтакте», но в ленте это сообщение не появилось, потому что они увидели другие сообщения – от друзей, увидели те сообщения, где больше лайков, и пост в группе стал бесполезным. Какая же здесь общая проблема? Раньше мы в социальных сетях постили картинки, их видели подписчики, новые потенциальные клиенты, и они могли зайти, присоединиться и купить какие-то наши услуги.

Мы у себя в детских центрах в прошлом или позапрошлом году решили посчитать, сколько клиентов реально к нам пришли из групп в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук». Наши администраторы тратили время, писали тексты, вставляли картинки, отвечали на вопросы, а ответ – почти никто из социальных сетей к нам не пришел. Возникает вопрос: а нужно ли вообще этим заниматься? То есть в чем смысл постить картинки, если это не дает никакой экономической выгоды?

Что не так с Имейл-маркетингом?

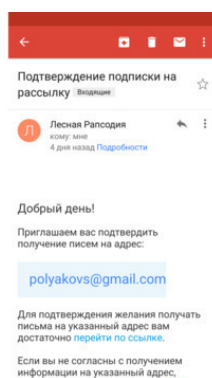
То же и с имейлом. Имейл открывают все меньше и меньше. Приведу реальную картинку 17.10.2017. Нашим детским центром сделана рассылка, отправлена 800 клиентам, прочитали только 130 человек. Всего лишь 16% открыли это сообщение, хотя эти клиенты – это не купленная база, это клиенты, которые у нас либо занимаются, либо не так давно занимались.

Это клиенты, которые с нами знакомы, у которых действующие или недавно были действующими договоры с подписями и печатями, они были в нашем клубе, и из них открыли только 16%. Они даже не знают, о чем мы написали, то есть здесь вопрос просто в открытии, а переходов вообще был только 1%.



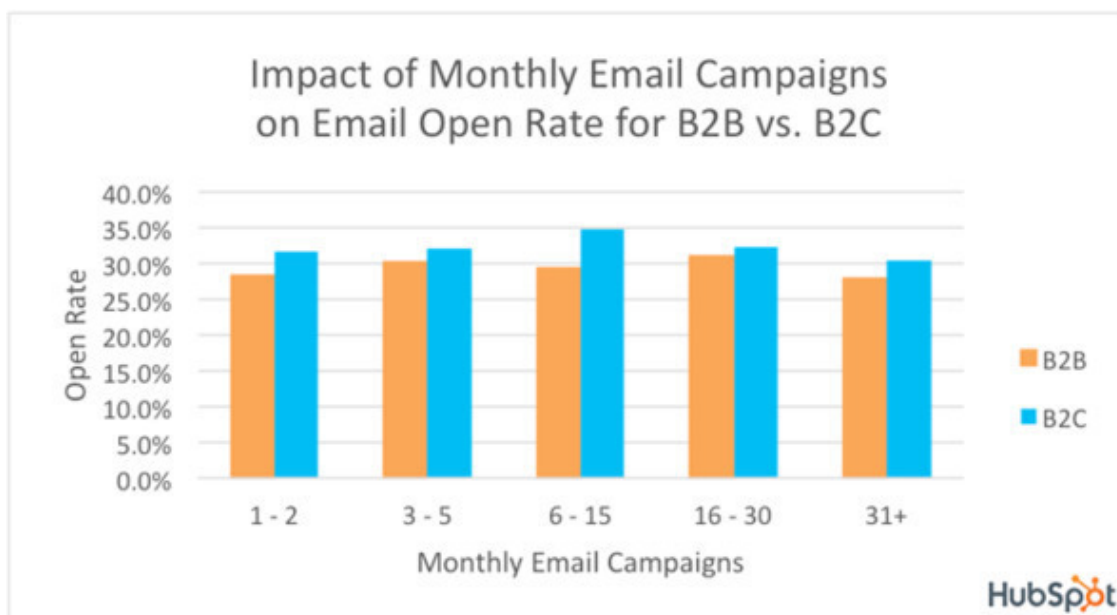
Статистика рассылок email

Конечно, можно обсудить, насколько хорошо мы написали письмо, но общая статистика такая – 16%, 20%, 25%. Три четверти людей не прочитают ваше письмо вообще. Так есть ли смысл в разных сервисах для имейл-маркетинга, в людях, которые занимаются имейл-маркетингом?



Подтверждение подписки email

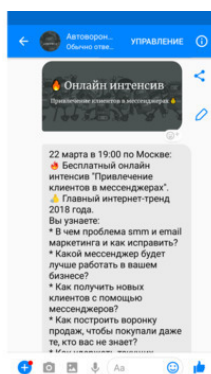
Например, мы делаем вебинар «Как узнать таланты вашего ребенка?». Мама заходит, и ей интересно это посмотреть, вне зависимости от того, хочет она к нам ходить или не хочет, и уже потом мы ей что-то дополнительно присылаем. В случае версии с имейлами есть еще один шаг – подтверждение, на котором мы тоже теряем людей. Статистика не моя, а компании Hubspot, и 35% открытия – это лучший вариант.



Статистика Hubspot

То есть у нас есть база подписчиков, но только 1 из 5-ти открывает наши имейлы. Соответственно, мы продаем в 5 раз меньше, чем могли бы на самом деле. Все то, где я упоминаю конверсию, проценты, на самом деле напрямую связано с деньгами. Если наши сообщения открыла половина, это значит, что мы получили половину возможной выручки.

В случае с мессенджерами вариант ответа простой: человек нажал «подтвердить», «начать» и сразу получает то, на что он зашел посмотреть. Ему не нужно подтверждать имейл, не нужно производить какие-то дополнительные действия, он переходит в мессенджер, нажимает «начать» и сразу получает книгу, ссылку на вебинар или то, что он запрашивал, – какую-то полезную информацию.



Подтверждение регистрации

Почему мессенджеры работают?

Почему эта тема мессенджеров возникла и активно обсуждается? Вы можете оценить по себе, что мессенджерами и телефонами мы пользуемся постоянно – «Вайбер», «Телеграм», во «ВКонтакте» сообщения к нам приходят, в WhatsApp мы переписываемся. По статистике, современный человек более 100 раз в день смотрит на телефон. Даже когда у него нет всплывающих сообщений, он все равно туда заглядывает на всякий случай, такая у него выработалась привычка.

Поэтому, если мы будем общаться с клиентами в мессенджерах, это будет гораздо проще, чем находить их в e-mail, в социальных сетях, в каких-то других каналах. Google в 2016 году написал, что, по их статистике, 65% клиентов предпочитают писать, а не звонить.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.