

tegonieuczawszkole.pl

**SEKWENCJA
WIADOMOŚCI
NA
MESSENGERA**

WIADOMOŚĆ NR 1	4
WIADOMOŚĆ NR 2	5
WIADOMOŚĆ NR 3	6
WIADOMOŚĆ NR 4	7
WIADOMOŚĆ NR 5	8
WIADOMOŚĆ NR 6	9



W tym poradniku znajdziesz gotowy do zastosowania schemat sekwencji wiadomości na MESEENGERA. Jest to obecnie najlepsze i najskuteczniejsze miejsce do rozpoczęcia działań marketingowych opartych na liście subskrybentów. Schemat obejmuje 7 dni, w ciągu których przesyłasz 6 wiadomości...

Tomasz M. Pietrzak
<https://tegonieuczawszkole.pl>



WIADOMOŚĆ NR 1

Pierwsza wiadomość wysłana jest natychmiast po potwierdzeniu subskrypcji! Jej zadaniem jest dostarczenie materiału (pdf, mp3, wideo), który obiecałeś wysłać po zapisaniu się.

Powitalna wiadomość, to także swoisty sposób podziękowania za subskrypcję. Jeśli nie prowadzisz bloga, kanału na YouTube lub nie masz rozdmuchanych social media tj. Facebook i Instagram, to wypada w tym momencie przedstawić się (oczywiście w pigułce).

Spraw, by ten komunikat był osobisty i lekki. To powoduje, że czytelnik czuje, iż pokazujesz ludzką twarz i jesteś autentycznym człowiekiem, a nie anonimowym botem.

Następna sekcja tej wiadomości to informacja o częstotliwości przesyłanych wiadomości i rodzaju przesyłanych treści. Czy będą to linki do nowych wpisów na blogu? Informacje o studiach przypadku? Nowościach w branży? Oferty premium? Itp...

Dobrze jest podzielić się również swoimi linkami do profili w mediach społecznościowych i poprosić o ich obserwowanie.



WIADOMOŚĆ NR 2

Drugą wiadomość wysyłasz dzień po poprzedniej. Jest to czas kiedy subskrybent może zapoznać się z przesłanym materiałem i ewentualnie zerknąć w Twoje media społecznościowe.

Zasadnicza treść przekazu tej wiadomości, to potwierdzenie przekazania bezpłatnego materiału i skierowanie pytania, czy są dodatkowe kwestie, które możesz wyjaśnić.

W tej wiadomości załączasz przyciski, które przenoszą do istotnych miejsc Twojego bloga (o ile go prowadzisz). Możesz również zaproponować wejście do tematycznych sekwencji (o ile takie tworzysz) dopasowanych do ściśle wybranego tematu.

Grupowanie ma istotne znaczenie w przypadku osób, które promują różne projekty, ponieważ daje możliwość szeregowania czytelników pod względem zainteresowań.

Teraz będziesz miał już z górki, ponieważ jesteś wydawcą biuletynu, który jest osobą znaną subskrybentowi...



WIADOMOŚĆ NR 3

Trzecią wiadomość wysyłasz dzień po poprzedniej i jest zależna od tego, w który przycisk czytelnik kliknął (w przypadku tworzenia list tematycznych). Nie ma natomiast to znaczenia jeśli planujesz prowadzić monotematyczny biuletyn!

Tutaj kończą się ogólne, a treść zaczyna być adekwatna do przedmiotu subskrypcji. Ta wiadomość musi dać czytelnikowi porządną wartość, po to, by subskrybenci wiedzieli, że nie żartujesz sobie z tego co robisz.

Ma to na celu przygotowanie publiki do otwierania kolejnych wiadomości, a w konsekwencji klikania w linki - nazwijmy je biznesowe (współpraca, sprzedaż). W tym miejscu krótka lista korzyści i trik spod lady są bardzo dobrym rozwiązaniem.



WIADOMOŚĆ NR 4

Czwartą wiadomość przesyłasz dzień po poprzedniej. Tym razem dostarczasz drugi gratis, np. w formie linka do zahasłowanego wpisu na blogu lub pdf, mp3, wideo. Przekazanie tej wiadomości ma w zasadzie uzupełnić materiał przesłany po zapisie.

Teraz czytelnik angażuje się przez poznawanie Twoich treści i miejmy nadzieję, że zaufa Ci na tyle, by postrzegać Cię jako eksperta.



WIADOMOŚĆ NR 5

W tej wiadomości (wysłanej dzień po poprzedniej) najpierw odnosisz się do tego co przesłałeś! Jest to swego rodzaju podsumowanie i ma zwrócić uwagę na fakt zapoznania się z wcześniejszymi materiałami.

UWAGA! W tym momencie zaczyna się Twoja działalność biznesowa w ramach subskrypcji. Jest to pierwszy moment złożenia oferty (współpracy, sprzedaży).

Prezentujesz ofertę przesyłając w załączeniu link do strony z opisem, gdzie wskazujesz szczegóły propozycji. Właśnie w tym miejscu (na stronie docelowej) lokalizujesz wezwanie do wykonani określonej akcji (rejestracja, zakup).



WIADOMOŚĆ NR 6

Wiadomość numer sześć przesyłasz 3 dni po poprzedniej i powinna ona zawierać dodatkowe treści, czyli link do ogólnodostępnego wpisu na blogu.

Nie wspominasz w niej o ofercie sprzed trzech dni i nie drażysz dziury w brzuchu osobom, które nie dokonały jakiegokolwiek akcji (rejestracji, zakupu)!

Dostarczasz treść po to, by czytelnicy czuli, że nie uczestniczą wyłącznie w twardej grze biznesowej. Wciąż otrzymują cenne informacje nie tylko po to, by zarejestrować się w promowanym przez Ciebie projekcie lub by dokonać zakupu z Twojego polecenia.

W tym momencie zakończyłeś 7 dniową sekwencję obejmującą przesłanie 6 wiadomości. Co dalej? Wracasz do schematu WIADOMOŚCI NR 3 i zaczynasz od tego miejsca nową sekwencję (trik branżowy, materiał edukacyjny, oferta, artykuł na blogu)...





Tomasz M. Pietrzak - autor poradników oraz książki pt. JAK ZOSTAĆ SZEFEM. Czyli... Minimalista, który nauczy Cię jak zbudować podziemne centrum propagandy...

