

Три шага найти клиентов финансовому советнику: что действительно работает, а что сливает бюджет.

Чтобы были клиенты, вам просто нужно больше подписчиков в соц сетях. Спасибо за внимание.

Вот такой короткой был бы этот гайд, если всё было бы так просто. Что же происходит на практике?

Я — Екатерина Жевжаренко. Финансовый консультант, член СРО НАСФП.

Веду с "0" ежедневно телеграмм-канал "Про семейные финансы" чуть больше 2 лет и сейчас там 600 подписчиков. За последний год 76 новых клиентов пришли в платную работу на разные финансовые услуги.

Я расскажу, как создавалась моя система поиска клиентов: что сработало хорошо, что не так хорошо, и как не потратить деньги впустую.

Сначала — не реклама, а упаковка

Соц. сети - база для поиска клиентов.

Неважно, что ты сделал, если это не увидели другие.

Если мы даем ссылку на свои соц. сети или на сайт, важно, чтобы люди, попав к вам поняли ответы на три вопроса:

- Кто вы?
- Чем вы занимаетесь?
- Чем вы им можете быть полезны?

Без этого даже самый качественный трафик (реклама в каналах с платежеспособной аудиторией) не даст результатов.

Рекламировать свои услуги до упаковки — всё равно что устраивать новоселье в квартире без ремонта и мебели. Люди заглянут, но не останутся. Потому что и сесть некуда, и оставаться не интересно.

Какие посты/видео базово нужно сделать для упаковки в соц. сетях:

1. Чем занимается финансовый консультант
2. Какие вы даете консультации
3. Как вы пришли в финансовый консалтинг
4. Ваша личная история с финансами
5. Отдельный канал с кейсами и отзывами

Далее создаем пост-закреп и добавляем туда ссылки на это публикации. Также в этот закреп добавляем топ 5-10 постов канала, которые стоит прочитать/посмотреть новым подписчикам.

Есть цитата в книге "Понедельник начинается в субботу", которую каждый финансовый советник может себе взять на заметку:

"Каждый человек - маг в душе, но он становится магом только тогда, когда начинает меньше думать о себе и больше о других".

Зачем вы новому человеку прямо сейчас?

Цель — захватить внимание перестала работать.

Перенасыщение информацией привело к тому, что человек сейчас очень избирательно подписывается на соц. сети. А если подписался, не факт что будет читать, а не отправит ваш канал в архив.

Новая цель — сформировать знание и вызвать действие.

Людям нужна быстрая бесплатная фактическая польза. Для этого создаем самую простую воронку - лид магниты: пошаговые инструкции, мини-уроки, экспресс-разборы. Спрашивайте людей, на какие вопросы они ищут сейчас ответы. На эти темы подготовьте лид-магниты.

Где искать клиентов: 5 успешных форматов, которые сработали



Взаимные эфиры с экспертами

Хороший способ выйти на смежную аудиторию. Принцип win-win: по количеству подписчиков. 500 у вас - ищите у кого 500-600 и т.д. 2000 у вас - ищите у кого 2000-3000. Создаём тему, которая интересна аудитории 2х экспертов. 1-2 чел. с эфира на 10 человек.



Выступления на конференциях

Тема вашего выступления — ваш личный бренд. Важно создать «мостик» к вам от слушателя: визитка, QR-код, мини-подарок, подписка на Telegram. 10-50 человек с конференции на 200-300 чел.



Деловые игры, ораторские клубы

Вы приходите прокачать свои навыки, а по факту презентуете себя в живом формате. Не продаёте — но люди вас видят, слышат, интересуются. 10 человек группа — 1-2 клиента с хорошими доходами.



Рассылки в Телеграмм по чатам

Работа со специалистом по рассылкам. Создаем короткие публикации на боль аудитории и предлагаем лид-магнит в личке. Далее ведем личную переписку. 25 заявок, из них 15 пришли на знакомство и 10 продаж.



Нетворкинг на мероприятиях

Для результата надо: уметь презентовать себя чётко: кто вы, что делаете, кому помогаете. Какие у вас услуги. У вас 2-3 минуты. Обмениваемся контактами и затем в личных сообщениях общение: предлагаем лид-магнит, обсуждаем коллаборации, рассказываем о своих услугах подробнее. Продвижение таким способом = стоимость участия в мероприятиях.

Осторожно: платное продвижение

- Реклама в Telegram и Я.Директ
- Съёмка видеоконтента с рилсмейкерами
- Работа со специалистами по чат-ботам

Не рекомендую использовать эти платные методы продвижения без подготовленной упаковки канала и четко-выстроенной воронки продаж с лид-магнитом. Лучше всего это делать после работы с опытным маркетологом.

Иначе, высокий риск получить много ботов, мало платежеспособных людей и... слить деньги.

Главные принципы поиска клиентов

Главное — выйти с человеком на диалог!

Люди покупают свои потребности, а не чужие возможности.

- Сначала создаем доверие — потом ведем к покупке
- Получите право на контакт и предложите то, что отвечает запросу клиента
- Тестируйте разные форматы поиска и усиливайте то, что сработало

Не существует какой-то универсальной стратегии . Но есть система:

1. Упаковка
2. Лид-магнит
3. Больше контактов

И завершу тоже цитатой из книги "Понедельник начинается в субботу":

"Только тот достигнет цели, кто не знает с-слова "страх".

Смелее пробуйте применить рекомендации данного гайда, чтобы клиент выбрал именно вас!

Екатерина Жевжаренко

финансовый консультант, член СРО НАСФП

Консультирую начинающих финансовых советников



www.pro-ff.ru



ТГ л/с: [@e_gevgarenko](https://t.me/@e_gevgarenko)



ТГ канал: ["Про семейные финансы"](#)