

KAMPAŇOVÝ TO-DO CHECKLIST



rodičovská
nedovolená

Průvodce Fenomenální kampaní

STRATEGICKÉ KROKY NA ZAČÁTKU

- ☐ Definování záměru pro kampaň
- ☐ Aktualizace avatara pro kampaň
- ☐ Harmonogram kampaně
- ☐ Plán úkolů a delegování (i domácnosti)
- ☐ Rozpočet kampaně
- ☐ Plán hýčkání a dobíjení baterek

TECHNICKÉ NÁLEŽITOSTI PRO MĚŘENÍ VÝSLEDKŮ

- ☐ Nastavení Google Analytics
- ☐ Vytvoření UTM odkazů
- ☐ Nastavení Facebook Pixelu
- ☐ Nastavení FB Conversions API

ZVACÍ STRÁNKA

- ☐ Koncept a texty
- ☐ Přihlašovací formulář propojen
- ☐ Vizuál a obrázky
- ☐ Stránka potvrzení registrace
- ☐ Vložení na web
- ☐ Stránka potvrzení emailu (DOI)

TIP! Zkontroluj si funkčnost stránky tím, že vytvoříš zkušební registraci v anonymním okně!

REKLAMA

- ☐ Tvorba textů
- ☐ Definice cílové skupiny
- ☐ Tvorba kreativ (obrázky, videa)
- ☐ Technické nastavení

ORGANICKÉ ZVANÍ

- ☐ Zvaní ve skupině, na stránce
- ☐ Zvaní emailové databáze
- ☐ Zvaní na osobním profilu
- ☐ Zvaní v cizích relevantních skupinách

TIP! Inspiruj se v průvodci Zvaní a zahřívání pro nažhavené klienty!

ZAHŘÍVÁNÍ PŘIHLÁŠENÝCH

- ☐ Ping-pong email po přihlášení
- ☐ Zahřívací emaily před magnetem
- ☐ Mini upsell na děkovací stránce
- ☐ Zahřívací program v mag. skupině

Kampaňový to-do checklist

Průvodce Fenomenální kampaní



rodičovská
nedovolená

PŘÍPRAVA MAGNETU

- ☐ Koncept a záměr pro magnet
- ☐ Natočit video / videa
- ☐ Sestříhat magnet i krátké klipy pro propagaci
- ☐ Vytvořit landing page
- ☐ Vytvořit podpůrné materiály (pracovní listy)

V PRŮBĚHU MAGNETU

- ☐ Emaily s obsahem a výzvou k akci
- ☐ Příspěvky v magnetové skupině
- ☐ Komunikace ve skupině (Q&A, ..)
- ☐ Sdílení reakcí mimo magn. skupinu

PRODEJ

- ☐ Záměr pro prodej

TIP! Zkontroluj si funkčnost stránky zkušební objednávkou v anonymním okně!

- ☐ Prodejní trojúhelník

Prodejní stránka

- ☐ Koncept a texty
- ☐ Vizuál a obrázky
- ☐ Reference
- ☐ Vložení na web (načasování)
- ☐ Děkovací stránka po objednání
- ☐ Propojený objednávkový formulář a emailový seznam

Prodejní dny

- ☐ Prodejní emaily
- ☐ Prodejní příspěvky a živá vysílání
- ☐ Social selling
- ☐ Držení pole a ladění na avatar/ky
- ☐ Hýčkání a odpočinek
- ☐ Oslava

VYHODNOCENÍ KAMPAŇE

- ☐ Subjektivní reflexe
- ☐ Analýza dat
- ☐ Zpětná vazba na spolupráce
- ☐ Naplánování akčních kroků

TIP! Inspiruj se v průvodci
Vyhodnocení kampaně rozumem i citem!