

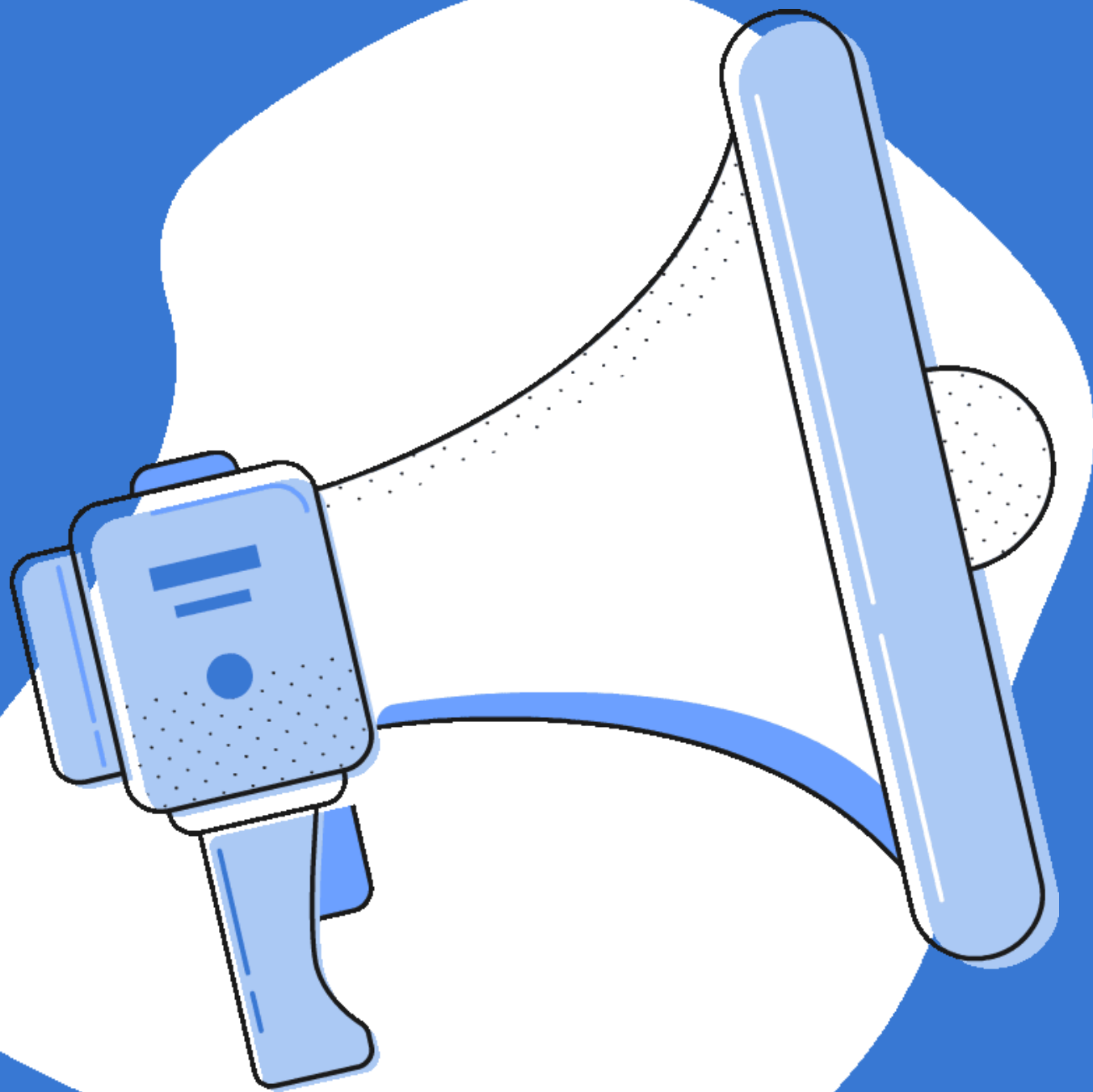
Пошаговый план переговоров для заключения сделки от 50 000 руб/мес за контекстную рекламу

Руководство Елены Червонец

 [elena.chervonets](https://www.instagram.com/elena.chervonets)

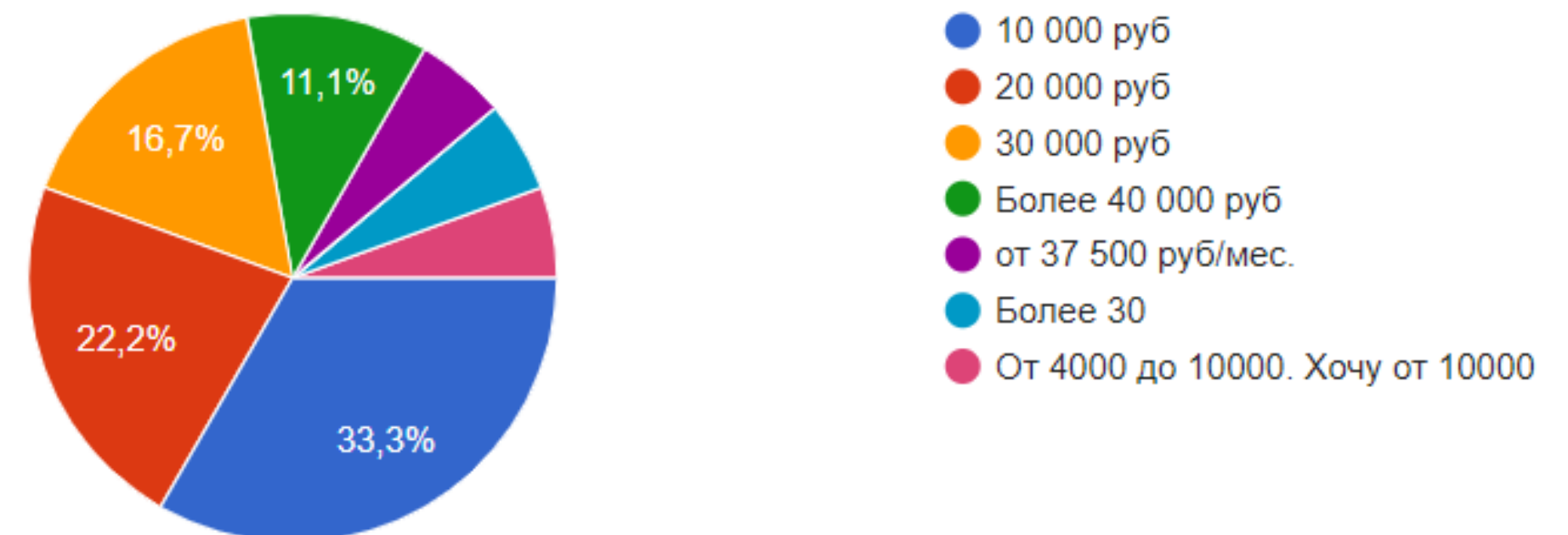


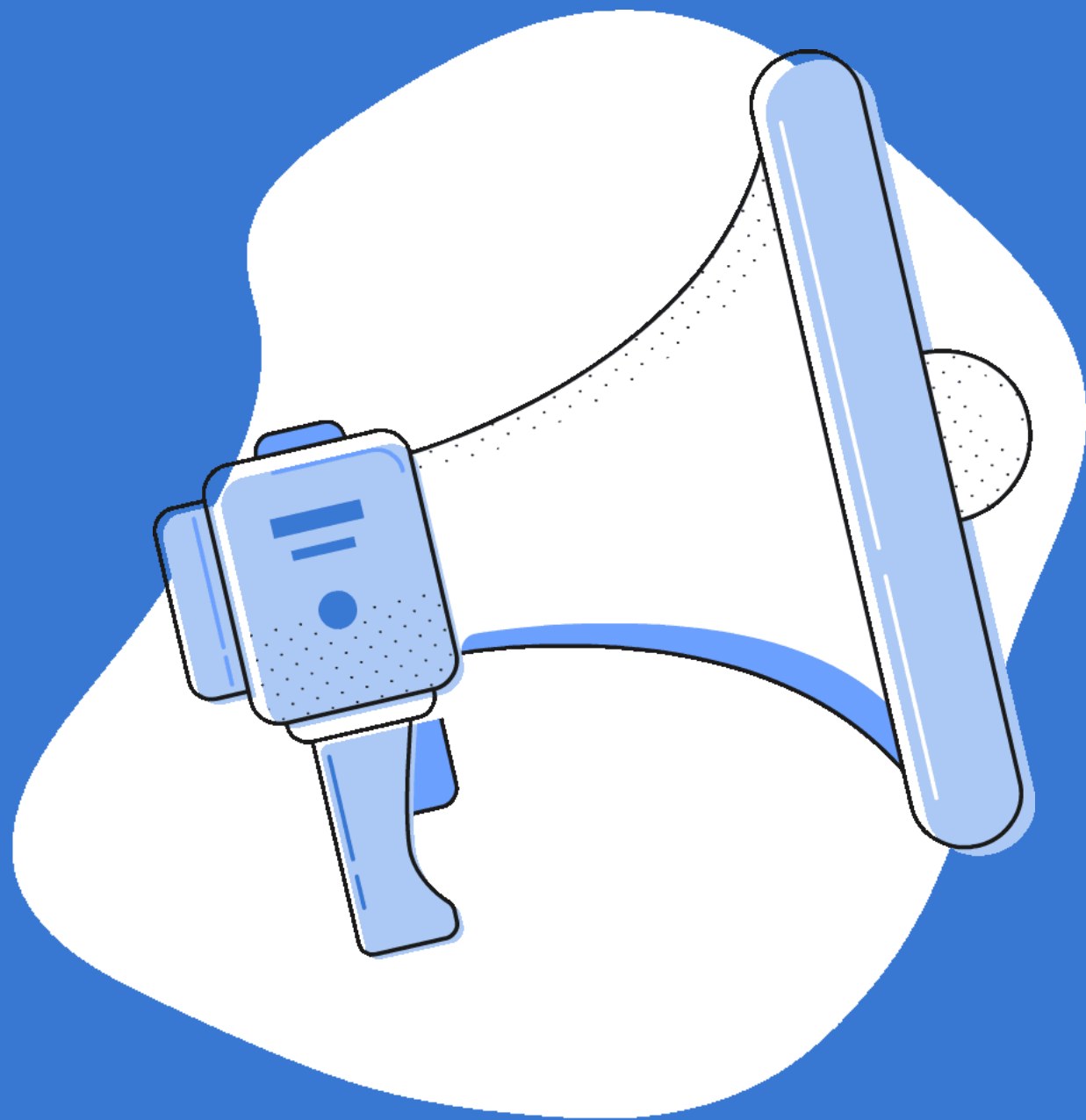
Согласно опросу, который я провела среди 180 экспертов по контекстной рекламе с опытом более 4 лет, средний чек за их услуги составляет 10 000 руб.



Какой у Вас средний чек?

180 ответов

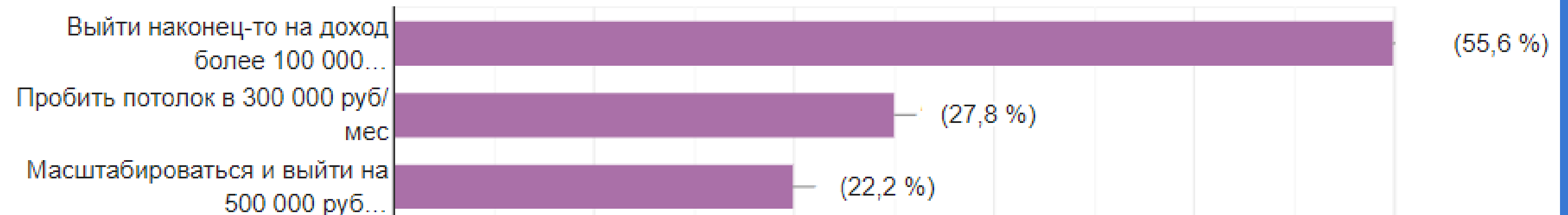




Более 70% экспертов с опытом от 4 лет не могут выйти на доход выше 100 000 руб.

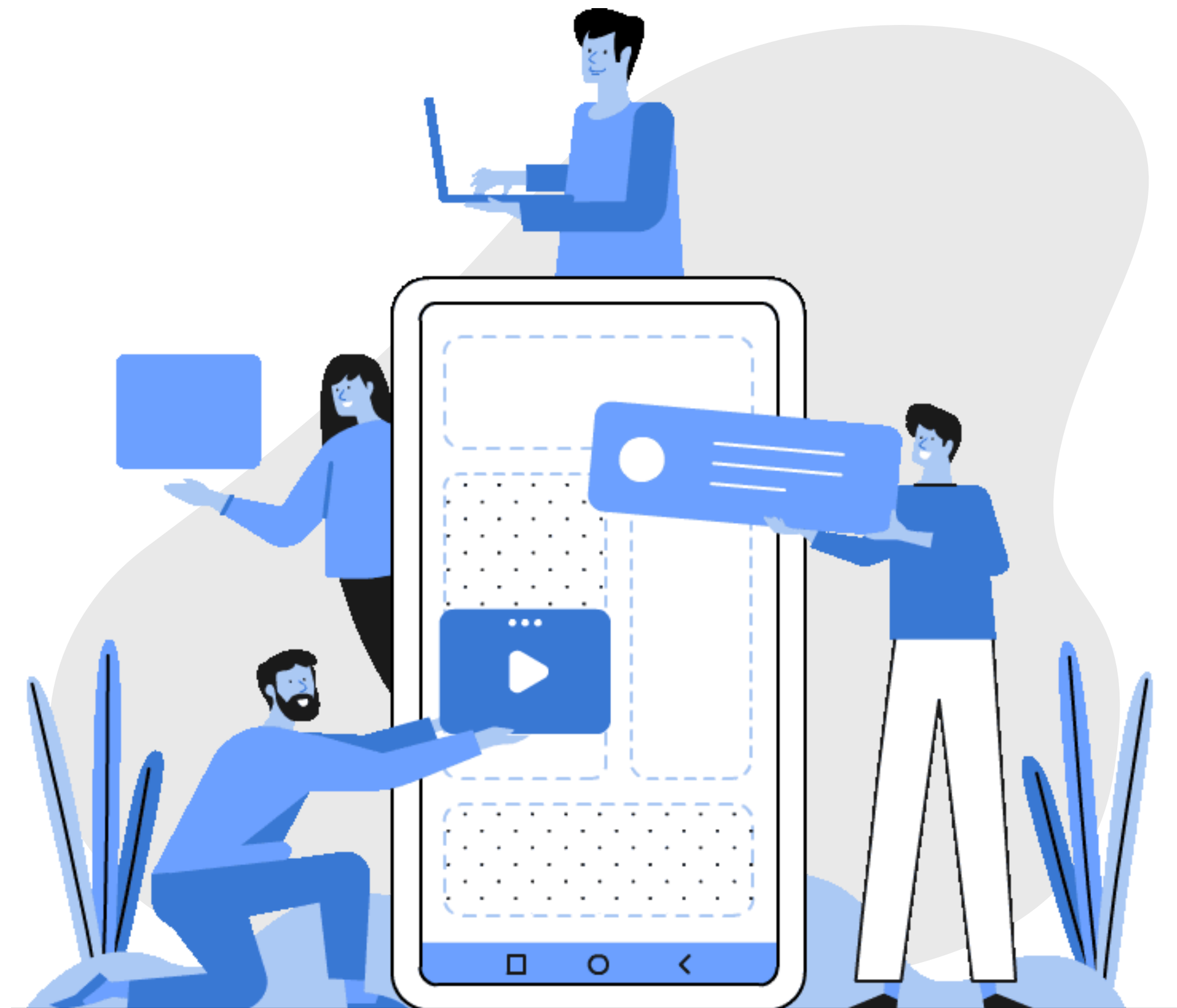
Каких результатов Вам хотелось бы достигнуть за ближайший год?

180 ответов



Основные проблемы этих экспертов:

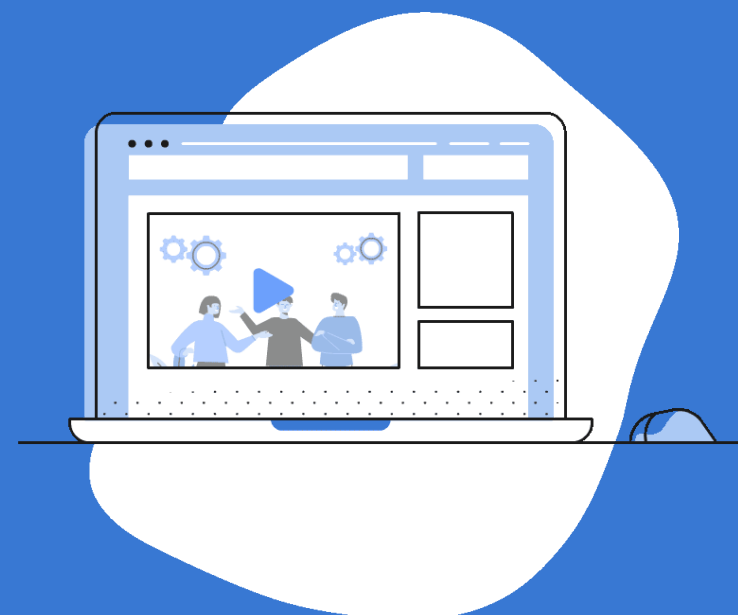
- нет навыка продавать свои услуги дорого.
- нет знания основ деловой этики.
- нет понимания основных принципов эффективного онлайн общения.



В этом руководстве вы узнаете основные тактики при заключении контрактов от 50 000 руб/мес



Научитесь
продавать свои
услуги дорого



Узнаете основы
деловой этики



Узнаете принципы
эффективного
онлайн общения

1. Начнём с ПСИХОЛОГИИ

Поверьте в себя!



Казалось бы, удивительно, но чаще всего вы сами виноваты в том, что не получаете клиентов за 50 000 руб/мес

01

Вы думаете, что никто столько не заплатит

02

Вы думаете, что кризис/пандемия/российский рынок (выберите нужный вариант) и, соответственно, ни у кого нет денег

03

Вы думаете, что на рынке PPS экспертов огромная конкуренция и заказчики уйдут к тому, кто подешевле

04

Вы заранее сами решаете за клиента, способен ли он столько заплатить

05

Вы не уверены в своих компетенциях

06

Вы думаете, что на фрилансе не платят столько

Забудьте обо всём этом! Это ваши психологические установки, которые не имеют ничего общего с реальностью

01

Клиенты готовы платить за профессиональные услуги и высокий результат

02

Кризис/пандемия/российский рынок - есть достаточно бизнесов, процветающих в этом месте и в этот период

03

Заказчики выбирают не подешевле, а выбирают тех, кто даст результат и решение их проблемы

04

Не решайте за клиента способен ли он столько заплатить, это решение за ним!

05

Если у вас опыт более 2 лет, вы должны быть уверены в своих компетенциях (но продолжайте повышать квалификацию обучаясь)

06

На фрилансе платят столько и даже больше.

**Открою вам тайну:
больше зарабатывает не тот, кто умнее, а
тот, кто умеет себя продать дорого**

Давайте учиться продавать себя дорого!

2. Знакомство с заказчиком

Не предлагайте выйти замуж на первом свидании



**Самая частая ошибка, которую я вижу
– это попытки вывести заказчика на
долгосрочный контракт при первом
знакомстве.**

Вы когда-нибудь предлагали замужество на первом свидании?
Думаю, вряд-ли. Так почему вы предлагаете оформить с вами
договор на год, когда заказчик вас даже не знает?

Единственный вариант, когда это может сработать – если заказчик обратился к вам сам по рекомендации

В этом случае вы просто называете стоимость своей работы – 50 000 руб, обосновываете цену (об этом ниже) и заключаете договор.

Если вы хотите потерять заказчика, скажите ему при первом общении "я работаю только по долгосрочным контрактам"

Но тут есть нюансы (куда без них) – учитывайте контекст общения

01

Вариант 1: Вы ищете заказы на бирже фриланса. Заказчик задает вопрос: сколько будет стоить ваша работа и сроки настройки.

Вы впервые отвечаете на проект: "Моя работа будет стоить 50 000 руб и я работаю только по долгосрочным контрактам".

Вам даже не ответят на это.

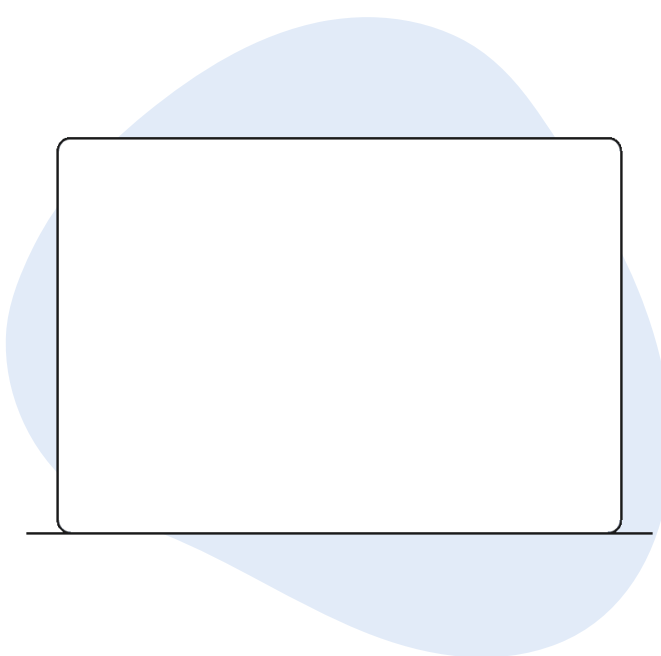
02

Вариант 2: Вы созваниваетесь с клиентом (дошли до второго этапа продажи) и в разговоре упоминаете, что предпочитаете работать по долгосрочным контрактам – это наоборот вызовет к вам больше доверия.

Заключение контракта проходит в 3 этапа:



1. "Знакомство".



2. "Исследование"



3. "Продажа"

1. Знакомство



Знакомство происходит обычно на биржах фриланса, hh.ru или на других площадках, где вы ищете заказы

Правила знакомства:

1. При ответе на проект не пытайтесь рассказать о себе, какой вы классный эксперт, вместо этого сконцентрируйтесь на заказчике. Определите какие у него боли и задачи. Дайте несколько своих лучших советов по решению этих задач.

2. Дайте какую-то ценность бесплатно. Включайте триггер "взаимность". Но не давайте что-то бесплатно, просто потому что так надо. Дайте бесплатно то, что ценно именно этому заказчику. Например, анализ конкурентов в этой нише, аудит рекламной кампании, аудит сайта, рекомендации по повышению конверсии, список ошибок в текущей рекламной кампании, из-за которых заказчик теряет деньги прямо сейчас.

**Ваша задача на
данном этапе –
зацепить внимание
заказчика**



2. Исследование



Следующим этапом вам необходимо вывести заказчика на живой диалог

Только телефонный разговор или звонок по скайпу!

Это важно! Живое общение повышает уровень доверия к вам. Без этого вероятность заключить контракт на высокий чек снижается в 3 раза. Договоритесь о созвоне в любое удобное для вас обоих время.

Я слышала мнение экспертов по контекстной рекламе, что они общаются с заказчиками только письменно, потому что потом при спорных ситуациях иначе ничего не докажешь.

Во-первых, не надо воспринимать заказчиков как врагов. Почему на первых минутах знакомства вы думаете уже о "спорных ситуациях".

Во-вторых, эксперты, говорящие такое имеют доход ниже 100 000 руб/мес. И это не просто так!

В-третьих, после любого телефонного разговора вы можете написать заказчику письмо: "Иван Иванович, по итогам нашего разговора я записал для себя следующие пункты_____. Подтвердите, пожалуйста, что я не упустил ни одну деталь и мы работаем по этому плану".

Структура переговоров

Рассмотрим элементы, которые должны присутствовать во время ваших переговоров по телефону:

1. Анамнез

Первым делом соберите информацию о том, с какой проблемой столкнулся заказчик. Какая у него боль, задачи и цели.

2. Решение

Расскажите, как вы можете помочь в решении этих задач. Фокусируйтесь на том, как вы решите боли заказчика и сколько времени это займёт.

3. Обоснование цены

Нельзя просто взять и сказать "Я всё сделаю. Это будет стоить 50 000 в месяц". Вы должны продать эту цену, обосновав её. Вам необходимо описать объём работ, который необходимо проводить ежемесячно и результаты, которые будет получать заказчик от работы с вами.



Описывайте работы, требуемые на этапе настройки рекламной кампании:

1. Анализ сайта
2. Рекомендации по повышению конверсии сайта
3. Анализ конкурентов
4. Анализ бизнеса заказчика и подготовка рекламной стратегии
5. Сбор СЯ с учётом особенностей разработанной рекламной стратегии
6. Сбор списка минус-слов
7. Группировка запросов
8. Создание уникальных объявлений, выгодно отличающихся на фоне конкурентов
9. Настройка всех возможных расширений
10. Настройка A/B тестов
11. Настройка рекламной кампании на поиске
12. Настройка рекламной кампании в сетях
13. Настройка ретаргетинговой рекламной кампании
14. Подключение и настройка систем аналитики, UTM метки

Опишите результат: в результате вы получите профессионально настроенную рекламную кампанию, разработанную специально под ваш бизнес и под вашу ЦА. Ваши объявления будут выгодно отличаться на фоне конкурентов. У вас будет вся необходимая статистика для отслеживания эффективности ваших рекламных кампаний.

Описывайте работы, требуемые на этапе оптимизации и сопровождения рекламной кампании:

1. Анализ статистики работы рекламных кампаний, корректировка рекламной стратегии для достижения KPI и повышения общей рентабельности рекламы.
2. Мониторинг рекламных предложений конкурентов и внесение изменений в наши рекламные объявления, чтобы всегда выгодно отличаться от конкурентов.
3. Мониторинг % отказов, % конверсии, CTR, ROI. Внесение изменений для улучшения этих показателей.
4. Дополнение рекламной кампании в соответствии с изменениями на сайте клиента. Создание новых групп объявлений при добавлении новых видов продукции или услуг.
5. Управление ставками для удержания требуемых позиций.
6. Управление стратегиями назначения ставок для достижения максимальной эффективности рекламных вложений.
7. Внедрение и тестирование новинок рекламы Google ads.
8. Внедрение и тестирование новинок рекламы Яндекс Директ.

Описывайте работы, требуемые на этапе оптимизации и сопровождения рекламной кампании:

9. Ежемесячные А/В тесты текстов объявлений. Внесение изменений во все кампании после получения положительных результатов А/В тестов.
10. Рекомендации по созданию новых лендингов на основе реальных поисковых запросов (при необходимости).
11. Добавление и распределение новых ключевых запросов по соответствующим тематическим группам.
12. Расширение списка минус-слов для исключения нецелевого трафика.
13. А/В тестирования стратегий назначения ставок (например, сравнение эффективности стратегии максимум конверсий и целевая CPA).
14. Отслеживание эффективности рекламы с по регионам.
15. А/В тестирование рекламных стратегий (например, стратегии наложения аудиторий на ключевые слова).
16. Оптимизация рекламы под голосовой поиск.
17. Тестирование новых рекламных форматов (например, локальная реклама, лид формы, умные торговые кампании и т.д.)

Опишите результат: в результате сопровождения и оптимизации ваша реклама будет работать всё эффективнее. Вы будете получать больше продаж при том же рекламном бюджете.

Структура переговоров



После того, как вы опишете требуемый объём работ, клиент должен подумать, ого, сколько там работы, он, наверное, сейчас за всё это попросит 100 000 руб

А вы называете – 50 000 руб

Клиент с облегчением соглашается на эту цену, мысленно ликуя, что получил вас так дёшево.

При необходимости отправьте КП

Я не сторонница коммерческих предложений, но вы можете воспользоваться им, если чувствуете, что клиент колеблется. Говорите: "Иван Иванович, я вижу, вам нужно время подумать, давайте пока Вы думаете, я подготовлю для вас первичную рекламную стратегию и вышлю Вам ее в коммерческом предложении.

Там же я продублирую все пункты по настройке и сопровождению, чтобы вся информация была у вас перед глазами".

Вы ещё раз даёте что-то бесплатно (рекламную стратегию), а значит снова включаете триггер "взаимость".

Структура переговоров



На следующий день узнайте результаты рассмотрения КП

Не стесняйтесь написать или позвонить и спросить, какое решение принял заказчик

Многие ждут неделями какого-то ответа. Не стоит так делать.

При положительном ответе, сразу договаривайтесь об оплате и высылайте договор и счёт.

Не завтра, не через неделю. А в тот же день, через 3 минуты.

3. Коммерческое предложение



Ваше КП должно быть правильно оформлено



Это не просто список работ в текстовом формате.

КП – это ваша презентация!

То, как она оформлена многое говорит о том, какой вы профессионал. Подумайте над дизайном и оформлением. И не забудьте персонализировать, написать для кого именно вы делаете это КП (например, коммерческое предложение для Иванов и Ко).

КП должно включать:

1. Ваше фото и контактную информацию.
2. Тот материал, который вы обещали заказчику (разработанная рекламная стратегия).
3. СТА (например, позвоните мне, обсудим стратегию детально).
4. Какие услуги вы предоставляете (перечень работ).
5. Ожидаемые результаты от настройки рекламных кампаний.
6. Ожидаемые результаты от оптимизации рекламных кампаний.
7. Итоговая цена по проекту.
8. СТА (например, позвоните мне, я подготовлю договор).
9. 2-3 кейса из этой ниши.
10. Ваши основные регалии (фото сертификатов, опыт в нише, количество настроенных рекламных кампаний, с какими бюджетами работали, награды и т.п.).
11. СТА (например, позвоните мне, обсудим стратегию детально) + ваши контакты.

4. Основные правила после заключения контракта



Поздравляю! Вы заключили контракт. Теперь важно повышать уровень доверия к вам из месяца в месяц, чтобы клиент был с вами долгие годы. Что для этого нужно:

01

Всегда будьте на связи. Заранее оговорите в какое время вы не сможете ответить оперативно

02

Отвечайте на сообщения от клиента в течение 10 мин

03

Первую неделю ежедневно рассказывайте, что вы делаете по проекту и зачем это надо

04

Задавайте вопросы клиенту. Чем больше вопросов, тем больше вы будете знать о бизнесе клиента

05

Советуйтесь с клиентом. Никто не знает бизнес клиента лучше, чем он сам. Советуйтесь по рекламным стратегиям, которые планируете тестировать

06

Работайте с клиентом так, как хотели бы, чтобы работали с вами!

**Удачных вам
переговоров**

**Верьте в себя и всё
обязательно
получится!**

Ваша Елена Червонец

 [elena.chervonets](https://www.instagram.com/elena.chervonets)



**Если вам понравилась эта инструкция и она была вам полезна,
поделитесь информацией о ней в Instagram!**

**Отметьте @elena.chervonets
в сториз и получите книгу "Секреты контекстной рекламы
крупнейших мировых компаний" в подарок!**

Шаблон для сториз вы найдёте ниже



Отметьте @elena.chervonets
в сториз и получите книгу Секреты
контекстной рекламы крупнейших
мировых компаний в подарок!

**ПОШАГОВЫЙ ПЛАН
ПЕРЕГОВОРОВ ДЛЯ
ЗАКЛЮЧЕНИЯ СДЕЛКИ ОТ
50 000 РУБ/МЕС ЗА
КОНТЕКСТНУЮ РЕКЛАМУ**

