



Монетизация экспертного блога

1. Цели

- 1.1. Публицистская деятельность
 - 1.1.1. Личный бренд
 - 1.1.2. Демонстрация экспертности
 - 1.1.3. Структурирование своих мыслей
- 1.2. Этап в воронке продаж (монетизация)
- 1.3. Создание рекламной площадки

2. Почему блоги могут быть этапом в воронке продаж

- 2.1. Торговые точки как этап воронки
- 2.2. Уличная реклама как этап воронки
- 2.3. Контекстная реклама в интернет как этап воронки
- 2.4. База в e-mail рассылке как этап воронки
- 2.5. Социальные сети как этап воронки

3. Разделение функций в блоге

- 3.1. Публикации для публикаций
- 3.2. Продажи
- 3.3. Реализация продукта

4. Контент в блоге

- 4.1. Развлекательный и вовлекающий контент
- 4.2. Продающий контент

5. Аудитория в блоге

- 5.1. Охваты
- 5.2. Привлечение

5.3. Взаимодействие

6. Коллектив блоггера

6.1. Контент

6.1.1. Копирайтер

6.1.2. СММ специалист

6.1.3. Сторисмейкер

6.1.4. Дизайнер

6.2. Создание продукта

6.2.1. Сам эксперт

6.2.2. Продюсер

6.2.3. Методист

6.2.4. Дизайнер

6.2.5. Верстальщик (лендинги, рассылки)

6.2.6. Маркетолог

6.3. Продажи

6.3.1. Отдел продаж

6.3.1.1. Руководитель отдела

6.3.1.2. Рекрутер

6.3.1.3. Сотрудники отдела прода

6.3.1.4. Ассистент отдела продаж (при необходимости)

6.3.2. Таргетолог

6.3.3. Маркетолог

6.3.3.1. Верстальщик

6.3.3.1.1. Лендинги

6.3.3.1.2. Чат-боты

6.3.3.1.3. E-mail

6.3.3.1.4. Смс

6.4. Обслуживание

6.4.1. Техническая поддержка

6.4.2. Руководитель курса

6.4.3. Эксперты-кураторы

6.5. Безопасность

6.5.1. Юрист

6.5.2. Бухгалтер

7. Психологическая сторона

7.1. Личная жизнь

7.2. Реакция на токсичность

7.3. Этика блогера

8. Правовая сторона

8.1. Обработка ПД

8.2. Договоры с клиентами

8.3. Приём оплаты