

**ОТЧЕТЫ-КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ПРОФИЛЯ В
ИНСТАГРАМ
@SKETCH_YULIA
(ПРИВОДИТСЯ С СОКРАЩЕНИЯМИ)**

Фитбек после заполнения брифа.

Добрый день, Юля!

Первые результаты анализа твоих ответов.

Итак, начинаем. Смотри, продукция не может быть описана как «yullia.olejnik», возможно, это название будущего бренда, но не описание продукции. Кстати, если мы оставим такое название для бренда – это тоже не самый лучший выбор. Но, об этом позже))) Насколько я понял, анализируя твой профиль в Инсте, ты работаешь по трем направлениям: скетч-проекты, изготовление стикеров и портреты (в этом я не уверен), возможно ещё иллюстрации.

Поэтому, первое, с чем ты должна определиться, что именно ты будешь предлагать для продажи. Всё вместе, или только некоторые направления. Дело в том, что от этого зависит и сегментация рынка и целевой аудитории.

Я понял, что для тебя важно именно получение реальных клиентов, а не просто подписчиков. Будем в этом направлении работать. Хочу только заметить, что подписчики являются “сырьем” для клиентской базы. Поэтому часть рекламной кампании будет направлена и на увеличение подписчиков. Хотя, нет. Не столько на увеличение, сколько на то, чтобы подписчики становились клиентами)))

Следующий вопрос, который нужно прояснить - это твой интенсив. Как долго и как сложно обслуживать 1 клиента (прежде всего время)? Я пока не совсем понимаю специфику твоей работы, поэтому задам тупой вопрос: есть ли у тебя достаточно ресурсов, чтобы обслуживать до 10 клиентов? И это в месяц? Или они будут постоянными? Проясни этот вопрос, пожалуйста. (Тупой пример: один стоматолог не сможет в день обслужить качественно 25 клиентов, хотя хотел бы ;-).

Дальше. Вопрос кто твои клиенты предполагает больше конкретики. Если мы говорим о скетч-проектах, то возвращаемся к тому, что: были ли у тебя (и сколько) люди, которые заказывали проекты (судя по всему не было пока)? Опять же, стоит ли обсуждать портрет клиента из сферы, которую ты не собираешься развивать?

Ещё одно. Если можно, покажи мне свое резюме, которое ты готовишь на биржу. Это, конечно, совсем другая область чем та, в которой мы будем работать, но мне интересно посмотреть, как ты себя позиционируешь)))

Скетчеров я ещё буду анализировать. Но, думаю, основная проблема не в цене. Но, об этом будем позже говорить.

Теперь немного “злого дяди” включу. “От этого конечно можно избавиться! Всего лишь пройти курсы. Мешает этому то, что девочка, в которой я собиралась брать курсы, улетела и закрыла продажи на момент войны” - думаю, что если успех твоего бизнеса зависит от скилов в 3Д моделировании, то ты не должна “прятаться” за уехавшую девочку, из-за которой ты не сможешь освоить этот навык. Подумай об этом. И не обижайся, что поучаю. По рекламной кампании пока ничего не говорим. Ещё рано. Так что твой бюджет пока в безопасности.

Итак, коротко подытожу:

1. Определись с тем, на каких именно услугах хочешь зарабатывать? Если хочешь оставить что-то одно, ответь (прежде всего себе) почему.
2. Если можно - расскажи о сфере, где тебе удалось получить клиентов и почему ты не хочешь в ней дальше развиваться. Если не хочешь - проехали. Развиваем новое))).
3. Мы не сможем нарисовать портрет твоей целевой аудитории, пока не поймем, что именно ты будешь продвигать на рынок.
4. Когда определимся с тем, что будешь продвигать - проанализируем твой профиль и отредактируем его исходя из новых конкретных задач.
5. Определись с твоей “ёмкостью” на первых этапах работы - сколько реально ты сможешь обработать клиентов без потери качества? Чуть позже помоги мне понять, что лучше для твоего будущего бизнеса: постоянные клиенты или частая ротация.

План работы на ближайшие дни:

1. Обсуждаем сегодняшнюю информацию

2. Анализируем твой профиль в Инстаграм.
3. Создаем рекламный кабинет в ФБ

Второй фитбек по итогам анализа первого

Итак, мы в дальнейшей работе концентрируемся на интерьерных скетчах.

Блок первый: целевая аудитория.

Первый, очень важный шаг для успешного продвижения твоего бизнеса - определить, кто твои заказчики. Это очень важно для формирования образа целевой аудитории, по которому настраивается таргетинг, и в конечном итоге определяется успешность рекламной кампании.

Я порылся в Инете и нарыл вот такой перечень: дизайнеры, архитекторы, декораторы, арт-директоры, оформители для презентации своих идей, а также иллюстраторы, которые создают работы для дальнейшего использования в журналах и общественных заведениях. Всё ли правильно? Никого не упустил? На кого ты планируешь ориентироваться? Можно и на всех)))

Следующий шаг - определить, что им от тебя нужно. То есть в чем суть их потребности. Почему они ищут таких специалистов как ты? Почему не могут обойтись без таких специалистов как ты? Ты это должна четко понимать. И мне объяснишь потом.

Дальше. Где ты их можешь найти? Здесь надо подумать. У меня информации по этому никакой. Возможно, ты подскажешь.

Следующее. Как и чем ты их можешь привлечь? Тут больше простора для меня. Здесь уже могу дать более конкретные советы. Тем не менее, ты больше в теме, чем я по своему профилю и мне нужна дополнительная информация.

Блок второй.

Куда приходит клиент и останется ли он с тобой.

Что ты должна понимать для того, чтобы запущенная реклама работала эффективно.

1. Важно, куда попадет клиент после просмотра рекламы (так называемая “посадочная страница”). Чаще всего это либо сайт, либо профиль в Инсте или других соцсетях. Сайта, я так понимаю, у тебя нет. Думаю, ещё и рано о нем думать, пока не получишь более-менее стабильный

доход и сформируешь хорошее портфолио. Поэтому остается профиль в Инсте.

2. Что увидит потенциальный клиент у тебя в профиле? Сможет ли найти то, что искал? Найти ответы на те вопросы, которые необходимы. Здесь уже надо хорошо поработать над профилем. В отдельном письме скажу на что надо обратить внимание и что желательно изменить уже в нынешнем.
3. Как легко и быстро клиент сможет сделать заказ или узнать подробности. Реклама может привлечь большой поток людей, но ведь тебе нужен не поток, а реальные заказчики. Поэтому важно, чтобы те люди, которые к тебе придут, получили всё, что хотели и не “слились”, а сделали заказ. Над этим тоже будем работать.

Итак, задание на сегодня.

1. Максимально поработай над информацией по первому блоку
2. После того, как сброшу свои замечания по профилю - посмотри, что надо сделать и сделай со своим профилем.
3. Подумай (или расскажи мне, если знаешь) как облегчить клиенту возможность быстро сделать заказ.

АНАЛИЗ ПРОФИЛЯ

Фото аватара.

Желательно поменять на что-то более информативное. Например, вместо твоего фото какой-то яркий, запоминающийся логотип (твоей арт-студии).. Или что-то, что связано с скетч-проектами. Желательно простое, запоминающееся. Твоё фото (хоть и красивое) потенциальному клиенту ни о чем не говорит. Даже если он и “западёт” на тебя, то не факт, что сделает заказ)))

Шапка профиля.

В названии убрать “NFT и арты”, то есть всё, чем ты не будешь заниматься и то, что отвлекает внимание клиента. Опять же, может название не просто “скетчи”, а что-то типа “скетч-проекты вашей мечты” или в том же духе. “Визуализирую идеи вашего дизайна”

Естественно и описание тоже корректируем. Клиент должен четко понимать, в чем ты эксперт, и возможно, сразу увидеть свои выгоды. Например: “Особое внимание к деталям - моя сильная сторона” обязательно оставить. Добавить что-то типа “быстрое и качественное исполнение от руки”, “живая душа”, “дизайн ручной работы” и т.п. Подумай, поэкспериментируй. в этом описании клиент впервые и сразу прикасается к твоей уникальности по сравнению с конкурентами.

Ссылка для связи норм- оставляем, возможно ли добавить телефон? Это удобно для клиента. Мне понравилось и я сразу звоню к тебе с вопросами.

Хайлайты тоже редактируем.

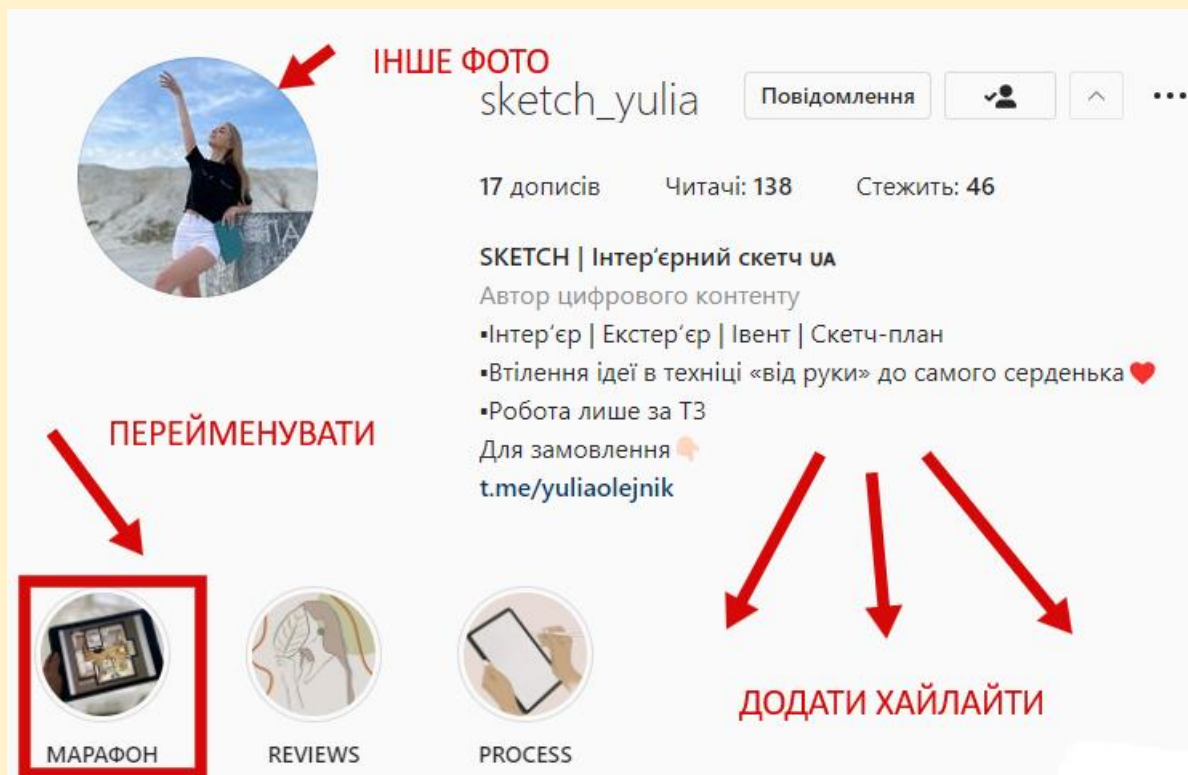
В первом, который обычно “актуальное” а у тебя - МАРАФОН, лучше показать твою уникальность. Микро-презентация себя. Запиши красивый сторис о том, кто ты, как ты любишь и почему любишь работать именно со скетчами, почему твои скетчи - это лучшее, что может увидеть клиент на рынке. Не стесняйся, употребляй больше слов “с душой”, “мое призвание”, “посмотреть на мир глазами клиента”, “визуализирую ваши идеи” и т.п. Кстати, последнее можно дать и в шапку профиля. Сделай что-то ВАУ. Это твоя визитка как специалиста, эксперта. Этот хайлайт должен влюбить клиента в тебя. Или по крайней мере задержать его на профиле.

Второй хайлайт. Его можно посвятить процессу создания скетч-проекта. Здесь нужно красивое видео, желательно с комментариями. У тебя, в принципе есть неплохое видео в публикациях. Можно поработать с ним, можно добавить что-то новое, если есть. Думаю, задача второго хайлайта - снова-таки показать тебя как эксперта, но уже не в эмоциональном, а в техническом плане. Если первый хайлайт должен сделать вау-эффект, то второй - показать, что ты РЕАЛЬНО УМЕЕШЬ делать крутые вещи. И, естественно, его надо переименовать красиво. Может и оставить слово “процесс”. Подумай.

Третий хайлайт. Его можно посвятить офферу - то есть описанию конкретного предложения клиенту. С перечнем (вариантами) работы, стоимости, сроков и всему, что понадобится клиенту, чтобы сделать заказ. Не забудь здесь написать фразу-призыв к покупке (потом обсудим, какую лучше). Ну и назвать его так, чтобы клиент понял, что он здесь увидит.

Последующие хайлайты можно посвятить твоему портфолио, отзывам клиентов и другой информации, которая важна для клиента, чтобы принять окончательное решение.

Когда у тебя будет лид-магнит и трипваер (если не знаешь об этом - расскажу позже), отдельные хайлайты можно посвятить этим продуктам.



Теперь о публикациях профиля.

Из публикаций нужно убрать всё, что не касается скетчей. Если хочешь оставить фото себя - обязательно как-то привяжи их к твоей работе со скетчами. Профиль должен быть посвящен только твоей продукции, твоей работе, твоей экспертизе. Если ты там как-то фигурируешь, то как человек, который создает эту красоту на профессиональном уровне. Просто красивая девочка, рассказ о прекрасных фибрах твоей души и все остальное - это либо на личном профиле, либо (ОБЯЗАТЕЛЬНО!) в разрезе твоей работы как эксперта по созданию скетч-проектов.

По-поводу марафона, который ты прошла. Информация нужная. Но ее много. Просмотри свои подписи под фото в публикациях и немножко отфильтруй. Учись ставить себя в центр событий. Да, ты прошла марафон,

обучение или что-то ещё. Это супер круто! Ты показываешь свою экспертность. Это важно.

НО! Не забудь упомянуть как лучше ты стала после этого выполнять заказы, как лучше ты стала понимать клиента и всё такое.

Клиенту важно увидеть, что ты учишься не ради дипломов (хоть это и важно), не ради повышения своих навыков (это супер важно), а ради того, чтобы как можно лучше понять клиента и удовлетворить его запросы - ЭТО СУПЕР-ПУПЕР ВАЖНО!

Клиенты эгоисты и хотят видеть в центре вселенной себя. Так дай им эту возможность!

Кстати, хорошая подпись в публикации от 18 февраля. Возможно, ее можно взять за основу для других презентаций себя и своих работ.

В принципе, контент по скетч проектам у тебя хороший. Надо теперь это делать чаще, оживить профиль)))

Ну, про хештеги говорить не буду, все об этом знают)))

Анализ конкурентов

Камилла.

Хайлайты расположены немного хаотично. Камила может себе это позволить, она раскрученная, тебе на первое время надо придерживаться последовательности размещения таких, как я тебе посоветовал. У Камиллы явно идет уклон в блогерство. Опять же, она это может себе позволить. Но, думаю, тебе стоит пока стоит сосредоточиться на клиентской базе.

На что обратить внимание. Когда наработаешь портфолио, можешь взять ее идею и сгруппировать свои проекты по номинациям (спальни, кухни, общественные места).

И ещё. Если будешь выходить на зарубежные рынки, часть публикаций надо писать на языке той страны, в которую заходишь. Зарубежные клиенты вряд ли будут разбираться в русском. Просто посмотрят картинки и всё. И ещё, в свете последних трендов, часть своих постов надо писать на украинском языке. Это сейчас важно и может отпугнуть потенциальных клиентов, которые принципиально не захотят иметь с тобой дело. Таковые

життя.

Я в своё время просто дублировал посты двома мовами - російською і українською (українська спочатку). Это разумный компромисс для продвижения твоих услуг в Украине.

Jaha_sketch

В шапке профиля нет уникальности, уникального предложения (например твоё “Особое внимание к деталям - моя сильная сторона” значительно лучше). Хайлайты у неё сделаны на мой взгляд лучше, чем у Камиллы: в одном стиле, четко прописаны темы. Для клиента всё понятно и удобно. Зашел и сразу понял куда нажимать, чтобы получить дополнительную информацию.

Но вот большой минус, на мой взгляд, это оформление хайлайтов. Шрифт сильно вычурный, мелкий, плохо читаемый + сочетание цветов счастья не прибавляет. Очень сложно читать, надо всматриваться. Учти это. Я поставил себя на место клиента и пока разобрался с ценами, глаза устали. Захотелось либо уйти, либо написать в личку. То есть, после такого “дизайнерского” оформления я одной ногой уже готов уйти. Не смотря на отличное качество пректов.

Второй минус, на который должна обратить внимание, в публикациях не всё посвящено продукту. Она, как и Камилла, не удержалась от блогерства (публикация о фильмах, материалах и т.п.). Прошу тебя на первых порах от этого отказаться, потому что ты пока мало кому известный специалист. Истории из твоей жизни и твои переживания - не больше чем 1 на 15 постов о твоём продукте и процессе создания твоих шедевров. Не забывай, основная задача профиля на первых порах - продать свою услугу.

Полина Рекиш.

Обрати внимание на оформление, ассортимент и названия хайлайтов. Здесь всё сделано очень профессионально. Кроме одного: размер и читаемость текста. Здесь ситуация лучше, чем у Jaha_sketch, размер шрифта я бы увеличил. Да и сам шрифт, хоть и красивый, но читается не очень. Обрати внимание, у Полины есть английский вариант. Это супер, так как клиент может получить инфу на своем языке.

Чуть подробнее об отдельных хайлайтах. “Обо мне” - на мой взгляд на троечку. Нет личности. Не забываем, что сюда заходят прежде всего клиенты, и им интересно, как ты будешь их “удовлетворять”. Здесь можно было бы рассказать и об обучении, марафонах, дипломах и пр. Плюс о том, как тебе нравится работать с проектами и приносить радость людям.

Обрати внимание, у Полины очень хороший контент публикаций. Как визуальный, так и текстовый. С точки зрения маркетинга он мне нравится больше, чем у предыдущих девочек. Учись! ;-)

Общая рекомендация, когда посещаешь профили своих конкурентов. Старайся читать комментарии под публикациями. Обычно там информации мало, в основном вау и класс. Но иногда попадаете переписка с клиентами и ты можешь посмотреть, как она ведется у лидеров твоей сферы.

И, конечно же, можно “воровать” общие темы публикаций своих конкурентов. Конечно, не слово в слово. Но саму идею - обязательно. Ну и со своим контентом, естественно)))