



Planner

Forma din säljtunnel 2024



Hej!

Det här är en planner för att forma ditt självfulla erbjudande och få klarhet över hur en attraktiv gåva kan öka din försäljning och forma ett framgångsrikt år.

En säljtunnel hjälper dig att hitta dina drömkunder online!
Tanken med en säljtunnel är att visa en främling vem du är och vad du har att erbjuda på ett automatiserat sätt med hjälp av teknik.

Varma hälsningar från
Jenny Sandfors på InternetForm AB

attract, connect & grow.

PLANNER

Tänk dig att du dukar upp ett smörgåsbord med ditt mest värdefulla innehåll. Kan du plocka ut en smakbit att bjuda på för att visa vem du är och vad du kan hjälpa till med?

VI BÖRJAR I SLUTET - VAD VILL DU **SÄLJA** I SLUTET AV DIN SÄLJTUNNEL?

VILKEN SMAKBIT KAN DU PLOCKA UT OCH GÖRA TILL EN FREEBIE / LEAD MAGNET?

Beskriv kort vad din freebie ska handla om:

 Visa vem du är.  Vad du står för.  Lös ETT av dina drömkunders problem.

VARFÖR SKA DIN DRÖMKUND HÄMTA DIN FREEBIE?

the perfect match.

PLANNER

En drömkund ger dig kraft och energi.
Det är lättare att nå ut när du vet vem du
pratar med. Din marknadsföring blir
mycket tydligare och du kommer nå de
som VILL och KAN jobba med dig.

Vem vill du sälja till i din säljtunnel?

SKRIV NER ORD SOM BESKRIVER DIN DRÖMKUND eller RITA EN BILD SOM BESKRIVER:

VAR HÄNGER HEN I SOCIAL MEDIER?

(t ex FB, instagram, pinterest, X, linked in, snapchat, youtube)



PLANNER

Hur vill du paketera din freebie?
Vilket format trivs du bäst i och hur tror du din drömkund kan ta till sig det du vill förmedla?

🌸 Gillar du att stå framför kameran?
- Gör en video.

🌸 Gillar du att skriva?
- Gör en guide.

🌸 Vad passar dig och din drömkund?

☐ Minikurs

☐ Guide

☐ Checklista

☐ Ljudfil t ex meditation

☐ Videoserie

☐ Kunskapsbank

☐ Rabatt

☐ 10 tips

☐ Mall

☐ E-bok

☐ Prova-på-medlemskap

☐ Prov på produkt

☐ Verktygslåda

☐ Testversion av app

☐ Webinar

☐ Podavsnitt

☐ _____

☐ _____

☐ _____

☐ _____

☐ _____

☐ _____

☐ _____

☐ _____

TODO-LISTA, VAD BEHÖVER DU GÖRA FÖR ATT SKAPA DIN FREEBIE?

content your client love.

PLANNER

Planera innehållet i din freebie.



Var specifik och okränklig.



Du bjuder på innehåll och får mejladresser som tack, din mejllista växer.

RUBRIK PÅ DIN FREEBIE:

SKRIV NER 5-10 PUNKTER MED INNEHÅLL DU VILL FÅ MED IN DIN FREEBIE:

HUR SKULLE DU PRESENTERA DIN FREEBIE I ETT INLÄGG PÅ SOCIALA MEDIER?

hello, nice to see you.

PLANNER

En potentiell kund vill hämta din freebie!

Jippi :-)

Du behöver nu en väldigt enkel och tydlig sida (landningssida) där kunden fyller i ett formulär för att bli prenumerant på din mejllista (opt-in).
Dags att planera för det.

KRYSSA FÖR MEDIA DU VILL ANVÄNDA PÅ LANDNINGSSIDAN:

☐

Bild

☐

Video

RUBRIK PÅ LANDNINGSSIDAN:

KORT (ELLER LÄNGRE) BESKRIVNING:

Lägg till en längre endast om det är absolut nödvändigt, vi vill hålla sidan så enkel som möjligt (överväg om det gör sig bättre i videoformat).

FORMULÄR = OBLIGATORISKT :-) HÄR SAMLAR DU IN MEJLADRESSER.

☒

Formulär (opt-in)

thank you, and...

PLANNER

Kunden har nu fyllt i formuläret, klickat på skicka-knappen och skickas till din tacktext eller en tacksida. Du kan leverera din freebie här eller i ett välkomstmejl eller båda. Här har du personens uppmärksamhet - Be nice :-)

VAR VILL DU LEVERERA DIN FREEBIE?

☐

Tacksidan

☐

Välkomstmejl

☐

Tacksidan + Välkomstmejl

TACKTEXT (kan användas på tacksidan + välkomstmejlet):

VILL DU PASSA PÅ OCH SÄLJA NÅGOT HÄR? ELLER PUSHA FÖR NÄSTA STEG?

value, trust, relation, convert.

PLANNER

Bjud in dina drömkunder i din värld.
Skapa utifrån din inre inspiration
(VILL, LÄTTHET) istället för
desperation (MÅSTE, KÄMPA) för
det känns varifrån skapandekraften
kom. Säljet blir en konsekvens av
att du delar din energi.

Tänk dig att din prenumerant har ett problem och du sitter på lösningen. Hur kan du visa att just du är rätt person att lösa problemet, att prenumeranten kan lita på dig? Nu har personen skrivit upp sig på din mejllista och visat intresse för dig. Hjälプ prenumeranten att besluta om du är rätt person att handla av eller ej. Låt hen lära känna dig. Visa att du bryr dig.

När du pratar med rätt PERSON, om rätt GREJ på rätt TIDPUNKT kommer du att SÄLJA.

Förslagsvis skapar du 3 brev som du fyller med värde, jag kallar de värdebrev. Sen följer ett säljbrev och en påminnelse om säljbrevets erbjudande.

VÄRDEBREV I-III:

- Visa att du kan det du gör.
- Väv in din story.

SÄLJBREV I-II:

- ETT erbjudande.
- Kort, tydligt, koncist.
- Call to Action = länk till säljsidan.

FINNS DET NYHETSBREV SOM LANDAR I DIN MEJLBOX SOM DU ALLTID LÄSER? VARFÖR?

VILKEN ÄR DIN RÖDA TRÅD? Fundera på hur du kan hålla en röd tråd i värdebreven gentemot innehållet i din freebie. Utgå från vad dina drömkunder vill läsa om, hur du fångar deras uppmärksamhet. Tips: kolla vad de pratar / frågar om i intressegrupper på Facebook.

NÄR HAR DRÖMKUNDERNA TID ATT LÄSA MEJL? (DAG + TID)

VÄRDEBREV I - rubrik och underlag till innehåll (skriv några punkter)

VÄRDEBREV II - rubrik och underlag till innehåll (skriv några punkter)

VÄRDEBREV III - rubrik och underlag till innehåll (skriv några punkter)

SÄLJBREV I - rubrik och underlag till innehåll (skriv några punkter)

SÄLJBREV II - rubrik och innehåll - påminnelse om Säljbrev I

how can you help me?

PLANNER

Säljsidan ska hjälpa drömkunden att bestämma sig. Är du supertydlig och okränklig blir det lätt att ta beslutet. Det finns några frågor som är viktiga att besvara, dags att förbereda dina svar.
Visualisera drömkunden och tänk dig att det är den personen som ställer frågorna.
- Vad svarar du?

GÅ TILL SIDAN 3 - FRÅGA 1 - OCH FÖR ÖVER DITT SVAR HIT - VAD VILL DU SÄLJA?

VEM ÄR DU? VARFÖR SKA JAG HANDLA AV JUST DIG?

ÄR DET MIG DU VÄNDER DIG TILL?

Erbjudandet passar dig som:

☒ _____

☒ _____

☒ _____

Erbjudandet passar INTE dig som:

☒ _____

☒ _____

☒ _____

VILKET AV MINA PROBLEM LÖSER DITT ERBJUDANDE?

VILKEN FÖRÄNDRING KOMMER JAG UPPLEVA OM JAG KÖPER? NÄR KAN JAG SE DET?

VAD TYCKER DINA TIDIGARE KUNDER?

BEHÖVER JAG BESTÄMMA MIG INOM EN VISS TID? VAD HÄNDER OM JAG ÅNGRAR MIG?

VAD KOSTAR DET? FINNS DET EN BONUS?

HUR GÖR JAG FÖR ATT KÖPA?



Hur vill du ta betalt på din säljsida?

Utforska några olika system för att se vilket som passar dig bäst.

Du kan t ex titta på:

- Stripe
- Klarna
- Swish
- Paypal
- Payson



JÄMFÖR OLIKA SYSTEM, VILKA PASSAR DIG BÄST?

SYSTEM	STARTKOSTNAD	MÅNADSKOSTN.	TRANSAKTIONSAVG.	BINDNINGSTID

VILKA BETALSÄTT VILL DU HA?

- ☐ Kortbetalning
- ☐ Faktura
- ☐ Direktbetalning
- ☐ Swish

2024

Ringa in viktiga datum för din marknadsföring tex lansering av freebies, annonskampanjer, webinar osv för att få en överblick.
Planera sen vidare i din ordinarie kalender.

JANUARY

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

FEBRUARY

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29		

MARCH

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

APRIL

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

MAY

S	M	T	W	T	F	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

JUNE

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

JULY

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

AUGUST

S	M	T	W	T	F	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

SEPTEMBER

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

OCTOBER

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

NOVEMBER

S	M	T	W	T	F	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

DECEMBER

S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

The background of the image shows a desk setup. There is a light-colored folder or envelope at the top. Below it is a notebook with a white cover and a tab labeled 'MONTHLY NOTES'. A white pen is lying on the desk in the bottom right corner. The text is overlaid on a semi-transparent light orange rectangle.

Lycka till!

Nu har du ett detaljerat underlag för att forma din säljtunnel. Ta tekniken till hjälp för att automatisera dina flöden, t ex hemsidan i WordPress för landnings- och säljsida och MailerLite för mejlhanteringen. Stort lycka till!

Varma hälsningar från
Jenny Sandfors på InternetForm AB