



Чек-лист по запуску инфопродуктов

Инфобизнес – как и любой другой бизнес – это чёткая система, а не просто набор каких-то хаотичных действий. Поэтому мы подготовили для вас подробный чек-лист по запуску инфопродуктов – от исследования рынка до записи, упаковки, раскрутки и продаж. Ну что, пора начинать!

Исследование рынка

☐ Исследовать рынок

Прежде, чем выводить свой инфопродукт в широкие рыночные просторы, необходимо провести его анализ. Определив свою целевую аудиторию, проанализируйте, насколько широко заполнены сегменты вашими потенциальными покупателями, какие имеются возможности для будущей диверсификации и т.д.

☐ Провести тестирование

Чтобы удостовериться в правильности выбора своего сегмента, протестируйте эмоциональную реакцию ниши на вас и вашу информацию. А затем сузьте нишу до конкретного рынка и действия - ремонт, юридические услуги и т.д.

☐ Протестировать заголовки

Необходимо также проверить наличие количества запросов из нескольких названий-заголовков в “Яндекс.Директ” и/или Google AdWords.

Запись инфопродукта

☐ Разбить видео и аудио на главы

У каждой отдельной категории информации должен быть свой раздел, чтобы образовалась своего рода последовательная структура.

☐ Определить техническую наполненность инфопродукта

Здесь имеется в виду наличие текстового материала, размещение аудио и видеозаписей для прослушивания и просмотра дополнительного материала.

☐ Удостовериться в необходимости наличия текстового материала

Если возникает нужда при формировании инфопродукта в дополнительном текстовом материале - поручите выполнить транскрибацию аудио, проверьте готовый текст на ошибки и добавьте, если необходимо, дополнительные статьи.

Упаковка инфопродукта

☐ Придумать упаковку

Поручите дизайнерам или продумайте самостоятельно упаковку высшего инфопродукта: отдельно для аудио, отдельно для видео и отдельно для текстового материала.

☐ Разработать бренд

Убедитесь, что вся упаковка сделана в общем стиле бренда, чтобы ее не путали с другими инфопродуктами и при этом она выделялась среди остальных конкурентов.

☐ Организовать процесс печати

Необходимо определиться, односторонняя или двухсторонняя печать вам нужна, с черно-белыми иллюстрациями или нет

☐ Не забыть про иллюстративный материал

Найдите/нарисуйте/купите иллюстративный материал – фотографии, рисунки и карикатуры, дополняющие образ вашего инфопродукта.

☐ Определиться с выпуском инфопродукта

Определитесь, кто будет печатать/производить, каким тиражом, и сколько это все будет стоить.

☐ Оценить производство одной коробки

По-другому это также называется print-on-demand (печать от одного экземпляра – по мере поступления заказов) и/или оптом.

☐ Сделать тестовую копию

Обязательно выпустите одну копию в качестве теста через производство и отправьте

(курьером или почтой) себе самому, чтобы окончательно протестировать весь процесс.

Раскрутка и продажи

☐ Создать посадочную страничку для продаж

Напишите продающий текст для вашей страницы, здесь же определите ваши гарантии для потенциальных покупателей, возможность возврата, скидки, приятные бонусы и конечная стоимость продукта. Не забудьте обговорить условия доставки.

☐ Организовать E-mail-кампанию

Создайте многошаговую E-mail-кампанию и настройте автореспондеры для рассылки.

☐ Заняться партнеркой

Найдите и уговорите потенциальных партнеров, создайте для них материалы, разработайте стратегию и структуру сделок, механизмы обратной связи, приема платежей, выплаты комиссионных и инструменты контроля и оповещения.

☐ Сделать дополнительный автореспондер

И/или мастер-класс и/или мастер-группу для улучшения результатов ваших клиентов и повышения интереса к вашим продуктам или услугам.

☐ Оптимизировать мини-сайт

Оптимизация сайта должна происходить по ключевым словам для целевой аудитории (ниши) этого продукта (SEO).

☐ Написать статьи

Полезная и увлекательная информация по теме вашего инфопродукта притягивает к вам новых клиентов, которые будут иметь возможность не только покупать, но и узнавать что-то новое и интересное для себя.

☐ Организовать рекламные кампании

Конечно же, не забывайте про «Яндекс.Директ» и Google AdWords.

☐ Подумать об отзывах и кейсах

На вашей страничке обязательно должны быть отзывы покупателей, готовые кейсы по оказанным услугам - тем самым, вы повышаете уровень доверия клиентов к вам и вашему инфопродукту.

☐ Разработать стратегию по возвратам

Обязательно разработайте стратегию уменьшения возвратов, чтобы сократить риск возможных попыток вернуть деньги за оплаченный инфопродукт.

Заключительные штрихи

☐ Протестировать готовый заказ

Проведите тестовый вариант заказ онлайн от начала и до конца, чтобы проверить работу всех служб на корректность.

☐ Составить списки

Составьте списки вашей целевой аудитории, сделайте массовую рассылку на электронные адреса.

☐ Проконсультироваться с юристом

Проверьте с юристом все «сомнительные» стороны инфопродукта на легальность, чтобы избежать в дальнейшем внезапных проблем.

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?