

16+

Дмитрий Зверев

# Система индивидуальной работы в онлайн-проекте



Варианты, структура воронки,  
продажи, примеры из практики

# **Дмитрий Зверев**

# **Система индивидуальной работы в онлайн-проекте**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=68359132](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68359132)*

*SelfPub; 2023*

## **Аннотация**

Индивидуальная работа – это особый формат взаимодействия с аудиторией. Он требует большей тщательности, большей проработки деталей и методик в сравнении с массовыми тренингами, курсами, семинарами. Неоспоримые преимущества – именно здесь ваши клиенты могут получить лучшие результаты максимально быстро, а вы – добиться высокой прибыли, расти как эксперт и эффективно развивать ваш онлайн-проект. Для внедрения необходимо выбрать подходящие варианты взаимодействия, разработать программу, определить способы продвижения, фиксации сделанного и так далее. Об этом вы узнаете в данной книге, основанной на многолетнем опыте индивидуальной работы с клиентами.

# Содержание

Об авторе	4
Введение	7
1 глава – Варианты индивидуальной работы	10
2 глава – Важные нюансы индивидуальной работы	17
3 глава – Место индивидуальной работы в линейке инфопродуктов	21
4 глава – Варианты продажи индивидуальной работы	27
Конец ознакомительного фрагмента.	28

# Дмитрий Зверев

## Система индивидуальной работы в онлайн-проекте

### Об авторе

Здравствуйте!

Меня зовут Дмитрий Зверев.

Кто будет вещать вам?

Сначала – покажусь внешне, чтобы вы могли представить себе: с кем заочно беседуете.



Немного познакомимся.

Присоединяйтесь к моему [Telegram](#), [сообществу Вконтакте](#), [каналу на Youtube](#), [заходите на сайт](#). Там много полезной и интересной информации.

Уже много лет я занимаюсь инфомаркетингом и уже много лет создаю разнообразные инфопродукты, разнообразное обучение.

Большое и не очень.

В этой книге речь пойдет про индивидуальное взаимодействие с вашей аудиторией.

Про консультации, аудит, коучинг и другие форматы.

Это может быть очень интересным, результативным и прибыльным.

Проверено на практике как у меня, так и у многих моих клиентов.

Индивидуальная работа позволяет заглянуть глубже и сделать больше. К тому же – быстрее, что иногда очень важно.

Как внедрить индивидуальную работу?

Здесь есть ряд технических и маркетинговых аспектов, с которыми мы разберемся вместе.

Давайте приступать – впереди много всего интересного!



Дмитрий.

# Введение

Индивидуальная работа – это особый формат взаимодействия с аудиторией.

Он требует большей тщательности, большей проработки деталей. Здесь необходимо учитывать некоторые психологические аспекты, чтобы вашим клиентам было интересно взаимодействовать с вами и получать результат.

Давайте об этом подробнее.

1. Именно в индивидуальной работе с вами ваши клиенты могут получить лучшие результаты.

В силу большего внимания от вас, большей обратной связи и большей мотивации делать.

Из-за высокой стоимости обучения, сюда приходят, как правило, более осознанные клиенты, которые готовы «рвать и метать». Им нужно просто помочь, подтолкнуть и результаты не заставят себя ждать.

А когда ваши клиенты получают результат – вы формируете базу кейсов и можете гораздо проще далее продавать новой аудитории.

2. Высокая прибыль.

Индивидуальная работа, реализуемая в разных форматах, стоит дороже, чем все остальные варианты обучающих про-

дуктов и услуг.

Например:

- 5-10 тысяч за консультацию, 10-20 тысяч за аудит. Есть примеры и более значительных сумм

- Несколько десятков тысяч за участие в мини-группе или за небольшой промежуток личного взаимодействия

- Несколько десятков или даже сотен тысяч за доведение до определенного результата.

И так далее.

Я знаю примеры даже миллионных сумм за годовую работу.

Как итог – вы получаете больше прибыли с меньшего числа клиентов.

Естественно, все не так просто. И высокий чек накладывает на вас более высокую ответственность. Это нужно понимать и принимать.

### 3. Рост экспертности.

Внутренней экспертности, ведь вы не только помогаете людям получить результат, но и становитесь лучше, как специалист, взаимодействуя с ними. Возникающие проблемы требуют решения, и вы ищете это решения, обретая новый опыт.

Внешней экспертности, ведь запускается «сарафанное радио» от благодарных клиентов. Растет ваша узнаваемость и доверие к вам от целевой аудитории.



#### 4. Расширение линейки ваших инфопродуктов.

Если у вас уже есть система массовых курсов и тренингов, то индивидуальная работа может отлично дополнить их и дать вам возможность более эффективно взаимодействовать с клиентами.

Если у вас пока нет других предложений, то вы можете начать именно с индивидуальной работы, постепенно дополняя ее обучением другого формата.

Это выгодно всем, ведь вы таким образом можете дать людям именно то, что им максимально удобно.

Давайте поговорим обо всем этом подробнее на страницах книги.

# 1 глава – Варианты индивидуальной работы

Она очень разнообразна.

Рассмотрим основные варианты.

## 1. Консультация

Она может быть платной и бесплатной.

У них разные задачи:

- бесплатная консультация является прологом к продаже какого-то вашего платного продукта

- платная консультация – это самостоятельный формат индивидуальной работы и после него может ничего не следовать. Провели – ответили – разошлись.

Платная консультация – это определенный промежуток времени, например – 60 минут, в рамках которых человек вам может задавать свои вопросы.

Здесь, как правило, нет никакой вашей предварительной подготовки, вы не изучаете проект или жизнь человека заранее.

В моей практике – это довольно распространенный формат.

Он очень хорошо работает, если вы являетесь экспертом.

Просто удивительно бывает, как за короткое время можно

помочь человеку разобраться в том, что сдерживало долгие месяцы, а то и годы!

В моем случае такая консультация стоит 10 000 рублей.

## **2. Серия консультаций**

Бывает, что человеку недостаточно одной встречи, и он хочет купить еще, чтобы периодически задавать вам вопросы.

Обычно здесь проводится 3-5 консультаций и можно сделать скидку при условии внесения оплаты одним платежом.

Важный момент – «серийность» консультаций не делает данный вариант коучингом или сопровождением проекта. Вы все также просто отвечаете на вопросы вашего клиента.

## **3. Аудит**

Отличие аудита от консультации в том, что вы предварительно изучаете проект или ситуацию человека.

Например, у меня есть аудит воронки продаж, схема работы в котором такая:

- человек оплачивает аудит
- далее он заполняет специальный файл, в котором показывает точку входа в воронку, продукты, письма, процесс и другие элементы
- я изучаю все это на протяжении определенного времени, составляю план действий по улучшению и доработке
- этот план излагаю в отдельном документе и провожу

консультацию, на которой мы обсуждаем его с клиентом.

– после созвона у человека есть конкретный список действий, которые ему нужно внедрить.

Отличие от обычной консультации здесь в том, что включена серьезная предварительная работа. И ценность аудита может быть существенно выше, чем разового созвона без подготовки.

Этот вариант мне очень нравится.

Стоимость аудита в моем случае от 30 000 рублей.

#### **4. Мини-коучинг**

Это что-то среднее между аудитом и полноценным коучингом.

Как все здесь происходит?

Сначала как в аудите – клиент скидывает предварительную информацию по своему проекту, я ее изучаю, мы созваниваемся, я даю план по внедрению, и он это делает.

А вот далее уже в зависимости от варианта коучинга:

– вариант лайт стоит 35 000 рублей, здесь между созвонами переписка в чате не включена.

– вариант полный – 50 000 рублей, здесь между созвонами клиент может задавать вопросы по внедрению.

Через месяц происходит вторая встреча, где мы обсуждаем, что он сделал, что не сделал, что получилось и не получилось. И я даю рекомендации по дальнейшему внедрению.

Кроме того – здесь обычно предоставляю клиенту доступ

к каким-то моим продуктам, которые помогут ему с внедрением.

Мини-коучинг применим в тех темах, в которых можно быстро дать результат.

Его преимущества:

- относительно небольшая стоимость
- конкретность, лаконичность, быстрота

## **5. Внедрение сразу**

Здесь вы собираете несколько людей и проводите для них воркшоп, в рамках которого они внедряют прямо здесь и сейчас, при вас и с вашей помощью.

Например, вы даете задание написать продающий текст для их продукта, они пишут, задают вам вопросы, вы помогаете, докручиваете и т.д.

Это можно проводить как в онлайн-формате, так и офлайн.

И главное здесь – внедрение непосредственно в режиме реального времени.

Очень результативный и интересный формат, который, однако, подходит не всем, так как не все готовы работать «на виду» и в таком быстром режиме.

Конечно, можно сделать воркшоп и для одного человека, но особенно результативен он, когда участники видят работу других, могут общаться, подбадривать друг друга и так далее.

Стоить это может в зависимости от количества людей, продолжительности, темы и других факторов – от нескольких тысяч до нескольких сотен тысяч рублей.

Обычно онлайн мероприятия стоят существенно дороже.

## **6. Консалтинг до внедрения**

Мой пример: человек приходит ко мне и говорит, что ему нужна воронка продаж.

Я могу предложить ему такой формат:

- регулярные созвоны с конкретным небольшим заданием по определенному шагу к результату

- далее его внедрение с возможностью задавать вопросы между созвонами

- потом новая встреча и так далее – пока результат не будет достигнут.

То есть это процесс до внедрения воронки в проект.

Отличие от мини-коучинга в том, что здесь количество созвонов может быть намного больше, чем два.

Стоимость очень разная. Знаю примеры от 30 тысяч до нескольких миллионов рублей в разных темах.

## **7. Коучинг**

Не будем вдаваться в споры по терминологии.

В инфобизнесе очень часто под коучингом понимают вообще всю индивидуальную работу, что не совсем верно.

Скорее здесь речь идет о более глубинной работе, где коуч

через правильно заданные вопросы ведет человека к определенному результату.

Но если не идти в детали, то мы под коучингом можем понимать то же самое, что было в 6 пункте. Индивидуальная работа до определенного конкретного результата.

Стоимость здесь тоже очень индивидуальна, я знаю примеры от 30 тысяч до миллиона рублей и выше.

## **8. Сопровождение проекта**

Один из моих любимых форматов.

Отличается от 6 и 7 вариантов тем, что здесь нет какого-то конкретного результата.

Клиенту просто нужно иметь возможность всегда задать вам вопросы, чтобы вы были на связи. Здесь и переписка в чате, и созвоны, и даже офлайн-встречи.

У меня это стоит около 120 тысяч рублей в месяц.

## **9. «Своими руками»**

Это услуга, предполагающая что вы что-то делаете за человека.

Своими руками или руками сотрудников.

Например, в моем случае я могу сам сделать воронку продаж для другого проекта с полной технической реализацией.

—

Сейчас вам нужно определиться, какие варианты вам подходят и какие вы хотите внедрить.

Что вам понравилось больше?

Например, я чаще всего использую консультации, аудит, мини-коучинг, консалтинг до внедрения и сопровождение проекта.

Двигаемся дальше!



## 2 глава – Важные нюансы индивидуальной работы

Эти вещи очевидны, но очень важно всегда держать их в голове и придерживаться в работе – тогда не будет никаких проблем или они будут минимальны.

Итак:

### **1. Оценивать адекватность потенциальных клиентов.**

Не должно быть ситуаций, когда вы, соблазнившись большой суммой, берете в работу людей, которые ведут себя не особо этично, неадекватно, занимаются вещами, которые вам неприятны, против которых вы настроены и т.д.

Вы не должны в угоду сиюминутной прибыли ставить под вопрос ваши принципы. Это все равно рано или поздно выйдет боком.

Поэтому здесь очень важно оценивать:

- «человеческую» сторону клиента – то, насколько он вам симпатичен и насколько вам приятно с ним общаться
- профессиональную сторону – хотите ли вы ему помочь с точки зрения этичности того, чем он занимается и что от вас хочет.

У меня были случаи, что в индивидуальную работу про-

сились люди с очень странными темами, с лохотроном или почти лохотроном. Или человек странно себя вел. Или что-то еще, что мне было неприятным.

Что делать в такой ситуации? Отказать. И этот отказ должен быть независимо от финансовой ситуации, в которой вы находитесь.

## **2. Оценка возможности помочь.**

Бывают ситуации, что:

– человек явно адекватен

– он вам симпатичен, с ним приятно общаться

Вы хотите ему помочь, но понимаете, что не сможете сделать это.

По разным причинам – исходя из разных факторов.

В таком случае тоже нужно отказывать.

## **3. Не давать гарантии.**

Вам не нужно давать гарантию на вашу индивидуальную работу.

Никогда.

Как показывает практика, все адекватные люди понимают, что результат зависит от них.

Ваша задача – помочь, показать путь, сделать так, чтобы человеку было проще, но вы не можете отвечать за результат, который будет в индивидуальной работе.

Например, я могу сказать, что если вы все сделаете – у

вас будет воронка продаж, но я не могу гарантировать, что эта воронка будет окупать рекламу, потому что есть десятки факторов, на которые я не влияю.

Если человек начинает спрашивать про гарантию во время предварительной консультации, с вероятностью в 90% вам с этим человеком работать не надо.

#### **4. Оферта / Договор.**

Порядок работы должен быть прописан как минимум в оферте, которая есть у вас на сайте, а если суммы большие, то в специальном договоре.

#### **5. Все фиксировать.**

Все результаты вашей работы должны быть зафиксированы:

- записи созвонов сохраняйте и загружайте их в закрытый доступ на youtube-канал или на облачное хранилище
- ведите файллик, в котором вы прописываете все встречи, что было на этих встречах и что вы будете делать дальше
- в чате должна сохраняться вся переписка и т.д.

Это делается для того, чтобы потом не возникло проблем:

- во-первых, с вашим клиентом, который потом может сказать, что вы не отработали то, что должны были.
- во-вторых, если вам платят большие суммы, то потенциально может быть какая-то проверка от контролирующих органов, которым вам нужно будет показать, что вы выпол-

нили услуги.

Фиксируйте все – это очень важно.

## **6. Не используйте формализм «с перебором».**

Никогда не подходите с излишним формализмом к вашей индивидуальной работе.

Например, созвон с клиентом по регламенту идет 60 минут, но вы видите, что появились дополнительные вопросы и нужно добавить еще 10 минут – проведите их.

Или если в каком-то пакете не включено общение в чате, но человек задал вам один важный вопрос – ответьте.

И так далее, постарайтесь подходить с человеческой стороны – это обязательно вам аукнется большей прибылью, большим доверием, большим вовлечением аудитории и т.д.

—

Эти пункты очень важны, обязательно учитывайте их в вашей индивидуальной работе и тогда у вас будет гораздо меньше проблем.

# **3 глава – Место индивидуальной работы в линейке инфопродуктов**

Здесь могут быть самые разные варианты, но 2 из них являются самыми интересными.

## **1. Основа вашего проекта.**

Этот вариант предполагает, что индивидуальная работа является основой всей вашей деятельности.

Здесь, как правило, есть дорогостоящая долгосрочная программа, в которой с клиентами занимается автор один на один.

И проект развивается вокруг этой программы, на которую люди попадают через платные или бесплатные начальные консультации.

Но проблема в том, что лишь незначительный процент от потенциальных клиентов, может пойти в такую дорогую программу, поэтому стоит внедрять и другие форматы взаимодействия.

Например, можно добавлять аудит, различные форматы консультаций, работу в группе, тренинги – это позволит охватить более широкий спектр клиентов.

## **2. Индивидуальная работа – одно из направлений.**

Этот вариант реализован у меня.

У меня есть много недорогих продуктов, тренинги и я периодически беру людей в индивидуальную работу, но целенаправленно я ее не продаю.

Люди, которые попадают ко мне в индивидуальную работу, чаще всего обращаются ко мне во время живых мероприятий или просто пишут в личку в социальных сетях.

То есть – вы сначала создаете свои менее дорогие продукты, а потом уже по запросам клиентов выстраиваете индивидуальную работу.

По опыту – чаще всего используется именно этот вариант.

### **3. Ограниченное использование**

Бывает, что используется всего один формат индивидуальной работы.

Например, у одного из моих коллег нет коучинга, сопровождения, аудита.

У него есть просто платная консультация и она очень дорогая, потому что ему в целом не особо хочется ее проводить, но иногда бывают интересные запросы, и он это делает.

Есть проекты, в которых вообще нет индивидуальной работы.

Знаю многих авторов, которые продают недорогие продукты через массовое привлечение аудитории. У них нет никакого индивидуального взаимодействия и им это не нужно.

Лучше всего если ваш проект развивается по второму пути – то есть вы развиваете линейку с разными продуктами:

- которые реализуются без вашего полного вовлечения – мини-курсы, книги, видеокурсы, продукты
- требующие большего вашего вовлечения – дорогие тренинги
- индивидуальное взаимодействие.

Это оптимальный вариант, я его внедрил у себя и у многих моих клиентов и рекомендую вам его использовать.

Давайте разберем несколько примеров, как вы можете добавить к себе такой формат взаимодействия.

1. Простейший вариант включения индивидуальной работы в линейку.

Каким бы набором массовых инфопродуктов (тренингов, курсов, книг), вы не обладали, их всегда можно дополнить индивидуальной консультацией.

Это самый базовый вариант.

Вы просто делаете небольшой лендинг с описанием тех вопросов, с которыми вы можете помочь разобраться, устанавливаете цену и приступаете к продажам (про продажи подробнее на мастер-классе).

У многих есть такое возражение: никто не будет платить за мою консультацию деньги. Может быть и не будут, но если:

- вы действительно эксперт

– показываете свою экспертность через контент и платные продукты

– реально даете результат...

Тогда люди будут к вам приходить.

Это не быстрый процесс, но начать его нужно именно с того, что вы создаете небольшой лендинг с вашей консультацией.

Идем далее.

2. Если у вас есть главный тренинг – программа, в рамках которой вы даете аудитории все ваши лучшие наработки, то из нее вполне можно сделать индивидуальный вариант.

Если в тренинге – видео, вебинары и общение в чате, то все это можно индивидуализировать и сделать личную работу.

Получится вип-вариант прохождения с вашей поддержкой и вовлеченностью. По сути – консалтинг до результата, который заявляется в вашем проекте.

Если у вас нет такого тренинга, и вы пока продаете отдельные недорогие и небольшие продукты, то крайне рекомендую вам пойти по такому пути:

– создать «вечнозеленый» тренинг (тренинг, к которому участник может присоединиться в любое время, а не ждать определенного потока или времени) с вашими лучшими материалами и методиками,

– сделать вип-вариант его прохождения с индивидуальной



работой.

А далее – создавать воронки продаж и привлекать аудиторию в эту программу. Часть людей, при правильном предложении, будет выбирать именно индивидуальный вариант.

3. Если вы не готовы работать с аудиторией один на один, то вполне можете использовать формат мини-групп, в рамках которого собирается 5-10 человек.

Здесь есть общие созвоны, общий чат, взаимодействие участников, что может привести к очень интересным результатам.

Такие группы, как правило, стоят дороже массовых тренингов или курсов и дешевле, чем индивидуальная работа. При этом, за счет того, что участников несколько, ваша прибыль может быть весьма высокой.

Как встраивается такой формат в линейку продуктов?

А) если у вас уже есть воронки продаж, в которых продаются ваши книги, курсы, тренинги, семинары, то вы можете сделать специальную серию продаж данной группы для ваших клиентов, тех, кто уже у вас что-то приобретал

Б) если у вас нет воронок продаж и других инфопродуктов, то варианта два:

– сначала построить «низовой» уровень взаимодействия через недорогие продукты и собрать клиентскую базу. И уже потом продавать работу в мини-группе.

– сразу сосредоточиться именно на таком формате работы. В данном варианте будет отличным решением сначала набрать участников для бесплатного прохождения (фокус-группу), чтобы получить кейсы и опыт взаимодействия. А уже потом приступать к продажам.

---

Как вы видите – вариантов много.

Подумайте – как вы можете внедрить индивидуальную работу у вас в проекте и переходите дальше.

# **4 глава – Варианты продажи индивидуальной работы**

Как вы можете предложить аудитории различные форматы индивидуальной работ:

## **1. Сайт и социальные сети**

Первое, про что мы с вами поговорим – это органическое продвижение – ваш сайт, канал, социальные сети и т.д.

Здесь все просто – включайте в ваш контент на сайте, в постах ссылки на вашу индивидуальную работу. Как минимум – на лендинг с вашей консультацией.

Точно также на ютуб-канале – в описании под видео может быть ссылка на вашу платную или бесплатную консультацию.

Если вы даете ценную информацию, то рано или поздно появятся те, кто захочет задать вам вопросы по своей ситуации, попросить совет и так далее.

Это в любом случае нужно делать и это не быстрый путь – может пройти несколько месяцев, может быть даже год или больше, прежде чем данные способы будут вам приносить хотя бы что-то. Наберитесь терпения.

# 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.