

# Пошаговый план

Привет!

Меня зовут Дана, и я практикующий дипломированный Smm-специалист

Обо мне

Вот уже уже 5 лет я помогаю желающим и целеустремленным ученикам освоить новую удаленную профессию во фрилансе. Стать независимыми и свободными специалистами.

Если ты, совсем новичок и не знаешь, как и на чем можно зарабатывать в инстаграм, то тогда этот чек-лист для тебя.



@DANA\_PRO\_SMM

200+

учеников

11K

подписчиков

5

лет опыта

Я подготовила этот материал для владельцев бизнеса и для smm-специалистов, которые хотят взять первого клиента, но не знают, с чего начинать. Здесь вы найдете пошаговый план действий, что нужно сделать в первую очередь

## Но для начала

Почему владелец бизнеса не может просто нанять смм специалиста и ждать продаж в первый же месяц?

Часто владельцы бизнеса не понимая внутренки работы либо требуют слишком много, либо не требуют вообще, а ждут результата. Это все в корне неверно. Так вы просто сольете бюджет, если конечно вам не попадется с первого раза профи. А чтобы попался профи вам нужно либо самому разбираться в теме и провести качественное собеседование, либо нанять моего ученика))

**Итак, начинаем**

# 1 ШАГ

## АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

---



**Никаких: Мой продукт для всех.  
Я и так знаю, кто покупает.**

А только четкий и зафиксированный в текстовом формате анализ. Без анализа можете даже не переходить к следующим шагам. Потому что вы не будете знать, что именно нужно клиенту, что и как ему предлагать. Так придется перебрать море гипотез, потратить неприлично много времени, чтобы нащупать то, после чего покупают. А зачем это делать, если можно потратить неделю и сделать полный и понятный анализ целевой аудитории

Недавно записывала урок по тому, как проводить кастдев, чтобы за пару дней получить качественный анализ с нуля. [Нажим сюда, чтобы посмотреть видео](#)

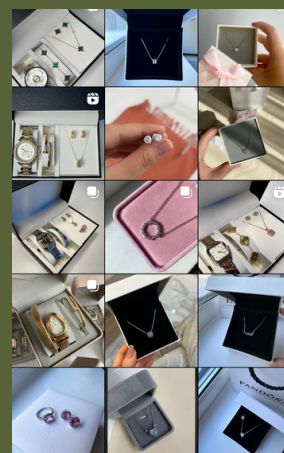
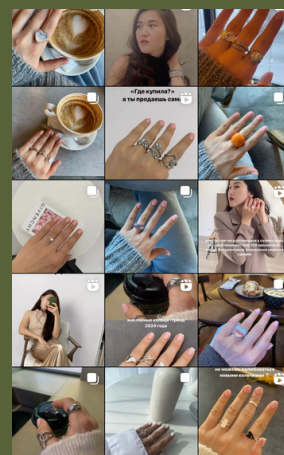
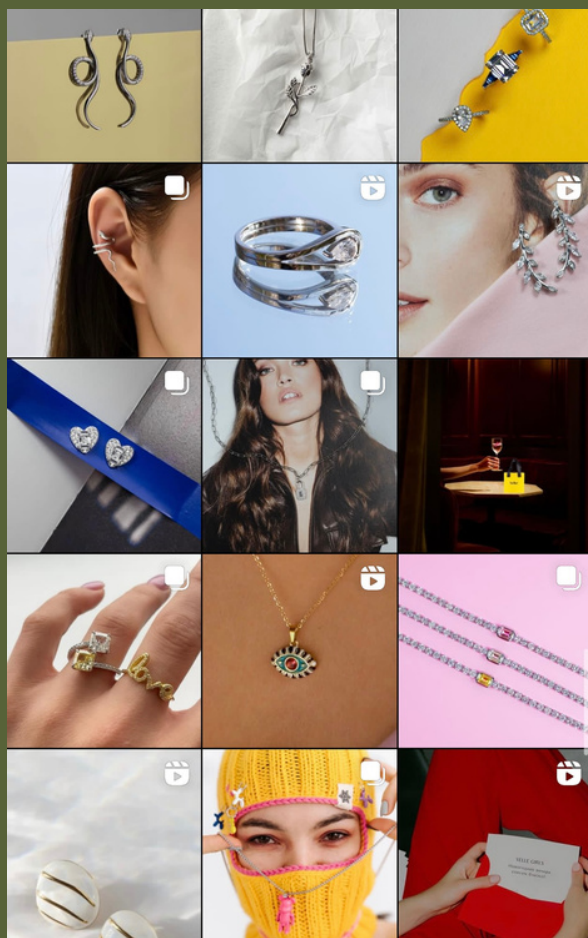
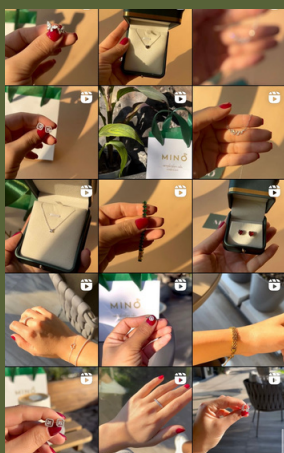
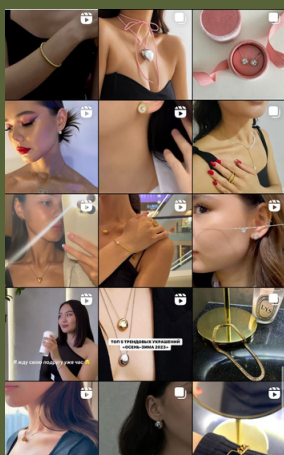
## 2. ШАГ

### ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Почему надо купить именно у вас? Что предлагает ваш бренд/вы сами. Как вы будете визуально отличаться от конкурентов и какая будет ваша миссия?

Позиционирование очень важно в нынешнем продвижении. Без него ваш аккаунт сольется с 1000 других и клиенты вас не запомнят.

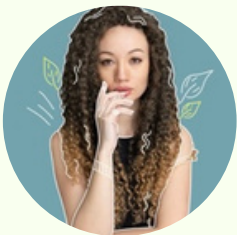
### Как профиль с позиционирование выделяется



## УПАКОВКА ПРОФИЛЯ

**Здесь мы уже должны знать что нужно клиенту и как мы ему это предложим. Осталось только донести это все через качественную упаковку профиля.**

**В упаковку входит:**



### **Аватар**

Должен быть качественный. Если это профиль человека, то лицо должно быть хорошо видно. Если бренда, то логотип должен быть минималистичным, без мелких деталей, чтобы его было видно в маленьком кружочке

### **Описание профиля**

Здесь важно четко и с цифрами описать, какую пользу получит клиент работая с вами. Вы должны сразу донести, почему стоит выбрать именно вас, а не конкурентов. Чем вы лучше. Важно брать информацию из анализа аудитории и писать в шапке то, что хочет услышать клиент, а не то, что вы хотите сказать

**УЧИЛКА SMM, которая помешана на РЕЗУЛЬТАТАХ СВОИХ УЧЕНИКОВ**

— С 0 до собственной квартиры

🎓 Выпускаю востребованных специалистов,  
доказательства в актуальных  
ПОСЛЕДНИЙ ПОТОК  
КУРС ВЗЛЕТ 📌

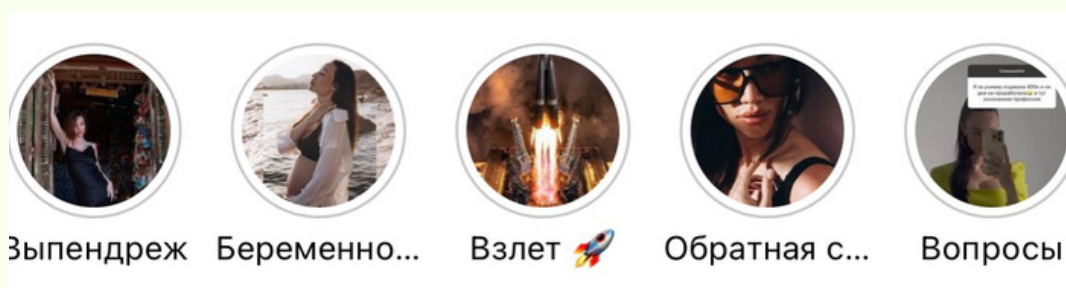
[🔗 danabakhytzhan.ru/vzltmain](https://danabakhytzhan.ru/vzltmain)

# 3 ШАГ

## УПАКОВКА ПРОФИЛЯ

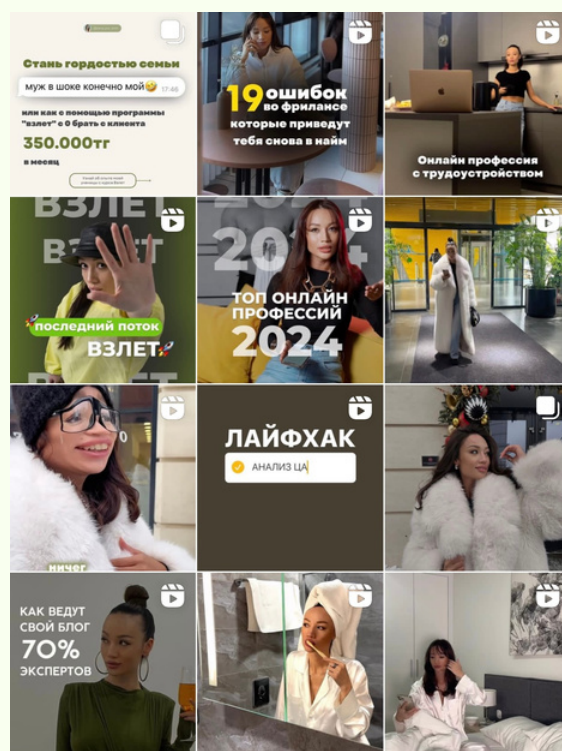
### Актуальные

Из анализа вы знаете, какие вопросы задают клиенты. Ответ на каждый из этих вопросов должен быть в актуальном! То же касается и вопросов в директ. Важно, чтобы всю нужную информацию клиент нашел на вашей странице



### Визуал

Должен отражать вас, как эксперта или бренд. Должен соответствовать вашему позиционированию и целям. Отказывайтесь от “вылизанного” красивого профиля, который несёт 0 информации клиенту. Используйте живые фотографии, не тратьтесь на фотосессии, которые превратят профиль в однотипную библиотеку ваших фотографий



# 4 ШАГ

## ВОРОНКА ПРОДАЖ

---

Чтобы профиль не просто был вашей визитной карточкой, но и продавал, вам нужно заранее внедрить продающий контент через воронку.

**Воронка может включать в себя:**

- Посты
- Рилс
- Актуальные
- Записанные эфиры
- Раздаточный материал в директе или по ссылке в шапке профиля

В воронке вам важно дать ответ на действительно интересующий целевую аудиторию запрос. Только так клиент будет проходить всю воронку и прогреваться к покупке вашего основного продукта

И только после этих четырех шагов вы можете запускать рекламу на свой блог. Не выполнив хотя бы один из этих пунктов реклама не принесет вам и половины от того результата, который могла бы дать