

Глава 1.

Реклама в сообществах от А до Я

Начнем нашу работу. Большинство тренингов по соцсетям заканчиваются занятием, на котором создается группа «ВКонтакте». Наверняка вы видели заброшенные группы-новички с количеством участников, меньшим 1000. Это значит, что все силы ушли на создание группы, а продвижения так и не было. Важно понять, что без продвижения о вас никто не узнает.

На первом этапе больше энергии вкладывайте в рекламу, а не в создание и наполнение сообщества!

Успех не в том, чтобы создать магазин, — важно получить от клиентов заявки. Поэтому сначала мы найдем площадки для рекламы, а уже потом будем работать над созданием самой группы.

Стоит заметить, что в «ВКонтакте» можно вести два вида бизнеса: рекламировать свои услуги или товары (интернет-магазин) и создавать развлекательный паблик, зарабатывая на рекламе других сообществ. В первом случае ваши основные задачи — выбор ниши, поиск поставщиков, общение с клиентом. Во втором — выбор тематики сообщества, публикация авторского контента и «холодный» поиск клиентов. В этой книге дано руководство по созданию интернет-магазина. Также наши материалы будут полезны тем, кто занимается услугами. Теме создания развлекательного сообщества в книге отведено меньше места, однако механизмы рекламы в «ВКонтакте» одинаково применимы к любому типу бизнеса.

Итак, приступим к созданию своего интернет-магазина.

Если вы еще не знаете, чем будете заниматься, прочитайте несколько советов по выбору ниши. С нишей надо определиться прямо сейчас.

Ниша в «ВКонтакте»: мужской и женский подход к выбору дела

С чего начать, если бизнеса пока нет? Прежде всего вам нужно выбрать дело, которым вы будете заниматься в процессе этого курса. Вы можете продавать часы, одежду, обувь, постельное белье, детские товары. Или заняться услугами: обучением танцам или музыке, услугами логопеда. Кстати, вы можете продавать в «ВКонтакте» сумки из кожи, так же как и мы, у нас есть привлекательные условия для партнеров (чтобы узнать о них, напишите в группу https://vk.com/shkola_prodavca).

Подход к выбору ниши может быть женским и мужским. Используйте тот, который вам ближе.

Женский подход к выбору ниши

Женский подход — выбрать нишу интуитивно, по своему хобби, увлечению.

ПРИМЕР

Людмила Груздева, создатель группы сообществ по вязанию и рукоделию с общим числом подписчиков более 1 000 000 человек:

Началось все с того, что мне сообщили: скоро я стану бабушкой. Появилось море идей о том, что связать своему внуку или внучке. Связала пару вещичек,

невестка показала подружкам на форуме — и посыпалось: «И я хочу», «И мне такой надо!» Образовалась очередь. Кто-то посоветовал сделать свою группу в «ВКонтакте». Когда в группе было 100 человек, я дико гордилась. Это же уйма народу! Выкладывала в группе фото своих работ и моделек из журналов, которые могла бы связать... Народу стало прибавляться, заказов много, так это продолжается уже 8 лет. Сейчас в моих группах 1 000 000 человек.

Чтобы понять, чем заниматься, ответьте на вопросы табл. 1 и запишите ответы в столбце справа. Благодарим Р. Татунашвили за помощь в составлении вопросов.

Таблица 1. Интуитивный подход к выбору ниши в «ВКонтакте»

| Вопрос для выбора ниши | Ваш ответ |
|--|------------------|
| Чем вы занимаетесь в свободное от работы время? Какое у вас хобби? (Если их несколько, напишите все.) | |
| Представьте, что вас уже нет в живых; что будет написано на вашей надгробной плите (речь идет о роде деятельности)? Чем вы занимались всю жизнь? | |
| Чем бы вы занимались (ниша), если бы у вас был неограниченный запас денег? | |
| Если бы вас заколдовали и ни один человек в мире не узнал бы, кем вы были раньше, чем бы вы занимались? | |

| Вопрос для выбора ниши | Ваш ответ |
|---|------------------|
| Что именно вы любили делать в детстве? В какие игры играли? | |
| Представьте, что два человека встретились у вашей могилы, с вами их связывала ваша деятельность. О чем именно они говорят? | |
| Напишите, чем вы точно не хотите заниматься | |
| Последите за собой в течение дня. Если оценивать по 10-балльной шкале, на сколько баллов прошел ваш день и чем конкретно вы занимались? Так станет понятно, какое именно дело приносит вам удовлетворение | |
| Возьмите отдельный лист и запишите 100 вещей, которые вы хотите сделать в жизни. Если уже сделали, напишите в правой колонке плюс | |
| Спросите у близких людей, что вы умеете делать лучше всего? Какой вид деятельности, по их мнению, идеально вам соответствует? Запишите результат | |

ПРИМЕР

Евгения Ястребова, создатель 18 сообществ с общей численностью подписчиков 4 000 000 человек:

Изначально никакой глобальной цели не было. Шел конец 2011 года, стали появляться первые группы. Я сидела, как обычно, после работы дома, листала «ВКонтакте» и думала: время есть, почему бы не создать группу? Может, потом она понадобится мне для рекламы каких-то своих услуг... Услуг никаких не появилось, группу полгода вела в режиме «в удовольствие». Это была моя группа «Взгляни на мир с интересом». Там были и юмор, и цитаты, и стихи, и какие-то фотографии. Солянка из всего, что мне было интересно на тот момент. Уже со временем я определилась, что моя тема — это творчество. При выборе занятия по душе главное не только хотеть, но и делать шаги на пути к этой цели. Читать, общаться, пробовать. Подумать самому, что именно могло бы быть интересно, что доставляет удовольствие. Вспомнить жизненный опыт, может, надо вернуться к каким-то старым занятиям. Выписать интересные темы и пробовать, изучать самому.

Мужской подход к выбору ниши

Если у вас нет никакого опыта в бизнесе, то ваша цель — выбрать дело, которое будет приносить деньги. И заработать деньги. Не стоит долго искать любимое дело, копаться в душе, нужно просто выписать 100 ниш. Совершенно любых. Сделайте таблицу: по вертикали — список из 100 ниш, по горизонтали — список критериев. Если ниша соответствует критерию, ставьте «+». Если нет —

оставляете пустое место. Так вы проходите все критерии по одной нише и переходите к другой (табл. 2).

Таблица 2. Выбор ниши по критериям

| № | Название ниши | Цена до 3000 руб. | Красивые фотографии | Маржинальность | Ваш личный вклад | Женская аудитория | Доставка в любую точку мира | Широкий ассортимент | Wordstat Yandex |
|---|---------------|-------------------|---------------------|----------------|------------------|-------------------|-----------------------------|---------------------|-----------------|
| | | | | | | | | | |

Теперь более подробно о каждом критерии:

- 1. Цена до 3000 руб.** Может ли товар из этой ниши, включая вашу наценку, в среднем стоить около 3000 руб. за штуку? (Если да, ставим «+», если нет — ничего.) Лучше всего в «ВКонтакте» продаются товары стоимостью до 3000 руб.
- 2. Красивые фотографии.** Сможете ли вы достать или сделать по этой теме красивые художественные фотографии? (Если да, поставьте «+», если удастся получить только типовые фотографии на белом фоне — ничего.) В «ВКонтакте» плохо продаются товары на белом фоне — они выглядят однообразно.
- 3. Маржинальность.** Сможете ли вы заработать с продажи каждого товара в этой нише минимум 1000 руб. после оплаты всех расходов?
- 4. Ваш личный вклад.** Экспертность в области. Быть может, вы или ваши близкие хорошо разбираются в этом деле? (База поставщиков с прошлой работы или

ваш профессиональный опыт, может быть, природная склонность к такого рода занятиям.) Если не разбираетесь, но вам лично очень хочется этим заниматься, поставьте «+».

5. **Женская аудитория.** Является ли ваш продукт товаром для женщин? Женщины лучше делают заказы в «ВКонтакте», больше времени проводят в соцсети.
6. **Доставка в любую точку мира.** Сможете ли вы сделать доставку этого товара в любой город России и СНГ? А в Европу? Если да — напишите об этом, вам будет проще покупать рекламу в «ВКонтакте», она станет для вас дешевле.
7. **Широкий ассортимент.** Возможен ли у этого товара ассортимент из более чем 100 позиций? Важно, чтобы в рекламном альбоме было от 50 фотографий и больше.
8. **Wordstat Yandex.** Заходите в Wordstat Yandex, вбиваете название ниши (например, одежда) и смотрите количество запросов в месяц по всей России. Если их больше 3000, ставьте «+», если меньше — ничего. Нужно продавать то, что продают другие люди, с этим товаром проще стартовать.

СОВЕТ

Алексей Евтушенко, владелец оптово-розничной компании по производству женской и детской одежды «Piraku»:

Я бы начал с женской одежды. ☺ Сам я пришел к этому, когда при большом количестве запусков разных ниш данная тема легко выстрелила и мы быстро достигли результата. Следующим шагом я взял бы то-

вары с одностраничников в тизерных сетях. Если они рекламируются, есть большая вероятность того, что присутствует спрос.

В итоге у вас получается таблица со 100 нишами и разным количеством плюсов по ним. Теперь суммируем плюсы по каждой нише и берем 10, в которых их максимальное количество. Или просто выбираем нишу по интуиции, как сделал Станислав Богумирский.

ПРИМЕР

Станислав Богумирский, создатель группы женских сообществ с общей численностью более 8 000 000 подписчиков:

Первым у меня появился паблик vk.com/idecor в том виде, в котором он есть сейчас (даже аватарка почти не подверглась изменениям); это было чуть более трех лет назад. Тематика дизайна интерьеров казалась мне интересной, как выяснилось позже — не только мне. Просто я сам увлекался дизайном; думаю, что вести паблик, тематика которого неинтересна, — не самый лучший вариант. И самому надоеет, и подписчики будут чувствовать. Любая тематика может быть успешной у своей аудитории, поэтому копировать чужие идеи не стоит.

Секрет стопроцентно удачного выбора ниши в «ВКонтакте»

Когда вы выбираете ниши, не стоит возлагать большие надежды на каждую из них. **Секрет в том, что вы**

просто много работаете сразу по нескольким направлениям. Одновременно тестируйте шторы, зоотовары, шубы и товары для дома. И думайте так: если не получится с этим направлением, я найду для теста следующее. Старайтесь быть на шаг впереди, представлять, что сделаете, если текущая гипотеза не «выстрелит». Например, я запускаю рекламу штор, и если клиентов не будет, то стану продавать одежду. И так далее, меняя товары, суть предложения, возраст и пол целевой аудитории — до победного конца.

Как понять, что нужно закончить тестирование ниш и оставить текущее направление?

Закончить тестирование можно, когда стоимость затрат на одного обратившегося к вам клиента составит 100–200 руб. (Не купившего, а обратившегося — потенциального покупателя, который хочет сделать заказ.) Значит, чтобы окончательно выбрать нишу, нужно запустить рекламу, оформить группу, получить заявки и посмотреть, во сколько вам обошелся клиент. И если он слишком дорогой — снова искать нишу.

СОВЕТ

Алексей Евтушенко, владелец оптово-розничной компании по производству женской и детской одежды «Piraku»:

Я считаю, что первые месяцы работы и поиск ниши — своего рода тренировка: отточить навыки

маркетинга, продаж, рекламы, общения с клиентами. Ведь все мы заканчиваем три класса, учимся писать и считать. А потом уже выбираем то, что ближе нам по душе.

ПРИМЕР

Когда мы стартовали, то сначала продавали шторы, потом товары для дома, затем люстры — и ничего у нас не получалось (были редкие заказы раз в неделю). Поэтому мы шли дальше, не отчаивались, понимая, что для достижения результата надо попробовать еще раз десять.

Напишите направление, над которым вы будете работать в рамках этого курса.



Моя ниша в «ВКонтакте» — это...

Потому что...

Поздравляем вас с выбором ниши! 😊

Поиск поставщиков для ведения бизнеса в «ВКонтакте»

Первый вариант поставщика — сайт **Aliexpress.com**.

Это китайский сайт, на котором можно выбрать любой товар с доставкой напрямую из Китая. Плюсы: низкие