

ЧЕК ЛІСТ  
ГОТОВНОСТІ  
ПРОФІЛЯ  
ДО ПРОДАЖІВ



ЛЮДМИЛА  
КАЛАБУХА

- У назві профілю присутні ключові слова.
- У вас простий короткий нікнейм, який відображає те, чим ви займаєтеся, і його легко запам'ятати (приклад зоомагазин @kalabukha.zoo або експерт з інтернет-маркетингу @romanova\_digital – зрозуміло, про що блог, і зразу прокачка особистого бренду).
- В описі профілю присутня основна (або кілька) вигід вашого профілю та причина підписатися на вас.
- У профілі мінімум 15 постів.
- Ви ЗАВЖДИ вказуєте ціни в постах та сторіс.
- Пости оформлені в єдиному стилі (або хоча б оброблені єдиним фільтром)
- Серед верхніх 9 постів мінімум 2 пости з текстом на зображенні. Текст на зображенні підтверджує спрямованість профілю, щоб люди, які до вас зайшли вперше, зразу зрозуміли навіть по фото, що продають.
- Всі пости профілю за змістом відповідають опису в шапці профілю
- Ви публікуєте не більше 3-х постів на тиждень і не менше 2-х.
- Або можете перейти на мою схему, якщо у вас інформаційний ресурс – 1 текстовий пост і 1 запис прямого ефіру, який я проводжу щотижня – він зберігається у стрічці.

- І цього цілком достатньо – охоплення тільки зростають (хто любить читати, читає і чекає наступного поста, хто любить дивитися – дивиться запис у зручний для себе час).
- У ФБ достатньо 1 якісного поста. І не викладайте нічого під час масового виплеску контенту (всі святять паски, у всіх діти йдуть до школи, у всіх випускні – тому що в ці дні ваш пост загубиться і ніхто його не побачить).
- У вас є відгуки від клієнтів як в постах, так і в сторіс, є окремий сторіс-альбом з відгуками.
- Ви використовуєте геотеги в сторіс та постах (якщо це фізичний магазин, то завжди ставте свою геолокацію), якщо це онлайн-продажі, то ставте геотеги місць, де може знаходитися ваша ЦА (ТЦ, ресторани, магазини, місця відпочинку)
- Ви коментуєте пости та взаємодієте зі сторіс своїх найактивніших читачів.
- Ви раз чи 2-3 на місяці (частіше не варто) робите своїм підписникам розсилку в директ із інформацією про ваші акції та новинки за допомогою спеціальних сервісів.
- Ви підписані та відслідковуєте блогерів, в яких хочете замовити рекламу.

Ось кращий ресурс, в якому зібрані кращі блогери України із хорошою статистикою (і я в тому числі ), вони вам самі можуть підібрати правильних блогерів для замовлення реклами

<https://www.instagram.com/bloggers.ua/?hl=ru>

- Ви знайшли та вивчили плюси та мінуси своїх 5 основних конкурентів (якщо нема прямих, то у суміжних сферах), подзвонили їм, написали (не зі свого акаунту), поспілкувалися з їхніми менеджерами, сходили до них у фізичний магазин чи салон у вашому місті.
- Ви використали функцію stories highlights (вічних сторіс) і розмістили там інформацію про основні продукти, які у вас можна купити.
- Оформили обкладинки для stories highlights (вічних сторіс) – це можуть бути хороші яскраві фото продукції або ваші фото на тему підбірки (у мене – мої фото).
- У вас не більше 100 підписок, якщо в профілі більше 1К, і не більше 30 підписок, якщо в профілі менше 1К. Більше 100 підписок бути взагалі не рекомендується. Люди не хочуть підписуватися на тих, хто ніколи за ними не буде стежити. Видаліть підписки, які вам не несуть користі чи не надихають.

- В профілі присутні живі емоційні фото вас, ваших клієнтів та працівників. У вас нема фотографій з Гуглу або «позичених» з інших профілей.

Активне посилання в описі вашого профілю не веде на ФБ! Не треба вводити людей з ІГ, там має бути або ваш сайт або інша можливість зробити у вас покупки.

Щоб грамотно продавати, треба грамотно визначити ціни на свої послуги та товари, вміти переконати покупця, чому вам варто стільки заплатити і відстояти свою ціну, коли вимагають знижку.

“Дорого”, “Я подумаю”, “У конкурентів дешевше”, “Дайте знижку, дайте більшу знижку” – це все заперечення, із якими треба працювати.

- Як відповісти на заперечення «Дорого», «В конкурентів дешевше», «Я подумаю», «Ви перше місце, куди ми звернулися»?
- Як продавати без знижок і чим заохочувати клієнтів купувати без втрати ваших грошей?
- Як будь-які переговори та презентації закінчувати продажем, а не черговим «Я подумаю»?

## Детально в моєму відеотренінгу “Робота із запереченнями клієнтів”.

І для вас, людей, яким так потрібний результат, які  
вже опрацювали відео і дійшли до чек-листів,

### **БОНУСНА СПЕЦПРОПОЗИЦІЯ:**



### **Мій відеотренінг “Робота із запереченнями клієнтів” за спеціною:**

Треба брати. Через 48 годин НЕ буде.

**Отримати доступ прямо зараз**