

ПОШАГОВЫЙ ПЛАН ОТКРЫТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

1. Выбор ниши

Что такое ниша / Основные ошибки на старте / Выборы ниши
На что следует обратить внимание / Тестирование ниши

2. Технические нюансы бизнеса ИМ.

Движок / Дизайн / Работа с фрилансерами / Домен и хостинг / Статистика

3. Харизма продающего сайта

Дизайн / Юзабилити / УТП / Копирайтинг / Директмэйл / Клиентская служба / Что такое харизма / PRO

4. Работа с поставщиками

Какие бывают поставщики? / Варианты работы и способы оплаты / Первый разговор / Критерии отбора
Требования поставщиков / О чем не говорят поставщики сразу / Работа на 110%

5. Реклама и маркетинг

Социальные сети / Контекст РСС / Сайт / Купонаторы / Партнёрки / Яндекс. Маркет
Тизеры / Баннеры / Видео

1. Выбор ниши

2013

Что такое ниша?

- Группа продуктов или продукт
- Наличие спроса
- Целевая аудитория
- Место на рынке

Основные ошибки на старте

- Начинают изучать бизнес без понимания ниши
- Изучают нишу и ничего не делают

Выбор ниши

- Lifestyle
- От поставщика
- Паразитический маркетинг
- Узкая рекламная ниша
- Брендовое нишевание
- Западные ниши
- Региональное нишевание
- Купонные сервисы
- Ловец трендов
- Проблемная ниша

На что следует обратить внимание

- Маржа
- Сезонность
- Габариты
- Срок доставки
- Перспективность тренда
- Минимальная сумма входа
- Конкуренция
- Закономерность

Краткий план выбора ниши на 1, 2, 3

- Подбираем ниши на основе критериев
- Анализируем востребованность wordstat.yandex.ru
- Анализируем конкуренцию и рекламную активность

Тестирование ниши

- В Контекстной рекламе
- На знакомых
- В социальных сетях
- На досках объявлений

2. Технические нюансы бизнеса ИМ.

2013



3. Харизма продающего сайта

Дизайн

Юзабилити

Отработать «путь» клиента

Попросить всех знакомых сделать пробную покупку

Учесть их замечания

УТП

Внедрить УТП своего магазина

Внедрить УТП во всех разделах сайта

Копирайтинг

Продающий текст на главную страницу

Продающий текст ко всем товарам

Директмэйл

Li.ru

Гугл аналитикс

Яндекс маркет

Клиентская служба

Сервис

Доставка

Оплата

Гарантия

Телефоны

Самовыражение покупателя

Подарки и скидки

Что такое харизма?

Усиливаем приятные ощущения

Что даёт харизма?

Первое впечатление

Сравнение с оргазмом

11 оргазмов или 1?

Почему не покупают не смотря на цену?

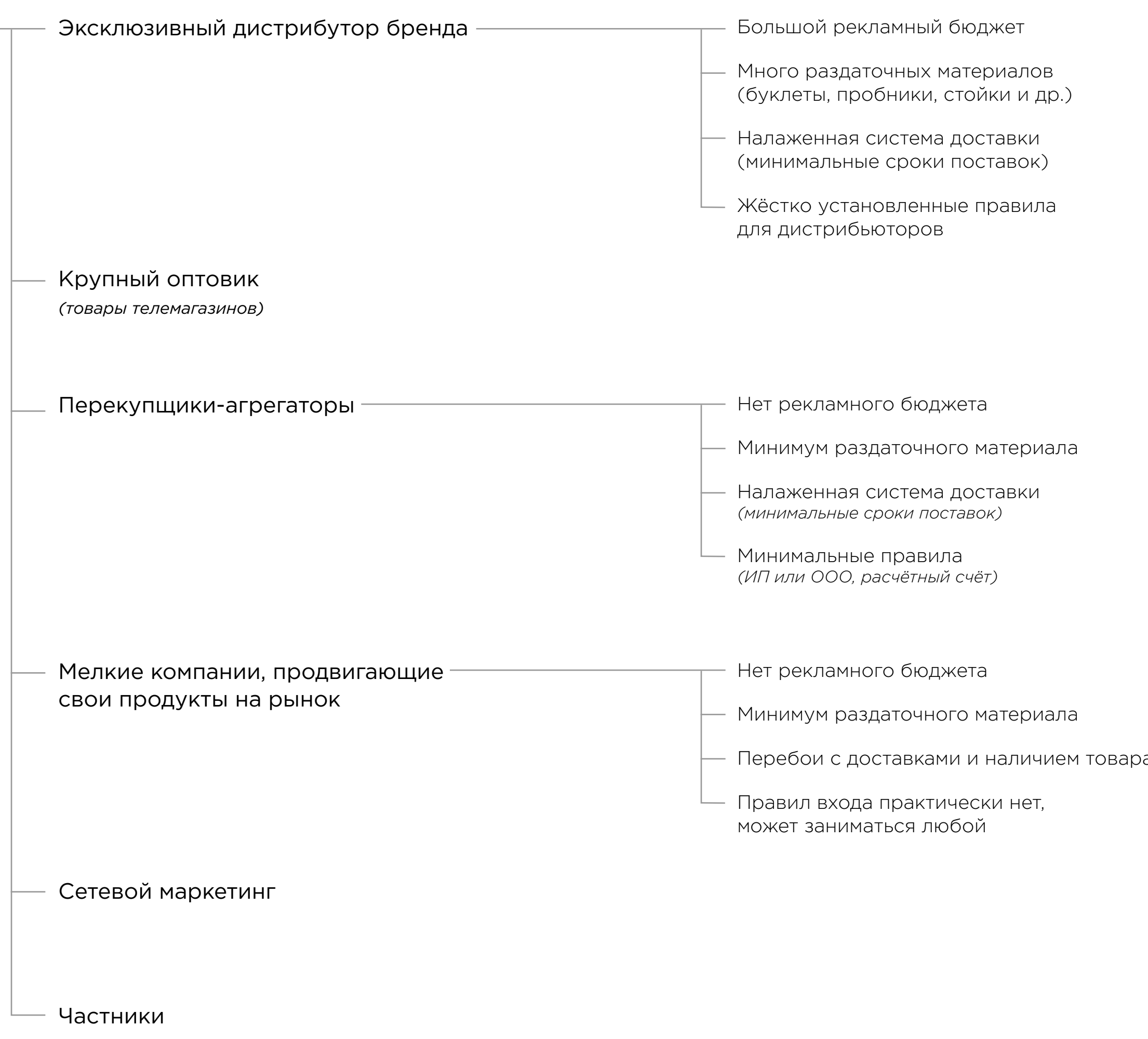
PRO

Сопутствующие сайты

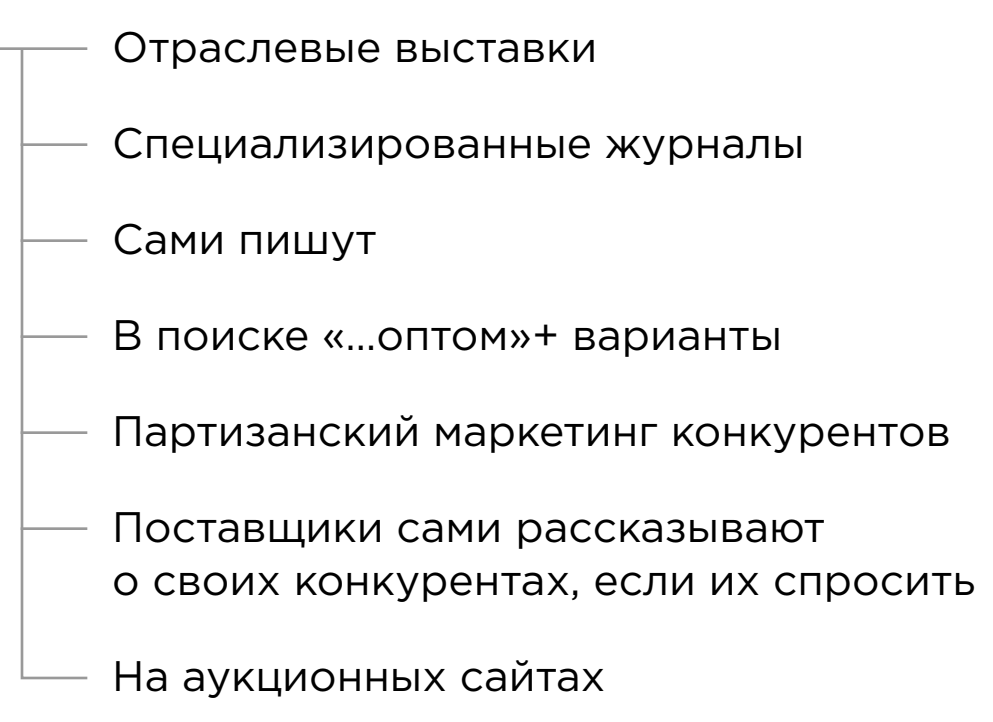
Оффлайн мероприятия

Инфобизнес

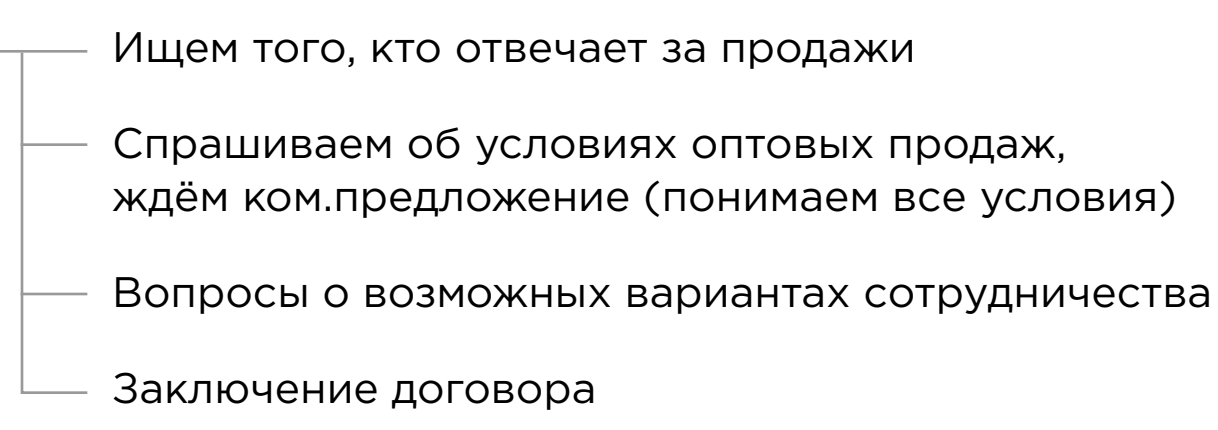
Какие бывают поставщики?



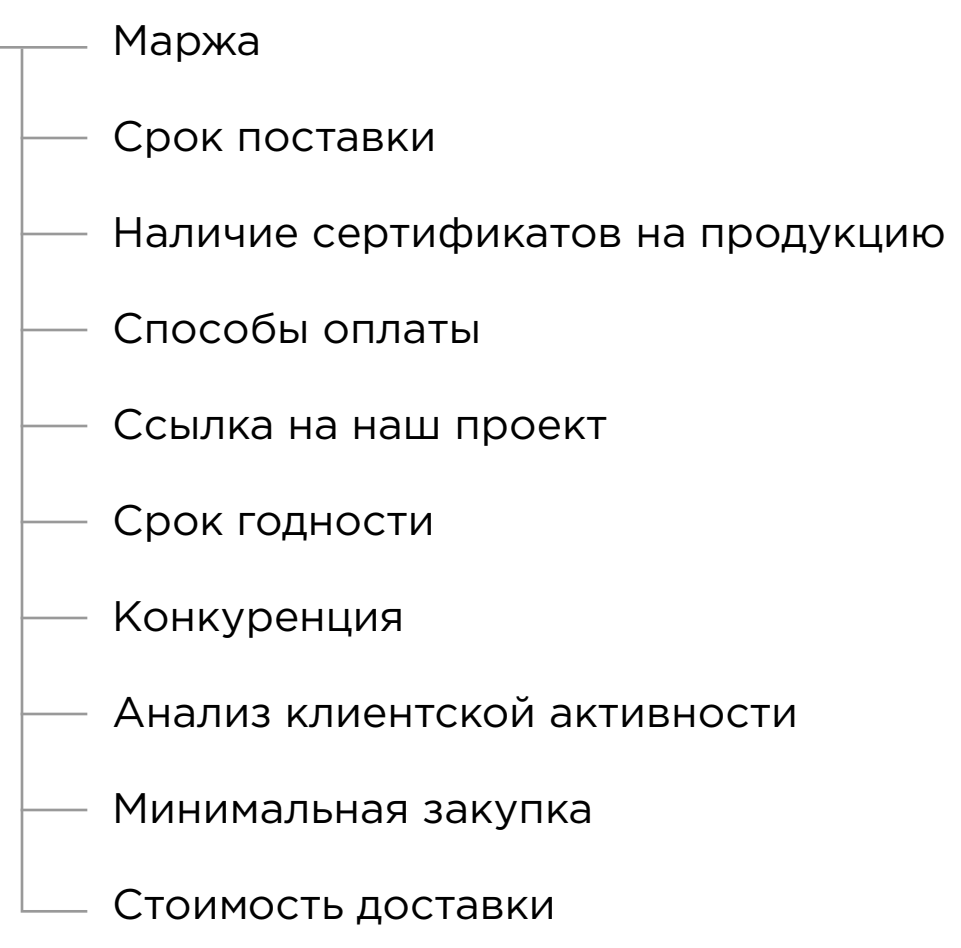
Варианты работы и способы расчетов



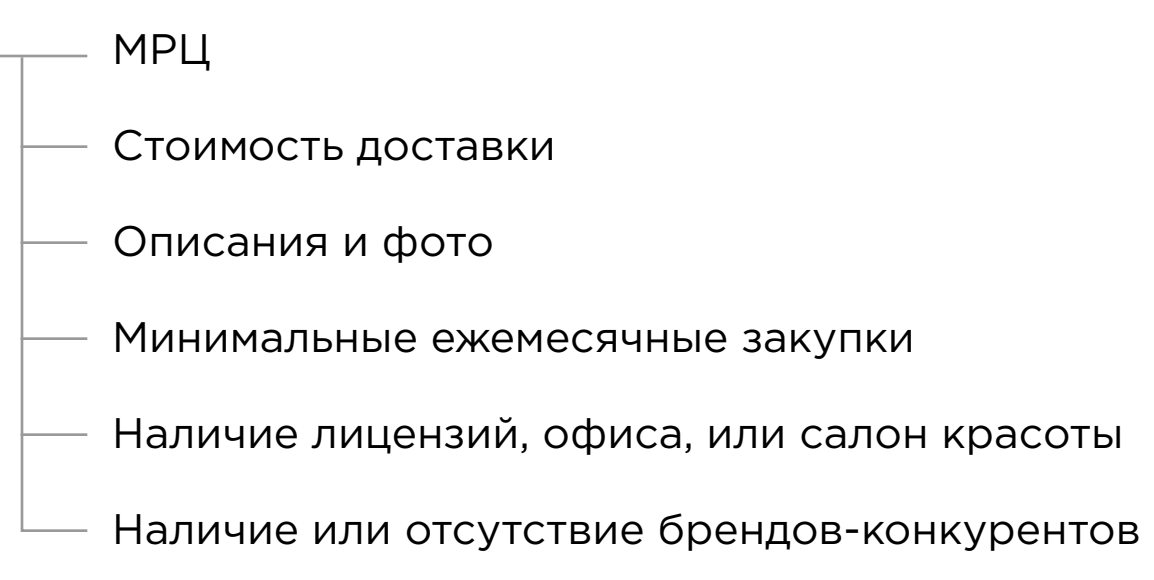
Первый разговор



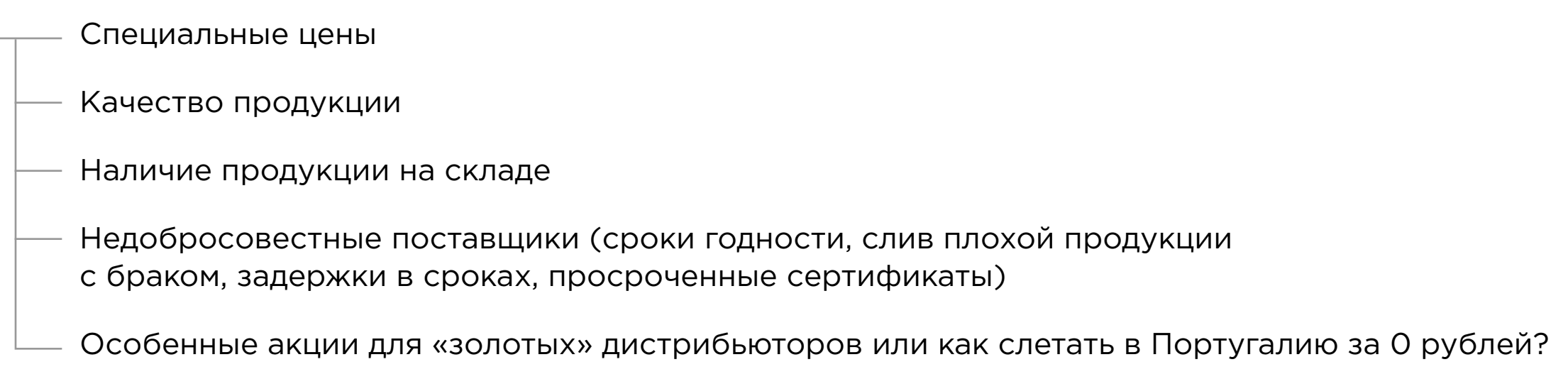
Критерии отбора



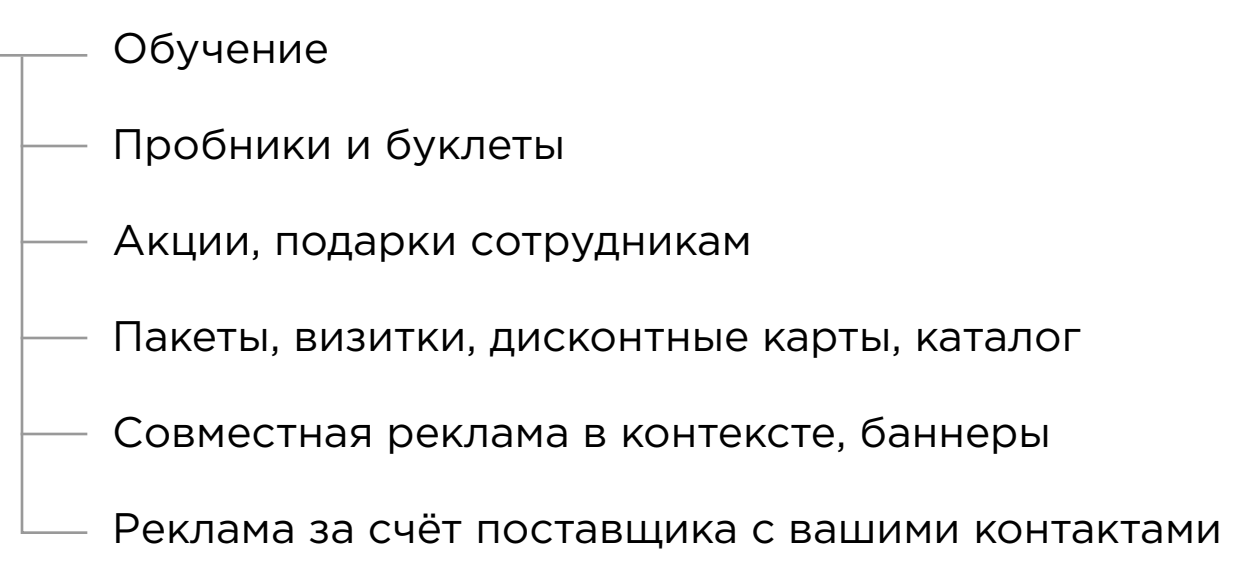
Требования поставщиков



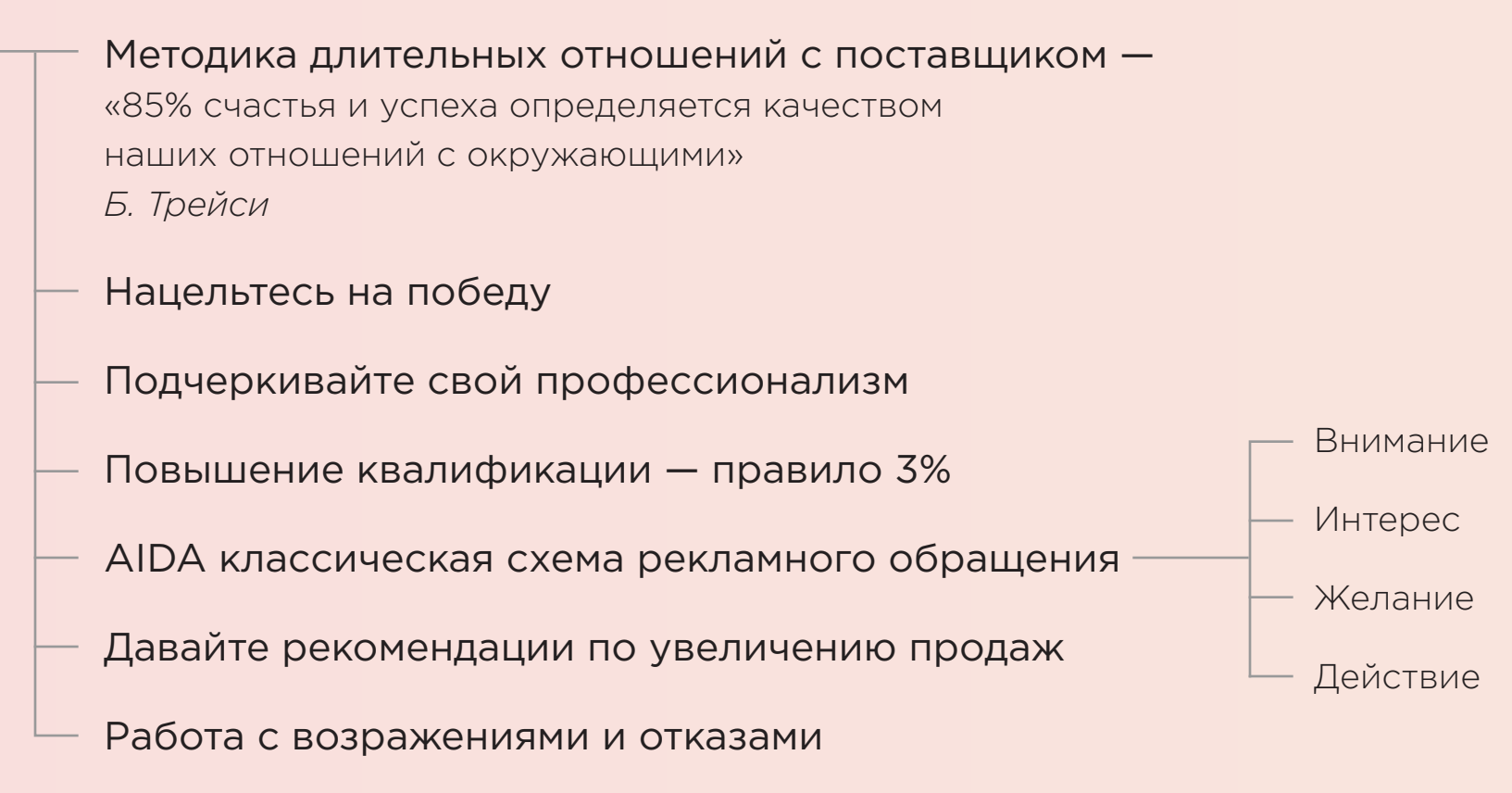
О чем не говорят поставщики сразу



Работа на 110%



Поставщик — ваш клиент, им тоже нужно продавать (методика высоких продаж)



Социальные сети

Просто заведите аккаунты (группы или страницы) во всех соц. сетях

Важно! Не надо постить в социальных сетях только ссылки на товары, скидки и распродажи. Дайте людям интересный и полезный контент.

- ВКонтакте** — Самая массовая сеть. Можно быстро собрать аудиторию.
Лучше назовите Клуб любителей... чем «Страничка магазина Магазин»
- Facebook** — Сеть для продвинутых — Первым делом сделайте страницу вашего магазина, потом можно и группу.
- Twitter** — «Очень продвинутые» — Лучше неофициальный аккаунт по теме вашего магазина.



Общее для соцсетей

- Свяжите все аккаунты друг с другом.
- Наполните группы VK и FB фотографиями и ссылками на вашу продукцию и контент.
- Публикуйте ссылки и новости хотя бы раз в неделю, но регулярно.
- Постепенно увеличивайте частоту публикаций.
- Чем больше публикаций, тем лучше.

Реклама в соц. сетях

- Найдите работающие группы по вашей теме.
- Узнайте условия рекламы и PR у админов.
- Протестируйте рекламу.
- Оставьте только самые эффективные группы.

Контекст РСС

Не стесняйтесь читать инструкции и мануалы от самих первоисточников — это лучше любых платных уроков

Яндекс. Директ

- Оптимально для старта
- Понятен даже для новичков - просто берите и делайте
- Настройки, которые не знаете - оставляйте по умолчанию
- Ищите одноцентровые запросы. Они есть везде
- Начинайте с маленьких ставок 10-11 центов (если по вашей теме не будет ещё меньше)

Google. Awards

- Раздает купоны через хостинги и сервисы
- Есть поддержка по телефону — лучше них никто не расскажет

Бегун

- Надо попробовать, но по опыту не очень эффективен
- Тестировать на минимальном бюджете!

Wordstat.yandex.ru

Сайт

Баннеры

Анонсы

Рассылка

Конкурсы

Все страницы должны что-то продавать.

Статистика и аналитика интернет-магазина

Увеличение продаж с помощью инструментов GA и ЯМ

Купонаторы

Только для высокомаржинальных товаров — очень большую комиссию нужно будет отдать купонному сайту

Быстрый заработок на большом трафике.

Напишите и разошлите свое предложение в 5-7 купонных сайтов

Поставщики

Ссылка на сайте

Совместные акции

Совместная полиграфия

Раздатка на выставках

Партнёрки

На старте не эффективно (есть исключения)

Яндекс. Маркет

Хорошая поддержка.

Читайте их инструкции, узнаете, к примеру, как можно покупать отзывы

Тизеры

На старте не эффективно (есть исключения)

Баннеры

Не для новичков

Не для Интернет-магазинов (есть исключения)

Дорогой способ

Это имиджевая реклама

Видео

Увеличение продаж с помощью видеороликов на YouTube и др. видеоресурсах.

Делайте видеообзоры на свои товары.

insider.ru



insider.ru
практики продаж
в интернете