



Аудит группы в контакте ШКОЛА ЖИЗНИ "ПАРТНЕРОВ"

Если группа создана для бизнеса, то стоит запастись терпением и ответственно подойти к ее упаковке и продвижению.

1. Описание группы

1.1 Название группы

Название отображает заложенный смысл. Прописанное "капслоком" бросается в глаза и хорошо читается.

1.2 Цель группы

Если целевая аудитория группы только собственники и руководители, то все понятно.

1.3 Целевая аудитория

Но если оставить немного воздуха и пространства, то можно расширить аудиторию до потенциальных клиентов в виде заинтересованных личностей, которые только планируют открыть свой бизнес или растут до желаемой высокопоставленной должности.

1.4 Статус группы

В статусе стоит выделить словосочетание "природный потенциал". Это значительная часть ЦА, которая может прийти. Не всех интересуют в первую очередь деньги, есть люди стесняющиеся этого, но стремящиеся в первую очередь к духовному и личностному росту.

1.5 Коммерческое предложение

Хорошо, что на первой встрече предлагается потенциальному клиенту возможность "пощупать товар" бесплатно. Это отлично работает с закрытием возражений.

1.6 Акценты

Хочется выделить момент с "минимум 3 рекомендации". Установки, включающие цифры всегда работают лучше расплывчатых обещаний. В подобном ключе стоит продумать структуру всего описания и добавить иконки для локуса внимания.

2. Упаковка группы

2.1 Фотографии

Органично смотрятся фотографии владельца группы Алексея с фотосессии в незамысленных залах, причесанных всех одним и тем же имидж-мейкером. Чувствуется свой стиль. Уверенный, выдержанный и минималистичный.

2.2 Иллюстрации к постам на ленте группы

Несколько иное представление складывается от ленты. Внимание пользователей в первую очередь цепляют фотографии. Стоит тщательнее делать их подбор.

2.3 Единый стиль

Фотографии к постам могут быть отмечены ватермарком или иметь шаблон рамочки, в которую их предполагается подставить с добавлением заголовка.

2.4 Качество изображений

Все картинки разного качества: от низкого плохо просматриваемого, до высокого с авторской съемки. Разумеется, фотографии должны быть в хорошем качестве в любом посте/публикации.

2.5 Обложки

Гармоничнее смотрятся созданные в одном стиле альбомы(отзывы, статьи,и прочее) с обложками в фирменном стиле.

2.6 Карточки товаров

На данный момент в группе представлены 2 товара. Оба имеют разные обложки и выглядят сомнительно и вызывают вопросы.

2.7 Первый пост

Читать длинно и долго. Стоит разбить на несколько и добавить больше акцентов в виде иконок-структуры (не украшательства).

2.8 Ошибка в первом посте

В конце первого закрепленного поста найдена грамматическая ошибка.

3. Маркетинговый план

3.1 Прообраз ЦА

Проанализировать свою целевую аудиторию и собрать прообраз для обращения к которому потом составить план постов и публикаций.

3.2 План постов

Необходимо составить план постов с учетом интересов ЦА. Не перегружая аудиторию считается средней публикацией 1 пост раз в 3-4 дня. Все нужно тестировать, у вас могут быть другие цифры. Главное систематика.

3.3 Конкуренты

Стоит с помощью парсера разобрать своих конкурентов, выявить их сильные стороны, кто их ЦА и их интересы, самые популярные посты и темы публикаций, описание групп и статусы.

4. Подведем итоги

4.1 Помощь специалистов

Группа с потенциалом и актуальной в наши дни тематикой. Стоит доработать описание группы, проработать маркетинговый план постов, оформить намеченный фирменный стиль в виде единых обложек и шаблонов баннеров, кнопок меню.

4.2 Сайт-визитка и реклама

После этого вложить бюджет в таргетинговую рекламу. И задуматься о сайте-визитке. Заявленный уровень специалиста требует подтверждения статуса.

Таким образом, упаковка бизнеса это первое, что видят ваши потенциальные клиенты и посетители группы, которые сначала могут перейти в раздел подписчиков, а

потом стать постоянными заказчиками ваших услуг. Реакция пользователя перед тем, как он закроет сайт всего 15 секунд. Успейте убедить посетителей вашей страницы, идти по жизни вместе со школой "Партнеров"!

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

как это убрать?