



Сергей Савельев

Свой Бизнес в Интернет

Лид-магнит, который проложит дорожку к сердцу клиента

pdf - отчет + видео

 **PDF** 

По созданию лид - магнита

**который подберет ключ
к сердцу клиента!**



**Скачай прямо сейчас
Бесплатно**

Сергей Савельев



Здравствуйте!

Меня зовут Сергей

В этом небольшом pdf-отчете я вам расскажу о пяти способах конвертирующих лид-магнитов в инфо маркетинге.

На всякий случай: лид-магнит – это бесплатный продукт, для получения которого человек оставляет вам свои контактные данные.

Это основа всей двухшаговой системы продаж, предполагающая не прямое предложение платного продукта, а изначальное касание через что-то бесплатное.

И от того, в каком виде вы представите людям это бесплатное предложение, зависит не только то, подпишутся ли они на вашу рассылку, но и то, какая реакция далее будет на ваши платные продукты.



Поэтому – данному вопросу стоит уделить особое внимание.

Отношения с клиентом похожи на ухаживания за капризной девушкой.



Сначала идут цветы, комплименты, прогулки под луной и походы в рестораны. А уже потом...

В инфобизнесе ситуация схожа. Прежде чем перейти к покупке основных инфопродуктов, у потенциального клиента должно сформироваться доверие.

И лид-магнит (бесплатный продукт) – это первый шаг к формированию необходимого уровня доверия.

Я покажу 5 способов, как создать лид-магнит, который проложит дорожку к сердцу вашего клиента.



Используйте их в своем инфобизнесе и будет вам счастье.

Придумывать лид-магнит из головы – всё равно что стрелять в мишень с закрытыми глазами. Вероятность попасть есть, но очень низкая

Начнем с того, что лид-магнит – это «вкусный», обладающий ценностью для клиента легкий шаг в маркетинговую воронку инфобизнеса.

Клиент делает этот шаг легко, потому что за ценность нужно только оставить свой контакт.

Но что для клиента является ценностью?

Ответ на этот вопрос кроется в портрете вашего клиента. Лид-магнит создается на основании его потребностей, проблем, страхов и желаний.

Ведь вам нужно не просто взять у клиента контакт за стандартную бесплатность. Намного важнее провести его по всей маркетинговой воронке, превратив даже холодного скептика в фанатичного последователя учения Великому Инфобизнесу.

Теперь о способах.

Способ 1. Лид-магниты, наносящие клиенту непоправимую пользу



[Грамотно составив портрет клиента](#), вы знаете его проблемы и затруднения. Сделайте такой лид-магнит, который быстро поможет человеку решить небольшую проблему.

Покажите пользу от лид-магнита. Например, это может быть существенная экономия времени, энергии или денег. Варианты полезных лид-магнитов:

- **Подборка ресурсов, сервисов или инструментов.** Таким лид-магнитом вы экономите время клиенту, предоставляя в одном месте список полезных помощников (например, список бесплатных площадок для проведения вебинаров начинающему инфобизнесмену).
- **Чек-листы.** Хорошо зарекомендовавший себя вариант эффективных лид-магнитов. Работает по принципу: сделай «х» действий и получишь «у» результата. Например, “скачай чек-лист вредных продуктов, которые лучше убрать из холодильника и получи 3 полезных рецепта здорового питания”.
- **Шаблоны.** Очевидная польза шаблона выражается в экономии сил и времени. Человеку нужно лишь подставить специфику своего инфобизнеса под готовую форму и сразу пускать в дело. Например, “скачай шаблоны продающих писем, которые помогут запустить емейл-рассылку в течение одного дня”.

Способ 2. Лид-магниты, превращающие человека в ученика



Фактически через обучающий лид-магнит вы продаете потенциальному клиенту идею об основном инфопродукте. При этом в обучение заложено решение очевидной проблемы клиента.

Плюсы обучающих лид-магнитов: Показывают, что вы эксперт.

- Повышают градус лояльности, превращая совсем холодных посетителей в подогретых потенциальных клиентов.
- Создают первый шаг доверия на пути к покупке основных инфопродуктов.

Варианты обучающих лид – магнитов:

- **Руководства, отчеты, инструкции.** Обычно в PDF-формате. Удобны для скачивания и чтения. Такой лид-магнит более детально (со статистикой, исследованиями) раскрывает конкретную проблему и способы ее решений. Например, “детальное руководство, как сделать лендинг своими руками”.
- **Электронные книги.** В формате книги можно рассмотреть сразу несколько проблем и решений в отличие от простого отчета. Объем книги больше, чем у руководства и важно дать существенную ценность для клиентов. Иначе книгу просто не прочтут.
- **Обучающие видео, курсы.** На визуально “вкусный” лид-магнит клиенты реагируют так же живо, как пчелы на полевые цветы. Легко усваивается, вызывает больше доверия по сравнению с другими форматами. Есть возможность через короткие ролики втянуть клиента в бесплатный курс, чтобы потом продать основной инфопродукт.



- **Вебинары.** В отличие от обучающих видео вебинары обладают ценностью живого интерактива. Вебинары более востребованы среди клиентов, но требуют больше затрат с вашей стороны.

Способ 3. Лид – магниты, вовлекающие человека в игру

Геймификация – вовлечение клиента в воронку инфопродуктов через процесс игры. Необязательно людей чему-то постоянно учить или давать лайфхаки по каждому вдоху. Развлечения «рулят» не хуже чек-листов.

Варианты игровых лид – магнитов:

- **Конкурсы, викторины.** Дай свой ответ, прогноз, или сделай репост и получи приз. Люди с удовольствием участвуют в подобных мероприятиях, оставляя свои контакты за возможность получить приз.
- **Тесты, опросы.** Каждый человек стремится выразить свое мнение по какому-либо вопросу. Дайте ему такую возможность. Пусть выскажется. И оставит вам свои контакты. (Подробнее об этом способе мы писали на прошлой неделе).

Способ 4. Эксклюзивные лид-магниты

Во многих сферах общества есть места для избранных, куда закрыт вход “обычным” людям. А попасть туда хочется. На этом желании и создаются эксклюзивные лид-магниты.

- **Закрытые клубы, сообщества, мастер-группы, премиум-аккаунты.** Попасть туда, куда вход ограничен.



Почувствовать себя в элите – это ли не мечта? При создании такого лид-магнита важно, чтобы клиенты понимали, какую ценность несет им участие в закрытом сообществе и почему вы приглашаете их туда бесплатно.

Способ 5. Лид-магниты, позволяющие попробовать основной продукт

Торговец на рынке, предлагая вам попробовать хурму или виноград, фактически вовлекает вас в покупку через лид-магнит)) Согласитесь, что уйти, ничего не купив, после такого предложения сложно. На этом же принципе построены тестовые лид-магниты в инфобизнесе.

Варианты тестовых лид – магнитов:

- **Бесплатное занятие.** Клиент попробовал, понял ценность всего курса, купил платные занятия.
- **Демо-версия, тест-драйв.** Нарезка видеокурсов, возможность посмотреть части некоторых занятий... но только *части*... и только *некоторых*.
О лид-магнитах можно долго рассуждать. Но зачем рассуждать, когда пора действовать?

Посмотреть дополнительное видео : [Можно Здесь](#)

- Присоединяйтесь к нашей группе в контакте : [ЖМИ СЮДА](#)
- Здесь публикуется интересная и актуальная информация связанная с созданием и ведением своего бизнеса в интернет.



- Также можете подписаться на новости группы : [Получать информацию](#)



Спасибо за прочтение материала

При этом не забывайте это применять в своей работе!

Если у вас появились вопросы или пожелания , задать их можно пройдя по этой ссылке : [Поддержка](#)

С уважением, Сергей Савельев



Сергей Савельев

Свой Бизнес в Интернет
