UNIWERSALNE WZORY MAILI PO WEBINARZE
Sekwencja 6 maili dla klientów mentoringowych

WAŻNA INSTRUKCJA DLA OSOBY KORZYSTAJĄCEJ Z TYCH WZORÓW

To nie są maile do kopiowania słowo w słowo.

To są konstrukcje sprzedażowe, które pokazują:

1. Co napisać po webinarze.
2. W jakiej kolejności prowadzić odbiorcę.
3. Jak połączyć bezpłatne wydarzenie z płatną ofertą.
4. Jak przypominać o powtórce bez bycia nachalnym.
5. Jak sprzedawać kurs, program lub pakiet jako naturalny następny krok.

W miejscach oznaczonych nawiasami wpisz własne treści.

Tam, gdzie widzisz opis w nawiasie, nie wklejaj go do maila. To instrukcja dla Ciebie, co masz tam stworzyć i po co ten fragment istnieje.

MAIL 1
Cel maila: Podziękowanie po webinarze, przekierowanie do powtórki i pierwsze miękkie zaproszenie do oferty.

Temat: Dziękuję za obecność na webinarze

Preheader: Powtórka jest już dostępna przez ograniczony czas.

Cześć,

dziękuję Ci za obecność na webinarze.

[Wpisz tutaj krótkie, ludzkie odniesienie do energii spotkania. Możesz napisać, ile osób było obecnych, że było dużo zaangażowania, pytań, komentarzy lub że czujesz wdzięczność za wspólnie spędzony czas. Ten fragment buduje relację i pokazuje, że webinar był żywym wydarzeniem, a nie automatyczną prezentacją sprzedażową.]

Jeśli nie udało Ci się być do końca albo chcesz wrócić do najważniejszych fragmentów, przygotowałam dla Ciebie powtórkę.

Nagranie będzie dostępne tylko przez:

[Wpisz tutaj czas dostępności powtórki, na przykład 3 dni, 4 dni, 48 godzin. Ten element wprowadza delikatną pilność i uczy odbiorcę, że warto działać teraz.]

Tutaj obejrzysz powtórkę webinaru:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

W trakcie webinaru pokazałam też możliwość dalszej pracy ze mną w ramach:

[Wpisz nazwę kursu, programu, pakietu, ścieżki lub procesu.]

To propozycja dla osób, które po webinarze poczuły, że nie chcą zatrzymać się tylko na inspiracji, ale chcą przejść głębiej przez temat i wdrożyć go w swoim życiu, pracy, relacjach, zdrowiu, biznesie lub wybranym obszarze.

[Wpisz tutaj 2 do 3 zdania wyjaśniające, czym jest Twój kurs lub program. Nie opisuj jeszcze całej oferty. Na tym etapie wystarczy proste pokazanie, że program jest naturalną kontynuacją webinaru.]

Szczegóły kursu znajdziesz tutaj:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

Jeśli zdecydujesz się dołączyć teraz, możesz skorzystać ze specjalnych warunków przygotowanych dla osób po webinarze.

[Wpisz tutaj informację o bonusie, zniżce, dodatkowym materiale, specjalnym dostępie, limicie miejsc lub innej formie zachęty. Ten fragment ma pokazać, dlaczego warto zdecydować się teraz, a nie kiedyś.]

Jeszcze raz dziękuję Ci za wspólny czas.

Do zobaczenia,
[Twoje imię]

P.S. Jeśli czujesz, że webinar coś w Tobie poruszył, nie zostawiaj tego tylko jako notatki w zeszycie. Wróć do nagrania i sprawdź, czy dalsza praca w kursie jest teraz Twoim kolejnym krokiem.

MAIL 2
Cel maila: Przypomnienie o powtórce i pokazanie, dlaczego warto obejrzeć ją w całości.

Temat: Powtórka znika za kilka dni

Preheader: Warto obejrzeć całość, szczególnie jeśli temat Cię poruszył.

Cześć,

jeśli chcesz wrócić do webinaru:

[Wpisz tytuł webinaru.]

to teraz jest dobry moment.

Powtórka będzie dostępna jeszcze tylko:

[Wpisz czas, na przykład 3 dni, 2 dni, 48 godzin.]

Tutaj obejrzysz nagranie:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

Dlaczego warto obejrzeć całość?

Po pierwsze:

[Wpisz najważniejszy problem, który omawiasz na webinarze. Na przykład: zrozumiesz, dlaczego mimo pracy nad sobą wciąż wracasz do starych schematów.]

Po drugie:

[Wpisz konkretny wgląd, który odbiorca może wynieść z webinaru. Na przykład: zobaczysz, jaki mechanizm stoi za Twoimi reakcjami, decyzjami albo blokadami.]

Po trzecie:

[Wpisz praktyczny element webinaru. Na przykład: pokażę Ci ćwiczenie, pytania diagnostyczne, mapę procesu, sposób pracy albo pierwszy krok do zmiany.]

Po czwarte:

[Wpisz efekt, który osoba może poczuć po obejrzeniu. Na przykład: zaczniesz widzieć swoją sytuację z większym spokojem, jasnością albo poczuciem wpływu.]

Ten mail nie ma tylko przypomnieć Ci o nagraniu.

Ma też zaprosić Cię do tego, żeby nie potraktować webinaru jak kolejnej treści, którą zobaczysz, poczujesz przez chwilę inspirację i odłożysz na później.

[Wpisz tutaj jedno zdanie, które pokazuje głębszą ideę Twojej pracy. To może być Twoja metoda, filozofia, podejście lub najważniejsza myśl z webinaru.]

Jeśli po obejrzeniu powtórki poczujesz, że chcesz pracować dalej, możesz dołączyć do:

[Wpisz nazwę kursu, programu lub procesu.]

Tutaj znajdziesz szczegóły:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

Do zobaczenia w powtórce,
[Twoje imię]

P.S. Dla osób po webinarze przygotowałam specjalną możliwość dołączenia do kursu. Szczegóły znajdziesz na stronie kursu.

MAIL 3
Cel maila: Sprzedażowy mail z większą ilością szczegółów o ofercie, wartości i efektach.

Temat: Co dokładnie znajdziesz w kursie?

Preheader: Zobacz, czy to jest dobry kolejny krok po webinarze.

Cześć,

po webinarze dostałam sporo pytań o:

[Wpisz nazwę kursu, programu, pakietu lub procesu.]

Dlatego chcę dziś pokazać Ci dokładniej, czym jest ta oferta i dla kogo może być dobrym kolejnym krokiem.

[Wpisz tutaj 2 do 4 zdania opisujące kurs. Odpowiedz prosto na pytania: Co to jest? Dla kogo jest? W czym pomaga? Dlaczego powstało jako kontynuacja webinaru?]

Ten kurs jest dla Ciebie, jeśli:

1. [Wpisz sytuację, z którą odbiorca się mierzy. Na przykład: czujesz, że dużo już wiesz, ale trudno Ci przełożyć wiedzę na codzienne decyzje.]

2. [Wpisz drugi problem lub pragnienie. Na przykład: chcesz przestać powtarzać ten sam schemat w relacjach, pieniądzach, ciele, pracy lub emocjach.]

3. [Wpisz trzeci problem lub pragnienie. Na przykład: potrzebujesz uporządkowanego procesu, a nie kolejnych przypadkowych treści.]

4. [Wpisz czwarty powód. Na przykład: chcesz poczuć więcej spokoju, sprawczości, jasności, odwagi albo stabilności.]

W środku znajdziesz:

[Wpisz listę elementów kursu. Mogą to być moduły, lekcje, nagrania, workbooki, spotkania, praktyki, medytacje, ćwiczenia, społeczność, wsparcie, sesje pytań i odpowiedzi.]

Przykład:

1. Moduł 1: [nazwa i krótki efekt]
2. Moduł 2: [nazwa i krótki efekt]
3. Moduł 3: [nazwa i krótki efekt]
4. Bonus: [nazwa i krótki efekt]

Nie wypisuj samych nazw. Przy każdej części pokaż, co ona realnie wnosi w życie odbiorcy.

Najważniejsze jest jednak nie to, ile materiałów dostajesz.

Najważniejsze jest to, co te materiały mają Ci pomóc zmienić.

Po przejściu przez kurs możesz:

1. [Wpisz pierwszy rezultat. Najlepiej konkretny, życiowy i zrozumiały.]
2. [Wpisz drugi rezultat.]
3. [Wpisz trzeci rezultat.]
4. [Wpisz czwarty rezultat.]

[Wpisz tutaj krótkie porównanie wartości. Możesz pokazać cenę osobnych elementów, wartość bonusów, czas dostępu, wsparcie albo to, dlaczego obecna opcja jest korzystna. Ten fragment pomaga odbiorcy zobaczyć, że oferta jest sensowną inwestycją, a nie impulsywnym zakupem.]

Aktualnie możesz dołączyć tutaj:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

Jeśli masz pytania, możesz odpowiedzieć na tę wiadomość.

Do zobaczenia,
[Twoje imię]

P.S. Powtórka webinaru jest nadal dostępna tutaj:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

Jeśli jeszcze jej nie widziałaś lub nie widziałeś, obejrzyj ją przed podjęciem decyzji. Dzięki temu łatwiej poczujesz, czy ten kurs jest teraz dla Ciebie.

MAIL 4
Cel maila: Przypomnienie o kończącej się powtórce i pokazanie, że kurs jest naturalną kontynuacją.

Temat: Powtórka jest dostępna jeszcze tylko 48 godzin

Preheader: To dobry moment, żeby wrócić do webinaru i zdecydować, czy idziesz dalej.

Cześć,

chcę Ci przypomnieć, że powtórka webinaru:

[Wpisz tytuł webinaru.]

jest dostępna jeszcze tylko:

[Wpisz czas, na przykład 48 godzin.]

Możesz obejrzeć ją tutaj:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

Warto wrócić do tego spotkania szczególnie wtedy, jeśli czujesz, że temat dotyka czegoś ważnego w Twoim życiu.

Na webinarze pokazuję:

1. [Wpisz główną ideę webinaru.]
2. [Wpisz najważniejszy problem, który pomagasz nazwać.]
3. [Wpisz praktyczny wgląd, metodę lub ćwiczenie.]
4. [Wpisz, dlaczego ten temat jest ważny właśnie teraz.]

To spotkanie jest też wprowadzeniem do:

[Wpisz nazwę kursu, programu lub procesu.]

Czyli do przestrzeni, w której możesz przejść od samego zrozumienia tematu do głębszej pracy, praktyki i wdrożenia.

[Wpisz tutaj 2 do 3 zdania o tym, dlaczego kurs jest kontynuacją webinaru. Pokaż most między tym, co osoba zobaczyła w darmowym materiale, a tym, czego nauczy się lub doświadczy w płatnym programie.]

Szczegóły znajdziesz tutaj:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

Jeśli czujesz, że to jest ważny temat dla Ciebie, nie odkładaj powtórki na ostatnią chwilę.

Do zobaczenia,
[Twoje imię]

P.S. Specjalna możliwość dołączenia do kursu jest dostępna tylko przez ograniczony czas. Wszystkie szczegóły znajdziesz na stronie.

MAIL 5
Cel maila: Ostatnie godziny powtórki, mocniejsze przypomnienie o ofercie i zebranie wartości kursu w krótkiej formie.

Temat: Powtórka znika za kilka godzin

Preheader: Razem z nią kończy się specjalna opcja dołączenia.

Cześć,

to krótkie przypomnienie.

Powtórka webinaru:

[Wpisz tytuł webinaru.]

znika za kilka godzin.

Obejrzysz ją tutaj:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

Razem z końcem dostępności powtórki kończy się też specjalna możliwość dołączenia do:

[Wpisz nazwę kursu, programu lub procesu.]

Jeśli webinar pokazał Ci, że ten temat jest dla Ciebie ważny, kurs pomoże Ci pójść dalej.

Nie tylko posłuchać. Nie tylko zrozumieć. Nie tylko zrobić notatki.

Ale zacząć pracować z tym tematem w praktyce.

W kursie otrzymujesz:

1. [Wpisz element oferty numer 1.]
2. [Wpisz element oferty numer 2.]
3. [Wpisz element oferty numer 3.]
4. [Wpisz element oferty numer 4.]
5. [Wpisz bonus, wsparcie, społeczność lub dodatkowy materiał.]

Ten proces jest dla osób, które chcą:

1. [Wpisz najważniejszą zmianę, jakiej pragnie odbiorca.]
2. [Wpisz drugi efekt.]
3. [Wpisz trzeci efekt.]
4. [Wpisz czwarty efekt.]

[Wpisz tutaj jedno mocne zdanie sprzedażowe, które pokazuje sens kursu. Na przykład: Ten kurs pomaga zamknąć lukę między wiedzą a działaniem. Albo: Ten proces prowadzi Cię od chaosu do jasności. Ważne, żeby to zdanie było Twoje, zgodne z Twoją metodą i językiem.]

Szczegóły kursu znajdziesz tutaj:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

Jeśli czujesz, że to jest dobry moment, dołącz teraz.

Do zobaczenia,
[Twoje imię]

P.S. Jeśli jeszcze nie widziałaś lub nie widziałeś powtórki, to ostatni moment. Zobacz ją tutaj:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

MAIL 6
Cel maila: Finalne domknięcie sekwencji. Krótki, prosty mail z ostatnim przypomnieniem.

Temat: To już ostatni moment

Preheader: Powtórka i specjalna oferta zaraz znikną.

Cześć,

to już naprawdę ostatni moment, żeby obejrzeć powtórkę webinaru:

[Wpisz tytuł webinaru.]

Jeszcze zdążysz.

Tutaj link do powtórki:

[TUTAJ LINK DO POWTÓRKI]

Jeśli ten temat jest dla Ciebie ważny, warto obejrzeć nagranie przed zamknięciem dostępu.

[Wpisz tutaj jedno krótkie zdanie przypominające główną wartość webinaru. Na przykład: To nagranie pomoże Ci zobaczyć, dlaczego utknęłaś w danym schemacie i jaki może być Twój pierwszy krok do zmiany.]

Są też jeszcze dostępne ostatnie miejsca lub ostatnie godziny specjalnej opcji dołączenia do:

[Wpisz nazwę kursu, programu lub procesu.]

Szczegóły znajdziesz tutaj:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

Jeśli czujesz, że chcesz iść dalej, zrób ten krok teraz.

Do zobaczenia,
[Twoje imię]

P.S. Po zamknięciu powtórki specjalne warunki dołączenia mogą przestać być dostępne. Sprawdź szczegóły tutaj:

[TUTAJ LINK DO KURSU]

DODATKOWA INSTRUKCJA STRATEGICZNA DLA KLIENTÓW MENTORINGOWYCH

Jak działa ta sekwencja?

MAIL 1
Buduje relację po webinarze. Dziękuje, przypomina emocję spotkania, daje powtórkę i pierwszy raz pokazuje ofertę jako naturalny kolejny krok.

MAIL 2
Sprzedaje powtórkę. Nie chodzi jeszcze o mocne domykanie sprzedaży, tylko o to, żeby osoba obejrzała nagranie, bo webinar przygotowuje ją do decyzji zakupowej.

MAIL 3
To główny mail ofertowy. Tutaj trzeba jasno pokazać, co jest w kursie, dla kogo jest, jakie daje efekty i dlaczego warto dołączyć teraz.

MAIL 4
Wprowadza presję czasu, ale nadal edukacyjnie. Przypomina, że powtórka zaraz znika i że kurs jest kontynuacją tego, co zaczęło się na webinarze.

MAIL 5
Zbiera najważniejsze argumenty w krótszej formie. To mail dla osób, które już wiedzą, ale jeszcze nie kliknęły.

MAIL 6
Domyka. Ma być prosty, krótki i konkretny. Na tym etapie nie trzeba już tłumaczyć wszystkiego od początku. Trzeba przypomnieć, że to ostatni moment.

JAK DOSTOSOWAĆ TE MAILE DO SWOJEJ BRANŻY

Jeśli sprzedajesz kurs duchowy, pisz o procesie, integracji, praktyce, świadomości, emocjach, ciele, energii i codziennym wdrażaniu.

Jeśli sprzedajesz kurs biznesowy, pisz o strategii, decyzjach, wdrożeniu, uporządkowaniu działań, sprzedaży, komunikacji i powtarzalnym systemie.

Jeśli sprzedajesz kurs zdrowotny, pisz o zrozumieniu mechanizmów, codziennych nawykach, regulacji, obserwacji ciała i mądrym prowadzeniu siebie.

Jeśli sprzedajesz kurs relacyjny, pisz o schematach, granicach, komunikacji, reakcjach, bliskości i powrocie do siebie.

Jeśli sprzedajesz kurs kreatywny, pisz o odblokowaniu ekspresji, praktyce, procesie twórczym, odwadze widzialności i przejściu od pomysłu do działania.

NAJWAŻNIEJSZA ZASADA

Nie pisz tylko: kup mój kurs.

Pisz raczej:

Na webinarze zobaczyłaś lub zobaczyłeś pierwszy kawałek.
W kursie przeprowadzę Cię przez dalszy proces.
Webinar daje zrozumienie.
Kurs daje prowadzenie, strukturę i wdrożenie.

To jest most między darmową treścią a płatną ofertą.