



ИЮЛЬ 2022

Тетрадь для работы над проектом

для специалиста по автоворонкам и чат-ботам

Версия 1.0

АВТОР

Кузьмина Алена



12+

Алена Кузьмина
Рабочая тетрадь
для специалиста по
автоворонкам и чат-ботам

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67859091
SelfPub; 2022*

Аннотация

В тетради собраны важные для специалиста по автоворонкам документы, схемы и чек-листы. Есть места для самостоятельных записей. Вы сможете собрать все материалы по проекту в одном месте и получить вдохновение, перепроверить автоворонку перед запуском и написать хороший кейс. Это не учебник по автоворонкам и чат-ботам. Здесь краткая информация по каждому этапу работы с клиентом.

Содержание

Вступление	4
Календарь (план) работы	6
Бриф	8
Популярные схемы автоворонок	16
50 идей для лид-магнита	24
Конец ознакомительного фрагмента.	27

Алена Кузьмина

Рабочая тетрадь

для специалиста по

автоворонкам и чат-ботам

Вступление

Привет! Меня зовут Алена Кузьмина. С 2018 года я каждый день работаю с рассылками и чат-ботами в мессенджерах. Три года работала в команде платформы BotHelp и создавала контент, который помогает пользователям сервиса успешно работать и создавать свои чат-боты.

В тетради собраны важные для специалиста по автоворонкам документы, схемы и чек-листы. Есть места для самостоятельных записей.

Вы сможете собрать все материалы по проекту в одном месте и получить вдохновение, перепроверить автоворонку перед запуском и написать хороший кейс.

Это не учебник по автоворонкам и чат-ботам. Здесь краткая информация по каждому этапу работы с клиентом.

Что входит в рабочую тетрадь?

– календарь (план) работы;

- бланк договора по автоворонкам и чат-ботам;
- бриф для заказчика;
- примеры схем автоворонок для различных ниш;
- 50 идей для лид-магнитов;
- чек-лист по оформлению подписной страницы;
- правила текстов для чат-ботов и автоворонок;
- чек-лист перед запуском трафика;
- таблица для аналитики;
- выводы после завершения работы;
- как написать кейс.

Все материалы обязательно вам пригодятся в работе, даже если тексты пишет для вас копирайтер, а клиенту нужна самая простая воронка.

Удачи!

Календарь (план) работы

Чтобы сотрудничество прошло успешно, вам нужен план и четкие сроки по его выполнению.

Ниже перечислены основные этапы сотрудничества. Каждый из них вы можете дополнить более детальным описанием задач. Например, создание контента можно разбить на пункты:

- текст для подписной страницы
- текст первого сообщения с выдачей лид-магнита
- прогрев подписчика
- предложение трипвайера
- предложение основного продукта
- дожим, напоминания и т.д.

	Этап работы	Сроки	Отметка о выполнении
1	Оформление сотрудничества (заключение договора)		
2	Сбор информации (созвоны, заполнение брифа)		
3	Изучение и анализ полученной информации		
4	Создание стратегии		
5	Согласование стратегии		
6	Создание контента (лид-магнит, тексты для сообщений)		
7	Техническая сборка автоворонки на платформе		
8	Подготовка к вебинару		
9	Тестирование, проверка по чек-листу		
10	Запуск трафика		
11	Контроль за работой автоворонки		
12	Сбор статистики, аналитика, выводы		
13	Усиление продаж (редактирование автоворонки)		
14	Завершение сотрудничества по данному проекту (запросить отзыв)		

Шаблон договора можно скачать здесь: <https://docs.google.com/document/d/174QnArEGfQgWDLosfMMMowsgCCx0wj0Y/edit>

Бриф

Чтобы правильно разработать стратегию для автоворонки, вам нужен бриф. Это список вопросов про компанию, продукт, целевую аудиторию и т.д.

Бриф заполняет заказчик самостоятельно либо вместе с вами на созвоне. Просите отвечать на вопросы как можно подробнее – это очень важно для качества работы. Заполненный бриф поможет вам не только разработать стратегию, но и оценить объем и стоимость работы, определить цели и желания клиента, получить всю важную информацию для работы в одном месте.

После изучения брифа у вас могут появиться новые вопросы – это нормально ;)

Обязательно подстраивайте бриф под своего клиента: добавляйте или убирайте некоторые вопросы. Представленный ниже вариант – основа.

Компания

Название компании Сайт компании Страницы компании в соцсетях	
Сведения о компании (проекте): — сфера деятельности — месторасположение — график работы — как давно вы на рынке — география продаж	
Где вы берете основных клиентов? Какие каналы и насколько хорошо они работают?	
Какие инструменты продвижения использовали ранее? Опишите основные показатели, результаты Какие инструменты продвижения планируете использовать в дальнейшем?	

Продукт

Опишите основные товары/ услуги	
Укажите стоимость товара / услуги	
Есть ли акции, спец.предложения? Срок их действия, условия	
Какие проблемы и задачи решает ваш продукт/ услуга? Кто и в какой ситуации их использует? Опишите 3 ситуации, в которых может понадобиться ваш продукт или услуга. Как он решит эти проблемы?	
УТП продукта <i>Можно обсудить подробно в личной беседе при созвоне</i>	
Есть ли аналоги у вашего продукта? Опишите преимущества вашего продукта перед аналогами Сможет ли клиент решить проблему без него? Каким способом?	
Перечислите самые популярные виды вашего продукта/ услуги	
Опишите идеальный результат, который даст ваш продукт клиенту Какие ожидания и результат? Какие шаги должен пройти клиент, чтобы получить окончательный результат от вашего продукта/ услуги?	
За что чаще всего хвалят ваш продукт/ услугу? <i>Можно дать ссылку на отзывы</i>	
За что чаще всего критикуют ваш продукт/ услугу <i>Можно дать ссылку на отзывы</i>	
Опишите процесс работы с клиентами: — как проходит общение (средство связи)? — как оформляется заявка, сотрудничество? — как оплачивают? — как получают доступ к товару/услуге? — как получают товар/услугу?	

Клиенты

<p>Целевая аудитория:</p> <ul style="list-style-type: none"> — пол — возраст — семейное положение — дети (возраст, кол-во) — кем работает — уровень личного/семейного дохода — где живет? — интересы, хобби — ценности ЦА 	
<p>Какие проблемы, боли у ЦА, которые решит товар?</p>	
<p>Страхи ЦА, скрытые желания</p>	
<p>Кто принимает решение о покупке?</p> <p>Кто влияет на решение покупки</p> <p>Срок принятия решения о покупке</p>	
<p>Опишите вашего идеального клиента, с которым вам не сложно работать</p> <p>Почему он еще не решил свою проблему? И какие шаги предпринимал к ее решению?</p> <p>Понимает ли они ценность вашего продукта/ услуги?</p>	
<p>Что знают ваши клиенты о вашем продукте/ услуге?</p>	
<p>Какие у них заблуждения относительно вашего товара?</p>	
<p>Какие вопросы задают чаще всего?</p>	
<p>Назовите самые популярные возражения ваших клиентов</p>	
<p>Назовите ответы на самые популярные возражения</p>	
<p>Какие эмоции испытает ЦА, когда проблема решится, боль закроется с помощью вашего товара</p>	
<p>Где можно найти ваших клиентов?</p>	

Конкуренты

Кто ваши основные конкуренты? <i>(Название компаний, ссылки на сайты, соцсети)</i>	
Какие у них сильные стороны?	
Какие у них недостатки?	
Чем отличаются ваши продукты/ услуги?	
Какие способы продвижения используют ваши конкуренты? <i>(материалы, рекламные объявления, другие ваши наблюдения)</i>	

Автоворонка

Для каких мессенджеров нужна автоворонка?	
Была ранее автоворонка? Как она работала? На какой платформе создавалась? Какие результаты достигли?	
Для какого продукта/события нужна автоворонка? <i>(проведение вебинара, продажа курса, привлечение клиентов в магазин)</i>	
Что можете предложить в качестве лид-магнита (бесплатного продукта)	
Нужен ли трипвайер — и какой продукт будет?	
Необходима интеграция с CRM? Если да, то с какой именно системой?	
Какую цель необходимо достичь с помощью автоворонки? <i>(сколько продать мест на курс, сколько человек должно пройти марафон до конца и т.д., какую выручку принести?)</i>	
Какие функции должна выполнить автоворонка? Перечислите задачи, необходимые для выполнения <i>(сегментировать ЦА, записать на прием, догреть, принимать оплату, продавать доп. товары и услуги)</i>	

Дополнительные вопросы

Нужно ли сопровождение вебинаров, помощь в их организации?	
Какие полезные материалы есть у вашей компании? (<i>Уроки в записи, чек-листы, инструкции</i>)	
Расскажите интересные случаи из практики, истории клиентов	

Популярные схемы автоворонки

На следующих страницах вы увидите примеры схем автоворонки для **ТОП 5 ниш инфобизнеса**: психология, похудение, эзотерика, онлайн-заработок, иностранные языки.

Они помогут вам наглядно увидеть из чего состоит стандартная автоворонка и натолкнут на интересные мысли для вашего проекта.

Вам необязательно следовать предложенной схеме: все зависит от продукта, аудитории и целей заказчика. Часто в схемах нет трипвайера (недорого продукта), чтобы как можно больше собрать оплат за основной продукт. Иногда лучше работает обратная схема (когда сначала продается дорогой продукт, а затем маленький). Нужно пробовать разные схемы, тестировать и анализировать результаты.

И немного терминов

Автоворонка продаж – это последовательная цепочка сообщений, которая помогает плавно подвести человека от его боли и потребности к покупке основного продукта (а далее к повторным покупкам).

Автоворонка включает в себя следующие составляющие:

Лид-магнит – бесплатный полезный материал в формате статьи, pdf, видео.

Цель: привлечь внимание ЦА, получить подписку/контакты, сегментировать аудиторию.

ТрипВайер – это недорогой или условно бесплатный продукт, решающий небольшую часть общей проблемы или потребности клиента, ценность которого гораздо выше цены.

Задача: привести клиента к специалисту для личного контакта и последующей продажи основного продукта.

Основной продукт – то, что дает основную выручку. Обычно это пакет консультаций из 5-10 встреч, групповая терапия или курс, на котором будет решена проблема клиента.

Максимизатор прибыли – дополнительные услуги или товары, увеличивающие средний чек.

Весь контент (статьи, видео, PDF и прочее) должен плавно и эффективно подводить клиента от одного этапа принятия решения о покупке к другому и постоянно напоминать о проблеме, вызывать желание ее решить с помощью эксперта.

ар автоворонки в нише ПСИХОЛОГИИ



Недорогой или условно бесплатный продукт, решающий небольшую часть общей проблемы или потребности клиента, ценность которого гораздо выше цены.

ЛИЧНАЯ РАБОТА

- бесплатная консультация (15-30 минут)
- установочная сессия-консультация со скидкой
- интенсив, марафон, практикум

ЗАПИСИ

- запись вебинара / интенсива
- интенсив / тренинг / мини-курс
- гайд / методика / книга
- практика, медиации

Формат: озвон, видео, текст, мини-курс, встреча

Цель: привести подписчика к специалисту для личного контакта и последующей продажи основного продукта.

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Полезный контент + предложение TripWire
2. Полезный контент: советы / обзоры
3. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью TripWire + напоминание о TripWire
4. Полезный контент + последний шанс воспользоваться предложением TripWire

Основной продукт, решающий запрос подписчика

- пакет консультаций из 5-10 встреч
- групповая терапия
- курс, на котором будет решена проблема клиента

Цель: получить основную выручку

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Спецпредложение решить проблему подписчика с помощью курса или групповой терапии
2. Сообщения, которые объясняют причины появления проблемы и почему ее надо решать сейчас и с вами
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)
4. Дожимные письма с описанием результатов после курса
5. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью основного продукта + напоминание об окончании спецпредложения

Дополнительные услуги и товары

- групповая терапия на другую тему клиента
- закрытый клуб

Цель: увеличить средний чек

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Прогрессные сообщения, концентрирующие внимание на проблеме подписчика
2. Спецпредложение решить проблему подписчика с помощью курса или групповой терапии
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)
3. Дожимные письма с описанием результатов после курса, терапии или закрытого клуба
4. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью доп-продукта + напоминание об окончании спецпредложения

Предложение новых продуктов «старым» подписчикам.

ПРИГЛАШЕНИЯ НА ВЕБИНАРЫ

- ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ, который повышает экспертность:
- что делать, если ребенок не слушает ваши просьбы
 - самая главная ошибка на свидании
 - что мешает вашей карьере?

Предложение записаться в ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ СПИСОК на курс или сессии со скидкой

Цель: повысить лояльность, получить повторные продажи

авторонки в нише эзотерики



Недорогой или условно бесплатный продукт, решающий небольшую часть общей проблемы или потребности клиента, ценность которого гораздо выше цены.

ЛИЧНАЯ РАБОТА

- бесплатный расклад, диагностика
- разбор / решение определенной проблемы
- мини-консультация (15-30 минут)
- интенсив, марафон, практикум

ЗАПИСИ

- запись вебинара / интенсива
- интенсив / тренинг / мини-курс
- гайд / методичка / книга
- медитация

Формат: созвон, видео, текст, мини-курс, встреча

Цель: привести подписчика к специализату для личного контакта и последующей продажи основного продукта.

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Полезный контент + предложение TripWire
2. Полезный контент: советы / обзоры
3. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью TripWire + напоминание о TripWire
4. Полезный контент + последний шанс воспользоваться предложением TripWire

Основной продукт, решающий запрос подписчика

- консультация (1-2 часа);
- пакет консультаций из 2-5 встреч;
- составление карты, прогноза на 6, 12 месяцев;
- индивидуальная работа с проблемной клиент;
- марафон - знакомство с темой;
- курс по обучению профессии.

Цель: получить основную выручку

Какие сообщения отправить подписчику?

1. След. предложение решить проблему подписчика с помощью консультации, расклада или курса
2. Сообщения, которые объясняют причины появления проблемы и почему ее надо решать сейчас и с вами
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)
4. Дожимные письма с описанием результатов после курса
5. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью основного продукта + напоминание об окончании спец. предложения

Дополнительные услуги и товары

- расклад, консультация по другому вопросу;
- повторная диагностика;
- проведение обрядов, ритуалов, снятие порчи, защита энергий.

Цель: увеличить средний чек

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Прогнозные сообщения, концентрирующие внимание на проблеме подписчика
2. Спец. предложение решить проблему подписчика с помощью расклада, консультации
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)
3. Дожимные письма с описанием результатов после расклада, ритуалов и т.д.

4. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью доп. продукта + напоминание об окончании спец. предложения

Предложение новых продуктов «старый» подписчик

ПРИГЛАШЕНИЯ НА ВЕБИНАРЫ

ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ, который показывает экспертизу:

- гороскопы
- практики
- обряды
- рекомендации

Предложение записаться в **ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ СПИСОК** на консультацию со мной

Цель: повысить лояльность, получить повторные продажи

Твороронки в нише иностранных языков



Недорогой или условно бесплатный продукт, решающий небольшую часть общей проблемы или потребности клиента. Ценность которого гораздо выше цены.

языке

ЛИЧНАЯ РАБОТА

- собеседование, тестирование на определение уровня знаний
- пробный урок с преподавателем со скидкой или бесплатно
- интенсив, тренинг
- абонемент на занятия со скидкой

ного

ЗАПИСИ

- запись вебинара / интенсива
- гайд / методичка / книга

ФОРМАТ,

Формат: озвон, видео, текст, мини-курс, встреча
Цель: привести подписчика к специалисту для личного контакта и последующей продажи основного продукта.

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Полезный контент + предложение TripWire
2. Полезный контент: советы / обзоры
3. Отзывы клиентов, решивших свою проблему / с помощью TripWire + напоминание о TripWire
4. Полезный контент + последний шанс воспользоваться предложением TripWire

Основной продукт, решающий запрос подписчика

- курс по иностранному языку
- абонемент на занятия
- индивидуальная работа, сопровождение

Цель: получить основную выручку

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Спецпредложение решить проблему подписчика с помощью курса или индивидуальной работы
2. Сообщения, которые объясняют причины появления проблемы и почему ее надо решать сейчас и с вами
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)

Дополнительные услуги и товары

- развлекательный клуб
- дополнительные занятия с носителем языка
- рабочие тетради, словари на определенные случаи

Цель: увеличить средний чек

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Прогрессивные сообщения, концентрирующие внимание на проблеме подписчика
2. Спецпредложение решить проблему подписчика с помощью распада, консультации
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)

3. Дожимные письма с описанием результатов после клуба или занятий
4. Отзывы клиентов, решивших свою проблему с помощью доп. продукта + напоминание об окончании спецпредложения

Предложение новых продуктов -старшим подписчикам

ПРИГЛАШЕНИЯ НА ВЕБИНАРЫ

ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ, который показывает экспертность:

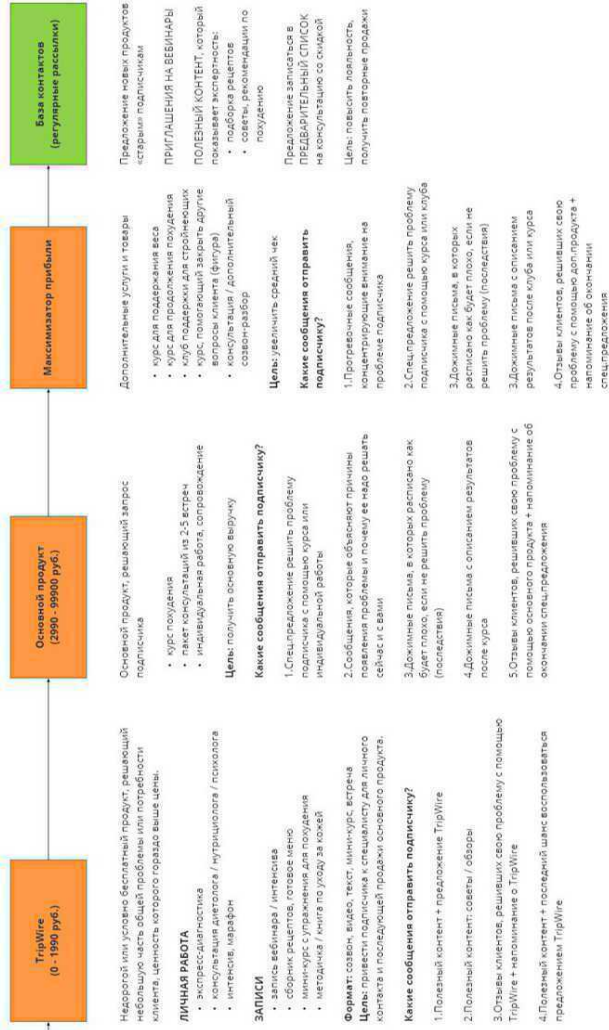
- подборка предложений и фраз
- разбор грамматики, текстов
- советы и рекомендации
- бесплатные уроки

Предложить записи в **ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ СПИСОК** на консультацию со скидкой

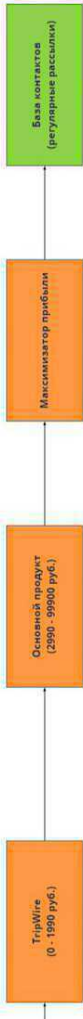
Цель: повысить лояльность, получить повторные продажи

и с

мер автоворонки в нише похудения



ВТВОРОНКИ В НИШЕ ОНЛАЙН-ЗАРАБОТКА



Дорогой или условно бесплатный продукт, решающий небольшую часть общей проблемы или потребности клиента, ценность которого гораздо выше цены.

ЛИЧНАЯ РАБОТА

- мастер-класс / интенсив / марафон

ЗАПИСИ

- запись вебинара / интервью
- вводные уроки по профессии, инструкции
- гайд / методика / книга
- подборка закрытых чатов с вакансиями

чего

Формат: озвон, видео, текст, мини-курс, встреча

Цели: привлечь подписчика к специалисту для личного контакта и последующей продажи основного продукта.

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Полезный контент + предложение ТриWige
2. Полезный контент: советы / обзоры
3. Ответы клиентам, решившим свою проблему с помощью ТриWige + напоминание в ТриWige
4. Полезный контент + последний шанс воспользоваться предложением ТриWige

контакты,

и с

оте и

лши

в работе

ник

мину и в

Основной продукт
(2990 - 9990 руб.)

Основной продукт, решающий запрос подписчика

- обучение удаленной профессии;
- повышение квалификации
- наставничество, закрытая группа

Цель: получить основную выручку

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Спецпредложение решить проблему подписчика с помощью курса
2. Сообщения, которые объясняют причины появления проблемы и почему ее надо решать сейчас и с вами
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)
4. Дожимные письма с описанием результатов после курса
5. Ответы клиентам, решившим свою проблему с помощью основного продукта + напоминание об окончании спецпредложения

Максимизатор прибыли

Дополнительные услуги и товары

- закрытые уроки по профессии
- консультации, коучинг
- книги, методички, рабочие тетради
- вторая ступень профессии

Цель: увеличить средний чек

Какие сообщения отправить подписчику?

1. Прогрессивные сообщения, концентрирующие внимание на проблеме подписчика
2. Спецпредложение решить проблему подписчика с уроком, книг или коучинга
3. Дожимные письма, в которых расписано как будет плохо, если не решить проблему (последствия)
3. Дожимные письма с описанием результатов после курса, терапии или закрытого клуба
4. Ответы клиентам, решившим свою проблему с помощью доп. продукта + напоминание об окончании спецпредложения

База контактов
(регулярные рассылки)

Предложение новых продуктов «старыми подписчиками

ПРИГЛАШЕНИЯ НА ВЕБИНАРЫ

ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ, который показывает экспертность:

- кейсы, отзывы учеников
- инструкции, чек-листы
- бесплатные уроки

Предложение записаться в **ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ СПИСОК** на курс или сессию со скидкой

Цель: повысить лояльность, получить повторные продажи

50 идей для лид-магнита

Лид-магнит – полезный для подписчика материал, который вы выдаете бесплатно. Взамен человек разрешает отправлять ему сообщения в мессенджере.

Перед выдачей лид-магнита вы можете запросить данные (email, телефон) или провести первичный опрос для сегментации базы. Например, уточнить возраст, количество детей, наличие автомобиля, профессию, любимый способ ухода за кожей...

Лид-магнит позволяет собрать «теплую» базу, которая только задумывается о наличии проблемы, но еще не ищет решения. Например, мама 5-летнего ребенка еще не ищет логопеда, но ей интересно проверить уровень речевого развития.

Такая аудитория будет дешевле «горячей» и ее легко догреть уже внутри вашей воронки с помощью чат-ботов или рассылок.

Обязательно проверьте как выглядит лид-магнит на разных устройствах, удобно ли его открывать, использовать вашей аудитории. Например, мамы маленьких детей редко смотрят видео без субтитров, а старшему поколению тяжело разобраться как открыть pdf файл. Необходимо это учитывать при разработке лид-магнита.

Ниже перечислены самые популярные форматы лид-маг-

нитов. Выберите то, что подходит для вашего проекта. И помните, то, что не нравится вам и возможно, кажется простым и недостойным внимания, может оказаться очень нужной информацией для вашей аудитории.

Отметьте галочкой **варианты, которые вам подходят** и рядом допишите подробнее, что именно это будет: какой тест, тема вебинара и т.д.

1. Чек-лист, памятка или шпаргалка

2. Руководство, гайд, методичка, брошюра

3. Рабочая тетрадь

4. Бесплатная глава из книги

5. Мини-книга / книга

6. Список (подборка) инструментов / сайтов / книг / полезных статей / кейсов / упражнений

7. Обзор сервисов, приложений, товаров и т.д.

8. Инфографика, таблица

9. Интеллект-карта

10. Шаблоны, примеры, схемы

11. Материалы для распечатки

12. Дайджест новостей / статей

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.