



# 5 СТУПЕНЕЙ

твоего инфозапуска

Виктория Файзулова

МАРКЕТОЛОГ,  
ПРОДЮСЕР,  
АВТОВОРОНЩИЦА,  
БЛОГЕР

# Виктория Андреевна Файзулова

## 5 ступеней твоего запуска

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=70279354](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70279354)*

*SelfPub; 2024*

### **Аннотация**

Эта мини-книга подойдёт экспертам, которые развиваются в соц.сетях и хотят сделать первый запуск. И хотят узнать, с чего же начать.Из чего состоит запуск, какие у него есть этапы, какие ошибки могут встретиться на пути? Об этом узнаешь в мини-книге.

# Содержание

Вступление	4
Этапы запусков	5
1.Определить целевую аудиторию	6
2.Проанализировать боли и триггеры ЦА	8
3. Составить продукт	9
4.Упаковать продукт	11
5.Сделать продажи	13
Заключение	15

# Виктория Файзулова

## 5 ступеней твоего запуска

### Вступление

Знаешь ли ты, что такое *инфозапуск*?

У многих моих клиентов запуски ассоциируются с космосом, с полётом ракет. В этом и правда есть что-то схожее.

Ты создаешь свой инфопродукт (то есть, строишь ракету) и запускаешь её в бесконечный космос (доносишь продукт до своей целевой аудитории). И чтобы ракета долетела до пункта назначения, она должна быть правильно сконструирована.

У ракет есть ступени, которые позволяют ускоряться и выходить им на нужную орбиту. Так же и у запусков есть этапы, шаги, которые должны быть соблюдены для того, чтобы запуск был успешный, а твой продукт полюбился

Поэтому книга имеет это космическое название.

На этом давай космическую тематику завершим. Будем говорить о более приземлённых вещах. ##

# Этапы запусков

Все запуски уникальны.

Но все они состоят из одних и тех же шагов. Совершать их нужно строго в определённой последовательности, тогда твой запуск будет просто РАКЕТА ##

Бери этот план и вперёд####

# 1. Определить целевую аудиторию

Если ты не знаешь, с кем хочешь работать, то дальше постоянно будешь спотыкаться на этом. Что хотят от тебя эти люди, которых мы называем целевой аудиторией?, а что их триггерит, а почему? – эти вопросы так и останутся без ответа, если в самом начале ты не проведёшь исследование. Это самое первое, с чего начинается запуск.

Лучше всего спросить у самих людей. Именно для этого и проводят кастдевы – в переводе с англ. «проблемное интервью».

Чаще всего оно проводится в формате созвона и длится от 30-40 минут. На нём мы задаем специальные вопросы аудитории, чтоб узнать всё-всё об их потребностях в рамках твоей экспертности. И бережно записываем все ответы в бо-ольшую табличку. К ней ты будешь часто возвращаться на следующих этапах.

Чтоб "завлечь" людей на кастдев, нужно написать посты, прочитав которые они захотят прийти к тебе на созвончик. Ясно и то, что люди не хотят просто так уделять своё время на какие-то непонятные для них исследования, так что заготовь жирный бонус для них.

Какие вопросы задавать на кастах, как понять, что чело-

век врет вам, что можно выбрать в качестве бонуса за участие в исследовании, как не превратить кастдев в допрос – эти темы тянут на отдельную книгу. (Я бы такую назвала "Волшебные кастдевы", поскольку для комфорта человека интервьюер должен быть настоящим магом, при общении с которым можно расслабиться и чувствовать себя в безопасности.)

*В результате этого шага у тебя будет большая кастдевная табличка – очень ценный материал для работы.*

## 2. Проанализировать боли и триггеры ЦА

После созвонов нужно сесть и выписать все «боли» людей – что их беспокоит больше всего прямо сейчас? А что послужит толчком к решению этой проблемы? Перечень таких пунктов называется картой триггеров и болей. И ты её составишь на основе кастдевов.

Когда ты это сделаешь, наверняка у тебя родится идея какого-то продукта, который поможет не решить всю проблему сразу, но значительно облегчит её, либо поможет сделать первый шаг к решению.

*В результате этого шага ты придумашь продукт, который 100% будет продаваться. Потому что люди сами тебе сказали, что им это нужно!*



### 3. Составить продукт

Сразу скажу про частую ошибку на этом этапе. Не стоит пытаться дать сразу всё, что ты знаешь!!!

Во-первых, тут можно резко потерять мотивацию, так как делать что-то объёмное быстренько не получится. А чем дольше, тем дальше откладывается твой запуск и привет, саботаж.

Во-вторых, люди не роботы. Они не могут взять и загрузить в голову флешку с уроками и просто сохранить её в мозгу. Учиться, преобразовываться нужно пошагово. Свалив на людей большой объем (пусть и полезной информации), ты их нагрузишь так, что они сольются. А нам же важна доходимость и результат, правда?

Так что давай бережно к себе и другим ♥#

А как же тогда определить, где рубеж того, сколько нужно выдавать в рамках одного продукта?##

Есть одна классная техника: *определить области знания и незнания*. Когда ты прописываешь, что человек будет знать/уметь на каждом этапе, а что ему пока недоступно.

Прописав эти рамки к своему продукту, ты сразу пой-

мешь, где пора остановиться. У тебя появится программа, помодульная или поурочная – в зависимости от объема продукта.

И ещё ты сможешь на основе этого прописать следующие продукты, проходя по которым человек будет закрывать новые области незнания. Считай, это уже наметки для целой продуктовой линейки!

Если позволяют средства – на этом этапе возьми в работу методолога. Он подскажет, как правильно распределить материалы и скомпановать уроки, чтоб доходимость была выше. Ведь чем выше доходимость до конца, тем больше у тебя отзывов, кейсов и рекомендаций.

*В результате этого шага у тебя будет программа твоего продукта и прописанный результат каждого блока/урока.*

## 4. Упаковать продукт

Упаковать – это не завернуть в красивую подарочную бумагу ##. Но что-то аналогичное есть. Подарок – он же привлекательный. Его ХОЧЕТСЯ)

Вот и твой продукт должен быть желанным.

Тут несколько пунктов, на что нужно обратить внимание:

**1. Нейминг** – понятное, но неизбитое название не только вызывает интерес, но и помогает раскрыть ценность продукта.

**2. Стоимость** – кого ты хочешь привлечь: vip-аудиторию? тогда низкий чек не ставим. Или хочешь всё же, чтоб побольше продаж было на широкую аудиторию – тогда снижаем. Не забывай, что по цене многие судят о ценности. Но превзойти ожидания никогда не сыграло в минус.

**3. Тарификация** – классная штука, которая позволяет собрать больше аудитории, предоставив всем соответствующий объем информации.

**4. Возможности оплаты** – если тут есть альтернативы, с выбором платёжной системы или рассрочки, то это тоже повышает шансы на продажу.

## **5. Вкусный продажник** – ну это вообще магия чудесная!

Написать текст, содержащий оффер и буллиты, прочитав который человек закричит: возьми уже скорее мои деньги – это самое важное в запуске)

## **6. Бонусы и триггеры продаж** – важные штуки, кото-

рые позволяют человеку легче принять решение о покупке. Да, это как бы уже про продажу, но в моём сознании настолько привязано к продукту, то решила тут написать)

Чтоб это всё грамотно расписать – снова смотрим в касты и в табличку триггеров).

*В результате этого шага у тебя будет упакованный продукт, готовый к продаже.*

## 5. Сделай продажи

Продажи начинаются не с предложения в тексте-продажнике.

А немного заранее. Как прелюдия перед сексом.

Да, да, покупателей нужно подготовить, что скоро будет ЧТО-ТО))). Это называется *прогрев*.

Прогрев – один из этапов продаж. Тут нужно раскачать публику, если она до этого спала. Актуализировать проблемы, спросить, как они сейчас решают свою проблему и хотят ли решить её поскорее и с вашей помощью.

Дальше идет сама продажа – берем текст продавца из предыдущего шага.

Всё это тексты, написанные по определённым схемам, которые можно засунуть в чат-бота и получить автоворонку продаж.

Но и после того как ты "выкатишь" своё предложение, запуск не завершился.

Предложение могут увидеть не все. Не все его прочтут до конца, не все поймут ценность. Кому-то трудно сразу принять решение, или нужно посоветоваться с мужем.

Именно поэтому после выхода продажника есть так называемое "окно продаж", в которое твоё предложение действует. Оно обязательно должно закрываться. Это тоже является неким триггером, означающим ограниченность и уникальность предложения.

Что делать в окно продаж? Написать цепочку "догоняющих" писем. В них ты рассмотришь подробнее предложение, выгоды продукта, донесёшь ценность. То есть это такие письма, в которых ты кусочками докидываешь важную информацию, закрывающую возражения разных типов и в итоге приводящую к покупке.

*В результате этого шага ты сделаешь запуск и возможно, заработаешь свой первый миллион!)))*

# Заключение

Ко мне часто приходят на разборы с воронками, которые не работают, потому что продукт... нет, он не плохой сам по себе. Но он аудитории НЕ нужен, НЕ подходит, НЕ интересен, понимаешь.

Вложено много сил, времени, ожиданий и надежд, денег на спецов, на воронку, и ничего не работает...

Продукт просто родился в голове эксперта. Никто не исследовал запрос рынка. Никто не просил у аудитории, а что ты хочешь получить, в каком формате?

Обидно, да? Очень.

Вот чтоб такого не было, нужно, чтоб продукт, который в основе воронки, продаж, запусков, был «правильным».

Подробно 4 шага из этой схемы мы и прорабатываем на моём авторском интенсиве *«Идеальный продукт»*. Там я даю пошаговую стратегию создания продукта.

На интенсиве ты узнаешь, как создать продукт, который точно будет продаваться.

Я подробно расскажу, какие посты писать для приглашения на касты, какие вопросы задавать и как вообще проводить эти встречи.

Узнаешь нюансы по продукту, каким он должен быть,

сколько должен стоить и какие тарифы придумать.

Дам свои таблички и схемы, по которым сама работаю и делаю запуски клиентам под ключ.

### **Интенсив подойдёт:**

\* экспертам, которые хотят делать запуски, но у них нет продукта

\* диджитал-специалистам, которые хотят начать карьеру продюсера или помогать клиентам с созданием продукта (читай: повесить свой чек)

\* маркетологам, которые хотят начать работать в нише инфобиза.

### **В программе интенсива:**

- теория с примерами
- шаблоны постов
- разборы реальных проектов
- готовые материалы, таблички, которые можно скачать и пользоваться

В результате участник узнает, как правильно создать продукт, чтоб он потом точно продавался!

Всё по шагам и по полочкам.

А самое главное – практика после каждого блока!

[Программа и бонусы тут.](#) ##