



*Klau
csekklistája*

Hogyan
hozzon bevéteit
az **énmárkád?**

Tudd meg 5
pontban!

Szia! A vállalkozásépítés, a személyes márkánk egyengetése egy nagyon izgalmas, potenciáljainkat feltáró út. Viszont hogyan tudnád **kihasználni teljesen** a potenciáljaidat, ha magad sem tudod, mik azok?

Sikerünket **önismeretünk és berögződött szokásaink nagyban befolyásolják**, ezek adják énmárkád értékét is. Ezért is hozom Neked ezt az 5 pontos csekklistát, amiből kiderítheted, mennyire vagy képes anyagilag kihozni a maximumot brandedből, illetve mennyire hűen tükrözi márkád személyes értékeidet.

Vágjunk bele!



Szöke Klaudia

BLOGGER, MÁRKASTRATÉGA

- Az Élettudat a nő lelke blog szerelemírója
- Az Anyabázis megálmodójának egykori jobbkeze
- Az Én • márka • fejlesztés biztos lelki alapokon közösség vezetője

Márkaértéked 5 alkotóeleme

1. Egyéni értéktudat
2. Határozott küldetésnyilatkozatod
3. A legideálisabb ügyfeled
4. A legideálisabb árad
5. Szaktudásod

Nézzük meg, ezen kívül **mi az az 5 dolog**,
ami segít a Te márkád legfőbb elemeit
működőképes egységbe tenni - hogy ne
csak az online jelenléted legyen népszerű,
hanem egy virágzó vállalkozás büszke
tulajdonosa is lehess!

*"Mit ér a tudás, ha nem adhatjuk tovább az
arra érdemeseknek?"*

- John Cure

I. Kommunikáld az erősségeket és delegáld azonnal, ami hátráltat

Énmárka része az is, amit nem szeretünk csinálni és amihez nem is akarunk érteni (le a társadalmi dogmákkal!)

Mit szeretsz, mi az amit mindig is élvezettel, hozzáértéssel tudtál elvégezni,
külső nyomás nélkül?

Ez azért is nagyon fontos, mert ha mindent Te csinálsz - kötelező adminisztráció, főzés, takarítás, közösségi média menedzsment, stb. - akkor könnyen kaphatod magad azon, hogy kiégtél. És azt, ami előtte erősséged volt, ugyanúgy megfogod utálni, holott ha elejét veszed ennek, nem csak hogy nem égsz ki a szakterületedtől, de a kiszervezés megkönnyebbülésétől jóval több pénzt is tudsz keresni - hiszen több időd is van rá, igaz?

Mennyire azonosulsz a mostani tevékenységeddel? - ha teljesen azonosulsz, folyamatosan mesélj a követőidnek a létező legtöbb aspektusból, miért imádod és miért vagy jó abban, amit most csinálsz!

A piacodon lehetnek tucatjával, de senki sem olyan, mint Te. Ahogy megszólítod az embereket, ahogy képviseled magad, ahogy beszélsz mindarról, **ami érték benned és amit tenni fogsz**, MINDIG megkülönböztet mástól. Ez lemásolhatatlan.

Így pedig, **el tudod kérni a lehető legideálisabb árat** a termékeidért/szolgáltatásaidért, hiszen hatékonyabb vagy jóval, ha elég időt tudsz szánni arra, amivel pénzt keresel - **élesebb szaktudás** - és a magasabb ár mellett tudod is finanszírozni azokat a segítőidet, automatizmust biztosító szoftvereket, akik és amik kiveszik a kezeidből a kényszerfeladatokat.

II. Építs ki törzseket a fő platformjaidon

Nem kell, hogy minden social media felületen fenn légy, elég, ha a márkádnak célközönségileg 2 releváns felületet választasz ki a honlapod mellé, amit később, ha úgy látod jónak, tudsz bővíteni más mellékplatformokkal (ha nagyon az elején vagy és nem tudod, mi lenne számodra a legjobb, akkor csak próbálgasd nyugodtan, regisztrálj több helyre, piackutass)

Hogy mekkora törzset szeretnél, az teljesen Tőled függ. Kreálhatsz Mastermind közösséget, több ezres követésű oldalt, olvasócsoporthat, egy a lényeg: ha megnő a szeretetük a márkád felé, azaz **érzelmileg tudnak feléd kötődni**, úgy idővel könnyen, tukmálásmentesen tudod bemutatni nekik, miért értékes az, amit adni tudsz nekik - hiszen, ennél a pontnál már rég **ismerik a küldetésnyilatkozatodat**.

III. Kérj referenciát!

Amikor egy követődből vásárló, ügyfél lesz és elsőként tesztelheti a termékedet/szolgáltatásodat, nem biztos, hogy neki rögtön a lehető legmagasabb árat fogod szabni. Miért?

Ha a szolgáltatásod viszonylag friss, nemrég állítottad össze és még nem alakult ki az a magas értéktudatod amivel garanciát is tudnál vállalni, akkor **az első 3 megrendelőre tekints teszterként** és baráti áron vagy legalábbis egy "törzskuponnal" adj nekik egyszeri kedvezményt a szolgáltatásod kipróbálásáért - cserébe, **kérj** az igénybevétel után **részletes referenciát** tőlük.

Ők ezt ezer örömmel megadják Neked és legközelebb, mikor már élesben adod el a szolgáltatásodat szélesebb körben, már az értékes referenciák is bizonyítani tudják, miért is éri meg a magasabb ár - és főleg, mert immár személyedben garanciát is tudsz rá vállalni 100% bizonyossággal.

IV. Oktasd a közönségedet

Értelemszerű lehet, hogy edukáljuk a követőinket arról, mi lehet nekik jó és főleg bennünk mi lehet jó és hasznos számukra - erre kiváló felület egy blog, akár ingyenes tárhelyen, akár a sajátodén, saját domainnal. (Ha nem igazán mozgatsz otthonosan a témában, [itt egy komplett tudásanyag, amivel megtanulhatsz blogolni >> \)](#)

Az erősségek kihangsúlyozása mellett, amit az I. pontban említettem, egy blog nagyszerű teret ad Neked még a storytelling, azaz a történetmesélés művészetének kicsiszolásához, ami idővel nagyban előre lendíti a bevételszerzést, ráadásul edukálás közben Te is folyamatosan fejlődsz: [erősíti az énmárkatudatos gondolkodást](#) - plusz, azt is tudtad, hogy maga a blogolás is a munkaórádhoz számolható és így még inkább jogodban áll emelni az áraidon? :)

Az edukáció nem áll meg a vásárlásig - egy vásárlót érdemes utánkövetned, továbbra is edukálnod, [hiszen rendelés után 10x könnyebben fog újra vásárolni Tőled!](#)

V. Építs okosan e-mail listát

Automatizált hírlevélsorozat nélkül nehezen termelsz meg magadnak stabil jövedelmet, még ismert szakértőként is - vitatkozhat ezzel bárki, de ez tény. Ha meg friss vagy a közösségi felületeken és nem is tolonganak az ügyfelek/vásárlók az ajtódnál, akkor a bevételed növekedését a hírleveledre feliratkozott közönséged tudja biztosítani első körben.

Eddig nem építettél e-mail listát komolyabban? Akkor 3 hírlevél szoftver röviden, amivel jó elkezdni:

- [Mailerlite](#) - 1000 feliratkozóig ingyenes kezdő csomagja és leheletkönnyen lehet vele hírlevélsorozatot, opt-int és landing page-eket létrehozni
- [Mailchimp](#) - 2000 feliratkozóig ingyenes, vele akkor jó kezdeni, ha már van egy kiforrottabb termékpalettád, szolgáltatáscsomagod,

illetve egy nagyobb e-mail listád, ugyanis a Mailchimpnek sokkal cizelláltabbak a marketing automatizációs funkciói és részletesebb statisztikát is nyújt (cserébe az ingyenes csomagban körülményesebb a hírlevélsorozat felépítése)

- [Listamester](#) - nagy előnye, hogy magyar hírlevelező szoftver és baromi kedves, türelmes az ügyfélszolgálat, bármi elakadásban tud segíteni

E-mail cím gyűjtéséhez érdemes olyan ingyenes terméket (mn. lead magnet, "csali") létrehozni, amely

- a célközönség számára releváns és általad teljes mértékben betartható, a szaktudásodra alapozott ígéretet hordoz magában,
- gyorsan eléri, egyben és könnyen tudja "fogyasztani" a feliratkozottad

- és ami közelebb viszi egy lépéssel(!) a problémájának a megoldása felé.

Pl: könyvet adsz ki és szeretnéd, hogy a nyomdai költségekre lenne elég előrendelő, fix büdzséd - a könyved első fejezetét vagy azt a fejezetét, ami a célcsoportod problémájára fókuszál, illetve annak megoldására, azt feliratkozásért cserébe letölthetővé teszed, majd a letöltőket további e-mailekkel tudod edukálni a könyvvel kapcsolatban.

Megismernek Téged, megismerik a terméked és könnyebben is tudsz ajánlatot tenni nekik, egy intimebb csatornán.

Ezt a formulát Te is be tudod illeszteni bármilyen tevékenységedbe - egyszer kell kidolgoznod és ha kész, egy passzív bevételi forrást tud így Neked biztosítani, hiszen az automatizált levelek dolgoznak helyetted.

Legalább 1000 főig aktívan gyűjts feliratkozókat, szánj erre párezres hirdetési büdzsét - ha jó a lead magneted, akkor organikus eléréssel is sok feliratkozód lesz :)

Most már megismerted azt az 5 lehetőséget,
amivel valóban sikeres lehet a személyes
márkád, amivel valódi eredményeket és
bevételegenerálást tudsz elérni.

Hogy pontosan **mik is a Te értékeid** mind
képességből, személyiségből és tudásból
fakadóan, hogyan is tudnád ezt leginkább
kamatoztatni a vállalkozásodban, mint
személyes márka,

hogyan is határozd meg konkrétan, **ki a Te
legideálisabb célcsoportod,**

és nekik **hogyan szabj** olyan **árat**, ami mellett
nem érzel csöppnyi kompromisszumot sem,

úgy ebben az e-bookban egy ajándék
kedvezménygel kedveskedem Neked: ezeket
egy félórás konzultáció kereten belül, az
eredeti 13000 Ft helyett

6490 Ft értékben

azaz egy szakmai könyv áráért sorra
tudjuk venni :)

50%-os kedvezménykódod: **énvagyokamárka**

Élj egyszeri kódoddal **48 órán belül** a helloklau@szokeklaudia.hu címre írva és
kérj bátran időpontot velem!

Köszönöm, hogy letöltötted e-könyvemet és
további hasznos énmárkatippekért maradj
továbbra is kapcsolatban velem, keresd a
nevemet Facebookon és Instagramon is!

Hajrá, önmegvalósításra fel!

