Пост 1.Что я знаю об Instagram: три года проб и ошибок

Для бизнеса я стал использовать Instagram три года назад. Тогда все было проще - меньше конкуренции, меньше платной рекламы, проще выделиться.

Мы вели профиль жестко, хаотично и дерзко. Абсолютно нормальным было написать “Привет, куры, у нас с похмелья только хорошие новости: сегодня вечером нам нужно немножко денежек, приходите - мы вас прикрасим”. А в барбере клиентов на три буквы могли послать. Instagram взорвался, была куча подписчиков и хейтеров.

ИНСАЙТ №1. Реклама - диалог. Пойми, кто твой клиент, и не пытайся понравиться всем.
Мы запустили механизм, работу которого сами не поняли. Не осознали, что критика и негатив - это крутой результат. Сейчас уже понимаю, что надо было гнуть свою линию. Так и происходит формирование своей аудитории.

Но был другой момент - площадка стала давать некачественный народ. Приходили студенты и люди на хайпе, не “взрослые” - не наш клиент. Так что нужно

* понять, кто твой клиент, на каком языке он говорит и что ему нужно;
* понять, как твоя реклама может это дать;
* радоваться появлению хейтеров и не давать им сбить тебя с пути.

ИНСАЙТ №2 SMMщик должен знать твою нишу и понимать, сколько клиент приносит и стоит

Когда конкуренция в Instagram возросла и старых приемов стало недостаточно, мы начали искать специалистов. Сменили 6-7 команд за три года. Либо люди оказывались шарлатанами, либо не понимали специфику нашего дела. Недостаточно общих инструментов маркетинга - у человека должен быть опыт кейсов из твоей ниши.

В прошлом году мы за месяц спустили 70 тысяч на рекламную кампанию, вроде получая хороший выхлоп - по 30-40 лидов в день. Но цена заявки была выше, чем чистая прибыль с одного клиента. И мы уходили в минус. Стоимость заявки должна быть ниже чистой прибыли, остающейся после всех расходов. И твой маркетолог должен понимать эти цифры.

Правда, можно думать о перспективах - сейчас ты на клиенте потеряешь, но он может стать постоянником и привести друзей. Нужно просто понимать, готов ли ты рисковать и какой суммой.

ИНСАЙТ №3

Сейчас мы свои аккаунты ведем сами. Нашли человека, который обучил нас настройке рекламы, подключению chat-ботов, анализу статистики и другим техническим трюкам. Контент свой, и результатами я доволен.

Зная, как сложно найти профи в продвижении салонного бизнеса, мы решили сами ими стать и открыли с партнером новую услугу - ведение Instagram для салонов. И если твои вложения в Instagram не окупаются, мало подписчиков или реклама приводит не тех клиентов - обращайся ко мне.

Пост 2. Отзыв об отзыве

Эта история очень важная. Из уважения к участникам я скрою имена, из уважения к важности событий - не буду скрывать правду.

Решили мы протестить новый пиар-ход - поработать с бьюти-блогерами. Не ели, не спали - решали, кто удостоится этой чести. Нашли распрекрасную Машу с правильной и живой целевой аудиторией. Сделали ей предложение, от которого невозможно отказаться - крутая стрижка в обмен на честное мнение.

День Х настал, наш мастер сделал все по феншую - Маша ушла красивая и счастливая.Сидим и ждем потока восхищенных клиентов. Выходит пост о том, какие мы классные.. иии… \*барабанная дробь\* - все. Никакой реакции!

Я кусаю ногти, мастер рвет на клиентах волосы, пытаемся понять: что же пошло не так? Проходит время и попадается мне отзыв о клинике, который прям за душу берет. И меня осеняет, почему не сработал пост Маши. Делюсь с вами.

ЧТО БЫЛО В ПОСТЕ

Общие лестные слова - инструменты стерильные, персонал приветливый, вывеска яркая, кресла удобные, а средства - качественные. Ну и стрижечка - агонь.

ЧЕГО НЕ БЫЛО В ПОСТЕ

Боли клиента. Отзыв не должен рассказать о том, как ты крут. Отзыв должен дать решение проблемы.

Мы начали расспрашивать постоянников, почему они ходят именно к нам. Кто-то здесь обрел мастера, который в точности понимает, что нужно сделать. Кому-то в других салонах жгли волосы химией или портили паршивой краской.

Накидали целый список и снова ринулись в бой. Только в этот раз мы объяснили человеку свою боль и что нужно дать его аудитории. Пост привел нам 000 человек.

Хочешь клиента? Узнай его боль и донеси до него, что у тебя есть решение!

Объем: 1448 знаков

**Пост 2. Джедаи 21го века: развод или волшебная пилюля?**

Сейчас стали модными всякие штуки по саморазвитию и личностному росту. Но самые крутые перцы, конечно, те, у кого есть личный коуч. Я скептически относился к этой теме. До определенного момента. Который наступил полгода назад.

Тогда я думал, что очень хорош в том, что касается моей жизни - у меня была семья, бизнес, любимое дело. И внезапно я понял, что меня все это абсолютно не интересует. Уперся в стену и не понимал, что делать дальше. От этого я начал совершать глупые ошибки. Я понял, насколько все плохо, когда в кассе моего успешного салона не оказалось денег на зарплату для сотрудников.

Звучит, как история анонимного алкоголика или человека, который пытается вам продать книгу по успешному успеху:) Но личный кризис - неизбежный этап для любого, кто строит свой бизнес. И я считаю, что об этих вещах важно говорить.

У меня был выбор - послать все к черту или искать помощь.Я решил, что хочу найти опытного человека, который поработает лично над моим кейсом. И как только внутри созрело это решение - ко мне пришел знакомый и предложил съездить с ним в другой город - на встречу с коучем.

Я собрался и поехал. Так я вступил в секту падаванов и обрел личного джедая. Мы работаем с ней (да, оказалось, что гендер не создает психологических препятствий) уже полгода, так что я могу говорить о реальных результатах. Во всех сферах.

В личном плане я выдохнул, стал спокойнее. Снова вернулся к творчеству, начал стричь - и учиться дальше. Отложил свою корону и понял, что надо забыть на время об именитых академиях и крутых дипломах, и продолжать развиваться в этом направлении.

Понял, что отдыху тоже надо учиться. Съездил на четыре дня на турбазу, где у меня было конкретное задание - не думать о работе. Полдня получалось. За три года это - рекорд:)

В бизнесе все пошло вверх. Моя слабая сторона - социалка. Это выражается и в неумении просить о помощи, и в неправильном выборе людей, чрезмерном доверии.

Отсеял паразитов, которые всегда появляются в окружении тех, кто стремится к успеху. Стал искать крутых руководителей и перенимать их опыт. В Сбербанке вот ребята мне подсказали интересные способы проверки сотрудников на честность. Кстати, это крутейшая техника - поделюсь с теми, кто поставит плюсик под постом. Уволил тех, кто тянул мой бизнес вниз, и набрал толковых людей.

В общем, к чему я все это. Ведь пишу не только для того, чтобы вы за меня порадовались:)

Я знаю, что за годы работы и десятки проектов у меня тоже накопился опыт, которым я могу поделиться. И я кайфую, когда делюсь своими факапами и наработками с тем, кому это нужно. Если у тебя есть вопросы, если ты планируешь открывать свой салон или уже его открыл - приходи ко мне. Не стесняйся спрашивать.

Я не смог бы построить себя без людей, которые помогали мне. Я уверен, что в бизнесе люди обязаны передавать свои знания другим. И нет смысла всем совершать одни и те же ошибки в начале пути, изобретать велосипед. Учись на чужих ошибках и совершай новые:)

Именно поэтому я веду этот блог. Именно поэтому я начал практику личных консультаций, создал закрытые группы Вконтакте и Telegram. Что я могу дать тебе? Информацию по продвижению, управлению своим салоном, рекламе, делегированию. Если только планируешь открывать свое дело - подскажу, как понять, что ты готов. И что делать потом.

 Что требуется от тебя? Собрать яйца в кулак и написать мне в директ.

Всем добра:)