

# УВЕЛИЧЬ ПРОДАЖИ БОЛЬШЕ, ЧЕМ В 2 РАЗА

**АЛГОРИТМ**  
для кондитеров и не только

# ВВЕДЕНИЕ

Я приветствую вас, мои дорогие! Эти строчки сейчас читают лишь самые смелые, замотивированные и перспективные – те, кто хочет вывести своё дело в ТОП! Я знаю, у вас это обязательно получится!

## **ЗНАНИЯ + ДЕЙСТВИЯ = РЕЗУЛЬТАТ**

Я создала этот продукт, чтобы поделиться с вами **СВОИМИ** знаниями, после их получения вам нужно будет действовать! Уверенно, четко, не оглядываясь назад. Готовы? Вперёд!

Этот алгоритм создан для тех, кто пока только мечтает сделать из своего хобби работу, для начинающих специалистов, для тех, у кого есть заказы, но их очень мало и даже для топовых специалистов, которые хотят расти и расширяться!

Все примеры в этом алгоритме сделаны исключительно в кондитерской сфере, но вы спокойно можете интерпретировать их под свою нишу. Этот продукт поможет вам открыть глаза на пробелы, которые у вас есть. Каждый найдёт здесь что-то **ВАЖНОЕ** и **НУЖНОЕ**! В этом продукте я укажу на все моменты, которые особенно влияют на продажи, на выбор клиентов. Если всё, сказанное в этом алгоритме, будет вами сделано и закрыто, даже не сомневайтесь, что у вас всё получится!



# БЛОК 1

## КОНКРЕТНЫЕ ШАГИ

В этом блоке подробно описаны 11 равноценных шагов, которые прямо сейчас и без вложений помогут найти первых клиентов, если вы на начале пути, или же увеличить продажи минимум в 2 раза. Все эти шаги равнозначные, не обязательно делать их последовательно. Внимательно изучайте каждый пункт и действуйте! Не ждите! Помните, у вас есть СЕЙЧАС энергия на реализацию. Но, пожалуйста, не торопитесь сделать сразу всё, чтобы просто сделать, у вас всегда есть время и возможность что-то дополнить, у вас нет задачи делать идеально, важно ДЕЛАТЬ. Погнали!

**РАССКАЗАТЬ О СЕБЕ ВСЕМ**

**ОФОРМЛЕННАЯ ШАПКА**

**УТП**

**ВЕДЕНИЕ РАЗНЫХ СОЦ.СЕТЕЙ И ПЛОЩАДОК**

**КОНТЕНТ. ФОТО И ВИДЕО**

**КОНТЕНТ. ПОСТЫ, ПУБЛИКАЦИИ, ТЕКСТ**

**ЗАПУСК СИСТЕМЫ**

**ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ**

**ОФОРМЛЯЕМ ОТЗЫВЫ**

**ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ**

**РЕКЛАМА БЕЗ ДЕНЕГ. ГОТОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ**



# РАССКАЗАТЬ О СЕБЕ ВСЕМ

**!ВАЖНО ДЛЯ ЛЮБОГО УРОВНЯ КОНДИТЕРА!**

**И СНОВА СТРАХИ, ИЗ-ЗА КОТОРЫХ МЫ СЕБЯ  
ПРЕДАЁМ:**

«Я боюсь о себе рассказать, боюсь, что в Инстаграм увидят бывшие коллеги, одноклассники или одноклассники. Училась и работала юристом, а теперь кондитер домашний...»

**Страх рассказать о «новом хобби» бывает очень сильным. Вы боитесь осуждения, косых взглядов, чужого мнения, но при этом сильно хотите зарабатывать именно на этом и чувствуете, что ЭТО ВАШЕ!**

**«Я нашла себя! Но признаться стыдно»  
СТОП.**

**Давайте разбираться. Погрузимся в этот страх. У человека НЕТ ЕДИНОГО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЯ, это нормально менять интересы, профессию и искать НОВОЕ!**

**Предавать себя, застаиваться и не признавать, что ваша деятельность уже не зажигает – это не нормально. Кондитер – это супер творческая и супер ответственная профессия, она НИЧЕМ не хуже юриста, бухгалтера и прочих профессий, возможно даже более высокооплачиваемая!  
С ВАМИ ВСЕ ТАК! С ВАМИ ВСЕ В ПОРЯДКЕ!**

**Далее! Почему вообще вы ждёте осуждения?**

**Откуда уверенность, что это стыдно рассказывать о своём новом деле, о том, что вы теперь домашний кондитер и готовы брать заказы? По статистике всё как раз наоборот. Люди, которые открыто говорят о своём деле, о смене рода деятельности вызывают восхищение.**

**Пожалуйста, не бойтесь заявлять о себе миру – это безопасно!**

Первым делом, напишите своим родственникам, знакомым, в родительские чаты, в которых состоите, бывшим коллегам, приятелям, в группы с одноклассниками и одногруппниками сообщение о том, что вы делаете вкуснейшие торты! Прикрепите пару фотографий и не стесняйтесь предложить им свою услугу на будущее.

**У ВСЕХ ЕСТЬ ДНИ РОЖДЕНИЯ, У ВАШИХ ЗНАКОМЫХ, У ИХ РОДИТЕЛЕЙ, ДЕТЕЙ И У НИХ САМИХ. Годовщины, юбилеи, выпускные и так далее. Найти и довериться кому-то «чужому» всегда сложнее, чем своему знакомому.**

Поверьте, это будет ваш важный старт! Все начинают именно так, потому что это работает! Именно так мы запускаем процесс. Чаще всего первые заказы это близкие, близкие близких, знакомые близких и т.д.. Если вы думаете, что как-то иначе начинаются продажи, вы ошибаетесь. Нужно наделить как можно больше людей информацией о вашей деятельности.

Если же у вас есть какие-то заказы от посторонних людей, сделайте аналогичную рассылку. Потому что это работает!

**ЕСЛИ ВЫ НЕ НОВИЧОК, И У ВАС УЖЕ ЕСТЬ  
ЗАКАЗЫ,**

**то не пренебрегайте этим пунктом!**

У вас есть огромное количество людей, с которыми вы давно не взаимодействовали. Возможно именно они нуждаются в вас, в ваших услугах. Вас даже может ждать неожиданно классное сотрудничество! Разошлите о себе подготовленную информацию и вы удивитесь, как это может работать!

Не бойтесь отказов – это нормально, это абсолютно нормально. Сегодня человеку не нужно, но завтра он вспомнит именно вас или порекомендует вас. И это тоже про ваш запуск!

**Тем более, если вы давно этим занимаетесь, то у вас уже много отзывов и примеров работ. Приятно шокировать своей «подкованностью» у вас точно получится, а значит получится и лучше продать!**

# ОФОРМЛЕННАЯ ШАПКА

---

Вот, что должен понимать человек за 30 секунд, когда впервые попадает на вашу страницу в любой из соц.сетей:

**– ИЗ КАКОГО ВЫ ГОРОДА (Локация)**

**– НА ЧЕМ СПЕЦИАЛИЗИРУЕТЕСЬ**

**Только муссовые торты? Капкейки? Свадебные торты? Зефирные цветы?**

Если по основным параметрам ваш аккаунт подходит человеку, то он остаётся. И тут важно, чтобы потенциальный клиент увидел зацепку:

**– УТП**

**Как и десятки других кондитеров, вы находитесь в нужном городе и производите нужный этому человеку «товар», ТРЕБУЕТСЯ ЗАЦЕПИТЬ! Укажите придуманное УТП в шапке профиля (об этом дальше).**

Вы подходите, вы зацепили внимание, он остаётся на вашей странице больше минуты, взгляд подсознательно смещается на название (никнейм), чтобы его запомнить...



**Важнейшая задача – создать запоминающийся и «корректный» никнейм! Это так же сильно влияет на выбор, потому как – это ваш бренд! Ник должен быть:**

**– Емким, коротким и легко запоминающимся  
Не должно быть непонятного набора цифр и кучи нижних подчёркиваний. Подумайте над вашим ником, дайте время этому! VienoSake родился около месяца.**

**– Так как буквы зачастую можно использовать только английские, важно, чтобы смог прочесть и запомнить каждый человек. Лучше использовать лёгкие слоги: ma, na, le, ta, ra, so и т.д..**

Конечно, важна визуальная часть: аватар.  
Рекомендации по поводу аватара: это должен быть логотип вашего бренда или ваша фотография, как кондитера. На логотипах принято дублировать название. Цвета на логотипе считаются основными цветами бренда.

**Примеры аватара, если не хотите ставить логотип:**





# **УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

Сокращённо – УТП. Важно придумать и ПРОПИСАТЬ то, что будет «подкупать» человека, который найдёт вас впервые и то, что будет выделять вас среди других кондитеров. И даже, если у кого-то, есть тоже самое преимущество, но оно НЕ ПРОПИСАНО, то вы однозначно в выигрыше! Также, если у вас узкая специальность (только сладкие букеты, только зефир), то указывайте это.

**Готовые примеры УТП от BuenoSchool:**

## **ВКУС БЕЗ ДЕКОРА ТОРТЫ НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ**

**Здесь речь о тортах, которые человек может позволить себе в любой день, уютный вечер, где не нужен особый декор, за который обычно дополнительная наценка.**

**ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА/ЭКОЛОГИЧНЫЙ СОСТАВ** У большинства уважающих себя кондитеров натуральные составы, но тот, кто прописал, сделал акцент – тот и выиграл. Это не обязательно для каждого, ищите своё.

## **ДЕГУСТАЦИОННЫЕ СЕТЫ**

**ТОРТ ИЗ ПОЛОВИНОК И ЧЕТВЕРТИНОК**

**ТОРТ ЗА 24 ЧАСА**

**ЭкоТОРТЫ**

## **ВСЕГДА ЕСТЬ В НАЛИЧИИ**

**Опять же, люди чаще всего заказывают заранее. Если у вас чего-то нет, вы докупите это перед готовкой. Но фраза работает! И она заставляет остановиться! Правда, если вы предоставляете возможность заказать торт на завтра, то тогда эта фраза = новая ответственность. И действительно нужно иметь все ингредиенты с запасом.**

## **АВТОРСКИЙ ДЕКОР**

**Возможно, ваши торты имеют особый декор, и это вас выделяет. Пропишите КАКОЙ.**

**Если вы имеете какие-то награды в кондитерской сфере – тоже пропишите это ёмко и громко!**

**Важное дополнение: УТП должно быть понятным, это не должна быть общая фраза по типу: «Самые вкусные торты, роскошные торты, ваш лучший праздник, супер эмоции, я дарю эмоции и тому подобное».**

**Конкретно. Прямо. О чём вы? Человек должен зайти в ваш профиль и, прочитав шапку, чётко понять вашу уникальность, ваше предложение.**

Дальше В ИДЕАЛЕ ваш профиль должен САМ продать. Если человек зацепился за шапку профиля, увидел аватар, который его привлекает, понял вашу уникальность, то после уже ваш профиль должен продавать. Через что? Через сторис, хайлайтс, посты. Каждое касание этого потенциального клиента с вашим блогом должно ему продавать. Именно об этом будем говорить дальше.

# ВЕДЕНИЕ РАЗНЫХ СОЦ.СЕТЕЙ И ПЛОЩАДОК

«Продажи везде!»

Ошибка начинающих кондитеров в 2022 году это заходить ТОЛЬКО в Инстаграм. А ведь это сейчас самая коммерческая соц.сеть. Иными словами, бесплатное продвижение в этой соц.сети с каждым годом становится всё более НЕВОЗМОЖНЫМ. Даже популярным блогерам Инстаграм часто обрезает просмотры или вовсе НЕ продвигает публикации БЕСПЛАТНО, как было изначально. Поэтому надеяться только на эту соц.сеть НЕЛЬЗЯ.

ТикТок уже давно стал площадкой для любого контента! Нет, там не только детский контент, люди там строят бизнес, набирают миллионную аудиторию и становятся популярными БЕСПЛАТНО! Самая быстрорастущая соц.сеть. Крутая по своим возможностям для контентмейкеров. А ВК? Кто сказал, что люди оттуда ушли? Кто навязал, что там нечего делать?! В этой площадке есть масса возможностей и платёжеспособная аудитория!

**Чтобы начать получать заказы или увеличить их объём больше, чем в 2 раза, НЕ ВКЛАДЫВАЯ ДЕНЕГ, нужно вести минимум 3 соц.сети: ВКонтакте, Инстаграм и ТикТок.**

**ВСЕ ГОРАЗДО ЛЕГЧЕ, ЧЕМ ВАМ КАЖЕТСЯ.  
ГОТОВАЯ СХЕМА РАБОТЫ ОТ BuenoSchool:**



ТикТок. Бесплатное продвижение. Возможность очень быстрого роста! Только формат видео. Контент с этой площадки дублируем в Reels и ВК. Очень важно весь трафик, который вам даёт ТикТок, переливать в другие соц.сеть. Очень хорошо люди идут в Инстаграм. Под каждым видео желательно оставлять свой никнейм в Инстаграм.



Instagram. Ежедневно ведём сторис, регулярно публикуем контент в ленту. Дублируем видеоматериал с ТикТок в Reels.



С ТикТок перепубликуываем контент в клипы ВК. Сторис из Инстаграм дублируем в сторис ВК. Посты из Инстаграм перепубликуываем в посты ВК.

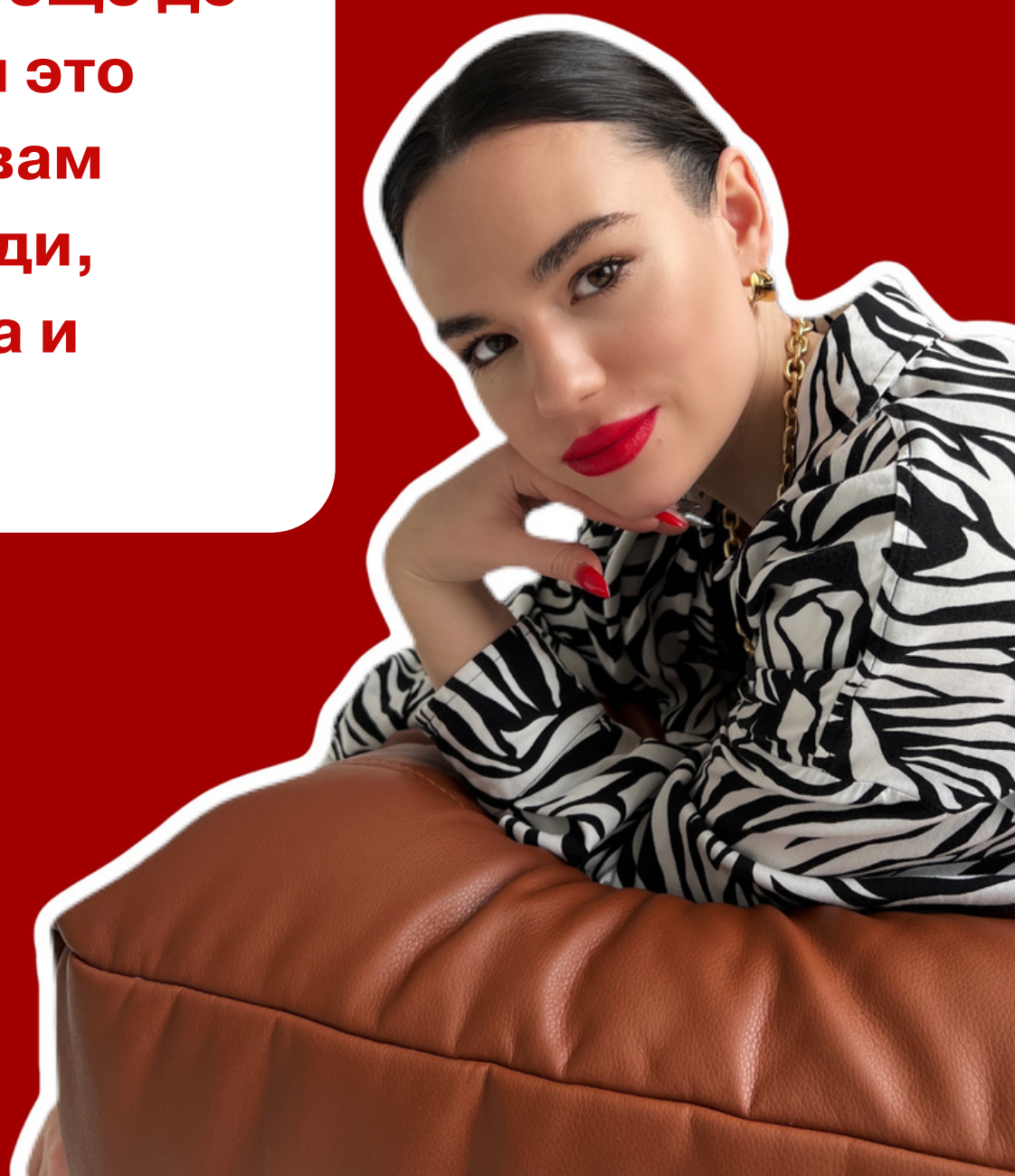


## **ДРУГИЕ ПЛОЩАДКИ:**

Помните, не все люди сидят в соц.сетях. Создайте и оформите свою услугу на «Авито» и «Юла»:



**«Да, это работает! У меня было много клиентов с этих бесплатных площадок ещё до Инстаграма. И сегодня это тоже может принести вам клиентов! Там есть люди, которые ищут вас! Юла и Авито, запомните)»**





# КОНТЕНТ. ФОТО И ВИДЕО

---

**«Люди должны хотеть это съесть»**

Фотография требует тщательного подхода. Любой волос, пятно на столе, разводы на посуде заставляют потенциального клиента задуматься о стерильности вашего производства. Есть хочется там, где прежде всего чисто. Аналогично и с видео, следить нужно за каждой деталью.

**Фото или видео?**

BUENO – это про сочность видео!

Во-первых, видео это бесплатный **МОЩНЫЙ** способ продвижения в TikTok, Reels и клипах ВК!

Во-вторых, видео это более живой, сочный формат, когда продукт можно детально разглядеть и захотеть его **ПРЯМО СЕЙЧАС**. Поэтому видео продаёт лучше, чем фото.

## Правила продающей фотографии

Для того, чтобы начать делать шикарные фотографии вам не нужно ждать появления в вашей жизни нового айфона! Сочные ФОТО вы можете делать прямо сейчас.

– Хорошее освещение.

Плохое освещение это то, что понижает качество в разы! Работа со светом самая важная часть в создании контента. Лучше фотографировать при естественном дневном освещении, но если картинка получается темная, то используйте дополнительные источники света. Если фотография НЕкачественная, смазанная, не добавляйте её в аккаунт. Либо качество, либо ничего.

– Ракурс и фокус.

Нет единого идеального ракурса для всех десертов. Делайте сразу 10-20 фото: сверху, снизу, сбоку, под разными углами. И самое важное: следите за горизонтом, фотография не должна быть завалена влево или вправо. Если все фото будут с одного ракурса, ваш визуал в соц.сетях превратится в «Магазин на диване». Бегайте вокруг десерта, чтобы сделать ему лучшие в его жизни фото! И следите за фокусом, чтобы десерт всегда был четким.





– Стерильность.

Разводы, пятна, порванные перчатки, волосы, пыль в кадре не допустимы! Перед фотосессией десерта подготавливаем место для съемки и сам десерт как фотомоделю. Пожалуйста, уделите внимание деталям.

– Акцент на продукте.

Нейтральный фон: белый/бежевый/серый.

Однотонные перчатки белого, чёрного или бежевого цвета. Всё внимание должно быть на краску и детали десерта. В кадр можно положить мелкие атрибуты, которые будут украшать картинку, а не перебивать и конкурировать с продуктом.

– Фото в действии. Секретное оружие!

Видео действительно является более продаваемым форматом, но и фото необходимы. И фото в действии являются секретным оружием продаж! Чтобы максимально передать процесс, цвет, консистенцию, делайте именно такие фотографии.

Как их делать?

Вы можете задействовать другого человека, надеть на него перчатки. Пусть он выполняет действие, а вы выровните кадр и делайте непрерывные фото. Либо зафиксируйте телефон и снимайте на видео, а после сделайте скриншот нужного кадра.



## Правила продающего видео

Всё то, что входит в правила продающей фотографии относится и к видео. Отдельно стоит выделить:

– Динамика и длительность.

Слишком длительное видео показа декора или разреза с одного ракурса не продаёт! Важна нарезка разноплановых кадров, которая в совокупности с музыкой вызывает слюноотделение. Видео это бесплатный способ продвижения и в ТикТок, и в Рилс, и в Клипах. А заходят там короткие динамичные ролики!

– Выравнивание в кадре. Напоминание!

Следите за горизонтом в кадре. Да, его можно будет подкорректировать прямо в фотоплёнке или дополнительных приложениях, но тогда часть кадра обрежется. Обращайте на это внимание сразу.

– Использование эффектов из приложений по минимуму.

– Настроение видео. Правильный выбор музыки.

Продумайте концепцию видео и настроение, которое вы хотите передать. Если вы на детский торт поставите дерзкую музыку или музыку с матом на английском, это будет неуместно. Если это нежный, минималистичный десерт, то песня Надежды Бабкиной испортит ВСЁ. Даже если у вас идеальные кадры. Подбирайте музыку, исходя из ТРЕНДОВ и настроения, а не личных предпочтений. Всё должно работать «на» друг друга, а «не против».



## **ОШИБКИ**

### **МЕШАТЬ РАЗНЫЙ НЕСОВМЕСТИМЫЙ КОНТЕНТ**

**Если у нас кондитерский аккаунт, не нужно выкладывать в ленту видео с концерта, фото своих питомцев и тому подобное. Это антипродажа!**

**И выбор потенциального клиента будет сделан не в вашу пользу, сохраняем одну концепцию аккаунта.**

### **ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЧУЖИЕ МАТЕРИАЛЫ ИЛИ ФОТО/ ВИДЕО ИЗ ИНТЕРНЕТА**

**Это не продаёт, а отнимает клиентскую базу. Выделяйтесь тем, как ведёте страницу, общим фоном, одним качеством, одинаковой фирменной посудой и т.д..**



# **КОНТЕНТ. ПОСТЫ, ПУБЛИКАЦИИ, ТЕКСТ**

Ошибка многих кондитеров – это делать только продающий контент: «Купите, купите, купите». В любой из соц.сетей нужно удерживать интерес аудитории! Как?

Чередовать несколько видов контента:

## **ПОВЕСТВОВАНИЕ**

Рассказ о чем-либо. Такие посты заходят на УРА!

Не бойтесь рассказывать о себе, о своём опыте, об интересных ситуациях с обучением. Идеи для постов:

«ИСТОРИЯ ОДНОГО ОТЗЫВА»

«КАК 3 ГОДА НАЗАД Я УЧИЛАСЬ ГОТОВИТЬ КАРАМЕЛЬ»

«МОЙ ПУТЬ В КОНДИТЕРЫ»

«МОЙ ПЕРВЫЙ ОПЫТ С ДЕКОРОМ»

## **ИНТЕРАКТИВ**

Задача таких постов – получить максимальное количество обратной связи. В таких постах можно поднять хайповые темы для споров, устроить голосование. Идеи для постов:

«ПОШЛИ БЫ ВЫ НА «ШОУ КОНДИТЕР?»»

«ЛЮДИ БЫВАЮТ ДВУХ ТИПОВ: любят изюм и ненавидят.  
КАКОЙ ТИП ВЫ?»

«МУССОВЫЙ ИЛИ БИСКВИТНЫЙ ТОРТ?»

## **ПОЛЬЗА**

Делимся пользой, которая пригодится не только кондитерам, но и другим людям:

«РЕФЕРЕНСЫ ДЛЯ ФОТОГРАФИЙ С ТОРТOM НА ДР»

«НОВЫЙ ТРЕНД С БОКАЛАМИ»

«ВАРИАНТЫ СМЕШНЫХ НАДПИСЕЙ НА ТОРТ»

«САМЫЕ ЗАБАВНЫЕ ПРАЗДНИКИ»

## **ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ**

Ещё раз показываем свою заботу о клиентах.

«СКОЛЬКО МОЖНО ХРАНИТЬ ТОРТ»

«ПРО ДОСТАВКУ»

«ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ АЛЛЕРГИЯ НА КАКОЙ-ЛИБО ИНГРЕДИЕНТ»

## **ПРОДАЖИ**

Продающие посты должны приводить к одному – продажам. Они могут быть в формате рассказа, отзывов или пользы, но должны продавать.

«КАКУЮ НАЧИНКУ ЗАКАЗАТЬ НА ДЕТСКИЙ ПРАЗДНИК, ЧТОБЫ ВСЕ ЕЛИ...»

«ОТЗЫВЫ О СНИКЕРСЕ! ВИДЕО ОТ ЗАКАЗЧИЦЫ»

«МОИ ТОРТЫ ЭТО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЕДА – ЭТО ЭМОЦИЯ!»

«КАК ПОНЯТЬ СКОЛЬКО КГ ЗАКАЗЫВАТЬ...»

# ЗАПУСК СИСТЕМЫ

На начальном вы этапе или уже являетесь кондитером с заказами, чтобы расти, вам нужно заявить о себе миру!

**Сарафанное радио работает! Ваша задача: ЗАПУСТИТЬ СИСТЕМУ. И никто, кроме вас, на начале пути не может этого сделать.**

Визитки это точно ваш ключ! Создайте свои индивидуальные визитки и везде ходите с ними. Люди всегда интересуются друг у друга работой.

Рассказывайте о том, что вы домашний кондитер и давайте визитку. Также при отправке тортов доставкой кладите парочку визиток.

Пример: у вас заказали торт на девичник; подружки невесты были шокированы вкусом! Они видят ваши визитки и берут их, чтобы заказать такой же! Ведь это уже ПРОВЕРЕННЫЙ вариант. На визитках как раз указано несколько соц.сетей. И каждая найдёт удобную для себя площадку и подпишется, чтобы не потерять.

Если вы на самом-самом начале пути, то можно приготовить торт на чаепитие с родителями и детьми в школу, садик, секцию, кружок, и раздать каждому визитку! Аналогично с другими мероприятиями. У мужа мероприятие на работе, отправьте торт с визитками! Не молчите, говорите о своём торте, перед вами уже потенциальные покупатели.

**ТУТОРИАЛ ПО СОЗДАНИЮ ВИЗИТКИ В БЕСПЛАТНОМ ПРИЛОЖЕНИИ:**



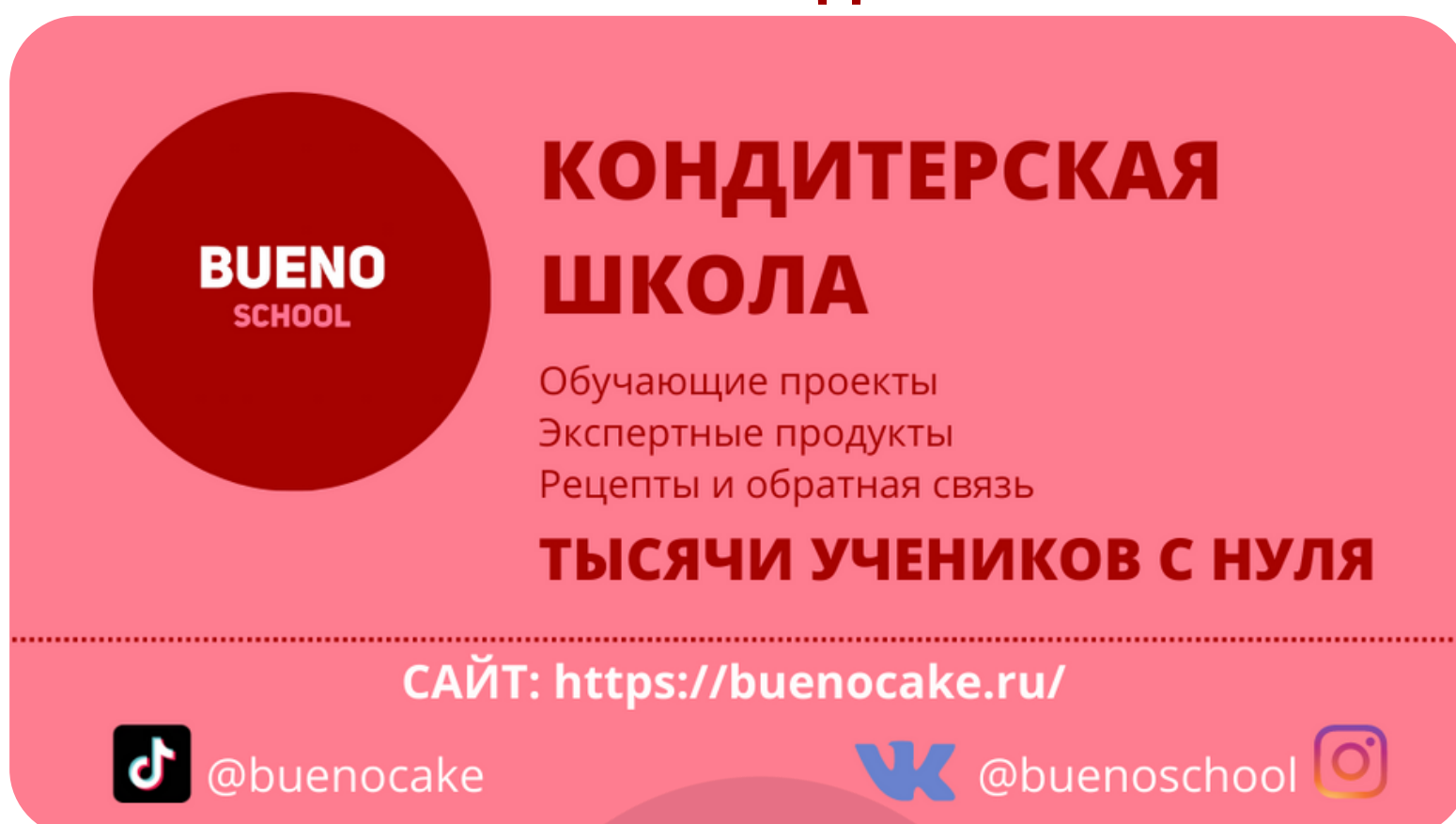
## **КСТАТИ,**

**«Я естественно тоже делала визитки! Я даже делала листовки и расклеивала их по своему району. И даже договаривалась с салоном красоты, чтобы там лежали мои визитки! И тогда я не знала такого бесплатного инструмента и делала их ПЛАТНО! Сейчас от души делюсь с вами своими знаниями и тем, как самостоятельно сделать визитки!»**





Самая легкая по созданию визитка.



Первая сторона. Лицевая.

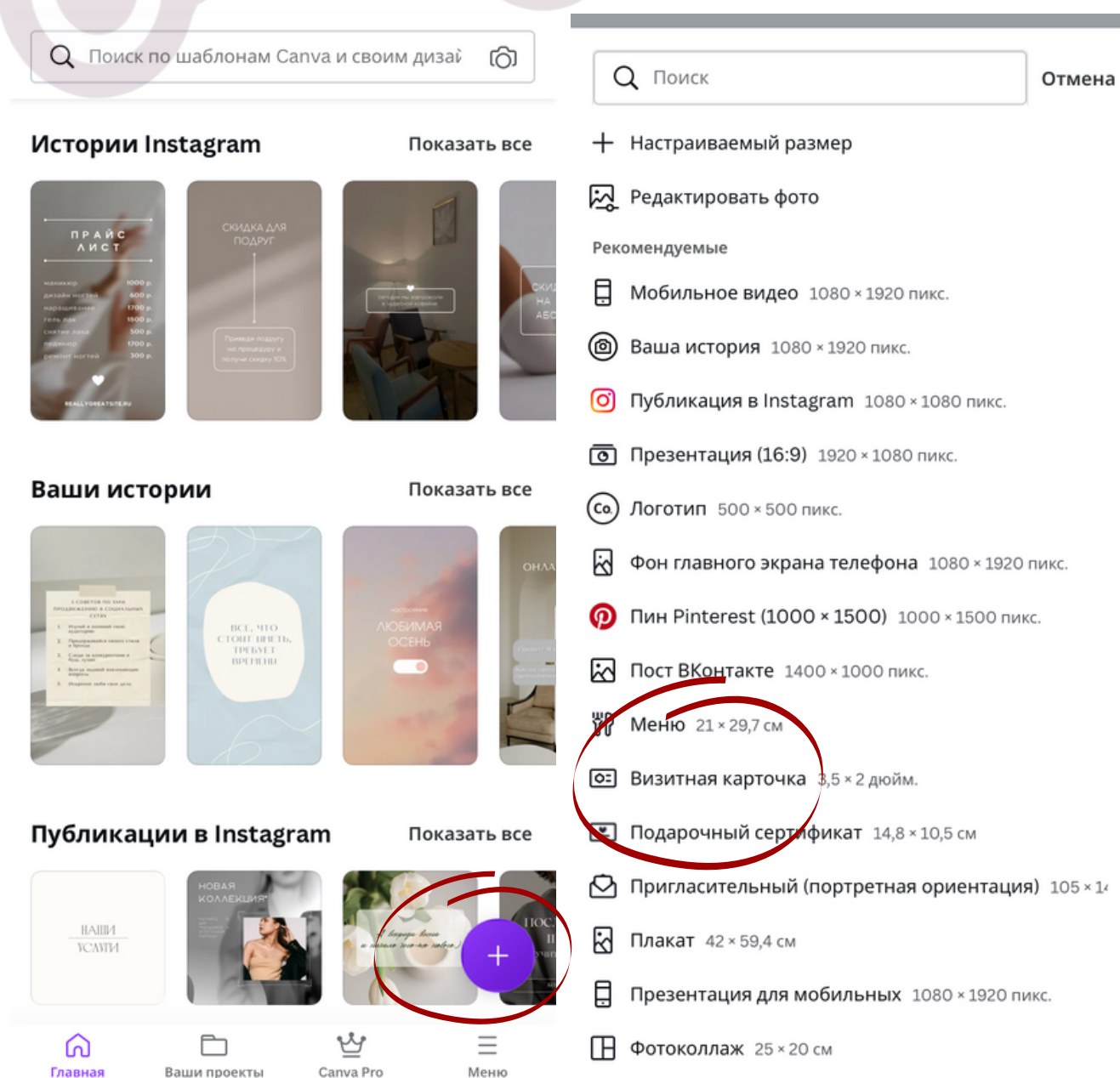


Изнаночная сторона без информации.

Шаг 1. Скачиваем приложение «Canva».

Шаг 2. Открываем и нажимаем на плюсики.

Шаг 3. Выбираем «Визитная карточка», если нет в списке, то вводим это в строке с лупой.

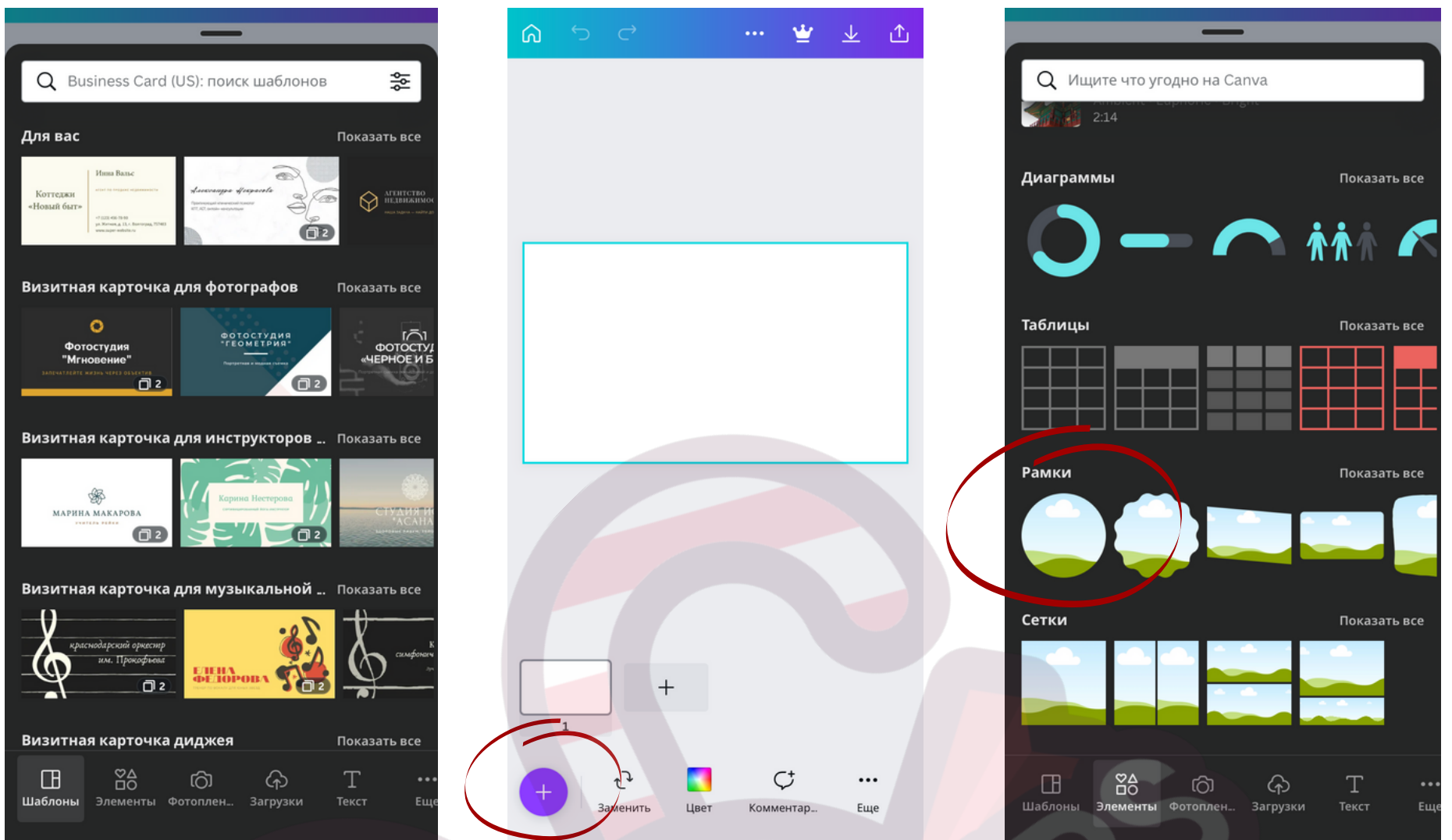




Шаг 4. Выскакивает окно с готовыми шаблонами. Можно выбрать шаблон и изменить цвет и текст, а можно создать свой.

Шаг 5. Нажимаем на плюсик.

Шаг 6. Выбираем круглую рамку.



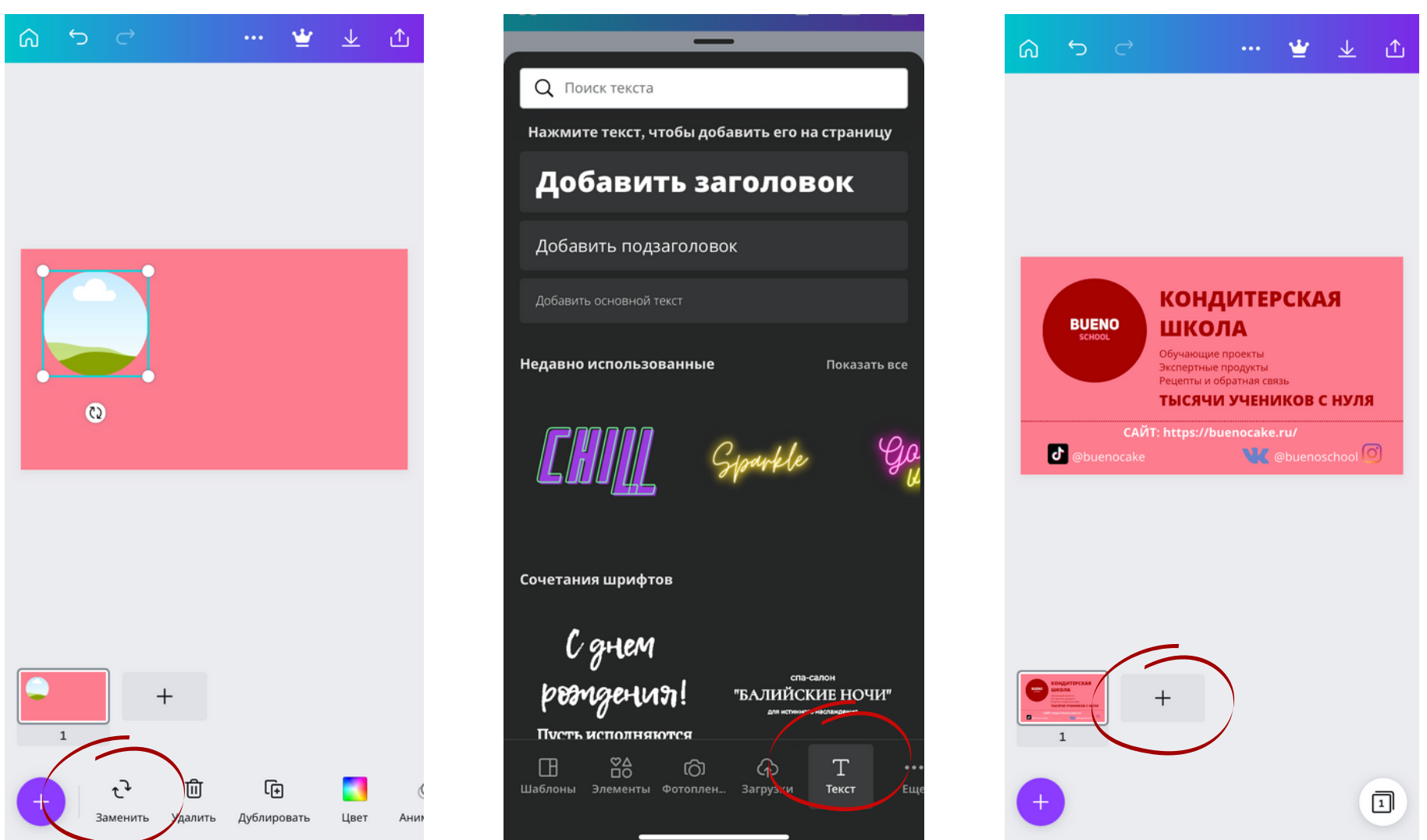
Шаг 7. Нажимаем «Заменить» и вставляем свой логотип из соц.сетей.

Шаг 8. Нажимаем на плюсик. Нажимаем на текст и прописываем информацию. Нажимаем на плюсик.

Нажимаем на элементы и вводим «ВКонтакте», «Инстаграм», «Тикток». Элементы располагаем на визитке и прописываем ники в соц.сетях.

Шаг 9. Нажав на плюс, появиться вторая страница.

Оформить её с фотографией по аналогичной инструкции.



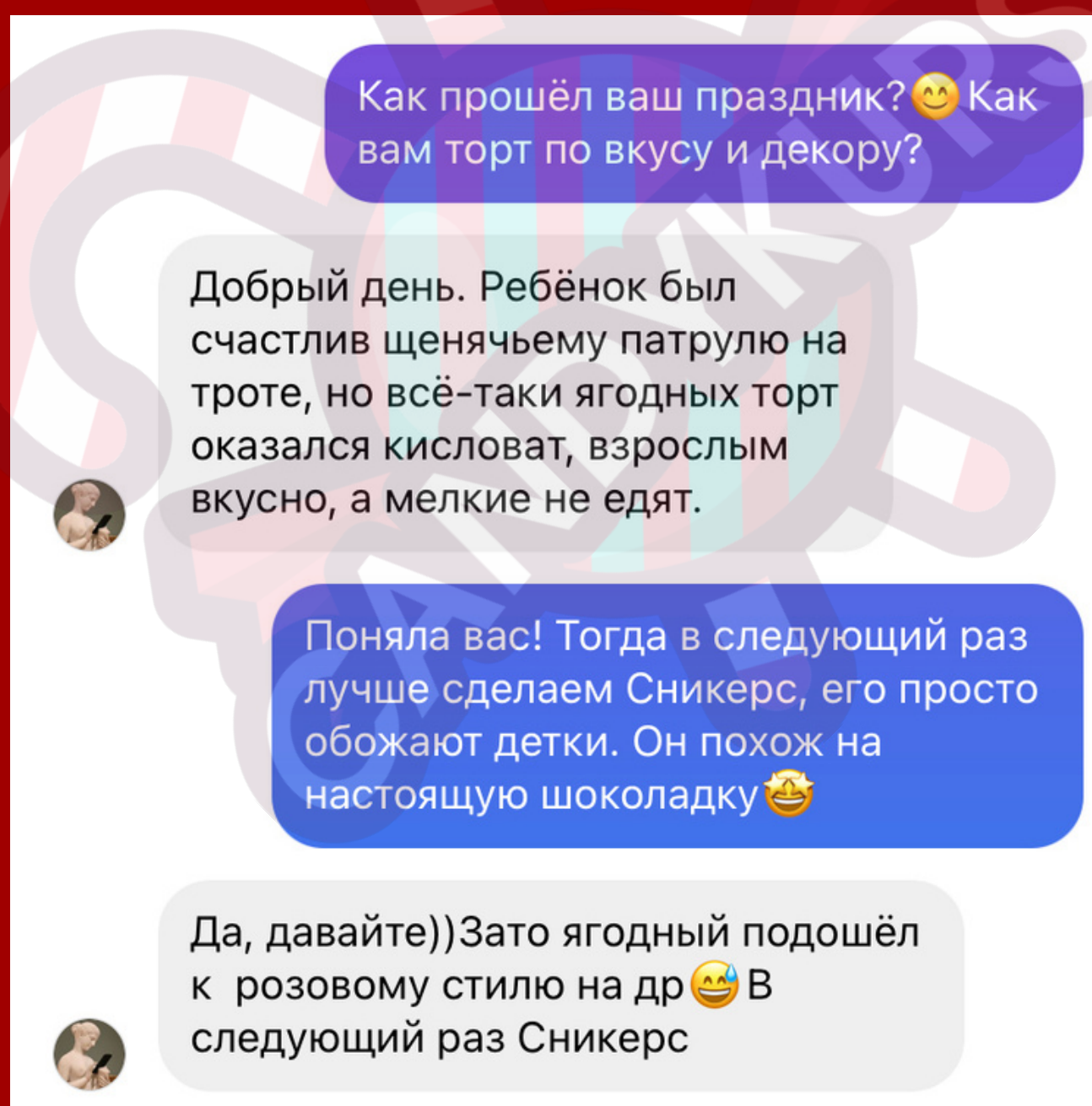
**На визитке обязательно должны  
быть указаны:**

1. Логотип (ваш аватар из соц.сетей)
  2. Название вашего бренда
  3. Услуга, которую вы предоставляете  
(ТОРТЫ НА ЗАКАЗ)
  4. Несколько пунктов о вашем бренде + УТП
  5. Ваше имя, чтобы при заказе к вам могли  
обращаться
  6. Все необходимые средства связи  
(Ватсап; Телеграм; Номер телефона)
  7. Сайт или соц.сеть, где подробно расписаны вкусы,  
прайс, отзывы.
- Желательно на вторую сторону визитки расположить  
самое сочное фото вашего торта! Лучше всего  
разрез.

# ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

**Отзывы и разрезы это ваш кейс!**

Дело в том, чтобы ТОЛЬКО получить отзыв? Нет, не только. Дело в более близких и честных отношениях с клиентом. Помните, один человек может принести вам либо 2 500₽ за год, либо более 20 000₽ (минимальная цифра)! В первом случае он заказывает торт один раз и уходит, а во втором заказывает регулярно, с определённой периодичностью. Насколько лоялен он будет к вашему продукту зависит от вас!



**Будьте уверены в том, что вы делаете! Отменить: «Фух, главное, чтобы не было недовольств», применить: «Я уверена, что мой торт вкусный! Хочу убедиться, что все прошло хорошо».**



# ОФОРМЛЯЕМ ОТЗЫВЫ

Все отзывы должны быть собраны в актуальных сторис/альбомах ВК.

## 2 ПРАВИЛА «РАБОЧИХ» ОТЗЫВОВ

### Подкрепляем отзывы РАЗРЕЗАМИ

Вежливо попросите заказчика сделать фотографию торта.

Если по итогу он не присылает фото или присылает абсолютно неаппетитный кадр, то прикрепляйте к отзыву свою фотографию разреза

Большое спасибо за тортик!!! Очень вкусный 🥰 все были в восторге! Очень сытный, кстати, от одного кусочка можно улететь 😄 Очень понравилась карамель с орешками. Спасибо, правда вау! И прикольно, что натуральный шоколад, чувствуется качество ингредиентов)



### Оформляем отзывы вместе со своим комментарием

#### ЕЩЁ ОДИН ПРЕКРАСНЫЙ ОТЗЫВ ❤️

Большое спасибо за тортик!!! Очень вкусный 🥰 все были в восторге! Очень сытный, кстати, от одного кусочка можно улететь 😄 Очень понравилась карамель с орешками. Спасибо, правда вау! И прикольно, что натуральный шоколад, чувствуется качество ингредиентов)

Тортикерс покоряет с первого кусочка





# ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

**Акции, скидки всегда должны быть выгодны для клиента и ВЫГОДНЫ ВАМ.**

Программа лояльности – система поощрения покупателей для развития повторных продаж. Только вам решать как выстроить эту систему для своих клиентов.

**Готовые примеры от BuenoSchool:**

**«На второй торт, заказанный в этом же месяце, скидка 10%»**

**«Каждый клиент, который приводит своего знакомого получает 10% скидку или 200 баллов»**

**К примеру, 1 балл = 1 рубль, приведя к вам 10 знакомых, которые сделали заказ, человек получает 2000 бонусов – бесплатный торт**

**«При заказе одного и того же торта более 5-ти раз постоянная скидка на него 10%»**

# **РЕКЛАМА БЕЗ ДЕНЕГ. ГОТОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ**

**Бренд VienoCake на всем пути существования развивался без вложений в рекламу!**

**НЕТ ДЕНЕГ НА РЕКЛАМУ. ЧТО ДЕЛАТЬ?**

**ПОМНИТЕ, У ВАС ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТИ!**

## **ВЗАИМОПИАР С НЕКОНКУРИРУЮЩИМИ НИШАМИ**

**Пожалуйста, не ищите кондитеров, с которыми могли бы «обменяться» аудиторией. Это вам не нужно. Сделайте акцент на взаимодополняющие с кондитерским искусством сферы.**

**Пример:**

**Начинающий свадебный флорист.**

**Туда же:**

**организаторы праздников,**

**аниматоры,**

**магазины шариков или бижутерии,**

**принты на футболках,**

**картины на заказ из вашего города.**

**Напишите им, предложите взаимопиар и поддержку.**

**К примеру, делать репосты новых постов к другу другу в сторис. Какое-то количество сторис с отметкой или ещё другой вариант. Поверьте, когда ваш аккаунт будет появляться в 5-ти других аккаунтах вашего города, даже если очень маленьких, ВАС ЗАМЕТЯТ! У вас закажут!**

## **СКИДКА ЗА СТОРИС С ОТМЕТКОЙ И ГЛАВНОЙ ФРАЗой**

**!ОЧЕНЬ ЭКСКЛЮЗИВНО ОТ BUENOSCHOOL!**

Нужно придумать максимально естественную, но яркую фразу, указав которую в СТОРИС вместе с отметкой, человек получит скидку на следующий заказ.

### **ПРИМЕРЫ:**

«Лучшее торты Кургана @(отметка)»

«Самые вкусные тортики только тут @(отметка)»

«Все в восторге от вкуса! @(отметка)»

Пример: девушка заказала у вас красивый торт на День Рождения, она будет снимать его в сторис. Отметив на одной из сторис ваш аккаунт и написав: «Лучшие торты Курска», она получает скидку на следующий заказ. Такая реклама очень триггерная и перспективная.

Так вы и с этим клиентом выстраиваете индивидуальные отношения (он к вам вернётся снова) и новых привлекаете!



# 2-Й БЛОК

## КРЮЧКИ ПРОДАЖ

Спусковые крючки продаж; психологические приемы, которые воздействуют на поведение людей; система, которая подталкивает на скорейшую покупку – это всё

### ТРИГГЕРЫ

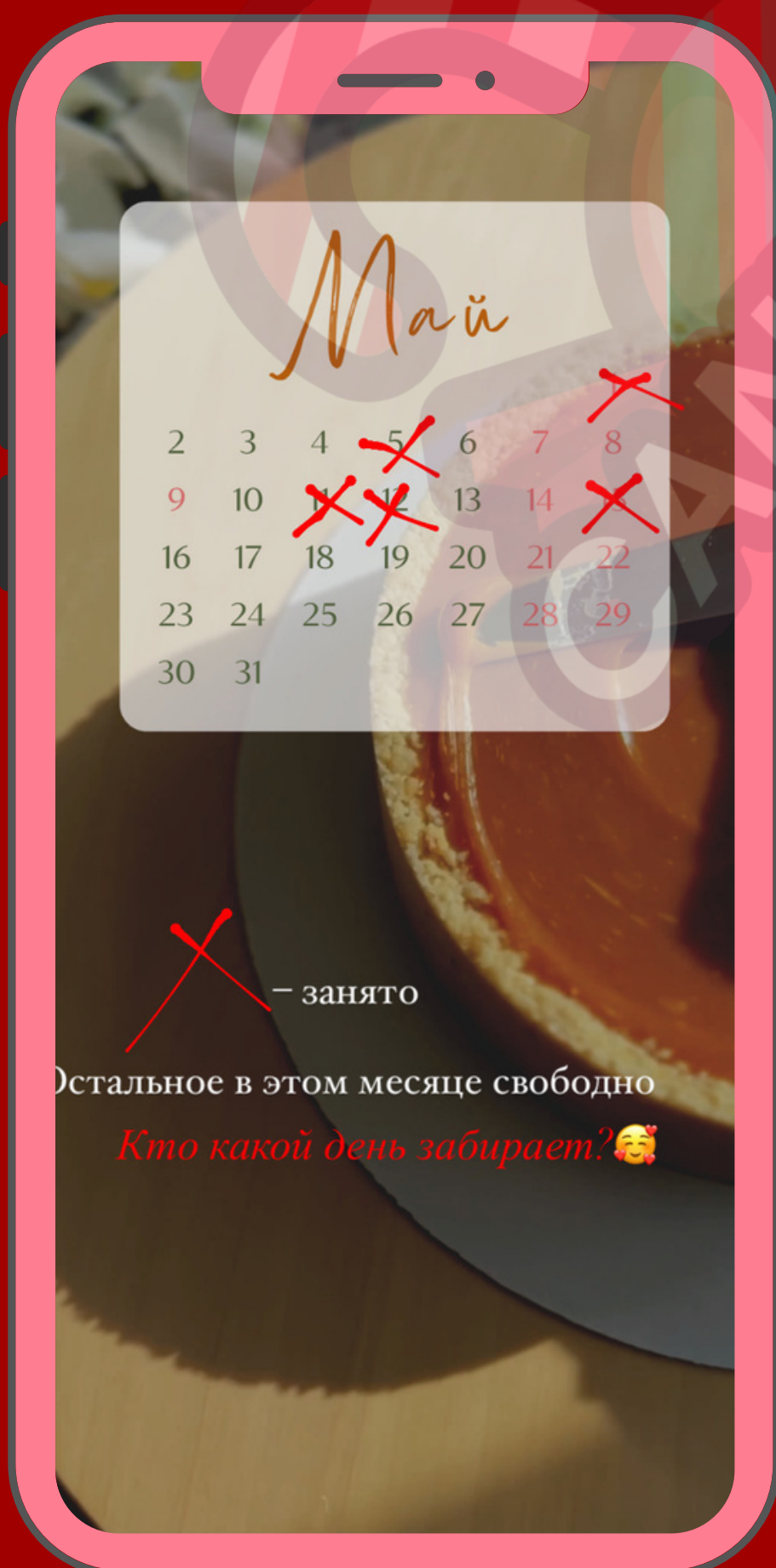
В этом блоке мы рассмотрим несколько мощных триггеров, к каждому из которых будут прикреплены примеры!

# «СВОБОДНЫЕ ДАТЫ»

Поверьте, дополнительное побуждение к действию – это рабочий способ!

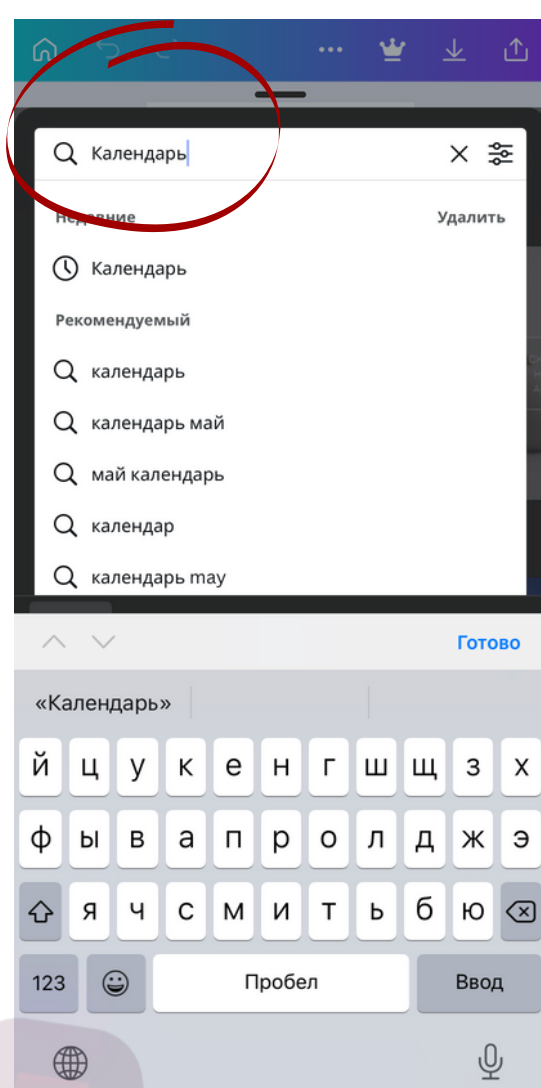
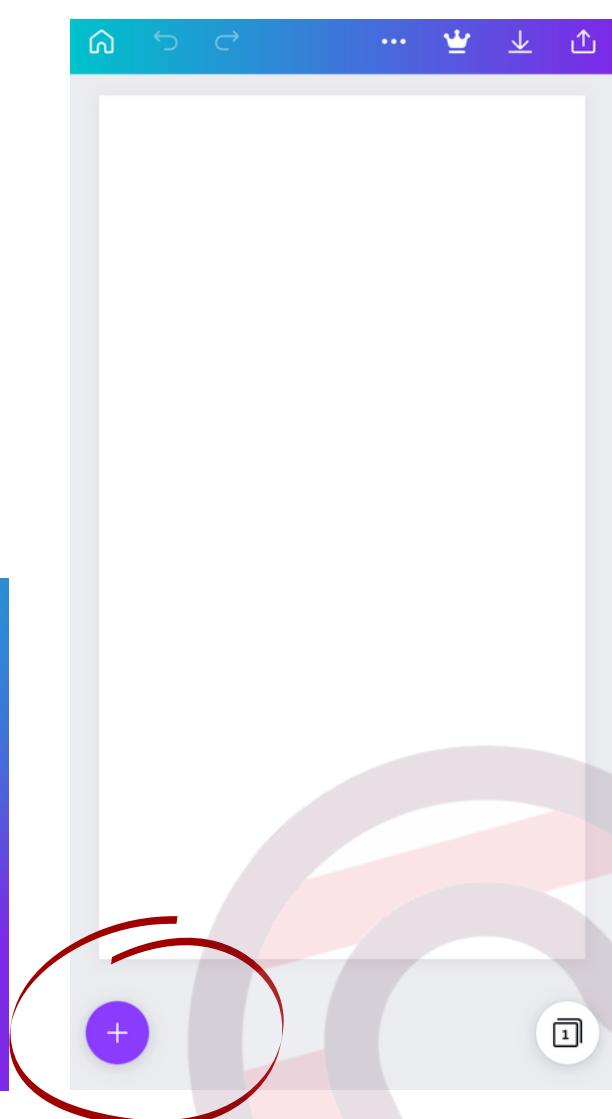
Демонстрируйте свою занятость. Если вы начинающий кондитер и у вас ещё мало заказов, то выставляйте расписание на неделю, а не месяц.

И желательно делайте это, когда есть хоть какие-то заказы, чтобы показать, что работа не стоит на месте, и люди вам доверяют и заказывают торты!





# ТУТОРИАЛ ПО КАЛЕНДАРЮ



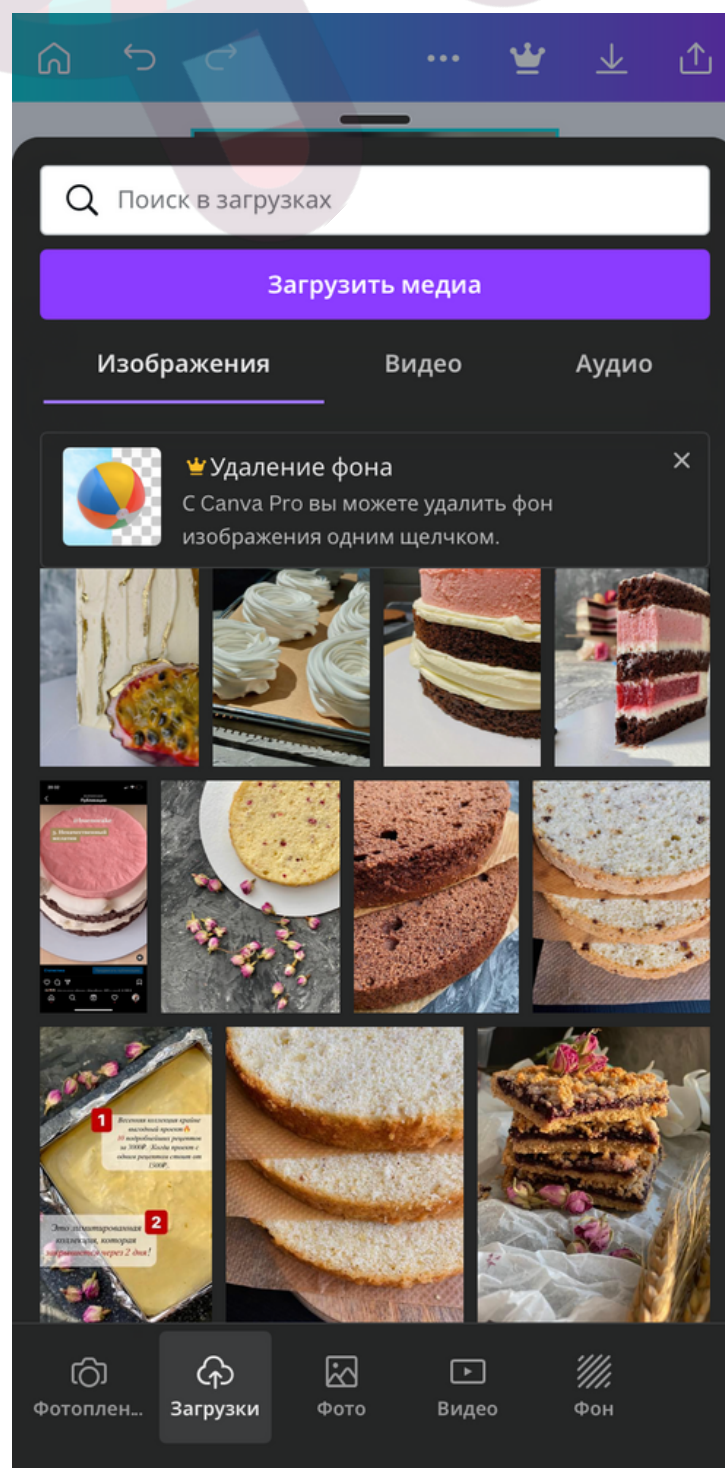
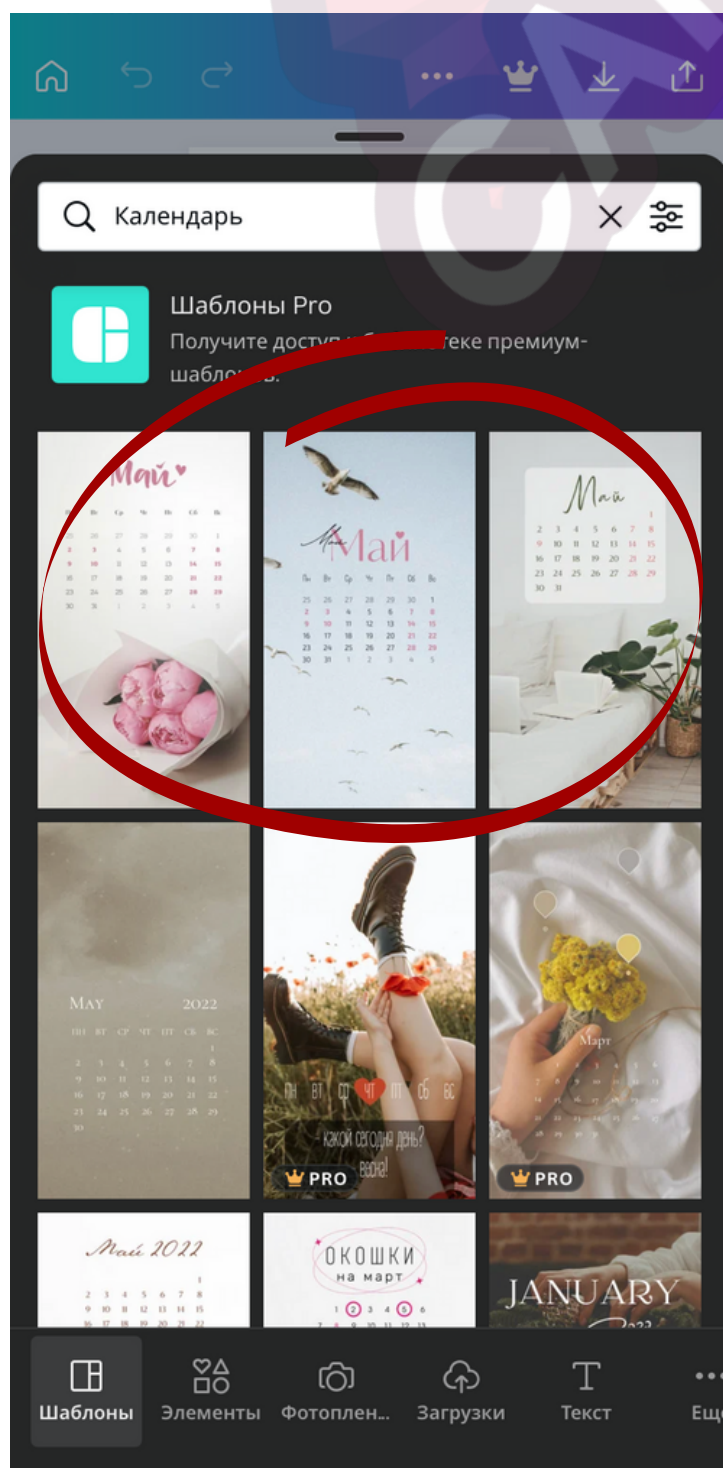
Шаг 1. Заходим в приложение Canva (бесплатная версия)

Шаг 2. Выбираем формат и нажимаем на плюсик

Шаг 3. В шаблонах ищем «Календарь»

Шаг 4. Выбираем готовый дизайн

Шаг 5. Нажимаем на страницу. Выбираем «Заменить»  
и вставляем своё фото на фон





# «ПОБУЖДЕНИЕ К ЗАКАЗУ»

Постоянно побуждайте людей к заказу. Свободные даты, остались половинки, четвертинки от тортов, не бойтесь предлагать!

«У меня есть вот это, кто берет?))»

Может ваша соседка смотри вас и заказать торт нет повода, а тут сразу готовые из качественных ингредиентов домашние десерты, которые можно забрать прямо сейчас! И не забудьте рассказать, что ваше изделие уже забрали. Это тоже продаёт! В следующий раз люди будут меньше думать и сразу действовать.





# «ВЫ ЛИЦО ВАШЕГО БРЕНДА»

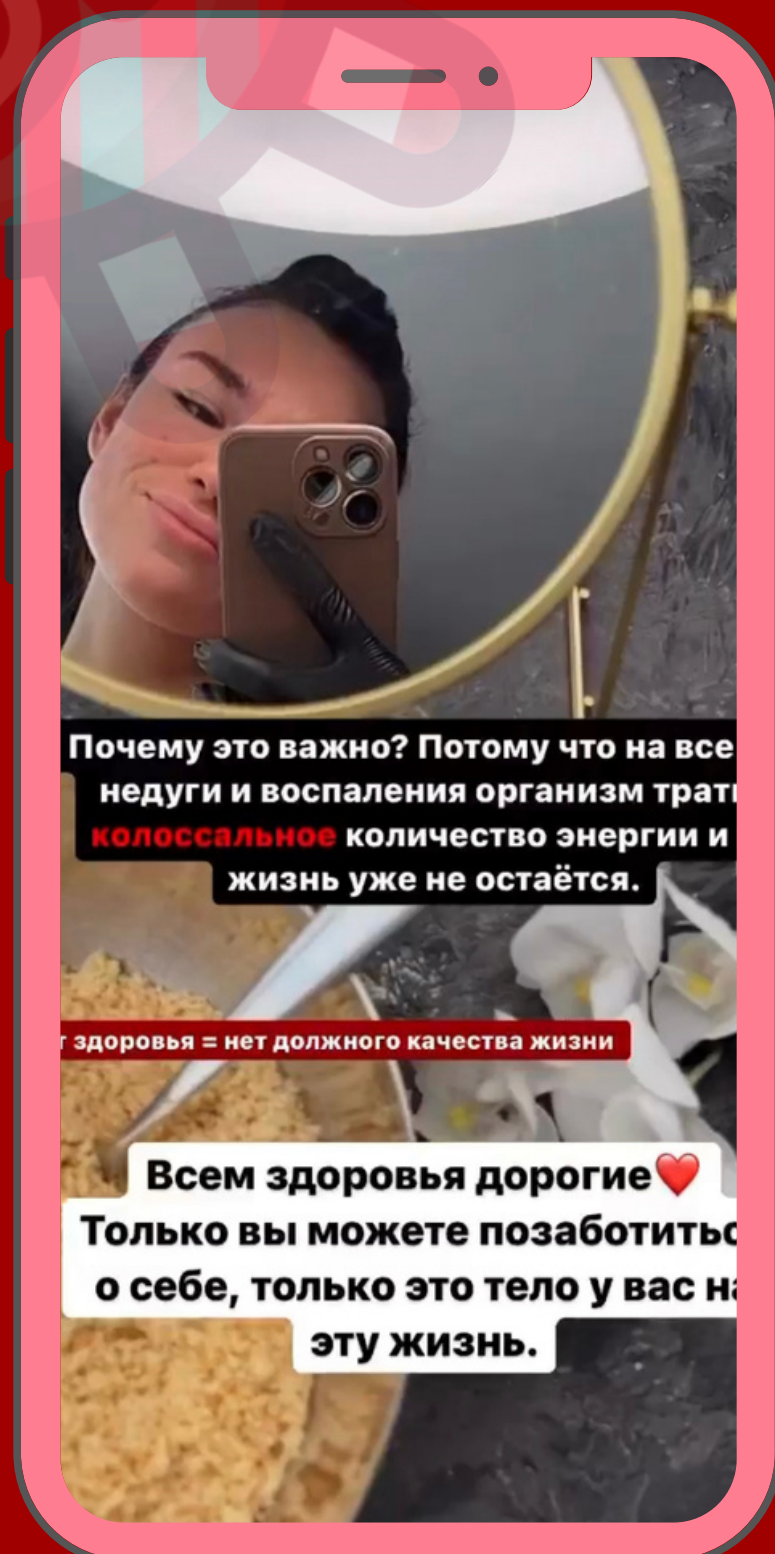
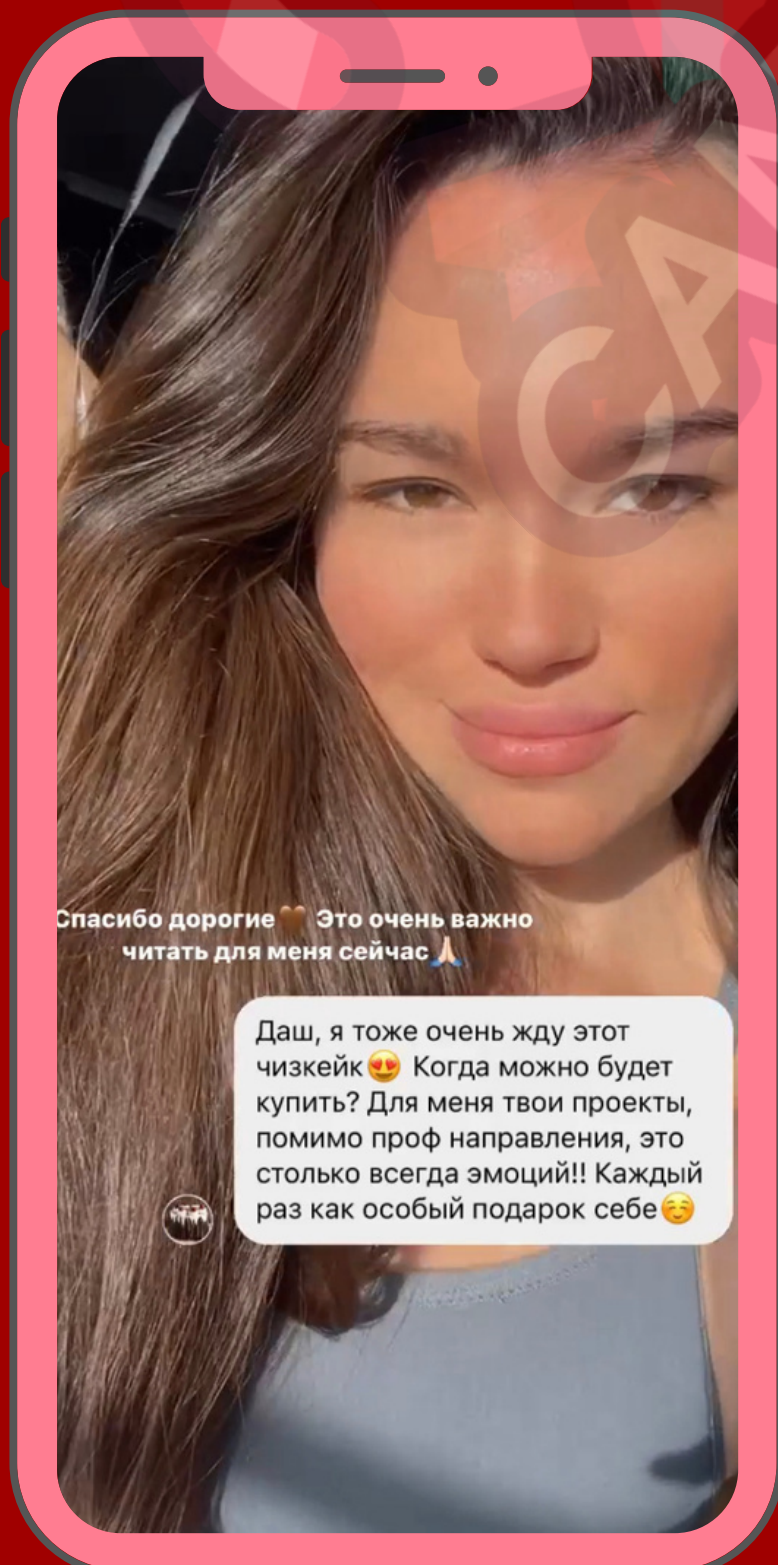
Очень важный триггер!

**Лицо, которое появляется в аккаунте  
может моментально повысить  
лояльность подписчиков.**

«ОНА ПОКАЗЫВАЕТ СЕБЯ?»

«ОНА УВЕРЕНА В СВОЕЙ РАБОТЕ?»

«Я ВИЖУ, КТО БУДЕТ ПЕЧЬ МОИ ТОРТЫ»



# ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ НЕТ ФОТОГРАФИЙ, КОТОРЫЕ МОЖНО ВЫСТАВЛЯТЬ?

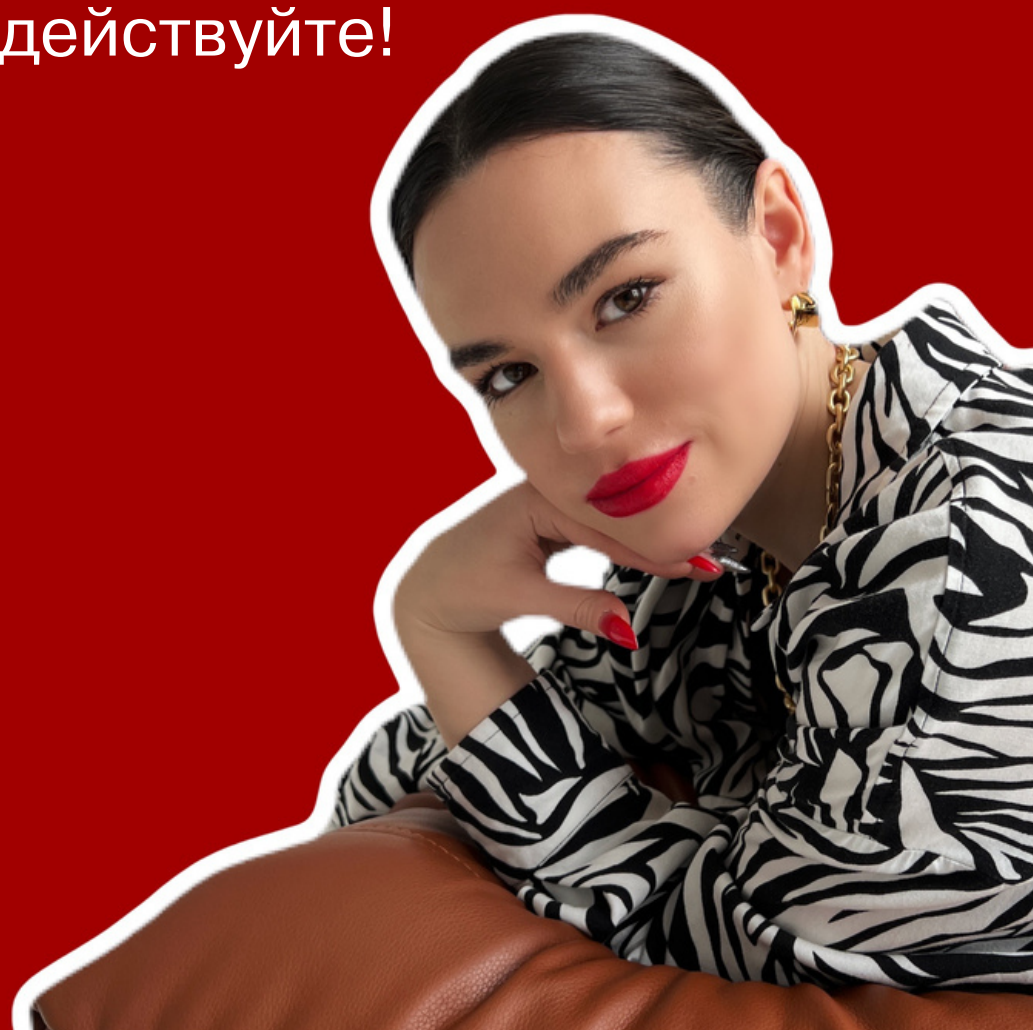
Начинайте сотрудничать на бартерной основе. Бартер – это сотрудничество, когда оказывается услуга за услугу. Без денег.

Ищите начинающих фотографов или даже опытных (их можно заинтересовать фуд-съёмками для их кейса, портфолио), и обговаривайте условия такого сотрудничества.

С вас: торт в день съёмки или ближайший более удобный для каждого день.

С него: обработанные фотографии.

Человеку нужен человек! Таких же новичков, как и вы, или таких же людей, которые хотят роста, полно в каждой сфере. Взаимодействуйте!

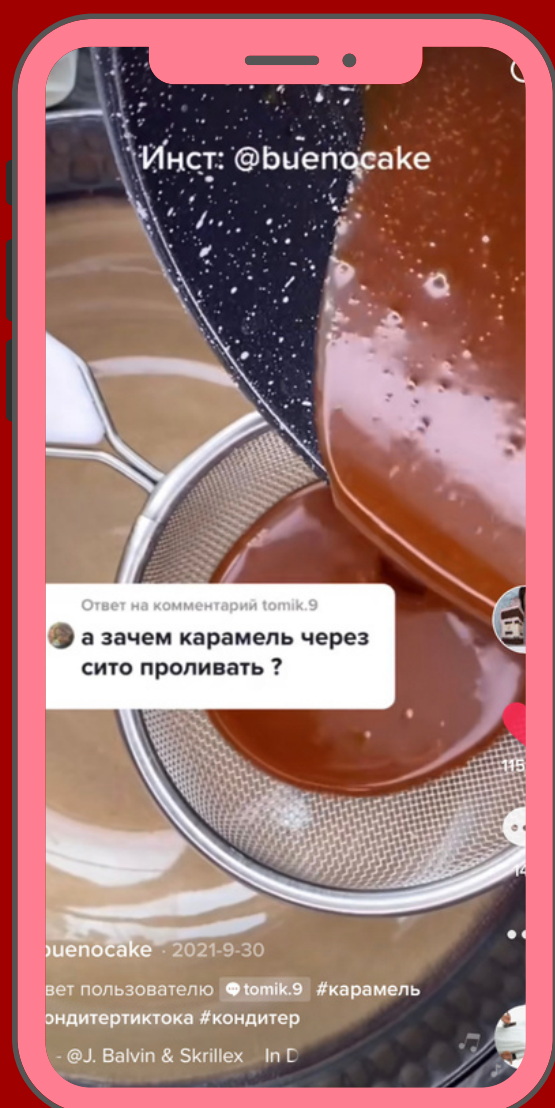
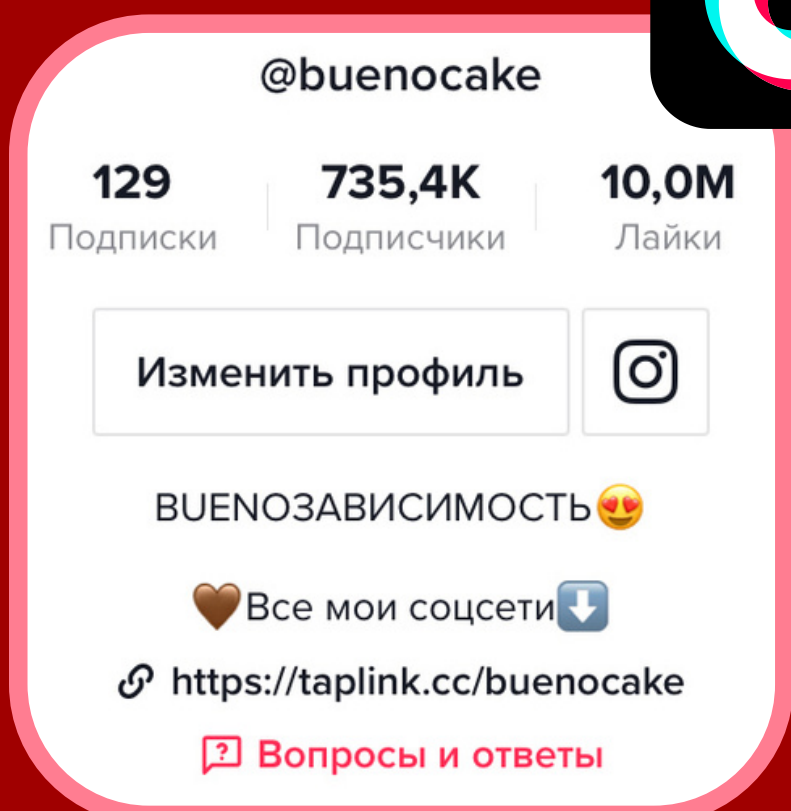
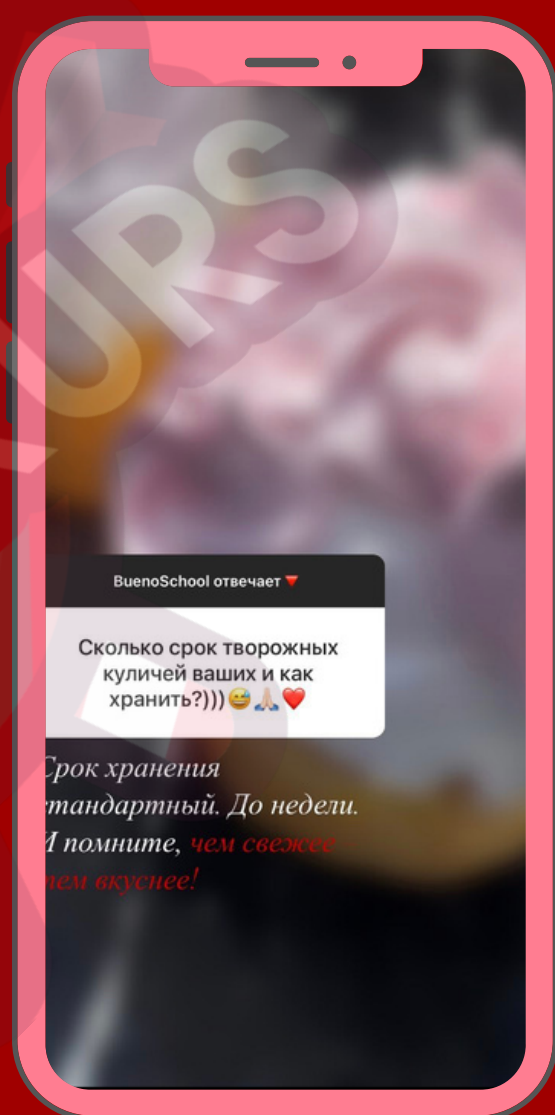




# «ВОПРОС-ОТВЕТ»

То, что нужно устраивать в любой соц.сети, чтобы показать свою готовность к общению. Плюс это показывает активность на странице и ещё больше побуждает к заказу.

В Инстаграм это уже всем привычный функционал: оставляем окошечко для вопросов, нажимая на него будем видеть вопросы, переходя на каждый вопрос, будет открываться новая сторис. В TikTok в шапке профиля можно оставить «Вопросы и ответы» и, нажимая на вопросы, будет открываться окно для нового видео.



# «Я ОТРАЖЕНИЕ СВОЕГО ПРОДУКТА»

Слышали популярный в соц.сетях звук: «Руки, растущие из ж\*пы – это самая распространённая мутация...»!?

Вот он: [ссылка](#)

Под него люди показывают свои неудачи: как развалился торт, сгорела карамель, вывалилась начинка и так далее.

Пожалуйста, не снимайте под этот звук!

**ВЫ АССОЦИАЦИЯ, ВЫ БРЕНД**

Ни в коем случае не показывать ошибки и факэпы на реальных заказах! Если вы хотите поделиться факэп историей – ПРОДУМАЙТЕ пост, текст, который будет работать на вас.

Не делайте бездумных (хоть и с популярными звуками) видео, которые на деле дают неверные ассоциации.

**Люди должны быть в вас полностью уверены.**

**Заказывая торт на юбилей, свадьбу или день рождения, они не хотят стать очередной ошибкой. Не заставляйте их в вас сомневаться.**

Показывайте неудачи в ТЕСТОВОМ приготовлении новой начинки, в работе с новой техникой, в приготовлении нового десерта. И самое главное, через время демонстрируйте, как вы вышли из этой ситуации! Плюс это хороший подогрев аудитории к новому проекту.

Из точки «А» с тестированием неудачной начинки до точки «Б» , когда вы ИДЕАЛЬНО доработали и запустили новый торт!

**Юмор – это классная составляющая блога, это круто заходит людям, но юмор должен быть уместным и опять же работать НА ВАС, а не против.**



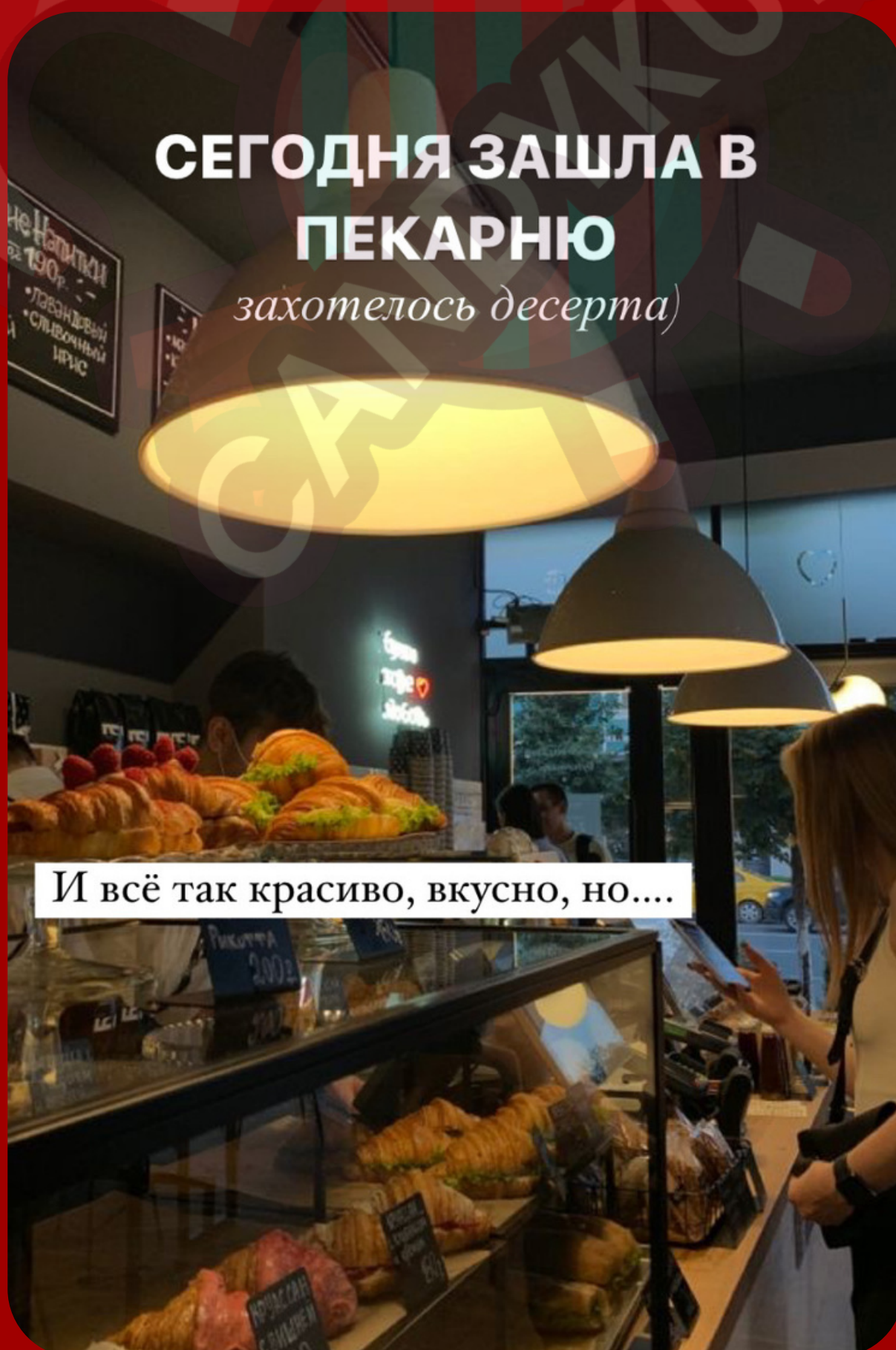
# «ОБЩАЯ БОЛЬ»

## ТРИГГЕР НА СБЛИЖЕНИЕ

Поднимаем вопросы, которые волнуют всех. Цены на продукты, отсутствие хорошей варёной сгущенки, повсеместная замена сливочного масла на маргарин.

**Идеальным завершением обсуждения общей боли будет упоминание о качестве ВАШИХ тортов!**

**Пример серии сторис:**





**ЧЁТКОЕ ОЩУЩЕНИЕ, что  
каждый этот красивый десерт  
на маргарине 🙄**

*ВЫ ВЕРИТЕ, ЧТО ХОТЬ В ОДНОМ  
ПИРОЖНОМ СЛИВОЧНОЕ  
МАСЛО 82,5%?*

Конечно, нет

Верю

**В каждом торте я использую  
исключительно**

*СЛИВОЧНОЕ МАСЛО  
82,5%*

**У меня однозначно есть  
принципиальность в выборе  
продуктов. Только натуральное,  
только свежее и лучшее**

*Чтобы и детки, и взрослые  
могли спокойно  
наслаждаться вкусом*





# «ИСТОРИИ С HAPPY END»

## ИНТЕРЕСНАЯ ИСТОРИЯ ЗАКАЗА, КОТОРАЯ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ХЭППИ ЭНДОМ С ШИКАРНЫМ ОТЗЫВОМ

Пример: однажды девушка перепутала адреса, и мой торт приехал на адрес к её бывшему парню! Она в стрессе начала мне писать, что ошиблась. Я, конечно, всё время была на связи, чтобы реально помочь.

В итоге, я оперативно перенаправила заказ на нужный адрес. Торт был звездой вечера, заказчица была счастлива, что всё по итогу хорошо закончилось.

Счастливый конец! А вот и отзыв «...»

## ПРОГРЕСС В ДЕКОРЕ, НОВОЙ ТЕХНИКЕ, ИСТОРИЯ ОБУЧЕНИЯ КАРАМЕЛИ

Покажите свою точку «А». Например, вашу первую горелую карамель. Укажите дату, чтобы интереснее было наблюдать за прогрессом.

Расскажите, как вы не сдавались и мечтали об этой идеальной карамели. Сколько сахара вы перевели? Сколько нервов? Может однажды карамель даже довела вас до слез! Делитесь промежуточными результатами. И, конечно же, продемонстрируйте свою точку «Б». Когда все наконец-то получилось! Счастливый конец этой истории! Прикрепите отзывы заказчиков на торт/десерт с карамелью.

**Вызывайте у людей положительные эмоции!  
Все любят ХЭППИ ЭНДЫ. Они улыбнутся, получат от  
вас позитив, станут к вам ближе!**



# 3 ОШИБКИ, ИЗ-ЗА КОТОРЫХ ВЫ ТЕРЯЕТЕ ЗАКАЗЫ

## **«КУПИТЕ У МЕНЯ САМИ, Я БОЮСЬ ПРОДАВАТЬ»**

Большинство людей думают, что сказав о своей услуге один раз, всё будет идти своим чередом, и люди САМИ будут покупать. Но это совершенно не так!

Вам нужно грамотно упаковать свой профиль: Продающие посты, взаимодействие с аудиторией и АКТИВНЫЕ продажи лично вами в сторис! Это не 1-2 сторис в день, раз в неделю, а ежедневная трансляция своей работы.

## **«БЕСКОНЕЧНО ГОВОРЯЩАЯ ГОЛОВА»**

Такие сторис вообще не хочется смотреть! За редким и крайне продуманным исключением. Не советую такой формат 100%. Обязательно берите в расчёт, что многие люди смотрят сторис вообще без звука, всегда. Поэтому чередуйте статичный контент (фото, текст) с динамичным (видео). Когда вы появляетесь в кадре, то коротко прописывайте о чем вы рассказываете.

## **«ОДИН НЕГАТИВ, ОСУЖДЕНИЯ, ВЕЧНАЯ МОРАЛЬ»**

Нередкая ошибка, которую я наблюдаю, переходя в профили, с которыми я взаимодействую, состоит в том, что люди не знают, чем делиться в сторис и рассказывают только о проблемах, даже ноют. Поймите, что так вы создаёте около себя низковибрационные эмоции! Это не допустимо. Агрессия, высокомерие, нытьё, жалость – никогда не выстроят вам успешный бренд. «Ну это же интересно! Если сейчас всё против меня и каждый день ломается что-то, мне обидно. Хочу пока что только об этом говорить» – так вы теряете свой бренд, лояльность аудитории и заказы.

# **3-Й БЛОК**

# **ПРОДАЮЩИЙ ПОСТ**

# **ТУТОРИАЛ**

Продающий пост – контент, побуждающий подписчика сделать у вас заказ или заранее/на будущее выбрать именно вас.

## **1) СОЧНАЯ КАРТИНКА**

### **Продающее фото или видео**

Какой бы текст мы не написали, если то, что на фотографии не хочется съесть, он не будет работать.

Поэтому в первую очередь мы должны выбрать привлекательную картинку.

Помните, видео продаёт лучше, чем фото. Желательно делать именно продающее видео (по пунктам, которые были описаны ранее). Также не забываем, что видео это бесплатное продвижение в Reels, поэтому продавать оно может и в ленте рекомендаций, выходя за вашу аудиторию.



## 2) ЗАГОЛОВОК

У вас есть пара секунд, чтобы заставить человека прочитать текст под картинкой.

Заголовок это первые строки текста.

Визуально заголовок можно выделить капсом (большими буквами) и яркими смайликами:



Заголовок должен отражать суть поста, но быть кратким, цепляющим, ярким, а иногда даже шокирующим.

Примеры:

«Я ВЕРНУЛА ВКУС ДЕТСТВА 🥰»

«🎉 ТЕПЕРЬ ЭТО НАКОНЕЦ-ТО В ПРОДАЖЕ 🎉»

«ВЫ ДОЛЖНЫ ПОПРОБОВАТЬ ЭТОТ ШЕДЕВР 🔥»

Чтобы вам легче было придумывать заголовки, пользуйтесь шпаргалкой тем:

### АНОНС

**Новый вкус, новая начинка, новый декор, новое оформление десерта**

### ПРОВОКАЦИЯ

**«Вы обязаны узнать про этот десерт»**

**«Вас шокирует это сочетание вкусов»**

### СТАТИСТИКА

**«Каждый третий повторно заказывает именно этот торт!»**

**«Уже более 20-ти человек попробовали эту новинку!»**

### БОЛЬ

**«Гости не наелись! Было такое, что не рассчитали и торта было мало?»**

**!Здесь важно показать ваше решение, рассказать, что у вас можно заказать 3, 5, 7 кг, например!**



### 3) ОСНОВНОЙ ТЕКСТ

Текст должен быть содержательным, структурированным и легким. Людям нужно дочитать его не напрягаясь.

#### 2 ПРАВИЛА, ЧТОБЫ РАЗГРУЗИТЬ ТЕКСТ

##### Форматирование текста

Разделяйте текст абзацами. После заголовка обязательно нужен абзац. Дальше дробите текст по смыслу. Желательно, чтобы в одном абзаце было 4-5 предложений.

##### Смайлики

В современном мире смайлики играют и пунктуационную роль. Они помогают разделять предложения и, конечно же, дают вашему тексту эмоции!

Смайлики должны быть уместными, правильно расставляя акценты. Они как бы указывают, что нужно чувствовать читателю: «Здесь сердечно, это означает, что она любит тортики, которые готовит на заказ»; «Здесь огонь, значит это реально огненная новость!»

Главное, не переборщить! Максимум два-три смайлики на три предложения.

#### 4) НАСЫЩЕННОСТЬ ТЕКСТА ЭПИТЕТАМИ

Если вам приходят отзывы, в которых люди благодарят, восхищаются, подтверждают, что ваши торты ВКУСНЫЕ, не принижайте себя!

**НЕ БОЙТЕСЬ  
ГРОМКИХ ФРАЗ**

**ПИШИТЕ ПРАВДУ**

Читая ваш текст, люди смакуют! Они представляют это у себя во рту. Поэтому добавляйте в текст как можно больше эпитетов.

Секретные слова продаж будут дальше! Обязательно используйте их.

~~ДОМАШНЯЯ КАРАМЕЛЬ~~

**ДОМАШНЯЯ СЛИВОЧНАЯ КАРАМЕЛЬ**

~~МУССОВЫЙ ТОРТ~~

**НЕЖНЕЙШИЙ МУССОВЫЙ ТОРТ**

~~ШОКОЛАДНЫЙ КРЕМ~~

**РОСКОШНЫЙ ШОКОЛАДНЫЙ КРЕМ**

## 4) ЗАВЕРШЕНИЕ

Сделайте акцент на необходимости совершить покупку именно у вас. Продублируйте своё УТП: качество ингредиентов; возможность сделать торт за 24 часа; продажа половинок и четвертинок.

Также если у вас проходят сейчас скидки и акции тоже закрепляйте это в конце поста.

## 5) ХЭШТЕГИ

Если мы говорим именно про продажи, и наша задача **НАЙТИ КЛИЕНТОВ**, то важно войти в позицию человека, который пытается в вашем городе, например Курске, найти торт на заказ:

#тортыназаказкурс #тортыкурс #курскторты  
#зефиркурс #десертыкурс

## 6) ГЕОЛОКАЦИЯ

Отмечайте город, по которому оказываете услугу. Чтобы вас легче было найти. Если вы живете около большого города, но торты можете доставлять только по своему населенному пункту, то указывайте его! Это касается именно продающих постов. На другом контенте можно указывать и большой город для больших охватов.

Также делайте акцент на конкретные популярные места в вашем городе! ЗАГС, Дворец Культуры, Парк, Ресторан, Кафе. Можно даже указать Родильный Дом, чтобы кто-то увидел и заказал торт на выписку!



# **СЕКРЕТНЫЕ СЛОВА ПРОДАЖ У КОНДИТЕРОВ**

**ДОЛГОЖДАННЫЙ**

**ИДЕАЛЬНЫЙ**

**РОСКОШНЫЙ**

**ЛУЧШИЙ**

**ГАРАНТИЯ ВКУСА**

**ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА**

**ЗАПОМНИТЕ**

**ОБЯЗАНЫ ПОПРОБОВАТЬ**

**ЭКО-ИНГРЕДИЕНТЫ**

**ТОПОВЫЙ**

**БЕЗ АРОМАТИЗАТОРОВ**

**ЭТО МОЁ ПРАВИЛО**

**(Например: «Готовить только из качественных  
продуктов»)**

**Я КАТЕГОРИЧЕСКИ ПРОТИВ**  
(Показываем свою твёрдую позицию по  
какому-либо вопросу)

**Я ИСПОЛЬЗУЮ ТОЛЬКО**

**Я УВЕРЕНА НА 100%**

**Я УБЕЖДЕНА**

**НЕ СОМНЕВАЙТЕСЬ**

**СВЕЖИЕ ПРОДУКТЫ**

**ИДЕАЛЬНЫЙ ЭТО ТОРТ/ПРОДУКТ ДЛЯ ДЕТЕЙ**

**ЛИЧНО Я ОДОБРЯЮ**

**ВКУСНЕЙШИЙ**

**ВОСХИТИТЕЛЬНЫЙ**

**ОСОБЕННЫЙ**

**ПРАЗДНИЧНЫЙ**

**НАСТОЯЩЕЕ**

**(Сливочное масло 82.5%)**

**ВКУС ДЕТСТВА**

**КАК РАНЬШЕ**

**КАК ПО ГОСТУ**