



Milliók Év Végei Kampány Egyszerűen A-tól Z-ig

Czene Orsival

✉ hello@czeneorsolya.hu

🌐 czeneorsolya.hu

Tervezés - Eszközök - Feladatok - Időbeosztás az év végi kampányodhoz

EGYETLEN SZABÁLY

NE BONYOLÍTSD TÚL.

Inkább legyél készen egy egyszerű, de ütős verzióval, mint kapkodva, félig készen több kicsi vagy egy úrhajó méretű tervvel.

Ha úgy érzed, jól jönne egy kis **gyakorlati segítség**, akkor csekkold le a 4 részes [Milliók Év Vége Workshopsorozat](#) időpontjait, és jelentkezz amíg van hely!

A Workshopokon együtt megcsináljuk:

1. **alkalom: Célkitűzés, kampányterv, folyamatterv, eszközök tisztázása, időbeosztás**
2. **alkalom: Saját weboldal kialakítása, ismerkedés a kezelőfelülettel**
3. **alkalom: Érdeklődőszerezés saját email lista építésével, automatán működtetve**
4. **alkalom: Értékesítési folyamat kialakítása a szolgáltatásodhoz.**

Mindezt a te saját folyamatoddal, a saját anyagaiddal, Veled önazonosan! **Mire végzünk, minden működni fog.**

TERVEZÉS

Mindennek az alapja a tervezés, enélkül ne kezdj bele a további lépésekbe!

Célkitűzés (30-60 perc)	<ul style="list-style-type: none">• Mit szeretnél elérni az év végi kampányoddal?• Mi az, amit el akarsz adni, és kinek?• Milyen problémát oldasz meg vele a vásárlódnak?
Mi a fő ajánlatod? (30-60 perc)	<ul style="list-style-type: none">• Fontos: itt nem a szolgáltatásod kell megadnod, hanem az <i>ajánlatod</i>.• Tipp: ne akció / kupon legyen, hanem értéknövelt ajánlat (pl. bónusz, exkluzív elérés, csomag, stb.).
Mi lehet egy ingyenes első lépés? (1-2 óra)	<ul style="list-style-type: none">• Olyan anyag, ami a fő probléma egy kis részét megoldja.• Pl. checklist, videó, mini-ebook, sablon, teszt, stb.
Mi történik, ha valaki kéri az ingyenes anyagod? (30 perc)	<ul style="list-style-type: none">• Hova kerül, és ott mit talál? (köszönő oldal)• Mit kap első emailben?• Milyen kapcsolatépítő sorozat indul el?
Mi történik, ha valaki megrendeli a fő ajánlatod? (30 perc)	<ul style="list-style-type: none">• Hogyan kapja meg a hozzáférést / szolgáltatást?• Mi az első élmény, amit kapjon?
Kommunikáció az ingyenes anyaghoz (2-3 óra előkészítés, posztolás napi 10-15 perc)	<ul style="list-style-type: none">• Hol és hogyan adod hírét?• Javasolt csatornák:<ul style="list-style-type: none">○ Hírlevél○ Instagram posztok + sztorik○ Facebook (saját profil, csoport, live)○ LinkedIn (ha B2B közönséged van)○ Pinterest (hosszabb távú forgalomhoz)

Kommunikáció a fő ajánlathoz (1-2 nap előkészítés)	<ul style="list-style-type: none"> • Sales oldali szövegek + vizuálok. • Hírlevél sorozat. • Social posztok, sztorik, live-ok.
Ki csinálja meg ezeket?	<ul style="list-style-type: none"> • Egyedül (több idő, nagyobb tanulási görbe) • Segítséggel, de te építed (időt spórolsz, de tanulsz) • Teljes kiszervezés (gyors, de drágább)



ESZKÖZÖK

Ha a tervezés résszel megvagy, nézd át, hogy milyen eszközök lesznek szükségesek ahhoz, hogy ez a terved meg is valósuljon a gyakorlatban.

Ha már használod valamelyik eszközt, vagy másik alternatíváját, akkor nyilván nem kell újra regisztrálnod, használd, amit megszoktál. De, ha még nincs eszközöd az adott funkcióra, akkor kattintgass a linkekre, és kezd el a regisztrációt.

Ami megvan, pipáld ki, hogy lásd a haladásod.

Mihez	Eszköz	Regisztrációs link (ha még nincs)	Kész
Weboldalhoz	<ul style="list-style-type: none"> • Domain név • Tárhely (min. 3GB) • Domain végződésű email cím 	<ul style="list-style-type: none"> • Tapasztalatból ajánlom a Sybell.hu szolgáltatót 	<input type="checkbox"/>

<p>Ingyenes anyag letöltéséhez</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Landing oldal (Tipp: WordPress) • Hírlevél küldő szoftver (Tipp: MailerLite) • Az ingyenes anyagod 	<ul style="list-style-type: none"> • MailerLite fiókot itt tudsz regisztrálni • WordPress a Sybellnél települ ingyen. 	<input type="checkbox"/>
<p>Fő ajánlatod megrendeléséhez</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sales oldal (Tipp: WordPress) • Fizetési szolgáltató (Tipp: Stripe) • Számlázó program (Tipp: Számlázz.hu vagy Billingo) • Szoftver ami kezeli a megrendelést (Tipp: SalesForm vagy WooCommerce) • Az ajánlatod 	<ul style="list-style-type: none"> • Stripe fiókot itt tudsz regisztrálni • SalesForm fiókot itt tudsz regisztrálni • Számlázz.hu fiókot itt tudsz regisztrálni • Billingo fiókot itt tudsz regisztrálni • WooCommerce nem igényel regisztrációt 	<input type="checkbox"/>
<p>Konverzió után</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Köszönő oldalak (Tipp: WordPress) 		<input type="checkbox"/>



TEENDŐK + IDŐKERETEK

Az időkeretek persze hozzávetőlegesek, ne érezd rosszul magad, ha esetleg valahol lassabban valósul meg, amit szeretnél. Azért írtam őket, hogy kb. tudd, mivel kalkulálj. Ha végeztél egy teendővel, csak pipáld ki, hogy lásd a haladásod!

Feladat	Idő	Kész
Regisztrálj tárhelyet és domain nevet, valamint hozd létre a domain végződésű email címed (ha még nincs!)	30-60 perc + domain regisztráció átfutása 24 óra	<input type="checkbox"/>
Készítsd el az ingyenes anyagod , és tedd elérhetővé valamilyen módon (pl. letölthető valahonnan, és a linket kapja meg a jelentkező, vagy tananyag felületen érhető el, és a belépési adatokat kapja meg, vagy emailben küldöd ki, stb.)	2-4 óra	<input type="checkbox"/>
Készítsd el a landing oldalt , ahol leírod, hogy mi ez az ingyenes anyag, amit adsz.	2-4 óra	<input type="checkbox"/>
Hozd létre a hírlevélküldő szoftveredben a csoportot , ahova gyűlnek azok, akik kérik az ingyenes anyagod.	30 perc	<input type="checkbox"/>
Készítsd el az úrlapot a hírlevélküldődben, és tedd be a landing oldaladba	1-2 óra	<input type="checkbox"/>
Készítsd el a köszönő oldalt , amit azok látnak, akik feliratkoztak az ingyenes anyagodra.	1-2 óra	<input type="checkbox"/>
Állítsd be a hírlevélküldődben, hogy ez az oldal jelenjen meg feliratkozás után.	15 perc	<input type="checkbox"/>

<p>Állítsd be, hogy aki feliratkozott, az meg is kapja azt, amit ígértél neki. (pl. menjen automata email neki az adatokkal, linkkel, stb. attól függően, hogy te mit adsz, és hogyan tudod ezt eljuttatni hozzá)</p>	<p>1-2 óra</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Teszteld le, hogy működik-e!! (iratkozz fel magadhoz)</p>	<p>15 perc</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Állíts be további automata hírleveleket, amikkel segíted őt az ingyenes anyagod feldolgozásában, építed a kapcsolatot</p>	<p>2-3 óra</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Írj további hírleveleket, amikkel bevezeted a kampányod</p>	<p>2-3 óra</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Készítsd el a sales oldal tartalmát - szöveg + képek + ügyfél visszajelzések + gyakori kérdések + gombok a megrendeléshez</p>	<p>1-2 nap</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Készítsd el a megrendelési mechanizmust. Ez lehet sima átutalásos megoldás egy egyszerű űrlappal (itt több a manuális munka és a lemorzsolódás, de könnyű elindítani), vagy lehet webshopos kosár-pénztár modell, de lehet akár külső szoftverrel is menedzselni. Válassz belátásod szerint.</p>	<p>4-6 óra</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Készítsd elő a kampány előtti és közbeni kommunikációd (social felületek, hírlevelek)</p>	<p>6-8 óra</p>	<input type="checkbox"/>



MÉRŐSZÁMOK

Ne lepődj meg, ha nem fogja mindenki olvasni a leveleid, és nem fogja mindenki kérni az amúgy zseniális ajánlatod. Ez természetes.

Hogy ne csüggedj el túlságosan a számokon, hozok egy átlagos útmutatót, amire támaszkodhatsz, hogy lásd, jók-e a számaid, vagy nem annyira.

- **Feliratkozók száma:** legalább 50–100 fő (kisebb listán is lehet sikeres a kampányod, de legyen célod). Természetesen minél nagyobb ez a szám, annál jobb, de csak, ha minőségi érdeklődők vannak benne. Ha iPhone-t kínálsz nyereményként, akkor ne számíts túl sok jóra.
- **Konverzió az ajánlatra:** 3–10% reális (ha 100 feliratkozód van, 3–10 vásárló). Számold ki, hány konverzió kell a milliós profithoz, és azt a számot célozd meg. Innen látod, mennyi feliratkozóra lesz szükséged.
- **Engagement:** mennyi megnyitás / kattintás van a hírleveleiben (átlag: 25–35% megnyitás jó).



PSZICHOLÓGIAI TIPPEK

Lehet, hogy te magad sem szereted ezeket, de attól még működnek. Persze függhet a szolgáltatásodtól, vagy az aktuális ajánlatodtól, de nem árt, ha gondolsz ezekre is.

- Adj limitált időtartamot vagy darabszámot (ez egy kampány esetén amúgyis adott, hiszen nem kampányolsz a végtelenségig)

- Használd visszajelzéseket, esettanulmányokat (ez fontos, a szakértelmed támasztja alá!)
- Adj "biztonsági hálót": garancia, próbalehetőség.
- Mutasd be az ingyenes anyagod értékét: miért segít, miért más, mint a többi.



KAMPÁNY UTÁNI LÉPÉSEK

Fontos, hogy ne dőlj hátra, amikor vége a kampánynak. Akik vásároltak, azoknak fontos, hogy érezzék, jó helyen vannak, ezért nem tűnhetsz csak úgy el. Akik pedig lemaradtak, nem árt, ha tudnak róla. Már csak azért is, mert akkor legközelebb tartják magukat a **határidőhöz**, amit ugye te **SOHA semmilyen körülmények között nem hosszabbítasz meg!!**

- Értékelj ki az eredményeket: feliratkozók száma, bevétel – költség, visszajelzések.
- Dokumentáld, mit csináltál, így jövőre gyorsabban megy majd.
- Maradj kapcsolatban a listán lévő emberekkel, ne tűnj el kampány után.



Jó munkát, és nagyon sok sikert kívánok a kampányodhoz!

Ha pedig gyakorlati segítséget szeretnél, akkor gyere el a [Millió év vége Workshopsorozatra](#), ahol megcsináljuk az egészet együtt!

Nézd csak meg lejjebb görgetve, hogy mi vár rád, ha csatlakozol!

Ezt fogjuk megvalósítani a gyakorlatban a workshopokon:

- 1. alkalom: Célkitűzés, kampányterv, folyamatterv, eszközök tisztázása, időbeosztás. Vagyis látni fogod, hogy mit kell megvalósítanod, milyen szoftverek kellene hozzá, és mikor mivel kell készen lenned, hogy ne csússz ki az időből. Ezen fogunk dolgozni a következő alkalmakon.**
- 2. alkalom: Saját weboldal kialakítása, ismerkedés a kezelőfelülettel. Még egy prémium sablon liszenszkulcsát is odaadom neked, ami már önmagában többbe kerülne, mint a workshop díja... Ezzel pedig bármit könnyedén meg lehet valósítani a weboldalon!**
- 3. alkalom: Érdeklődőszerzés saját email lista építésével, automatán működtetve. Vagyis készítünk neked egy landing oldalt, ahol az érdeklődők el tudják kérni az ingyenes anyagod. Majd ezután automatán kapnak néhány emailt tőled, amivel felépíted a kapcsolatot közöttetek, és tereled őket a fő terméked felé. Még a workshopon teszteljük is egymás rendszerét!**
- 4. alkalom: Értékesítési folyamat kialakítása a szolgáltatásodhoz. Vagyis készítünk egy értékesítési oldalt neked, amin már egy egyszerű űrlapon keresztül le is lehet adni a megrendeléseket neked a fő termékedre. Ezt ki is próbáljuk előben egymásnál.**

Mindezt a te saját folyamatoddal, a saját anyagaiddal, Veled önazonosan! **Mire végzünk, minden működni fog!**

[Kattints ide, gyere el te is, és nyugodtan kezdheted a kampányidőszakot!](#)