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!

1. Исследование рынка

- [ ] **1.1** 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.

- [ ] **1.2** 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.

- [ ] **1.3** Протестировать заголовки

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

2. Запись инфопродукта

- [ ] **2.1** Разбить видео и аудио на главы

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

- [ ] **2.2** Определить техническую наполненность инфопродукта

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

- ☐ **2.3** 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.

3. Упаковка инфопродукта

- ☐ **3.1** Придумать упаковку

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

- ☐ **3.2** 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.

- ☐ **3.3** Организовать процесс печати

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

- ☐ **3.4** Не забыть про иллюстративный материал

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

- ☐ **3.5** Определиться с выпуском инфопродукта

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

- ☐ **3.6** Оценить производство одной коробки

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

- ☐ **3.7** Сделать тестовую копию

  Обязательно выпустите одну копию в качестве теста через производство и отправьте

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

4. Раскрутка и продажи

- ☐ **4.1** 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.

- ☐ **4.2** Организовать E-mail-кампанию

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

- ☐ **4.3** 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.

- ☐ **4.4** Сделать дополнительный автореспондер

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

- ☐ **4.5** Оптимизировать мини-сайт

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

- ☐ **4.6** 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.

- ☐ **4.7** Организовать рекламные кампании

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

- ☐ **4.8** 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.

- [ ] **4.9** Разработать стратегию по возвратам

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

5. Заключительные штрихи

- [ ] **5.1** Протестировать готовый заказ

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

- [ ] **5.2** Составить списки

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

- [ ] **5.3** 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?