

ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ "HIT-INFO"
ЕЛЕНА АЧКАСОВАЯ

ФОРМАТЫ НЕСТАНДАРТНЫХ ОНЛАЙН- МЕРОПРИЯТИЙ И ПРОДАЖИ С НИХ

Автор: Елена Ачкасова

Прежде чем я буду рассказывать вам о нестандартных мероприятиях, хочу привести несколько результатов:

- Наталья. Запускала свой тренинг онлайн через живой мастер-класс и онлайн-игру. Результат - **250 000** без базы с нуля.
- Наталья. Ниша - сетевики. Через флешмоб и продающий интенсив - **220 000** без базы с нуля.
- Мой результат. Внедрение реалити-шоу в живой тренинг принесло мне дополнительно **100 000** во время тренинга.
- Запуск коуч-группы через флешмоб "Заявите о себе" принес мне **1 000 000** рублей.

СУЩЕСТВУЮТ РАЗЛИЧНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДАЖ

1. **Продажи один на один** (в беседе, по телефону, по скайпу).
2. **Инструменты** (продающее видео, воронки).
3. **Выступления.**

Виды продаж:

1. **Продажи одному.**
2. **Массовые продажи.**

Как вы уже поняли из названия, в этой инструкции я подробнее остановлюсь на **массовых продажах** через выступления.

Выступления - это мероприятия, которые можно проводить как в офлайне, так и в онлайн.

Стратегии, о которых вы узнаете, вы можете использовать и для своих живых

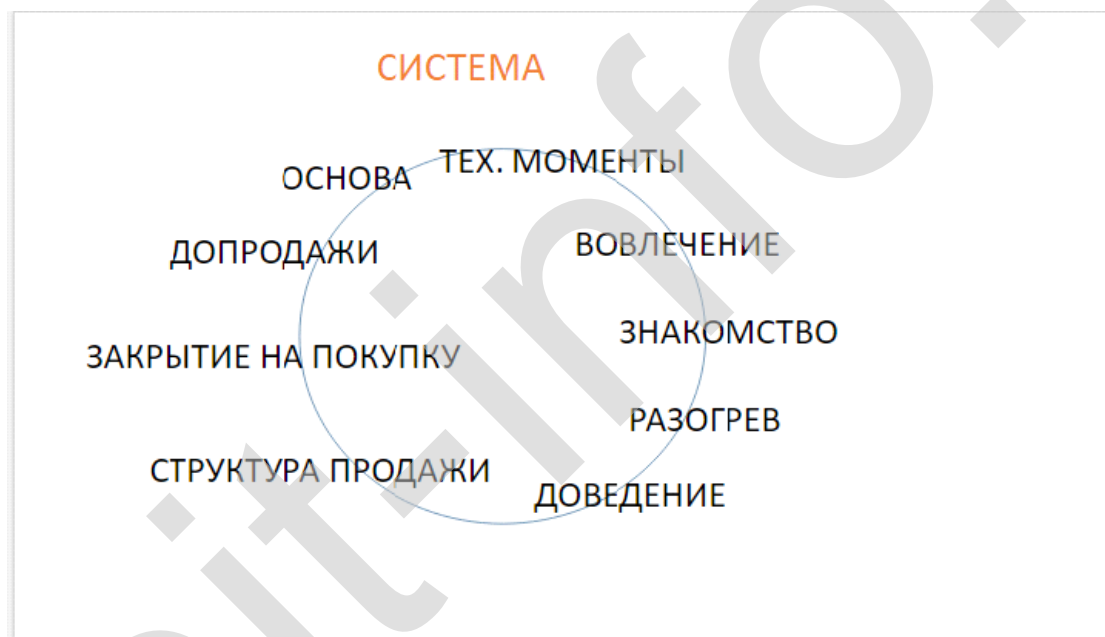
выступлений, и для онлайн-мероприятий.

Часто ко мне приходят клиенты, чтобы научиться продавать онлайн, но в итоге, растут и их продажи в офлайне.

Я покажу вам систему продаж, потому что весь инфобизнес - это система. И продажи через выступления - это тоже система. И если вы ее поймете, то неважно, где вы будете ее использовать - она будет работать.

ИЗ КАКИХ ЗВЕНЬЕВ СОСТОИТ СИСТЕМА

Систему вы можете видеть на этой схеме:



Почему она в форме круга? Потому, что у нее нет начала и конца, все элементы взаимосвязаны. Таким образом вы можете продавать своим клиентам снова и снова.

Основа:

1. Технические моменты - нужны обязательно, но их можно делегировать.
2. Вовлечение, знакомство с аудиторией.

3. Разогрев, доведение до продаж.
4. Сами продажи, закрытие на покупку.
5. Допродажи.

Именно в рамках этой системы мы и будем рассматривать продажи с нестандартных онлайн-мероприятий.

ЧТО Я НАБЛЮДАЮ У МОИХ КЛИЕНТОВ?

- Знаний много, а продаж продаж нет.

Знания хочется передавать, но не получается. Все потому, что обучать людей и продавать - это разные навыки. И если вы хотите зарабатывать деньги, вам нужно обязательно научиться продавать свои знания.

- Нет системы продаж.

Систему я показала выше. Продажи - это не просто продать. Выстраивается еще целая система допродаж. И чем лучше она выстроится, тем легче вам будет продавать.

- Контентные, но не продающие мероприятия.

Многие пытаются продавать на контентных вебинарах, но это не работает, люди не покупают. Потому что продают именно продающие мероприятия. У них совершенно другая структура. Это мягкие, невидимые продажи, но они все же продающие.

- Нет владения продающей структурой. Нет необходимых знаний.

- Нет разогрева.

Очень часто я вижу продажи "в лоб". Многие думают: *"Я напишу в посте, что провожу консультации, и люди ко мне потянутся"*.

На самом деле так не получается. Еще ДО того, как к вам люди придут, вы должны быть готовы к тому, что их нужно разогреть.

- Не запускается платная реклама

Опять же потому, что нет системы. Страх запустить рекламу - деньги будут инвестированы, но ничего не принесут.

- Изобретается велосипед.

Это также мешает преодолеть барьер и начать зарабатывать больше.

ПРЕИМУЩЕСТВА НЕСТАНДАРТНЫХ ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЙ

- Обеспечивают самые массовые продажи.
- Вовлекают, разогревают и продают одновременно.
- Привлекают разные сегменты аудитории.
- Обеспечивают быстрый рост вашей узнаваемости.
- Выгодно отличают вас от конкурентов.

Онлайн-мероприятия проводят не все, вы будете выгодно выделяться.

- Дают базу для многоуровневых продаж.

Вы ведете своих клиентов по многоуровневой лестнице и продаете различные программы от стандартных до дорогих.

- Свобода. Вы можете проводить свои мероприятия из любой точки земного шара.

МИФЫ, КОТОРЫЕ МОГУТ ВАМ ПОМЕШАТЬ

1. Перфекционизм.

Очень распространенное препятствие. Старайтесь как можно быстрее от него избавиться. Запомните простую фразу: *"Нужно сделать как-нибудь, а потом понять как"*. Не бойтесь, что вас увидят знакомые или кто-то о вас

неправильно подумает. Вы пришли в инфобизнес работать и зарабатывать, помните - у вас все получится.

2. На рекламу нужно много денег.

Много денег на рекламу не бывает. Вы инвестируете в рекламу, чтобы получать прибыль. Любая реклама приносит прибыль.

Массовые нестандартные мероприятия позволяют удешевить рекламу, потому что люди лучше на них подписываются, чем на стандартные вебинары.

3. Нужны технические знания.

На самом деле нужен минимум технических знаний - настроить и включить камеру. Все остальное могут делать помощники.

Я рекомендую вам взять помощников и все технические моменты возложить на них. Чтобы вы не отвлекались на то, что не приносит деньги.

4. Летом спад.

Это тоже миф. Успешно продавать можно круглый год и летом в том числе.

ОСНОВА ПРОДАЖ

1. Идея.

Если вас беспокоит вопрос: "Как найти идею"? Запомните - идея рождается в вашей цели.

Зачем проводить мастер-класс или ток-шоу? Какая у всего этого цель?

Правильно, **ваша цель - продать ваш основной продукт**. Вы должны знать, что вы продаете. Здесь и рождается идея.

ГДЕ ВЗЯТЬ ИДЕЮ?

ЦЕЛЬ

ВАША ЦА

2. Кто ваша целевая аудитория?

Определенный формат подходит не для каждой целевой аудитории. Чего хочет ваша аудитория? Это активная целевая аудитория? Это серьезные эксперты или новички?

Ответив на эти вопросы, вы сможете определиться с идеей и форматом своего мероприятия.

3. Ключевая идея.

У любого вашего запуска, мероприятия есть ключевая идея, которую вы доносите до людей. И когда вы эту идею до них донесете, им будет не логично не купить ваш продукт.

4. Форматы, которые вы можете применить.

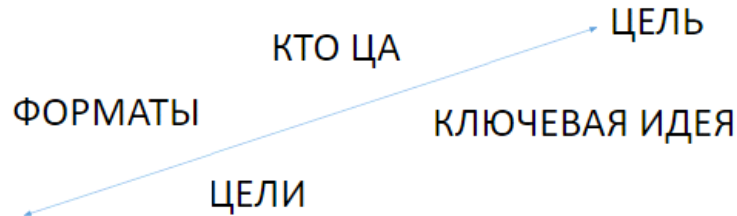
Выбирайте форматы: это одно мероприятие или каскад мероприятий?

Здесь также прописывайте цели - вовлечь, разогреть, поднять экспертность и под.

Помните, все, что выделаете в интернете - это система. А у системы есть основа. Если эту основу убрать и начать суетиться, то ничего не выйдет.

Каждый пункт очень важен. Все это ведет к продажам.

ОСНОВА



КАКИЕ ЦЕЛИ, КРОМЕ ПРОДАЖИ, МОГУТ БЫТЬ

- Вовлечь.
- Разогреть.
- Вызвать интерес и голод (информационный голод). Ошибка многих - желание сразу же рассказать все.

При продаже вы не открываете знания, а поднимаете осознанность.

Нужно закрывать и тут же открывать следующее незнание.

- Увеличить доверие.
- Поднять осознанность.
- Продать.

ФОРМАТЫ

1. Флешмоб. Я проводила их несколько раз и это были одни из лучших моих мероприятий.

Во флешмоб проще вовлекать, даже если у вас нет базы.

Также подходящая аудитория для флешмоба - сетевики.

2. Марафон. У марафонов есть своя структура.

Например, мой успешный 3х-дневный марафон состоял из разных форматов.

Каждый день был разным:

1й день - мини-коучинг в прямом эфире. Здесь я ничего не продавала, это был разогрев аудитории и поднятие доверия ко мне, как к эксперту.

2й день - продающий мастер-класс;

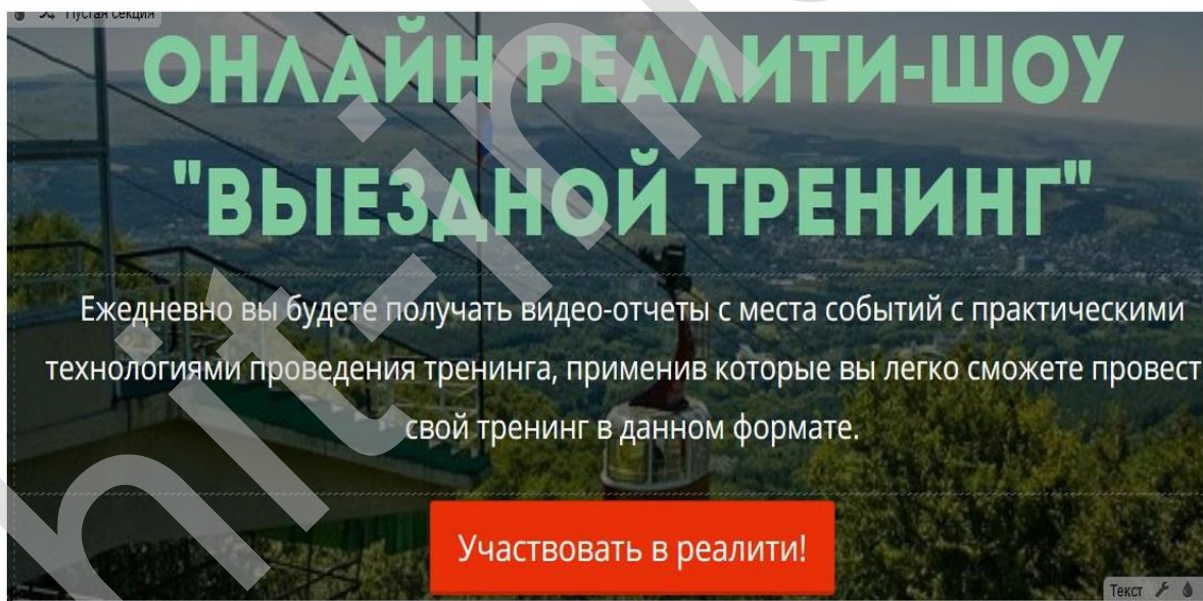
3й день - реалити-шоу "Продающий вебинар", на котором я объясняла каждый момент продаж с вебинара.

3. Интенсив, мастер-класс.

4. Воркшоп, практикум.

5. Реалити.

РАЗОГРЕВ



6. Ток-шоу.

7. Мини-коучинг

Видео 1 Видео 2 Видео 3 Видео 4 Видео 5

День 5

Задание:

1. Выберите форматы для своих продуктов 3-4
2. Составте линейку продуктов из этих форматов.
Например: инструкция, бесплатная консультация, личный коучинг

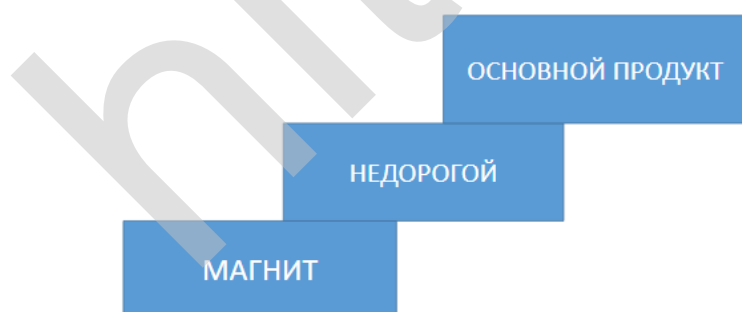
8. Аудит.

У каждого из них есть своя продающая структура. В каждом из этих форматов продажи выстраиваются по-разному.

Выбирая формат мероприятия, помните о своей целевой аудитории.

Схема, которая работает.

Ее можно менять, чередовать, но именно таким образом и выстраиваются многоуровневые продажи.



ТРИГЕРЫ

То, что помогает вам продать:

- **Доверие.**

Когда вам доверяют - продавать легче. Нестандартные мероприятия помогают поднять доверие потому, что они проходят ярко и интересно. Здесь вы можете показывать свою экспертность.

- **Социальные доказательства.**

Тусовка, комментарии, чаты. Человек видит, что ваше мероприятие интересно массе людей.

- **Взаимный обмен.**

Когда вы многое даете - люди хотят дать вам что-то взамен, например, купить ваш (пусть и самый недорогой) продукт.

- **Участие.**

Чем больше человек участвует, вовлекается, тем сложнее ему все бросить, хочется дойти до конца.

Эти триггеры работают эффективно и ненавязчиво.

УСИЛИТЕЛИ

1. Вовлечение в процесс.
2. Эффект "ВАУ" - когда вы открываете какое-то незнание.
3. Розыгрыши, призы, конкурсы.
4. Напоминания. Такие мероприятия идут обычно не один день и чтобы человек не просто вовлекся, но и дошел до конца, ему нужна система напоминаний.

Это также работает как усилитель. Особенно, если продажи идут не с первого дня.

ОФЛАЙН+ОНЛАЙН

Если вы владеете технологиями - вам не важно где запускаться. Вы можете к онлайн привлечь офлайн, и наоборот.

Например, в рамках своего выездного тренинга в Кисловодске я проводила реалити. Снимала видео, рассказывала, показывала. И через реалити продавала тренинг онлайн.

Получилось классно, и участники и зрители были очень довольны. А я дополнительно внутри тренинга заработала 100 000 рублей.

Когда люди смотрели это реалити, им хотелось пройти такой же тренинг.



ВАЖНО

1. Чтобы на ваших мероприятиях люди получали результаты.

Нестандартные мероприятия хороши тем, что их участники сразу же включаются и видят, пусть и небольшой, но результат. И хотят получать результаты и дальше, поэтому легко продать дальше.

2. Открыть незнания.

Об этом я говорила выше. Важно показать, что это только начало, а дальше будет еще больше, еще интереснее.

Успешной работы!

**Если вы хотите получить технологии массовых продаж,
то переходите [сюда](#)**