

ВИКТОРИЯ АБРАМОВА

45 ТЕМ ПРОДАЮЩИХ ПОСТОВ

*для привлечения платежеспособных
клиентов*



Кто я такая и почему могу научить вас этому лучше, чем кто бы то ни было?



Меня зовут Виктория Абрамова, я эксперт по увеличению доходов коучей и консультантов.

Я помогаю коучам, психологам, бизнес-консультантам и другим экспертам привлекать клиентов, продавать свои услуги дорого и быстро и значительно **увеличивать** свой **доход** без большого бюджета, базы, без стресса и надрыва.

Даю только те инструменты, которые **многократно проверены** мною лично, работают и **приносят** мне и моим клиентам **хорошие деньги**.

Подтвержденные видео- и текстовые отзывы с конкретными денежными результатами моих клиентов вы можете посмотреть на этой странице чуть ниже.

Я занимаюсь повышением доходов экспертов с 2011 года. Мои клиенты за время работы со мной **зарабатывают** на продаже дорогого личного коучинга **от 100 000 до 630 000 рублей**.

И я **знаю все подводные камни и тонкости**, с которыми вы сталкиваетесь или еще можете столкнуться **на пути к достойному доходу в вашем консультационном или коучинговом бизнесе**. А также **помогу вам их обойти** или преодолеть, если вы уже на них наткнулись.

Я многократно прошла все это сама и со своими клиентами и **создала пошаговую систему**, которая поможет вам **сделать прорыв в ваших доходах и бизнесе**, выйти на новый уровень жизни, самореализоваться в любимом деле и получать удовольствие от него и жизни в целом.

Давайте для начала разберемся с вами, в чем задача продающего текста и как работает продающий текст?

Прежде всего - добиться от человека совершения нужного вам действия
Сделать так, чтобы человек прочитал ваш текст или хотя бы полностью просмотрел.

Как добиться от человека действия?

Нужно создать условия. Условия создаются с помощью негативной и позитивной мотивации.



Обещаете/предлагаете то, что они хотят. Пугаете их тем, что они боятся.

БЕЗ КОНКРЕТИКИ ЭТО ПЛОХО РАБОТАЕТ

«Вот, приходите ко мне на интенсив - я научу вас, как много продавать ваших продуктов!». - Это не конкретно: непонятно, чему будете учить, за счет чего эти продажи увеличатся

Или

«Если вы не придете на мой вебинар, это будет самым большим упущением вашей жизни!» - тоже непонятно и не конкретно, поэтому не работает.

ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ЭТО ХОРОШО РАБОТАЛО, НУЖНА КОНКРЕТИКА.

- Как именно они получают то, что вы обещаете. То есть расскажите в тексте, как именно они получают то, что вы обещаете.
- За счет чего?
- Почему именно их ждет та опасность, о которой вы говорите.
- Почему то, что они делают не сработает.

- Для конкретики мы используем некоторые утверждения (заявления/идеи).

ЛЮДИ ОБЫЧНО НЕ ВЕРЯТ НА СЛОВО

Если вы что-то заявляете, то вам стоит это как-то доказать.

Доказывать можно с помощью:

1. Фактов.
2. Отзывов.
3. Цитат авторитетных людей.
4. Независимой статистики
5. Метафор и аналогий
6. Логики и здравого смысла

У людей есть свои мысли по поводу того, о чем вы говорите.

Эти мысли называются «возражениями и опасениями».

Если вы оставите эти мысли у человека в голове и ничего с ними не сделаете, то они могут быть главными при принятии решения

Типичные опасения:

- Не слишком ли это сложно?
- Это работает?
- Это будет работать в моем случае?
- Вы действительно знаете, о чем говорите?
- То, что вы предлагаете, действительно ли является лучшим вариантом для меня сейчас, может, есть что-то получше?



Как обрабатываются эти мысли?

- Объясните, почему это не так
- Озвучьте противоположную идею.

ТИПИЧНЫЕ ВОЗРАЖЕНИЯ:

1. У меня нет на это времени
2. Это слишком дорого
3. Это слишком сложно
4. У меня это не сработает
5. Куплю это потом
6. Я лучше...



Это работает по схеме: Обещать — заявлять — доказывать.

Люди принимают решения вначале эмоционально. Затем оправдывают их рационально.

Если в вашем тексте недостаточно эмоций или яркого описания ситуаций, которые вызывают эмоции, то текст может не дать желаемый результат

Если вы хотите, чтобы ваш текст было интересно читать, чтобы у человека было еще больше мотивации действовать, позаботьтесь о том, чтобы ваш текст вызывал эмоции

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРИГГЕРЫ.

Эти триггеры основаны на глубинных страхах и желаниях, которые есть у каждого

СТАНДАРТНЫЕ ТРИГГЕРЫ

- Страх упустить возможность
- Стремление быть особенным/уникальным
- Стремление стать частью чего-то большего
- Стремление поднять свой статус в глазах других

КАК ДОБИТЬСЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВАШ ТЕКСТ ПРОЧИТАЛИ.

Если ваш текст длинный, большинство людей его не прочтет и Вам нужно это учитывать.

Но длинный текст лучше убеждает человека, поэтому такие тексты стоит писать. Но стоит подумать о том, как сделать так, чтобы его прочли.

ЧТОБЫ ВАШИ ТЕКСТЫ ЧИТАЛИ НЕОБХОДИМО:

1. Хороший заголовок и вступление
2. Пишите простым разговорным языком
3. Пишите в коротких предложениях и разбивайте ваш текст на небольшие абзацы
4. Меньше используйте абстрактных слов и больше используйте конкретные образы, которые можно визуально представить
5. Рассказывайте об эмоциях (своих и читателей)
6. Используйте метафоры и аналогии



ПОПУЛЯРНЫЕ СТРУКТУРЫ И ФОРМУЛЫ НАПИСАНИЯ ПРОДАЮЩИХ ТЕКСТОВ.

ФОРМУЛА AIDA.

Самая известная и самая популярная формула. Она состоит из четырех частей.

Attention – внимание.

Interest — интерес.

Desire — желание.

Action - действие.



ФОРМУЛА ДЕНА КЕННЕДИ:

- Боль
- Больше боли
- Надежда
- Решение
- Призыв к действию

ФОРМУЛА ФРЕНКА КЕРНА.

- Что у меня есть
- Что вам это даст
- Что вам нужно сделать, чтобы это получить

ЗАГОЛОВКИ И БУЛЛИТЫ. Заголовки буллиты часто недооценивают. Но один хороший заголовок и 5-7 хороших буллитов могут неплохо справиться с задачей.

БУЛЛИТЫ

Буллиты - этот список свойств/фактов и выгод того, что вы предлагаете

Буллиты легко и интересно читать

Они имеют накопительный эффект



ЗАГОЛОВКИ.

Задача заголовка - захватить внимание целевой аудитории и увлечь прочтением вашего текста.

Будьте внимательны! Нам нужно не просто внимание, а внимание **ЦЕЛЕВОЙ** аудитории.

Существует огромное количество различных формул, которые позволяют вам этого добиться.

ПРИМЕРЫ ФОРМУЛ:

Как ...

Обещание (Дайте мне ... /попробуйте ...)

Почему/Х причин

Хотели бы вы ...?/ Как вам идея ...? (вопрос)

Если ... то ...

Контент

Здесь я собрала самые ценные и полезные моменты о том, какие письма и статьи вы можете писать для своих подписчиков, чтобы познакомить их с вами и вызвать доверие к вам и к вашей программе.

Огромную роль в получении высокого дохода с продаж вашей групповой программы играет контент, который вы будете присылать человеку после знакомства.

Контент должен быть:

- полезным
- не банальным
- недолгим и не длинным, чтобы можно было его быстро прочитать или посмотреть
- не занудным
- интересным
- в контенте должны быть ответы на острые вопросы, которые ваши потенциальные клиенты уже ищут
- очень важно людям давать то, что они хотят, то, что они ищут и то, что они еще не знают
- не давать то, что они не хотят знать или не хотят делать
- контент не должен быть сложным, важно чтобы он был легким для восприятия
- не давайте теорию, а давайте людям инсайты, какие-то идеи, фишки, маленькие секреты, лайфхаки
- промо-контент должен логически подводить человека к нужному вам действию. Например, чтобы они пришли на ваше продающее мероприятие или купили вашу групповую программу.



Важные рекомендации для создания промо-контента:

1. Говорите на языке клиента - его словами и выражениями, как он думает и говорит о своей проблеме.
2. Чтобы завладеть вниманием человека - говорите о проблемах клиента, а не о своих
3. Не пишите про свои чудесные методики и техники.
4. Пишите больше полезных статей в виде ответов на острые вопросы клиентов и показывайте, как ваши методики помогают решить их проблему.
5. Чтобы ваши статьи не только привлекали внимание клиентов, но и вызывали у них нужные вам осознания - в своем ответе на острый вопрос клиентов - указывайте на скрытую реальную причину их проблемы, которую многие не знают и не осознают.
6. Транслируйте через контент ваши ценности.

Люди покупают у людей.
В интернете - особенно.
Первый вопрос, на который каждый потенциальный клиент ищет ответ когда читает вашу статью, рассылку или смотрит видео - *"кто ты такой (такая), чтобы тебе верить?"*.
Обычно эту задачу выполняют отзывы и кейсы эксперта. Но есть ещё более важный уровень доверия - это ценности.



Именно из-за совпадения на уровне ценностей у потенциальных клиентов возникает ощущение "свой человек". Можно сколько угодно долго создавать полезные статьи, записывать видео в дорогих студиях, заказывать сайты у дорогих специалистов, но людей не обманешь. Если даже крутой эксперт "не резонирует" по ценностям, то возникает ощущение "не верю".

Вы, наверное, и сами замечали, что слушаешь одного эксперта - ему веришь, слушаешь другого - что-то не то. И не понятно в чём дело. Так вот, если покопаться глубже, то тем людям, которым вы не верите в интернете, как экспертам - скорее всего у них другие ценности - то есть вы не совпадаете по жизненным ценностям.

Что из этого следует? Чтобы стать "своим человеком" для вашего потенциального клиента - нужно максимально транслировать свои ценности. Обычно эксперты прячутся за знаниями, воздерживаясь от собственного мнения. А зря - теряется его личность. *Чем ярче вы будете транслировать свои ценности, тем быстрее к вам "притянутся" ваши клиенты мечты.*

7. Лучше всего ценности можно транслировать с помощью историй. Истории помогают "продавать не продавая". Это может быть история о вас, о клиенте, ваши наблюдения и так далее. Историями, рассказанными в статье, в видео можно закрыть максимальное количество возражений клиентов еще до первой консультации с вами или до первого вебинара.

Самые часто встречающиеся возражения, которые вы можете отлично закрыть историями:

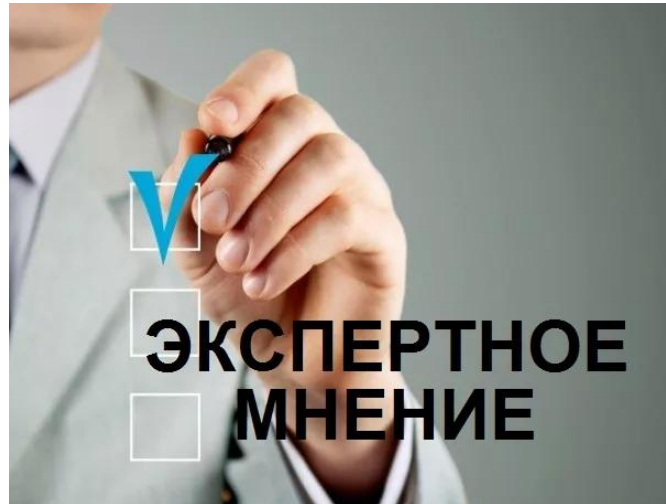
- **Не верю в систему.** Почему ваша система работает, и чем она отличается от других?
- **Неверие в себя.** Почему получится именно у этого человека, даже если до этого не получалось?
- **Неверие в тренера.** Почему стоит пойти именно к вам, и именно вы тот эксперт, который поможет?
- **Нет денег на обучение.** Почему вы или ваши клиенты в свое время нашли деньги на обучение и каким способом, что было до и что стало после

ТЕМЫ ДЛЯ ПРОМО-КОНТЕНТА

Первые 5 тем я рекомендую вам использовать и отправлять в числе первого промо-контента (первых нескольких подогревающих видео или статей).

Очень желательно чтобы ваши первые промо-видео и промо-посты:

- содержали ваш нестандартный взгляд на проблему потенциального клиента
- содержали ваш нестандартный взгляд на достижение результата в этой теме
- должны быть разрывом шаблона для человека.



1. “Вся правда о...” или “3 Мифа о...”

Люди всегда ищут правду, они не любят когда их обманывают, хотят обладать эксклюзивной верной информацией. В данном промо-контенте (статье или видео) важно рассказать об основных заблуждениях, которые есть в этой теме. Это отличный способ повысить осознанность подписчиков и перевести её фокус на то, что реально важно в этой теме.

Названием “вся правда о...” вы:

- привлекаете внимание и при этом развенчиваете мифы
 - рассказываете об основных заблуждениях, которые есть в этой теме,
 - повышаете осознанность подписчиков в этой теме, переводите ее фокус на то, что реально важно в этой теме
- А также, если у вас есть портрет клиента и вы знаете мифы своей целевой аудитории - активно публикуйте промо-контент на эту тему. Естественно что важно должно быть не нудно, не банально, не глубоко. не фундаментально, не сложно

Примеры:

- Отношения. Вся правда о богатых мужчинах
- Коучинг. Вся правда об продаже коучинга
- Похудение. Вся правда о тренингах по похудению
- Интернет-реклама. Вся правда о рекламе в ВК

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- В какие мифы и заблуждения верит ваша ЦА?
- На какие вопросы ваша ЦА ищет ответ, которые не имеют никакого отношения к результату?
- Какие убеждения есть у вашей ЦА, которые мешают им

получать результат в вашей теме?

2. Разоблачение - контентом с такой подачей вы сможете стать для подписчиков “своим” человеком

Люди не любят когда их обманывают. Человек, который разоблачает кого-то всегда воспринимается, как герой, и к нему повышается доверие, и у людей складывается ощущение, что о них заботятся.

Примеры:

- Отношения. Что скрывают свадебные агентства, помогающие искать мужа за границей?
- Интернет-реклама. Какую хитрость применяют интернет-маркетологи, из-за которой вы вынуждены переплачивать за рекламу?
- Диабет. Секрет, который скрывает от вас ваш врач

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- В какие ловушки попадает ваша ЦА?
- За что люди в вашей теме вынуждены платить

переплачивать?

- На что люди в вашей теме вынуждены тратить больше времени, чем нужно?
- Кто доставляет вашей аудитории проблемы и неприятности?
- Какие малоизвестные секреты существуют в вашей теме?

3. Прорыв

Самый простой способ что-то продавать или продвигать – это предлагать что-то новое. Новое привлекает внимание и дает возможность получить превосходство над остальными.

Примеры:

- Отношения. Новое открытие в отношениях между мужчиной и женщиной
- Интернет-реклама. Революционная стратегия привлечения клиентов в FB
- Продажи. Новый способ снятия возражений

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- Что ещё не знает ваша ЦА в теме получения результата?
- Чего ещё нет на рынке в вашей теме у конкурентов?
- Какие современные тренды есть на рынке в вашей теме?
- Какие новые исследования есть в вашей теме?

4. Как получить X без Y?

X – желания ЦА, Y – то, что они не хотят делать. В каждой теме есть то, что люди не хотят делать ради получения результата. Лень и страхи – правят миром.

Поэтому, если у вас есть способ получить результат без того что люди не хотят делать в этой теме, то об этой схеме можно рассказать в промо-контенте:

- в общих чертах,
- схематично

- или через реальный кейс.

Примеры:

- Отношения. Как найти мужчину без изнурительных свиданий?
- Коучинг. Как привлекать клиентов на автопилоте без изнурительных бесплатных консультаций?
- Деньги. Как привлекать деньги, не ломая себя?

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- Что не хочет делать ваша ЦА в этой теме?
- От чего ваша ЦА впадает в страх?
- Что ваша ЦА не будет делать не при каких обстоятельствах ради получения результата?
- Как обойти то, что не хочет делать ваша ЦА?

5. Ответ на один из самых горячих, болевых, эмоциональных вопросов подписчиков в этой теме, вопрос, который их раздражает, ответ на который он ищет, его мучает

В каждой нише есть горячие вопросы, которые раздражают подписчиков. Ответы на такие вопросы хорошо притягивают внимание людей в нише. Самое главное - найти такие вопросы и дать чёткие и ёмкие ответы на них. Желательно, чтобы ответы были неожиданными для аудитории.

Примеры:

- Отношения. Почему я притягиваю не тех мужчин?
- Инфобизнес. Почему люди не покупают на вебинаре?
- Продажи. Как остановить спад продаж в кризис?

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- Что раздражает вашу ЦА?
- Что забирает уйму времени?
- Что плохое постоянно повторяется в их жизни?

- На чём они теряют деньги?
- В какие сложные ситуации они не хотят попадать?
- Кто или что портит им жизнь?
- Какой вопрос они себя постоянно задают в вашей теме (Ну почему.... Ну как же мне сделать...)?

6. Типология и идентификация

В таком промо-контенте человеку показывается, что такое "правильное" поведение и "неправильное". Он понимает, **что** с ним не так, **что** надо менять и **почему** у него раньше не получалось. Он сам достраивает в голове - что ему теперь не хватает для того, чтобы получить результат (вы говорите, что всё это есть в платной программе / на бесплатном интенсиве). Вы говорите подписчикам, что есть люди, у которых есть что-то, чего у них нет, и поэтому у тех людей получается. Как это сделать - приходите в платную программу/ бесплатный интенсив

Примеры

- Бизнес. Без каких навыков вы никогда не сможете управлять сотрудниками?
- Финансы. 3 качества, которые мешают вам стать богатыми.

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- Какие 2 лагеря есть в вашей теме
- Чем отличаются те, у которых всё хорошо, от тех, у которых всё плохо?
- Без каких навыков нельзя получить результат?
- Без каких привычек нельзя стать "правильным"?
- Что знают такого "правильные люди"?

7. Ошибки

Люди боятся ошибаться, боятся терять время зря, терять деньги, выглядеть глупыми и обманутыми. Человек хочет быть правильным. Нет лучшего способа эксплуатировать этот триггер, как предложить ему узнать про ошибки, чтобы их не допустить. Это самый простой способ повысить

осознанность аудитории до необходимого уровня. Это может быть несколько ошибок или главная ошибка.

Примеры:

- Отношения. 3 ошибки, из-за которых вы попадаете в "сети" женатых мужчин.
- Продажи. 3 ошибки, из-за которых вы каждый день теряете продажи.
- Карьера. 3 ошибки в резюме, из-за которых вас никогда не возьмут на работу.
- Продажа коучинга. 5 роковых ошибок, которые оставляют экспертов с низкими доходами

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- Ошибка – это действие, которое *обычно* делает ваш потенциальный клиент, но не считает его неправильным.
- Ошибки – это то, что *принято* делать, считается *правильным* и единственно возможным в вашей теме.
- Ошибки – поступки, стратегии, поведение, отношение к чему-то. В чём ошибаются ваши потенциальные клиенты?

8. Что делать если...

Все любят готовые решения. Чтобы это использовать надо найти распространенную неприятную ситуацию для ваших потенциальных клиентов и дать классный совет. Большинство людей не любят думать, не стоит обвинять их в этом, надо это использовать.

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- В какие неудобные ситуации попадают ваши потенциальные клиенты?
- Какие ситуации в жизни их пугают до ужаса?
- В каких ситуациях они теряли деньги?
- В каких ситуациях они теряли время?
- Какие ситуации портят им жизнь?

ВАЖНО! Старайтесь написать более приземленные бытовые ситуации!!!

В промо-контенте не используйте СОСТОЯНИЯ ваших потенциальных клиентов, в которых они находятся на длинном промежутке времени.

Плохие варианты для промо-контента - это большие проблемы, например:

- что делать если ты не знаешь зачем ты живешь,
- что делать если вы не можете выйти замуж,
- что делать если вы не можете похудеть

Правильные, хорошие примеры:

- Отношения. Вы узнали, что у вашего мужа, есть любовница, что делать?
- Продажи. Что делать, если клиент просит скидку, манипулирует и намекает, что уйдет к вашему конкуренту?
- Инфобизнес. Что делать, если письма попали в СПАМ?

9. Лайфхаки - фишки, секреты, хитрости и т.д.

Не жалейте "мяса" в промо-контенте. Сейчас, в условиях информационного перегруза, лайфхаки - один из лучших способов заполучить внимание потенциальных клиентов. Человек верит в чудеса, большая часть людей уверена, что дело в каких-то секретных фишках, которых они не знают - вот и используйте это.

Примеры:

- Трафик. Сервис для рекламы во вконтакте, благодаря которому, вы сэкономите рекламный бюджет на 10%.
- Бизнес. Фраза, которую надо прописать в договоре, чтобы защитит себя от претензий контрагента.
- Отношения. 1 вопрос, который надо задать своему мужчине, чтобы понять любит он вас или нет.

Подсказки, ответьте письменно на вопросы:



- Самое ценное, чем пользуетесь лично вы
- Ваши случайные находки
- Требуется мало времени, но очень результативно
- Дает быстрый результат

- Не требует специальных знаний
- Это мало кто знает

10. Отзывы

Скриншоты, переписки, видео-интервью, видео-отзывы.

Пример смотрите вот здесь: https://vk.com/dorogocoaching?w=wall-136083034_2490

11. Описание кейсов может быть без отзыва

Вы можете описать ваш результат или результат вашего клиента в виде текста или записать видео

12. Причины, почему у потенциальных клиентов возникают эти проблемы.

Тем самым вы повышаете осознанность клиентов. То есть указываете в чем причина проблемы и создаете спрос на нее: озвучиваете проблему, и говорите из-за чего она возникла, и что ее можно решить так то. И то как вы можете ее решить привязываете к своему продающему мероприятию и платной программе.

Пример: 3 УБИЙСТВЕННЫЕ ПРИЧИНЫ, из-за которых 90% коучей, тренеров и консультантов не зарабатывают много [ПРОВЕРЬТЕ ДЕЛАЕТЕ ЛИ ВЫ ИХ]: https://vk.com/dorogocoaching?w=wall-136083034_2496%2Fall

“45 тем постов для привлечения платежеспособных клиентов”

Дата	Что писать	Возможный формат
	Знакомство с подписчиками, ключевая компетенция. Кто я, чем занимаюсь, в чем экспертность, какой опыт, в чем сейчас помогаю людям, почему и зачем я это делаю, как я к этому пришел/ла/ Написать свою историю изменений	пост или видео
	кейс (полученный результат в вашей теме, свой или клиента), отзыв клиента	скрин отзыва/ видео с кратким описанием/ пост с описанием подробностей
	личное/ трансляция своих ценностей, принципов, правил через истории или ассоциативный ряд образов	фото/ пару предложений; статья не более 1500 символов
	личное/ трансляция своих ценностей, принципов, правил через истории или ассоциативный ряд образов	фото/ пару предложений

	история клиента/ закрытие ключевого типового возражения "неверие в себя"	фото/ пост/ статья не более 3000 символов
	полезный контент: решение 1-ой типовой "боли/ проблемы"	текст/ видео - чек-лист, картинка/ фото
	профессиональная история: как я сделал/а... закрытие типового возражения "неверие в тренера"	видео, краткое описание
	личное: можно про свой город, семью, важное событие, которое позволило понять или укрепить одну из своих ключевых ценностей	фото/ пару предложений
	провокация: а работает ли?	текст, картинка/ фото
	полезный контент: качества, которыми должен обладать...	видео, краткое описание
	личное: хобби, соединение на уровне интересов	фото/ краткий текст
	личное: развитие, обучение, инсайт	фото/ пару предложений
	личное мнение/ история преодоления. Закрытие возражения "окружение против" (все мне говорили не получится, но я сделал...	видео/ пост/ статья
	история: однажды я хотел отложить на потом... Закрытие возражения "в следующий раз"	пост/ статья
	полезный контент: Я применил/а эту фишку и получил/а... Закрытие возражения "Дорого"	текст, картинка/фото
	полезный контент: история как сделал/а сложное просто. Закрытие возражения "Это сложно"	видео, краткое описание
	выгоды: преимущества вашего метода, подхода, практики и пр. История быстрого успеха/ результата. Закрытие неверия в себя	текст, картинка/фото
	кейс/ отзыв. Закрытие неверия в продукт/ автора	скрин отзыва/ видео с кратким описанием
	личное: история как обучение/ услуга помогла получить быстрый результат. Закрытие возражения "Я найду того, кто это умеет делать, зачем мне обучаться"	видео/ краткое описание
	личное: Закрываем возражение "У меня уникальная ситуация". История/ аналогия/ "хирург и инструмент"	фото/ текст
	личное: "За все надо платить" история про соотношение вложений в себя и получения результатов как следствие. Закрытие возражения "На обучение будет уходить много сил, времени и денег"	пост/ статья/ фото/ картинка
	полезный контент: Закрываем 1 типовую проблему	видео, краткое описание
	факты: за последнее время уже +100500 человек стало рассматривать для себя... статистика, ссылки на авторитетные источники	текст, картинка/ ссылка/ скриншот
	опрос: Друзья, как вы знаете, я эксперт по продажам и переговорам. Последние месяцы я работаю над большим проектом, в котором буду обучать удаленной профессии, а конкретно менеджеров продаж. Я хочу быть вам максимально полезной, так как опыта накопилось очень много, я готова им делиться. Но дело в том, что о вас я совсем ничего не знаю. Уделите пару минут, пройдите небольшой опрос или напишите в комментариях, чем вы занимаетесь	варианты ответов: - я предприниматель, у меня есть менеджеры продаж - я предприниматель, у меня нет никого на обзвонах - я наемный работник, но хочу перейти на удаленную работу - я работаю удаленно, но хочу увеличить доход
	личное: сегодня такие-то планы, а что делаете вы?	фото/ текст

	полезный контент: фишка на тему "как получить то, что очень хочется", простое действие, которое можно выполнить за 5-10 минут и получить эмоциональный или любой другой результат	видео, краткое описание
	личное: прогулка/ релакс/ воплощение желаемого	фото/ пара предложений
	мнение: Как это может изменить жизнь. Трансляция авторской позиции	статья/ пост/ фото
	история преодоления: Как я решил/а проблему через выход из зоны комфорта. Закрытие возражения "неверие в себя"	пост/ фото
	кейс/ отзыв	видео/ пост/ статья
	история личной ценности: зачем я делаю то, что делаю	пост/ статья/ фото/ картинка
	личное: история становления ключевой ценности и ее влияние на жизнь и бизнес	статья/ пост/ фото
	личное мнение: нужно ли планирование или "как стать золотой рыбкой и стариком Хоттабычем для себя"	статья/ пост
	полезный контент: 3 секрета, техники, упражнений, которые позволяют вам поднять личную эффективность	чек- лист/ видео/ статья
	личное: что я сделал за последние недели	пост- список/ фото
	авторская позиция: свод собственных принципов и правил, какие они и почему именно они	видео/ краткое описание
	кейс/ отзыв. Закрытие неверия в продукт/ автора	статья/ пост/ фото
	хобби: соединение с аудиторией на уровне интересов	пост/ фото
	полезный контент: решение 1-ой типовой "боли/ проблемы"	статья/ пост/ фото
	личное: история собственной экспертности, как пришел к состоянию "здесь и сейчас"	видео/ краткое описание
	трансляция ценности: что для меня важно в людях	статья/ пост/ фото
	для контента, который вы можете написать в конце года: подведение итогов года	статья/ пост/ фото
	для контента, который вы можете написать в конце года: 10 вызовов на следующий год	видео/ статья/ пост
	для контента, который вы можете написать в конце года: с новым годом	видео/ краткое описание
	история клиента/ закрытие ключевого типового возражения "неверие в себя"	
	личное/ трансляция своих ценностей, принципов, правил через истории или ассоциативный ряд образов	
	день рождения: 10 выводов, которые я сделал к ... годам	видео/ краткое описание

✦ Если вы хотите в ближайшее время создать очередь из платежеспособных клиентов к вам на консультации, то для вас **ХОРОШАЯ НОВОСТЬ:**

Вам очень повезло, потому что как раз **в самое ближайшее время я проведу бесплатную закрытую презентацию своей программы «Коучинговый бизнес на автопилоте»** - Система Продажи Вашего Личного Коучинга и Консультаций Дорого, Стабильно и Просто, на которой расскажу пошаговую систему о том, **как вам в ближайшее время выйти на стабильный доход 100 000-500 000 рублей и выше в месяц на продаже личного коучинга и консультаций**. А также на ней я расскажу о своей программе "Коучинговый бизнес на автопилоте".

На этой презентации вы **сможете получить самые крутые, вкусные, низкие условия участия и бонусы**. Если вы хотите попасть на закрытую презентацию и узнать время проведения - зарегистрируйтесь в предварительный список прямо сейчас.

Для этого нажмите на эту ссылку <https://abramovav.ru/zp/web-reg> и вам придет письмо с доступом к закрытой зоне, где будет проходить презентация моей программы «Коучинговый бизнес на автопилоте».

✦ **P.S.S. ВАЖНО!** У вас будет только одна возможность воспользоваться самыми лучшими условиями и получить шикарный приз, и она будет на этой презентации.

Добавляйтесь в друзья – я всегда рада новым знакомствам:)

Во ВКонтакте <https://vk.com/id12355751> или Facebook <https://www.facebook.com/victoriabramova> .

Подписывайтесь на мой инстаграм:
https://www.instagram.com/viktoria_abramova_coach/

Группа во ВКонтакте: <https://vk.com/dorogocoaching>

Группа в Facebook: <https://www.facebook.com/AbramovaViktoria/>