

Автор: **Наталия Ортиз**



Красивый бизнес или
«Свадьбы за границей»

Как воплотить мечты в реальность!

www.svadbavispanii.ru



Содержание

Введение	3
Глава 1. Почему Испания?	5
Глава 2. Выбор страны	9
Глава 3. Создание сайта	11
Глава 4. Стилистическое оформление сайта	18
Глава 5. Как найти партнера за границей?	22
Глава 6. Как составить предложение о сотрудничестве?	25
Глава 7. Способы рекламы. Платная реклама	27
Глава 8. Социальная сеть Facebook	31
Глава 9. Социальная сеть Instagram	35
Глава 10. Социальная сеть Pinterest	37
Глава 11. Бесплатные способы рекламы	39
Глава 12. Первый звонок. Что говорить?	43
Глава 13. Продаем услугу	46
Глава 14. Заключение договора. Получение прибыли	47
Глава 15. Часто задаваемые вопросы	48
Заключение	51

Введение

Здравствуйте!

Возможно, вам бы хотелось узнать кто я, как я начала заниматься свадебным бизнесом и почему.



Меня зовут Наталия Ортиз, я директор первого профессионального свадебного агентства в Испании, автор тренингов и курсов для свадебных организаторов, коуч-консультант по свадебному бизнесу и автор данной книги.

В свадебный бизнес я пришла, когда мне самой сделали предложение, и мы начали готовиться к свадьбе. До этого я работала менеджером по отбору персонала в крупной интернациональной компании в Барселоне. Образование у меня высшее, я закончила государственный вуз в России и магистратуру в Испании - Master en Recursos Humanos, Universidad Pompeu Fabra (Барселона). Мне очень нравилась своя работа, но семья для меня всегда на первом месте.

Когда моему мужу предложили повышение с переездом в Бильбао (Страна Басков) я, не задумываясь, оставила работу и переехала вместе с ним. Я знала, что в Бильбао мы будем находиться временно, в дальнейшем мы планировали переехать в Мадрид. Поэтому, я решила не искать работу, а подумать о своем бизнесе. Главным критерием для меня было – это заниматься любимым делом, при этом, чтобы я могла свободно перемещаться по стране, а не быть привязанной к одному городу.

И повторяюсь, так как я сама готовилась к свадьбе и организовывала ее на расстоянии (свадьба планировалась в Барселоне, а в то время мы жили в Бильбао,

а по испанским меркам это совсем не близко), я на себе испытала все сложности, которые испытывает невеста, организовывая свадьбу на расстоянии. Естественно, огромным плюсом для меня было то, что я очень хорошо знала Барселону, все ее достопримечательности, красивые места (прожила там 5 лет), знание испанской культуры и, конечно же, знание языка. Я в совершенстве говорю на испанском и каталанском языках. Так появилась идея организовывать свадьбы для иностранцев в Испании, так называемые Destination weddings. Ведь свадьба в Испании – это настоящая сказка!

Любовь, страсть, праздник - всё это ассоциируется с прекрасной Испанией. Страна, где зародилось пламенное фламенко, где страстью и любовью дышит вся природа, обнимая вас теплыми солнечными лучами. Испания принимает в свои объятия всех влюблённых, которые хотят украсить свою свадьбу прекрасным обликом теплой страны.

Скажите, пожалуйста, может, вы просто хотите открыть свой бизнес? Мучаетесь над идеей и ничего нового вам не приходит?

И не надо! Мы уже все придумали за вас. Вам нужно просто взять инструкции и начать делать: шаг за шагом.

Поэтапно вы узнаете, как организовывать свадьбы «чужими руками», как найти партнеров за границей и начать получать приличный стабильный доход. Вам никуда не надо будет ехать, вы можете зарабатывать, находясь у себя дома и в удобное для вас время.

Глава 1.

Почему Испания?

Как вы считаете, почему с каждым годом все больше и больше молодых выбирают именно Испанию для проведения своей свадьбы?

На это есть ряд причин:

- Стильная европейская свадьба.
- Здесь можно провести свадьбу как в замке, так и на яхте, на частной вилле, в красивом отеле с видом на море, на самом побережье моря. В Испании очень много разных красивых площадок.
- Возможно, что свадьба на пляже обойдется дешевле на островах или в Мексике, или Доминикане, но сколько при этом затрат на перелет! Если сделать подсчеты, то вся экономия сразу улетучится!
- Возможность совместить церемонию со свадебным путешествием. И в данном случае, отдых будет не только пляжный, а может быть и активным. В Испании имеется большое количество предложений по организации активного отдыха на любой вкус: дайвинг, серфинг, акваланг, полет на воздушном шаре и т.д. Для любителей культурного отдыха имеется также огромный выбор музеев, галерей, театров.
- Прекрасная погода. Свадьбу в Испании можно организовывать практически в любой месяц и не бояться плохой погоды.
- Красивые пейзажи испанской природы, на фоне которых будет проходить свадебная церемония молодоженов, надолго останется в памяти как жениха и невесты, так и их гостей.

- Обслуживание будет на высшем уровне, плюс к этому вкуснейшая испанская кухня и их потрясающе вкусные вина удовлетворят любого гурмана и никого не оставят равнодушным. Для вас будут сделаны потрясающие эксклюзивные фотографии и видеосъемка. От такой церемонии останутся самые трепетные воспоминания.
- Организовывая свадьбу в Испании, появится тот самый уголок, куда хочется возвращаться снова и снова. Ведь будет столько трогательных воспоминаний! На свадебный юбилей можно просто сесть в самолет и всего через несколько часов оказаться снова в этой удивительной стране Испании.

Мое отношение.

Все, что я делаю, я делаю со всей ответственностью. Когда я решила, что буду заниматься свадьбами, я поехала в США. Там я закончила свое обучение и прошла практику в одном из лучших свадебных институтов в Америке (он входит в 5-ку лучших в мире). И только после этого, начала предлагать свои услуги, сначала друзьям и знакомым, а потом появились и настоящие клиенты.

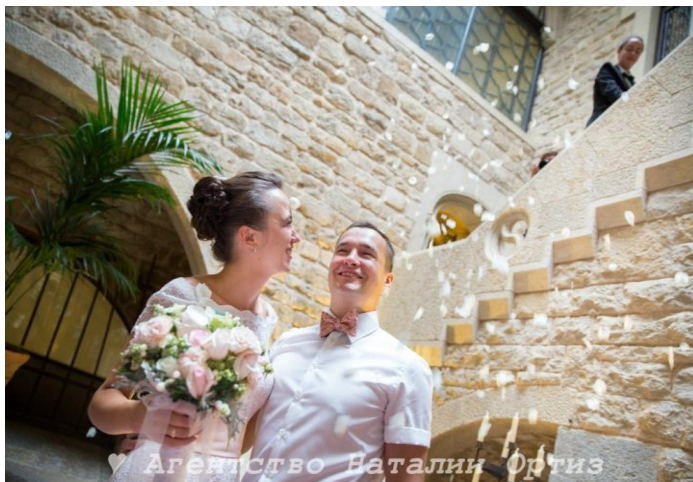
Свадебный бизнес – один из самых привлекательных бизнесов для девушек. И сегодня я вижу, что все больше и больше открывается свадебных агентств, имея только опыт своей собственной свадьбы. Я понимаю, что не все могут позволить себе поехать в США на несколько месяцев на обучение. У кого не позволяют средства, а у кого просто нет времени. Понимая это, я решила поделиться своими знаниями и опытом в организации европейских свадеб.

Я считаю, что каждая невеста достойна иметь красивую свадьбу, именно ту, о которой мечтала. А для воплощения мечты в реальность требуется намного больше знаний и информации, чем только те, которые получены со своей собственной свадьбы. Специально для этого я создала свадебную школу. Подробности о ближайших курсах вы можете почитать.

Задача не научить вас организовывать свадьбы, а научить вас зарабатывать на свадьбах, организованных профессионалами своего дела.

Итак, в чем суть данной идеи: вам надо будет найти профессиональных организаторов за границей, продать их услуги и заработать на этом. Все просто.

Первое, что вы должны сделать - это определить вашего клиента. Если вы интересовались свадьбами за границей, то я думаю, вы уже видели, что есть свадьбы за границей, которые продают пакетами и есть свадьбы за границей, которые организуют индивидуально.



Мы организовываем персональные свадьбы, у нас нет никаких свадебных пакетов.

Пакеты предназначены для малобюджетных свадеб. Если вы выбираете агентство, предлагающее стандартный свадебный пакет, то об индивидуальном подходе и создании персонального стиля свадьбы, речи не идет.

Агентства, занимающиеся продажей стандартных свадебных пакетов, обычно предлагают несколько вариантов на выбор. В стандартный свадебный пакет обычно входит: аренда места, регистратор, церемония под музыку CD и букет невесты. Единственный декор – это арка (чем больше цветов, тем дороже) и чехлы на стульчики, которые, стоит вам заметить, уже не модны. Некоторые пакеты наполнены большим количеством услуг, но вы не сможете ни убрать, ни добавить что-то другое, то, что хотелось бы именно вам.

Пакеты вошли в моду уже давно и сейчас они постепенно начинают отходить, поэтому, если вы хотите, чтобы ваш бизнес длился не два дня, а намного дольше,

я все-таки советую вам останавливаться именно на втором варианте, продавать не свадебные пакеты, а продавать именно индивидуальную организацию.

Естественно, вам не надо будет ехать за границу, организовывать свадьбы, то, что вам надо, это просто наладить сотрудничество с другими организаторами, которые уже непосредственно находятся в той стране, куда хочет поехать ваш клиент.

Как создать портрет клиента? Опишите его пол, возраст, место жительства, доход, социальный статус, семейное положение, место работы, страхи, переживания и т.д. Представьте этого человека.

Глава 2.

Выбор страны.

Все мы знаем, что сейчас свадьбы за границей все больше и больше приобретают свою популярность.

На это есть ряд причин; во-первых, потому, что европейская свадьба пока еще не сравнится с теми свадьбами, которые организуют в России. Безусловно, в России свой колорит и свадьба может быть не менее интересной, чем в Европе. Но именно профессиональная организация свадеб зародилась в Америке и в Европе. В России же этот бизнес только зарождается, поэтому качество организации свадеб в Европе на очень высоком уровне.

Есть такое мнение, что свадьба за границей очень дорогая и не для всех. Я вам могу сказать, что бюджет на свадьбу за границей у вас будет тот же, если вы проведете ее в своем городе. Естественно, я имею ввиду красивую и шикарную свадьбу, которую вы хотите организовать у себя в России или на Украине.

Теперь, я думаю понятно, почему многие хотят провести свою свадьбу за границей: это красиво, по бюджету могут позволить себе большинство и, естественно, те впечатления, которые будут от свадьбы за границей, они не сравнятся, если вы ее проведете у себя дома.

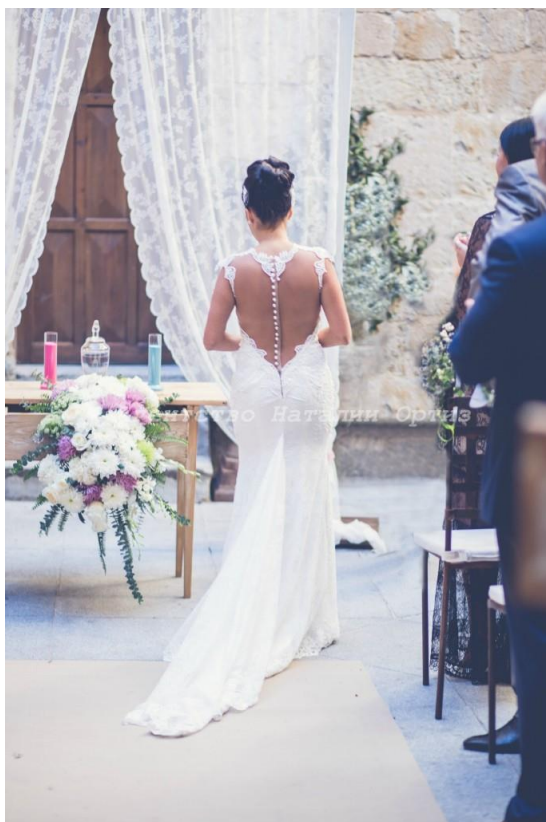
Какие страны выбрать? Какие на данный момент более востребованы молодыми?

Первое, что я вам советую при выборе страны, иметь к ней интерес, намного проще вам будет рассказывать молодым о стране, если вы уже сами там побывали, вам очень нравится эта страна и ее культура.

Следующий важный момент, это иметь в этой стране партнера - свадебного организатора, который непосредственно там живет и занимается организацией

свадеб профессионально. Ведь от этого будет зависеть развитие вашего бизнеса. Вот представьте, когда вы получили хорошую услугу, как часто вы рассказываете об этом вашим друзьям? Ну, может 3-4 раза. А вот если вы остались недовольны полученной услугой? Об этом вы молчать не будете, а постараетесь, чтобы об этом узнали все сразу. Имейте это в виду, ваша репутация - это залог вашего успешного бизнеса. А в данном случае, от правильного выбора свадебного организатора - партнера будет зависеть, как потом будут говорить о вас клиенты.

Страны, которые пользуются наибольшей популярностью среди молодых для проведения их свадьбы - страны Европы: Испания (для обсуждения условий сотрудничества со мной, можете написать мне в вконтакте: <https://vk.com/nataliaortiz>), Италия, Франция, Чехия, Таиланд, страны Латинской Америки.



Обязательно выполняйте все задания и уже через 2 недели вы сможете заработать 100 тыс. рублей или более. Все зависит от вас. Инструкции вы получите, а применять полученные знания или нет – это решать вам. Сразу скажу, что просто прочитать мои письма - результата не даст, как и в любом бизнесе, необходимо предпринимать шаги и работать.

Сегодня для вас приятное задание: помечтайте, подумайте, если бы вы были невестой, то какую страну бы выбрали? Выпишите несколько "почему". Так вы сможете приблизиться к вашему предложению, от которого невозможно

отказаться. Ведь если вы сами испытываете любовь к этой стране и вас манит все, что с ней связано: культура, ее кухня, стиль жизни, то рассказывать об этой

стране невесте вы будете со страстью, а это работает намного лучше, чем какие-то скидки.

Глава 3.

Создание сайта.

Многие думают, чтобы начать свой бизнес, первое, что надо сделать – это открыть свой офис. На самом же деле, особенно на первом этапе, офис совершенно не нужен.

Чтобы привлечь клиента, а также, наладить отношения с партнерами за границей, нужен САЙТ. Никто не будет начинать сотрудничать с вами, не зная ничего о вас. А сайт – это ваша визитная карточка. Создавать полноценный сайт или для начала, остановиться на landing page - решать вам. Если нет у вас опыта в создании сайта и его продвижении, то лучше остановитесь на хорошо оформленной landing page.

Выбираем домен

Выбор домена зависит от того, на какого клиента вы ориентированы:

- Если вы ориентируетесь на русского клиента, тогда лучше выбрать .ru. На Украине лучше com.ua
- Если же вы ориентируетесь на клиентов из разных стран, то лучше .com единственный минус, что com - самая популярная зона для домена и многие имена уже заняты.
- Если вы проживаете за границей, то можете использовать es; если вы проживаете в Испании или в Италии, то .it - и предлагаете свадьбы именно там.
- Старайтесь выбирать доменное имя короткое и запоминающееся.

Узнать какие домены свободны, а также, их стоимость можно на сайте:
<http://www.majordomo.ru/domain/>

Совет: вначале выбирайте домен и регистрируйте его, а уже потом заказывайте логотип. Иначе может быть, что домен, который вы планировали купить, уже занят.

Здесь стоит сказать, что если вы решите создавать сайт самостоятельно с помощью конструктора, то единственный минус в конструкторах в том, что домен у вас получается с доменным именем этого конструктора, т.е. не второго уровня, а третьего.

Например, домен второго уровня может выглядеть так: www.weddings.com

Если же домен третьего уровня, то это будет выглядеть так:
www.weddings.имя_конструктора.ru

Потом, по такому доменному имени вас сложно найти + выглядит это непрофессионально. Поэтому, если вы решили делать сайт на конструкторе, то хотя бы купите доменное имя.

Как создать сайт или landing page?

- Сайт или landing page можно создать самостоятельно на конструкторе.

Сейчас много готовых конструкторов, в принципе, их может создать любой, без всяких знаний программирования, без всяких знаний дизайна. Вот возможные

конструкторы, которые вы можете использовать:
<http://linksito.com/4bm6> и <http://linksito.com/4bm7>

Выбираешь конструктор и создаете бесплатно сайт. Там все очень просто, не нужны специальные знания в создании сайта. Может разобраться любой.

- Вариант второй - создать сайт с помощью фрилансера.

Я, например, пользуюсь сайтом work-zilla.com. Отличный сайт, все просто и понятно, плюс, у вас есть гарантия, что, если freelancer выполнит задание не так, как вы хотели, у вас всегда есть возможность вернуть это задание и он вам его доработает, переделает, или вы можете вообще полностью отказаться и найти другого фрилансера. Деньги вы никогда не теряете.

Необходимо зарегистрироваться, опубликовать задание, в данном случае - создать сайт, поставить цену, которую вы готовы заплатить за это задание и у вас сразу, через несколько минут, появляется несколько кандидатов. Вы выбираете кандидата, у которого больше звездочек.

Обязательно смотрите, есть ли у него незаконченные работы. Некоторые берутся за работу, проходит время, а задание не выполнено. Деньги вы не теряете, но свое время - да. Поэтому мой совет: обязательно выбирайте только тех кандидатов, которые закончили задания и проверяйте их каждый день. Если вы поставили срок: 7 дней на создание сайта. Не ждите, что пройдут 7 дней и сайт будет готов так, как вы и планировали. Обязательно просите у фрилансера каждый день показывать, что он сделал и вносить изменения, если вам что-то не нравится. Не стесняйтесь контролировать работу фрилансера.

- Вариант третий – обратиться в веб-студию.

Это лучший вариант, вашим сайтом займутся профессионалы и сделают работу в срок. Единственный минус – дорого.

Сайт - ваша визитная карточка. Без сайта вы не можете налаживать отношения с партнерами за границей, ничего не сможете предоставить клиенту.

Я понимаю, что идеальный сайт сделать сразу невозможно. Сайт вы сделаете, потом в процессе будете его видоизменять. Вначале одна задумка, потом появляются новые идеи, вы узнаете больше информации, у вас появляется больше опыта, и конечно же, сайт вы поменяете. Это нормально, поэтому сейчас я вам советую - не терять много времени на создание идеального сайта. Сайт, который в

настоящий момент кажется вам идеальным, буквально через несколько месяцев не будет вас удовлетворять.

Еще такой момент: мода на дизайн сайта постоянно меняется, через некоторое время вам все равно придется вносить изменения в оформление. Специалисты рекомендуют делать это хотя бы каждые 2-3 года. Поэтому, сейчас делайте буквально, если можете делайте сайт на том же самом конструкторе или через фрилансера. Главное, чтобы он был. Потому что, благодаря ему, мы потом будем делать рекламу, и, благодаря сайту, вас будут находить клиенты.

Разделы сайта

Главная страница сайта. Ее задачи:

- Передать цели и характер сайта
- Привлечь пользователя
- Подталкивать к совершению действий

Что должно быть на ней?

На ней надо подробно написать то, чем вы занимаетесь. В данном случае - вы предлагаете свадьбы за границей. Бывает так, что заходишь на сайт и не понимаешь, или это ведущий или это организация свадеб или это просто свадебный портал. Так не должно быть. Чем проще и понятнее ваш сайт, тем лучше.

Обязательно включите:

- Описание деятельности
- Основные выгоды сотрудничества
- Грамотное описание услуг
- Блог
- Отзывы
- Контакты, обратная связь

Часто встречающиеся ошибки:

Создание статичной главной страницы, без готовности других страниц.

- Главная страница – это карта сайта, она подвержена изменениям.
- Фрагментируйте информацию, располагающую клиента.
- Меньше «воды», больше конкретики.
- Верх экрана в месте «линии сгиба» - только для наиважнейшей информации.
- Структура текста.
- Избавьтесь от информационного мусора.

Советы по созданию главной страницы:

- Избавьтесь от орфографических и синтаксических ошибок.
- Только лучшие предложения на Главной странице.
- Должны быть разные способы оплаты.
- Выгоды покупки именно у вас.
- Уникальное торговое предложение, нет шаблонам и штампам.
- Дайте подсказки посетителю, все должно быть понятно.
- Меньше разделов - понятнее сайт.

Если резюмировать:

Значение главной страницы крайне важно в любом случае. Даже если знакомство с вашим сайтом может начаться не с нее. Она как выжимка самых важных моментов на сайте, она расскажет о вас, даст понимание информации и может управлять действиями посетителя.

На главной странице обязательно должен быть логотип. Есть программы для самостоятельного создания логотипа, или можете заказать фрилансеру.

О нас. В данном разделе должно быть, как минимум 4 абзаца. В первом абзаце лучше писать не от первого, а от третьего лица: сколько вам лет, откуда вы, где вы

живете на данный момент, замужем вы или нет, есть ли дети. Чем больше вы опишете, тем больше будет доверия у невесты. Она понимает, к кому она обращается.

Во втором абзаце: где вы учились, если работали раньше, то где.

В третьем абзаце: то, чем вы занимаетесь, ваше хобби, как вы проводите свободное время.

В четвертом абзаце можно написать от первого лица, что в этот бизнес вы пришли «Потому что...», что привело вас к этому, почему вы решили заниматься свадьбами за границей.

Услуги. Здесь необходимо написать какие услуги вы предоставляете и их стоимость. Так невестам проще ориентироваться. Ведь замуж они выходят в первый раз и вполне понятно, что не имеют представления о стоимости различных услуг.

Если вы решили остановиться на свадебных пакетах, то вместо раздела услуги, добавьте раздел - свадебные предложения.

Фотогалерея. Невесты выбирают глазами, поэтому красивые свадебные фотографии из разных стран у вас должны быть на сайте. Пока еще у вас нет своего портфолио. Как быть?

Я не советую просто брать откуда-то фотографии, с американских сайтов, например, потому что это:

1) некрасиво; они чужие, не ваши. 2) это сразу заметно, так как одни и те же фотографии встречаются на большинстве сайтов.

Для начала, оставьте галерею не заполненной. И как только у вас будет сайт, вы сможете написать организаторам за границей предложение о сотрудничестве и уже они предоставят вам фотографии с организованных ими свадеб.

Контакты. В этом разделе дайте клиенту возможность выбора: как он может с вами связаться. Есть сайты, которые только предлагают заполнить форму для

связи. Не всем нравится заполнять форму, особенно, если она длинная, многие уходят с сайта раньше, не заполнив ее.

В контактах должны быть:

- e-mail. Лучше, чтобы он был для домена. Согласитесь, [email: info@weddings.com](mailto:info@weddings.com) чем larisakireeva@mail.ru (данные электронные адреса выдуманы и не ссылаются на определенную компанию или частное лицо).
- Телефон.
- Контактную форму связи.
- Соц. сети на ваши группы в контакте и фейсбуке.
- Online-консультант. Многие предпочитают не звонить, а написать, и чтобы ему ответили сразу.

Онлайн-консультанта установить на сайт очень просто. Вот один из возможных сервисов: <http://xaa.su/scc>

В дальнейшем, желательно добавить блог, статьи, отзывы (когда они у вас будут), но для начала данных разделов достаточно.

Глава 4.

Стилистическое оформление сайта.

Каким должен быть стиль сайта? Посмотрите сайты конкурентов. После просмотра у вас сложится идея, что вам нравится, что - нет. Вы уже сможете понять, что хотите именно вы.

Необязательно делать сайт в розовых тонах. Существует мнение, что если сайт о свадьбах, то обязательно в розовых тонах с птичками и сердечками. Совсем необязательно. Не всем невестам нравятся розовые сайты, поэтому вы больше ориентируйтесь на свой вкус, что вам больше понравилось. Ваш сайт - это ваша визитная карточка. Невеста будет ориентирована на то, насколько ей понравился ваш сайт. Возможно вкусы у вас совпадают.

Если вы будете заказывать сайт фрилансеру, то тут главное – правильно объяснить то, что вы хотите. Если вы еще никогда не работали с фрилансерами, то можете столкнуться с тем, что вы себе представляете одну идею, пытаетесь объяснить фрилансеру, а он просто вас не понимает.



Нет ничего хуже, когда вы ожидаете одно, а вам создают совсем другое. Чтобы этого не произошло, правильно и четко формулируйте задание фрилансеру.

Есть шаблоны технического задания на разработку сайта, по которым стоит делать задание фрилансеру, так они понимают вас лучше.

Техническое задание на разработку сайта.

Общие сведения. Адрес будущего сайта:

2. Назначение и цели создания Сайта

2.1. Назначение Сайта

2.2. Основные задачи сайта

2.2.1. Имиджевая:

Сайт является «лицом» нашей компании и должен: а) б)

2.2.2. Информационная:

Сайт должен предоставлять пользователям доступ к информации:

2.3 Аудитория сайта:

3. Требования к Сайту.

3.1 Требования к стилистическому оформлению и дизайну Сайта.

3.2. Требования к шрифтовому оформлению Сайта. Шрифт. Размер.

3.3. Требования к средствам просмотра Сайта. Сайт должен обеспечивать корректное отображение

данных в следующих браузерах: Internet Explorer (версия 7.0 и выше); Opera (последних версий); Firefox (последних версий); Chrome (последних версий); Safari (последних версий);

Требования к системе управления контентом Сайта

Система управления контентом Сайта должна обеспечить администратору сайта возможность выполнения следующих действий:

- Возможность изменения структуры сайта, добавление и удаление стандартных разделов.

- Древовидное, наглядное меню, повторяющее структуру сайта.
- Возможность визуального редактирования текстов, таблиц и изображений (по аналогии с Microsoft™ Word™).
- Возможность Microsoft™ вставки Word™ текста напрямую из последующей автоматической «чисткой» кода.
- Автоматические функции обработки изображений (создание превью, масштабирование).
- Возможность создавать и изменять формы отправки сообщений с сайта с уведомлением по электронной почте, с возможностью их изменений.
- Возможность вносить изменения в дизайн сайта (HTML-шаблоны) типовых страниц.
- Возможности по тонкой оптимизации сайта для поисковых систем.
- Возможность резервного копирования и восстановления данных, по частям или полностью.
- Возможность автоматической и полуавтоматической генерации путей для страниц сайта – например «intitle.ru/portfolio/sites/» или с использованием «translit'a».
- Возможность авторизации и разграничения прав для неограниченного количества операторов и администраторов сайта.
- Возможность добавления еще одного языка на сайт, например, французского или итальянского.

Требования к компоновке страниц Сайта:

- Компоновка страниц Сайта должна обеспечивать автоматическое масштабирование страниц в зависимости от ширины рабочего поля браузера пользователя. «Резина» не должна растягиваться на весь экран на разрешениях выше 1400px по ширине.
- Минимальный размер (ширина) рабочего поля браузера, при котором необходимо обеспечить полноценное отображение страниц (без полосы горизонтальной прокрутки), составляет 1024 пиксела.

Структура Сайта и навигация

Описание разделов сайта

5.1. Главная страница

На главной странице будут присутствовать следующие элементы:

5.2. Внутренние страницы

Внутренние страницы сайта будут аналогичны главной странице и будут состоять из:

3. Описание функционала разделов Сайта

В основном, внутренние страницы сайта должны быть реализованы в форме простого контентного раздела – раздела с возможностью вставки произвольного текста, графики, ссылок на другие разделы и внешние сайты. Подобный раздел управляется при помощи системы управления контентом с возможностью использования такого инструмента как «Визуальный редактор».

Исключения:

Совет: Не старайтесь создать очень сложный и мега современный дизайн. Сайт должен быть прост в использовании. Бывает так, что заходишь на некоторые сайты, и сразу начинают всплывать окна, музыка и от этого очень устаешь. Чем проще, тем лучше. Тем более, что простые, понятные сайты лучше продают.

Глава 5.

Как найти партнера за границей?

Самые популярные страны на данный момент - это, естественно, Европа: Испания, Италия, Франция, Ирландия, Чехия. Также очень популярны острова и страны Латинской Америки, такие, как: Доминикана, Мексика. Популярен Таиланд.

Как я уже писала, выбирайте ту страну, которая нравится вам лично. Хорошо, вы определились со страной, как же найти партнера в этой стране, свадебного организатора, который там живет и занимается организацией свадеб профессионально? Это делается просто, в Яндексe или в Google вы набираете «Свадебный организатор в Испании» или «Свадебный организатор в Мексике». Ту страну, с которой вы хотите сотрудничать.

У вас сразу появляется несколько сайтов разных свадебных организаторов.

Зайдите на сайт и посмотрите:

- а) чтобы свадебный организатор находился непосредственно в той стране, с которой вы хотите сотрудничать;
- б) чтобы он там проживал, как минимум 5 лет, и конечно же, знал язык той страны и культуру. Это важно, чтобы договариваться о лучших услугах по лучшей стоимости. Знание особенностей менталитета жителей страны, их традиций, поможет построить наиболее выгодное сотрудничество. Например, русские невесты планируют свадьбу всего за несколько месяцев, а то и недель. В Испании же – это делается минимум за год. И благодаря моему знанию языка и тому, как работают испанцы, я могу организовать свадьбу быстро.

Плюс, в Испании есть удивительные замки, роскошные виллы с невероятными видами, которые достались их владельцам по наследству. Но часто о том, как их арендовать, где разместить рекламы, нынешние владельцы не знают или просто

не имеют времени на это. Так что, если только искать площадки для свадьбы в интернете, возможно никогда не наткнуться на настоящие сокровища. Имейте это ввиду, выбирая свадебного организатора.

в) посмотрите его портфолио.

Уже исходя из этого, вы представляете себе, что это за свадебный организатор и ориентирован ли он на того же клиента, что и вы.



Вначале я советую создать сайт, чтобы у вас было, что показать свадебному организатору. Напишите наиболее подходящему для вас свадебному организатору предложение по поводу сотрудничества.

Обратите внимание, что те сайты, на которых предлагаются свадьбы во всех уголках мира, вам не подходят. Скорее всего, они так же, сотрудничают со

свадебными организаторами за границей.

Надо звонить или писать именно тем свадебным организаторам, которые непосредственно работают в стране. Вы им звоните, вы с ними общаетесь, понимаете, что это за свадебный организатор и после этого уже обсуждаете форму работы.

Обычно форма работы следующая: вы приводите клиента, получаете свой достойный процент, а свадебный организатор непосредственно занимается всей организацией. Ваша же работа на этом заканчивается, и Вы дальше занимаетесь поиском клиентов.

Глава 6.

Как составить предложение о сотрудничестве?

Предлагая сотрудничество со свадебным организатором за границей, помните, что это вам интересно, а не ему. Постарайтесь заинтересовать его. А чтобы это сделать, надо составить интересное предложение.

Например, мне постоянно приходят предложения о сотрудничестве от фотографов, видео-операторов, ведущих, флористов, свадебных организаторов из России, Украины... Раньше старалась отвечать всем, сейчас нет ни времени, ни желания. Знаете, так надоело читать одни и те же письма:

«Здравствуйте, я фотограф и мне интересно с вами сотрудничать. Жду вашего ответа.»

Как вы думаете, такое предложение может заинтересовать? Меня - точно нет.

Если вы обращаетесь к кому-то, обязательно обратитесь по имени – это элементарное правило воспитанного человека. Просто «Здравствуйте» - это не очень хорошее начало. Это говорит о том, что вы даже не поинтересовались кто, является директором агентства, как его/ее зовут.

Следующий пункт - почему вам было бы интересно работать с агентством? Опишите в нескольких словах, что вы знаете о них, чем вас заинтересовала их работа.

Далее, напишите о себе. Сообщить о себе, что вы фотограф или координатор – это недостаточно. Напишите: как вас зовут, как долго вы занимаетесь данным бизнесом, о ваших результатах и планах. Конечно, не надо полностью писать вашу биографию на несколько страниц. Это никто читать не будет.

Напишите небольшой абзац о том, чем вы занимаетесь, чего достигли, а также укажите ссылку на ваш сайт. Никто не захочет сотрудничать с человеком, ничего

не зная о нем, а также тратить время, выясняя, чем он интересен и стоит ли с ним сотрудничать.



И, конечно же, вы должны заинтересовать своим предложением. Почему мне или другому свадебному организатору будет интересно работать именно с вами. Какую выгоду мы получим? Напишите, что вы приведете новых клиентов, используя следующие способы..., и т.д. Просто: «мне интересно с вами сотрудничать» - это ни о чем не говорит. И скорее всего, такое предложение будет проигнорировано.

Чтобы наладить интересные отношения о сотрудничестве, необходимо подготовиться для этого. Просто написать предложение и отправить его нескольким организаторам, не приведет к результату. Необходимо подготовить интересное предложение.

При создании предложения, если вы будете ориентироваться на данные советы, у вас обязательно все получится, и лучшие организаторы за границей согласятся с вами сотрудничать.

Так у вас появится база из нескольких организаторов в самых популярных для проведения свадеб странах.

Глава 7.

Способы рекламы. Платная реклама.

Хорошо, вы создали сайт, нашли партнеров за границей, теперь необходимо дать рекламу и получить первые звонки от клиентов. Ниже мы рассмотрим способы платной и бесплатной рекламы.

Способов рекламы намного больше, но мы рассмотрим самые распространенные.

Платные способы рекламы

1. Социальные сети завоевали статус одних из самых эффективных инструментов маркетинга. Давайте рассмотрим некоторые из них.

ВКОНТАКТЕ – один из самых посещаемых ресурсов русскоязычного сегмента в сети интернет. Каждый день на сайт заходят более 53 миллионов человек. Из них 59% в возрасте от 18 до 27 лет.

А значит – это идеальная площадка, где можно найти невест, планирующих свадьбу за границей. Возможные методы рекламы: маркетинговая реклама, раскрутка группы или раскрутка через чужие сообщества.

Как настроить рекламу в контакте?

Сначала посещаем сам сервис. Находим блоки объявлений. Ищем пункт «Что это?» и нажимаем на него. Ознакомимся с представленной информацией, затем приступаем к созданию нашего объявления. Для начала находим кнопку «Создать объявление» и жмем на нее; Определяемся, какого же вида наше объявление. Пункт «Что рекламировать» – это большой выбор вариантов- встреча, группа, видеозапись, или внешний веб-ресурс; Если мы хотим рекламировать сайт, то из 4 вариантов выбираем «внешний сайт».

Указываем ссылку на наш сайт и нажимаем: «продолжить».

Далее нам надо придумать заголовок и объявление.

1. В одном сообщении только ОДИН товар или ОДНА услуга.

Типичная ошибка – размещать несколько услуг одновременно.

2. Обязательно в объявлении должен быть заголовок, ведь это первое на что обращает внимание клиент при виде рекламы.

Заголовок может быть в виде вопроса: Планируете свадьбу за границей?

Или отвечать на вопрос: Что это? свадьбы за границей или свадьба в Испании.

Или в виде обращения к вашей аудитории: Невеста!

3. Не забудьте про картинку! Человек больше обращает внимание на фото, чем на текст.

Естественно, картинка должна быть по теме. Если объявление о свадьбе за границей, то и фото молодых должно быть за границей.

По поводу картинок, как вы знаете, существуют права авторов, которые защищены законом. Не переступайте его, лучше найдите картинку, которую сможете использовать, не нарушая авторских прав.

Далее, выбираем тематику объявления, регион, пол, возраст, семейное положение.

У нас есть возможность выбрать: оплата за переходы или за показы. Если выбираем за показы, то стоимость будет зависеть от того, как часто будет показываться объявление.

Пункт «Оплата за переходы» означает, что, когда пользователь посредством вашего объявления перемещается на сам веб-сайт, вы платите деньги.

К этому моменту, Вы уже понимаете, что такое реклама в социальной сети Вконтакте, и уже сами можете принимать решение о размещении объявлений.

Замечу, что все поля для заполнения необходимо проверять несколько раз, во избежание ошибок и опечаток.

Другие способы рекламы:

Яндекс-директ

Чтобы стать лидером поисковой выдачи таких гигантов как Google и Яндекс, требуется много времени.

Как здесь и сейчас получить клиентов на сайт? Решение – контекстная реклама.

Яндекс-директ – инструмент для размещения контекстных рекламных объявлений на страницах Яндекса и на сайтах участников рекламной сети. Реклама размещается с оплатой за клик. Объявление на Яндекс-директ выглядит так же, как на фото ниже.

Преимущества контекстной рекламы:

- После процесса настройки в течении 60 минут, в Сети уже показываются ваши объявления.
- Процесс - включения и выключения рекламы под вашим контролем.
- Только те люди, которые ищут ваши товары и услуги, видят ваши объявления.
- Платить за показ объявлений не нужно, платите только за переход на ваш сайт.
- Лично определите и установите стоимость перехода.
- Рекламный бюджет находится под вашим контролем.
- Контролируйте стоимость клика, подстраивайте рекламу под ваши нужды.
- Нужен определенный регион для показа ваших объявлений? Решаете вы сами.

Преимуществ контекстной рекламы много, единственный минус – в ней надо разбираться или платить специалистам, чтобы вам правильно ее настроили.

Google Adwords.

Еще один способ размещения рекламы. Объявления в Google показываются на страницах поиска в ответ на тематические запросы, как вы видите на картинке ниже, а также, на сайтах участников сети Google. Месячная аудитория в России 31,06 млн. пользователей.

Свадебные журналы.

Узнайте, сколько стоит разместить информацию. Это может быть статья со свадебными предложениями в разных странах, или описание уже прошедшей свадьбы (конечно, уже после того, как с вашей помощью пройдет одно торжество за границей) и т.д.

Глава 8.

Социальная сеть Facebook.

Фейсбук – российская аудитория составляет 8,6 миллионов человек. Возраст от 25 до 34 лет. Аудитория более платежеспособная, чем вконтакте. Обычно имеют родственников или друзей за границей, или просто любят путешествовать и владеют иностранными языками.

Контекстная реклама в Facebook признанна, как самый лучший в плане эффективности, в мировой практике, вариант продвижения своих товаров и услуг в Сети.

Но в РФ этот вариант продвижения пока только начинает развиваться.

НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ РЕКЛАМЫ В ФЕЙСБУКЕ:

- Пост

Когда у вас уже есть хотя бы небольшая база подписчиков, вы можете применить этот вариант рекламы. Он увеличит вашу узнаваемость среди своих и привлечет потенциальных. Существуют разные формы: например, для стационарного компьютера или для мобильной версии. Вы также можете выбрать вариации местоположения на экране – к примеру, в правой части страницы или в новостной ленте.

Важно быть внимательным при составлении текста – в разных местах страницы есть свои нюансы. Если вы выбрали правую сторону страницы, у вас всего 90 символов, а если выбрали новостную ленту, то уже - 500. Пожалуй, лучшая тактика – это создать привлекательный короткий текст, с главным сообщением на 90 символов.

Продвигайте не только текстовый вариант, но и фотографии, видеоролики и ссылки.

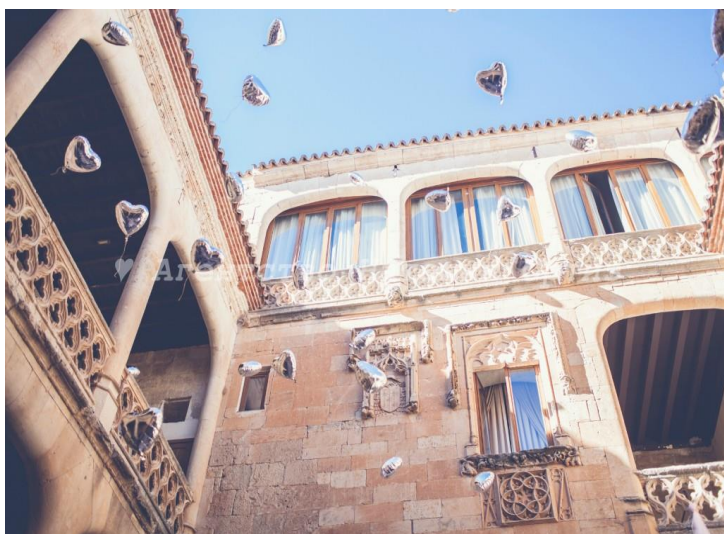
- Вопрос

Бывает, что вам понадобится собирать данные от ваших пользователей, например, привычки и т.д. Facebook может предложить вам, большое количество таргетинговых опций, именно для решения этой задачи.

Есть определенная модель или алгоритм при создании ответов на вопросы, в этом варианте. Вам необходимо учитывать такие нюансы: по умолчанию, посетитель увидит только первые три варианта ответов.

В случае, если были отмечены все 4 варианта, то они появятся уже в самой новостной ленте. Отображаются справа только первые два ответа, пока не будет получен третий.

- Предложение



Этот вариант рекламы еще совсем молодой. Если вы являетесь брендом, и желаете предложить своим посетителям различные скидки и купоны, этот вариант продвижения подойдет вам лучше всех. С его помощью вы можете повышать лояльность своей базы подписчиков. Могут

привлекаться не только текущие пользователи, но и потенциальные.

Здесь также применимы те нюансы, о которых мы говорили выше. Внимательность и 90 символов в начале объявления.

- Событие

Опять же, с помощью тонких настроек таргетинга в Facebook, мы можем освещать наши мероприятия и продвигать их через особую форму рекламных объявлений, специально настроенную на целевую аудиторию.

Очень важно быть точным и лаконичным в объявлении, потому что в показе объявления в новостях будут только отображены краткие названия ваших событий, страниц, мест и дат проведения.

- Объявления - «Мне нравится»

Тоже один из самых лучших форм объявлений. Здесь правила краткости и конкретики актуальны, то же касается и выбора картинки, нужно правильно подобрать ее, чтобы привлечь новых фанатов и повысить узнаваемость.

- Внешние сайты

Иногда нам потребуется рекламироваться на других сайтах. Помните, что есть ограничения и в этом виде рекламы. 25 символов выделено для заголовков и 90 для основной информации. Проверка картинки также актуальна.

КАК СДЕЛАТЬ ТАРГЕТИНГ В FACEBOOK?

Существуют параметры, по которым мы формируем аудиторию, целевую:

- Это страна и город;
- Возраст, пол, семейное положение, день рождения;
- Знание языков;
- Интересы и увлечения;
- Образование, место работы.

Также мы вольны выбирать период времени, когда нам нужно показывать рекламные объявления. Сервис Вконтакте не дает нам такой функции.

ВАЛЮТА

Что интересно, оплата производится только американской и европейской валютами. Российским рублем оплатить не удастся, к сожалению.

Facebook предлагает два вида оплаты по контексту: CPC (Cost Per Click) – стоимость за клик; CPM (Cost Per Mille) – стоимость за 1 000 показов.

По стоимости, минимум за 1 000 показов составит 0,01 USD, за клик по самому объявлению 0,02 USD.

Как показывает практика, вариант с кликом выйдет на 40-50% дороже тысячи показов.

ДОСТОИНСТВА И ПРЕИМУЩЕСТВА ФЕЙСБУКА

Низкий CPC. Клик в Facebooke стоит значительно меньше остальных рекламных сетей;

Возможность оплаты за показы (CPM);

Более высокий CTR (соотношение кликов к 1 000 показов)

Я советую вам создать группу Вконтакте и страницу в Facebooke. Но помните, что необходимо вести ваши группы, просто создания будет недостаточно.

Глава 9.

Социальная сеть Instagram

А как выглядит свадьба со стороны? Красивая яркая картинка, излучающая положительные эмоции. И свадебный организатор может и должен пользоваться своими «картинками» не только для составления портфолио, но и для грамотного продвижения своих услуг в социальных сетях, прежде всего – визуально ориентированных.

Такая популярная сеть, как Инстаграмм представляет собой идеальную площадку для того, чтобы успешно рекламировать и продавать услугу свадебного организатора.

Мой инстаграмм: [@nataliaortizwed](https://www.instagram.com/nataliaortizwed)

Из простого сервиса, позволяющего людям моментально публиковать свои фото в интернете, Инстаграмм давно превратился в эффективный инструмент коммуникации с клиентом и серьезный канал продаж. Мелкие предприниматели-одиночки и транснациональные компании успешно пользуются возможностью продавать напрямую через Инстаграмм. Доверие пользователей к контенту здесь выше, чем в любой другой социальной сети, а наиболее высоко оно в сфере персональных услуг — просто находка для свадебного организатора! Для того чтобы эффективно продавать услугу свадебного организатора через Инстаграмм, нужно придерживаться несложных правил.

Прежде всего — качественный контент. В [Инстаграмме](#) это красивая «цепляющая» картинка плюс короткий текст. Публикуйте свои самые яркие, оригинальные и стильные фотографии. Чем интереснее фото, тем больше шансов, что текст, расположенный под ней будет прочитан. Он должен содержать интересное описание вашей услуги, четко объяснять схему покупки и (это обязательно!) ваши координаты – активную ссылку на основной аккаунт в другой социальной сети, мессенджер, телефон и т.д. При этом чтобы успешно продавать услуги свадебного организатора через Инстаграмм, вы должны четко знать:

мгновенный отклик по телефону или в комментариях обязателен, потому что большая часть «жителей» Инстаграмма – это люди импульсивные, склонные к спонтанным решениям, поэтому фактор времени исключительно важен. Менее нетерпеливые, но более заинтересованные, оставляют свои координаты в комментариях к посту, чтобы с ним могли связаться, поэтому Инстаграмм – не тот ресурс, который можно подолгу оставлять без присмотра. Но при грамотном подходе он обеспечит свадебному организатору постоянный дополнительный поток клиентов.

Глава 10.

Социальная сеть Pinterest.

Pinterest – невероятно популярная социальная сеть, объединяющая в себе миллионы пользователей по всему миру. В отличие от фейсбука, твиттера и прочих соц сетей, основанных на текстовых сообщениях, Pinterest посвящен исключительно изображениям. Каждый блог представляет собой огромный сборник фотографий, объединенных по темам, а текст используется только в виде кратких сопроводительных заметок к изображениям или тэгов. Благодаря последним пользователи находят фото нужной тематики, просто введя в поисковую строку нужный тэг. И получает доступ ко всем фотографиям, рисункам и прочим графическим изображениям, находящимся на ресурсе.



На [Pinterest](https://www.pinterest.ru) выкладывают свои работы, ходят за вдохновением художники, фотографы, дизайнеры, визажисты и, конечно же, простые пользователи. Для тех, кто по роду своей деятельности связан с созданием и использованием красивых фотографий – это идеальная бизнес-площадка с

многомиллионной аудиторией людей, находящихся по всему миру!

В большинстве стран мира [Pinterest](https://www.pinterest.ru) считается женской сетью. Как правило, сюда приходят дамы за стильными новостями и идеями. Невесты часами гуляют по блогам в поисках идеального свадебного образа, и часто здесь же находят своих организаторов, визажистов и т.д., которые соответствуют требованиям. Все это создает отличные предпосылки для свадебных профессионалов в части привлечения клиентов.

Уже на первых порах при грамотном использовании возможностей и инструментов ресурса, вы сможете добиться узнаваемости своего бренда или имени, поскольку эта социальная сеть имеет множество удобных инструментов, предназначенных как раз для представителей бизнеса. Pinterest – исключительно благоприятная возможность свадебным организаторам, декораторам, фотографам заявить о себе, показать свои работы на международном уровне, найти зарубежных партнеров и клиентов. И самое приятное, работать в Pinterest можно, даже не зная английского языка, - специальный курс Наталии Ортиз поможет вам быстро и грамотно освоить популярный ресурс и поднять на новый уровень ваш свадебный бизнес.

Глава 11.

Бесплатные способы рекламы.

ПЕРВЫЙ БЕСПЛАТНЫЙ СПОСОБ - свадебные порталы.

Если вы в Яндексе наберете «свадебные порталы» - у вас сразу появится много разных порталов, где можно разместить информацию о вас.

Есть порталы, где размещение бесплатное, есть где платное, а есть такие, где вас попросят взаимно разместить на вашем сайте баннер их портала.

Посмотрите, выберите какой портал вам больше подходит и разместите там информацию о вашем сайте, что вы предлагаете и фото. Чем больше свадебных порталов вы используете - тем лучше. Поставьте задачу – найти как минимум 10 порталов на которых будет информация о вас.

ВТОРОЙ БЕСПЛАТНЫЙ СПОСОБ – свадебные форумы. Также, информацию о них вы легко найдете в Яндексе или Google.

В форумах общаются невесты, которые ищут совета: где им провести свадебную церемонию, где лучше, сколько стоит, какое агентство выбрать. Вы можете участвовать в форуме и отвечать на их вопросы, тем самым, рекламируя ваш бизнес.

ТРЕТИЙ СПОСОБ БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМЫ - группы в соц.сетях. В контакте или в фейсбуке найдите группы, связанные со свадебной тематикой.

Есть группы, в которых можно оставить пост бесплатно со ссылкой на вашу группу или сайт. Главное, чтобы пост был интересным, а не просто реклама. Обратитесь к администраторам групп с предложением о том, чтобы разместить у них пост.

Обратите внимание: я не советую спамить и самостоятельно оставлять посты в группе, без разрешения администратора. Это ни к чему не приведет, так вас

просто забанят и удалят пост. Обязательно договаривайтесь с администратором. Можете предложить ему взаимный пост в вашей группе, например.

О чем писать: о культуре, традициях страны, где вы предлагаете свадебную церемонию, о прошедших свадьбах с фотографиями и описанием того, как это было.

И, конечно же, заведите свою группу в ВК и страницу в Facebooke.

Живая группа в Facebook - это отличная реклама. Дайте другим возможность активно участвовать в жизни группы. Не забывайте сами проводить модерацию.

- *Отличайтесь.*

Интересный дизайн, красивая графика, акции с видеоотчетами - все это важно, когда вы «раскручиваете» свою рекламную страницу в Facebook.

- *Тренды.*

Держите руку на пульсе всех новинок в социальных сетях. Например - «Хроника» — отличный инструмент для ведения хронологии развития компании.

- *Будьте на связи.*

Надо общаться с посетителями вашей страницы. Цените свою целевую аудиторию.

- *Сначала интересное, потом реклама.*

Когда в посте пишете только о себе, это отвергает от вас пользователей. Голая реклама никому не нужна. Людям интересно получить какую-то новость, или интересные факты, или поучаствовать в конкурсе. Надо сделать группу живой и более свободной от информационного беспорядка, от которого страдает интернет-аудитория, нужно завуалировать вашу рекламу.

- *Счастливые часы — 11.00.*

Существует рекламный информационный шум сообщений в Facebooke после 11.00. Если вы попадете на этот промежуток времени, то ваша реклама будет уничтожена этим шумом. Имеет большой смысл рекламироваться — до 11.00

Имеет ли эффект ваша реклама на Facebook или Вконтакте? Вот что нужно подвергать оценке, при помощи специальных метрик:

- Изменения количества подписчиков
- Динамика прироста/оттока пользователей
- Количество «лайков» и их прирост.
- Популярность контента на странице.
- Популярность распространяемого через вашу страницу приложения.
- Количество переходов на сайт со страницы в Facebook или группы ВК по рекламным ссылкам.

ЧЕТВЕРТЫЙ СПОСОБ БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМЫ - салоны свадебных платьев. Обойдите как минимум 10 салонов свадебных платьев у вас в городе. Все мы знаем, что, когда невеста начинает готовиться к свадьбе, первое, что она делает – идет в салон покупать платье.

Вы можете договориться с владельцами салонов на взаимовыгодных условиях. Вы можете оставить им брошюры с интересным предложением для невест о свадебной церемонии за границей с вашими контактными данными.

Салону вы можете предложить процент от вашей выручки со свадьбы, если к вам придет невеста с этого салона и принесет эту брошюрку. А невесте вы можете предложить фотосессию love story до свадьбы или после, посещение СПА перед церемонией или экскурсию... Все зависит от вашей фантазии, что вы хотите предложить невесте.

ПЯТЫЙ СПОСОБ БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМЫ - это загсы. Если вы находитесь в России или на Украине, вы можете посетить загсы и так же оставить

информацию о вас. Сейчас много пар, которые предпочитают официально расписаться на родине, а потом отпраздновать символическую церемонию за границей. Сотрудничество с загсами примерно такое же, как и со свадебными салонами.

ШЕСТОЙ СПОСОБ БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМЫ – блогеры, те, кто пишут о свадьбах или на любые темы для женщин. Предложите им написать статью о вашей работе. Естественно, информация должна быть интересной.

Это может быть интервью о вашей работе или о странах, или том, как происходят церемонии за границей и т.д.

Глава 12.

Первый звонок. Что говорить?

После того, как вы разместили рекламу, вам начнут поступать первые звонки. К ним стоит подготовиться заранее. Я советую составить скрипт разговора. Распишите полностью: приветствие, возможные вопросы и ответы. Так звонок не застанет вас врасплох.

Стоит подготовить вопросы, которые вы зададите возможному клиенту. Вы - не свадебный организатор, но для проведения первой телефонной беседы можно им и не быть. Чтобы предложить тот же самый свадебный пакет или работу другого свадебного организатора, вам не надо обладать никакими особыми знаниями, но вам надо знать, что спросить у клиента.

Вот несколько вопросов, которые вы обязательно должны у этого возможного клиента спросить, чтобы потом передать всю эту информацию свадебному организатору, и он смог подсчитать сколько будет стоить данная свадьба, чтобы составить ориентировочную смету.



Какие вопросы задавать клиенту?

1. Узнайте в какой стране данный клиент хочет провести свадьбу?

2. В какой стране и какое место, какую площадку он представляет для проведения свадьбы? Будь то замок, частная вилла, яхта, на берегу моря, на побережье.

3. Дата свадьбы. Бывает так, что клиент еще точно не знает какая дата и он вам говорит: "Примерно в начале июня". Обязательно спросите, если примерно в начале июня, все равно ли ему, будет ли это среди недели или это обязательно должно быть в выходные. Почему? Потому что в выходные, это будет как минимум на 20- 25% дороже.

Если клиенту все равно, то конечно, старайтесь сориентировать его не на выходные дни, а среди недели, так как в этом случае можно подобрать больше вариантов. В Европе начинают готовиться к свадьбе примерно за год или больше. В России готовятся за несколько месяцев, поэтому красивые и интересные площадки в выходные дни очень сложно зарезервировать. Среди недели это сделать проще.

4. Следующий вопрос, который вы должны задать клиенту - это стиль свадьбы. В каком стиле он предпочитает свою свадьбу. Бывает, что клиент пока не знает в каком стиле он хочет свадьбу и что именно он хочет. Тогда вам надо просто узнать, как он себе представляет свадьбу. Чтобы он вам описал, что он хочет, какие детали для него важны на его свадьбе. Если он был на других свадьбах, что ему понравилось там и что не понравилось.

Из этого уже можно создать картину, что именно он хочет.

5. И последний важный вопрос-это бюджет. Обязательно спрашивайте, на какой бюджет они рассчитывают. Уже из этого подбирается площадка, подбираются услуги и т.д.

В принципе можно организовать свадьбу на пляже, например, для двоих и за 2000-3000 евро, а можно организовать ее за 10000-12000 евро, это зависит от того, что именно он хочет. Естественно, свадьба будет выглядеть совершенно по-разному, за 2000 и за 12000 евро.

За 2000 евро можно увидеть пакет, в который входит: только свадебная церемония где-то на пляже, декорации-ноль, регистратор, который скажет пару слов, это обычно тот же свадебный организатор, который предлагает этот пакет, и

букет невесты и плюс что-то еще. Конечно же, назвать это настоящей красивой европейской свадьбой очень сложно, поэтому сразу сориентируйтесь, клиент по-настоящему хочет красивую свадьбу за границей или ищет базовый дешевый пакет.

Глава 13.

Продаем услугу.

После того, как вы все это уточнили, вы связываетесь со свадебным организатором, даете ему всю информацию об этом клиенте, и уже тогда свадебный организатор составляет ориентировочную смету.

Теперь ваша задача – перезвонить клиенту и продать услуги другого организатора. Желательно иметь как можно больше информации о стране, куда хочет поехать клиент, спросить у организатора все плюсы проведения свадьбы именно в этой стране.



И уже после этого, позвонить клиенту или встретиться с ним лично (если это возможно) и продать услугу. Чтобы встретиться с клиентом, необязательно иметь офис, достаточно пригласить его в хорошее кафе вашего города.

Я советую не отправлять ориентировочную смету, в надежде, что клиент, когда увидит ее – вам перезвонит. Лучше звоните сами и предлагайте посмотреть смету вместе, если возникнут вопросы или сомнения, их проще сразу разрешить.

Здесь уже все зависит от ваших персональных качеств. Неважно где вы живете, сколько вам лет, какое вы имеете образование. Важно, чтобы клиент почувствовал к вам симпатию и доверие.

Глава 14.

Заключение договора и получение прибыли.

Клиента все устраивает, а значит следующий шаг – подписание договора. Вы заключаете с клиентом агентский договор, где прописаны ваши комиссионные проценты. Клиент заключает договор непосредственно уже с агентством. Все просто.

На этом ваша работа заканчивается. Полностью всю свадьбу организывает уже сам свадебный организатор. Он создает стиль свадьбы, подбирает всех профессионалов, ищет площадку, вы же получаете свой процент, и все остаются довольны.



По поводу процентов. Если вы останавливаетесь на таких свадьбах как свадебные пакеты, то там вы получаете обычно 10%, если, например, пакет стоит 5000 евро, то есть, соответственно вы получаете 500 евро. Ваша же работа заключается только в том, чтобы создать продающую страничку и дать рекламу.

Если же вы продаете персональные свадьбы, индивидуальную организацию, то тогда там немножко другие расценки. Вы получаете процент от гонорара свадебного организатора. Обычно свадебный организатор берет или 10% от стоимости свадьбы или ставит определенную сумму. Там уже, как вы с ним договоритесь, какой будет ваш процент.

Глава 15.

Часто задаваемые вопросы.

Надо ли знать иностранные языки, чтобы заниматься этим видом бизнеса?

Конечно, знать языки – это замечательно. Но в данном случае – это необязательно. Зачем вам знание языка? Если вы ищете в том же самом Яндексe русских свадебных организаторов, которые проживают в стране, в которой вы планируете свадьбу. В моем случае, например, я живу в Испании, я организовываю свадьбы в Испании, то есть, вы спокойно со мной общаетесь на русском языке. Так же есть свадебные организаторы, которые живут в Греции, в Мексике и точно так же вы с ними общаетесь на русском, поэтому знание языка совершенно не нужно. Уже свадебный организатор договаривается со всеми; с фотографами, флористами, то есть, вам знание языка не надо, знание языка надо иметь самому свадебному организатору.

А если клиент останется недоволен?

Когда вы ищете свадебного организатора, естественно вы смотрите, что это за свадебный организатор, и как я сказала в самом начале, если вы хотите работать долго, не несколько дней, тогда выбирайте профессиональных свадебных организаторов.

Чтобы организовать свадьбу по пакету не надо никаких знаний, может это сделать буквально каждый. Поэтому ищите именно свадебных организаторов, которые организовывают индивидуальные свадьбы, посмотрите на их портфолио, пообщайтесь с ними, уже тогда становится понятным, что это за свадебный организатор.

Организаторы могут кинуть?

Организаторам совершенно нет никакого смысла кидать вас. Обычно организатор работает с несколькими представителями в России, на Украине. Они заинтересованы в хорошем общении с вами и на постоянное сотрудничество. Как и все люди, организаторы тоже бывают разные. Я советую больше общаться с организатором, когда уже пообщаетесь, сами сможете сделать вывод, сотрудничать вам или нет.

Кто оплачивает перелет и проживание гостей?

Гости могут добираться как за счет молодых, так и за свой счет. Здесь уже решают молодые, то есть, некоторые оплачивают, а другие берут все траты на себя, так как они совмещают отдых с мероприятием на свадьбе.

Кто решает вопрос с визами?

С визами решает сам клиент, потому что мы не турагентство, мы непосредственно организовываем профессиональные свадьбы. Мы занимаемся полностью всеми вопросами на территории Испании. Помимо организации свадьбы, мы также можем подобрать виллу, или апартаменты, или отель, как для молодых, так и для гостей, разные виды экскурсий, организовать медовый месяц в Испании. Визы же молодые могут сделать самостоятельно. Открытие визы в Испанию сейчас намного упростили и в течение 7 дней можно открыть визу на 6 месяцев.

Как составить договор?

Образец договора я могу выслать вам бонусом за интересный отзыв о данной рассылке. Напишите мне письмо с пометкой «Как заработать на свадьбах за границей» и отправьте мне отзыв и ссылку на ваш сайт. Пишите на почту: info@nataliaortiz.ru

Русские организаторы есть во всех странах?

Сейчас практически во всех странах проживают русские и во многих из них есть свадебный организатор. Свадебный организатор - это такая профессия, которая нравится многим. Данная профессия - мечта многих девушек. Поэтому, я считаю, нет никакой проблемы найти сейчас свадебного организатора в любой стране.

Если же найти не получается, то напишите мне и я посоветую вам моих учеников за границей.

Сертификат о браке из другой страны – это проблема для россиян?

Нет, это не проблема. По поводу сертификата. Есть свадьбы символические за границей, есть свадьбы официальные. Просто не во всех странах возможна официальная церемония брака среди иностранцев.

Символическая свадьба проходит точно так же, как и официальная. И она не менее эмоциональна, даже более, потому что официальная возможна не во всех местах. Она возможна или в том же самом ЗАГСе, просто в другой стране или на каких-то определенных площадках, в которых работают сотрудники ЗАГСа, но не во всех местах, поэтому большинство молодых выбирают все-таки символическую свадьбу. Поэтому у них нет проблем ни с последующим сертификатом, то есть его не надо будет переводить, заверять и ряд других бюрократических процедур. В большинстве случаев выбирают символическую церемонию.

Невесты переплачивают, обращаясь к посредникам?

Нет, это не так. Стоимость остается та же, но свадебный организатор делит свой гонорар с посредником, с тем, кто приводит ему нового клиента.

Заключение

Итак, вы получили инструкции о том, как начать зарабатывать на свадьбах за границей. Теперь, вы можете воплотить вашу мечту в реальность, просто выполнив **шаг за шагом** необходимые действия по инструкции. Если же возникнут затруднения, можете записаться на личную консультацию ко мне, и я вас проконсультирую именно по вашему кейсу. Записаться на консультацию можно по e-майлу. В теме письма напишите: коуч-консультация «свадьбы за границей». В самом письме кратко изложите вашу проблему и что конкретно вы хотели бы получить на консультации.

Если же, прочитав эти инструкции, вы понимаете, что: выбор домена, создание сайта, стиля компании, придумывание названия, написание продающих текстов, создание групп в соц. сетях, запуск рекламы – это все не для вас, что вы далеки от технической стороны, и работа с фрилансерами вас уже давно разочаровала (постоянно задерживают сроки, выполняют работу некачественно и т.д.), тогда мы предлагаем для вас идеальное решение-купить пакет **«Быстрый старт: свадьбы за границей»**.

Мы сделаем за вас:

- Выбор и покупка доменного имени.
- Создание сайта «свадьбы за границей».
- Создание стиля и логотипа.
- Написание продающих текстов для сайта.
- Создание групп в соц. сетях: в контакте, фейсбуке.
- Запуск работающей рекламы.
- Скрипты разговора с клиентами.
- И самое главное - мы дадим вам список проверенных свадебных организаторов за границей, которые будут рады сотрудничать с вами по нашей рекомендации.

Единственное, что вам останется – это открыть ИП и начать получать звонки от клиентов.

Почему мы предлагаем вам готовый бизнес?

Мы хотим, чтобы каждая женщина смогла реализовать себя, быть самодостаточной, умела зарабатывать деньги, смогла открыть свой бизнес, не имея при этом первоначального капитала, не зависела от работодателей. Бизнес, который рекомендуем мы, доступен как студентам, так и молодым мамам, находящимся в декретном отпуске и всем женщинам, не имеющим абсолютно никакого ограничения в возрасте. Нужно просто иметь желание, приложить к этому определенные усилия и верить в себя. Результат обязательно будет.

Если вы чего-то очень хотите – вы обязательно этого добьетесь! И мы вам в этом готовы помочь. Все вопросы о данном предложении, отправляйте на почту: info@nataliaortiz.ru с пометкой **«Быстрый старт: свадьбы за границей»**.