

Структура продающего вебинара

Какие элементы и в какой последовательности Вам нужно использовать, чтобы создать успешный продающий вебинар

Представление

Первое впечатление о спикере складывается в течение первых пяти-семи минут. Поэтому заранее позаботьтесь о том, чтобы всё было готово к выступлению. Важно, чтобы перед выступлением вас представили слушателям, рассказав о регалиях, тогда это не воспримут как хвастовство.

Интерактив и вовлечение зрителей

Создайте интерактив. К примеру, спросите людей, чем они занимаются, где живут. Важно не просто задавать вопросы, а озвучивать ответы. Каждому участнику приятно услышать своё имя и ответ на вопрос во время выступления.

Подстройка под будущее

Рисуйте красивые образы в голове слушателей. Например, спросите, куда они потратят первый заработанный миллион.

Вызов интереса и открытые петли

Заинтересуйте слушателя программой выступления, чтобы он остался до конца. Одна из сильнейших техник заключается в том, что вы начинаете рассказывать интереснейшую историю и обрываете её в кульминационный момент и говорите, что расскажете её полностью в конце выступления.

Определение темы

Дайте определение темы для новичков, которые попали на ваше выступление впервые.

Продажа темы

Приведите доводы, почему стоит изучать вашу тему, либо решать проблему, которую решает ваш продукт.

Почему тема важна именно сейчас

Приведите доводы, почему сейчас лучшее время, чтобы заинтересоваться вашей темой.

Регалии

Расскажите о себе и причинах слушать вас. Перечислите пять-семь ваших основных регалий.

Вызывайте нужные эмоциональные состояния

Расскажите пять историй, вызывающих разные эмоциональные состояния (от негативных к позитивным). Важно, чтобы одна из историй была о том, как вы

приняли тяжёлое решение о покупке и, по итогу, она стала одной из лучших инвестиций в жизни.

Демонстрация стиля жизни

Подберите лучшие фотографии, демонстрирующие ваш стиль жизни: дом, машина, увлечения, семья, путешествия.

Позитивный якорь на большую идею

После демонстрации красивых фотографий расскажите про большую идею, благодаря которой вы достигли результатов.

Вскрытие боли

Перечислите трудности, с которыми сталкивается ваша аудитория. Подтвердите высказывания цифрами статистики или личными историями.

Снятие ответственности со слушателя

Поясните, почему не стоит винить себя в отсутствии результатов.

Представление продукта или услуги

Коротко расскажите о своём продукте и какие результаты слушатели получают после его приобретения.

Большая миссия

Поясните, почему деньги не являются основной причиной создания продукта или услуги. Какая миссия стоит за их созданием.

Отличие от конкурентов

Приведите 3-5 ключевых отличий вашего продукта от конкурентов.

Закрытие возражений

Озвучьте 5-7 основных возражений клиентов и закройте их.

Полезный контент

Поделитесь полезными фишками, которые вызовут состояние WOW. Между слайдами показывайте кейсы и отзывы учеников, внедривших ваши знания на практике.

Якорение lifestyle на продукт

Ещё раз покажите фотографии своего стиля жизни и сразу же после них ваш продукт или услугу.

Описание результатов

Детально расскажите, какую трансформацию даёт продукт или услуга и какие результаты слушатели получают после приобретения.

Перечисление всех модулей

Расскажите отдельно о каждом модуле продукта и его стоимости. Покажите полную стоимость продукта исходя из суммы стоимости всех модулей.

Обоснование цены

Приведите 3 причины, почему ваш продукт или услуга стоят этих инвестиций.

Сброс цены

Сбросьте стоимость в несколько раз. Обязательно укажите причину большой скидки.

Призыв к действию

Расскажите по шагам, что нужно сделать, чтобы произвести покупку.

Гарантия

Расскажите, при каких условиях осуществляется возврат денег за продукт или услугу.

3 бонуса

Добавьте 3 сильных бонуса, закрывающих основные возражения слушателей.

Перечисление полного комплекта

Подведите итог, что входит в комплект и общую стоимость

Сброс цены

Как и в прошлый раз, сбросьте стоимость до специальной цены, указав причину скидки.

Призыв к действию

Расскажите по шагам, что нужно сделать, чтобы произвести покупку.

Трата денег или инвестиция

Расскажите, в чём ключевое отличие траты денег от инвестиций в себя. Покажите, почему ваш продукт или услуга являются хорошей инвестицией.

Демонстрация процесса покупки с призывами

Если продаёте онлайн, визуально покажите зрителям, как оформлять заказ.

Социальное доказательство

Назовите первых оплативших, попросите аудиторию поаплодировать самым мудрым людям.

Бонус за быструю оплату

Поощрите специальным бонусом первых оплативших. Расскажите историю о том, что те, кто быстро принимают решения и действуют, получают самые сливки.

2 варианта развития событий

Расскажите 2 истории: какое яркое красивое будущее ждёт после покупки продукта или как ничего не изменится, возможно, все станет гораздо хуже, если ничего не менять.

Призыв к действию

Расскажите по шагам, что нужно сделать, чтобы произвести покупку.

Отзывы

Покажите видеоролик, состоящий из нарезки лучших отзывов на ваш продукт или услугу.

Закрытие возражения о стоимости

Расскажите, что большинство людей тратят деньги на дорогие телефоны или отдых, а когда речь заходит об инвестициях в своё будущее, говорят об отсутствии финансовых средств. Покажите разницу, между тратой денег и инвестицией.

Закрытие остальных возражений

Отвечайте на все вопросы и закрывайте возникающие возражения.

Действия после покупки

Расскажите, что произойдёт сразу после покупки и дайте совет, с чего начать после получения доступа (подстройка под будущее).

Призыв к действию с ограничением по времени (DEADLINE)

В очередной раз расскажите, что нужно сделать для покупки. Можно поставить deadline (указать срок, до истечения которого есть возможность приобрести продукт или услугу на заявленных условиях, после чего можно повысить цену, закрыть продажу и так далее).

Закрытие петель

Расскажите историю до конца, которую обещали закончить в первой части выступления. Продолжайте продавать до тех пор, пока не перестанут появляться новые заказы.