

Памятка

Ошибки в оформлении сообщества во ВКонтакте.

Ошибка № 1. Не включена кнопка “Сообщения”

Очень рекомендую включить сообщения в сообществе. Это позволит обезопасить ваше общение с потенциальными покупателями или подписчиками. Также, вы разделяете личное общение и рабочее.

Ошибка № 2. Нет взаимодействия с подписчиками

Каждый неотвеченный комментарий, пропущенное сообщение, отдаляет вас от продаж. Если человек под постом спросил “Сколько стоит?”, он наверняка заинтересован и нужно немного помочь ему с выбором. К сожалению, многие просто не видят комментарии вовремя, соответственно теряют клиентов.

Также, общение в комментариях располагает к вам, уровень доверия к вам повышается. Из вопросов и замечаний вы можете выделять необходимые для продвижения моменты (что волнует людей, чего они опасаются и тд).

Ошибка № 3. Нерегулярность в ведении своего сообщества

Ведение своего сообщества - это дисциплина. Нельзя неделю активно писать о своём продукте, доносить ценность и важность, потом месяц не появляться в сети. Вернувшись, удивляться, почему это нет продаж???

С таким отношением к ведению своего блога со временем охваты упадут и люди начнут отписываться и уходить. Люди уйдут туда, где есть жизнь, где ему отвечают на вопросы, где всё понятно и просто.

Ошибка № 4. Отсутствие экспертного контента

Никто не напишет о вашем продукте так как это сделаете вы! Если вы считаете, что не умеете пока писать и будете наполнять сообщество информацией других экспертов через репосты, вы глубоко ошибаетесь.

Репосты убивают статистику и режут охваты.

Если уж очень хочется поделиться информацией, это можно сделать, но не превращать в традицию. Можно написать свой пост и дать ссылку на нужный вам источник, например. Можно репостить нужную вам информацию в отдельную закрытую группу, где есть только вы.

Ошибка № 5. Публиковать контент, который интересен только вам.

Допустим, вы создали сообщество, в котором планируете продавать или уже продаете детские фотоальбомы ручной работы, а посты пишете о еде: как вы любите готовить, репостите классные рецепты

Подумайте, основная цель вашего сообщества какая? Продажа детских альбомов!

Весь контент, который вы публикуете, это про РЕЗУЛЬТАТ, что дает детский альбом. Это эмоции, незабываемые моменты взросления ребенка, радость, любовь, но не еда! Пример жёсткий, но я хочу, чтобы вы понимали о чём я хочу сказать.

Весь контент (видео, посты, статьи, опросы, розыгрыши) должен иметь четкую цель - донести до подписчиков ЦЕННОСТЬ вашего продукта. Что это? Зачем? Как и почему?

Если люди пришли в группу с детскими альбомами, а видят непонятные посты про нечто иное, они уйдут.

Ошибка № 6. Продажи в лоб!

Каждый пост с призывом к действию - Купи, купи, купи!

Если вы не разбавляете продающий контент полезным и информационным (новостным), развлекательным - дело плохо. Редко кто будет сразу покупать, если только это не “горячий” подписчик. Чтобы сделать покупку в социальных сетях, человеку нужно к вам проникнуться доверием, осознать, что именно ваш продукт ему нужен. Люди приходят в социальные сети отдохнуть, отвлечься и тд.

Ошибка № 7. Продавать всем!

Если вы считаете, что ваш покупатель - это все женщины от 18 до 55, вы никогда не продадите. Пример, вы продаете детские фотоальбомы. Часть этих женщин хочет купить альбом для своего ребенка, часть - в подарок, часть - вообще не знает о существовании таковых. Каждой из этих женщин и предложение должно быть своё, более адресное, которое закрывает именно ее возражение, ее сомнения.

Анализ целевой аудитории, ее сегментирование и создание продающего предложения для отдельных сегментов приведет к большей вероятности совершения продажи.

Об авторе:

Меня зовут Любовь Толстова

Я эксперт в скрапбукинге более 6 лет. Помогаю рукодельницам зарабатывать на любимом деле.

Автор обучающей программы для рукодельниц МАСТЕР и ПРОФИ..

Провела более 30 живых мастер-классов в своем городе. Основала закрытую группу с мастер-классами по скрапбукингу, где на данный момент обучается 120 человек.



Мои контакты:

<https://vk.com/clubpodarkov54>

termo_panda@mail.ru