

*Strategii
Exemple
Exerciții
Greșeli
de evitat*

7 PAȘI DE LA LIKE-URI LA CLIENTI PRIN COMUNITATE

ADRIANA *radu*
DIGITAL BUSINESS MENTOR



CUPRINS

- A. IMPORTANȚA COMUNITĂȚII DE FANI
 - 1. PORNEȘTE CU MINDSETUL DE COMUNITATE
 - 2. ATRAGE AUDIENȚA CU UN LEAD MAGNET
 - 3. CREEAZĂ PROPRIUL TRIB
 - 4. MENȚINE INTERESUL CU EVENIMENTE
 - 5. CONSTRUIEȘTE BAZA DE DATE
 - 6. CREȘTE-ȚI AUTORITATEA
 - 7. TRANSFORMA FANII ÎN CLIEȚI

*ÎN ACEST GHID VEI DESCOVERI STRATEGII,
STUDII DE CAZ, GREȘELI DE EVITAT ȘI
COMENZI CHATGPT PE CARE LE POȚI
FOLOSI IMEDIAT*





SALUT! SUNT ADRIANA RADU, DIGITAL BUSINESS MENTOR. SUNT AICI SĂ-ȚI ARĂT CUM SĂ-ȚI TRANSFORMI FANII ÎN CLIEȚI, PRIN COMUNITATE

Probabil te întrebi de ce este atât de important să ai o comunitate solidă în jurul afacerii tale. Ei bine, hai să începem cu o poveste personală.

Acum 4 ani, în timpul pandemiei, a trebuit să mă reinventez din Career Management Coach în Digital Business Mentor. Clieții mei mi-au spus că nu mai doresc joburi ci afaceri online, ca a mea. Am pivotat rapid dar nu aveam autoritate și o listă de leaduri cu care să vorbesc despre oferta mea. Nici până atunci lucrurile nu mergeau strălucit. Eram prezentă tot timpul pe social media, aveam un site prin care rar îmi veneau solicitări și eram pe mai multe platforme de coaching. Trimiteam mesaje audienței reci cu puține răspunsuri pozitive. Era clar că nu reprezentam încredere ca mentor de business la vremea aceea.

Eram doar un coach care știa să creeze un business online și mă băteam cu agenții care aveau deja cursuri puse la punct. Dar eu știam că sunt un mentor foarte bun cu o experiență de 15 ani în boardul multinaționalelor unde crescusem echipe și manageri. Dincolo de strategii, oamenii au nevoie de încredere, de cineva care să le înțeleagă emoțiile iar eu știam cum să ofer acest spațiu de dezvoltare personală în paralel cu afacerea. Nu știam cum să fac ca să ajung la cât mai mulți oameni și să-i determin să aibă încredere în mine când piața era atât de aglomerată. Rar aduceam un client sau doi. Mă simțeam ca un pescar care aruncă undița în mare, sperând să prindă ceva, orice. Însă, pescuitul la întâmplare nu aduce rezultate consistente.

Eram extrem de frustrată și mă întrebam cum ar arăta locul în care eu să fiu singurul expert iar oamenii să mă urmeze, să-i atrag în loc să alerg după ei. Și totul s-a schimbat într-o zi de iarnă a lui 2021.

Am asistat la un webinar al unui expert din SUA care prezenta modul în care funcționează grupurile private de facebook. Atunci am avut revelația!

Grupurile private sunt soluția. Acolo poți atrage oamenii care chiar își doresc informația ta.

Schimbarea a fost uimitoare! În loc să alerg după clienți, am început să atrag

Am deschis grupul și în doar o lună am avut 100 de membrii și am lansat primul meu program de grup Business UPcelerator.

Secretul meu a fost să ofer zilnic valoare celor care erau în comunitate, să descopăr cu ei ce nevoi au și să creez produsul de care chiar aveau nevoie.

Am descoperit că în loc să dau mesaje pe care nimeni nu le vede, cream relații care îmi permiteau ca în loc să vând, să fac recomandări. Atunci când oamenii au încredere în tine, ei vor cumpăra ceea ce le oferi.

Astfel am putut să am grupe de câte 10 persoane în fiecare lună pentru programul meu Business UPcelerator. În loc să vând un produs, am început să construiesc relații și să ofer valoare reală. Vânzarea devenise o consultație în urma căreia recomandam o soluție sau alta.

Astăzi comunitatea mea este pe whatsapp, peste 500 de persoane. Datorită lor am modificat programul meu pentru a le fi de folos. Magnet pentru clienți a ajuns la ediția 6 și are ca obiectiv să învețe participanții să dezvolte afaceri pe baza de comunitate.

Nu ai nevoie de comunități de mii de oameni. Vei vedea în acest ghid exemple de coachi care au început să aibă clienți din comunitățile lor chiar dacă ei erau la început de drum.

Adriana Radu



DE CE AI NEVOIE DE O COMUNITATE DE FANI

Gândește-te la afacerea ta ca la o grădină. Ți dorești să fie plină de fluturi. În loc să alergi după ei (clienți) pe tot câmpul, construiești o grădină frumoasă (comunitate) și fluturii vor veni singuri în grădina ta.

O comunitate de fani loiali aduce numeroase avantaje:

- 1. Fără competiție directă**
- 2. Autoritate:** fiind liderul unei comunități, îți crești autoritatea și influența în domeniul tău.
- 3. Produse adaptate:** poți crea produse și servicii adaptate nevoilor specifice ale comunității tale.
- 4. Comunicare eficientă:** este mai ușor să comunici și să obții feedback de la membrii comunității tale.
- 5. Vânzare fără presiune:** fanii își doresc produsele tale.

Și rezultatele sunt aici ca să demonstreze acest lucru.

Eu am reușit **să triplez veniturile în ultimii doi ani** având o comunitate de fani și să ajung la un venit de 7 cifre.

Florin Păsat, Life & Business Coach, a reușit să genereze venituri de 6 și 7 cifre prin construirea unei comunități puternice de fani.

Un alt exemplu este **Andreea Halikias, fondatoarea comunității Meleti** și a programului Print & Profit, care a construit o afacere de succes bazată pe o comunitate de fani dedicați.

Aceste povești de succes nu sunt întâmplătoare. Ele demonstrează puterea unei comunități bine gestionate.

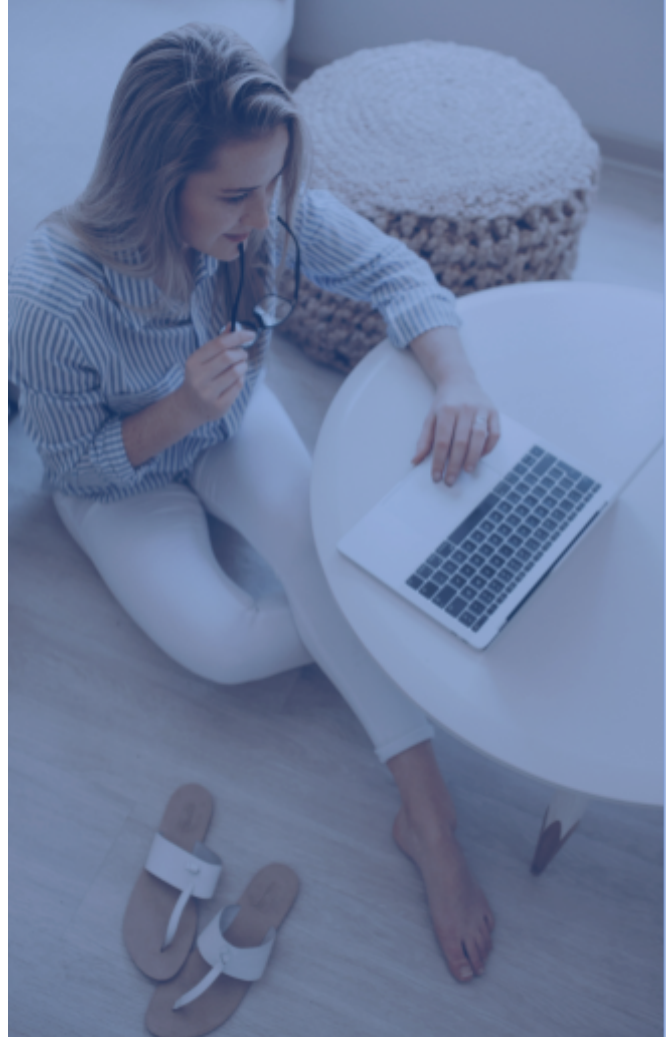
Atenție, social media este doar spațiul de unde atragi urmăritorii. Conținutul pe care tu îl crezi a devenit un consumabil și nu generează decât reacții pasive.

Pentru a-i transforma urmăritorii în fani adevărați, trebuie să-i aduci în baza ta de date și într-o comunitate pe WhatsApp sau alte platforme de comunicare directă.

Este crucial să poți interacționa direct cu urmăritorii, pentru a-i transforma apoi în fani care cumpără produsele tale.

Acum, să fim sinceri, construirea unei comunități nu este un drum lipsit de provocări. Va necesita timp, efort și dedicare.

Pe de altă parte nu ai nevoie de un număr foarte mare de fani. Poți avea vânzări și cu o comunitate de sub 100 de persoane, cum am început și eu.



CE GĂSEȘTI ÎN ACEST GHID

- Pașii pentru a construi o comunitate de fani
- Strategii pentru a transforma fanii în clienți
- Greșeli pe care să le eviți
- Povești de succes

E timpul să-ți crezi propria grădină de flori și să atragi fluturii!

SĂ PORNIM LA DRUM!



01

Pornește cu mindsetul de comunitate

De la căutarea disperată de clienți → la construirea unei comunități care te urmează

Într-un business clasic, modelul dominant este „red ocean”: concurență dură, reclame plătite, strategie de „vânat” clienți. Este un model liniar: creezi ofertă → găsești leaduri → convingi → vinzi. Totul se învâрте în jurul tranzacției și al unei relații scurte, de tip „eu ofer, tu cumperi”.

Modelul de business bazat pe comunitate funcționează însă complet diferit. Nu pornești de la „pe cine targetez azi?”, ci de la „Pe cine vreau să servesc pe termen lung?” și „Ce transformare pot facilita pentru un grup de oameni?” În acest model, relațiile preced vânzarea. Conexiunea și scopul comun creează încrederea necesară pentru ca oamenii să vrea să cumpere de la tine — pentru că deja simt că faci parte din viața lor.

În loc să cauți clienți în mod repetitiv, creezi o comunitate de oameni care te urmează pentru că îi inspire, îi ghidezi și le creezi spațiu de creștere.

• CE AI DE FĂCUT?

1. **Clarifică direcția și scopul comunității** – Ce transformare oferi? Ce îi unește pe oamenii din jurul tău?
2. **Decide pe cine vrei să servești** – Nu e despre piața generală, ci despre acei oameni pentru care vrei să creezi impact real.
3. **Setează-ți mentalitatea de lider de comunitate** – Nu ești doar educator, nici doar expert. Ești un facilitator de relații, un catalizator de transformare.
4. **Creează spații de interacțiune autentică** – Grupuri, live-uri, comentarii unde oamenii se simt văzuți și parte dintr-o direcție comună.
5. **Fii prezent activ și consecvent** – Comunitatea are valoare doar cât timp este vie. Oamenii rămân când simt că se mișcă spre ceva important, împreună cu tine.

Amintește-ți: într-un model bazat pe comunitate, oamenii cumpără pentru că simt că sunt parte din ceva mai mare.

Tu ești cel care ține viu acel ceva.

• GREȘELI DE EVITAT

- **Construirea comunității doar ca mijloc de vânzare.** Se simte. Oamenii vor sens, nu doar oferte.
- **A fi doar un broadcaster.** Comunitatea nu e un megafon pentru ideile tale. E un ecosistem viu. Facilitează conversații, nu doar predici.

- **Prea multă tăcere.** Inactivitatea ucide orice comunitate, indiferent cât de frumos ai pornit-o.

• POVESTE DE SUCCES

Un exemplu concret este cel al **Alinei Selezeanu, nutrition coach**. Înainte de a lucra în programul meu Magnet pentru clienți, Alina avea un grup de facebook care nu era deloc activ. De doi ani avea grupuri sporadice de femei cu care lucra aproape pro bono. Inițial nu dorea să aibă o comunitate pe whatsapp pentru că îi era teamă că îi va lua prea mult timp, că nu știe ce să le spună. Într-o săptămână a deschis grupul din whatsapp, a avut 75 de persoane în grup și a început programele plătite. Aproape că nu a mai avut timp să vină la curs. Numele grupului a fost scurt și clar pentru oricine No Diet. Este important să alegem un titlu care reflectă dorința de libertate, de transformare a membrilor.

Oferind informații valoroase comunitatea s-a animat și de aici a fost doar un pas către vânzarea produselor ei.

• CONCLUZIE

Comunitatea nu este doar un „grup” sau un canal de promovare. Este **terenul fertil unde se cultivă încrederea, loialitatea și vânzarea repetată**.

Într-un business bazat pe expertiză — fie că ești coach, terapeut, consilier sau mentor — **o comunitate activă e mai valoroasă decât o audiență pasivă**.

Rolul tău nu mai este doar să transmiți mesaje, ci să creezi mișcare. Să aduni oameni în jurul unei dorințe comune, să le dai claritate, energie, direcție.

Când reușești asta, clienții nu mai vin pentru o tehnică sau un produs, ci pentru **că simt că aparțin unei cauze și vor să meargă cu tine mai departe**.

Notează pe ultima pagină răspunsul la următoarele întrebări

1. *Cine este clientul meu ideal?*
2. *Ce transformare îi ofer?*
3. *Ce idee îi unește pe oameni în jurul tău?*
4. *Găsește un titlu inspirațional pentru comunitatea ta, un titlu care să reflecte ceea ce vor obține dincolo de informații.*
5. *Deschide un grup de whatsapp și invită persoanele cele mai apropiate*

02

ATRAGE AUDIENȚA CU UN LEAD MAGNET

După ce ai stabilit ce fel de comunitate dorești să începi, următorul pas este să atragi audiență potrivită către comunitatea ta. Nu uita că audiența este pasivă, consumatoare de informații iar tu ai nevoie de argumente puternice cu sens care să-i transforme într-o comunitate activă. Aici intervine lead magnet-ul – un instrument esențial pentru a capta atenția și interesul potențialilor membri ai comunității tale.

● **IMPORTANȚA CREĂRII UNUI LEAD MAGNET**

Gândește-te la lead magnet ca la o floare irezistibilă care atrage fluturii (audiența) spre grădina ta (comunitatea ta). Un lead magnet bine creat oferă valoare imediată și relevantă pentru publicul tău țintă, făcându-i să dorească să se alăture comunității tale pentru a primi și mai multă valoare.

● **CE AI DE FĂCUT?**

1. Identifică nevoile și dorințele publicului tău

- Folosește informația din pasul anterior, ceea ce ai descoperit despre profilul clientului ideal (provocări, dorințe, paradigme).

2. Creează conținut valoros și relevant

- E-books și ghiduri: Creează un e-book sau un ghid detaliat care oferă soluții concrete la problemele comune ale publicului tău. Asigură-te că este bine structurat și ușor de înțeles.

- Webinarii și cursuri gratuite: Oferă un webinar sau un minicurs gratuit care să abordeze subiecte de interes major pentru audiența ta. esențială.

● **POVESTE DE SUCCES**

Un exemplu de succes este cel al coach-ului **Loredana Cojocar** cu care am lucrat anul trecut în programul de Magnet pentru clienți.

Loredana este strateg de marketing pentru coachi care activează în network marketing. Nu avea comunitate pe whatsapp. În timpul programului a deschis grupul Boost Performance.

Rezultatul a fost vânzarea programului ei de 3 săptămâni prin intermediul grupului. cu ajutorul unui minicurs a reușit să atragă persoanele potrivite în comunitate. Strategia funcționat foarte bine, Loredana reușind să lanseze mai multe programe chiar în timpul cursului.

• GREȘELI DE EVITAT

- Crearea unui Lead Magnet fără relevanță: Nu oferi ceva doar de dragul de a oferi. Asigură-te că lead magnet-ul tău rezolvă o problemă reală și este de interes pentru publicul tău țintă.
- Acțiuni care necesită o perioadă lungă de implementare: Lead magnetul trebuie să conțină o soluție prin care audiența poate rezolva rapid o problemă. Doar astfel își va dori informații suplimentare de la tine.
- Lipsa unui funnel prin care să atragi audiența în comunitate: Materialul trebuie să conțină un link către comunitatea ta de whatsapp sau de facebook astfel încât să poți interacționa direct cu cei interesați.

• CONCLUZIE

Crearea unui lead magnet eficient este importantă pentru atragerea audienței potrivite către comunitatea ta. Identifică nevoile și dorințele publicului tău, creează conținut valoros și relevant, și folosește lead magnet-ul pentru a construi o bază solidă de potențiali clienți. Nu uita, acțiunea bate talentul!

Notează pe ultima pagină

1. *Ce informații își dorește clientul ideal*
2. *Creează un lead magnet simplu care permite cititorului să aibă o conștientizare*
3. *Nu uita să inserezi în material linkul către grupul tău de whatsapp*



03

Creează propriul trib

Acum că ai reușit să construiești comunitatea și ai reușit să atragi primii membrii ce urmează? Interacțiunea constantă și personalizată este cheia pentru a transforma urmăritorii în fani loiali. Un business bazat pe comunitate nu se construiește pe „urmăritori”, ci pe **relații de încredere care durează**.

Nu vinzi doar un produs — creezi un spațiu în care oamenii simt că aparțin, că sunt văzuți și sprijiniți în procesul lor de transformare.

Gândește-te ca un lider care construiește un trib, nu ca un simplu educator sau marketer.

Relațiile profunde bat orice strategie sofisticată.

Dacă le arăți că îți pasă și că ești acolo pentru ei, vei construi o legătură puternică și durabilă. În această etapă este important să îți asumi rolul de leader și facilitator al grupului.

• DE CE SĂ INTERACȚIONEZI PERSONALIZAT CU FANII TĂI

Relațiile se construiesc prin comunicare. O comunitate nu înseamnă doar să postezi conținut și să aștepti reacții. Trebuie să fii activ, să răspunzi la comentarii și mesaje, să participi în discuții și să arăți că ești prezent. Aceasta nu doar că menține interesul, dar și consolidează încrederea și loialitatea fanilor.

Dar nu trebuie să faci asta singur. Poți delega o parte din comunicare ambasadorilor / moderatorilor. Ei pot trimite mesaje personalizate de bun venit, pot invita membrii la evenimente.

• CE AI DE FĂCUT?

1. Răspunde la comentarii și mesaje

- Fii prompt: Răspunde rapid la comentariile și mesajele primite. Arată că îți pasă de părerea și întrebările membrilor comunității tale.

- Fii personal: Folosește numele persoanei și răspunde specific la întrebările sau comentariile lor. Automatizările sunt utile, dar păstrează mereu un ton personal și prietenos.

- Un mesaj vocal personal pe WhatsApp pentru un nou membru
- Nominalizează cei mai activi membrii

2. Organizează sesiuni de Q&A și Live-uri

- Interacțiune directă: Organizează sesiuni de Q&A unde să răspunzi la întrebările comunității tale. Live-urile sunt o modalitate excelentă de a interacționa în timp real.
- Teme relevante: Alege teme care sunt de interes pentru publicul tău. De exemplu, poți discuta despre provocările comune din nișa ta și cum să le depășești.

3. Oferă valoare în permanență

- Creează alte materiale care îi ajută
- Alternează materialele cu mesaje inspiraționale

4. Încurajează membrii să posteze propriile lor experiențe, provocări și soluții. În felul acesta păstrezi o comunitate vie.

5. Deleagă moderatorilor părți din animarea grupului. Pot interveni când este prea multă liniște pe grup

6. Creează sondaje prin care să verifici interesul pentru un anumit subiect.

7. Creează teste (quiz-uri) care îi ajută să conștientizeze provocările pe care le au și soluțiile pe care le poți oferi.

• GREȘELI DE EVITAT

- Lipsa unei planificări: Fanii nu știu când vei comunica cu ei și își pierd interesul. Planifică săptămânal anumite tipuri de comunicare (webinarii, întrebări, materiale etc)
- Ignorarea comentariilor sau mesajelor: Nu ignora feedback-ul și întrebările. Lipsa de răspuns poate duce la pierderea interesului și încrederii.
- Automatizări impersonale: Evită răspunsurile automate care sună robotic. Chiar dacă folosești automatizări, asigură-te că păstrezi un ton cald și personal.
- Ești singurul care comunică în grup. O comunitate vie presupune interacțiunea cu membrii ei. Încurajează membrii să vină cu contribuția lor.

• CONCLUZIE

Interacțiunea constantă și personalizată este importantă pentru a menține și a crește loialitatea fanilor tăi. Răspunde prompt și personal la comentarii și mesaje,

- Organizează sesiuni de Q&A și live-uri pentru a interacționa direct cu membrii comunității.
- Obișnuiește fanii cu un calendar de interacțiuni cu tine.
- Oferă posibilitatea celor mai activi fani să preia activarea comunității.
- Fii prezent și arată că îți pasă, și vei vedea cum relația cu comunitatea ta devine tot mai puternică.
- Începe chiar acum să interacționezi constant și personalizat și vei observa diferența!

Notează pe ultima pagină acțiunile pe care vrei să le faci în următoarea lună.

1. Creează un plan editorial în prima lună.
2. Stabilește zilnic 30 de minute pentru activitatea comunității
3. Găsește ambasadori/mentori care rezonază cu valorile tale



04

MENTINE INTERESUL CU EVENIMENTE

Până acum am discutat despre definirea nișei, atragerea audienței potrivite și interacțiunea constantă și personalizată. Acum e timpul să facem un pas înainte și să aducem comunitatea împreună prin evenimente și webinarii.

Gândește-te la acestea ca la întâlniri de familie – ocazii unde toți se adună, se cunosc mai bine și își întăresc legăturile.

Ele pot fi și oportunități de vânzare însă la început îți recomand să le organizezi cu scopul de a vă cunoaște mai bine, pentru a oferi valoare și a-ți crește autoritatea.

• DE CE ESTE IMPORTANT SĂ CREEZI EVENIMENTE

Evenimentele online și webinarile sunt ocazii excelente pentru a interacționa direct cu comunitatea ta, pentru a oferi valoare adăugată și pentru a consolida relațiile. Acestea permit participanților să se conecteze nu doar cu tine, dar și între ei, creând astfel o rețea de suport reciproc.

• CE AI DE FĂCUT?

1. Planificarea și promovarea

- Stabilește un calendar: Planifică evenimentele în avans și creează un calendar clar pe care să-l împărtășești cu comunitatea ta. Asigură-te că ai suficiente evenimente pentru a menține interesul, dar nu atât de multe încât să-i obosești.

- Promovează eficient: Folosește toate canalele disponibile pentru a promova evenimentele – emailuri, social media, site-ul tău. Folosește ChatGPT pentru a crea texte de promovare atractive și convingătoare.

2. Conținut de calitate

- Alege subiecte relevante: Alege teme care sunt de interes pentru comunitatea ta. Fă un sondaj pentru a vedea ce subiecte sunt cele mai dorite.

- Invită experți: Dacă este posibil, invită experți sau colaboratori speciali care pot adăuga valoare evenimentului. Colaborările pot atrage noi membri și pot aduce perspective proaspete.

• EXEMPLU PRACTIC

Să zicem că ești un copywriter iar comunitatea ta este formată din soloprenori care își scriu singuri mesajele. Poți organiza un webinar despre „Cum să îți crești vizibilitatea în social media cu storytelling”. Chatgpt te poate ajuta să crezi structura webinarului..

• COMENZI CHATGPT

"Acționează ca un copywriter și creează structura unui webinar cu tema „Cum să îți crești vizibilitatea în social media cu storytelling” pentru audiența ta. Obiectivul webinarului este de educare a audienței și de a genera interes pentru a învăța tehnici de storytelling. Prezentarea va fi sub forma powerpoint. Creează conținutul pentru fiecare slide. Oferă exerciții practice pentru participanți."

După generarea materialelor, verifică ceea ce ai obținut.

Folosește întotdeauna ChatGPT doar ca un punct de plecare. Intervenția ta este esențială pentru a transmite mesajul în modul în care îl dorești.

1. Promovează webinarul

- Emailuri: Trimite un email detaliat comunității tale, explicând ce vor învăța și de ce ar trebui să participe.
- Social Media: Creează postări atractive pe toate canalele tale de social media, folosind imagini și grafică captivante.

2. Organizează evenimentul

- Platforma: Alege o platformă de încredere pentru webinar (de exemplu, Zoom).
- Interacțiune Live: Asigură-te că webinarul este interactiv. Răspunde la întrebări în timp real și încurajează participarea activă.

• GREȘELI DE EVITAT

- Lipsa planificării: Nu organiza evenimente în grabă sau fără un plan clar. Lipsa organizării poate duce la confuzie și dezamăgire.
- Supraîncărcarea cu informații : Nu supraîncărca participanții cu prea multe informații într-un singur eveniment. Păstrează prezentările concise și la obiect.

• POVESTE DE SUCCES

Un exemplu excelent este modul în care **Geta Butar, Financial Coach** și-a crescut comunitatea cu ajutorul evenimentelor de tip webinar. Geta a aplicat planul editorial pe care l-a creat lucrând cu mine în programul de Mastermind Magnet pentru clienți.

Ea a creat un webinar săptămânal în fiecare marți de la ora 19.00. L-a promovat constant organic pe profilul ei, în alte comunități și în câteva săptămâni a reușit să strângă o comunitate de whatsapp de 90 de persoane. Ulterior a reușit să atragă primii clienți pentru programul său din această comunitate.

05

CONSTRUIEȘTE BAZA DE DATE

Dacă până acum am vorbit despre atragerea și interacțiunea cu urmăritorii, acum e momentul să discutăm despre cum să-i păstrăm aproape. În afară de social media, ai nevoie de o bază de date solidă. În acest moment algoritmul social media nu te avantajează foarte mult în comunicarea cu contactele tale.

În plus atenția noastră este în permanență distrasă de alte postări. De aceea e-mail marketingul este o soluție ideală.

• DE CE ESTE IMPORTANT SĂ AI FANII ÎNTR-O BAZĂ DE DATE

Gândește-te la baza ta de date ca la o comoară. Este locul unde aduni informații valoroase despre oamenii care sunt interesați de ceea ce oferi. Baza de date îți permite să comunici direct cu membrii comunității tale, să le oferi conținut personalizat și să-i transformi în clienți fideli. Social media le distrage atenția. Un email valoros de la tine, îi va reține cel puțin câteva minute.

• ACȚIUNI PENTRU CONSTRUIREA UNEI BAZE DE DATE

1. Colectarea Datelor

- Formulare de înscriere: Creează formulare atractive de înscriere cu ajutorul Mailerlite, una din platformele de email marketing gratuită până la 1000 de abonați. Oferă ceva în schimbul datelor de contact – un e-book, un ghid, un webinar gratuit.
- Call-to-Action-uri puternice: Asigură-te că ai butoane clare și convingătoare pentru înscriere.

2. Automatizarea proceselor

- Email Marketing: Folosește platforme de email marketing pentru a automatiza trimiterea de emailuri de bun venit, follow-up-uri și oferte speciale. ChatGPT te poate ajuta să creezi texte atractive pentru aceste emailuri.
- Segmentare: Segmentează-ți baza de date în funcție de interese, comportament și alte criterii relevante. Acest lucru îți permite să trimiți mesaje personalizate și relevante fiecărui segment.

• EXEMPLU PRACTIC

Să presupunem că ești un relationship coach. Iată cum poți construi și întreține baza ta de date:

1. Formulare de înscriere

- E-book gratuit: Oferă un e-book gratuit despre „10 pași pentru a-ți îmbunătăți relația cu partenerul” în schimbul adresei de email.

2. Emailuri automatizate

- Email de Bun Venit: Trimite un email de bun venit imediat după înscriere, în care le mulțumești și le oferi e-book-ul promis.

- Follow-up-uri: Trimite emailuri periodice cu sfaturi, articole de blog și invitații la evenimente.

● GREȘELI DE EVITAT

- Trimiterea de emailuri spam: Nu bombarda abonații cu emailuri irelevante sau prea dese. Respectă-le timpul și interesele. Trei emailuri pe săptămână sunt suficiente. Programează mailurile la ora 9.00 sau la ora 19.00. Studiile au arătat că sunt orele cele mai propice pentru ca audiența ta să citească mesajele.

- Colectarea datelor fără consimțământ: Asigură-te că ai permisiunea clară a utilizatorilor pentru a le trimite emailuri. Respectă regulile GDPR și ale altor reglementări privind protecția datelor.

● POVESTE DE SUCCES

Am folosit cu succes email marketingul în afacerea mea. Am folosit ca lead magnet primul capitol din **cartea mea "7 Pași către primul milion online în România"**. O parte din cei care au descărcat capitolul au cumpărat mai apoi cartea. Am făcut o segmentare a audienței în Mailerlite: un grup cu cei interesați doar de primul capitol și un grup cu cei care au cumpărat cartea.

Cei care au cumpărat cartea au primit mesaje despre alte produse și unii au continuat să cumpere un produs înregistrat după care s-au înscris la programul de Mastermind. Cei care au fost interesați doar de primul capitol au primit în continuare mesaje informative.

O parte au decis să participe la webinarile pe care le-am organizat și apoi s-au înscris în programul meu de Mastermind.

● CONCLUZIE

Construirea unei baze de date este esențială pentru succesul pe termen lung al afacerii tale. Colectează date într-un mod etic și atrăgător, automatizează procesele și segmentează-ți audiența pentru a oferi conținut relevant și personalizat.

Nu uita, acțiunea bate talentul! Notează pe ultima pagină toate acțiunile pe care le ai de făcut pentru a atrage fanii în baza de date cu un material gratuit sau webinar.



06

CREȘTE-ȚI AUTORITATEA OFERIND CONSTANT VALOARE

Până acum, ai aflat cum să-ți definești nișa, să creezi conținut valoros, să interacționezi cu comunitatea ta și să construiești o bază de date.

Dar cum menții fanii interesați și implicați? Răspunsul este simplu: oferindu-le valoare constantă. Da, like-urile și inimioarele sunt bune, dar contează cine bagă cardul 😊. Și pentru ca oamenii să fie dispuși să investească în produsele și serviciile tale, trebuie să le arăți în mod constant că le aduci valoare.

• DE CE SĂ OFERI CONSTANT VALOARE

Gândește-te la oferirea de valoare constantă ca la alimentarea unei flăcări. Dacă nu adaugi lemne (valoare), focul (interesul) se va stinge. Oferirea de valoare nu înseamnă doar să vinzi ceva, ci să educi, să inspire și să ajuți comunitatea ta să crească. Când oamenii simt că primesc constant ceva de valoare, vor rămâne loiali și vor fi mai dispuși să cumpere produsele tale.

• ACȚIUNI PENTRU A OFERI CONSTANT VALOARE

1. Crearea unui plan editorial consistent

- Calendar de conținut: Planifică-ți conținutul pentru a te asigura că oferi valoare în mod constant. Include articole de blog, video-uri, postări pe social media, webinarii și emailuri.
- Diversitate: Variaza tipurile de conținut pentru a menține interesul publicului. Un mix de educațional, inspirațional și interactiv este ideal.

2. Oferirea de resurse și beneficii exclusive

- Reduceri și oferte speciale: Oferă reduceri exclusive și oferte speciale doar pentru membrii comunității tale. Aceasta nu doar că adaugă valoare, dar îi face pe oameni să se simtă speciali.
- Acces anticipat: Dă-le membrilor comunității tale acces anticipat la produsele sau serviciile noi. Acest lucru îi face să se simtă privilegiați și îi încurajează să rămână implicați.

• EXEMPLU PRACTIC

Să zicem că ești un coach de nutriție. Iată cum poți oferi valoare constantă comunității tale:

1. Plan Editorial

- Postări : Scrie articole despre alimentație sănătoasă, rețete nutritive și sfaturi pentru un stil de viață echilibrat.

- Video-uri educaționale: Creează video-uri în care explici beneficiile anumitor alimente sau demontezi mituri despre dietă.
- Provocări scurte pe grupul de whatsapp: Ajuți audiența să se concentreze pe eliminarea zahărului din alimentație timp de o săptămână pentru a pregăti corpul de sezonul estival.

2. Resurse și beneficii exclusive

- E-book Gratuit: Oferă un e-book gratuit cu rețete sănătoase și planuri de masă. Folosește comanda ChatGPT de la punctul 5, înlocuind webinarul cu ebook.
- Reduceri la consultanță: Oferă reduceri speciale pentru sesiunile de consultanță nutrițională membrilor comunității tale.

• GREȘELI DE EVITAT

- Vânzarea constantă fără a oferi valoare: Nu încerca să vinzi constant fără a oferi valoare. Oamenii se vor simți exploatați și își vor pierde interesul.
- Resurse de calitate scăzută: Evită să oferi resurse de calitate scăzută doar pentru a avea ceva de oferit. Calitatea este crucială pentru a menține încrederea și interesul comunității.

• POVESTE DE SUCCES

Un exemplu inspirațional este cel al **Violetei Motoacă, coach nutriționist**. Violeta a început să aplice principiul comunității de whatsapp atunci când a intrat în programul de Mastermind Magnet pentru clienți. Obiectivul ei a fost să genereze o afacere care să îi permită să renunțe la serviciul actual.

În doar 6 săptămâni, Violeta a creat un lead magnet foarte atractiv care i-a permis să crească rapid comunitatea la 100 de persoane. Zilnic Violeta oferă sugestii de meniuri, creează provocări scurte, cere feedback și oferă suport femeilor din comunitate care își doresc nu doar o dietă ci un stil de viață sănătos.

Comunitatea Violetei este foarte activă. În doar 2 săptămâni a reușit să genereze suficienți clienți încât să își planifice ieșirea din serviciul actual în următoarele două luni.

• CONCLUZIE

Oferă constant valoare pentru a menține interesul și loialitatea comunității tale.

Planifică-ți conținutul, oferă resurse de calitate și beneficii exclusive.

Nu uita, acțiunea bate talentul!

Fii consistent și dedicat în a oferi valoare și vei vedea cum comunitatea ta devine tot mai implicată și mai loială.

Notează acum pe ultima pagină ce acțiuni poți face pentru a oferi valoare în mod constant.



07

STRATEGII PENTRU A TRANSFORMA FANII ÎN CLIEŢI

Acum că ai construit o comunitate solidă și oferi valoare constantă, e timpul să faci pasul următor, transformarea fanilor în clienți.

Da, like-urile și inimioarele sunt bune, dar contează cine ia decizia de a achiziționa produsele tale. Să vedem cum poți face acest lucru fără să pari insistent sau disperat. (Știu că nu ești fan vânzări dar cifrele sunt cele care îți arată succesul afacerii tale)

• VÂNZAREA CA SPRIJIN PENTRU FANII TĂI

Gândește-te la afacerea ta ca la o călătorie cu trenul. Fiecare fan este un potențial călător care așteaptă să fie invitat să urce la bord. Transformarea fanilor în clienți nu înseamnă doar să vinzi, ci să le arăți cum produsele și serviciile tale le pot îmbunătăți viața. Este despre a crea o experiență care să le ofere valoare și să-i facă să simtă că fac parte din ceva mai mare.

• ACȚIUNI PENTRU TRANSFORMAREA FANILOR ÎN CLIEŢI

1. Construirea încrederii

- Testimoniale și recenzii: Folosește testimoniale și recenzii de la clienți mulțumiți pentru a construi încredere. Oamenii au mai multă încredere în recomandările altor clienți decât în publicitatea ta.
- Povești de succes: Prezintă studii de caz și povești de succes care demonstrează cum produsele sau serviciile tale au ajutat alți clienți.
- Postează informații care răspund la ezitățile potențialilor clienți.

2. Oferte și promoții exclusive

- Discount-uri și pachete speciale: Oferă discount-uri și pachete speciale pentru membrii comunității tale. Acest lucru îi face să se simtă valorizați și încurajați să cumpere.
- Webinarii și Evenimente exclusive: Organizează webinarii și evenimente exclusive pentru membrii comunității unde să le prezinți produsele sau serviciile tale într-un mod atractiv și informativ.

3. Call-to-Action-uri clare și convingătoare

- Claritate: Asigură-te că mesajele tale sunt clare și ușor de înțeles. Spune-le exact ce trebuie să facă pentru a beneficia de oferta ta.

- Urgență: Creează un sentiment de urgență. Folosește expresii precum „ofertă limitată” sau „valabil doar astăzi” pentru a încuraja acțiunea imediată.

● EXEMPLU PRACTIC

Să zicem că ești un coach de business și vrei să transformi urmăritorii în clienți pentru programul tău de mentorat.

1. Construirea încrederii

- Testimoniale: Publică testimoniale video de la clienți care au beneficiat de programul tău și au obținut rezultate vizibile.

- Studii de caz: Prezintă studii de caz detaliate pe blogul tău despre cum ai ajutat alți antreprenori să-și crească afacerile.

2. Oferte și promoții exclusive

- Discount pentru membri: Oferă un discount de 20% pentru membrii comunității tale care se înscriu la programul tău de mentorat.

- Webinar exclusiv: Organizează un webinar exclusiv unde să le explici beneficiile programului și să răspunzi la întrebările lor.

3. Call-to-Action-uri clare și convingătoare

- Pagină de vânzări clară: Creează o pagină de vânzare clară și atrăgătoare, cu butoane de înscriere vizibile în mai multe puncte.

- Creează o ofertă dedicată comunității cu garanția banii înapoi. “plătești 100 de euro acum și dacă în 14 zile constăți că nu este ceea ce îți dorești, îți dau banii înapoi.”

- Urgență: Anunță că oferta este valabilă doar pentru primele 10 înscrieri sau până la o anumită dată.

● GREȘELI DE EVITAT

- Fortărea vânzărilor: Nu încerca să vinzi agresiv. Oamenii simt când ești disperat și se vor retrage. Fii natural și sincer în abordarea ta.

- Ignorarea feedback-ului: Ascultă feedback-ul clienților și ajustează-ți ofertele în funcție de nevoile lor. Nu ignora criticile constructive.

● POVESTE DE SUCCES

Un exemplu inspirațional este cel al **Oanei Herra, hipnoterapeut RTT**. Oana a creat programul de **De la Visuri la Realitate în 100 de zile**. Participarea a fost gratuită timp de 2 săptămâni. Cei care s-au înscris de la început la varianta plătită au avut un preț early bird. Cei care au dorit să beneficieze mai întâi de cele două săptămâni de test, au plătit apoi prețul întreg.

● CONCLUZIE

Transformarea fanilor în clienți este important pentru succesul pe termen lung al afacerii tale. Construiește încredere, oferă promoții exclusive și folosește call-to-action-uri clare și convingătoare.

Nu uita, acțiunea bate talentul! Fii constant și dedicat în abordarea ta și vei vedea cum urmăritorii tăi se transformă în clienți fideli. Începe chiar acum să implementezi aceste strategii și vei observa diferența!

[illegible]

ADRIANA radu
DIGITAL BUSINESS MENTOR



MULȚUMESC CĂ AI DESCĂRCAT GHIDUL!



ADRIANA *radu*
DIGITAL BUSINESS MENTOR

**Te invit în comunitatea UPcelerator,-
comunitatea de whatsapp a soloprenorilor**

