



HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

6 najważniejszych
momentów kampanii

Start kampanii rozgrzewającej - 20-30 dni przed rozpoczęciem sprzedaży

- Skup się na dotarciu do **aktualnych klientów**
- Wykorzystaj obecną listę mailową, social media
- **Narób szumu** wokół Twojej promocji **odpowiednio wcześniej**
- **Zwiększ intensywność** wysyłanych maili, dodawanych postów, stories
- To pomoże **rozgrzać klientów** przed kampanią sprzedażową
- Przypomnij im o sobie oraz **zyskasz** w oczach algorytmów
- Twój cel to rozgrzać klientów - pokaż problem; pokaż konsekwencje
- Możesz dodatkowo **edukować klienta** - ale ostrożnie z **ilością treści!**
- W ciągu miesiąca kampanii opublikuj 2-3 nowe materiały edukacyjne
- Wideo, blog posta, live - to pomoże **zdobyć zasięgi i zaangażowanie**

Start kampanii budującej listę

- Czas na **powiększenie listy** osób, które kupią Twój kurs
- Odpowiednio wcześniej przygotuj **stronę lądującą, formularz z zapisami**
- Opracuj też **harmonogram okienka** sprzedażowego i prezentację webinarową lub treść twojego lead magnetu
- Kampanię na zapisy opublikuj **12-10 dni przed otwarciem sprzedaży**
- Dłuższy okres w większości przypadków nie ma sensu - **ludzie zapominają**, na co się zapisali
- Jeśli zrobisz zbyt krótką promocję - może okazać się, że zbierzesz zbyt mało zapisanych na listę

Rozpoczęcie sprzedaży - skorzystaj z webinaru!

- Zbudowałeś listę osób zainteresowanych - czas na **okienko sprzedażowe**
- Idealnym rozwiązaniem będzie rozpoczęcie sprzedaży **od webinaru sprzedażowego**
- To właśnie wtedy spora część osób **decyduje się na zakup**

- W tym okresie kupują osoby, które są zdecydowane - to właśnie ich **przekonałeś najbardziej** dzięki poprzednim działaniom
- Czy jeśli sprzedaż pierwszego dnia “nie pyknie”, to znaczy, że całe okienko sprzedażowe nie ma sensu?
- **Zdecydowanie nie!**
- Okienko sprzedażowe tworzysz po to, aby mieć czas przekonać niezdecydowane osoby
- **Nie każdy kupuje od razu** - we wszystkich branżach!

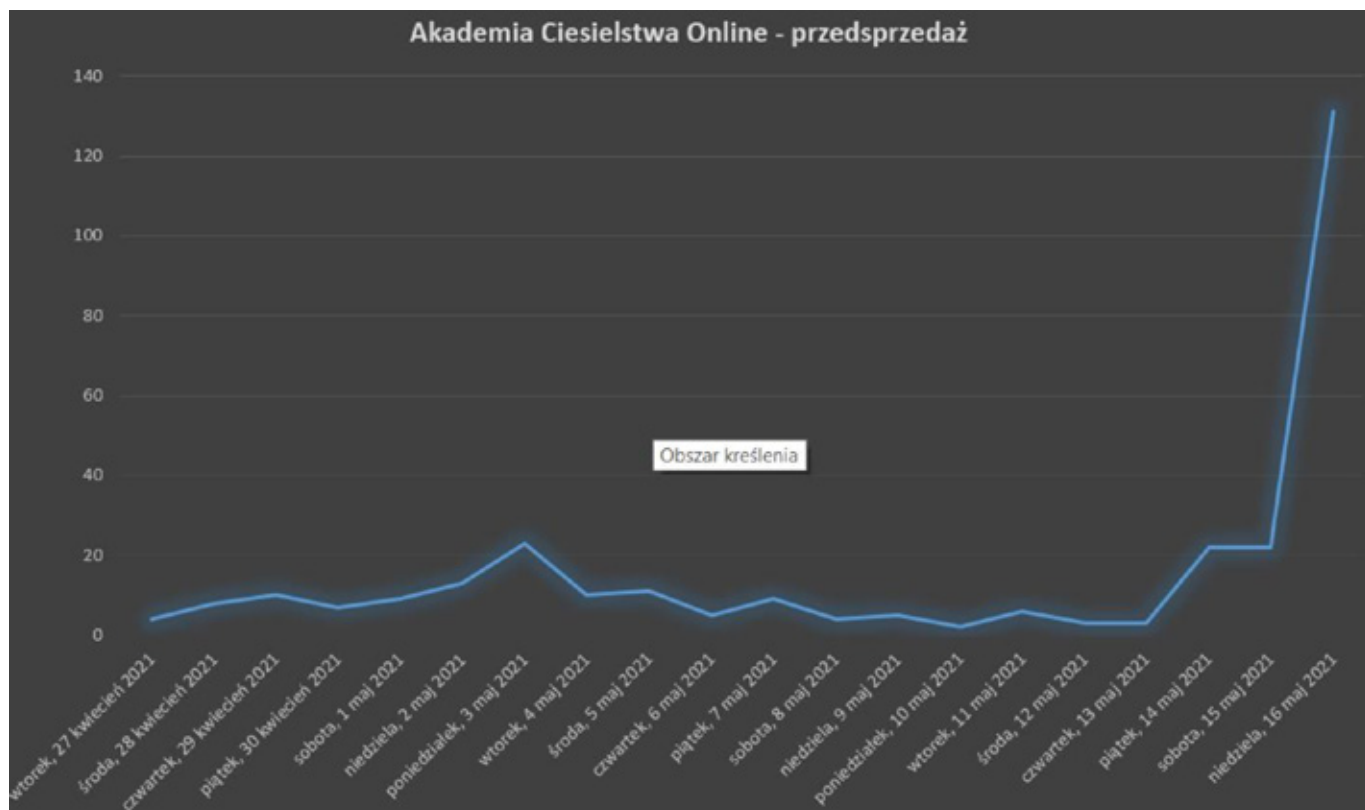
Okienko sprzedażowe

- Zazwyczaj rozpoczyna się zaraz **po webinarze**, na którym otwierasz sprzedaż
- Okienko sprzedażowe trwa zazwyczaj **5-12 dni**
- Podczas tego okresu nie skupiaj się na marketingu tylko na **SPRZEDAŻY**
- Czy to znaczy, że masz wyłączyć kampanie?
- **Zdecydowanie nie!** To czas na pilnowanie kampanii sprzedażowej
- Twoje kreacje powinny **namawiać do zakupu** produktu
- To Twój **prime-time** - musisz wykorzystać go na maksa!
- Bądź **aktywny w socialach**, odpisuj klientom, **domykaj sprzedaż**
- Zaplanuj **kolejkę mailową**, która przekona zapisanych na lead-magnet lub webinar do zakupu
- Sprzedaż w okienku może wyglądać różnie, ale **nie martw się tym**
- Większość sprzedaży dzieje się w **ostatnich dniach**

Ostatnie dni okienka sprzedażowego


- Bardzo dobrą praktyką jest **zwiększenie intensywności działań w ostatnich dniach** sprzedaży
- Możesz pokusić się o wysłanie **dodatkowych maili** przypominających o końcu sprzedaży - to zazwyczaj pomaga w “domknięciu” wyniku sprzedażowego
- Stwórz **nowe kreacje** na Facebooku i poinformuj o końcu zapisów

- Takie przypomnienia generują wysoką sprzedaż - zresztą, spójrz na wykres



Zamknięcie sprzedaży

- Ostatnie godziny - największe emocje!
- Dopilnuj, aby **system płatności działał jak trzeba**
- Monitoruj klientów dzięki podglądowi na żywo w **Google Analytics**
- Po prostu trzymaj rękę na pulsie i ciesz się osiągniętym wynikiem!
- Możesz **podsumować** sprzedaż i **podziękować** klientom za zaufanie



A jeśli nie masz czasu na samodzielne wdrożenie lub potrzebujesz pomocy w przygotowaniu sprawnej kampanii promującej, dzięki której Twój kurs osiągnie satysfakcjonującą sprzedaż - **ZLEĆ NAM SWOJĄ KAMPANIĘ.**

KLIKNIJ LINK <https://patryklopot.pl/konsultacja>

wypełnij krótki formularz i **umów bezpłatną konsultację!**

