

ГРАНИ



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Грань №4 Я – Маркетолог

Урок № 12

Какие ещё каналы продвижения используют дизайнеры.



bk_grani



club-graniru



Какие ещё каналы продвижения используют дизайнеры.

Существует огромное количество каналов продвижения для дизайнеров, которые мы не освещали в предыдущих уроках. Например: YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Вконтакте, блогеры и множество других источников привлечения клиентов. Во всех этих направлениях привлечения клиентов есть дизайнеры, которые добились результата.

1) Журналы.

Принято считать, что очень круто и перспективно быть опубликованным в интерьерном журнале. Считается, что после того, как дизайнер был опубликован, то к нему выстраивается очередь из клиентов. Конечно же это не правда. Интерьерные журналы конечно же читают конечные клиенты, но основная масса потребителей подобных журналов – это сами дизайнеры. Поэтому клиенты приходят не к каждому, и конечно же тут нет никакой гарантии. «Как опубликовать свой интерьер?» - мы подробно рассмотрим в Грани №7 «Я – медийный дизайнер». С точки зрения маркетинга вам нужно знать только одну вещь. На строительном рынке есть сезонность. Шанс получить клиента после выхода публикации гораздо выше осенью и весной в разгар строительного сезона. Зимой и летом эти шансы сильно меньше. Хочу подарить вам новый взгляд на ситуацию с журналами. Вы можете публиковаться не в интерьерных журналах, а простых, где есть потенциальный клиент.

Среди наших примеров из членов Союза Дизайнеров и Архитекторов есть Алена Санаева, которая давала рекламу и писала статьи для свадебного журнала для своей целевой аудитории. Большой процент молодёжи делают ремонты, планируют купить квартиру, снимают квартиру, или им её дарят родственники.

У нашего члена союза Игоря Куркина отлично продавался предметный дизайн через журналы, которые лежат в бизнес-классе в спинках самолётов. У меня был дизайнер в консалтинге, которая писала статьи для подобных журналов, и она была редактором постоянной рубрики про дизайн.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Также я встречал дизайнеров, которые писали статьи для журналов про женское здоровье, где раскрывали темы психологии цвета в пространстве и правильную систему хранения вещей.

2) Youtube

В наших образовательных программах не раз выступали эксперты по Youtube, которые рассказывали, что клиентов им приносят динамичные ролики со смыслом, где происходит обзор их реализованных объектов, они показывают квартиры, где указывают на лайфхаки в ремонте, как обыграны стыки и примыкания разных материалов с фишками и экспертностью. Данные ролики должны быть продолжительностью не больше 3-7 минут. Запись и монтаж подобного ролика может стоить в среднем от 10 000 до 50 000 рублей. Подобные ролики реально приносят звонки и клиентов. Конечно же на продвижение роликов влияет много разных параметров: название файла, в какое время был залит на канал, система меток, количество внешних ссылок на ролик, рекламное продвижение и т.д. Подобные проекты всегда запускаются после проработки рекламной концепции с профессиональными командами по продвижению именно в Youtube.

Ссылка на выступления Екатерины Поповой на одной из наших бизнес-конференций для дизайнеров:

<https://www.youtube.com/watch?v=WVksNz7oYeQ>

Примеры каналов дизайнеров и медийных строителей, которые зарабатывают на Youtube:

<https://www.youtube.com/channel/UC5eHz1bm1PG7IUfPnc0f3g>

<https://www.youtube.com/c/DNEVNIKDIZAINERA>

3) Instagram

Instagram для визуалов, про него мы говорили достаточно ещё в Грани №2 «Я – эксперт». Он для визуалов, которые хотят смотреть контент, и иногда читать контент. В отличие от TikTok, который предназначен просто для визуалов, и является самой высокоэмоциональной мимической соцсетью.

Специально для вас был записан тренинг по созданию «Продающего инстаграма для дизайнеров». Автор тренинга Евгений Тюрин и Олеся Худякова – самый медийный дизайнер города Астрахани, у которой все



bk_grani



club-graniru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

продажи выстроены на личном бренде и активности в инстаграм. Там авторы делятся всеми действующими наработками, как привлечь внимание потенциального клиента и как создавать в потенциальных клиентах «иллюзию дружбы». Купить курс и подробно ознакомиться с программой можно здесь:

<https://cenno-st1.ru/inst>

Очень подробно написано про создание рилсов и повышения охватов в сторис в воркбуке №13 данной грани.

4) TikTok

В топе Тиктока находится наш председатель Союза Дизайнеров и Архитекторов по Республике Крым Ольга Дуквен. Именно её контент-план для начинающих тиктокеров мы выкладывали дополнительным файлом в Грани №2 «Дополнительные материалы».

Самая большая проблема дизайнеров во время привлечения целевой аудитории, это если они попадают не в свою целевую аудиторию.

Например: Вы хотели подурочиться для того, чтобы сделать ролик более популярным, а на вас стали подписываться не целевые клиенты, а дети, которым понравились ваши кривляния. Получается, что просмотров много, подписчики растут, а Тикток вас уже закрепил в своих алгоритмах, что вы больше будете показываться детской аудитории.

Подобные промахи ведут вплоть до удаления аккаунта, и чинить старый аккаунт с не той целевой аудиторией - бесполезно. К сожалению, даже коучи по Тиктоку не могут гарантировать вам миллионные просмотры с первого раза. Это соцсеть с постоянно меняющимися алгоритмами, там нужно использовать трендовую музыку на фоне, ролики записывать на 30 – 45 секунд, правильно подписывать ролики и так далее. ТикТок требует постоянной активности. В нём нельзя начать выкладывать ролики, а потом сделать на месяц перерыв. Вы никогда не вернётесь на прежние места по показам. Либо постоянно, либо никак.

Тикток можно назвать отдельным миром, где тоже есть клиенты. Наша задача понимать, что там нужно уметь своими действиями вызывать эмоции, если у вас такого таланта нет, использовать Тикток будет достаточно проблематично.



bk_grani



club-graniru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Из плюсов – это низкие затраты при изготовлении видео. Нужный минимальный комплект:

- блогерская круглая лампа на штативе
 - телефон
 - программа **InShot** (для редактирования видео и накладывания надписей)
- Всё.

Некоторые используют фрилансеров для монтажа видео (стоимость таких услуг стоит 50-100 рублей за монтаж одного ролика).

Ссылка на выступления Ольги Дуквен на бизнес-конференции:

<https://www.youtube.com/watch?v=tDKbBRkxQ-o>

Ссылка на ТикТок Ольги Дуквен: <https://www.tiktok.com/@olga.dukven>

5) Facebook

Facebook – соцсеть для фанатов и тех, кто дружит с людьми из других стран, если можно выразиться «олдскул». **FB** очень хорошо развит в дизайнерском сообществе Москвы. В **FB** есть определенный пласт целевой аудитории наших клиентов. Если раньше считалось, что **ВКонтакте** для детей, а **Facebook** для взрослых, то на сегодняшний день всё координально поменялось и разделилось скорее по темам. **ВКонтакте** это более региональная сеть, а **FB** столичная и для деловых.

6) Houzz.ru

Данный портал может привести к вам клиентов в том случае, если у вас потрясающие проекты, или если вы там очень активны. Если вы правильно ведете аккаунт, нарядно оформляете статьи и свои работы. Как показали опросы ваших коллег, платное продвижение на этом портале не очень эффективно, поэтому использовать его я не рекомендую. Есть дизайнеры, которым повезло, и они получили оттуда достойного клиента, но чаще всего там обитают мелкие заявки: «Помогите оформить спальню 12 м²», или «Помогите сделать крутой дизайн-проект на квартиру 40 м² при бюджете на ремонт в 1 500 000 рублей.»



bk_grani



club-graniru



7) Блогеры

Также очень хорошо работает система работы с блогерами по бартеру. Вы составляете несложное письмо. Пример письма есть в Уроке №7 в Грани №4. Таких писем в директ нужно рассылать не более 100 в течение дня. Рассылайте всем тематическим блогерам, и не обязательно только строительным. Это могут быть блогеры многодетные мамы, блогеры по женским увлечениям, фитнес и ЗОЖ блогеры, и те, у кого есть женская аудитория барышень, сидящих в декрете. Которым можно продать консультацию или обучение по декору, эргономике и уюту. Или это может быть самый известный блогер в вашем регионе, которому вы можете предложить бартер.

В общении с блогером мы можем предложить свои услуги в обмен на рекламу вас, как человека, которому можно доверять.

Важные правила:

- ведите себя с ним на равных, так, как будто этот блогер не является супер-известным.
- со скандальными блогерами лучше не работать. Так как на стройке всегда найдётся повод эмоционировать и это может подпортить вам репутацию.
- бартерная договорённость должна быть твёрдой. Сколько сторис и постов в неделю? Как они будут выглядеть? Заранее всё нужно согласовывать. Это бизнес. Важно всё!

8) Ресурс клиента

Просто спросите у клиента, где он работает, и нет ли возможности в этом месте разместить вашу рекламу. Таким образом одна из дружественных студий дизайна стала вести колонку о дизайне на РБК. А лично я таким способом получил размещение на внутреннем портале Яндекс для сотрудников своего рекламного объявления. Два раза в год кто-нибудь точно звонит из Яндекса со ссылкой на рекомендацию от сотрудников.

9) Строительные марафоны в Instagram

Марафоны в инстаграм тоже являются каналом привлечения клиентов. На рынке существуют строительные марафоны, на которые приходит аудитория, которая интересуется ремонтами. Продать им дизайн-проект «в лоб» будет сложно. Но продать им консультацию, а нескольким участникам её просто подарить достаточно реально. За время вебинара или прямого эфира можно себя





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

зарекомендовать как эксперта. Продавать можно также планировочное решение. Хорошо заходят консультации по психологии цвета и всё что связано с проектированием детских комнат.

Вот как выглядят подобные приглашения:

Марафон Натальи Грецкой. Приглашаю вас в новый проект "Умный ремонт"

Стоимость участия 3000 рублей (организация, розыгрыши и подарки для участников, таргетированная реклама)

Ориентировочная стоимость подписчика 4-7 рублей

Канал с отзывами 

https://t.me/vse_omarafo nah

https://instagram.com/olga_semenichenko

https://www.instagram.com/dom_mechti_mara fon/

https://instagram.com/mara fon_moi_remont

Внимание: Данные аккаунты я нашёл как пример марафонов, сам их не проходил. Много шарлатанов! Будьте внимательны и перепроверяйте информацию.

10) Автовебинары

Есть два варианта. 1. Вы продаёте свой продукт. 2. Вы участвуете в чужом проекте.

В первом случае вы можете записать продающий вебинар, где вы рекламируете свою консультацию или какую-нибудь памятку для новосёлов, как правильно делать ремонт или сделать дизайн своими руками. А потом с помощью несложного софта делаете автоматическую трансляцию данного вебинара хоть каждый день. Выстраивая таргетированную рекламу на привлечение потенциальных клиентов на этот вебинар. Организовать данную работу можно через платформу: <https://bizon365.ru/>

Во втором варианте ваши коллеги обычно преподают в онлайн дизайн-школах, где делятся контентом и рекламируют эту школу своим подписчикам. И с каждой продажи обучающей программы имеют процент.



bk_grani



club-grani.ru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Как продавать на вебинарах и продавать со сцены мы учим в тренинге «Ораторское искусство и продажи со сцены для дизайнеров». Купить этот тренинг можно здесь: <https://cenno-st1.ru/orator>

11) Своя школа

Запустить свою онлайн или живую школу дизайна, в которой вы берёте деньги с учеников, а сами рассказываете о всех сложностях профессии. Всегда из учеников кто-нибудь выбирает путь стать самостоятельным дизайнером, а кто-то поймёт изнутри как это сложно и просто обратиться к вам за услугой за деньги. Некоторые ваши коллеги таким способом ищут себе сотрудников. Так сказать, за их счёт обучают их, чтобы потом к себе в студию нанять лучших. Кто-то из ваших коллег специально за этим же идет преподавать в чужие школы и в вузы.

12) Телепроекты

Телепроекты, как каналы привлечения клиентов, очень похожи на **Журналы**. Телепроекты хороши с точки зрения вашего пиара. Здесь могут прийти клиенты, но большая редкость найти клиента на высокий ценник услуг. Для клиента сам факт, что мы снимались в телеке, это скорее повод гордиться нами, что очень хорошо способствует сарафанному радио. Однако вы должны понимать, что не у всей аудитории, которая на вас смотрит с другой стороны экрана есть деньги, чтобы вас нанять. При этом медийность, которая шагает с вами рука об руку будет приятна тем клиентам, которые могут вас себе позволить.

Один известный архитектор рассказывала: «Снимусь в трёх передачах и нет никаких клиентов, а потом снимусь в четвёртой и приходит клиент, который кормит всю студию 2 года.»

Наш член союза Игорь Куркин рассказывал, что после одного бюджетного проекта для большой семьи к нему по 50 заявок в день было на бюджетное жильё. Приходилось всем отказывать.

Один дружественный дизайнер делился своим опытом, что ей пришлось по бартеру искать самой всех поставщиков, и ещё что-то даже докупать для героев программы, потому что никто не соглашался рекламироваться в данном проекте. Дизайнер получила огромный стресс и потеряла 2 месяца жизни на подготовку и реализацию данного проекта. Цитата: «Поставщик по текстилю подарил только одну занавеску, и при каждом смене кадра приходилось её с окна на окно перевешивать.»





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Стратегии в медийности тоже могут быть разные. Кто-то ищет себе клиентов, а кто-то ищет себе коммерческих клиентов, приходя на телепроект. Наш член союза Алёна Санаева, приходя в телепроект, выстраивает со всеми партнёрами связи и в последствии монетизирует эти знакомства через другие проекты. Знакомится с операторами, со всеми поставщиками, продаёт им консалтинг, объясняет поставщикам, как найти дизайнеров и продаёт свои платные консультации по декорированию шоурумов. Это нормально и тоже является каналом привлечения клиентов.

13) Выставки

Также у нас есть дизайнеры в союзе, которые ходят по выставкам и не только раздают там визитки, но и знакомятся с первыми лицами компаний и находят среди них для себя клиентов. Многие компании развиваются для своих шоурумов или стендов для выставок, всегда ищут дизайнеров. Через правильную экспертную критику, через заботу о поставщике, эти дизайнеры умудряются достучаться до руководителей и найти себе работу. Это делается через истории, через активность и через правильное мудрое виденье: «Зачем вы пришли на мероприятие? Что вы там ещё можете получить? С кем вы ещё можете познакомиться?» Ваша проактивная позиция очень важна в этом вопросе, тогда это реально принесет результаты.

14) Поставщик

В продолжение темы из пунктов 12 и 13 поделимся с вами ещё вариантами, что можно предложить партнёру-поставщику, чтобы быть полезным и заработать:

- стать амбассадором бренда, читать лекции за деньги для коллег грамотно преподнося продукцию и компанию. Наш член союза Зульфия Даева построила свой личный бренд на амбассадорстве в Иркутске. Вам придётся нести философию бренда в массы.
- консалтинг для поставщиков, как стать привлекательным для дизайнеров
- написание статьи для сайта поставщиков
- разработать коллекцию предметного дизайна
- разработать понятный и стильный каталог для дизайнеров
- предложить съёмку для бренда в качестве модели
- привлекать поставщика в телепроекты
- предлагать построить шоурум (дизайн-проект и стройку)
- предлагать стайлинг и декорирование шоурумов





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

- хоумстейдж – предпродажная подготовка недвижимости. С этим проектом можно идти так же в школы инвесторов.
- предложить видеопроект
- предложить организовать мероприятие
- предложить съёмку каталогов
- быть ведущим на конференции вживую и в онлайн
- организовать открытие магазина
- организовать бартер со звёздами
- свои рекламные посты
- совместные прямые эфиры
- быть приглашённым гостем на мероприятии
- обучение персонала
- обучение их конечного клиента
- организовать конкурс
- разработать флагманский салон

Ссылка на полезный прямой эфир с Алёной Санаевой про работу с поставщиками: <https://www.instagram.com/tv/CZJ15uPKmyV/>

15) Женские бизнес-клубы

Наши члены союза не раз рассказывали, как реклама в закрытых бизнес-клубах помогала им найти клиентов. Реклама не только за деньги, но и в формате 15 минутной самопрезентации себя перед участниками бизнес-клуба и общения и самопрезентации в неформальной обстановке. Чаще всего это презентации представляются в залах полных мужчин. В данном инструменте мы делаем акцент на ЖЕНСКИЕ клубы. От клубов по правильному питанию, натуропатии, бизнес-клубов, клубов ресурсных женщин, городских женских клубов до спортивных тематических.

16) Telegram-рассылка

Есть такой способ рассылки вашего сообщения в telegram. Есть подрядчики, кто с помощью специального приложения организуют рассылку вашего голосового сообщения по людям.

1. Почему голосового сообщения?

Потому, что текстовый формат блокируют роботы telegram, воспринимая это как спам.



bk_grani



club-graniru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

2. По каким людям?

Обычно подрядчик по рассылке сам находит чаты про дизайн и ремонт, которые являются открытыми, парсит (выкачивает) координаты участников чата (не канала), и отправляет по этим людям ваше голосовое сообщение.

3. Что говорить в голосовом сообщении?

Сделать предложение с вашими услугами и с просьбой обратной реакции, чтобы найти всех потенциально заинтересованных в ваших услугах клиентов из многотысячной рассылки.

Стоимость услуги приблизительно 4 рубля за сообщение. Другими словами, рассылка по 1000 участникам строительного чата будет стоить 4000 рублей. Конверсия принесла 30 заинтересованных и 2 договора.

Пример:

Приветствую Вас. Моё имя Анастасия – я владелица студии дизайна со стажем более 7 лет. Я помогаю создавать креативные интерьеры для молодых семейных пар. Если вы планируете ремонт или вам могут быть потенциально интересные дизайнерские или декораторские услуги, то обязательно обращайтесь за консультацией. Берёмся за проекты на любой стадии стройки. Чтобы записаться на консультацию, отправьте ответным сообщением: «Хочу консультацию». И я с вами обязательно свяжусь. Если вам наши услуги не актуальны, то прошу извинить, что побеспокоила.

17) Союз ТСЖ и УК

Существуют союзы, объединившие у себя управленцев, завхозов, инженеров по эксплуатации или лиц, принимающих решения по ремонтам и комплектации, обслуживающих крупные офисные центры, бизнес-центры, офисы, здания и т.д.

В этих сообществах можно покупать рекламу или, как минимум, ходить на их мероприятия для расширения круга знакомств.

Пример: АХП <https://proffadmin.ru/>, есть союз ТСЖ в Санкт-Петербурге.

18) Рассылка в WS

Можно сделать рассылку в WhatsApp с помощью сервиса <https://wsender.ru/>, если у вас есть базы телефонных номеров потенциальных клиентов. Кто-то из ваших коллег покупает базу новосёлов у риэлторов, кто-то через отделы продаж у застройщиков.



b k _ g r a n i



c l u b - g r a n i . r u



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Из практики встречал, что в поисках потенциальных клиентов ваши коллеги делали рассылку просто по своей телефонной базе, в надежде на случайного лида.

Вот пример письма, которое рассылала ваша коллега:

Добрый день

Рада сообщить, что сейчас самые лучшие цены на разработку дизайн-проекта, если вы все время откладывали, то время пришло.

Сейчас цены идут вверх на фоне падения рубля и все дорожает.

Я каждый день пью кофе в кафе рядом с домом, стаканчик стоил 239р, сегодня пришла и он уже стоит 259р.

Я же решила вас предупредить заранее и снизить цену, чтобы смогли сейчас внести предоплату, зафиксировав хорошую цену. К дизайну мы можем приступить сейчас или в течении двух месяцев.

Поэтому я пришла за тобой!

С 1.04 дизайн-проект БУДЕТ СТОИТЬ 4000Р\М2, сегодня он стоит 3000р\м2, а я вам предлагаю ЗАФИКСИРОВАТЬ ЦЕНУ В 2500\М2, предложение действует до 31.03 включительно.

Напишите мне в ответном письме "ХОЧУ"

Посмотрите мои работы здесь <https://.....>, убеждена, что увидите как я вкладываюсь в каждый проект.

Вот так мои проекты выглядят в альбоме, смотрите <https://.....>

Жду от вас слово "ХОЧУ" и начнем работать над вашим проектом

19) Linked In

Американская социальная сеть для бизнеса, в которой пользователей по всему миру почти 1 000 000 000 человек и компаний. В России данная социальная сеть заблокирована. Но если вы ищите коммерческих клиентов за границей РФ, то вам может быть полезен данный контакт подрядчика.

Настройка: set up fee - \$500

Два месяца работы (20+ лидов) - \$1000

Итого - иницирующий платёж и первый месяц работы = \$1500.

В него входит:

1. Подготовка и упаковка двух профилей LinkedIn - консалтинг по постам, оформлению, местам работы и т.д.



b k_g r a n i



c l u b - g r a n i r u



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

2. Определение целевой аудитории и портрета идеального клиента. Анализ имеющейся аудиторий LinkedIn по качеству и количеству потенциальных контактов.
 3. Разработка цепляющего конкурентного оффера под разные аудитории.
 4. Запуск механизмов лидогенерации LinkedIn, настройка технических аспектов (бот, прокси, специализированные браузеры и т.п.)
 6. Регулярные отчеты и поддержка.
 7. 2 месяца работы от 1 аккаунта
- Каждый доп. аккаунт + 500 USD в месяц
Гарантия 20+ качественных лидов в договоре.

Контакты

ТГ - @nic_kba_tra_k

Сайт - lea.dzly.io

20) Закупка рассылки по чатам ЖК

Яндекс Найти

Поиск Картинки Видео Карты Товары Переводчик Все

Реклама в лифтах Нижнего Новгорода. Гарантия низкой цены
[рекламавлифтах.рф](#) > реклама-в-лифтах... Реклама
 Честные цены на рекламу в лифтах! Все районы города. 100% гарантия размещения. Звонки: 13 лет на рынке. Оперативный фототчет. Официальный договор. On-line калькулятор.
 О нас · Акции и скидки · FAQ · Клиенты
 Контактная информация · 17 (200) 511 XX XX (Показать) · 14-17 (200) 18200 · Нижний Новгород

Схема заработка на чатах для жильцов многоквартирных домов
[seosha.ru](#) > White > Схемы без Хайца
 К примеру если в определенном районе открылась кафешка, можно пускать рекламу в каналы тех домов, которые находятся по близости – привлечение целевой аудитории. Читать ещё
 Не найдено: закуп

Чат новосёла - Реклама
[chatnovosela.ru](#) > Реклама
 Взяли на себя ответственность за просрочку сдачи дома! Получим до 200 тысяч...
 · ЖК ГВАРДЕЙСКИЙ 3.0 (ЧАТ 4 дома)
 · СОКОЛОВА 68 (чат без рекламы)

Закуп рекламы в telegram-каналах и чатах за 5 000 руб....
[kwork.ru](#) > Соцсети и SMM > Telegram
 Предлагаю быстрый и качественный закуп рекламы в телеграм. Что такое закуп? Закупом в telegram называю подбор каналов смежной тематики для дальнейшей рекламы в них.
 Читать ещё

Домовой Сервис - Размещение поста в телеграмм канале...
<http://reklamaserbis.ru> > telegram-channel.html
 Оставьте заявку на подбор каналов и размещение рекламы... Дополнительные услуги: Если вас интересует размещение в каналах не обозначенных на сайте, другие услуги в виде закупки рекламы «под ключ», подготовка поста. Читать ещё

Реклама в общем чате - ЖК Академика Павлова
[ak-ranovo.ru](#) > объявления в объявлении
 Кратко: Разместить платную рекламу в общем чате для сбора средств на общие нужды ЖК. Итоги голосования: ЗА – 133 66,2%, ПРОТИВ – 62 31,8%, т.е. принято решение ЗА. Читать ещё
 Не найдено: закуп



b_k_grani



c_lub-graniru



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Просто вбивайте в Яндекс запрос: «закупа рекламы в чатах жилых домов», и вам будут предложены различные подрядчики.

Рекламное предложение обычно находится в диапазоне от 3000 рублей до 100 000 рублей в зависимости от размера объявления и количества чатов из их базы.

Ниже приведены сайты из моего принтскрина. Лично с ними не работал, так что ссылки на сайт не являются моей рекомендацией.

<https://moscow.chatnovoseia.ru/>

<http://www.reklamasevis.ru/>

<https://ak-pavlova.ru/reklama-v-obshhem-chat/>

и т.д.

Домашнее задание: Выберите из урока №12 инструменты, которые вы можете внедрить. Что вам понравилось больше всего.



bk_grani



club-graniru