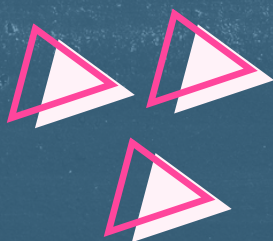




LEAD MAGNET DLA LAIKA

Od pomysłu do
publikacji



ZANIM ZACZNIESZ

Lead magnet powinien być związany z produktem lub usługą, którą będziesz sprzedawać. Powinien być wprowadzeniem do Twojego produktu/jego częścią. Powinien być również „łatwy do wykorzystania”, dający natychmiastową korzyść. 4 godzinny kurs lub 100 stron ebooka to jednak za dużo.

1. Jaki produkt/usługę chcesz sprzedawać?

2. Jaki lead magnet możesz zrobić dla tego produktu?

ZASTANÓW SIĘ

Czy jest to coś „prostego”?

Pierwszym aspektem lead magnetu jest upewnienie się, że nie jest on skomplikowany, że odbiorca będzie mógł z niego od razu skorzystać.

Lead magnet powinien udowodnić swoją wartość w ciągu 5 minut, 200-stronicowy ebook i 6-tygodniowy kurs to nie najlepszy pomysł. Większość ludzi szuka szybkich efektów. Jeśli zapoznanie się z Twoim lead magnetem zajmie im trochę czasu, mogą stracić zainteresowanie lub coś innego przyciągnie ich uwagę.

Czy ten lead magnet rozwiązuje problem Twojego idealnego klienta?

Po raz kolejny będziesz musiała spojrzeć na lead magnet z perspektywy klienta i wziąć pod uwagę jego potrzeby. Pomyśl, z jakimi problemami się on zмага i jaki sposób Twój lead magnet może je rozwiązać.

ZASTANÓW SIĘ

Czy lead magnet buduje relacje z odbiorcą?

Dobry lead magnet powinien robić znacznie więcej niż tylko edukować potencjalnego klienta. Powinien również poprawić relacje, budować zaangażowanie i przywiązanie.

Celem lead magnetu jest to, aby potencjalni klienci poznali Twoje usługi lub produkty, przekonali się do nich i do Ciebie.

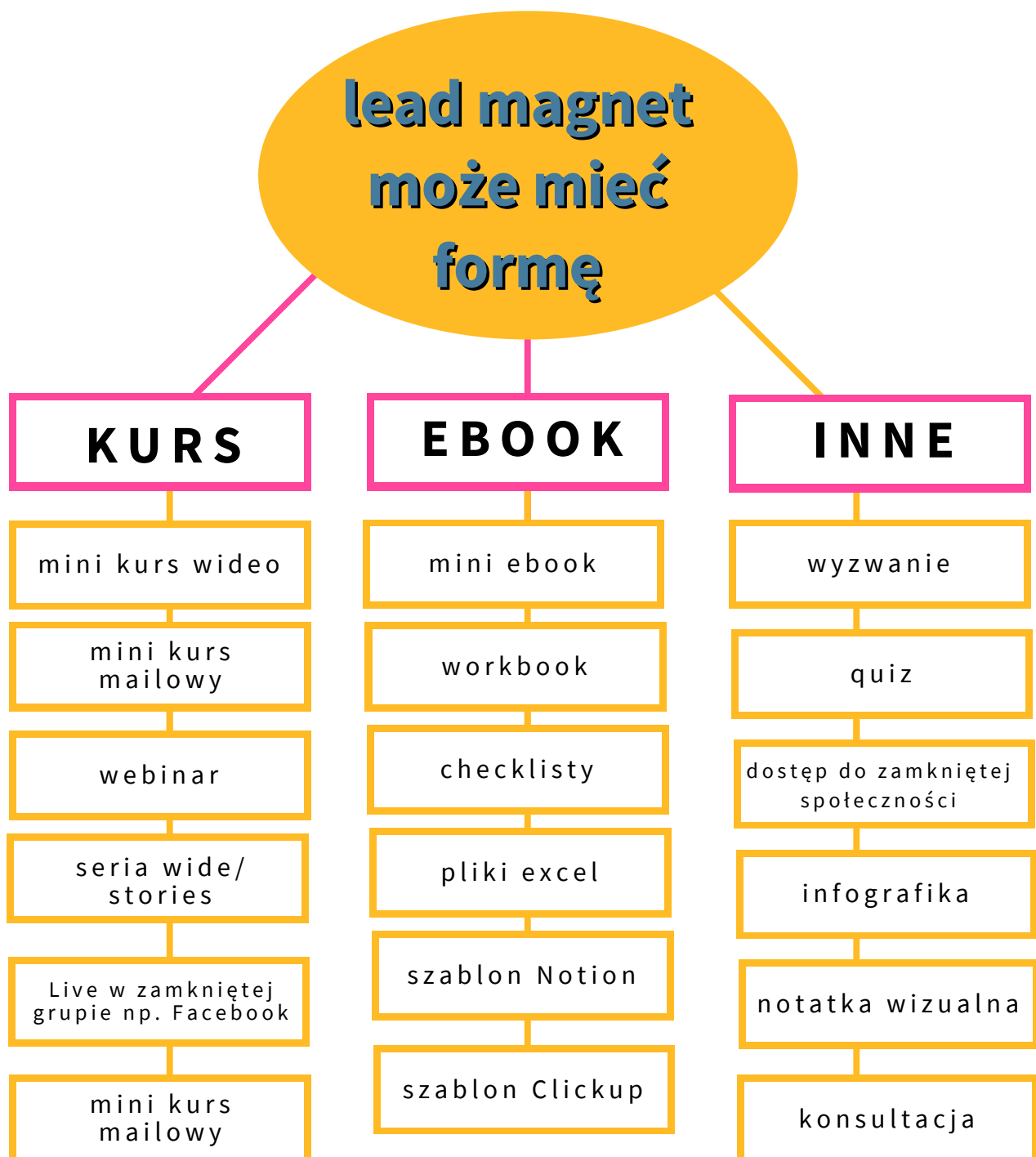
Daj wartość

Twój lead magnet powinien być wartościowy dla odbiorcy. Podejdź do niego tak, jakby to był produkt płatny. Odbiorca na podstawie tego produktu będzie Cię oceniał, nie pozwól mu pomyśleć, że oferujesz niską jakość.

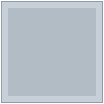
Przyciągaj i wykluczaj

Twój lead magnet powinien być skierowany do konkretnej grupy odbiorców, czyli do osób, do których będziesz kierować swój płatny produkt. Dlatego zbyt „ogólne” treści będą przyciągać wszystkich, nie tylko te osoby, na których Ci zależy.

POMYSŁY NA LEAD MAGNET



RODZAJE LEAD MAGNETU

 **EDUKACYJNY** - taki, który obiecuje gotowe schematy do wdrażenia.

Przykład:

- Wyzwanie - Jak zbudować moodboard swojej marki.
- Mini ebook - Własny lead magnet w 5 dni.
- Szablon: Grafiki reklamowe w Canvie.

 **ROZRYWKOWY** - taki, które integrują, wzbudzają sympatie.

Przykład:

- Quiz - Jaką postacią z Friends jesteś?
- Szablon - Plansze do gier na Instastories

 **UŻYTKOWY** - taki, który obiecuje gotowe rozwiązania.

Przykład:

- Wideo - Przepis na zdrowe ciasta dla osób na diecie.
- Mini ebook - 50 gotowych pomysłów na rolki.

RODZAJE LEAD MAGNETU

 **ANGAŻUJĄCY** - taki, który buduje i rozwija relacje.

Przykład:

- Wyzwanie - Jak zbudować relacje z followersami?
- Webinar - Jak zwiększyć zaangażowanie na profilu?

 **ZMIENIAJĄCY W KLIENTA** - taki, który obiecuje sprzedaż.

Przykład:

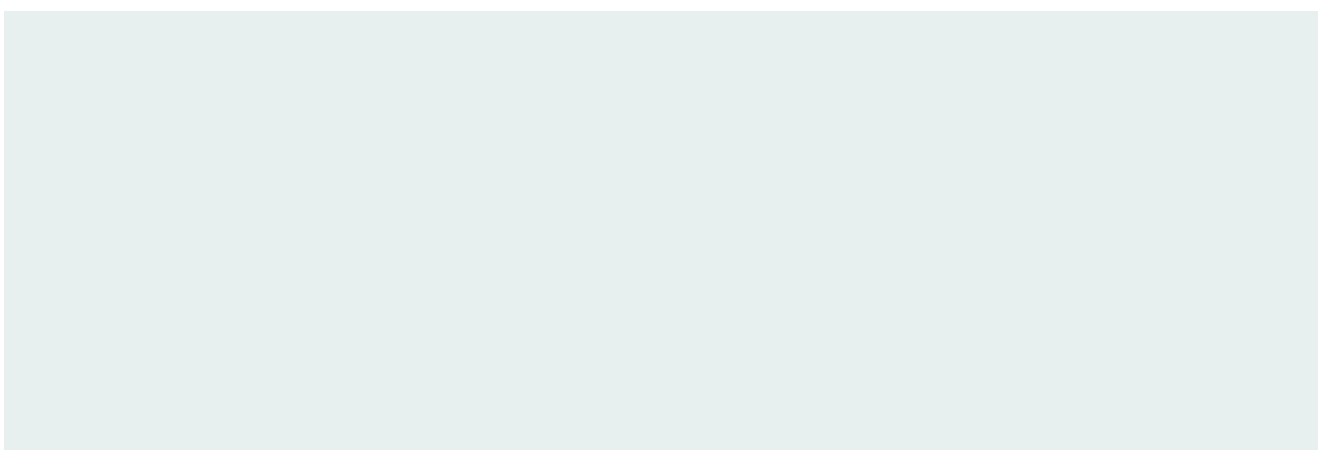
- Webinar - 5 błędów Twoich działań na Ig (webinar zakończony prezentacją oferty - Angażujący IG)
- Rabat - kupon rabatowy dla klienta z okazji jego urodzin.
- Wyzwanie mailowe - ostatni dzień prezentacja oferty, która jest przedłużeniem wyzwania.

PAMIĘTAJ!

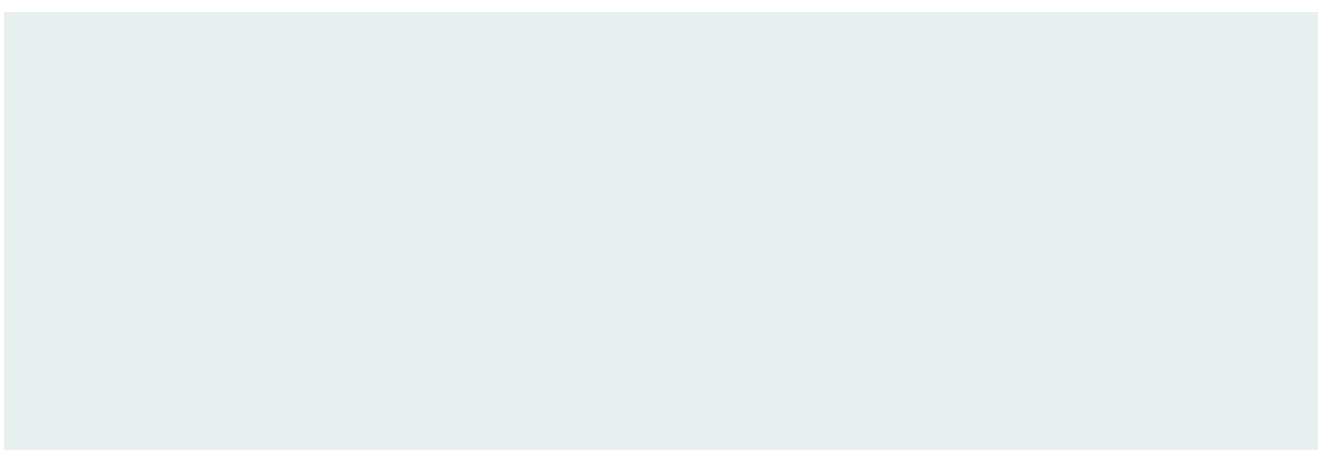
Pozyskując dane kontaktowe swoich potencjalnych klientów, wcale nie trzeba skupiać się na stworzeniu jednego lead magnetu. Wskazane jest mieć ich kilka, a każdy dopasowany do grupy, do której chcesz dotrzeć.

PODSUMOWANIE

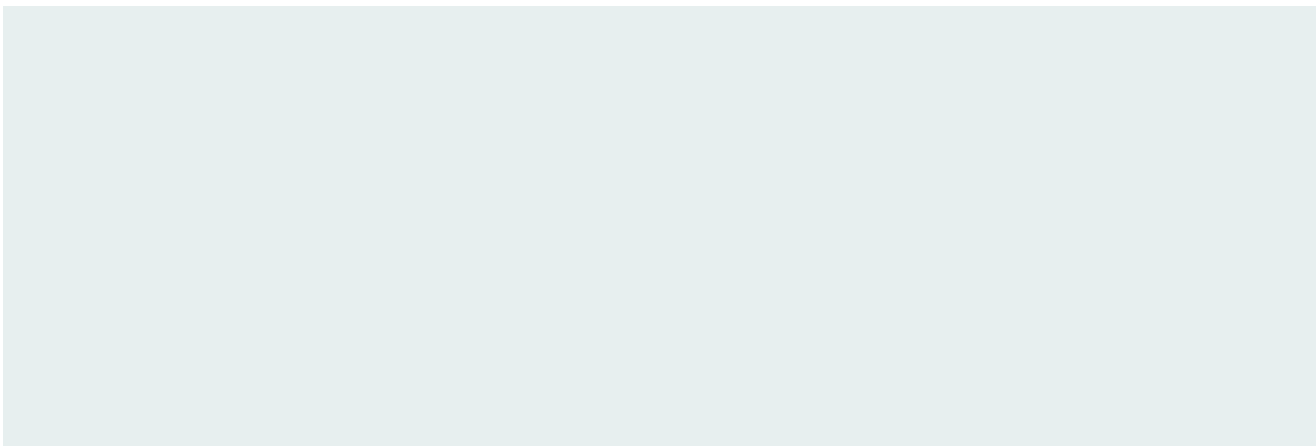
1. Co to będzie za lead magnet?



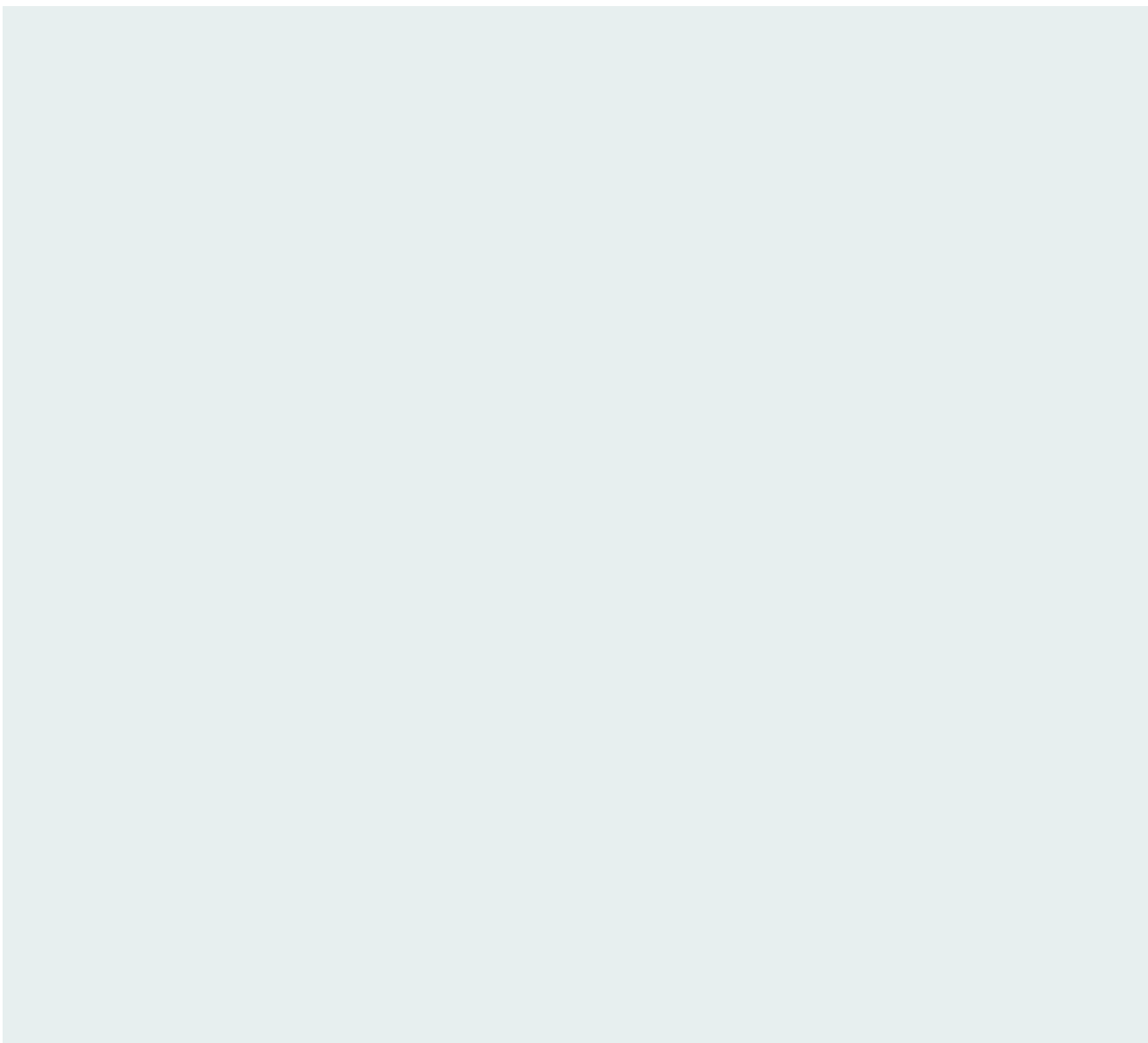
2. Co będzie w środku? Z czego będzie się składał?



3. Co może przekonać klienta do tego lead magnetu?



4. Co chcesz osiągnąć w zakresie sprzedaży, świadomości marki i relacji z klientem dzięki lead magnetowi?



GDZIE PROMOWAĆ LEAD MAGNET?

01

Dodaj formularz zapisu na swoją stronę/bloga. Umieść go w różnych miejscach oraz dodaj do postów związanych z tematyką lead magnetu.

02

Umieść formularz zapisu w stopce maila.

03

Poinformuj o nim w swoim mediach społecznościowych. Umieść link do zapisu na grupach tematycznych (za zgodą administratora).

04

Wejdź w współpracę z innymi Twórcami, poproś o udostępnienie Twojego lead magnetu (zaproponuj korzyść dla Twórcy i jego społeczności).

05

Poinformuj o lead magnecie w podcaście/ na Youtube.

06

Stwórz grafikę promującą lead magnet i opublikuj ją na Pinterście.

07

Skorzystaj z płatnej promocji na Facebooku, Instagramie, Youtube, LinkedIn - w każdym miejscu, gdzie znajduje się Twoja grupa docelowa.



NA SAMĄ MYŚL O KAMPANII SPRZEDAŻOWEJ ZACZYNA BOLEĆ CIĘ GŁOWA?

jesteś w dobrym miejscu, mam
narzędzia, które Ci pomogą.

[Dowiedz się więcej](#)



Kim jestem?

Jestem Angelika. Uczę podstaw grafiki osoby, które nie mają w tej dziedzinie doświadczenia. Podpowiadam, jak ogarnąć graficzne kwestie w małym biznesie – żeby działać sprawniej i oszczędzać.

Udowadniam, że nawet bez zmysłu artystycznego i znajomości skomplikowanych profesjonalnych programów możesz tworzyć grafiki i wideo, które będą realnym wsparciem Twoich działań w sieci.

Na co dzień prowadzę profil na Instagramie @grafikadlalaika i kanał na YouTube. Pokazuję, jak z wykorzystaniem darmowych narzędzi, szczególnie Canvy, i tworzyć ciekawe treści i produkty elektroniczne.

Nie musisz mieć doświadczenia ani znać zasad grafiki, nie potrzebujesz żadnych płatnych narzędzi. Możesz tworzyć, rozwijać się i... zarabiać na swoich produktach!

Udostępniłam setki postów i tutoriali. Dzielę się darmowymi trickami, organizuję webinary.

Wpadnij do mnie na IG