Postaw na automatyzacje!

# PreKampania, Kampania i PostKampania

Na autopilocie



# Czego się dzisiaj dowiesz:

Czy procedury zarezerwowane są tylko dla korporacji?

.....

Jakie elementy możesz zrobić raz i przyspieszyć dzięki nim pracę?

.....

Sekwencje automatyczne jako wsparcie w prekampanii

.....

Jak i dlaczego przygotować się do Kampanii?

.....

Automatyzacje w trakcie Kampanii

.....

Automatyczne elementy w Twoim sklepie

.....

Sprzedaż nie kończy się na sprzedaży! Zadbaj o klienta po zakupie. W sposób automatyczny oczywiście



# Klaudia Łapa

Nazywam się Klaudia Łapa i jestem twórczynią kursów i szkoleń. Na co dzień usprawniam biznesy i uwalniam czas małych i dużych przedsiębiorców. W branży działam od ponad 5 lat. Pomogłam już setkom osób na swoich kursach i konsultacjach indywidualnych. Pracuję zarówno z początkującymi jak i zaawansowanymi w działaniach przedsiębiorcami. Słynę z konkretów i bezpośredniości. Patrzę na biznesy z lotu ptaka i w mig znajduję obszary, które mogą działać na autopilocie. Moją misją jest pokazanie przedsiębiorcom, że wcale nie nie muszą zarywać nocy, żeby ich firmy się rozwijały, a klienci byli zadowoleni. Wierzę w to, ze nowe technologie mogą być wdrożone w każdym, a szczególnie małym biznesie.

# Czy procedury zarezerwowane są tylko dla korporacji?

- Szablony postów
- Szablony odpowiedzi na maila
- Szablony wprowadzania kontaktu do lejka
- Schemat tagowania/segmentacji
- Schematy zachowań konsumenckich
- Bank wezwań do działania, inspiracji, opinii, pytań z grup

**Procedury powinny być normą w KAŻDEJ firmie. Bez względu na wielkość i ilość zatrudnianych pracowników.**

# Jakie elementy i jak zrobić tylko raz?

A potem używać ich ponownie i ponownie

## Instakaruzela

**Krok 1** Dane techniczne: wymiary dla każdej ilości kafelków, prowadnice z wymiarami.

**Krok 2** Baza elementów graficznych, których będziesz używać

**Krok 3** Baza CTA, których możesz użyć na końcu karuzeli

**Krok 4** Baza zdjęć

**Krok 5** GOTOWE! Możesz tworzyć karuzelę.

Strona 9 - Dodaj tytuł

źródła napływu subskrybentów

Instagram

Instagram

Jakie zasoby możemy wykorzystać do marketingu i sprzedaży?



@paniodklikania

Wszystkie narzędzia które możesz wykorzystać na Instagramie

Instagram to nie tylko **platforma społecznościowa**, ale również **platforma służąca do marketingu i sprzedaży.**
Definiując **źródła napływu subskrybentów** z klientami robię to bardzo **precyzyjnie**.
W tej karuzeli podzielę się z Tobą wiedzą, **jak zdefiniować swoje źródła.**

@paniodklikania

Karuzela

Jeżeli jeszcze nie korzystasz to czas najwyższy zacząć. **Dlaczego?**
**Post karuzelowy, żyje dwa razy dłużej!**
Co to oznacza w praktyce?
Pierwszy slajd pojawia się w feedzie Twoich odbiorców, a później... pojawia się drugi slajd!
Są one kluczowe!

PRO TIP

Staraj się tak rozplanować treści, żeby wykorzystać maksymalne 10 slajdów. Wg badań to takie karuzele są najchętniej oglądane.

@paniodklikania

Reels

Format wideo jest obecnie **najbardziej promowanym formatem**. Krótkie zabawne, edukacyjne filmiki pochłaniają naszych odbiorców na długie godziny.
I są bardzo lubiane przez Insta.

PRO TIP

Nie musisz wywijać niczym Zenek, ani śpiewać jak w Mam Talent. Zaczerpnij inspiracji szukając reels podpiętych pod branżowe hashtagi.

@paniodklikania

Strona 10 - Dodaj tytuł

źródła napływu subskrybentów

Chcę mieć newsletter...

Powiedziałaś/łeś któregoś dnia. Ochoczo wpisałaś/łeś frazę **"zakładanie newslettera"** i... przytłoczyła Cię ilość programów. A za nimi mnogość ich opcji.

W tym poście **krok po kroku przeprowadzę Cię przez proces decyzyjny.** Przy 10 kafelku będziesz mieć gotowy schemat działania.

@paniodklikania

Nie potrzebujesz płatnego programu

**Nie musisz od razu inwestować w płatny** program do newslettera.
Dlaczego?
Bo tak naprawdę na początku drogi nie wiesz, czego będziesz potrzebować.

**Zadanie nr 1**
Napisz, do czego będzie służył Twój newsletter?




@paniodklikania

Lead Magnet

Newsletter zwykle służy do komunikacji z odbiorcami. Ale jestem pewna, że w Twojej głowie pojawił się już pomysł na wysyłkę np. prezentu za zapis.

Co zrobisz jak zechce go mieć 500 osób jednocześnie?

**Zatrudnisz do pracy automatyzacje!**

@paniodklikania

Sprawdź możliwości

Zanim zdecydujesz, **sprawdź czy bezpłatna wersja programu nie ma ograniczeń.**
W niektórych programach, w pakietach darmowych, **w ogóle nie ma możliwości tworzenia automatyzacji.** Inne mają ograniczenie co do ilości elementów w automatyzacji.

PRO TIP

**Zawsze** sprawdzaj zakładkę pricing. Tam zwykle w tabeli znajdziesz zawartość danego planu. To cenna wskazówka, gdzie szukać bardziej szczegółowych informacji.

@paniodklikania

Strona 1 - Dodaj tytuł

5 kroków do lejka e-mail marketingowego



Poznaj absolutne minimum, które pozwoli Ci stworzyć lejek.

@PANI OD KLIKANIA

Wszystkie drogi prowadzą do newslettera. W tym przypadku do pozyskania adresu e-mail. Żeby zacząć przygodę z lejkami wystarczy zadbać o

5 rzeczy

Nie wierzysz? No to patrz!

@paniodklikania

## 1. Odpowiedni program

Bez tego nie ruszysz w ogóle. Ilość programów dostępnych na rynku przyprawia o zawrót głowy.

### Jak wybrać ten jedyny?

Nie ma złotego środka. Za to są złote zasady, które pomogą Ci w podjęciu decyzji.

@paniodklikania

Co taki program powinien mieć

**w darmowej**

wersji?

Tak, w darmowej. Nie ma sensu inwestować w drogie programy jeżeli tak naprawdę nie wiesz czego potrzebujesz na start.

Szukając programu idealnego zwróć uwagę na liczbę subskrybentów, która może zapisać się na Twoje listy.

@paniodklikania

Bardzo ważne są również

**automatyzacje**

Dokładnie sprawdź czy nie ma ograniczeń ilościowych oraz tych w ilości elementów w jednej sekwencji.

Równie ważne elementy to:

**intuicyjność obsługi**

**przystępna cena pakietu pro**

**możliwość tworzenia list i segmentów**

@paniodklikania

Strona 2 - Dodaj tytuł

## 2. Dobrze zrobiony formularz

W lejku email marketingowym pierwszym krokiem do pozyskania adresu email jest wypełnienie przez odbiorcę formularza. Dobrze przygotowany formularz pozwoli na sprawne zbieranie danych.

Zbieraj absolutne minimum: imię, adres email, zgodę.
Jeżeli Twoja branża jest specyficzna możesz utworzyć pola dodatkowe. Ale z umiarem!

@PANI OD KLIKANIA

## 3. Sekwencja powitalna

Na start zawsze polecam ustawienie chociaż 3 wiadomości w odstępie 2-3 dni. W tych wiadomościach powitaj swojego odbiorcę, opowiedz jak działa newsletter, przedstaw się, zaproś na swoje social media, opowiedz o blogu.

Sekwencja powitalna to pierwsza sekwencja, którą przekształca się w lejek.

@paniodklikania

## 4. Nie spamuj i nie wysyłaj byle czego

Jeżeli napiszesz, że newsletter będzie co tydzień, ale no żywcem nie masz już o czym pisać to... po prostu nie pisz. Lepszy tydzień milczenia niż spamowanie skrzynek odbiorców byle czym. Wysyłaj cenne informacje, wskazówki, które pozwolą rozwiązać ich problemy, zaspokoją potrzeby i zbudują długotrwałe relacje.

@paniodklikania

## 5. Jasne wezwanie do działania

W miarę przechodzenia przez kolejne wiadomości email subskrybenci będą potrzebowali jasnych wskazówek, co robić dalej. CTA (call to action) czyli wezwanie do działania znacznie ułatwi subskrybentom poruszanie się w gąszczu dróg, które wytyczysz.

### Tyle wystarczy?

@paniodklikania

Jest tego więcej!

**Dołącz do kursu Lejki w Twoim Biznesie**



Kliknij LINK W BIO i poznaj tajniki budowania lejków marketingowych!

@paniodklikania

# Szablony to też są automatyzacje!

Dzięki nim przyspieszasz pracę, a to jeden z CELÓW, które masz osiągać dzięki automatyzacjom.
Bo pomyśl ile czasu tracisz na każdorazowym układaniu elementów na szablonie, szukaniu elementów graficznych, tekstów itd.

Podobnie sprawa wygląda z odpowiedziami na maile.
Jestem więcej niż pewna, że jeżeli ktoś pyta 100 raz o rodzaje płatności w Twoim sklepie to wywracają Ci się wnętrzności podczas odpisywania.
I po co się tak męczyć?
Lepiej stworzy gotowy tekst: kopiuj- wklej i dostosować :)

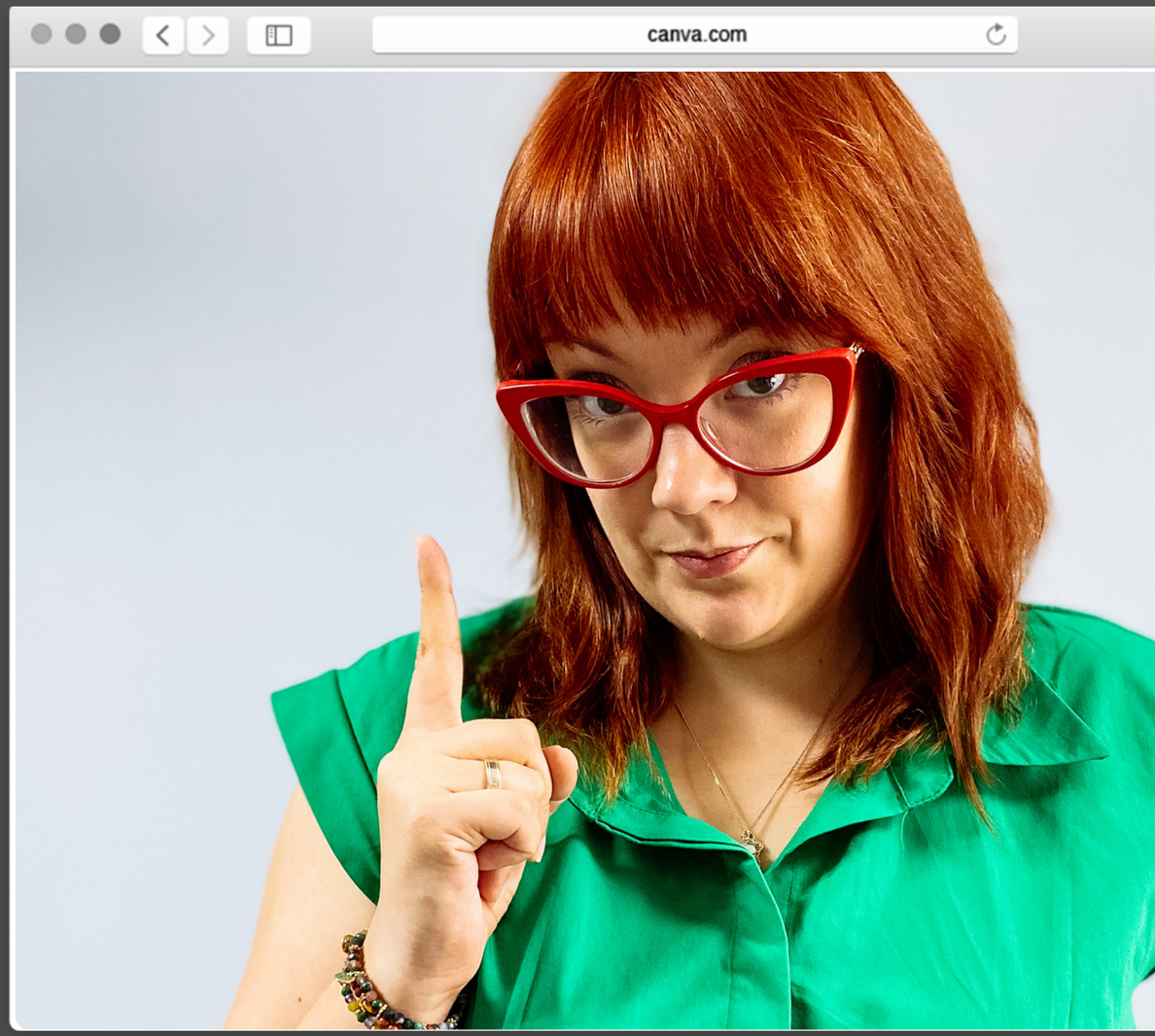
# Sekwencje automatyczne jako wsparcie prekampanii

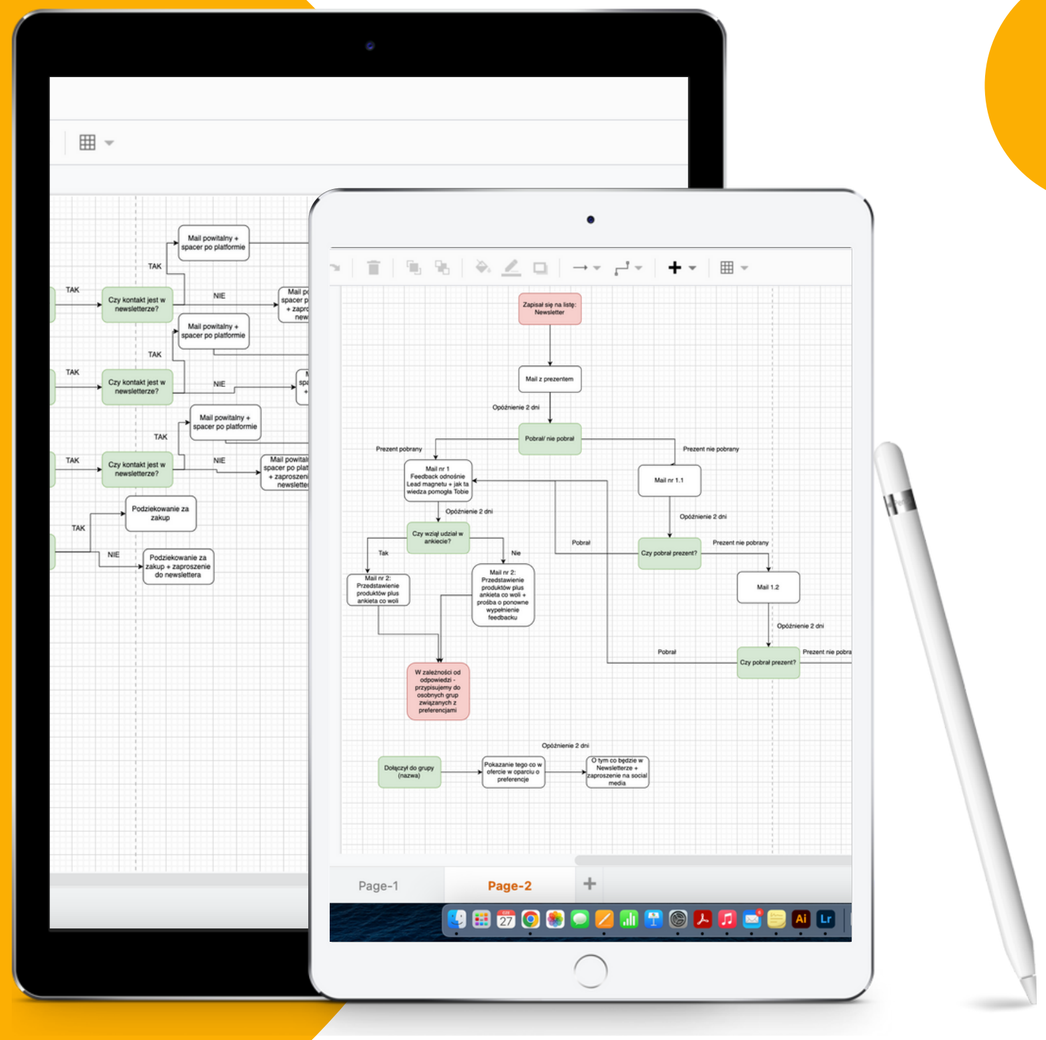
- Automatyczna publikacja postów
- Automatyczny zapis na listę osób zainteresowanych
- Automatyczna sekwencja po zapisie na listę
- Automatyczna wysyłka prezentu
- Jeżeli webinar - sekwencja przedwebinarowa
- Plan kampanii

# Jak i dlaczego przygotować się do Kampanii

## Bezpieczeństwo i przewidywalność to klucze do zmniejszenia ilości wpadek

Podstawą dobrze przeprowadzonej PreKampani, Kampanii i PostKampani jest Plan. Plan zmienia się w Harmonogram.



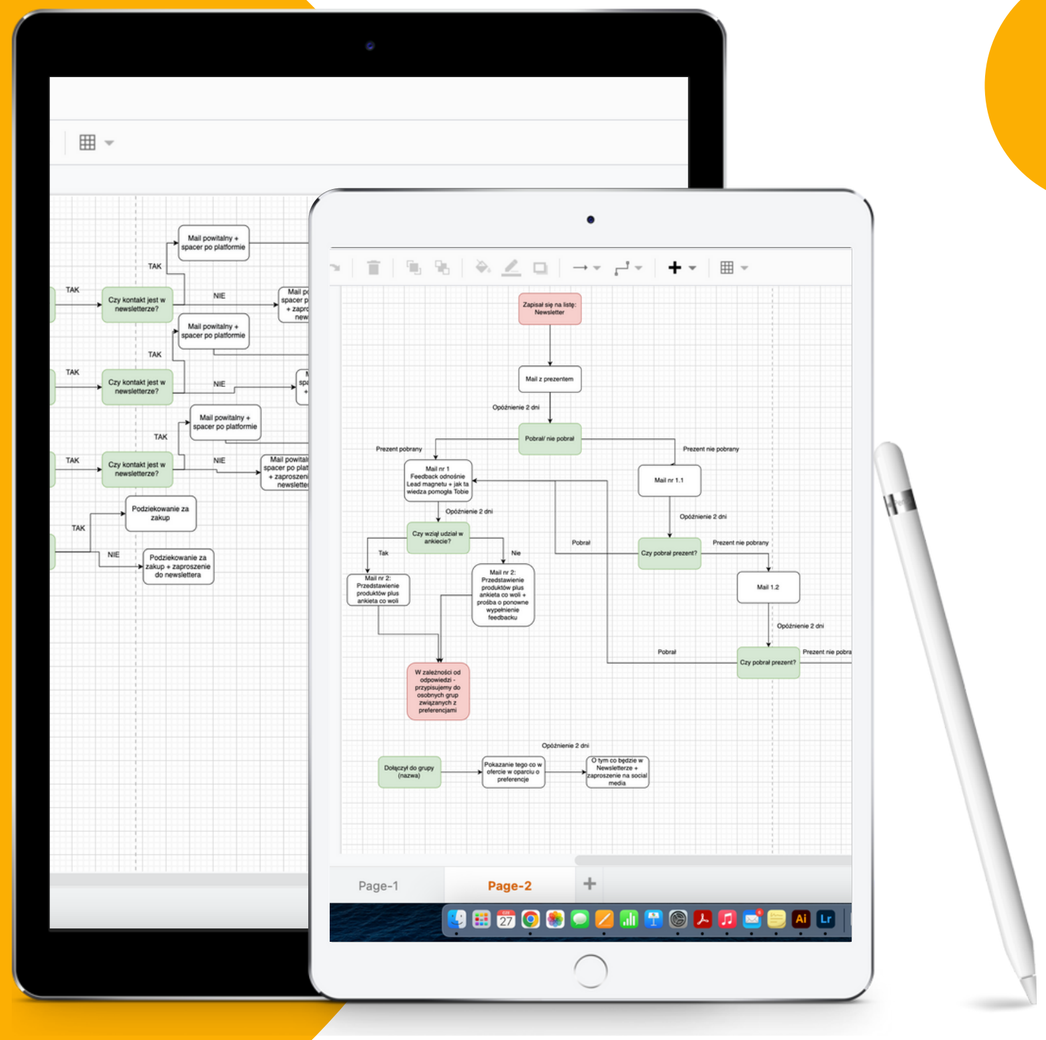



# Co muszę przygotować?

Przygotować musisz wszystkie źródła, które będą brały udział w Kampanii.

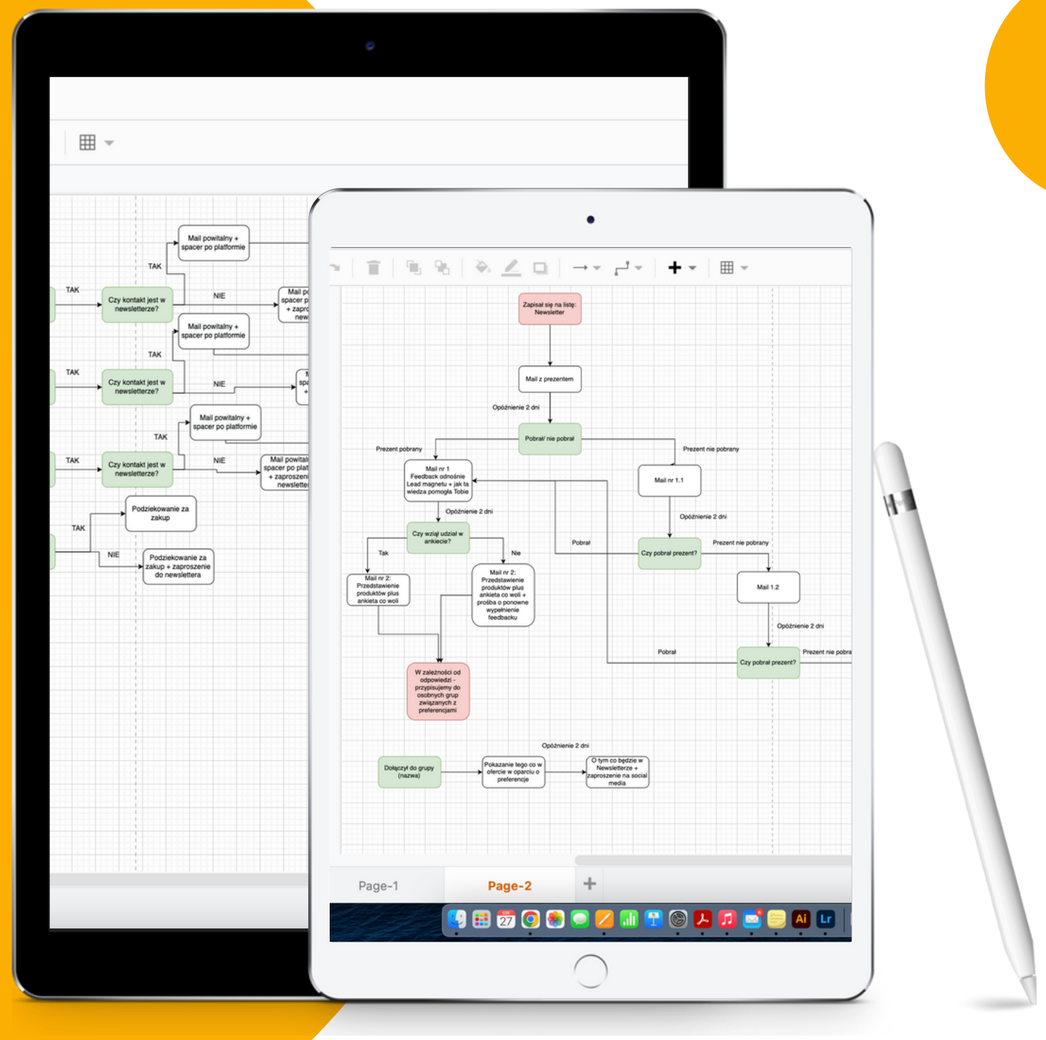
W tej prezentacji skupię się na automatyzowaniu procesów wokół strony www.
Do tego dołożę program do mailingu.

Z etapu prekampanii zostają z nami: automatyczne planowanie postów i wszystkie banki tekstów, szablonów maili itp.



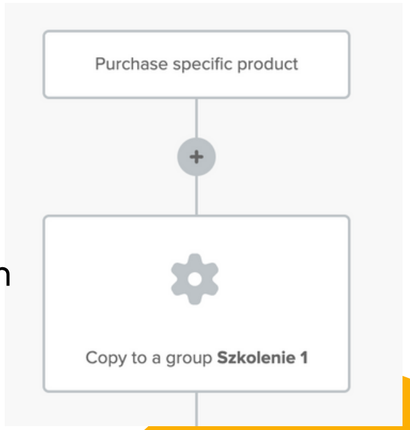

# Strona www - co automatyzować?

- OTO (HurryTimer, BeTimes, Funnel Builder for WordPress)
- Automatyczna zmiana statusu na zrealizowany (WooCommerce Statusy Zamówień WpDesk, Autocomplete WooCommerce Orders)
- Integracja z programem do mailingu (wtyczki i połączenia dedykowane dla danego systemu)
- Automatyczne zakładanie konta, reset hasła (może warto zadbać o wygląd maili z wtyczką Email Customizer for WooCommerce)
- Automatyczne wystawianie paragonów i faktur (fakturownia, ifirma, wfirma)




# Program do mailingu - co zautomatyzować?

- Jeżeli w trakcie kampanii cały czas można wejść na listę osób zainteresowanych to warto wysyłkę maili kampanijnych zaplanować w trybie Campain czyli jako normalne kampanie wysyłane w określonym terminie
- Warto dodać krótkie automatyzacje wspomagające przypisujące klientów do konkretnych grup. Przy każdym kolejnym mailu w kampanii dobrze robić wykluczenie na osoby, które już produkt kupiły, bo one wchodzą już do postkampanii



# Sprzedaż nie kończy się na sprzedaży!

Automatyzacje posprzedażowe i lejki na automacie

## Dużo firm popełnia ten błąd!

Zwykle jest tak, że sprzedaż kończy się wraz z otrzymaniem produktu.

## A to bujda na resorach!

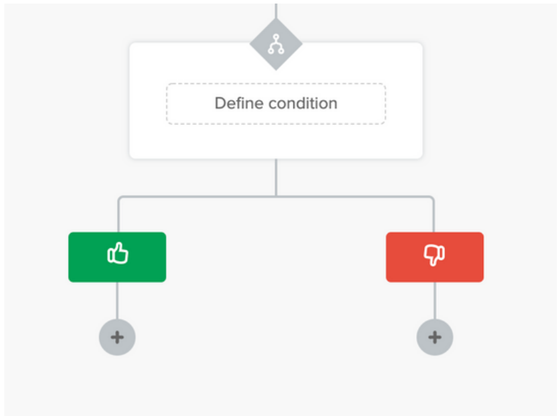
Bo to zaledwie początek podróży!
Naszym celem w postkampanii jest podgrzać klienta, zajarać go tym co kupił i...

## pokazać mu dalsze możliwości!

Tutaj wchodzi temat lejków sprzedażowych. Wchodzą też tematy prawne, których nie da się pominąć. Ale zobaczmy co da się zrobić na etapie postkampanii.

# Automatyzacje posprzedażowe

- Dbamy o komfort klienta
- Odpowiadamy na pytania zanim się pojawią
- Zbieramy opinie (max do 14 dnia po zakupie)
- Sprawdzamy czy mamy zgodę na komunikację marketingową
- Dosprzedajemy (czyli ponownie budujemy sekwencję sprzedażową, jak w kampanii)
- Sprawdzamy, które produkty już ma i kontynuujemy podróż






# Jakie automatyzacje możesz wdrożyć?

## Prekampania

1. Szablony i procedury
2. Automatyczne publikacje i automatyzacje mailingowe

## Kampania

3. Automatyzacje mailingowe
4. Automatyczne wystawiane faktur, OTO, Automatyczna zmiana statusów

## Postkampania

5. Automatyzacje posprzedażowe + dosprzedaż



Koniecznie zrób notatki!

Widzimy się w internetach ;)