

Оксана Євчун

КОУЧ ВЛАСНИКІВ БІЗНЕСУ ТА
ЕКСПЕРТІВ

**УПАКОВКА ПРОФІЛЮ,
ЯКА ПРОДАЄ**

- ❖ ЧОМУ ПРАВИЛЬНА НАЗВА АККАУНТУ- ЦЕ ВАЖЛИВО?
- ❖ ЩО ПИСАТИ В ШАПЦІ ПРОФІЛЮ?
- ❖ ЩО МАЄ БУТИ В ХАЙЛАТС, ЩОБ ВОНИ ПРОДАВАЛИ?
- ❖ ПРО ЩО ЗНІМАТИ REELS ТА СТОРИС?
- ❖ ЯК ПІДГОТУВАТИ ПРОФІЛЬ ДО ЗАПУСКУ РЕКЛАМИ?

ВИ МОЖЕТЕ ШВИДКО І ЛЕГКО ЗАПУСТИТИ РЕКЛАМУ В ІНСТАГРАМ І ЧЕКАТИ РОСТУ ПРОДАЖІВ... ГРОШІ З КАРТКИ СПИСУЮТЬСЯ... А ЗАМОВЛЕНЬ НЕМА.. ЧОМУ?

ЩОБ РЕКЛАМА ПРАЦЮВАЛА, А REELS ПРИВОДИЛИ БЕЗКОШТОВНИХ КЛІЄНТІВ БЛОГ ПОВИНЕН БУТИ ГОТОВИЙ ДЛЯ ВІДВІДИН НОВИХ ГОСТЕЙ!

І це не просто про красу та гармонію візуалу, це також про логіку побудови контенту за базовими правилами психології продажів. Якщо простіше, то що переконає нового читача залишитись у вас на сторінці, а згодом і прийняти рішення про здійснення покупки.

Коли ви чекаєте гостей вдома, то не лише маєте підлогу в коридорі, правда? Ви ще попередньо вказуєте адресу, підказуєте, на якому поверсі живе і котрі двері направо, готуєте щось смачненьке, ставите це на столі в гостьовій кімнаті і, увага (!) кажете, куди пройти, щоб знайти гостьову і там почаявати. Потім, мило побесідувавши, відправджуєте гостя до дверей і домовляєтесь про те, що будете бачитись частіше. Мило і просто до банальщини, правда?

То чому в бізнесі ми робимо по-іншому? Орієнтовно це виглядає так: ми спекли яблучного пирога, поставили посеред столу і сидимо в очікуванні, що гість сам

дізнається про наше існування, про те, що ми найкращі на ринку, знайде, де нас шукати, сам відчинить двері нашого дому, переступить через кілька пар немитих мештів, з радістю з'їсть ВЕСЬ наш пиріг, подякує нам і на radoшах побіжить всьому світу розповідати, які ми класні, де нас знайти, що в нас доброго можна придбати! А, і ще! Потім щодня буде до нас приходити і просити ще шматочок пирога.

Смішно? Неа! Так не буває! Щоб про вас дізнались- потрібно про себе розповісти. Щоб у вас купили- потрібно переконати, ЩО такого кращого клієнт отримає, якщо купить у вас, а не у тітки Галі за рогом! І правильно упакований профіль закриває левову частину цього питання. Решта- закриває розуміння своєї цільової аудиторії та того, що саме її болить і як ці питання вирішити. Але про це вже у іншому гайді під назвою «Хто моя ЦА?» (більше інфо вкінці цього гайду)

ТО Ж З ЧОГО ПОЧИНАЄТЬСЯ ЗУСТРІЧ КЛІЄНТА?

АВАТАР

Для експертів тут все очевидно: власне фото крупним планом, професійне, ідеально- з однотонним фоном. Кольорова гамма в стиль вашої гамми профілю

Для послуг: ви можете залишити своє фото на аватарі, якщо продаєте послуги через особистий бренд. Якщо ж ні, кращим варіантом буде логотип вашої компанії.

Для товарів: логотип компанії.

Яким має бути логотип?

- ❖ Кольора гамма в стилі оформлення вашого аккаунту. Якщо у вас є відкрита точка продажу, то стиль оформлення вашого аккаунту, аватарки та оформлення точки офлайн в ідеалі мали би перегукуватись. Умовно кажучи, куди б не потрапив клієнт (офлайн чи онлайн) він повинен швидко зрозуміти, що він саме у вас.
- ❖ Шрифт та розмір шрифту максимально читабельні. Не додавайте нічого зайвого- підтексти, номери телефонів і т.д. Це все не буде читатись на аватарі і лише засмічуватиме візуально логотип
- ❖ Легко та швидко логотипи можна зробити в мобільних додатках, типу Canva
- ❖ Може статись так, що за 2-3 тижні ви поміняєте свою думку з приводу логотипу і захочете його поміняти. Це допустимо, звісно, адже вам має подобатись у вашому бізнесі все. Єдине, прийміть до уваги, що клієнти запам'ятовують ваш аватар і не варто зловживати часто його зміною. Це вам лише нашкодить.

НАЗВА ПРОФІЛЮ

Тут можемо говорити про два моменти:

1. Назва аккаунту, яка вбита латинкою і за якою вас запам'ятовують візуально клієнти. Вона має бути максимально легко читабельною та такою, що не складно запам'ятати і написати потім, якщо клієнт шукатиме. Умовно кажучи, якщо у вас маганиз

прикрас і ви себе назвали jewelry.boutique, то це зможе вбити в пошуку лише людина поліглот, яка добре знає, як все це пишеться англійською-французькою... для інших - це просто набір іноземних літер.

Так, багато логічних та легких назв може бути зайнятим, шукайте варіанти, але не ускладнюйте клієнту можливість вас відшукати, якщо ви раніше вже контактували. Як варіант, можна додати до зайнятої назви ваше місто, якщо ви- локальний бізнес, наприклад.

2. Назва та, що вписуєте над шапкою профілю. Тут важливо зрозуміти основне: це найголовніша стрічка, де ви вписуєте те, по чому вас шукатимуть клієнти в пошуку Інстаграм! Тобто, якщо ви продаєте букети, то тут не повинно бути «Маруся Іванюк», тут має бути написано «Букети» і, бажано, з чого і де. Умовно кажучи «Букети з цукерок/Луцьк», «Одяг дитячий/ підлітковий» «Сумки/ взуття/аксесуари», «Бантики/ обручі/прикраси для волосся» і т.д.

ШАПКА ПРОФІЛЮ

Тут в ідеалі би треба було знати свою цільову аудиторію, що для неї важливо, що для неї- ідеальний результат, і за що вона хвилюється, купуючи ваш вид товару чи послуг і в шапці профілю дати клієнту те, що їм потрібно.

І, повірте, це зовсім не «низькі ціни та висока якість». Забудьте про цю банальщину, на яку вже у всіх читачів виробилась банерна сліпота і такого тексту окно вже просто не бачить.

Чого не варто писати в шапці, то це опис того, який ви молодець:

- мама 4-ох
- Створюю красу
- з любов'ю до вас
- печу для вас
- І т.д.....

Шапка профілю- це те, що повинен побачити читач, який зайшов до вас на сторінку і вирішити залишитись. А що його переконає? Ви вже, мабуть, забули, що всі ми, люди, трохи егоїсти і ми є там, же нам добре, і з тим, з ким себе добре відчуваємо.

Так от, що читач отримає, якщо стане вашим клієнтом? Який результат ви йому пообіцяєте?

В ШАПЦІ ПОВИННА БУТИ ВАША УТП, ОФФЕР ТА ЗАКЛИК ДО ДІЇ

УТП- унікальна торгова пропозиція: що більшого отримає клієнт у вас, ніж йому може запропонувати тітка Марися за рогом? В чому ваша перевага перед конкурентами?

- Доставимо піцу за 30 хв, або отримаєте її безкоштовно!
Оць це - УТП
- Манікюр за 60 хв
- Зачіска, з якою ти святкуватимеш два дні
- Струнке тіло: -5 кг ваги за 2 тижні

Тобто, це той результат, який ви можете обіцяти клієнту на постійній основі і це вирізняє вас поміж ваших конкурентів.

Оффер- це щось на разок акції, яка може бути і короткотривалою:

- 3 за ціною 2
- купи 2 речі, 3-тя в подарунок
- безкоштовна доставка від 1000 грн

В шапці може бути також оцифровка:

- 2000+ задоволених клієнтів
- 1300 учнів по всьому світу
- 500+ проведених консультацій

Заклик до дії - це те, чим має закінчуватись ваша шапка профілю. Що саме має клієнт далі зробити?

- Про послуги читай в хайлатс «Послуги»
- Щоб замовити- пиши в дірект
- Щоб отримати безкоштовний МК клікай нижче

ХАЙЛАТС АБО ВІЧНІ СТОРІС

Чим менше- тим краще. Ніяких Єгиптів та Туреччин, якщо це не має діла до того, що ви продаєте. Ви прийшли в Інстаграм, щоб продавати. Тому у вашому аккаунті немає місця дл зайвого контенту, все повинно працювати на продажі.

Що доречно залишати в хайлатс?

- Відгуки (подумайте про гарний однотипний варіант оформлення відгуків. Пам'ятайте, що Інстаграм- це візуальна мережа)
- Кейси (результати клієнтів: точка А така-то, після співпраці точка Б така-то)- актуально для експертів
- До/після- актуально для послуг
- Чому ви? Ваші переваги і чому саме у вас варто купити?
- Послуги
- Прайс, але лише (!) як дубль цін, які вже розміщені під кожним постом!
- Як замовити? Тут буде також доречною інформація про способи оплати/доставки
- «Про мене»- актуально для експертів

І досить! Не перенавантажуйте сторінку зайвою інформацією, бо тоді важливе- губиться

І ще одне. Геолокація. Це особливо важливо, якщо у вас локальний бізнес. Якщо читач заходить на сторінку майстра манікюру і не бачить локації, то він не буде в дірект перепитувати де саме він працює.

ВІЗУАЛ

Що важливо тут?

- ❖ Якщо ви продаєте товар, то фото в ідеалі повинні бути ваші. Навіть якщо ви дропшипер, шукайте можливість викупити по 1 екземпляру і відзняти все самостійно. Тоді весь контекст буде в одному стилі і в клієнта не виникне підозри, що товару не існує. Ви зможете показати краще розміри, деталі, функціонал і т.д.

- ❖ Старайтесь показати товар в дії. Просто красива сукня на вішаку і сукня на красивій дівчині, які сідає в дороге авто з розкішним оберемком квітів= це дві різні пропозиції, які куплять різні люди за різною ціною. І ви розумієте, де куплять дорожче і з меншою кількістю запитань.
- ❖ Якщо продаєте бантики для дівчаток, робіть фото на голівці малечі, а не на столі/підлозі/підвіконнику. Ви продаєте не товар клієнту, а результат, емоцію, яку дає ваш товар. Людина купує не посудомийку, а чистий посуд без своїх рук там, не мультиварку, а швидко і корисно приготовану вечерю без зайвих клопотів і т.д.
- ❖ Про відповідне освітлення, якість фото вже не будемо уточнювати, думаю. Фото, зроблені на телефон можна довести до людського вигляду в фоторедакторах, типу Lightroom.
- ❖ Для послуг. Улюблені читачами фото до/після краще ховати під обкладинки, тобто не першим фото у каруселі. По-перше, це виглядає не надто естетично в стрічці, по-друге, Інстаграм за таке може заблокувати сторінку, особливо, якщо спробуєте такий пост закинути в рекламу.
- ❖ Експерти. Тут трохи складно: з однієї сторони фото повинні бути професійними, зроблені в одному стилі і з підтримкою однієї кольорової гамми. З іншої сторони живі фото, зроблені вами викликають кращу реакцію та коментинг, ніж професійні однотипні. Таким чином, живими фото ви підтримуєте комунікацію з існуючою

аудиторією, а професійними фото ви даєте гарну візуальну картинку новим читачам і спонукаєте їх залишитись з вами.

- ❖ Експертам. Напис на фото з темою поста- дуже бажано. Так. Це не дуже мило виглядає в стрічці, але це спонукає читача відкрити пост і його прочитати+ новому читачу легше зорієнтуватись про що ви, як експерт у своєму блозі і чим можете бути йому корисним.

ЩО МАЄ НОВИЙ ЧИТАЧ ЗНАЙТИ В ПОСТАХ, REELS ТА СТОРІС?

Відповідь: користь для себе.

Останніми постами, які би мали бути закріпленими в аккаунті, можуть бути «Відгуки» («Кейси» у випадку експертів), ваші послуги (для експертів та послуг), пост з вашими перевагами перед вашими конкурентами ,решта- пости, як закривають болі вашої цільової аудиторії (про те, як знайти свою ЦА, поділити її на сегменти та зрозуміти її болі- в гайді «Хто моя ЦА» див.нижче)

В reels та сторіс новачок, який заглянув на сторінку повинен знайти лише те, за чим він прийшов. Якщо ви закинули відео про котика, яке залетіло, і з нього прийшов читач до вас в аккаунт, де ви продаєте послуги епіляції, то, напевно, чи саме та людина може стати вашим клієнтом.

Весь ваш контент повинен відповідати ніші, в якій ви працюєте. Умовно кажучи, з reels про лайфхак по догляду

за замшевим взуттям прийде людина, яка носить замшеве взуття, а отже, вона і є та сама ЦА для профілю, який продає такий товар.

Те саме зі сторіс. Так, там має бути не лише продаючий контент, а й розважальний. Але навіть цей розважальний повинен бути в контексті ніші, в якій ви працюєте.

ЯК ПИСАТИ ТЕКСТИ, ЩОБ ЇХ ЧИТАЛИ?

- ❖ **Заголовок**, який чіпляє за живе вашу ЦА. Це біль/проблема клієнтів. Саме з неї починаємо будь-який текст, чи то в пості/reels, чи то сторітелінг.
- ❖ **Далі**- зацікавлюємо клієнта, пропонуючи спосіб вирішення цієї проблеми.
- ❖ **Характеристики**. Розкриваємо користь продукту/товару під призвою проблеми. Тут же залишаємо характеристики товару/послуги
- ❖ **Дія**. Кажемо читачу, що він повинен тепер зробити: підписатись, прокоментувати, написати в дірект, перейти на хайлатс...

Враховуючи те, що ваші пости та reels бачать не лише підписники, а й нові читачі, то якісно написані тексти, які чіпляють з перших слів за живе вашу цільову аудиторію - це безкоштовний варіант просування блогу та потенційний ріст вашого доходу.

ПІДСУМУЄМО?

- ❖ Якісно упакований профіль- це візитка картка вашого дому, яка продає гостю з порогу.
- ❖ Завдяки розумінню більш своєї ЦА ви легко вибудовуєте комунікацію з вашим клієнтом, починаючи з шапки профілю, закінчуючи текстами в постах чи у відео.
- ❖ Правильною упаковкою ви збільшуєте шанси на те, що новий читач стане підписником і вашим клієнтом.
- ❖ Через впорядкований візуал та продуманий контент ви скорочуєте шлях клієнта від входу до здійснення покупки.
- ❖ Коли ви маєте якісно упакований профіль, то ви завжди готові до рекламних запусків та зустрічі нових читачів на своїй сторінці.

Якщо бажаєте, щоб я особисто допомогла вам упакувати профіль, і зробити його таким, який продає та спроектувати тематику контенту для вашого блогу- [пишіть в директ](#).

За одну годину консультації ми з вами сформуємо таблицю, де будуть:

- Зробимо діагностику того, що є на даний момент
- Заплануємо зміни в упаковці вашого профілю, які сприятимуть продажам

- Продумаємо орієнтовний контент для постів/reels/сторіс, які приведуть нову аудиторію та сприятимуть продажам існуючим підписникам.
- Ви зекономите багато свого часу в пошуках необхідного контенту, грошей, які зливаєте на нецільову рекламу, своєї енергії, яку витрачаєте на очікування нових клієнтів

Тривалість- 60 хв/ формат- онлайн

Стандартна ціна консультації- 1500 грн

Лиш для тих, хто придбав цей гайд

СПЕЦ ЦІНА консультації- ~~1500 грн~~ 1000 грн,

актуальна ЛИШЕ 3 ДНІ

після придбання цього гайду. Для запису-

[пишіть в дірект.](#)

ТЕ, ЩО МОЖЕ ДОПОМОГТИ ВАМ ВИРОСТИ В БЛОЗІ:

ГАЙД «СЕКРЕТИ REELS, ЯКІ ПРОДАЮТЬ»

- Чому в когось reels залітають, а у вас ні?
- Як їх знімати?
- Якими вони повинні бути?
- Як зробити так, що reels привели нову аудиторію?
- Які reels сприяють продажам?

РЕЗУЛЬТАТ:

- Ви навчитесь знімати reels, які продають
- У вас зникне вічне запитання «що і як знімати?»
- Ви зрозумієте основи правильної тексту в reels, які приведуть саме ваших клієнтів
- Ви зможете побудувати свою стратегію продажів через запуски reels
- Ви навчитесь відстежувати ефективність своїх відео
- Ви навчитесь продавати більше та нарощувати свій блог завдяки reels

Ціна гайду лише 350 грн

Щоб отримати- [пиши в direct](#) «Гайд «Секрети REELS?»»

ГАЙД «ХТО МОЯ ЦА?»

- Що таке «цільова аудиторія»?
- Навіщо вам знати свою ЦА?
- Як сегментувати ЦА?
- Як виявити болі та проблеми ЦА?
- Як знання про болі ЦА використати у написанні текстів, при зйомці reels, сторіс, упаковці профілю, в переписках та, врешті, в продажах?

РЕЗУЛЬТАТ:

- Ви зрозумієте, врешті, чому у інших купують, а у вас ні і як змінити ситуацію
- У вас зникне вічне запитання «про що писати та що знімати?»
- Ви зрозумієте основи правильної упаковки блогу під запит саме своїх клієнтів
- Ви зможете побудувати свою стратегію спілкування в переписках, щоб довести клієнта до покупки
- Ви зможете готувати контент для реклами так, що на нього точно прийде саме ваша аудиторія та принесе вам бажаний дохід.

Ціна гайду лише 350 грн

Щоб отримати- [пиши в direct](#) «Гайд «Хто моя ЦА?»

ПРО АВТОРА

ОКСАНА ЄВЧУН



- ❖ Коуч власників бізнесу
- ❖ НЛП практик
- ❖ Таргетолог
- ❖ Автор мотиваційного курсу «Квантовий стрибок»
- ❖ Ментор платформи [Women in Business](#)
- ❖ Власник он-лайн [магазину](#) 10 років
- ❖ Власник [студії](#) декору 6 років
- ❖ 30 000+ закритих замовлень в бізнесі

З ЧИМ Я МОЖУ ДОПОМОГТИ:

- стратегічне планування
- вихід на стабільний дохід
- виведення офлайн бізнесу в онлайн
- розвиток акаунту в інстаграм і заробітку на цьому
- збільшення доходу
- масштабування існуючого бізнесу

- оптимізація бізнес процесів
- управління часом
- прокачка впевненості та робота з самооцінкою
- баланс між роботою та «просто жити»
- упаковка експерності в особистий бренд
- мотивація та самоконтроль

Запрошую на БЕЗКОШТОВНУ 20-хвилинну зустріч для розбору вашого запиту. Щоб обрати зручний вам час, напишіть в [direct](#) «Хочу діагностику»

ПІДПИШІТЬСЯ

І ЗРОСТАЙТЕ В ДОХОДІ ЕФЕКТИВНО