

Új Vevők Futószalagon

Hogyan monetizálhatod a korábbiakban megszerzett új érdeklődői listádat a lehető leghatékonyabban kampányokkal?



Menetrend

09:00 – 12:30: Szünetekkel tarkított program

Kb. 12:30 – 13:30: Ebédszünet

13:30 – 16-17:00: Szünetekkel tarkított program

Kb. 16-17:00-tól: szabad kérdezz-felelek

A vevőszerező rendszered 3 lába



1. „Friss vér” szerzés

- akár azonnal
önfinanszírozó **új
érdeklődők**
megszerzése



2. „Felmelegítés / Melegen tartás”

- új érdeklődők
„felmelegítése”
- régi követők /
ügyfelek melegen
tartása



3. (Újra) Értékesítés

- profitszerzés
drágább termékek
értékesítésével
- vagy újra
vásárlások
ösztönzésével
(alacsonyabb
hirdetési ktsg)

Mi az a „kampány”?



Definíció

„A kampány **egy előre megtervezett többérintéses kommunikáció**, amely során megértetjük az ajánlatunkat a meglévő követőtáborunkkal és ennek eredményeképp vásárlást generálunk. „

Hol zajlik a kommunikáció?



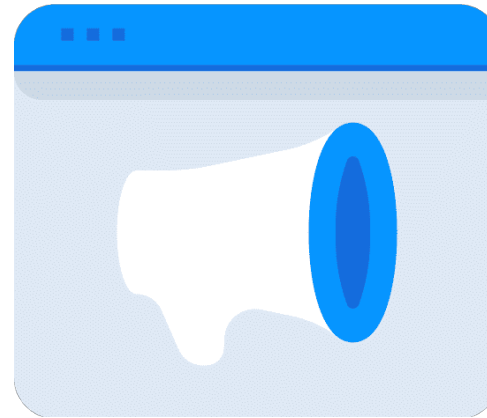
Email lista

Minél nagyobb a lista,
annál nagyobb az
eredmény.



Közösségi oldal

Organikus elérés a
csatornáidon



Hirdetések

A „hatástöbbszöröző hirdetési
rendszer” + egyéb hirdetés



Ajánló partner

Ugyanaz a közönség, de nem
direkt konkurens

Min múlik a kampányod sikere?



Listaépítés

Minél nagyobb a lista,
annál nagyobb az
eredmény.



Bizalomépítés

Ha szerethető figura
vagy, könnyebb eladni.



„Új lehetőség”

A legsikeresebb kampányok
alapja, amit sokan elrontanak.



Amit mondasz

A kommunikációs sorozat a
meglévő követőid felé.

Min múlik a kampányod sikere?



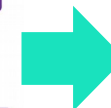
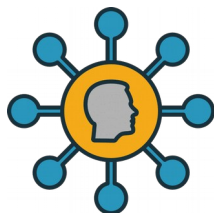
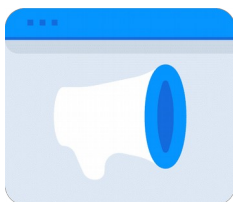
Ajánlat

A terméked következő evolúciós szintje.



Értékesítési oldal

A csatár, aki bevágja az eddig felépített ziccert.



Látogatószerzés

**Értékesítési
oldal**

Ajánlat

Bevétel

**A terméked (és hosszútávon
vállalkozásod) sikerének kulcsa:
"jobb lehetőség" vs „új lehetőség"**



Jobb lehetőség VS Új lehetőség



A sikeres eladás
legfontosabb titka: **Új
lehetőséget kínálj fel**, a
meglévő megjavítása
helyett.

Jobb lehetőség VS Új lehetőség



Étterem

...ahol jobb minőségű ételt ehetsz...



Középkori Paraszt Étterem

Ahol csúnyán beszélnek

Jobb lehetőség VS Új lehetőség



Nyelviskola

...ahol jobban megtanulhatsz angolul...



Don't Panic

A 100% beszédközpontú nyelviskola

Jobb lehetőség VS Új lehetőség



Online marketing tananyag

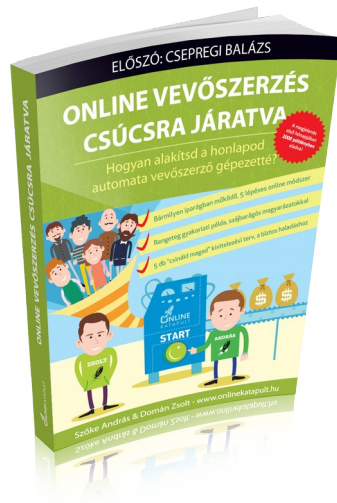
...több feliratkozó, jobb közösségi média posztok és több vásárló.



UVF

3 lábú vevőszerző
rendszer, személyes
támogatással

A legjobb kampányaim



OVCS

Tölcsérek: az új módszer a vevőszerezéshez.



Avada oktatóanyag

Honlapkészítés
programozó nélkül



UVF

Fókuszált haladás, személyes
elérhetőség és RENDSZER.



Előfizetéses rendszer

Ez annyira nem is lett nagy
durranás...

Miért nehéz „jobb lehetőség” ajánlatot eladni?

- 1. Valószínűleg már próbálta, de nem ment** – miért pont Te tudnád megmutatni azt, hogy hogyan kell jobban csinálni?
- 2. Keveseket érdekel a „jobb bármi”** – az emberek 99%-át egy vágyott állapot motiválja
- 3. Nagyon hasonló cucc = hasonló ár** – ha nem új lehetőséget árulsz, akkor sok a választási lehetőség, nehéz drágának lenni



Az „új lehetőség” ajánlat előnyei

- 1. Felment a saját korábbi hibáink alól** - elfeledhetjük a rossz élményeket, saját hibáinkat, mert ez Új és „nem mi tehetünk róla...”
- 2. Támogat a rossz emlék feledésében** - a rossz érzést felváltja a lelkesedés
- 3. Ad egy víziót, álmot** - megvan a cél, ahova tartunk



Hogyan alkoss „új lehetőség” ajánlatot?

1. Mire vágyik igazán az ügyfeled?

- Marketing: szabadabb, boldogabb élet a bevételen keresztül (nem jobb hirdetés...)

2. Mivel próbálkozott eddig eredménytelenül?

- Különálló taktikák: Fb élő, Instagram, SEO, tölcsérek stb.

3. Hogyan tudsz MÁST adni?

- Az önmagukban nem működő taktikák helyett egy rendszert mutatok be.



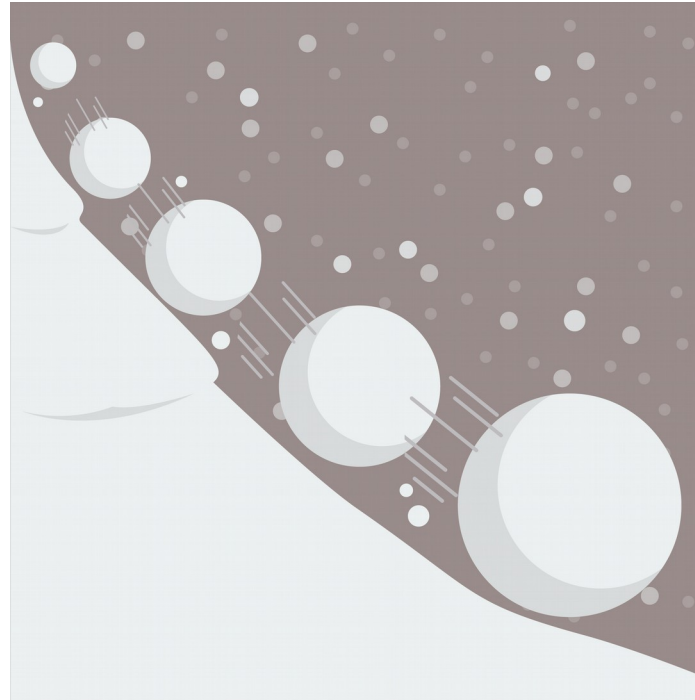
„Új lehetőség” bingó – minél több, annál jobb

Miben tudsz „új lehetőséget” kínálni?

1. Szakmai alapon (a legjobb)
 - BEMER készülék
2. Formátum
 - Személyes segítség UVF
3. Üzleti modell
 - LifeTilt / ClickFunnels példa
 - Webshopiroda
4. Ügyféligény (pl. kényelem, gyorsaság)
 - Landing24 Varga Bertold



A hab az „új lehetőség” tortán



**Milyen történet, sztori segítségével tudod
elmagyarázni?**

Jobb lehetőség VS Új lehetőség



Bármilyen jelző, aminek a végén dupla B betű van, nem lehet fő ígéret. 😊

- Gyorsabb...
- Hatékonyabb...
- Eredményesebb...



Cél: „első, egyetlen, egyedüli, eddig nem látott” stb.

Esztertainment: az egyetlen igazi élményalapú angol nyelviskola

Magyar Laci: az első „Egymáshoz közelebb”

Van kérdésed?



Tervezz, taníts, tarolj!

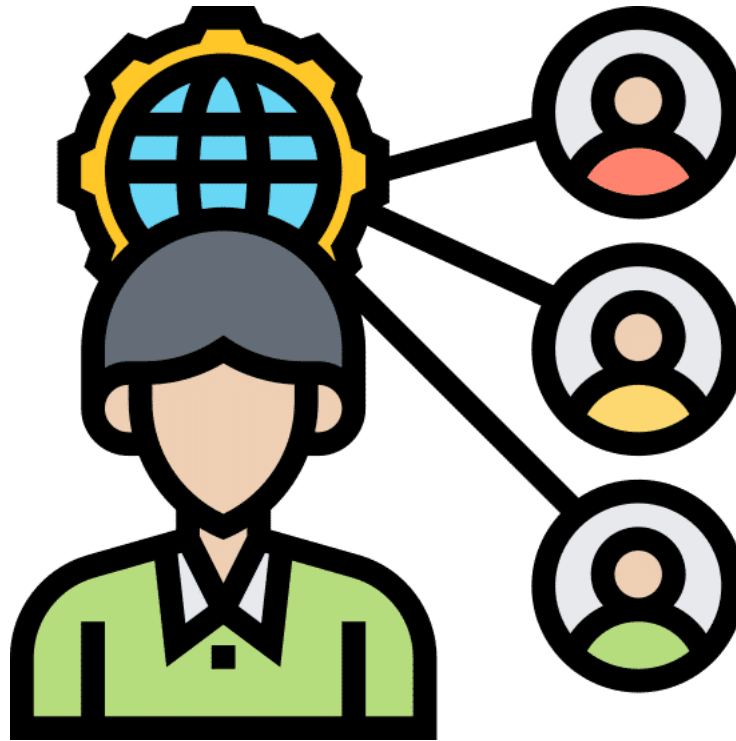
A legális otthoni pénznyomda tervrajza,
az email kampányok összeszerelési
útmutatója



Nem halat kapsz, hanem horgász tudást



**Saját magad tudsz összelegózni kampányt
(de kapsz összeszerelési útmutatót is)**



**Úgy állítottam össze ezt, hogy kiszervezhető
legyen majd a feladat**

Levelek + értékesítési oldal minta?



48 vevő



**170 előfizető
+ VVP vásárlók**



86 előfizető

Hogyan épül fel egy ütős kampány?



Tervezz!



Taníts!



Tarolj!

Tervezz - hogy ne érjen meglepetés



Exkluzív folyamatleírás:

[Itt találod a saját folyamatleírásunkat – kattints!](#)

Extra anyag:

<https://domarketing.hu/mit-kell-atgondolnod-kampanyolas-elott-alatt-es-utan/>

Tervezz - hogy ne érjen meglepetés

2020 nyári kampány

		Person	Status	Date	+
Sales oldal változtatások	✓ 2		Zsoltra vár		
Affiliate partnerekkel egyeztetni	✓ 1		Stuck		
SAPI feliratkozási rendszer	✓ 1		Done		
Webinár feliratkozó oldal	✓ 2		Done		
Webinár köszönő oldal	✓ 1		Done		
Webinár emailek	✓ 4		Done		
Facebook hirdetések	✓ 2		Done		
fontos infók	✓ 2		Done		
Borbély Bence YouTube link érdeklődés	2		Done		
Új feliratkoztató videó			Done		
Remarketing			Done		
Webinár utánkövető emailek átnézése			Zsoltra vár		
Saját listára emailek megtervezése a webinár feliratkozáshoz					
+ Add					

Feladatok menedzselése
domarketing.hu/monday

Taníts! – hogy ne légy nyomulós



1.
Születéstörténet
(sztori, ügyféligeny,
frusztráció stb.)



2. Esettanulmány
(Konkrét eredmény VAGY a
probléma bemutatása.)



3.
Gondolkodásmód
(Mutasd meg, miért hibás az
ügyfél gondolkodásmódja.)

Taníts! – hogy ne légy nyomulós



FOTÓS LESZEK KLUB
A fotósok fejlődésének biztos háttere

MEGTANÍTALAK ARRA,
AMIRE AZ OKJ **SOHA NEM FOG!**

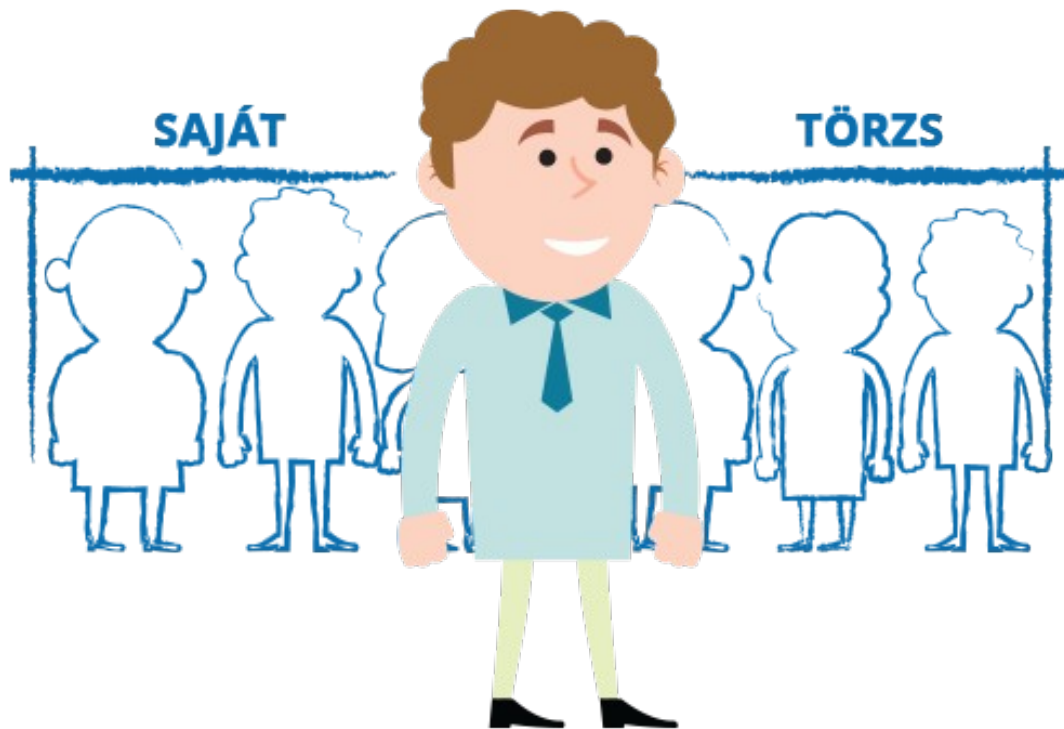
Olvass tovább a Klubról!



1.
Születéstörténet
(sztori, ügyféligeny,
frusztráció, piackutatás stb.)

www.fotosleszek.hu
Welczenbach Tamás

Mi az a felsőbbrendű ügy, amiért csinálod?

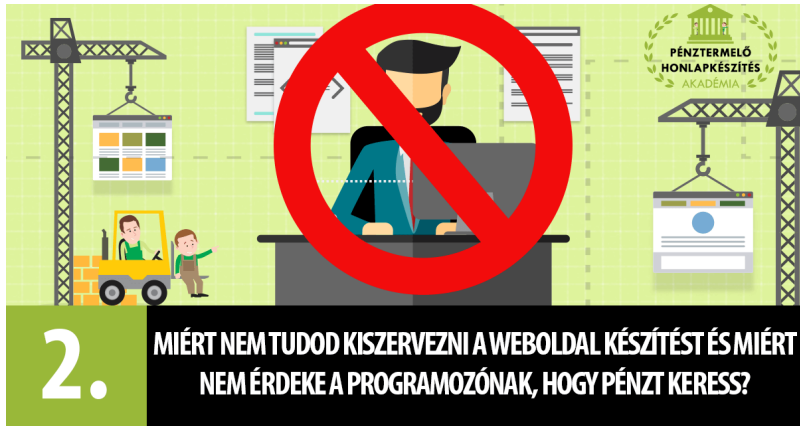


1. Mi az, ami égető probléma egyéni szinten az ügyfelednek?

- Kőkemény haszonérdek = fizetősképes kereslet

2. Mi az, ami túlmutat a Te bevételeiden, hogy ne csak pénzt akarj, hanem a „megmentő” legyél?

- Ezzel fogja racionalizálni a vásárlást



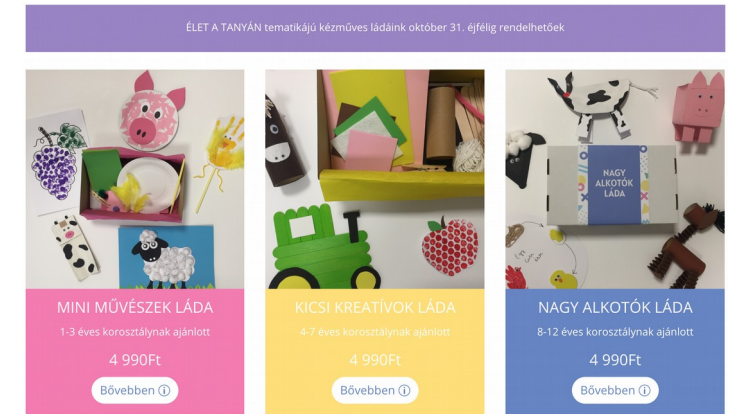
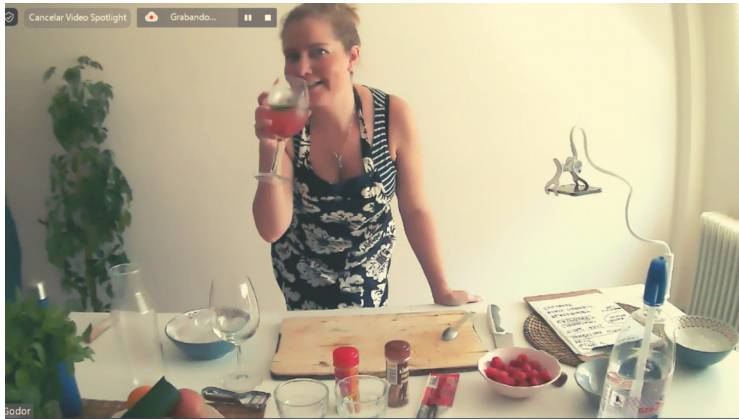
**Ne a webes vigye
haza a profitodat**



**Szívből is lehet
marketingezni**



**Menstruációs
forradalom**



**Elég az unalmas
angoltanulásból**

**Az „elég jó” anyák
„elég jó” edzés
megoldása**

**Minőségi közösen
töltött idő a
családnak,
képesség fejlesztés
a gyermeknek**

Taníts! – hogy ne légy nyomulós



Bianka és Ricsi története – az éjszakai ébredések okai és megoldása



2. Esettanulmány
(Konkrét eredmény VAGY a probléma bemutatása.)

<https://www.anyagyere.hu/bianka-es-ricsi-tortenete/>

Dr. Dénes Ivett

Taníts! - hogy ne légy nyomulós



2. Esettanulmány

(Konkrét eredmény VAGY a probléma bemutatása.)



NE old meg a problémát!

Taníts! - hogy ne légy nyomulós



2. Esettanulmány (Konkrét eredmény VAGY a probléma bemutatása.)



Csernai Kata

Június 7., 23:25

WEBINÁRIUM BESZÁMOLÓ

Nem bírom ki holnapig, most kell elmesélnem. 😊

Pénteken megtartottam az első Webshop SEO webináriumot.

A 24 órás ajánlatra 9 regisztráció érkezett, a lehetséges 10-ből! (Még egy főt kell behozni a teljes létszámhoz.)

Timea Vas

Szia Zsolt! Egy rövid update: közel 700 eladásnál járunk, szerintem átlépjük ma a zárás előtt a 700-at

csak ma 200 rendelés fölött leszünk



Mészáros Róbert ▸ BrandBirds Club - márkaépítő vállalkozók közössége

9 órája · 🗨️



Köszí a segítséget!

#hálaadásnapja 😊

Akiknek köszönhetem a sikert,
és neked is ajánlom őket

*hosszú, de ha szeretnél megbízható kivitelezőket, tanácsadókat,
akkor őket ajánlom! (tudom, milyen nehéz jókat találni...)*

Az első BASE nyitási kampány tegnap lezárult, és várakozáson felüli siker lett. Közel 150 előfizetővel indul a legnagyobb magyar márkaépítő előfizetős klub. 😊



Taníts! – hogy ne légy nyomulós



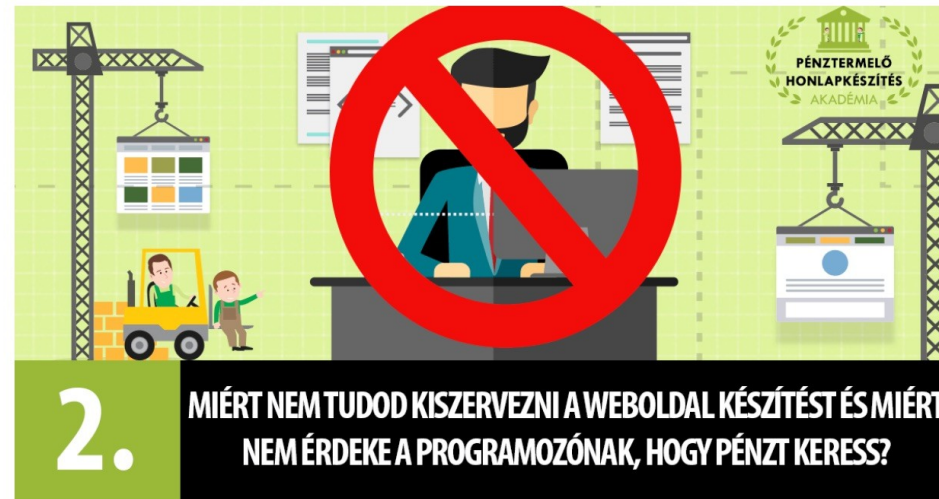
Most már tudod, hogy **hogyan néznek ki a vevőszerező, pénztermelő weboldalak**, de még mindig van egy hatalmas szakadék közted és a siker között. Ha figyelmetlenül belesétálsz ebbe a szakadékba, akár a vállalkozásodba kerülhet a hiba.



3.

Gondolkodásmód

(Mutasd meg, miért hibás az ügyfél gondolkodásmódja.)



2.

MIÉRT NEM TUDOD KISZERVEZNI A WEBOLDAL KÉSZÍTÉST ÉS MIÉRT NEM ÉRDEKE A PROGRAMOZÓNAK, HOGY PÉNZT KERESSZ?

Online Katapult
(az előző vállalkozásom)

Taníts! – hogy ne légy nyomulós



3.

Gondolkodásmód

(Mutasd meg, miért hibás az ügyfél gondolkodásmódja.)



DR. MÉSZÁROS ÁDÁM
PÁRKAPCSOLATI MEDIÁTOR

FIGYELEM! Csak néhány napig tudsz csatlakozni a Feleségek Klubjához, nézd meg a részleteket ide kattintva: <https://felesegekklubja.hu>

Mikor fog változni és újra udvarolni egy férfi?



Mészáros Ádám

Van kérdésed?



Tarolj! - így maxold az árbevételt



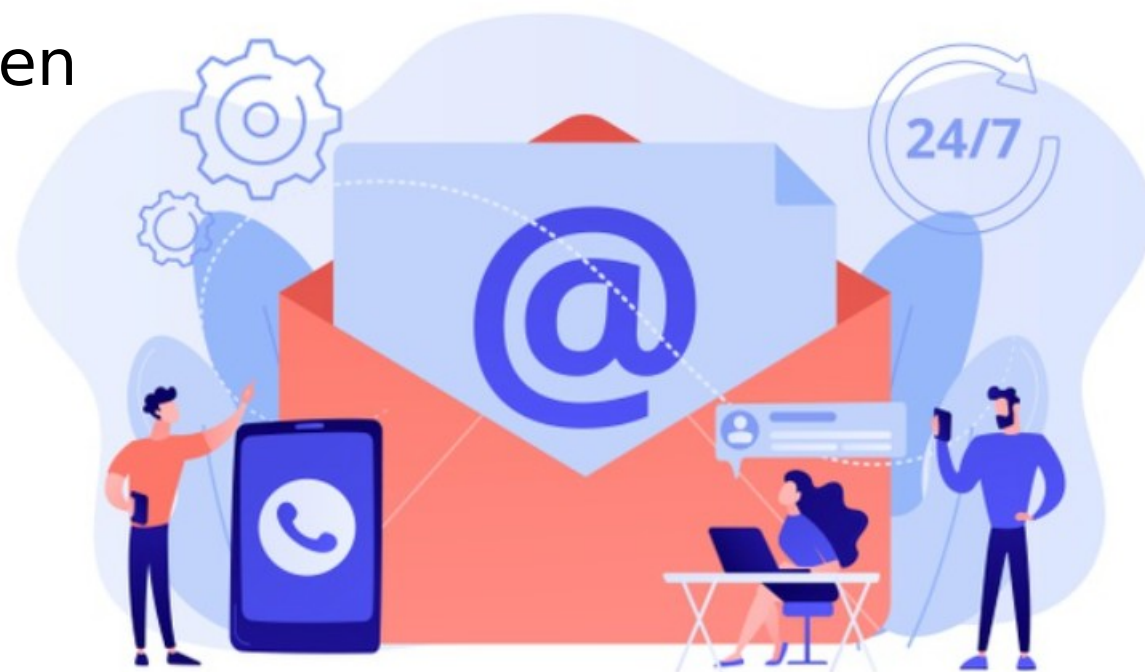
13 kommunikációs lehetőség

Hogy végre értsék, mit is kínálsz.

Tarolj! - így maxold az árbevételt

Levélsorozat 13 elemmel

1. Kapunyitás
2. Ajánlat kifejtése – akár több levélben
3. Bónuszok bemutatása
4. Árprezentáció
5. Közösségi bizonyíték
6. Sikersztori
7. Kifogáskezelés
8. Félelem kezelése
9. Garancia
10. Részletfizetés
11. Zárás #1 – összefoglaló és határidő emlékeztető
12. Zárás #2 – GYIK, kifogások kezelése
13. Zárás #3 – last minute



Levélminták? Bővebb magyarázat?



Korábbi UVF felvétel



UVF könyv

Van kérdésed?



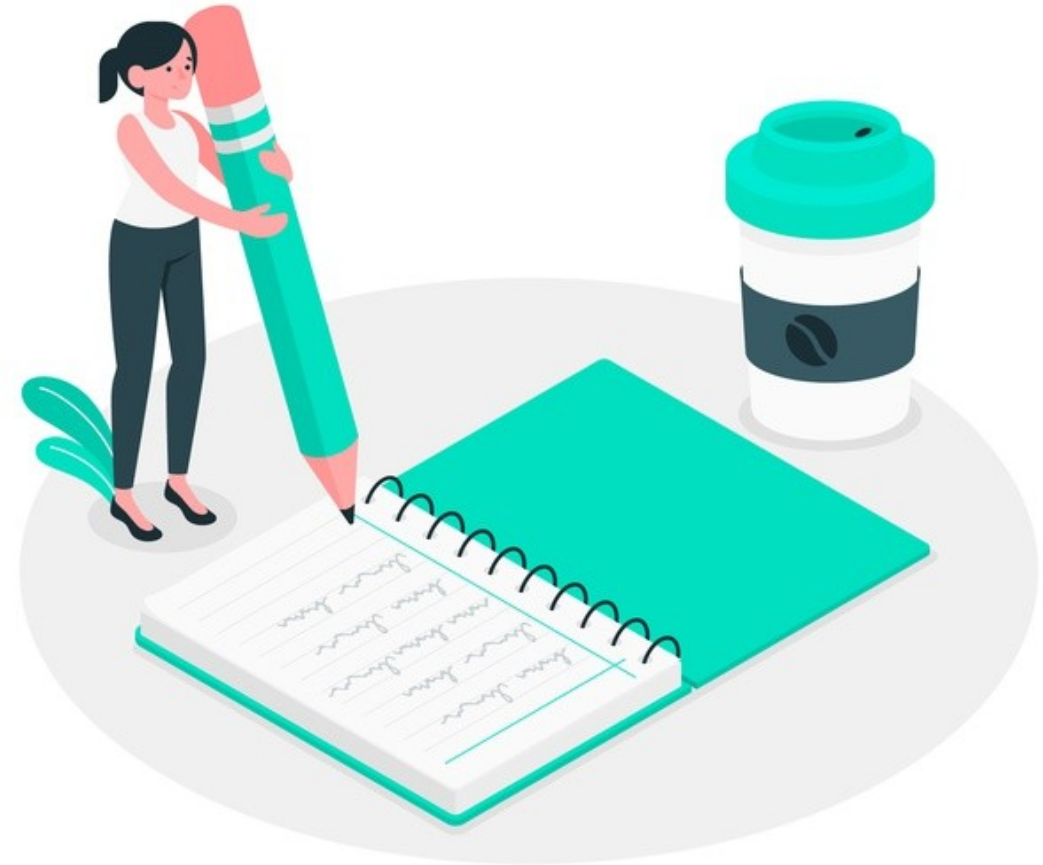


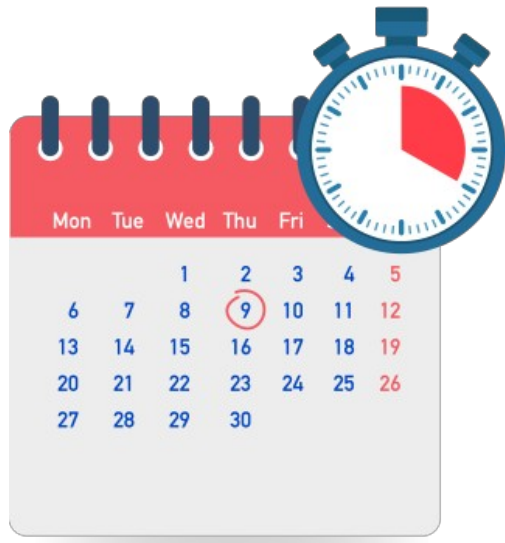
Szünet

Hamarosan folytatjuk!

Kampány ütemezés

Hogyan rakd össze a kampány naptára éves szinten?





Mi kell ehhez tudnod?

1. Milyen típusú kampányokban gondolkodhatsz?
2. Milyen termékeket fogsz kampányolni?
3. Mi lesz a kampányod apropója, ami összefügg a termékkel?
4. Mekkora lesz a kampányod mérete?
5. Milyen sűrű lesz a kampánynaptárad?

1. A terméked kampánya



A leggyakoribb kampányok:

1. Új termék bevezetése / a legfontosabb terméked
 - Évi 2, max. 3 ilyen nagy kampányra lesz kapacitás (ezek „nagy kampányok”)
2. Készletkisöprés (villámkampány)
 - Évi 1, max. 2 ilyen kampány
3. Aproóhoz kötött időszaki kampány
 - Évi 2-3 db
 - „80/20-as” termékekre

2. Mi lesz a kampányod apropója?

93 POSZT ÉS KAMPÁNY ÖTLET



FEBRUÁR

Február 1. – A köztársaság napja

JANUÁR

Január 1. – Újév, A béke világnapja

Január 28. – Az adatvédelem világnapja



93 poszt és kampány ötlet

3. Mekkora lesz a kampányod mérete?



Villámkampány
1-7 napos



Nagy kampány
7-21 napos

4. Milyen sűrű lesz a kampánynaptárad?

Kampány tervek ☆ 📁 ☁

Fájl Szerkesztés Nézet Beszúrás Formázás Adatok Eszközök Bővítmények Súgó Utoljára 7 perce szerkesztették

100% Ft % .0 .00 123 Alapértelm... 10 B I S A 🔍 📊 📈 📉 📊 📈 📉 📊 📈 📉

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Értékes tartalom												
2	Villámkampány												
3	Nagy kampány												
4													
5		Január	február	március	április	május	június						
6	Kampány típus	Nagy kampány	Villámkampány	Villámkampány	Értékes tartalom	Villámkampány	Villámkampány						
7	Kampány apropó	Újévi nyílt napok új érdeklődőknek	Valentin nap? Páros táncolási lehetőség, tanfolyamok	Nőnap - lepd meg a párodat egy társas tánc bérlettel	Nemzetközi táncnapról érdekességek	Anyák napja - lepd meg a párodat / elhízás elleni világnap - itt az idő mozogni	Iskolai szünet - nyári táncbörök						
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
19													
20													
21													
22													
23													

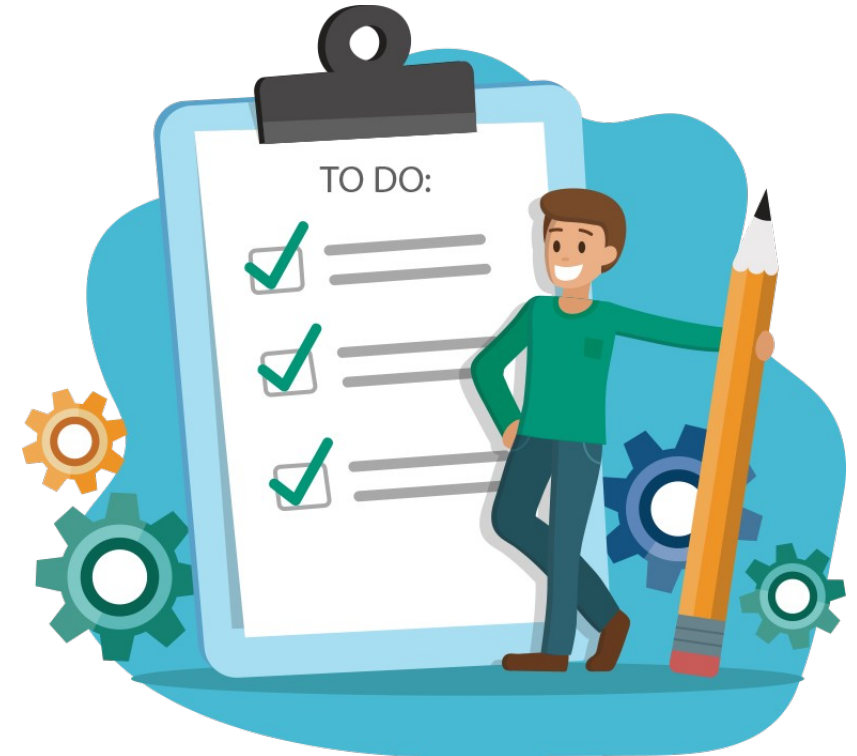
Minta sablon éves kampánytervezésre

Feladat #1:

Írd meg a saját éves
kampánynaptárad!
(20 perc)

Feladat #2:

Beszélgétek meg közösen az
elkészített naptárakat!
(30 perc)



Van kérdésed?





EBÉDSZÜNET
Hamarosan folytatjuk!

Kampány tervezés

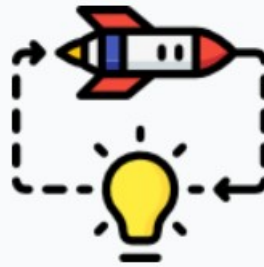
Hogyan rakd össze a következő
kampányod?



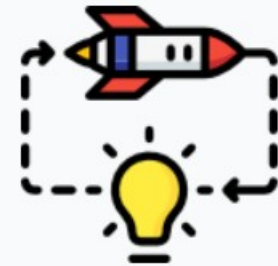
Mit kell tudnod előzetesen egy kampány megtervezéséhez?



Mire kampányolsz?



Nagyjából mikor
tervezel
kampányolni?



Mik lesznek a kampány fő
összetevői?

Ha erről van egy kialakult képed, akkor jöhet a
konkrét tervezés → FOLYAMATLEÍRÁSSAL!

[Kampányolás folyamatleírás itt](#)

Hogyan rakd össze a kampányod?



1. Üzleti terv és modell átgondolása

- Mekkora profitot szeretnél realizálni a kampányoddal?
- Ahhoz hány embernek és mennyiért kell értékesítened?
- Mekkora listát kell ehhez építened?

Hogyan rakd össze a kampányod?

Mekkora listát kell építened?



Könyv:
1150 eladás
~18%



Tervezőnap:
110 eladás
~2%



UVF:
15 eladás
~13%

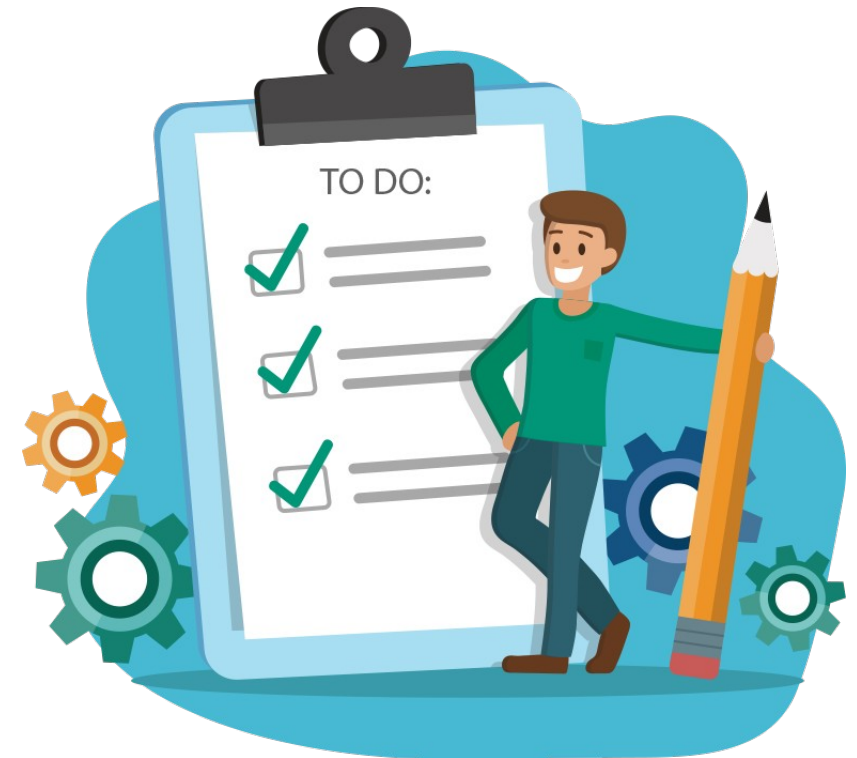
Listaméret: kb. 6200 fő

Feladat #1:

Készítsd el a kampányod üzleti tervét! (10-15 perc)

Feladat #2:

Beszéljük meg csoportokban! (20 perc)





2. Rakd össze az ajánlatod!

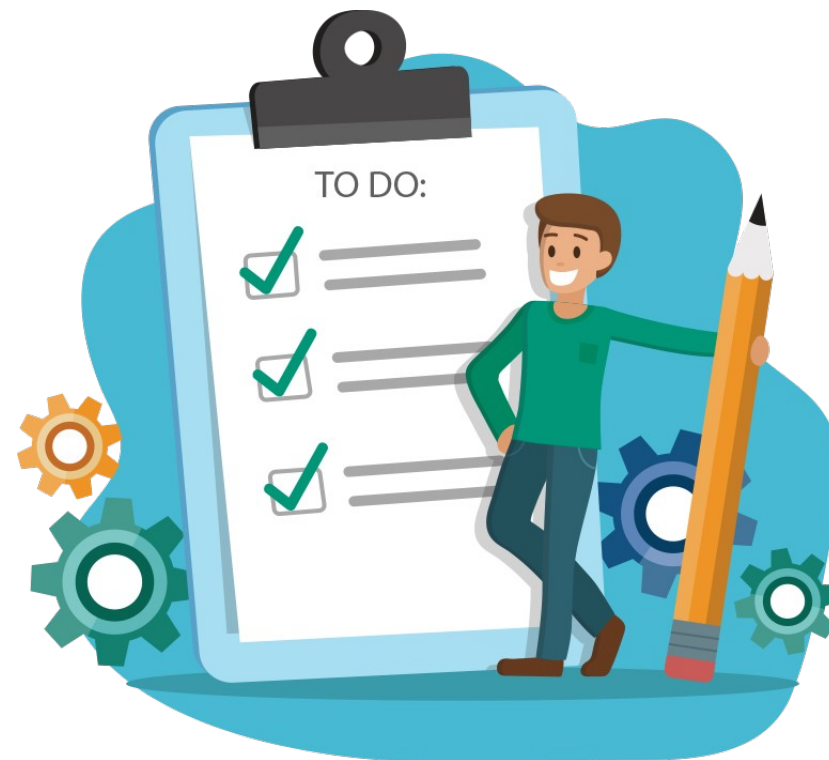
- Mitől lesz ez új lehetőség jobb lehetőség helyett?
- Mik lesznek az ajánlatod elemei?
 - Mi lesz a fő terméked?
 - Mik lesznek a bónuszok?
 - Garanciát adsz?
 - Mi lesz a neve?
 - Mennyibe fog kerülni?
 - Lesz-e részletfizetés?
- Lesznek csomagajánlatok?
- Milyen upsell-eket fogsz használni?

Feladat #1:

Készítsd el a kampányod ajánlatát!
(20 perc)

Feladat #2:

Beszélgük meg csoportokban!
(25 perc)





Szünet

Hamarosan folytatjuk!



3. Készítsd el a kommunikációs terved!

- Miről fogsz tanítani a kampányban?
- Hogyan fogod felhasználni a 13 levéltípust?

Annyira legyen kész, hogy ki tudd szervezni, ha akarod!



Hogy fog kinézni a gyakorlatban a kampányod?

Villámkampány minta (5 nap)

Összetevők:

1. Felvezető email (születéstört. + indoklás)
2. Ajánlat kifejtése
3. Bónuszok bemutatása + garancia
4. Közösségi bizonyíték / sikersztori
5. Záró 1: kifogáskezelés tömbösítve
6. Záró 2: félelemkezelés / nagyobb kifogás
7. Záró 3: utolsó pillanat!

Időzítés

1. nap - vasárnap este
2. nap - hétfő
3. nap - kedd
4. nap - szerda
5. nap - csütörtök
5. nap - csütörtök
5. nap - csütörtök

Nagyobb kampány minta (2,5 hét)

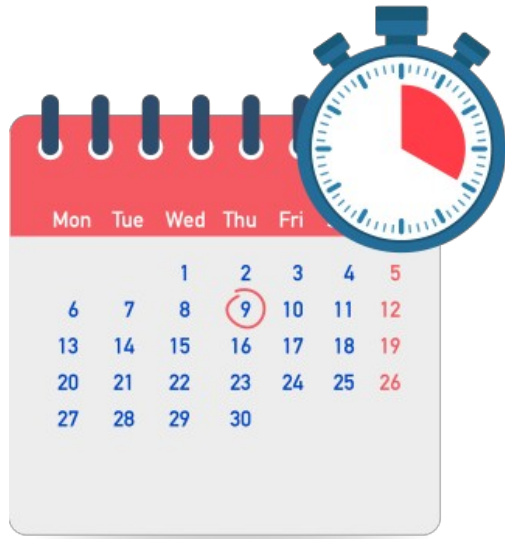


Összetevők:

1. Felvezető email (születéstörténet)
2. Esettanulmány / probléma bemutatása
3. Miért gondolkodik rosszul az ügyfeled?
4. Ajánlat felfedése (összefoglaló)
5. Ajánlat kifejtése #1
6. Ajánlat kifejtése #2 (akár még több)
7. Bónuszok kifejtése
8. Közösségi bizonyíték
9. Sikersztori (ha van) / Árprenzi + Garancia
10. Záró 1: kifogáskezelés tömbösítve
11. Záró 2: félelemkezelés / nagyobb kifogás
12. Záró 3: utolsó pillanat!

Időzítés

1. nap - vasárnap este
2. nap - hétfő
4. nap - szerda
5. nap - csütörtök
8. nap - vasárnap
10. nap - kedd
12. nap - csütörtök
14. nap - szombat
16. nap - hétfő
17. nap - kedd
17. nap - kedd
17. nap - kedd



Figyelj erre:

1. 2 naponta küldj levelet (de néha összecsiszít a hétvégék miatt, no para!)
2. Kerülendő:
 - Péntek-szombaton ne küldj levelet
 - P-Szo-V ne nyiss, ne zárj!
 - Ünnepnep előtt-után 1-2 nap legyen
3. Vasárnap már mehet levél este
4. Kampány alatt ne legyen más (se munka, se magánélet)

Nézd meg, nagyon fontos:

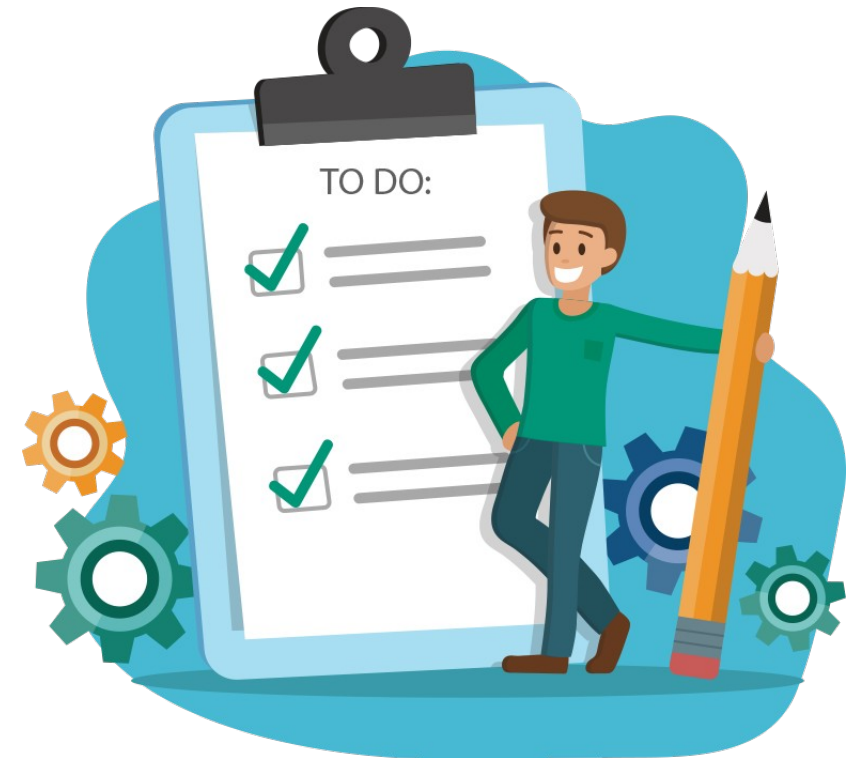
<https://domarketing.hu/mit-kell-atgondolnod-kampanyolas-elott-alatt-es-utan/>

Feladat #1:

Készítsd el a kampányod
kommunikációs tervét!
(15-20 perc)

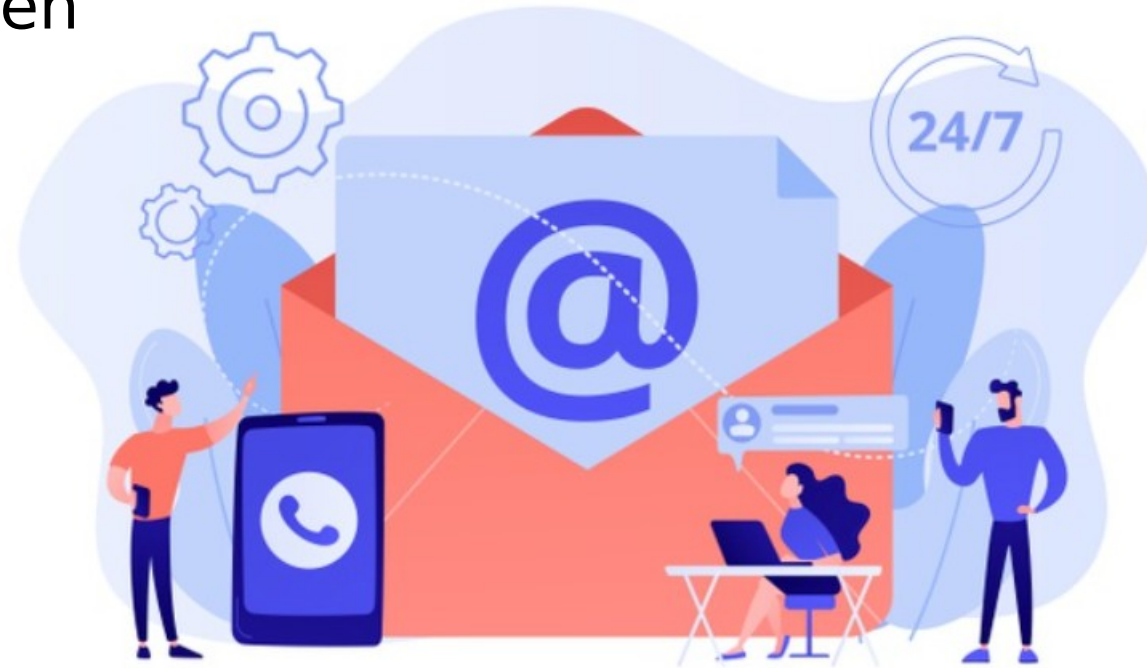
Feladat #2:

Beszéljük meg csoportokban!
(25 perc)



Emlékezz a 13 elemre!

1. Kapunyitás
2. Ajánlat kifejtése – akár több levélben
3. Bónuszok bemutatása
4. Árprezentáció
5. Közösségi bizonyíték
6. Sikersztori
7. Kifogáskezelés
8. Félelem kezelése
9. Garancia
10. Részletfizetés
11. Zárás #1 – összefoglaló és határidő emlékeztető
12. Zárás #2 – GYIK, kifogások kezelése
13. Zárás #3 – last minute





4. Keress partneri együttműködéseket!

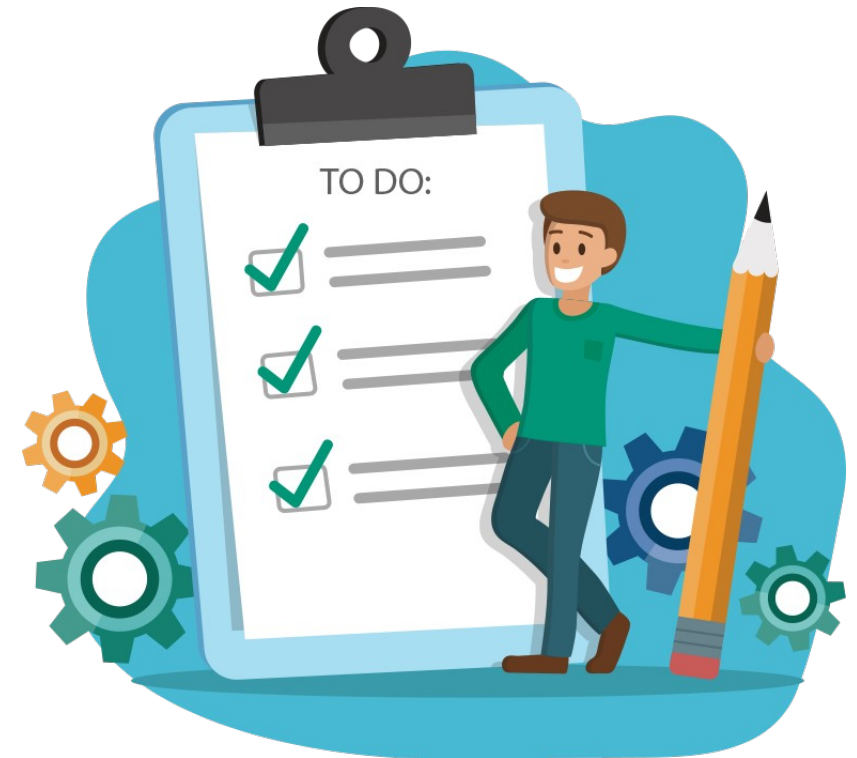
- Ki szolgáltat ugyanannak a közönségnek, akinek te is?
- Ki tudna kiküldeni a saját listájára?
- A partnerek kiválasztás és a megállapodás pontosítása a te feladatod, a többi kiszervezhető!

Feladat #1:

Készítsd listát azokról, akik
potenciális partereid lehetnek!
(15 perc)

Feladat #2:

Beszéljük meg csoportokban!
(20 perc)



Van kérdésed?

