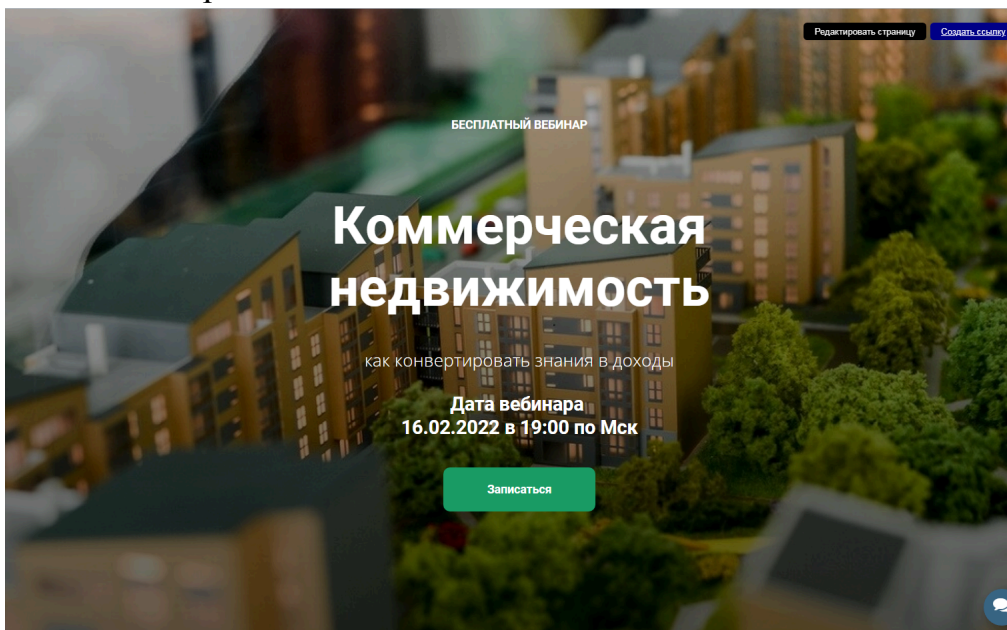


Кейс 1 «Автовебиарная воронка»

Цель: Собрать автовебинарную воронку в соответствии с полученным техническим заданием.

Для этого была проведена работа:

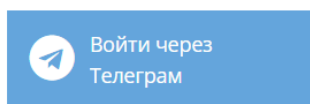
1. Создана подписная страница, которая регистрирует пользователей на вебинар.



2. Пользователю после регистрации на странице благодарности предложена возможность выбрать мессенджер для отправки ему сообщений от проекта (по ТЗ нужен только Телеграмм).

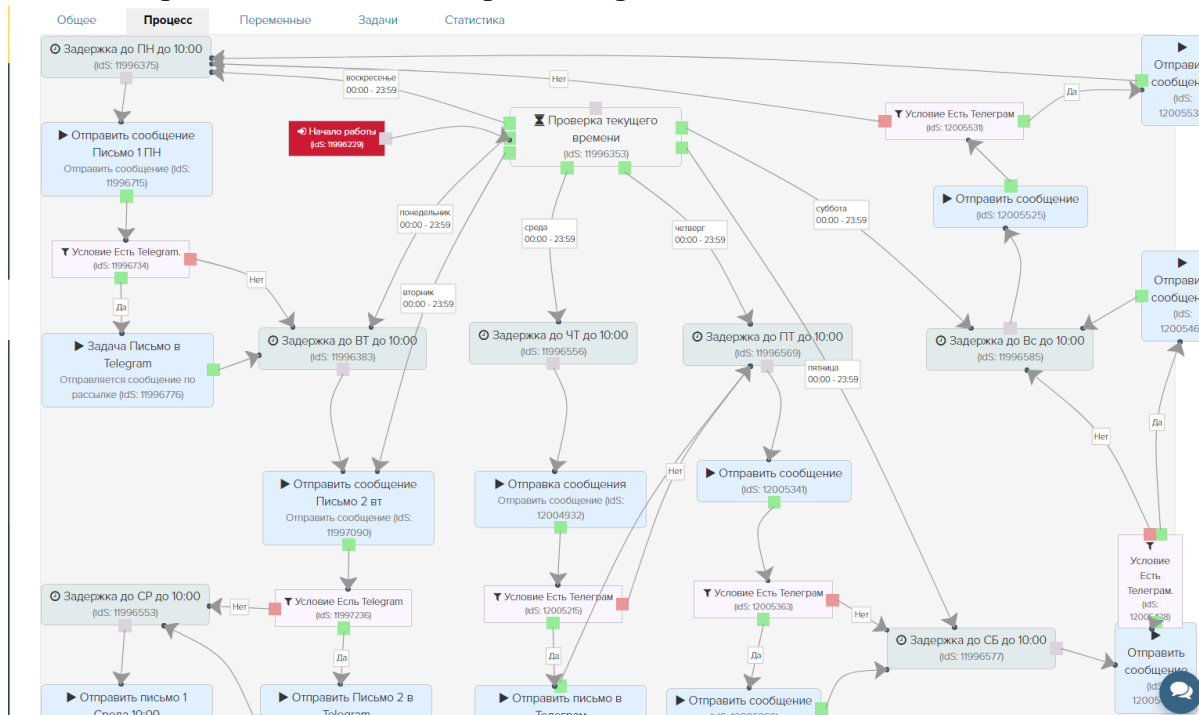
Вы успешно записаны на вебинар!

Выберите любой месенджер для отправки сообщений.



3. Произведена настройка отправки сообщений зарегистрировавшимся пользователям с полезным контентом. Отправка сообщений будет каждые сутки в 10:00.
Письма отправлять по почте и в Телеграм.
4. Количество сообщений, которые получит пользователь перед вебинаром, будет зависеть от того, как задолго до эфира он зарегистрировался на событие.
5. Настроена рассылка серии писем-напоминаний о вебинаре в день проведения вебинара на 10:00 МСК, 18:00 МСК и 18:45 МСК.

6. Настроена серия писем для пользователей, которые не были на вебинаре и им выслано приглашение на повтор вебинара.



Отправка сообщений производится с помощью настроенного процесса:

Созданный процесс обеспечивает логику:

- Прогревочные сообщения (по одному сообщению в день до вебинара).
- Предложение прийти на повтор (для тех, кто не был в первый день).
- Письмо со ссылкой на запись вебинара.

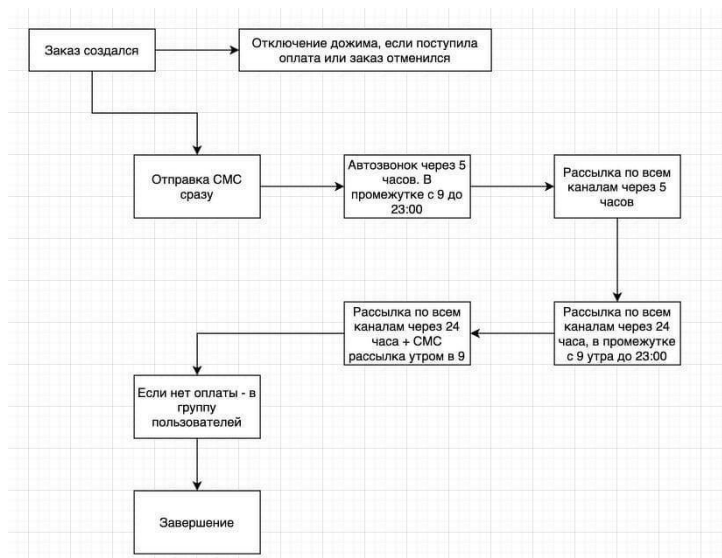
7. Для проведения вебинара была создана вебинарная комната.

Кейс 2 «Процесс дожима нового заказа»

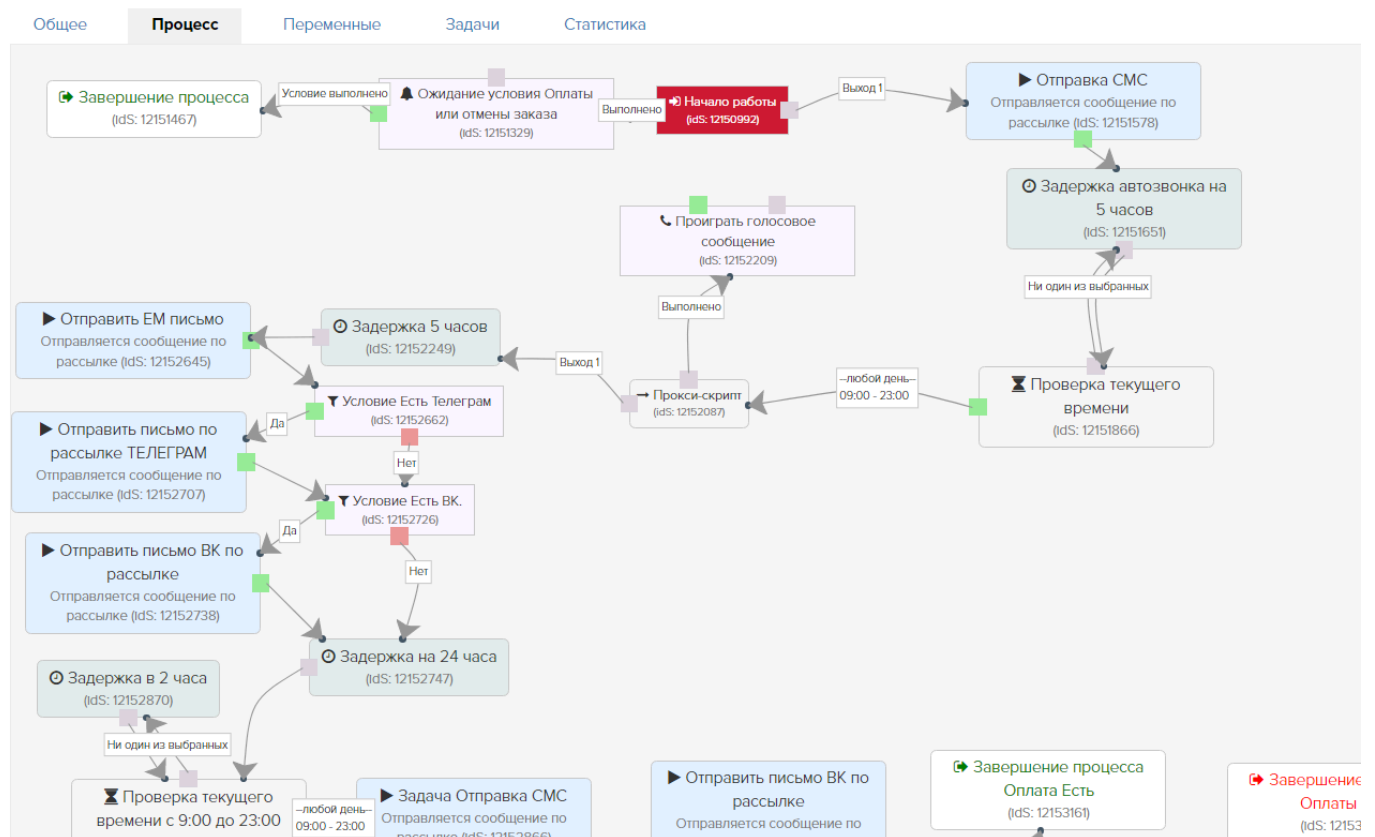
Цель: собрать процесс дожима в соответствии сТЗ.

Для этого была проведена работа:

1. Разработана блок-схема дожима заказа



- На основе блок-схемы был создан процесс, который делает рассылки по всем каналам - email, Телеграм и ВКонтакте. В процессе так же использованы автозвонки и смс. Дожимные рассылки отправляются каждый день в течение 3-х дней с момента создания заказа.



Кейс 3 «Подписка на клуб».

Цель: реализовать технически на GetCourse бизнес- модель - «Подписка на клуб» с ежемесячным платежом 490 руб, с отправкой уведомлений пользователю в случае успешной или не успешной оплаты подписки.

- 1) Создан продукт и предложение, которое будет использоваться для подписки на Клуб.
- 2) Собран процесс рекуррентных платежей с автопродлением.



Кейс 4 «Настройка маркетингового предложения».

Цель: организовать и настроить продажу нескольких инфопродуктов в онлайн-школе:

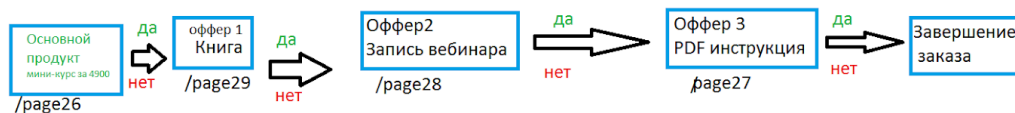
- Мини-курс (основной продукт).
- Книга.
- Запись вебинара.
- PDF инструкция.

Для этого была проведена следующая работа:

Продажа мини-курса здесь является основной целью, остальные материалы имеют схожую тематику и дополняют друг друга. Они позволяют лучше раскрыть тему и дать более глубокие знания.

Для настройки предложения используем меркетинговый инструмент Cross-Sell (допродажа к основному курсу), продажа на лендинге.

1. Был собран продающий лендинг по следующей схеме:



2. Созданы продукты и к ним предложения.
3. Собран продающего лендинга.

Кейс 5 «Лендинг с тремя вариантами участия в курсе».

Цель: создать продающий лендинг с тремя вариантами участия в курсе. При выборе первого пакета (по минимальной стоимости) пользователь попадает на страницу, где приводятся дополнительные аргументы, подталкивающие к покупке второго или третьего пакета. При выборе второго или третьего варианта он переходит на страницу оплаты сразу же.

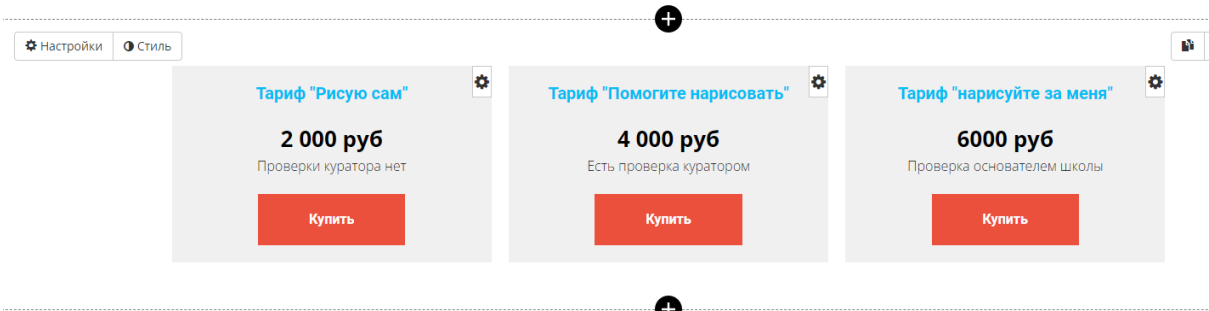
Для этого была проведена следующая работа:

В данном кейсе будет применен маркетинговый инструмент Апселл.

1. Был собран продающий лендинг по следующей схеме:



Описание



2. Созданы продукты и предложения

Кейс 6 «Подписка на клуб».