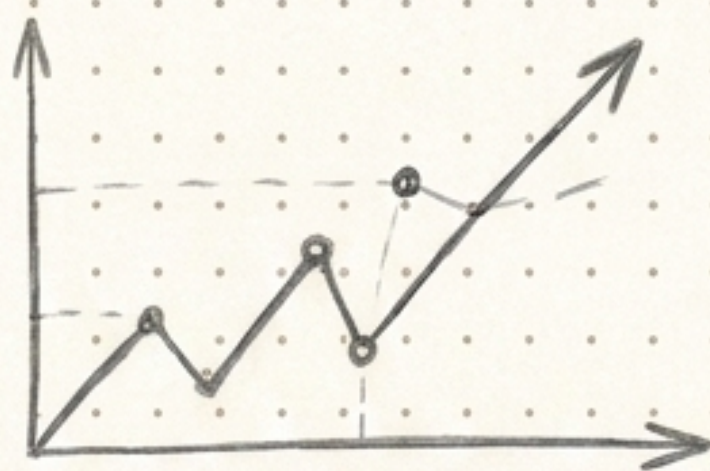
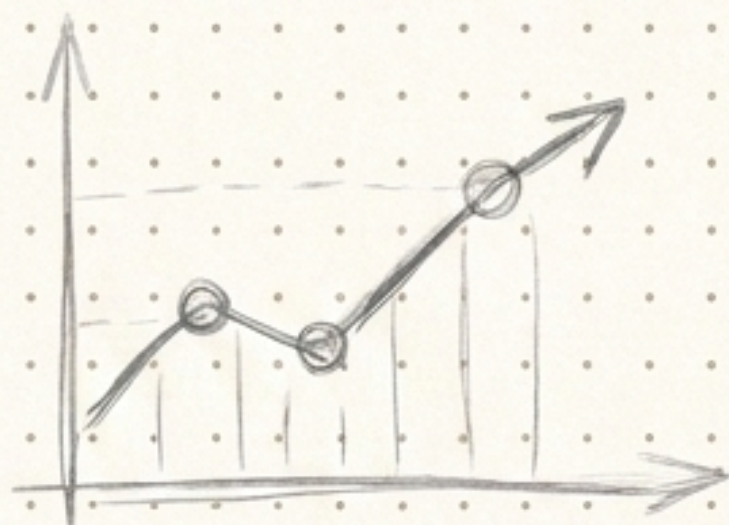
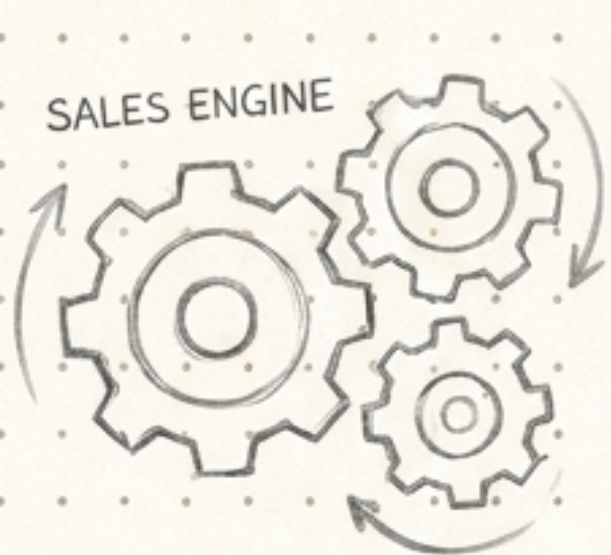




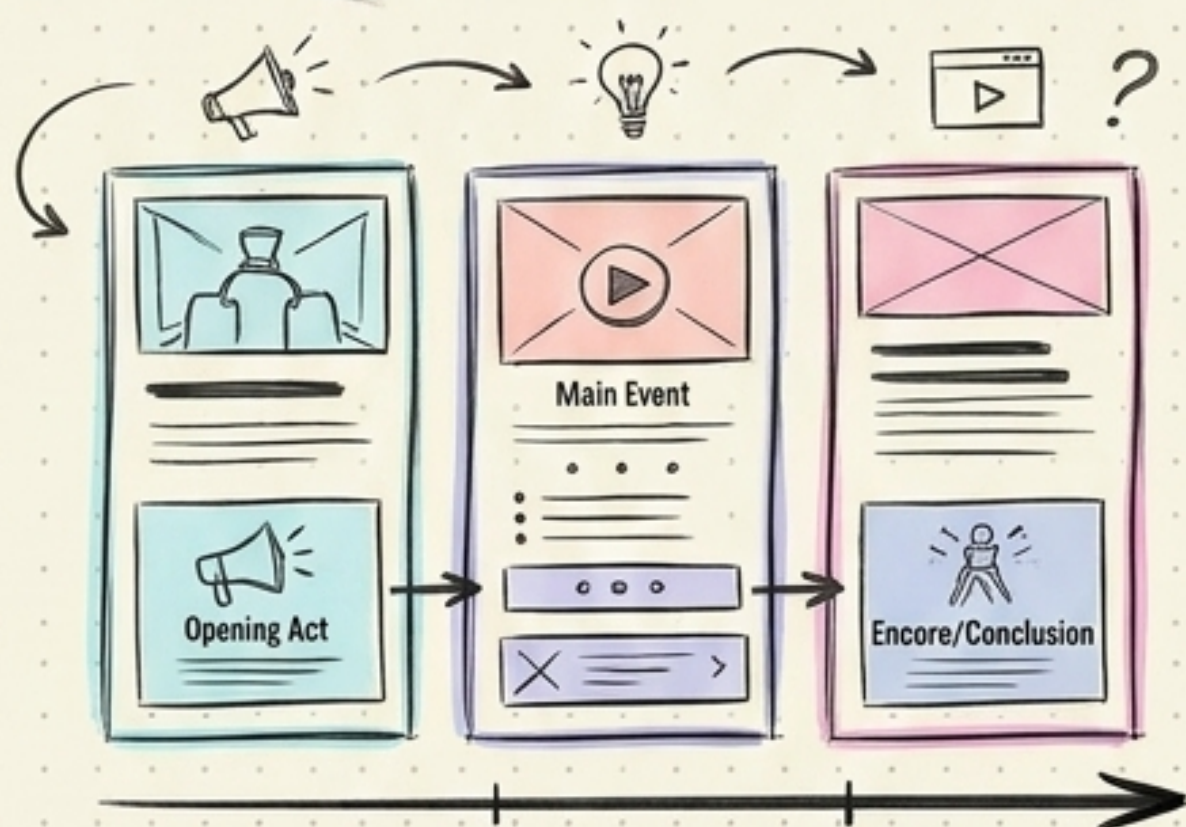
Суть Формулы запуска продуктов Дж. Уокера



The Hollywood Paradigm



Маркетинг как
событие, а не
просто продажа



The Sideways Letter Synthesis



The Insight

Не 'купи-купи-купи'
в лоб,
а выдача ценности
шаг за шагом

1



Возможность

Показываем, как изменится жизнь клиента (свобода, деньги, влияние). Транслируем удовольствие или избавление от боли.

2



Трансформация

Практика, кейсы и примеры. Показываем, как именно эти изменения работают в реальной жизни.

3



Обладание

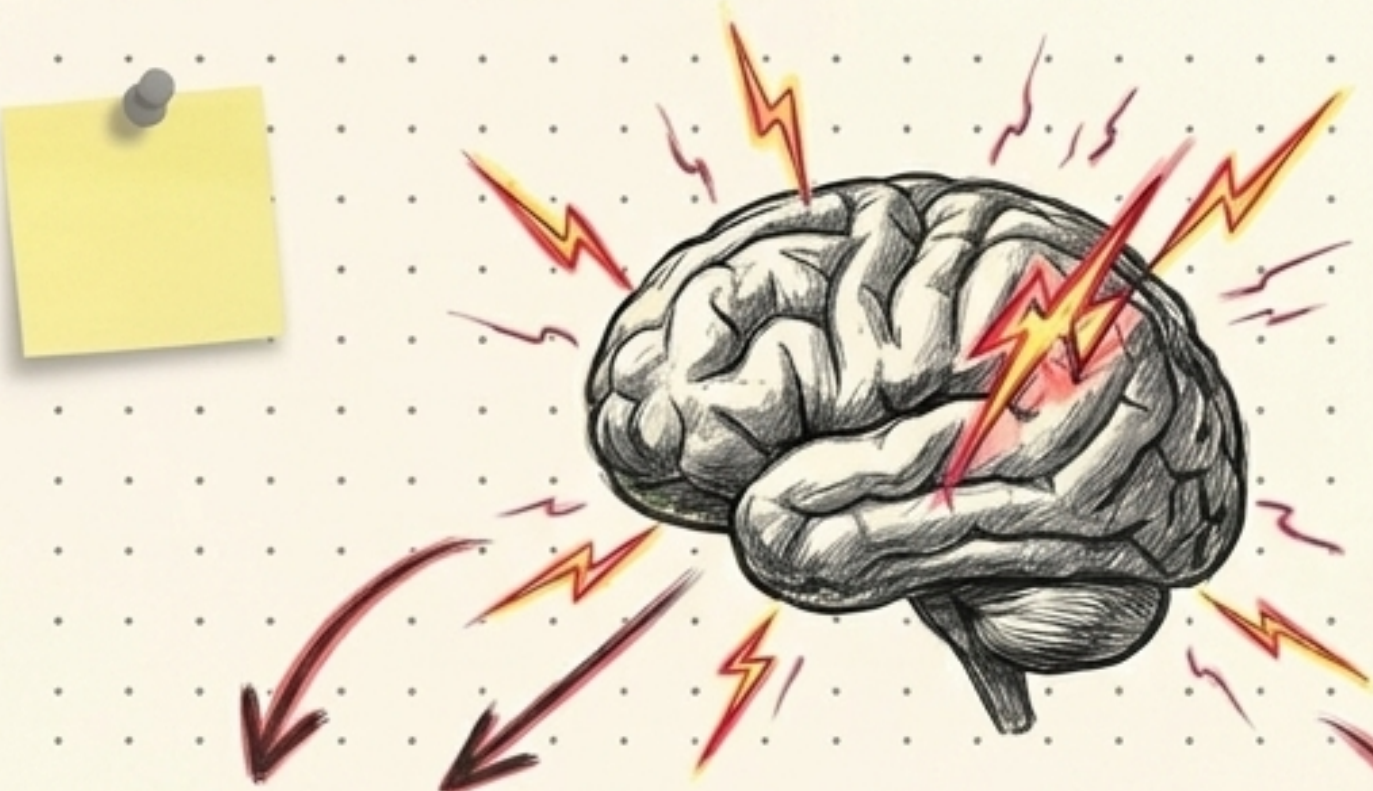
Помогаем клиенту примерить эти изменения на себя и осознать, что это доступно именно ему.

4



Открытая корзина

Продажа и вовлечение. Длится 4-7 дней. Пик продаж — в первый и последний день.



Авторитет

Обучая бесплатно и давая результаты до старта продаж, вы мгновенно становитесь экспертом в глазах аудитории.

Взаимность

Давая реальную ценность на этапе преланча, вы вызываете у людей сильное подсознательное желание отблагодарить вас.



Социальное доказательство

Комментарии, чаты и общий дивих вокруг контента показывают: «Это нужно всем, значит, нужно и мне».

Дефицит

Дедлайн. Без негативных последствий (сгорание бонусов, закрытие окна продаж или рост цены) люди не будут покупать.



Старый подход (PAS):

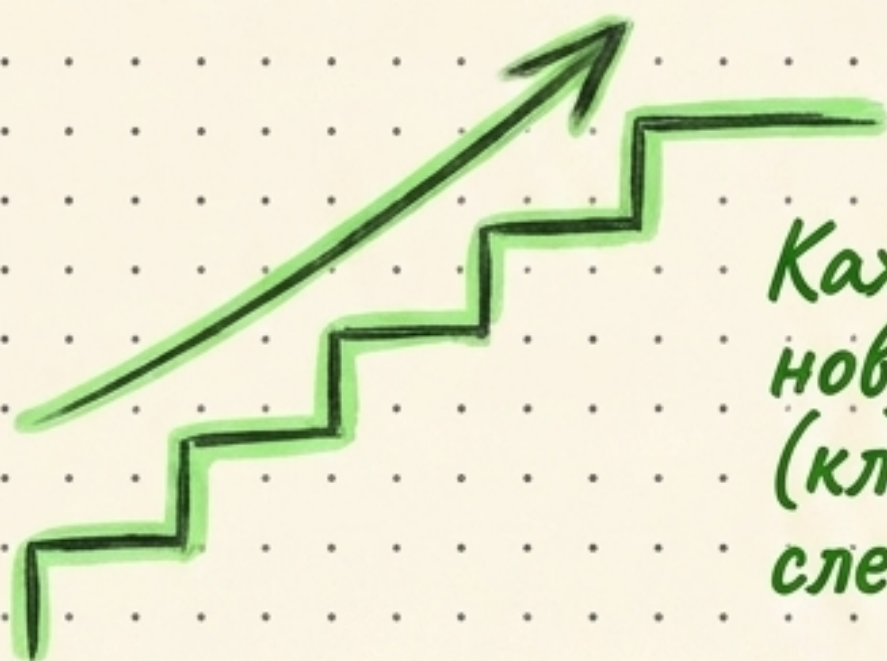
Проблема -> Усугубление (боль) -> Решение



*Люди устали
от давления
и манипуляций.*

Новый подход (PS Path):

Проблема -> Решение -> Новая проблема



*Каждое решение рождает
новую потребность
(клиффхэнгер для
следующего шага).*

Больше конкретных приемов
информаркетинга,
копирайтинга, сторителлинга,
использования нейросетей
в моем канале TG/Max
@zverinfo

Дмитрий Зверев