

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Тема: Управління клієнтською базою в онлайн- підприємстві  
(на прикладі онлайн курсів з медитацій )

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_/Карінцева О.І./

Керівник роботи: \_\_\_\_\_/ Карінцева О.І./

Виконавець: \_\_\_\_\_/Кордас А.Р./

Група:

ЕН-82/2пе

Суми 2022

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна дипломна робота на тему Управління клієнтською базою в онлайн- підприємстві (на прикладі онлайн курсів з медитацій ) складається з 52 сторінок, містить 7 рисунків, 3 таблиць. Для підготовки роботи було використано 49 літературних джерела. Під час виконання роботи використовувалися такі наукові методи: індукції та дедукції, спостереження та порівняння.

**Мета** дипломної роботи полягає в дослідженні наукових засад формування стратегії залучення клієнтів з метою управління на прикладі аналізу найбільших конкурентів для використання при створенні власного продукту та шляхів просування у розрізі медитаційних онлайн курсів.

Для досягнення поставленої мети у дипломній роботі виконувались наступні **завдання:**

- 1) Дослідити теоретичне підґрунтя формування стратегії залучення клієнтів у онлайн бізнесі;
- 2) Виокремити великих гравців на ринку медитаційних онлайн курсів;
- 3) Провести аналіз реклами конкурентів;
- 4) Дослідити сайти конкурентів;
- 5) Провести аналіз вебінарів конкурентів;
- 6) Проаналізувати опрацювання заперечень відділу продажів конкурентів;
- 7) Визначити зміни в потребах цільової аудиторії на прикладі західної Європи;
- 8) Оцінити загальні тенденції при формуванні стратегії залучення клієнтів та адаптувати до сучасних потреб аудиторії.

**Об'єкт** дослідження: електронні ресурси компаній та підприємців, що спеціалізуються на створенні онлайн курсів з медитацій.

**Предмет** дослідження: теоретичні, методичні, організаційні аспекти аналізу стратегії залучення клієнтів в електронному підприємстві.

Основні **результати**, яких було досягнуто в процесі виконання кваліфікаційної роботи:

- 1) виявлено сучасні тенденції залучення клієнтів у онлайн бізнесі;
- 2) досліджено великих представників Східної Європи у сфері онлайн медитацій;
- 3) виділено шляхи покращення реклами фейсбук та інстаграмм
- 4) розібрані обов'язкові блоки сайтів курсів на ринку Східної Європи
- 5) виділено шляхи покращення емейл-розсилок шляхом порівняльного аналізу Східної та Західної Європи.
- 6) визначені особливості вебінарів, як можливості опрацювання заперечень
- 7) зібрано скрипти продажів 14-ти великих конкурентів Східної Європи
- 8) наведено покрокову конверсію воронки.

Наукова **новизна** досліджень:

1. Обрахована конверсія у п'ять кроків, що дає можливість виявити місця потребуючі удосконалення та прогнозувати ціну покупки при зміні складових факторів.

2. Розібрані та виявленні особливості сайтів та реклами у кабінеті фейсбук провідних представників онлайн ринку медитацій у Східній Європі, що дає можливість створення та удосконалення власної воронки.

3. Виділені сильні та слабкі сторони у емейл-розсилках, вебінарах та роботі відділу підтримки/продажу представників Східної та Західної Європи, що дозволяє синтезувати іноземний досвід з вітчизняними стратегіями для створення більш ефективної системи управління клієнською базою.

Основні результати роботи доповідалися на Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції "ECONOMICS FOR ECOLOGY" (EU practices for sustainable economy implementation within Industries 4.0 and 5.0), Sumy, 2022.

**Ключові слова:** онлайн бізнес, медитації, економіка, онлайн навчання, воронка продажів, реклама, вебінар, скрипти, вартість, конверсія.

## ANNOTATION

Qualifying thesis on Customer Management in Online Business (for example, online meditation courses) consists of 52 pages, contains 7 figures, 3 tables. 49 literature sources were used to prepare the work. The following scientific methods were used during the work: induction and deduction, observation, and comparison.

**The purpose** of the thesis is to study the scientific basis of forming a strategy to attract customers to manage the example of the analysis of the largest competitors for use in creating your own product and ways to promote in terms of online meditation courses.

To achieve this goal in the thesis performed the following **tasks**:

- 1) Investigate the theoretical basis for the formation of a strategy to attract customers in online business;
- 2) Identify major players in the market of online meditation courses;
- 3) Conduct an analysis of competitors' advertising;
- 4) Research the sites of competitors;
- 5) Analyze competitors' webinars;
- 6) Analyze the processing of objections of the sales department of competitors;
- 7) Identify changes in the needs of the target audience in the example of Western Europe;
- 8) Assess general trends in the formation of customer engagement strategy and adapt to the modern needs of the audience.

**Object** of research: electronic resources of companies and entrepreneurs specializing in creating online meditation courses.

**Subject** of research: theoretical, methodological, and organizational aspects of the analysis of customer engagement strategy in e-business.

The main **results** that were achieved in the process of qualifying work:

- 1) identified current trends in attracting customers in online business;

2) studied the great representatives of Eastern Europe in the field of online meditation;

3) identified ways to improve the advertising on Facebook and Instagram

4) the obligatory blocks of sites of courses in the market of Eastern Europe are disassembled

5) identified ways to improve e-mail through a comparative analysis of Eastern and Western Europe.

6) identified features of webinars as opportunities to process objections

7) collected sales scripts of 14 major competitors in Eastern Europe

8) step-by-step conversion of the funnel is given.

The scientific **novelty** of research:

1. Calculated conversion in five steps, which allows you to identify places in need of improvement and predict the purchase price when changing components.

2. The features of websites and advertising in the Facebook office of the leading representatives of the online market of meditations in Eastern Europe are analyzed and identified, which gives the opportunity to create and improve your own funnel.

3. Highlighted strengths and weaknesses in emails, webinars, and the work of the support/sales department of Eastern and Western Europe, which allows you to synthesize foreign experience with domestic strategies to create a more effective customer base management system.

The main results of the work were presented at the International Scientific and Practical Online Conference "ECONOMICS FOR ECOLOGY" (EU practices for sustainable economy implementation within Industries 4.0 and 5.0), Sumy, 2022

**Keywords:** online business, meditation, economics, online learning, sales funnel, advertising, webinar, scripts, cost, conversion.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІІ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ</b> .....	10
1.1 Що таке залучення клієнтів? .....	10
1.2 Етапи залучення клієнтів .....	11
1.3 Створення стратегії по залученню клієнтів .....	13
1.4 Як створити онлайн курс та використовувати воронку продажів.....	18
<b>2. АНАЛІЗ РИНКУ ОНЛАЙН НАВЧАННЯ В СЕГМЕНТІ МЕДИТАЦІЙ</b> 22	
2.1 Аналіз конкурентів .....	22
2.2 Рекламна компанія та сайти конкурентів як платформа першого доторкання до холодної аудиторії.....	23
2.3 Сайти конкурентів як платформа перших продажів .....	25
<b>3. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКОЮ БАЗОЮ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ОНЛАЙН РИНКУ</b> .....	30
3.1 Порівняння системи емейл-розсилок на прикладі флагманів вітчизняного та європейського ринків. ....	30
3.2 Особливості формату та якості опрацювання заперечень на вебінарах та у роботі відділу продажів. ....	36
3.3 Досвід Франції як можливість к покращенню вітчизняної системи управління клієнтською базою у сфері онлайн навчання.....	46
<b>ВИСНОВОК</b> .....	50
<b>СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	53
<b>ДОДАТОК А</b> .....	59

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Динамічний розвиток онлайн ринку в Україні та загострення конкуренції на ньому змушує підприємців переглядати підходи компанії та модернізувати стратегію для підвищення ефективності[14,15,17,20,43,44]. Ефективне функціонування підприємництва можливе лише за умови дотримання його суб'єктами світових трендів розвитку[7,16,21,45,], що пов'язані з подальшою глобалізацією та цифровізацією, діяльністю в руслі промислових революцій «Industry 3.0» та «Industry 4.0»[4,8,19,47,]. Саме розвиток онлайн підприємництва як раз відповідає цим тенденціям, бо такі послуги відповідають цілям екологічно безпечного сталого розвитку.[5,13,38,46,48,49]

У той же час, звертаючи увагу на сучасні обставини, особливо актуальним для українців постає питання збереження стабільного емоційного стану та розслаблення нервової системи на фоні стресових та травматичних подій, що піднімає на ринку ніші психологічної, медитативної, йогської та інших практик спрямованих на заспокоєння та стабілізацію внутрішнього стану.

Але в той же час, у сучасних умовах вітчизняні підприємці втрачають значну кількість клієнтів, що значною мірою обумовлено недосконалою та застарілою політикою управління клієнтською базою, а також відмовою від сучасних інструментів та тенденцій онлайн простору.

Управління клієнтською базою починається з залучення якомога більше цінних споживачів на ринку, і це, можливо, одна з найважливіших ініціатив для будь-якого бізнесу. Це дозволяє брендам створювати клієнтську базу, запускати програми лояльності клієнтів і мінімізувати витрати, щоб підвищити рентабельність інвестицій (ROI). Це також може бути однією з найскладніших ініціатив. Щоб досягти успіху, бренди повинні виділяти ресурси на розуміння перспективи та надання персоналізованого та відповідного досвіду.

Незалежно від того, чи новий підприємець, який намагається завоювати своїх перших 10 клієнтів, чи досвідчений ветеран, який набуває вашого 10 000-го, залучення клієнтів ніколи не перестає бути актуальним.

Клієнти є джерелом життя будь-якого бізнесу. Ось чому потрібна стратегія для постійного залучення нових клієнтів, але, за даними ProfitWell, витрати на залучення клієнтів за останні п'ять років зросли на 50% .[2] Маркетинг дорожчий, а клієнти менш довіряють брендам. За допомогою правильної стратегії можна привернути увагу клієнтів, збільшити зацікавленість і покращити конверсію продажів.

Та для багатьох власників бізнесу продажі можуть бути непередбачуваними, а залучення нових клієнтів може здаватися випадковою грою.

Проблематика багатьох компаній постає у тому, що вони не мають визначеної стратегії залучення клієнтів. Легко продовжувати робити те, що, на першу думку, працює; однак це часто призводить до того, що інвестується занадто мало грошей у високопродуктивні канали або, з іншого боку, втрачаються канали, де знаходяться потенційні клієнти.

Щоб розвивати свій бізнес послідовно та прибутково, потрібно думати про залучення клієнтів не як про результат, а як про процес, який розглядає, як можна систематично залучати нових клієнтів, витрати на них, і кількість грошей, які кожен витратить на свій бізнес. Тому, найкращий спосіб покращити залучення клієнтів — створити чітку стратегію.

**Мета** дипломної роботи полягає в дослідженні наукових засад формування стратегії залучення клієнтів з метою управління на прикладі аналізу найбільших конкурентів для використання при створенні власного продукту та шляхів просування у розрізі медитаційних онлайн курсів.



Для досягнення поставленої мети у дипломній роботі виконувались наступні **завдання**:

- дослідити теоретичне підґрунтя формування стратегії залучення клієнтів у онлайн бізнесі;
- виокремити великих гравців на ринку медитаційних онлайн курсів;
- провести аналіз реклами конкурентів;
- дослідити сайти конкурентів;
- провести аналіз вебінарів конкурентів;
- проаналізувати опрацювання заперечень відділу продажів конкурентів;
- визначити зміни в потребах цільової аудиторії на прикладі західної Європи;
- оцінити загальні тенденції при формуванні стратегії залучення клієнтів та адаптувати до сучасних потреб аудиторії.

**Об’єкт дослідження** – електронні ресурси компаній та підприємців, що спеціалізуються на створенні онлайн курсів з медитацій.

**Предмет дослідження** – теоретичні, методичні, організаційні аспекти аналізу стратегії залучення клієнтів в електронному підприємстві.

В процесі дослідження використані традиційні **методи** та прийоми економічного аналізу - порівнянь, спостереження, обстеження, комплексної оцінки, а також логічні спостереження.

В якості **інформаційної бази** при написанні випускової роботи були використані матеріали, що стосуються аналізу стратегії залучення клієнтів, статті на зарубіжних інтернет-ресурсах, електронні ресурси одних з найбільших представників на ринку медитацій в онлайн навчанні.

# 1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ

## 1.1 Що таке залучення клієнтів?

Залучення клієнтів – це процес пошуку та переконання потенційних клієнтів купувати у бізнеса способом, який можна виміряти та повторювати, а не випадково. Незалежно від того, чи продає підприємство оптом або безпосередньо споживачам, потрібна стратегія залучення клієнтів.[10]

Залучення клієнтів, є важливою ініціативою, тому що, без нових клієнтів немає бізнесу. Бренди використовують залучення клієнтів, щоб зрозуміти цінність кожного платника, вимірюючи гроші, які компанія витрачає на залучення нового клієнта. Чим менші витрати на маркетинг необхідні для залучення нового клієнта, тим вище прибуток. Компанії розглядають цей показник, щоб визначити свої маркетингові стратегії та підвищити прибуток.

Зрештою, бренди впроваджують маркетинг управління клієнтською базою, щоб залучити нових клієнтів, що може включати розробку стратегій та моніторинг результатів, щоб збільшити свою клієнтську базу при зниженні витрат. Успішна стратегія залучення клієнтів допоможе залучити новий бізнес, зберегти лояльних клієнтів і підвищити прибуток.

Важливо пам'ятати, що залучення починається з першого контакту з новим клієнтом і переходить до стратегії утримання — вони працюють разом, щоб маркетингова програма була прибутковою.

Залучення клієнтів охоплює кожен аспект шляху клієнта, від генерації потенційних клієнтів до активації, лояльності клієнтів та оптимізації коефіцієнта конверсії.

Клієнти не завжди залишатимуться поруч — незалежно від того, наскільки гарною була ваша стратегія утримання, тому потрібен спосіб заповнити прогалини та продовжити свій бізнес.

Багато в чому цей процес схожий на маркетинг — пошук способів продемонструвати свій бренд і зв'язатися з клієнтами. Але є різниця: хоча маркетинг спрямований на підвищення обізнаності, придбання спонукає до дій. Скажімо, при запуску реклами у Facebook, націленої на цільовий ринок компанії. Показники допоможуть визначити, чи працюють зусилля — можливо відстежити, скільки людей поділилися оголошенням, прокоментували його тощо. Це маркетинг.[3]

Тим часом, залучення говорить про те, що відбувається після того, як потенційні клієнти переходять на сторінку або отримують електронні листи. Якщо вони готові вжити заходів, купуючи продукти чи послуги підприємства, це придбання. Маркетинг сприяє визнанню — придбання сприяє прибутку.[3]

Залучення клієнтів важливо для компаній будь-якого віку та розміру. Це дозволить будь-якому бізнесу:

- Заробляти гроші, щоб покривати витрати, сплачувати працівникам та як результат - реінвестувати в зростання;
- Показати докази тяги для зовнішніх сторін, таких як інвестори, партнери та впливові особи.[3]

Можливість систематично залучати та конвертувати нових клієнтів підтримує здоров'я та зростання компаній, а інвесторів – задоволеними.[3]

## 1.2 Етапи залучення клієнтів

Залучення клієнта відбувається поетапно, які часто уявляють як воронку залучення клієнтів. У маркетингу часто використовуються метафоричні

поняття, включаючи воронку або sales funnel. Концепція воронки використовується, оскільки перше відсіювання користувачів проходить вже з першого контакту та продовжується на усіх етапах до безпосередньої покупки. Спочатку з продуктом була знайома велика кількість покупців, але поступово від нього відмовилися, а воронка звузилася до горловини – тобто не всі прийшли на момент покупки. [18]

В залежності від сфери використання, ступенів проходження воронки продажів може бути різна кількість. В зарубіжних джерелах виділяють 4 основні етапи: Lead, Suspect, Prospect, Customer [9] (рис. 1.1). Але ці поняття в різних джерелах трактуються по-різному, тому й їхня послідовність може відрізнятись.

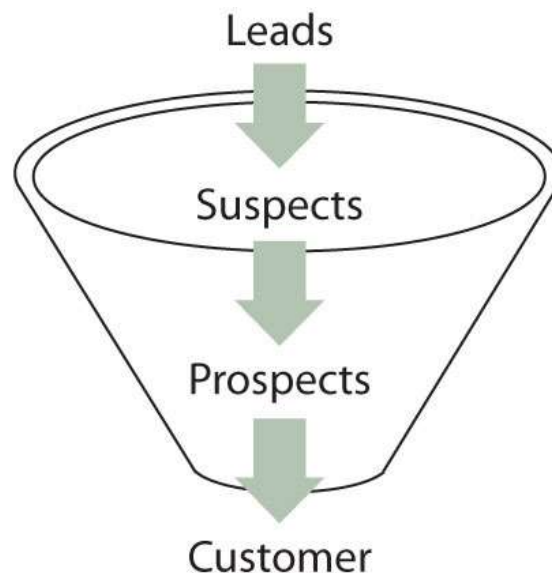


Рисунок 1.1 - Воронка продажів у чотири етапи

На рисунку 1.2 зображена більш детальна структура воронки продажів, яка полягає в 9 етапах.

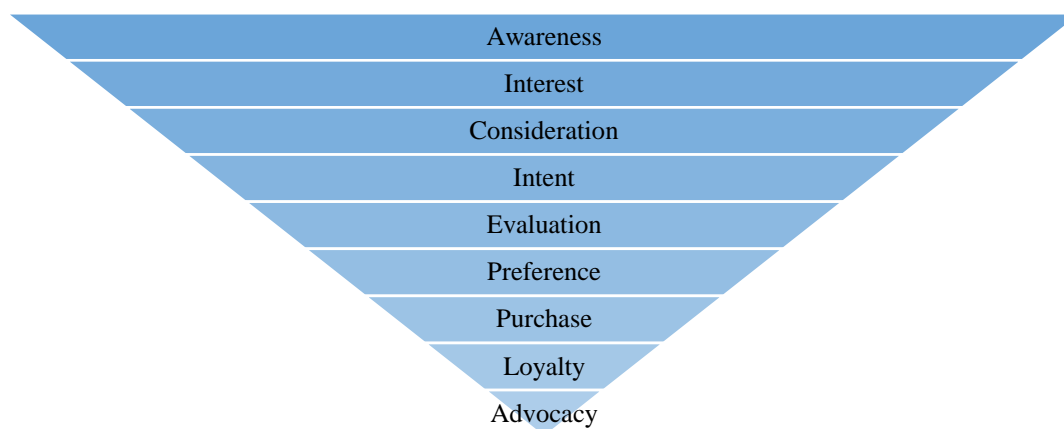


Рисунок 1.2 - Воронка продажів у дев'ять етапів

Ця структура набагато ширша. Це не закінчується продажем товару. У цьому ланцюжку створення посттранзакційних покупців має на меті не лише продовжити співпрацю, а й активно просувати придбані товари. Не важливо, скільки етапів воронки буде обрано, важлива природа. Будь-який потенційний клієнт може стати відданим покупцем цього товару. Це завдяки методу push-повідомлень, який може швидко перетворити будь-якого відвідувача веб-сайту на підписника.

### 1.3 Створення стратегії по залученню клієнтів

#### 1. Виокремлення ідеальних клієнтів

Першим кроком до залучення клієнтів є розуміння клієнтської бази — як поточної, так і цільової аудиторії. Це включає вивчення конкурентів та аналіз маркетингових досліджень, проведених дослідницьким центром Pew або Бюро перепису населення США .

Якщо підприємство націлене на кілька аудиторій, краще розробити різні стратегії залучення продажів для кожної групи.

Крім того, найуспішніші кампанії залучення клієнтів мають персоналізовані елементи, що відповідають інтересам, потребам або поведінці людей.

Якщо компанія ще не знає, хто її аудиторія, потрібно виявити наступні запитання:

- Чого досягають клієнти з продуктом чи послугою компанії?
- Які проблеми у клієнтів?
- Які демографічні показники клієнтів?
- Які переваги шукають клієнти, купуючи продукт?
- Де ідеальні клієнти знаходять інформацію?
- Чому вони не купують продукт(и)?
- Коли ідеальний клієнт купує продукт чи послугу?

Щоб визначити та зрозуміти аудиторію, бренд може використовувати різні методи, зокрема вказані на рисунку 1.3.

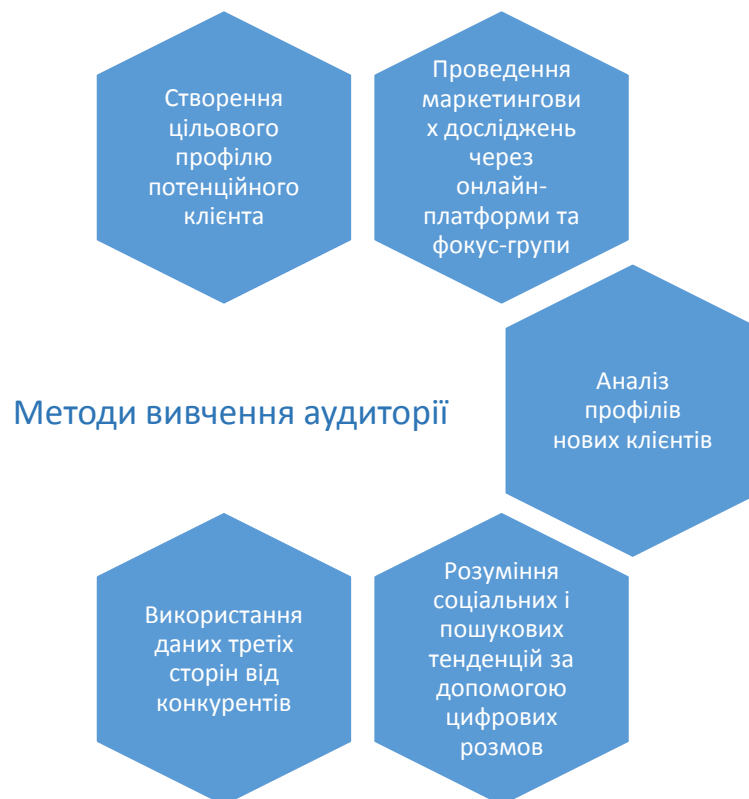


Рисунок 1.3 – Методи вивчення аудиторії

У міру зростання бренду відстеження профілів цих клієнтів може допомогти проаналізувати, зрозуміти та розширити клієнтську базу. Визначити різні риси та поведінку найбільш цінних клієнтів, які можна використовувати, щоб інвестувати більше чи менше в найкращі канали залучення клієнтів.

## 2. Визначення цілей

Маючи на увазі ідеальних клієнтів компанії, можна визначити цілі та завдання. Встановлення кінцевого результату допоможе продумати план залучення клієнтів і спрямувати зусилля.

Вимірюючи показники залучення клієнтів, такі як життєва цінність клієнта (CLV), щомісячний регулярний дохід (MRR), витрати на залучення клієнтів (CAC) і коефіцієнт відтоку, можливо створити стратегію, яка відповідає загальним бізнес-цілям.

Щоб оптимізувати залучення нових клієнтів, план також повинен включати:

- Стратегія міжканальної активації з підключеними комунікаціями через електронну пошту, дисплей, пошук, соціальні мережі, мобільні пристрої та пряму поштову розсилку
- Матриця обміну повідомленнями, яка враховує цифровий голос і відповідає потребам і ставленням потенційних клієнтів
- План тестування та вимірювання, який визначає такі KPI, як покази, рейтинг кліків, залучення нових клієнтів, ціна за придбання (CPA), рентабельність інвестицій (ROI) і рентабельність інвестицій у рекламу (ROAS).

## 3. Обрання каналів залучення клієнтів

Визначення ідеальних клієнтів і цілей залучення клієнтів — чудовий початок створення ефективної стратегії, але це лише початок. Постає питання, які канали використовувати на основі досліджень і які типи вмісту там найкращі.

Канал залучення клієнтів — це будь-яке місце, де клієнти вперше зустрічаються з брендом — через соціальні мережі, звичайний пошук чи платну рекламу. Канали залучення клієнтів – це те, як залучити нових клієнтів.

Деякі популярні канали залучення клієнтів включають:

- Instagram: візуально привабливі пости та короткі відео.
- Facebook: пряма трансляція відео, обмін повідомленнями один на один, реклама.
- YouTube: довше, інформативніше та розважальне відео.
- SEO: письмовий, довгий контент, оптимізований для пошукових систем.
- Платна соціальна реклама: короткі, яскраві оголошення з привабливими візуальними елементами.
- Реферали: знижки та винагороди за лояльність.

#### 4. Розробка унікальної стратегії для кожного каналу

Потрібно обирати канал, який відповідає аудиторії. Наприклад, щоб охопити клієнтів у віці 20 років, можливо виявити, що аудиторія знаходиться в Instagram або TikTok. Тоді, не варто вкладати всі свої ресурси в рекламні оголошення Facebook чи Google.

Створюючи маркетингову стратегію для кожного каналу, потрібно зосередитись на:

- З яким контентом взаємодіє ваша аудиторія.



- Що публікують ваші конкуренти.
- Що говорять вам ваші КРІ.

Залежно від прийнятої стратегії залучення клієнтів, можна зрозуміти, що не потрібно використовувати TikTok, якщо клієнти в основному на Facebook. Або якщо виявити, що відео може сказати більше, ніж словами, YouTube чи Instagram можуть бути кориснішими.

Потрібно дослідити найкращі стратегії для кожного каналу, щоб отримати максимальну віддачу від ресурсів із залучення клієнтів.

#### 5. Спілкування зі своєю клієнтською базою

Важко знайти прогалини в процесі залучення клієнтів без прямого зворотного зв'язку з клієнтами. Щоб зібрати цю цінну інформацію, потрібно її запитати.

Опитування клієнтів, контактні форми електронною поштою, інтерв'ю з клієнтами, публікації в соціальних мережах та дописи в блозі – це чудові способи спілкування з клієнтською базою. Можна просувати угоду, запитувати зворотний зв'язок і бути доступним для розмови.

Потрібно створити план спілкування, щоб підтримувати регулярні розмови з клієнтами. Це допоможе визначити цінність, яку клієнти очікують від продуктів і послуг, і отримати вигоду.

#### 6. Оцінювання та вдосконалення стратегії

Багато факторів можуть вплинути на залучення клієнтів, і ось чому так важливо аналізувати та вимірювати результати. Аналітика залучення клієнтів може допомогти зрозуміти:

- Де клієнти чують про продукти.
- Де купували продукти.

- Де вони живуть.
- Інші ідентифікуючі фактори.

Перш ніж почати відстеження, потрібно з'ясувати, які показники залучення клієнтів будуть відстежуватись. Деякі загальні показники включають наступне:

- Витрати на залучення клієнтів (CAC)
- Зростання нових клієнтів
- Довічна вартість клієнта (LTV)
- Швидкість відтоку
- Співвідношення цінності за весь період до вартості залучення клієнта (LTV:CAC)

Залучення клієнтів може здатися складним, але за допомогою правильної підготовки та тактики бізнес зможе залучити цінних клієнтів, утримати їх довше та розвиватися більш стійко.

#### 1.4 Як створити онлайн курс та використовувати воронку продажів

У інтернет бізнесі, при створенні рекламної кампанії, аудиторію найчастіше поділяють на холодну та теплу. Основна відмінність між теплою та холодною аудиторією полягає в тому, чи знайомі цільові користувачі з брендом, продуктами чи послугами. Температура аудиторії може значно змінюватися залежно від того, наскільки вони знайомі з бізнесом. На рисунку 1.4 - приклад температури аудиторії від крижаної до гарячої.

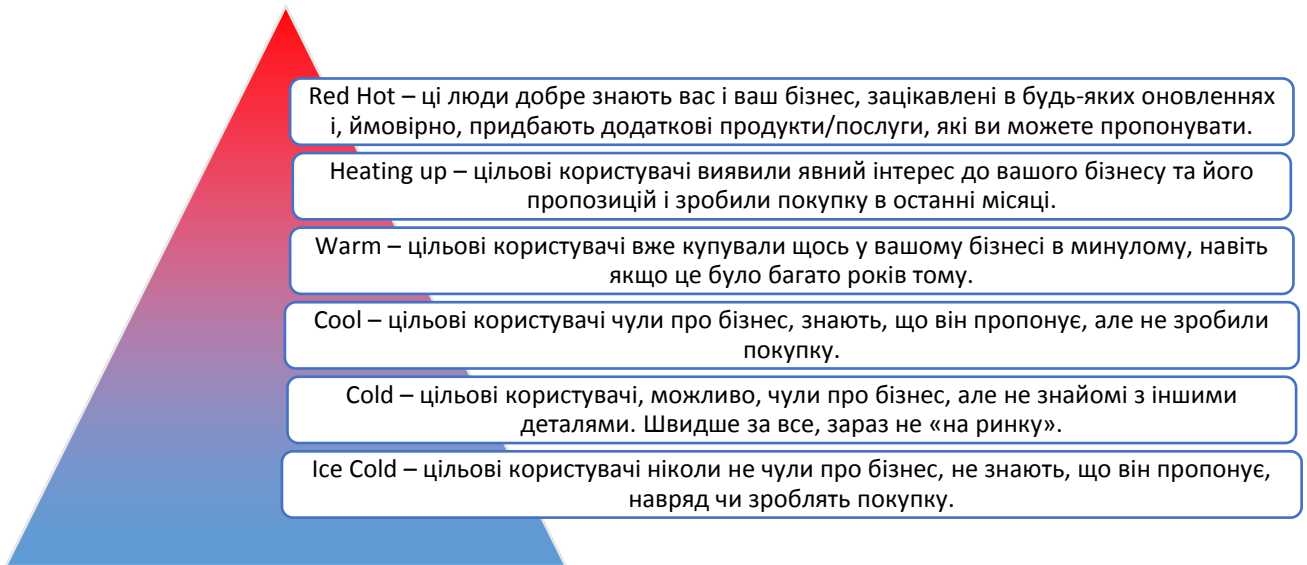


Рисунок 1.4 Температура аудиторії [1]

Хоча одна й та сама маркетингова стратегія не підходить для кожного типу аудиторії, вона не має бути складною. Визначення правильного маркетингового підходу для кожного типу аудиторії повністю ґрунтується на логіці. [1]

Холодну аудиторію, загалом, найважче і найдорожче перетворити на клієнтів, які платять. Це пов'язано з двома речами. 1.) Існує певний ступінь впізнаваності бренду, і освіта має відбутися, перш ніж користувачі відчують себе комфортно, здійснюючи покупку, і 2.) щоб охопити цих користувачів, підприємства повинні покладатися на платні маркетингові зусилля, як-от запуск певної реклами. Однак одна головна перевага для холодної аудиторії – це потенціал створення НОВОГО бізнесу. Кожен хоче нових клієнтів, і вони є вирішальними для довгострокового розвитку будь-якого бізнесу. [1]

Оскільки навряд чи підприємство матиме контактні дані для холодної аудиторії, рекламні платформи, як-от Facebook Ads і Google Ads, як правило, є найкращими, коли справа доходить до залучення нових клієнтів. Звичайно, є й

інші маркетингові канали, як-от радіо, друк і телебачення, але вони мають високу ціну та триваліші зобов'язання. [1]

Комфортні маркетингові заходи, такі як кампанії електронною поштою та звичайні публікації у Facebook, матимуть мінімальний вплив на холодну аудиторію, за винятком вірусної реакції, яка змушує ваших поточних клієнтів поділитися вашим повідомленням з іншими, які не є клієнтами. [1]

На більш теплу аудиторію дешевше націлюватися та реагувати набагато швидше, ніж на холодну. Маркетинг для більш теплої аудиторії також менш складний, оскільки користувачі вже визначені (поточні клієнти), тому малі підприємства, як правило, тяжіють до націлювання на них через електронну пошту та соціальні мережі. [1]

Маркетинг, спрямований на теплу і гарячу аудиторію, також сприймається малими підприємствами як більш ефективний, оскільки відношення роботи до рентабельності інвестицій, як правило, вище в порівнянні з маркетингом холодної аудиторії. Це дещо помилкове уявлення, оскільки життєва цінність клієнта націлювання на більш холодну аудиторію може мати набагато більший вплив на майбутні доходи. З огляду на це, короткостроковий прибуток легко отримати, орієнтуючись на поточних клієнтів, які, імовірно, будуть зацікавлені в пропозиціях з підвищенням продажів, як-от спеціальний обід і гольф, розпродаж у професійному магазині, майбутній турнір або пакети інструкцій. Тепла аудиторія наповнена можливістю отримати більше доходу від кожного клієнта. [1]

Окрім маркетингу електронною поштою та публікацій у соціальних мережах, є також можливість використовувати кампанію ремаркетингу (або ретаргетинг), щоб привернути увагу поточної клієнтської бази. Ремаркетинг – це коли повторно залучаєте клієнта або відвідувача веб-сайту на основі дії, яку

вони зробили в недавньому минулому. Дією клієнта може бути відвідування певної сторінки на вашому веб-сайті, участь у нещодавній події у вашому закладі або покупка подарункової картки в минулі роки. [1]

Ремаркетинг може бути в різних формах. Найвідомішим є банерна реклама, яка слідкує за позначеними клієнтами на веб-сайтах, які вони відвідують. Сюди входять такі веб-сайти, як ESPN, місцеві ЗМІ, YouTube та мільйони інших. Ремаркетинг також можна здійснювати за допомогою реклами у Facebook за допомогою так званої «користувацької аудиторії». Для цього вам потрібно буде налаштувати Facebook Pixel або завантажити дані своїх клієнтів як користувацьку аудиторію. Існують також складніші форми ремаркетингу, які дозволяють надсилати клієнтам електронні листи після того, як вони відвідали ваш веб-сайт, навіть якщо ви не дізналися його ім'я чи електронну адресу. Ремаркетинг — це ще одна чудова точка контакту, яка може допомогти привернути увагу клієнтів, які ніколи не відкривають ваші листи та не підписуються на вас у соціальних мережах. Одним з недоліків ремаркетингу є те, що це платна форма маркетингу, хоча набагато менше, ніж інші види реклами, це додаткові витрати. [1]

Вкладення грошей у маркетингові кампанії не означає, високу віддачу від інвестицій. Щоб створити прибуткову маркетингову стратегію, потрібно використовувати правильні канали залучення клієнтів, що вказані у додатку А.

## 2. АНАЛІЗ РИНКУ ОНЛАЙН НАВЧАННЯ В СЕГМЕНТІ МЕДИТАЦІЙ

### 2.1 Аналіз конкурентів

Будуючи власну стратегію, завжди потрібно дивитись на конкурентів. Так, створювати щось нове – це не погана ідея та навіть може принести додаткові прибутки, дешевших клієнтів і т.д. Але саме на конкурентах можна побачити, які стратегії насправді дієві на ринку та використовуючи їх приклад – зменшити свої ризики. Тому, у таблиці 2.1 було наведено мінімальний список конкурентів та їх платні курси.

Таблиця 2.1 Конкуренти онлайн-курсу медитацій [23-36]

№	Власник/назва проекту	Кількість підписників у instagram (осіб)	Продукт (тільки курси та тільки платні)
1	Кристина Мякошина	257 348	«Переродження» (12 тижнів) 418,22 € 504,75 € 793,17 € 2 307,41 €
2	Дар'я Метельська	10 238	«Антикрихкість» 144,21 €  «Золото тіні» (5 тижнів) 104,84 € 176,95 € 249,06 €  «Розкодування себе» (9 днів) 400,58 € 1121,65 €
3	Георг Ковальов	46 466 54 524 (школа)	"Багатогранність" 99,51 €  "Інтеграція" та "Містицизм" (3 місяці) 359,09 €  «Частоти» (14 днів) 142,77 € 214,88 €  «Спи як тесла 2.0» (42 дні) 142,77 € 286,98 €  «Імунобустер» (14 днів) 142,77 € 186,04 €
4	Макс Мо	12 462	Онлайн-ретрит (28 днів) 132,68 €

5	Андрій Башун	199	«Вдих Життя» (1 тиждень) Вільна оплата (було - 35 €)
6	Ксенія Матвєєва	14 428	«Усвідомлена мама» 57,54 €
7	Олена Соколова	1 790	«Технологія трансформації» (2 місяця) 966,23 € 1052,76 €  «Храм моєї душі» (3 дні) 373,51 €  "Я жінка. Ти чоловік!" 113,93 € 128,35 €
8	Анастасія Світла	35 412	"10 ЗАКОНІВ ВСЕСВІТУ" (20 днів) 144,21 € 288,42 € 432,64 €
9	Стас Атман	1 411 14 315 (школа)	"Свідомість і медитація" (8 тижнів) 113,93 €  «Майндфулнесс» (8 тижнів) 242,28 €  «Мистецтво сили волі» (6 тижнів) 109,60 €
10	Леся та Денис Орлові	12 995	Sensorium school 86,53€ 1730,56 € 2163,20 € 5321,48 €
11	Олександра Беякова	514 415 30 984(курс)	AB.MONEY 961,41 € 1602,37 € 32047,42 €
12	Ваня Маркович	144 885	«Емоційна зрілість» (3 місяці) 719,62 € 1469,53 €

2.2 Рекламна компанія та сайти конкурентів як платформа першого доторкання до холодної аудиторії

На просторах інтернету, реклама через соціальні мережі - постає одним з найдієвіших механізмів привернення уваги. Саме через гарну картинку або відео холодний клієнт може вперше дізнатись про продукт.

На прикладі цієї ніші, підприємство з курсів по медитаціям витратило 79,61€ за день та отримало 18 552 показів потенційним клієнтам, тобто:

$$\text{CPMпоказу реклами} = (79,61/18\ 552) * 1000 = 4,29 \text{ €}$$

При цьому, лише 217 осіб клікнуло на рекламу, тобто ціна одного кліку становила:

$$79,61\text{€}/217=0,37\text{€}$$

А конверсія кліку з показу становила:

$$217/18552=0,0117 (1,17\%)$$

Щоб швидко оцінити якість візуалізації контенту окремої ніші в інтернеті, достатньо лише використати бібліотеку реклами від Facebook – що покаже дійсну рекламну компанію, яка проходить на одних з найпопулярніших платформах соціальних мереж – Facebook та Instagram.

Для прикладу, ми взяли одного з найбільших конкурентів в ніші онлайн-медитацій - Георга Ковальова, школа якого нараховує більше 20 000 студентів. (рис 2.1)

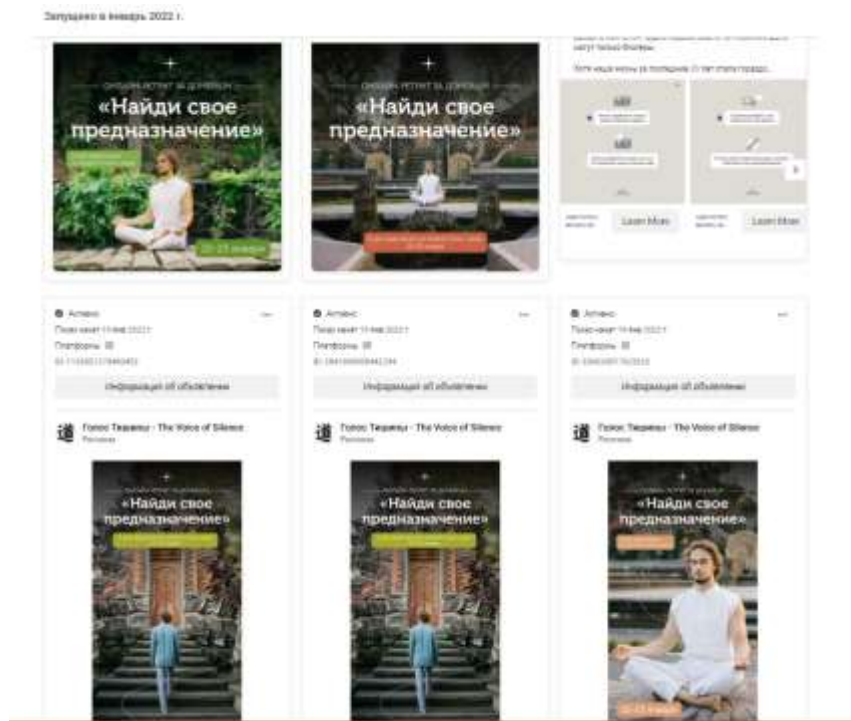




Рисунок 2.1 – Макети реклами Георга Ковальова на 28.01.2022 [22]

Таким чином, ми бачимо декілька макетів з гарною якістю ілюстрації. Мінімум тексту та акцент на даті події. Також, важливо, що макети пристосовані для різних форматів : сторіс (прямокутник) та пост (квадрат).

З іншої сторони просто введемо слово «медитації» і побачимо загальний вигляд ринку. На рисунку 2.2 можна побачити приклади різних проектів, які не мають і 1000 підписників.



Рисунок 2.2 Рекламні креативи з теми медитацій 14.03.2022 [22]

На першому прикладі ми бачимо не якісну картинку, та текст білого кольору який важко читати. На другому прикладі – звичайна картинка з інтернету, яка не має нічого авторського. На третьому прикладі – найбільш вдалий з цієї групи варіант. Тема відповідає запитам дійсності, але використовувати російську мову на українську аудиторію в умовах війни між Україною та Росією – доволі ризикований крок.

Тож, порівнявши рисунок 2.1 та 2.2 – можна виділити, що популярніший конкурент використовує лише якісні фото, переважно зі своїм же зображенням та тестує декілька варіантів креативів які підлаштовані під різні розміри реклами.

### 2.3 Сайти конкурентів як платформа перших продажів

Причиною створення сайту стає необхідність створення позитивного іміджу та гарної репутації. Сайт не лише знайомить клієнтів із товарами, а й просуває їх. Приваблює покупця та сприяє продажам.

Які функції сайту компанії можна виділити:

- Іміджева.
- Інформаційна.
- Комерційна.
- Рекламна.

Якісно виконаний, зручний сайт підвищує репутацію та статус компанії. Особливо, якщо все продумано, потрібні функціональні кнопки, колірне оформлення не дратує, сторінки не виснуть і легко читаються. Навігація по сайту має бути простою та зрозумілою, а всі матеріали – доступні. Адже потрібно розуміти, що лендинг курсу чи вебінару вивчається хі сторони подачі інформації детальніше, аніж сторінка звичайного магазину.

Таким чином, з 217 вказаних попередньо кліків, лише 80 зареєструвались на вебінар, таким чином, ціна ліда таргетованої реклами становила:

$$79,61\text{€}/80 = 1\text{€}$$

А конверсія із кліка у лід, тобто лише відсіяно сайтом, становила:

$$80/217=0,3687 \text{ (36,87\%)}$$

Розглянемо на прикладі двох конкурентів з таблиці 2.1, що повинно бути на сторінці продукту, щоб його купували.

1. Як можна побачити у додатках Б та В – на самому першому фреймі зазначають 3 основні блоки інформації:

- Назва курсу;
- Дата початку курсу (якщо курс не у записі);

- Кнопка покупки.

Таким чином, якщо вже тепла людина після реклами та прогріву переходить на сайт, вона повинна мати змогу одразу впевнитися, що потрапила туди, куди хотіла побачивши назву, та одразу мати можливість купити те, що хотіла, не витрачаючи час на пошук самої пропозиції.

2. Наступний етап – це біль аудиторії. Щоб продавати, ми повинні розуміти тих, хто буде покупати наш продукт, а отже і ті проблеми, з якими покупець приходить на курс. І саме про них потрібно говорити.

Також, проаналізував цю частину сайту, можна і для себе виявити декілька проблем аудиторії:

- Жертва обставин (Не контрольованість власного життя);
  - Боротьба з негативними емоціями;
  - Пізнання істинного себе.
3. Третій етап дуже схожий на попередній але в той же час, прямо протилежний. У ньому розповідається про життя «після», про ті результати, які можна отримати за допомогою курсу.

Якщо порівняти обидва варіанти у додатках Б та В, можна виділити:

- Прийняти та цінувати себе;
  - Покращення відносин з навколишніми;
  - Розвиток власного потенціалу/самореалізація;
  - Навчитися втілювати мрії.
4. Кожна людина повинна розуміти програму курсу. На прикладі додатку Б можна побачити доволі зрозуміле описання організаційної частини та складу уроку але в той же час сама програма не має чіткості. В іншому варіанті від Кристини Мякошеної – немає організаційної частини але більш детально описуються результати модулів.

5. Тарифи – одна з найголовніших для клієнта частина сторінки, саме на ній він для себе визначає співвідношення ціна-користь / потреба-фінансові можливості.

На обох варіантах можна побачити знижку, щоб стимулювати покупця менше замислюватись та швидше приймати рішення. Як додатковий стимул можна ставити також таймери до підвищення ціни.

Щодо встановлення цін можна побачити різну стратегію. У Дар'ї Метельської ціни зростають рівномірно на 72,11 € від тарифа к тарифу. А на прикладі Кристини Мякошеної можна побачити чітке виділення «Розширеного» та «ВІПу». Особливо приємним для покупця може здатись саме тариф «Розширений» адже має різницю з «Базовим» лише на 86,53 € рублів, коли з наступним на 288,43€ , а з «Феніксом» на 1802,67 €, та в той же час надає вагомі послуги додатково до бази.

На цьому схожі блоки закінчились. Перейдемо до того, що відрізняється.

У Дар'ї Метельської додатково можна побачити ще два типи блоків:

- Відгук відомої людини про технологію (звернемо увагу, що не саме про її курс);
- Красиві фрази (не головне) + кнопка щоб прийняти участь (доволі важливо, адже розташовані ці блоки усередині та в кінці, тобто, виходить, що з кожної частини сайту можна перейти до оплати).

У Кристини Мякошеної додатковим блоком є сам автор. Саме так, познайомивши аудиторію з автором та його досягненнями можна додатково підігріти аудиторію, адже у цій людині вони починають бачити втілення своїх бажань, а отже і прагнуть стати такими ж.

У деяких випадках, на цих двох етапах воронка може завершуватись першою покупкою, але у великих гравців на ринку, вона накопичує клієнтську базу та переходить до наступної ланки – вебінар.

### 3. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКОЮ БАЗОЮ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ОНЛАЙН РИНКУ

3.1 Порівняння системи емейл-розсилок на прикладі флагманів вітчизняного та європейського ринків.

На вітчизняному ринку емейл-розсилку звикли подавати, більшою мірою, лише як зв'язуючу ланку між реєстрацією на вебінар та самим вебінаром при цьому, відкриваємість розсилки із 7 листів становила 58%.

Також, розглядаючи приклад одного з онлайн вебінарів, на який зареєструвалось 800 осіб (270 з теплої та 530 з холодної аудиторій) та прийшло лише 294 осіб (130 теплої та 164 холодної аудиторій), можна вирахувати, що:

$$CR \text{ (загальна)} = 294/800 = 0,3675 \text{ (36,75\%)}$$

$$CR \text{ (тепла)} = 130/270 = 0,4815 \text{ (48,15\%)}$$


$$CR \text{ (холодна)} = 164/530 = 0,3094 \text{ (30,94\%)}$$

Тобто, відсоток загальної конверсії майже у двічі менший за відкриваємість розсилку, що говорить про сенс витрати ресурсів на покращення якості цього інструменту.

Якщо узяти данні таргетованої реклами наведенні вище, як середні та застосувати до данного прикладу, то вийде, що ціна 530 реєстрацій – 530€, тому, ціна однієї особи з холодної аудиторії на вебінарі:

$$530/164 = 3,23\text{€}$$

Як можна побачити у Додатку В, розсилка до однієї події від представника онлайн школи Східної Європи містить 6 листів:

1.  Вітаю з реєстрацією на майстер-клас з правильного сну [*\*Чек-лист\** усередині] – тема письма доволі проста. Одразу каже про назву події та дає подарунок за реєстрацію, який являє собою одним з стимулів реєстрації на майстер-клас.

У самому листі також нагадує, що до ефіру лише 10 хвилин.

«Повірте, відмова від кофеїну або прийом снодійних ще не гарантують, що ви висипатиметеся. Працювати потрібно зі своїми думками та тілом. І на майстер-класі ви зрозумієте, від чого насправді ви маєте проблеми зі сном і як вирішити цю проблему.

А найголовніше - ви повернете собі сон немовляти та ентузіазм!»

Та включає у письмо такі ключовики як «відмова від кофеїну або прийом снодійних» - альтернативи продукту, що не дають бажаного результату. В той же час акцентуючи увагу на тому, що майстер-клас буде краще цих альтернатив та допоможе з проблемою.

2. ✦ [Ви ще встигаєте] Підключайтеся до майстер-класу «Як налагодити режим сну, позбутися безсоння та підвищити свою продуктивність» - надсилається через 15 хвилин після першого.

У листі Георг запевнює, що ще не пізно підключатись, адже нічого важливого ще не було.

«Після сьогоднішнього ефіру ви зміните свої стосунки зі сном, навчитеся брати від нього все: бадьорість, енергію, силу!

Ви ж не готові й надалі жити із дратівливістю, апатією та поганим самопочуттям? Тоді підключайтеся до майстер-класу та поверніть собі продуктивність! 🙌»

Та в цей раз вже тисне на болі (дратівливістю, апатією та поганим самопочуттям ) через бажаний результат (бадьорість, енергію, силу).

3. 📣 Важлива інформація для тих, хто не потрапив на майстер-клас «Як налагодити режим сну, позбутися безсоння та підвищити свою продуктивність»! Повторення через 10 хвилин. – на наступний день

На цьому етапі підключаються автовебінари, але подаються під призмою турботи, адже лише «для тих, хто не потрапив на майстер-клас»

«🔮 Скористайтеся шансом:

- Позбутися руйнівного безсоння
- Навчитися розвантажувати свій мозок від метушливих думок перед сном
- Повернути почуття бадьорості та легкості вранці
- Зрозуміти, як спати менше, але відпочивати більше»

Та знов підходить зі сторони бажаних результатів.

4. – 5. Повторює 1 та 2 лист.

6. 🔥 Не пропустіть свій шанс отримати курс «Спи як Тесла» за спеціальною ціною (знижка всередині) – останній лист.

У ньому Георг на пряму закликає вже до купівлі курсу перелічуючи досягнення які можна отримати у подоланні проблеми додаючи цифрові показники – «збільшіть глибокий сон на 50-200%», «вставатимете о 4-6 ранку». Та вагомо знижуючи ціну на 63-70%.

Таким чином, через болі та бажанні результати Георг Ковальов проводить розсилку через три доторки – подарунок, вебінар, знижка.

В той же час, розглянемо розсилку Jean-Marc Terrel – одного з найбільших представників ринку медитативних онлайн курсів французькою. Джин-Марк з березня по травень активно просував набір у один зі своїх курсів під назвою



«Стати сертифікованим фасилітатором медитації усвідомленості» ("Devenez Facilitateur Certifié de Méditation de Pleine Conscience"). [11]

Його розсилка складалась з 11 листів:

1. «Доступ к майстер-класу»

У цьому листі він одразу після реєстрації надає доступ до вебінару, чим максимально знижує варіант того, що людина забуде чи не встигне на ефір.

«Ось теми, які ми торкнемося:

- Хто сьогодні може дозволити собі займатися медитативними практиками?
- 7 ключових моментів, що відрізняють метод IGC.
- Що таке безперервне учбове співтовариство?
- Про що вам не говорять більшість організацій з навчання майнд наповненості.
- Проблеми, з якими ви постійно стикаєтеся, і як 3 кроки IGC полегшують їх вирішення.
- Рішення, яке дозволить вам впевнено проводити перші заняття протягом наступних 6 місяців.»

Чітко озвучує план ефіру та акцентує на тому, що триває запис лише 28 хвилин.

2. «Відгук від Христини - Її 1-й урок лише за 4 місяці»

Одразу демонструє кейс свого учня та закриває такі сумніви як:

- Страх зробити рішучий крок.
- «В мене не вийде».

Також є запрошення на дискусійне інтерв'ю з автором курсу.

У П.С. говорить про подарунок на сторінці відгуку.

3. «Відгук Наталії - У повній йозі та конверсії усвідомленості»

Знов демонструє кейс іншого учня. Закриває заперечення «Це дорого» та «Не має часу»

Також є запрошення на дискусійне інтерв'ю з автором курсу.

У П.С. говорить про другий подарунок на сторінці відгуку.

4. «Відгук Марини - Психолога та еквітерапевта»

Через кейс закриває заперечення «Не вистачить часу».

Також є запрошення на дискусійне інтерв'ю з автором курсу.

У П.С. говорить про другий подарунок на сторінці відгуку.

5. «Відгук від Евелін, консультанта з інтеграції»

Через кейс закриває заперечення «Не вистачить часу».

«Добре організоване, проведене кимось, хто втілює в життя те, що він проповідує (за її власними словами), і за ким слідує люди.» - підіймає авторитет автора.

Також є запрошення на дискусійне інтерв'ю з автором курсу.

6. «Які ваші запитання?»

Збирає інформацію про аудиторію через лист з запитаннями.

7. «Зарезервовано для наступних 5 зареєстрованих учасників тренінгу з фасилітації»

Ставить таймер у листі та додатково надає знижку у 36% лише першим п'ятьом, активно мотивуючи до покупки. Проходе по бажанням

аудиторії, акцентуючи увагу на попередніх відгуках та запрошує задати запитання у WhatsApp чи по пошті.

Надає посилання на повну та часткову оплату.

8. «З промокодом краще!»

Повторює попередній лист додаючи промокод на знижку (про який забув).

9. «Конфіденційний документ»

Розповідає про наповнювання курсу та підраховує вартість усіх компонентів як набагато більшу вартість курсу (закриває "це дорого")

Акцентує сильні сторони, вказує на те, що коли проект вийде зі стадії БЕТА ціна збільшиться (закриває "інший раз").

Говорить про різні способи плати "якщо це дорого".

10. «Він закінчується завтра»

Таймер та акцент на тому, що «знижка згорає вже завтра». Надає посилання на усі відео-відгуки. Закриває «це дорого» та сумніви «БЕТА – версії».

Надає посилання на оплату та коротко перераховує наповнення курсу.

11. Навчання зі спрощення щомісячних платежів.

У останньому листі Джин надає можливість щомісячної оплати.

Отже, розсилка Джин-Марка складається з:

- Надання запису вебінару (одразу після реєстрації);
- Опрацювання сумнівів через відео-відгуки своїх учнів;
- Закриття заперечень «не вистачить часу», «це дорого»;

- Надання знижки;
- Проведення аналізу аудиторії;
- Закриття заперечень «не вистачить часу», «це дорого» та сумніві у програмі.

3.2 Особливості формату та якості опрацювання заперечень на вебінарах та у роботі відділу продажів.

Вебінари майже завжди проводять безкоштовно, але насправді кінцева мета подібних заходів — продати послугу. І її досягненню сприяють кілька факторів:

- Безкоштовний вебінар формує образ тренера, дозволяє розкрити себе як особистість та професіонала, познайомитися з аудиторією.
- Коли люди отримують можливість спочатку безкоштовно спробувати те, що ви пропонуєте, потім вони легко вирішуються витратити свій час і гроші на платний продукт.
- Відсутність плати за участь дає змогу залучити ширшу аудиторію. Люди нічим не ризикують і охоче погоджуються на участь просто тому, що їхня тема зацікавила.

Вебінар – один з найкращих способів опрацювання міфів та заперечень про продукт та саме від нього у більшості випадків залежить, чи купить глядач наприкінці чи під час ефіру продукт. На нашому прикладі, із усіх прийшовших було створено 10 заявок у покупку (4 з теплої та 6 з холодної аудиторій), тобто

$$CR \text{ (загальна)} = 10/294 = 0,0340 \text{ (3,4\%)}$$

$$CR \text{ (тепла)} = 4/130 = 0,0308 \text{ (3,08\%)}$$

$$CR \text{ (холодна)} = 6/164 = 0,0365 \text{ (3,65\%)}$$

Тобто, ціна обнієї холодної заявки у покупку коштує:

$$530/6 = 88,33\text{€}$$

Тобто, вже не вигідною для продукту нижче ніж за 2787,41грн.

Саме тому на прикладі Кристини Мякошеної та Дар'ї Метельської можемо проаналізувати, які та як заперечення опрацьовують флагмани ринку онлайн медитацій. (таб. 3.1)

Таблиця 3.1 Опрацювання міфів та заперечень під час вебінару на ринку Східної Європи [37, 41]

Міф/ Заперечення	Кристина Мякошена	Дар'я Метельська
Міф про те, що вебінар та медитації про ілюзії/магію, а не роботу над собою	Поки ти не зрозумієш, що взагалі все в цьому житті це те, що ти робиш – нічого не зміниться.	Цей вебінар для тих, хто, чесно сказати, хоче вийти з матриці і хоче побачити реальність такою, якою вона є, а не намагатися побудувати ілюзію зі свого життя, у тому числі самих себе.
Чому не виходить?		Чому ви зриваєтеся з дієт, чому починаєте черговий марафон і врешті-решт кидаєте, чому вам здається, що життя це таке колесо, яке ніколи не зупиняється? Тому що це колесо ми самі крутимо у бік ідеального образу себе. Не розуміючи, де ми справжні. Що там за цією маскою? Що у вас за цією маскою?
Все має бути через силу	Що означає зусилля? Через труднощі... згадайте, як ви оралі десь на роботі, дуже багато працювали, було важко, але грошей від цього не побільшало. Бо через складно, через насильство не треба. Від нашого мислення нічого не залежить. Тому що наше рішення за нас приймає наше несвідоме.	Про що це? Про те, що все в житті має бути обов'язково складно, через страждання. Якщо щось раптом звалилося з неба, то або ти від цього відмовишся, або відчуваєш за це провину, або навпаки - виставляй це на показ, щоб внутрішньо не відчувати провину, а говорити "на, дивіться, мені так можна, я так можу собі дозволити", тому що насправді людині в глибині соромно за це і він починає це компенсувати такою показухою. У результаті, що ми пригнічуємо? Ми опускаємо спроможність відпускати контроль. Ми пригнічуємо свою здатність просто насолоджуватися, просто жити з легким почуттям і ми притягуємо якісь хитромудрі страждання.
Опір	Опір з'являється тому що вашому мозку ліниво переучуватися, вашому мозку ліниво щось робити нове, йому і так нормально. Він же дожив. Його еволюційна програма - щоб ви дожили до репродукційного віку, народили і все, йому більше нічого не треба. І тому, щоразу коли ви насильно	До свого опору потрібно ставитися з повагою, не намагатися його заперечувати, у жодному разі не боротися з ним, не гвалтувати себе. А розуміти, що із вами відбувається. Що це абсолютно нормальний нейрологічний процес. Ваш мозок - найенерговитратніший орган, він споживає близько 20% енергії і будь-які зміни вимагають великої кількості енергії і мозок всіляко намагається зробити так, щоб ви обходилися старими способами, щоб не треба було нічого змінювати. Тому, звичайно,

	щось йому кажете - він зливається. Марно з мозком домовлятися неможливо. Потрібно розбудувати внутрішні процеси.	з'являється опір.
Потрібно щодня медитувати і все само собою вирішиться		Духовне уникнення це, коли люди хочуть вирішити свої психологічні проблеми духовними практиками. І тікають зі світу реальних проблем у світ високих моральностей, світла, добра і тепла, і просто не хочуть вирішувати свої проблеми і думають, що потрібно просто щодня медитувати, усім посилати промінчики добра і все само собою вирішиться. Тільки потім, ці люди з накопиченою агресією внутрішньою і невирішеними своїми психологічними проблемами повертаються з ретритів і криють матюком першу людину, що настала на ногу. Або як розповідають коучи про своїх клієнтів з тренінгів по тіні, такі люди, хто займаються духовним уникненням у житті, можуть 6 років не говорити своїй дружині "я тебе люблю" при цьому ходять, практикують. Ви можете довгі роки намагатися вирішити свої проблеми у такий спосіб і дуже сильно розчаруватися. У нас практика не для втечі від життя, а для впровадження її в життя. Що б все ваше життя стало практикою. Що б ті принципи, той досвід, який ви отримали в практиці - ясного розуму, концентрації, центронування, заземлення, щоб усе це ви перенесли у ваше життя.
Працює з першого разу і на завжди	Ви не можете одноразово зробити опрацювання і у вас на все життя не буде стресу. Але прикиньте, а що, якщо у вас буде інструмент, який допоможе вам взяти і свій стан полагодити. Або що, якщо ви навчитеся себе на стільки чути і розуміти коли ви в позиції жертви, коли ви в деструктивній дитячій позиції, а коли ви реально зараз відновлюєте енергію і знатимете, яку медитацію включити або ще щось...	
Відмовки "ой потім, не зараз, тощо"		Послухайте уважно, які почуття у вас виникали сьогодні під час вебінару, коли я ставила вам питання. Коли ви слухали приклади інших людей, що всередині вас такого піднімалося. І якщо ви відчували, що це щось глибинне. Як я можу назвати щось важливіше, ніж те, що піднімається з моєї глибини? Так, воно може лякати, так, воно може здаватися надто величезним, надто масштабним і це може бути як страх своєї сили, не лише слабкості. Я не можу таке ігнорувати, я завжди чую цей голос і якщо він мені щось говорить, я зупиняю всі свої справи і говорю "Так, Даша, зараз це найважливіше, це твоє ество, твоя природа з тобою говорить".
Із чим працюємо?		"Куди йде все те, що: Ми в собі придушили

		Заперечуємо у собі Суспільство нас не приймає Наші думки, бажання ірраціональні, якісь неприйнятні сексуальні фантазії, куди це все йде? У несвідоме.
Важливість прийняття	Якби я цього не прийняла, якби я не усвідомила, що щось зараз не те, я не змогла б рушити далі. Тому що тільки прийняття того, якою є ситуація і чи готова я з нею працювати, тільки це може бути першим кроком, щоб трансформуватися.	
Важливість провідника		Насамкінець у нас буде медитація. І без провідника до неї увійти буде непросто. Потрібно, щоб було відчуття такої безпеки, що хтось вас тримає. І коли ви підете туди зі мною, у вас буде відчуття, що є у вас ця підтримка, є людина, яка це вже проходила і проходить і знає як проходити.

На прикладі Джин-Марка ми бачимо не звичну для Східної Європи систему вебінару. Він не обмежує час початку трансляції та не скриває те, що це лише запис, а не живий ефір. І замість звичних 2-3 годин – відео триває лише 28 хвилин. Але в той же час також опрацьовує стандартні заперечення вказані на рисунку 3.1 (детальне опрацювання заперечень надано у Додатку Г).

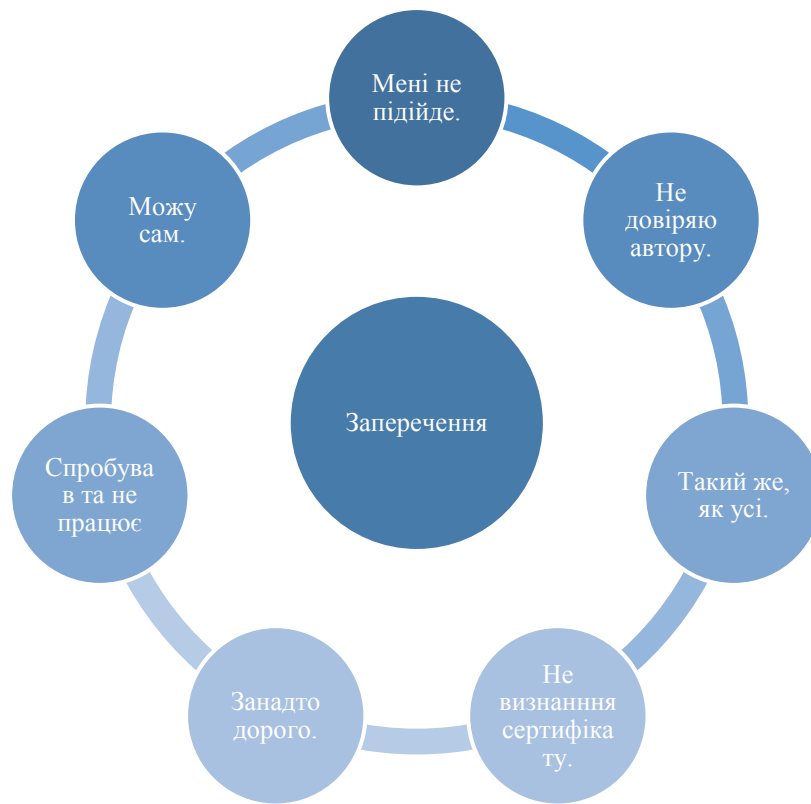


Рисунок 3.1 Опрацювання заперечень на майстер-класі від Террел [40]

Але навіть так, після вебінару у більшості людей залишаються сумніви і тоді до роботи переходить відділ продажів. Найчастіше вони зв'язуються з усіма, хто досидів на вебінарі чи залишив заявку або покупку без оплати на сайті.

Розглядаючи приклад наведений вище, остаточно до покупки вдалось довести 6 особи з яких 4 теплих та 2 холодних. Таким чином, навіть з заявки на покупку до оплати після роботи відділу продажу конверсія становила:

$$CR \text{ (загальна)} = 6/10 = 0,6 \text{ (60\%)}$$

$$CR \text{ (тепла)} = 4/4 = 1 \text{ (100\%)}$$

$$CR \text{ (холодна)} = 2/6 = 0,3333 \text{ (33,33\%)}$$

Таким чином, одна покупка коштувала:

$$530/2 = 265\text{€}$$

Щоб зібрати скрипти відділу продажів - як останньої ланки між клієнтом та покупкою, було зроблено дослідження у чотирнадцяти конкурентів з ринку Східної Європи (таб. 3.2)

Таблиця 3.2 – Скрипти відділів продажу на обробку заперечень на ринку Східної Європи

Заперечення	Опрацювання			
Це дорого	7 занять по 2,5 години = 17 годин занять плюс зворотній зв'язок за вашими виконаними домашніми завданнями. Ось все це 8500. Плюс ви можете піти на тариф без зворотного зв'язку, він коштує 6500 (Олена Соколова)	☺за те, що ви отримуєте, не дорого) умовляти не буду. Якщо вже на початковому етапі є сумніви, то і під час програми розум підриватиме цінність, швидше за все. (Дарія Метельська)	Розповім з власного досвіду, що я сама заходила до школи за 80к на три місяці, брала також розстрочку на 6 місяців, і взагалі не знала, чи зможу я оплатити навчання, тому що ще орендована квартира і два кредити 🙄  В результаті, сплатила розстрочку я раніше терміну, і	Розвиток у духовній сфері - це шлях довжиною в життя. Тут не можуть бути супер швидкі результати. Ви можете поступово впроваджувати в життя те, що ми пропонуємо у сториз, те, про що говорить Ванія на ютуб. Може, у вас з'явиться можливість і ви зможете пройти курс на тарифі "Ти не



			<p>моє життя так круто змінилося за час навчання, що тепер я пішла з офіційної роботи і увійшла в команду до хлопців, і все це за кілька місяців 🤗</p> <p>І багато моїх однокурсників також оплачували раніше терміну, або закривали вчасно, тому що коли працюєш над собою, повністю починається перепрошивка свідомості, яка, впливає і на все фінансове становище, в тому числі це, взагалі, одна з головних плюх у хлопців - розширення у фінансовому плані. (Леся Орлова)</p>	<p>один". Якщо я вас правильно зрозуміла, ви придбали пакет медитацій – ви можете йти траєкторією, вони розраховані в середньому на місяць роботи. Це теж дасть ефект, коли ви підходите до цієї внутрішньої роботи з правильним наміром.</p> <p>Також ми тут для вас завжди поруч і готові відповідати на будь-які питання, які у вас виникають. 😊❤️☐ (Ваня Маркович)</p>
Немає грошей	У нас там є без% розстрочка від Тиньків, відсотку банку сплачуємо ми. Вам просто сума ділиться на 3/6/12 частин (Ксенія Матвєєва)	Ви можете у розстрочку оплатити. (Олена Соколова)	<p>є можливість у кілька платежів)</p> <p>На півроку ! (Дарія Метельська)</p>	якщо хочете ми можемо зробити знижку на перший раз 50%, щоб ви могли познайомитися з нашими курсами 🤗 можу надіслати промокод вам (MANTRICA)
Немає часу	Дивіться, сам факт проекту «Переродження» максимально вибудовується, звісно, це не швидкий процес. Ми максимально в 2 місяці все це викладаємо, перше – основи. Після проекту ви ще пророблятимете у себе. Тому це все не швидко. Якщо ви почнете, ці перші 2 місяці, по-перше. Потім у вас ще з'явиться інтерес та бажання	Пропуски занять – неприпустимі. Якщо людина пропускає заняття, тоді, у принципі, йому курс закінчується. Тому що курс є досить щільним і у нас кожне нове заняття спирається на попереднє. Це як у школі, якщо я не знаю таблицю множення, то допускати мене до алгоритму сенсу взагалі не має. Це просто	Дивіться, ми, просто, так раз у більшості випадків працюємо з людьми, які активно ще й у житті реалізуються, тобто ми розуміємо, що курс потрібно побудувати так, щоб це було зручно, навіть якщо часу не так багато. Виходить, що протягом буквально першого тижня курс займатиме у вас 10 хвилин на день, потім, десь з 2-м тижнім, коли у вас почнуться вже аудіо медитації, вам потрібно буде вранці 20 хвилин і ввечері 20 хвилин і коли вже почнеться медитація на тишу - в принципі, так само + на курсі ще є заняття, вони проходять по понеділках і четвергах, вони проходять у 8 по Києву, виходить 9 по Москві, і звичайно краще бути присутніми на них онлайн, вони триватимуть півтори години. Але, якщо у вас такої можливості немає, ви пропускаєте там з якихось причин, у вас робота або ще щось відбувається, то ви просто переглядаєте це в записі, коли вам зручно, просто не затягуючи.	

	розвиватися. Вчення це взагалі на все життя. (Кристина Мякошина)	безглуздо і все. От приблизно схоже буде й тут. Тому наше заняття, всього 4 заняття на тиждень, тут треба попрацювати. Відсунути на якийсь час, все що може завадити. (Андрій Башун)	На курсі немає дз, нічого не потрібно записувати, вивчати, виконувати жодних дедлайнів. Тобто взагалі структура курсу зовсім інша. Тобто все, що від вас потрібно, це, умовно, 40 хвилин на день на самостійну медитацію і 2 рази на тиждень знаходити по 1,5 години на заняття. (Артем Горін)	
В мене не вийде	Вперше до нас і заходять усі на цей ретрит. Ви просто головне намагайтеся писати в чаті, бути активними, тоді так відбувається швидше за зміни. Тобто все, що незрозуміло, пишiть, виписуйте всі вашi статки, це усвідомлення. Макс проводить ефіри та після кожного ефіру буде завдання. І ось важливо його відразу застосовувати, все, що ви відразу застосовуєте в житті. І все, що у вас піднімається, якісь відчуття, переживання, страхи - все класно виписувати і тоді ви це усвідомлюєте і тоді воно трансформується. (Мах Мо)	Я знаю, завжди все залежить від того, як людина налаштована. Якщо налаштований практикувати – то у нього обов'язково буде результат хороший. Якщо людина не хоче займатися, це як гігієна така певна чистки нашої, то у неї відповідно результат не дуже. Тому можу сказати, що продукт у нас дуже якісний. (Георг Ковальов)	Доброго дня, я, як і будь-який інший адекватний фахівець ніколи не гарантую нічого на 100%, тому що я не екстрасенс ☺  Тому на питання ТОЧНО – я відповім «ні, не точно». Але це працюючий і безпечний метод ✨ а тому що там є і йогатерапія, ви краще відчує своє тіло і зможете зрозуміти «застали» емоції в тому, і взагалі, як воно у вас ☺ (Ксенія Матвеева)	Якщо ви практикуватимете, то безсумнівно допоможе. Ми починаємо від 8 хвилин двічі на день першого тижня і до 24 хвилин останніх, тобто. час та складність медитацій збільшуватиметься поступово. (Стас Атман)
Це не мій рівень (новачок)	Медитації - це один з сильних інструментів, коли можна поринути в себе і від частини слухати, що вам потрібно. Вашому розуму, саме вам, вашій голові. Там за медитаціями вам розкажуть як правильно	Я б навіть сказав, навпаки, це навіть краще. Бо знаєте як кажуть? "Переучуватися завжди складніше". Тому що це накопичені стереотипи, накопичені типи – "я знаю", це часто заважає. Ось так.	Якщо ви нічого не розумієте, поки що, в медитації, то курс Артема - саме те місце, де ви точно зрозумієте, що потрібно починати з самого початку. Чому так? Тому що, як показує наш досвід, дуже часто ті люди, які думають, що вони	Курс підходить і для новачків, для тих, хто тільки починає вивчати. Я вам відправлю, там на сайті написано, кому курс підходить, для кого і так далі. Зараз я подивлюсь і відправлю вам.  Може, це більше

	<p>медитувати. Вас навчать, не просто скажуть – слухайте та все, вам це допоможе. Там теж потрібно знати, як правильно медитувати, відключатися. І це все великий досвід. Ви, звичайно, так – новачок, але у нас у принципі учениці приходять жодного разу не медитувавши жодного разу, але нічого. (Кристина Мякошина)</p>	<p>Але це залежить і від людини. (Андрій Башун)</p>	<p>щось розуміють у медитації – вони, на жаль, не зовсім мають рацію і тому Артем навчає прямо з самого початку. Ви на курсі починаєте з простих 5-ти хвилинних вправ, потім у вас будуть аудіо-медитації, які саме допомагатимуть вам розслабитися, ось таке, знаєте, таке зробити перезавантаження вашого тіла та нервової системи. І потім уже розпочинаються самостійні медитації на тишу, де немає жодного супроводу. І Артем прямо повністю передає техніку, з самого початку, це робить дуже доступно, дуже детально, він контролює те, що ви робите і як у вас виходить. Немає жодного шансу після курсу не навчитися медитації, не зрозуміти що це і не зрозуміти, як це відбувається. (Артем Горін)</p>	<p>допоможе, так скажемо, зрозуміти. (MANTRICA)</p>
<p>Я не довіряю автору</p>	<p>Досвід Георга це безцінно враховуючи, що він... його мама є духовним учителем. Він сам з 5 років постійно живе у практиках його та медитації. І в Непалі та на Балі навчається весь час, розширює свої знання. Він практично на цьому виріс і має чим поділитися. Це дуже життєвий досвід, який він передає.</p>	<p>Потрібно йти по відгуку, тільки тоді це буде вірна і ваша дорога</p> <p>Якщо відгукується, то вам до мене ❤️🙏</p> <p>Якщо ні, то потрібен інший провідник</p> <p>Я максимально вклала у курс свої знання, які змінили моє життя 😊</p>	<p>Артем дуже давно займається, у нього вжедесь більше 10 років досвіду медитації і ще більше років у досвіді проведення освітніх проєктів, програм. Але тут треба розуміти про Артема одну дуже важливу річ - він взагалі не прагнути публічності, він не прагнути до того, як він каже, вражати людей, тому що, дійсно, зараз дуже багато тренерів, вони будують свою діяльність на тому, що вони ось якось намагаються якось сподобатися. то таке, у нього інший підхід... Артем завжди каже, що він хоче, щоб за нього говорили результати, і він хоче, щоб ті люди, які в нього навчалися, щоб вони говорили про те, що з ними відбувалося. ось у плані Артема це саме так і працює, звичайно, ви можете зайти на його блог в Instagram, тобто він його не дуже активно веде, але ви можете отримати</p>	

	(Георг Ковальов)	<p>А тепер змінять і багато людей ☐</p> <p>Вже міняють!) (Анастасія Світла)</p>	<p>уявлення про те, що це за людина, там у нього багато постів, його там є якісь сторіс. ставлення можна. Але ж питання в тому, що не завжди ті люди, які прямо здаються нам дуже успішними і крутими тренерами - дійсно такими є, дійсно можуть дати той результат, який потрібен. В даному випадку я вам просто раджу зайти на сайт, подивитися на які є відгуки, подивитися прямі ефіри.</p> <p>Я теж випускниця курсу, ви можете послухати, що сталося зі мною за рік практики цієї медитації. При тому, що я, людина, яка проходила дуже багато таких курсів з медитацій, намагалася навчитися, але це перший курс і перша людина, які дійсно змогли так показати і розповісти про медитації, що захотілося попрактикувати і це дійсно стало частиною життя, і скажу вам сміливо повністю її змінило.</p> <p>Дивіться, що ви хочете отримати у людини, у якої ви навчатесь, якщо вам потрібно, ось реально навчитися справжньої медитації і отримати це від людини, яка, як кажуть про Артема учні - у неї стільки кохання всередині, що це що- то розюче. Та й це людина, яка дійсно отримала сам результат від медитації, просто приголомшливо, і живе в цьому стані. Ось тоді вам таки до Артема. Тут дивіться, напевно, більше відгукується вам внутрішньо, відчуваєте, що ви хочете вчитися у цієї людини чи ні? (Артем Горін)</p>
<p>Чим ви відрізняєтесь?</p>	<p>Ну ці питання з інфобізнесу) справедливі, звичайно, але я так не працюю) на розкодування я проводжу співрозмовники на прийом для тих хто - прийшов з бажанням та довірою, бо потрібний правильний запит, щоб потрапити на програму. Там уже рівень зовсім інший) не про антистрес (Дарія Метельська)</p>	<p>На жаль нам складно сказати чим відрізняється наш курс від тих, з якими ви раніше знайомилися, тому що не володіємо їх змістом. Зміст нашого курсу та його формат докладно описані на сторінці курсу нашого сайту. Ми рекомендуємо уважно ознайомитися з цією інформацією та порівняти її з тим, що ви вивчали раніше. Найважливіше – це не просто «дивитися курс», а виконувати його програму. І тут ви на своєму досвіді</p>	<p>У нас не просто курс з медитацій, а й пізнання законів Всесвіту🙏</p> <p>Поясню, відмінність у провідниках, ви особисто вибираєте собі провідника, що відгукується саме у вас!</p> <p>Медитації мають схожу назву, але наповнення вони різне. Я створюю авторські медитації, яких ніде ще не бачила. Спробуйте зробити одну медитацію мою із загального доступу і ви все зрозумієте, в чому відмінність 🙏☐🙏</p> <p>(Анастасія Світла)</p> <p>Він (курс) заснований на особистому та терапевтичному досвіді, а також на глибоких знаннях із системної та духовної психології. Цей курс не тільки дає теоретичні знання, а й допомагає на практиці звільнитися від ілюзій, обмежень та страхів. А також трансформувати свої негативні риси характеру та стати творцем свого життя. В курсі «Емоційна Зрілість» Ванія синтезувала сучасні знання Заходу та мудрі вчення Сходу, отримані нею безпосередньо від своїх Вчителів. Все це адаптовано до сучасних умов життя і</p>

		побачите результати практики. (Стаст Атман)		знаходить підтвердження у нейробіології та квантовій фізиці. (Ванія Маркович)
Я вирішу питання по-іншому	Я б не рекомендувала у YouTube слухати. Невідомого виконавця практики медитацій, бо просто навіть не гармонійно для нашої нервової системи, коли ми не знаємо - хто читає практику медитацій. Тобто ми дозволяємо людині заходити до підсвідомості. Не зрозуміло взагалі якої частоти цей майстер, який читає. Тобто, ви не знаєте про нього. Тому не всі практики, що є на YouTube можна, насправді, безпечно робити. (Георг Ковальов)			
Це не працює	Суть курсу в тому, щоб через зміну мислення та стану отримувати круті результати у доході.  Медитація - це прямий доступ до підсвідомості, що керує станом людини наприклад, якщо людина у стані образи, агресії, то всі думки, дії з цього стану приносять відповідний ефект на курсі ви вчитеся перебувати в позитивних станах і підтримувати їх у кожному дні (Саша Білякова)	Але, медитації точно (доведено) допомагають краще усвідомити та зрозуміти свої емоції, налагодити більш тонкий контакт і ними та зі своїм тілом, звернути увагу, звідки йде ця тривога. (Ксенія Матвєєва)	Але це, знаєте, не таблетка якась - один раз випив і все пройшло. А медитація – організм, він напружує цю навичку. І організм він поступово напружує. І якщо ви знатимете, що робите це регулярно, то ви регулярно дасте організму навіть, припустимо, не цілу медитацію, а 15 хвилин ви зробили. Ось у вас є 15 хвилин, ви 15 хвилин виділили - включили медитацію, послухали, занурилися, поринули у свій організм, ось у цей стан. І у вас буде навичка вироблятися поступово, поступово організм запам'ятовуватиме цей стан. Він повинен це запам'ятати, він повинен створити нові нейронні зв'язки як він швидко в цей стан входить самостійно. (Георг Ковальов)	Там 9 ефірів і після кожного ефіру Макс ділитися якимось своїм досвідом, знаннями та після нього, як резюме йде завдання. І просто виконуючи одразу раз якісь зміни, зміни можуть тільки у свідомості якісь відбуватися. Але потім можете впроваджувати і тоді виходить, звички свої змінити так швидко теж не виходить. Тобто спочатку усвідомлюється, потім починається це застосовуватись і вже, де увага – там і енергія. Тому там починає опрацьовувати, щось змінювати воно і змінюється. (Мах Мо)
А чи це мені потрібно?	Навіть якщо ні – то у будь-якому разі, опрацювати стосунки з батьками, подивіться. Якщо ні, то пропрацюєте..., у будь-якому випадку є в чому покопатися, подивитися і якщо все чудово – то покращити. Ми даємо вам повноцінну базу і даємо вам від і до, тобто кожен з уроків, у жодному разі не викреслюємо «мене це не стосується» хочу тільки про..., хочу і все. Ми будемо себе з усіх наших точок починаючи з народження. Хто, які відносини, як це може вплине зараз на вас, вашу самооцінку, на відносини з партнером. Тобто, це все дуже взаємопов'язане. Тому все це обов'язково потрібно проробляти у скопі. (Христина М'якошина)			

Саме після знайомства з продуктом та закриття усіх заперечень, зазвичай, закінчується шлях від холодного клієнта до покупця, а далі – прогрівом до наступних продаж.

Але на європейському ринку обробка заперечень відбувається переважно через пошту, що ускладнює спілкування збільшуючи час відповіді в середньому до 1-5 днів. Також, як можна побачити у додатку Д, відділ підтримки зацікавлена як найшвидше закрити розмову особливо це можна побачити на прикладах Jean-Marc Terrel та Nicole Bordeleau.

3.3 Досвід Франції як можливість к покращенню вітчизняної системи управління клієнтською базою у сфері онлайн навчання

Як можна побачити, рівень відділу підтримки у опрацюванні заперечень у Франції нижчий за вітчизняний, а вебінар виконує функцію лише представлення товару та не несе загальної корисної інформації для споглядача. Але, в той же час, європейський ринок відзначився високим рівнем ведення емейл-розсилки що є прикладом для розвитку на онлайн ринку СНГ.

Для вітчизняного ринку характерні короткі листи явно, але стисло зазначаючи точки А, Б та не працюючі альтернативи. На прикладі французького представника ми бачимо радикалі відмінності.

Здебільшого, через те, що майстер-клас у записі та короткий, основна розсилка проводиться вже після запису, щоб продати продукт, а не перед ефіром – щоб продати прихід на зустріч. Тобто, вже з самого початку, у них різна головна мета.

Акцент на кейси учнів/відгуки. У сфері онлайн навчання на вітчизняному просторі, цей інструмент можна завжди побачити на вебінарі та іноді на сайтах продукту, але у розсилках він майже не використовується, що може слугувати для подальшого розвитку. Адже саме у відгуках, майбутній покупець не тільки

бачить себе та відповідає на заперечення «це не працює», а й припрацьовує інші заперечення, що припрацьовує з учень, який вдало пройшов курс.

У випадку представленого французького спеціаліста, це такі сумніви як:

- Страх зробити рішучий крок.
- «В мене не вийде».
- «Це дорого».
- «Не має часу».
- «Не довіряю автору».

Та після чого, знов проводить аналіз аудиторії, щоб визначити ще не опрацьовані аспекти. Тобто, етап розсилки виконує ще функцію збору клієнтської бази для аналізу.

Також, як було вказано вище, його головна функція - продати продукт та представлено це у більш агресивному вигляді. Тобто, якщо на прикладі розсилки від Ковальова ми бачимо лише декілька абзаців у останньому листі, то Джин-Марк Террел присвячує цьому половину розсилки використовуючи не тільки знижку з обмеженим часом, а й виставляючи таймер додаючи відчуття терміновості. Також саме у останніх листах Террел зосереджується на питанні ціни та цінності, висвічуючи наповнення, як окремі самостійні блоки, що мають спільну ціну як набагато більшу за зазначену.

Таким чином. Щоб покращити розсилки на вітчизняному онлайн ринку, варто:

1. Додати динамічної візуалізації (якщо звернення майстра, то відрізок відео з ним, якщо відео-відгук, то відрізок з цього файл), а не однотипної картинки.

2. Використовувати розсилку, як інструмент активних продажів після ефірів.
3. Зробити відгук – одиницею контенту для розсилки.
4. Покрити усі наявні заперечення та використовувати, як платформу для пошуку нових, чи не доопрацьованих заперечень.
5. Використовувати більше прийомів активних продажів (таймер, обґрунтування ціни, обґрунтування важливості піти саме зараз, а не «потім», тощо).

Також, слід зазначити, що емейл-розсилка є одним з найдешевших інструментів адже при використанні, наприклад, українського сервісу Sendpulse витрати лише 303 грн./місяць при найдорожчому тарифі на розмір клієнтської бази у 1-500 осіб. [42] А для початку бізнесу можна обмежитись навіть безкоштовним тарифом.

Таким чином, якщо взяти Георга Ковальова, школа якого нараховує більше 20 000 студентів. То, наприклад, розсилка вже по його теплій базі за тарифом “Standard” може обійтись у:

$$2\ 000 / 20\ 000 = 0,10 \text{ грн./осіб.}$$

Таким чином, якщо як мінімум, з нашого прикладу, узяти вартість курсу за знижкою у 1 065,75 грн. за курсом НБУ на 22.10.2022 (дата приходу знижки). Тоді, щоб як мінімум окупити лише розсилку потрібно:

$$2\ 000 / 1\ 065,75 = 1,88 \text{ (2) особи.}$$

Тобто, вистачить конверсії з розсилки у лід (покупку) лише на рівні 0,01%, щоб покрити витрати на розсилку. При цьому, слід розуміти, що це приклад на аудиторіях - Warm, Heating up, Red Hot (за ранжуванням зазначеним у пункті 1.3 цієї роботи), тобто, конверсія очікується більшою аніж на холодний трафік. З іншої сторони, для розсилки, ми вже повинні мати базу, тобто, клієнт



вже віддав нам свої данні, а отже проявив зацікавленість сайтом або рекламою, отже, конверсія у покупку з цього етапу вже збільшується, порівняно з етапом платної реклами.

## ВИСНОВОК

Управління клієнтською базою починається з залучення якомога більше цінних споживачів на ринку. Залучення клієнтів – це процес пошуку та переконання потенційних клієнтів купувати у вашого бізнесу способом, який можна виміряти та повторювати, а не випадково.[10]

Клієнти не завжди залишатимуться поруч — незалежно від того, наскільки гарною була ваша стратегія утримання, — тому вам потрібен спосіб заповнити прогалини та продовжити свій бізнес.

Багато в чому цей процес схожий на маркетинг — ви шукаєте способи продемонструвати свій бренд і зв'язатися з клієнтами. Але є різниця: хоча маркетинг спрямований на підвищення обізнаності, придбання спонукає до дій.

В залежності від сфери використання воронки можуть бути різними. В зарубіжних джерелах виділяють 4 етапи: від Lead до Customer. Також визначають і воронки у 9 етапів, від Awareness (обізнаність) до Advocacy (пропаганда). пропаганди

Також, зі стадіями воронки змінюється і температури аудиторії від крижаної до гарячої: [1]

- Ice Cold
- Cold
- Cool
- Warm
- Heating up
- Red Hot.

Для прогріву аудиторії використовують такі засоби як:

- Платна реклама

- Спонсорство впливових осіб
- Електронна пошта
- Побудова аудиторії
- Реферальні програми
- Традиційна реклама
- Пошукова оптимізація
- Контент-маркетинг

Було розглянуто платну рекламу у міжнародній соціальній мережі Instagram та Facebook та визначено, що популярніший конкурент ринку СНГ використовує лише якісні фото, переважно зі своїм же зображенням та тестує декілька варіантів креативів які підлаштовані під різні розміри реклами. Та сайти де на самому першому фреймі зазначають 3 основні блоки інформації:

- Назва курсу;
- Дата початку курсу (якщо курс не у записі);
- Кнопка покупки.

Наступний етап – це точка А та Б аудиторії.

Та обов'язкові блоки - програма курсу та тарифи.

У Дар'ї Метельської додатково можна побачити ще два типи блоків:

- Відгук відомої людини про технологію;
- Красиві фрази + кнопка щоб прийняти участь у різних частинах сайту.

У Кристини Мякошеної додатковим блоком є інформація про автора.

При порівнянні емейл-розсилки, вебінару та скриптів відділу продажів вітчизняних та європейських представників онлайн курсів з медитацій, було виявлено, що рівень відділу підтримки у опрацюванні заперечень у Франції

нижчий за вітчизняний, а вебінар виконує функцію лише представлення товару та не несе загальної корисної інформації для споглядача. Але, в той же час, європейський ринок відзначився високим рівнем ведення емейл-розсилки що є прикладом для розвитку на онлайн ринку СНГ.

Таким чином. Щоб покращити розсилки на вітчизняному онлайн ринку, було запропоновано:

1. Додати динамічної візуалізації (якщо звернення майстра, то відрізок відео з ним, якщо відео-відгук, то відрізок з цього файл), а не однотипної картинки.
2. Використовувати розсилку, як інструмент активних продажів після ефірів.
3. Зробити відгук – одиницею контенту для розсилки.
4. Покрити усі наявні заперечення та використовувати, як платформу для пошуку нових, чи не доопрацьованих заперечень.
5. Використовувати більше прийомів активних продажів (таймер, обґрунтування ціни, обґрунтування важливості піти саме зараз, а не «потім», тощо.)

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ashby K. Warm vs Cold Audiences: Who should you be targeting? [ URL] - <https://www.1-2-1marketing.com/blog/item/110-warm-vs-cold-audiences-who-should-you-be-targeting>
2. CAMPBELL P. Is Content Marketing Dead? Here's Some Data. [ URL] - <https://www.profitwell.com/recur/all/content-marketing-customer-acquisition-cost>
3. Decker A. The Ultimate Guide to Customer Acquisition for 2022 [ URL] - <https://blog.hubspot.com/service/customer-acquisition>
4. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 179(9-10), 22-30. [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476>
5. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 3. С. 117-133. [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>
6. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. *International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – RudaŚląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidiumю 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1*
7. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko& M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian]. [URL] - <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>
8. Melnyk L.G., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries.

Problems and Perspectives in Management,18(4), 37-48.  
doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04 [URL] -

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719>

9. Saylor Academy. Principles of Marketing / Sales Metrics (Measures) [URL] - [https://saylordotorg.github.io/text\\_principles-of-marketing-v2.0/s16-03-sales-metrics-measures.html](https://saylordotorg.github.io/text_principles-of-marketing-v2.0/s16-03-sales-metrics-measures.html)

10. Sutton M.R. Customer Acquisition: How to Calculate It and Create a Profitable Strategy For Your Business. [ URL ] - <https://www.shopify.com/blog/customer-acquisition>

11. Terrel Jean-Marc "Devenez Facilitateur Certifié de Méditation de Pleine Conscience" [URL] - <https://www.jeanmarcterrel.com/formationfacilitateurmeditation>

12. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // Journal of Environmental Management and Tourism. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. [ URL ] - <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>

13. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. [ URL ] - <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

14. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. [ URL ] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>

15. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. [ URL ] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>

16. Економіка розвитку: навчальний посібник/за ред. д.-ра екон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. екон. наук О. В. Кубатка. Суми: «Університетська книга», 2017. 352 с. [ URL ] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184>

17. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. [ URL ] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

18. Консалтингова компанія MBA TIME4U. ВОРОНКА ПРОДАЖІВ: ВІД ПОЧАТКУ СПІЛКУВАННЯ З КЛІЄНТОМ ДО ОТРИМАННЯ ВИГОДИ [ URL ] - <https://mbatime4u.com/uk/marketing-uk/voronka-prodazh-ot-nachala-obshhenija-s-klientom-do-poluchenija-vygody/>

19. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

20. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

21. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

22. Офіційний сайт Бібліотеки реклами – Facebook [ URL ] - <https://ru-ru.facebook.com/ads/library/>

23. Офіційний сайт міжнародної соціальної мережі Instagram [ URL ] - <https://www.instagram.com/>

24. Офіційний сайт проєктів від Дар'ї Метельської [URL] - <https://taplink.cc/lotosinbloom>
25. Офіційний сайт проєктів від Олени Соколової [URL] - <https://www.vseolubvi.ru/>
26. Офіційний сайт проєкту «AB.MONEY» від Олександри Белякової [URL] <https://www.ab.money/>
27. Офіційний сайт проєкту «SENSORIUM UNIVERSITY» від Олеси і Дениса Орлових [URL] - <https://sensorium-school.ru/kurs/sensorium-school>
28. Офіційний сайт проєкту «10 законів всесвіту» від Анастасії Світлої [URL] - <http://10zakonovvseleynoy.tilda.ws/>
29. Офіційний сайт проєкту «Вдих життя» від Андрія Башун [URL] - <https://step2awake.com>
30. Офіційний сайт проєкту «Вільні душі» від Макса Мо [URL] - <https://integrality.info/retrit>
31. Офіційний сайт проєкту «Емоційна зрілість» від Ванії Маркович [URL] - <https://simurg.life/zrelost>
32. Офіційний сайт проєкту «Золото тіні» від Дар'ї Метельської [URL] - [https://www.lotosinbloom.ru/gold\\_shadow](https://www.lotosinbloom.ru/gold_shadow)
33. Офіційний сайт проєкту «Переродження» від Кристини Мякошеної [URL] - <https://project-pererojdenye.ru/>
34. Офіційний сайт проєкту «Усвідомлена мама» від Ксенії Матвієвої [URL] - <http://akseniawomanyoga.ru/consciousmama>
35. Офіційний сайт «Школи Медитацій» [URL] - <https://meditation-school.ru/>
36. Офіційний сайт «Школи Усвідомленості» [URL] - <https://mindfulness-school.ru/>
37. Переродження – 3 головні ключі пропрацювання від Кристини Мякошеної Мякошеної [URL] -



[https://drive.google.com/file/d/1SRvwL3kEY4d\\_5sPQT7\\_Ryx397-KoIZVB/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1SRvwL3kEY4d_5sPQT7_Ryx397-KoIZVB/view?usp=sharing)

38. Сотник І.М. (2016) Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>

39. Сотник І. М. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. [URL] - <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

40. Стати сертифікованим фасилітатором медитації усвідомленості [URL] - <https://youtu.be/7iOrIOV0BoU>

41. Тіньова сторона особистості [URL] - <https://www.youtube.com/watch?v=IC5zM1N-Q-0>

42. Українська платформа для маркетингу та продажів «Sendpulse» [URL] - <https://sendpulse.ua/>

43. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисельова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні // Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 19-  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86419>

44. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127–136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223>

45. Мельник Л. (2021) Сучасні тренди економічного розвитку: Досвід ЄС та практика України: підручник / за ред. Л. Г. Мельника. Суми: ПФ

«Видавництво «Університетська книга»», 2021. 432 с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/89235>

46. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07>

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81759>

47. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Karintseva, O., Kubatko, O. Information factors in economic systems and business during transition to digital economy/Selected Aspects of Digital Society Development. Monograph 45. Edited by Tetyana Nestorenko and Aleksander Ostenda, Publishing House of University of Technology, Katowice, 2021. P. 173-178 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87135>

48. Tu Yu-Xia, Kubatko O., Karintseva O., Piven V. (2021) Decarbonisation drivers and climate change concerns of developed economies. International Journal of Environment and Pollution. 2021. 69 (1-2), 112-129

49. Veklych O., Karintseva O., Yevdokymov A., Guillamon-Saorin E.(2020). Compensation mechanism for damage from ecosystem services deterioration: Constitutive characteristic. J. International Journal of Global Environmental Issues, 19(1-3), P. 129–142

<https://doi.org/10.1504/IJGENVI.2020.114869>

## ДОДАТОК А

### Канали маркетингу

Канал	Опис	Переваги	Недоліки	Кому підходить
Платна реклама	<p>Коли справа доходить до онлайн-реклами, реклама у Facebook і Google Ads є одними з найбільших постачальників платного трафіку. Але майже кожна інша соціальна платформа, ринок або пошукова система, яку можна придумати, пропонують можливість купувати рекламу, тому рішення, яку саме платформу використовувати, залежить від аудиторії і того - де вона проводять свій час в Інтернеті.</p> <p>Хоча кожна платна рекламна платформа має свої особливості, всі вони в основному стягують за покази користувачів (скільки разів ваше оголошення було переглянуто), використовуючи показник, який називається СРМ (ціна за тисячу показів).</p> <p>Вони також зазвичай дозволяють рекламодавцям вибирати, на кого вони хочуть орієнтуватися, на основі демографічних даних, інтересів та інших ознак. Використовуючи ці параметри націлювання, надані платформою онлайн-реклами, ви можете звузити коло потенційних клієнтів і залучити їх за допомогою платних оголошень.</p>	<p>Швидке зростання</p> <p>Цільові здібності</p>	<p>Дорого</p> <p>Крива навчання</p>	<p>Підприємства з бюджетом</p> <p>Підприємства з креативними активами</p>
Спонсорство впливових осіб	<p>Маркетинг інфлюенсерів (через інстаграммерів, ютуберів, блогерів тощо) став популярною формою онлайн-реклами, навіть конкуруючи з рефералами від друзів із реального життя.</p> <p>Успіх маркетингу впливових осіб передбачає пошук правильних впливових осіб для просування вашого продукту. Складність у тому, що потрібно визначити тих, у кого є активні, зацікавлені підписники, які</p>	<p>Впізнаваність бренду</p> <p>Націлювання на нішу</p>	<p>Відстеження рентабельності інвестицій</p> <p>Попередні платежі</p>	<p>Продукти, які потребують демонстрації</p> <p>Модні бренди або продукти</p>

	були б зацікавлені у вашому продукті, а також творчі здібності створювати контент, який добре відображає ваш бренд.			
Електронна пошта	Збір адрес електронної пошти розглядається як одна з найкращих інвестицій у генерацію потенційних клієнтів для залучення клієнтів через прибуток, який електронний маркетинг приносить бізнесу. Існує багато способів створити список розсилки : від залучення платного трафіку на сторінку з формою запису електронної пошти до пропозиції знижки на вашому веб-сайті для нових передплатників. Після створення списку електронної пошти ви можете запускати кампанії електронної пошти та налаштовувати автоматичні електронні листи для надсилання цільових повідомлень у ваш список за допомогою маркетингових служб електронної пошти, таких як Omnisend або Klaviyo . Ці листи можна персоналізувати та ініціювати на основі поведінкових даних, щоб допомогти вам перетворити потенційних клієнтів на клієнтів.	Періодичний дохід  Дані клієнта	Низька якість електронних листів	Компанії з кількома споживаними продуктами  Запуск нових продуктів
Побудова аудиторії	Завдяки соціальним медіа та численним платформам, таким як Facebook, Instagram, YouTube і Twitch, люди змогли залучити величезну кількість підписників у мережі потенційних клієнтів. Є кілька способів створити онлайн-аудиторію в соціальних мережах. Майже всі вони потребують часу, послідовності та змісту, щоб залучити нових послідовників і підтримувати їх залучення. Ваші підписки в Інтернеті не лише надають авторитет вашому бренду, але й створюють аудиторію клієнтів, до яких ви можете охопити, коли хочете просувати новий продукт або збільшити продажі.	Органічний трафік  Соціальний доказ	Повільне зростання  Зміни алгоритму	Творці контенту  Бізнес на бюджеті
Реферальні програми	Щоб використовувати рефералів як нову стратегію залучення клієнтів, власник	Низька вартість  Повторюйте	Низька залученість	Підприємства з наявними клієнтами

	<p>бізнесу повинен полегшити постійним клієнтам набір своїх друзів.</p> <p>Цього можна досягти, налаштувавши реферальну програму, за якою ваші існуючі клієнти отримують винагороду щоразу, коли вони залучають когось нового для покупки у вашому бізнесі. Такі додатки, як ReferralCandy , LoyaltyLion і Smile.io , пропонують способи заохочувати клієнтів залучати друзів за допомогою маркетингових електронних листів, знижок та заохочення як для клієнта, так і для його новобранця.</p>	<p>покупки</p> <p>Лояльність клієнтів</p>	<p>Організація та відстеження</p>	<p>Підприємства з постійними клієнтами</p>
Традиційна реклама	<p>Традиційні засоби масової інформації, від невеликих масштабів, таких як друковані листівки до рекламних щитів і навіть телевізійної реклами, можуть стати хорошим способом диверсифікувати канали залучення клієнтів, щоб охопити нову цільову аудиторію.</p>	<p>Зменшення витрат</p> <p>Довіра споживачів</p>	<p>Відстеження</p> <p>Попередні інвестиції</p>	<p>Місцеві підприємства</p> <p>Підприємства з високою ціною продукції</p>
Пошукова оптимізація	<p>Шукаючи продукт чи послугу, багато споживачів починають пошук із Google. Створення вмісту веб-сайту, який допомагає вашому бренду відобразитися в результатах пошуку Google за релевантними запитами, відоме як SEO або пошукова оптимізація .</p> <p>Дослідження ключових слів і впровадження ваших висновків у стратегію вмісту для сторінок вашого веб-сайту та блогу можуть допомогти вам піднятися в рейтингу Google, залучаючи пошуковий трафік, заповнений потенційними клієнтами на ваш веб-сайт.</p>	<p>Пасивний, органічний трафік</p> <p>Вічнозелений</p>	<p>Повільне зростання</p> <p>Конкурс</p>	<p>Ті, хто бажає грати в довгу гру</p> <p>Творці контенту</p>
Контент-маркетинг	<p>Блог має простий, але привабливий дизайн, із зображеннями героїв, які відображають його продукти. Дописи сповнені корисної, добре дослідженої інформації та інтерв'ю експертів.</p>	<p>Формує довіру з клієнтами</p> <p>Генерує потенційних клієнтів</p>	<p>Це вимагає авансових інвестицій</p> <p>Це потрібно зробити правильно</p>	<p>Ті, хто готовий інвестувати в якісний контент</p>

# Додаток Б


## Сайт Дар'ї Метельської

Трансформаційна система тренінгів і програм (вашої любові і старости)


# ЗОЛОТО ТЕНИ

Старт програми 13 лютого

[Зареєструватися](#)




**Золото Тени** – це велика, глибока і дуже ефективна робота над собою. Це шлях до щастя і гармонії всередині. **Стоячи на межі світла і темряви** (це про нашу старість і молодість) ми розкриваємо всі потенціали, які в нас є. Це шлях до справжньої свободи, щастя і нових відкриттів.



**ЦЬОТ ТРЕНІНГ ДЛЯ ТЕБЯ, ЕСЛИ ТЫ ГОТОВА**

<b>01</b> Справитися з своїм життям, з усіма проблемами, які стоять перед нами і з ними.	<b>02</b> Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	<b>03</b> Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.
<b>04</b> Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	<b>05</b> Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	<b>06</b> Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.



“

**ТЕНЬ – ЭТО НЕ ТО, ЧЕГО НУЖНО БОЯТЬСЯ**


**ТЕНЬ – ЭТО ТО, ЧТО ЖДЕТ ВАШЕЙ ЛЮБВИ**

”

Зареєструватися

**ЧТО ТЫ ПОЛУЧИШЬ ПОСЛЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ТРЕНИНГА?**

Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.
Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.
Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.	Знайти свій шлях і жити ним, а не жити за інших.



**Дарина Метельська, авторка системи**

«Система Дарини Метельської – це шлях до щастя і гармонії всередині. Це шлях до справжньої свободи, щастя і нових відкриттів.»

**КАК БУДЕТ ПРОХОДИТЬ ПРОГРАММА?**

Система тренінгів проходить в онлайн форматі. Ви можете слухати це в любое удобное время, в любое удобное место.

Система на 4 года. Вы смотрите 7 часов в неделю.

1 год

2 год

3 год

4 год

Зареєструватися

## КАК ПОДХОДИТЬ К ПРОСЛУШИВАНИЮ СКАЗКИ?

Узнайте, как правильно слушать сказку, чтобы получить максимум пользы от прослушивания. Выберите свой уровень погружения. Выберите свой путь прослушивания.



**ВЫБРАТЬ УРОВЕНЬ ПОГРУЖЕНИЯ:**

СВОБОДНЫЙ СПУШАТЕЛЬ	ОТЕРПЫЙ ДИАЛОГ	ПОЛНОЕ ПОГРУЖЕНИЕ
<p>Вы можете прослушать сказку как обычный аудиоклип.</p> <p>Вы можете слушать сказку либо с легкой музыкой.</p> <p>Самостоятельное прослушивание текста.</p> <p>Доступ к аудиозаписи на 7 дней.</p> <p style="text-align: center;"><b>7270 Р</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Выбор уровня</a></p>	<p>После вы можете прослушать сказку, но с приятной музыкой, и сможете проследить эмоциональную работу над собой.</p> <p>Вы можете прослушать сказку с музыкой и аудиозаписями для улучшения навыков диалогов.</p> <p>После вы можете прослушать сказку и еще два месяца ее слушать бесплатно.</p> <p>Дополнительно сможете прослушать и другие аудиозаписи в рамках цикла, а также проследить эмоциональную работу.</p> <p>Доступ к аудиозаписи на 7 дней.</p> <p style="text-align: center;"><b>12270 Р</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Выбор уровня</a></p>	<p>После вы можете прослушать сказку, но с приятной музыкой, и сможете проследить эмоциональную работу над собой.</p> <p>Вы можете прослушать сказку с музыкой и аудиозаписями для улучшения навыков диалогов.</p> <p>После вы можете прослушать сказку и еще два месяца ее слушать бесплатно.</p> <p>Дополнительно сможете прослушать и другие аудиозаписи в рамках цикла, а также проследить эмоциональную работу.</p> <p>Доступ к аудиозаписи на 7 дней.</p> <p style="text-align: center;"><b>17270 Р</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Выбор уровня</a></p>

## КАКОЙ ПУТЬ ВЫ ПРОЙДЕТЕ?

- ПЕРВАЯ неделя**

**ДОМ УМНОСТИ** - выиграт с помощью знания, какие книги читать.

Этап обучение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап чтение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап диалогизация - аудиозапись пролетки Кундуран
- ВТОРАЯ неделя**

**ДОМ ПРАВИДИ** - выиграт с помощью знания с другими людьми.

Этап обучение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап чтение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап диалогизация - аудиозапись пролетки Кундуран
- ТРЕТЬЯ неделя**

**ДОМ СЧАСТЬЯ** - выиграт с помощью знания как не потерять.

Этап обучение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап чтение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап диалогизация - аудиозапись пролетки Кундуран
- ЧЕТВЕРТАЯ неделя**

**ДОМ НЕ ВАЖНОСТИ** - выиграт с помощью знания.

Этап обучение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап чтение - аудиозапись пролетки Кундуран

Этап диалогизация - аудиозапись пролетки Кундуран



### ОБРЕТАЕМ ЦЕЛЬНОСТЬ И РАСКРЫВАЕМ ПОТЕНЦИАЛ!

Мы будем поддерживать ваши проекты.

Одарилим свои Наталью Я, мир и твой мир.

[Выбор пути](#)

© 2023

# ДОДАТОК В

## Сайт Кристины Мякошеної

Степень основной программы: 12 недель  
Базовый модуль стоит всего сразу после внесения предоплаты или полной оплаты.

### Феномен «Перерождение»

Измени себя и свою жизнь за 12 недель и стань счастливой, богатой, лучшей версией себя

[ВЫБРАТЬ ПЛАКЕТ УЧАСТИЯ](#)

Более 400 человек уже сделали свой выбор и перевернули свою жизнь на 180°

#### КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЮТСЯ НА ПЕРЕРОЖДЕНИИ?

- Вы устали в свой душевный потоп. Уже не проходите долго времени, ваш доход не растет
- Вы понимаете, что проживаете «бумажной» жизнью, но не хотите продолжать так дальше
- Вам кажется, что вы живете не своей жизнью
- Вы понимаете, что вы все контролируете. Из-за этого часто злитесь, обижаете других, обижаетесь
- Отношения с вашим партнером не приносят радости, удовольствия. А наоборот вы устали от его, злости, злости, любви, поддержки и внимания
- Вы чувствуете, что состояние здоровья только ухудшается
- Вы часто обесцениваете себя. Требовательны к себе. Хотите превратить себя в супергероиню
- Вы понимаете, что хотите внутренне изменить, чтобы стать уверенной, счастливой, нравиться себе и окружающим

НО ТЫ ВЕДЬ НЕ ХОТЕЛА, ЧТОБЫ БЫЛО ВСЕ ИМЕННО ТАК?

Хочешь повернуть время и начать все заново?  
И не проживать эту жизнь с 3 чувствами:  
Безаходность, уныние и сожаление

[У ТЕБЯ ЕСТЬ ВЫБОР ПРЯМО СЕЙЧАС!](#)

#### НА ПРОЕКТЕ ТЫ ИЗМЕНИШЬ СВОЮ ЖИЗНЬ ПОЛНОСТЬЮ

- Вы почувствуете себя Женщиной! Ведь женщина — это не то, с кем мы рождаемся. Это та, кем становимся!
- Вы узнаете все про свои деньги и поймете, как вы можете их заработать
- Вы станете получать удовольствие от каждого дня
- Вы приобретете огромный, неиспользуемый ресурс и посмотрите на свою жизнь под другим углом
- Ваша жизнь станет наполненной вниманием, любовью и заботой от близких
- Вы начнете ценить и любить себя! Расставьте правильно роли в своей жизни
- Ваши отношения с партнером вернутся в «бумажно-конфетный» период

[ПЕРЕЙТИ К ПРОГРАММЕ](#)



## СОЗДАТЕЛЬ ФЕНОМЕНА

О КРИСТИНА МЯКОШИНА О



- Создатель феномена «Перезагрузка», над которым работало более 30 лучших коучей России и СНГ
- Женский наставник в личностном росте и семейных отношениях более 3 лет
- Создатель инициатив, от которых девушки худеют, боятся, организуют
- Предприниматель с личным ежемесячным доходом от 1.000.000 рублей
- Помогла более 400+ девушкам и женщинам изменить свою жизнь

### КАК ФЕНОМЕН ИЗМЕНИТ ВАШУ ЖИЗНЬ В КАЖДОЙ СФЕРЕ?

#### ОТНОШЕНИЯ С СОБОЙ

- Как понять, стоишь ли истинно за собой?
- Как начать ценить и любить себя?
- Как найти свою роль в жизни?
- Что влияет на состояние твоего здоровья?
- Как полюбить тело своей мечты?

#### ОТНОШЕНИЯ С БЛИЗКИМИ

- Как родители влияют на ваш достижени и проблемы?
- Как выстраивать свое окружение для роста?
- Какие роли вы играете в жизни друзей?
- Какие окружения уберегут вас?
- Какие мысли используйте при общении с окружающими?

#### ОТНОШЕНИЯ С ПАРТНЕРОМ

- Как правильно выстраивать роли с партнером?
- Как создать гармоничные отношения? Как вместе расти?
- Как женское и мужское энергии влияют на взаимоотношения с партнером?
- Как отношения с партнером влияют на финансы?
- Как правильно выводить из проблем с партнером?

#### ДЕНЬГИ

- Какие установки мешают вам сейчас расти финансово?
- Привыкли много работать, но мало получать?
- Как вступить в свою жизнь энергии изобилия и денег?
- Как нами управляет мозг?
- Какие есть еще барьеры, мешающие финансовому росту?

#### МЕНТЫ И ЦЕЛИ

- Как взаимосвязаны все сферы жизни?
- Какие цели у вас на самом деле? А какие названы?
- Как правильно мыслить и реализовывать мечты?
- Что мешает вам в достижении всех целей?
- Как инициативы позволяют приблизить желаемое?

**ВЫБРАТЬ ПЛАНЕТ УЧАСТИЕ**

## ПРОГРАММА ФЕНОМЕНА

**МОДУЛЬ №1**  
**ТВОЕ НОВОЕ СОСТОЯНИЕ**

- Научиться быть благодарными себе, миру и окружающим
- Определите истинные желания
- Научитесь медитировать **ПРАВИЛЬНО**
- Перейдете в состояние «Я все могу»
- Определите насколько на время уместно в процессе

**РЕЗУЛЬТАТ МОДУЛЯ:**

Перестанете злиться на себя и свою жизнь и перейдете на другой уровень состояния, в котором несут позитивные мысли, любовь и счастье

**МОДУЛЬ №2**  
**КАК ПОМЕНЯТЬ ПОЗИЦИЮ ЖЕРТВЫ НА АВТОРА ЖИЗНИ?**

- Избавиться от негативных и ограничивающих установок
- Избавиться от позиции жертвы
- Поблизитесь к себе, как вы управляете собой, и возьмете жизнь в свои руки
- Определите все тех людей, которые вы используете с разными людьми, и избавитесь от них

**РЕЗУЛЬТАТ МОДУЛЯ:**

Избавитесь от позиции жертвы по жизни, займете позицию автора своей жизни и узнаете как научиться понимать, что значит быть счастливым

[СМОТРЕТЬ ВСЕ](#)

### ВЫБИРАЙ СВОЙ ТАРИФ УЧАСТИЯ В ФЕНОМЕНЕ

После внесения предоплаты или полной оплаты все сразу становится доступным и 1 неделя программы. До повышения цены осталось:

0 : 8 : 10 : 13

дней : часов : минут : секунд

+50% К РЕЗУЛЬТАТУ

**БАЗОВЫЙ**

29 000₽

40-0000₽

- ⊖ 4 недели (x1 на 0)
- ⊖ Доступ к урокам на 18 месяцев

Внести и разблокировать все материалы БЕСПЛАТНО

Преобразовать на платный тариф

Внести предоплату

**РАСШИРЕННЫЙ**

35 000₽

50-0000₽

- ⊖ 4 недели (x1 на 0)
- ⊖ Доступ к урокам на 18 месяцев
- Длительность видео-программы
- 2 дополнительных модуля
- Разборка по вопросам и упражнениям и упражнениям
- Бонус
- Материалы по желанию

Внести и разблокировать все материалы БЕСПЛАТНО

Преобразовать на платный тариф

Внести предоплату

**ВИП**

55 000₽

70-0000₽

- ⊖ 4 недели (x1 на 0)
- ⊖ Доступ к урокам на 18 месяцев
- Длительность видео-программы
- 3 дополнительных модуля
- Разборка по вопросам и упражнениям и упражнениям
- Бонус
- Материалы по желанию
- Личный консультант Дмитрий Бегинин
- Модуль «Иллюзии»
- Модуль «Как быть автором своей жизни»

Внести и разблокировать все материалы БЕСПЛАТНО

Преобразовать на платный тариф

Внести предоплату

**ФЕНИКС**

160 000₽

200-0000₽

- ⊖ 4 недели (x1 на 0)
- ⊖ Доступ к урокам на 18 месяцев
- Длительность видео-программы
- 3 дополнительных модуля
- Разборка по вопросам и упражнениям Дмитрия Бегинина
- Личный консультант Кристина
- 6 дополнительных модулей
- Личная дополнительная поддержка от Кристины
- Модуль «Иллюзии»
- Модуль «Как быть автором своей жизни»

Внести и разблокировать все материалы БЕСПЛАТНО

Преобразовать на платный тариф

Внести предоплату

## ДОДАТОК Г

### Розсилка від Школи Медитації Ковальова Георга

**ШКОЛА СНА**

**Добро пожаловать!**

Я очень рад, что вы — в рядах участников моего мастер-класса «Как наладить режим сна, избавиться от бессонницы и повысить свою продуктивность» 🙏

Как и обещал, делюсь с вами чек-листом **здорового сна**. в нем расписано что нужно делать перед сном, чтобы крепко спать и высыпаться.



[Получить чек-лист](#)

Готовьтесь распрощаться с бессонницей, которая делает вас раздражительным и уставшим. Скажите: «Привет!» здоровому сну и потрясающей продуктивности. Мы начинаем через 10 минут, я уже в вебинарной комнате, **подключайтесь** ⚡

[Подключиться к мастер-классу](#)

Поверьте, отказ от кофеина или приём снотворных ещё не гарантируют, что вы будете высыпаться. Работать нужно со своими мыслями и телом. И на мастер-классе вы поймёте, от чего на самом деле вы испытываете трудности со сном и как решить эту проблему.

А самое главное — вы вернёте себе сон младенца и энтузиазм!

Придешь?

[Да](#) [Нет](#)

**ШКОЛА СНА** Искренне Ваш, Георг

**ШКОЛА СНА**

**Здравствуйте!**

Скорее подключайтесь к мастер-классу «Как наладить режим сна, избавиться от бессонницы и повысить свою продуктивность». Я только знакомлюсь с участниками и буду сейчас переходить к самому главному — как полноценно высыпаться, избавиться от бессонницы и хронической усталости ⚡ Так что вы ещё успеваете!



[Подключиться к мастер-классу](#)

После сегодняшнего эфира вы измените свои отношения со сном, научитесь брать от него всё: бодрость, энергию, силу!

Вы же не готовы и дальше жить с раздражительностью, апатией и плохим самочувствием? Тогда подключайтесь к мастер-классу и верните себе продуктивности! 🙏

[Подключиться к эфиру](#)

**ШКОЛА СНА** Искренне Ваш, Георг

ШКОЛА СНА

## Здравствуйте!

К моему огромному сожалению, оказалось, что не все вчера смогли попасть на мастер-класс «Как наладить режим сна, избавиться от бессонницы и повысить свою продуктивность». Участников было очень много и платформа, на которой мы проводили мастер-класс, не выдержала и некоторых просто не впустила.



Однако нельзя, чтобы кто-то остался без информации о том, как наладить режим сна и правильно восстанавливаться за время ночного отдыха 🙏  
Поэтому я решил провести повтор мастер-класса.

👉 Воспользуйтесь шансом:

- Избавиться от разрушающей бессонницы
- Научиться разгружать свой мозг от суетливых мыслей перед сном
- Вернуть чувство бодрости и лёгкости по утрам
- Понять, как спать меньше, но отдыхать больше

[Смотреть повтор мастер-класса](#)

Здоровый сон — залог вашей продуктивности, хорошего самочувствия и концентрации на важных вещах. Надоело испытывать вечную усталость? 😞

Жду вас на мастер-классе!


ШКОЛА СНА

Искренне Ваш,  
Георг

ШКОЛА СНА

## Добро пожаловать!

Готовьтесь распрощаться с бессонницей, которая делает вас раздражительным и уставшим. Скажите: «Привет!» здоровому сну и потрясающей продуктивности. Мы начинаем через 10 минут, я уже в вебинарной комнате, подключайтесь 🚀



[Подключиться к мастер-классу](#)

Поверьте, отказ от кофеина или приём снотворных ещё не гарантируют, что вы будете высыпаться. Работать нужно со своими мыслями и телом. И на мастер-классе вы поймёте, от чего на самом деле вы испытываете трудности со сном и как решить эту проблему.

А самое главное — вы вернёте себе сон младенца и энтузиазм!

Придешь?

[Да](#) [Нет](#)

ШКОЛА СНА

Искренне Ваш,  
Георг



**ШКОЛА СНА**

### Здравствуйте!

Скорее подключайтесь к мастер-классу «Как наладить режим сна, избавиться от бессонницы и повысить свою продуктивность». Я только знакомлюсь с участниками и буду сейчас переходить к самому главному — как полноценно выспаться, избавиться от бессонницы и хронической усталости. Так что вы ещё успеаете!

**Подключиться к мастер-классу**

После сегодняшнего эфира вы измените свои отношения со сном, научитесь брать от него всё: бодрость, энергию, силу!

Вы же не готовы и дальше жить с раздражительностью, апатией и плохим самочувствием? Тогда подключайтесь к мастер-классу и верните себе продуктивность! 🧘

**Подключиться к эфиру**

ШКОЛА СНА  
Искренне Ваш,  
Георг



**ШКОЛА СНА**

### Здравствуйте!

Хотите засыпать за 5-10 минут, просыпаться раньше будильника и успевать сделать все дела из ежедневника?  
Приглашаю вас на свой онлайн-курс «Спи как Тесла» 🧘

**Зарегистрироваться на курс**

- Как создать идеальные условия для сна?
- Как спать меньше, но выспаться лучше?
- Как избавить голову от «мусорных» мыслей?
- От чего зависит бодрость по утрам и продуктивность в течение дня?

Вы получите ответ на каждый из этих вопросов! И уже к концу первой недели обучения нормализуете свои биоритмы, увеличите глубокий сон на 50-200%, будете просыпаться энергичным! 🧘

А к концу курса вы почувствуете такую бодрость, что будете вставать в 4-6 утра без будильника, полные энтузиазма.

**Забронировать место на онлайн-курсе «Спи как Тесла»**

Я объединил лучшие медитативные практики, упражнения и знания о человеческом организме и выработал эффективную методику, после которой каждый сможет сладко спать и полноценно восстанавливаться!

А всем, кто читает это письмо, я дарю подарок 🧘 А именно – выгодную скидку, с которой вы сэкономите от 5 000 до 11 000 рублей. В течение 24 часов тарифы курса доступны по сниженной цене:

- 🧘 «Профи» – 2900 рублей вместо 7900. Скидка 5000р
- 🧘 «Тесла» – 4900 рублей вместо 15 900. Скидка 11 000р

Успейте присоединиться до повышения цен!

**Купить курс по специальной цене**

Здоровый сон, эмоциональное благополучие и крепкое здоровье — это те вещи, которые лучше не откладывать на потом.

**Жду вас на курсе!**



## Добаток Г

### Опрацювання міфів та заперечень на прикладі майстер-класу

#### від Джин – Марка Террел

Міф/ Заперечення	Опрацювання
<p>Це не для мене/ мені не підійде.</p>	<p>Майстер-клас в першу чергу спрямований на психологів та тренер-терапевтів, тренерів йоги, соціальних педагогів, відповідальних за людські ресурси і для всіх людей, які готові допомагати іншим.</p> <p>Деякі професії якими займаються учні, і яким це може бути цікаво</p> <p>Софролог і консультант оцінки навичок</p> <p>Викладач Йоги</p> <p>Енергетичний Цілитель</p> <p>Коуч і організаторка турів</p> <p>Клінічний психолог і психоаналітик</p> <p>Професор Цигун і шанувальник приготування здорового харчування</p> <p>Психомоторний терапевт</p> <p>Психолог-нейропсихолог вікової інвалідності</p> <p>Лікар загальної практики</p> <p>Дитячий психолог-нейропсихолог</p> <p>Викладач англійської в перетворенні</p> <p>Директор соціально-освітнього центру</p> <p>Терапевт-координатор дозвілля</p> <p>Ерготерапевт</p> <p>Коуч практикуючий поствоєними травмами</p> <p>Жоден з учнів не жив у монастирському притулку Азії протягом 3 років</p> <p>Як і всі інші, учні не займалися регулярними заняттями і не проживали дні зі 100% усвідомленням</p> <p>Як і ви, це просто люди, які хотіли додати до набору своїх інструментів вміння повного усвідомлення</p> <p>Це доводить, що вам не потрібно бути «експертом медитацій», щоб навчитися як покращити медитацію з повним усвідомленням із Довірою і Легітимністю</p> <p>Це професійна програма, відкрита для кожного практикуючого – новачка, чи впевненого користувача</p>
<p>Не довіряю автору.</p>	<p>Отже, хто я. Кілька слів, щоб ви знали, що, хто ця людина, хто пропонує вам шлях</p> <p>Покращення</p> <p>Витратив 15 років на власне становлення в цьому виборі. До 2021. Я дуже довго проходив свій шлях професійного становлення</p> <p>Після навчання на бакалавраті на філософському я навчався продажам і після того я став експертом, після цього я став експертом з управління змінами. Викладач і коуч PNL.</p> <p>Навчання нейролінгвістичного фаху. Коучінг аналітичної психології, коуч життя, лідерства, аналітична психологія, менеджмент, DISC / MBTI, управління проектами і стресами, активне слухання і інші навчання.</p> <p>Я приходив до статусу Викладача до 2005 року</p> <p>Я розпочав духовний шлях з 2010. Ця дисципліна змінила моє життя</p> <p>Тому, що я відкрив для себе, що я є сам для себе автор, режисер, актор і глядач свого існування.</p> <p>З 2015 я відвідав багато майстерень, інтенсивів, подорожей повного усвідомлення, ініціював подорож в пустелю в Азії. Куди я повів підприємців, учнів спеціалізованих ліцеїв. І там ми відкривали повне усвідомлення</p> <p>У 2017 до мене звернулися на канадському прослуховуванні і у 2018 року я надрукував практичне керівництво на 300 сторінок з назвою «Мистецтво жити у повній усвідомленості» Мене надихнув Професор Jon Kabat-Zinn, доктор молекулярної біології. Професор</p>

	<p>медицини  Це засновник клініки боротьби зі стресом у 1979 році в межах факультету медицини Масачусетського університету. .  Це медитатор і практик йоги, він автор оригінальної програми боротьби зі стресом, що закладена в основу MBSR, якої навчаються тисячі учнів.  Сам завдяки MBSR має світове визнання у сфері повного усвідмлення  Отже, на даний момент цього запису, я член двох професійних спілок у Франції і Швейцарії. Які чинні і збирають сертифікованих MBSR інструкторів , де я також беру участь. Я інструктор MBSR сертифікований IMA і член Французької Асоціації Інструкторів MBSR.  Я виступав на 350 відкритому зборі  Щоб отримати цей заголовок – підписувати MBSR, як член зборів і онлайн викладач.  Я відомий в соціальній мережі, особливо в Facebook під псевдонімом Monsieur Mindfulness  У мене дуже насичена сторінка. Я маю більше 220000 підписників , що довіряють мені в мережі.</p>
<p>Такий же, як усі.   Не визнання сертифікату.   Занадто дорого.</p>	<p>Більшість програм Сертифікації медитації це:  1. Релігійного напрямку або догматичного – те, що стосується «традиційної медитації»  2. Має університетську природу і найчастіше зайнято вихователями (існує багато Університетських Дипломів ДУ)  3. Вимагає тривалих особистих відступів  4. не надає персональної індивідуальної підтримки  5. вимагає написання дисертації на 40 сторінок чи більше  6. обмежено доступ до програми навчання чи курсу( згодом це обмежено)  7. ви обмежені в навчанні лише програмою бренду викладача  8. надання замало інструментів для створення власної персоналізованої програми  9. потреба від 3500 євро до 5000 за вартість навчання  10. вказують що :сертифікація має лише відомий бренд, а не викладачів, які проводять навчання  Я створюю фірмову програму. Люди, які хочуть пройти програму MBSR у будь-якій точці світу, будуть мати те ж саме, що більшість програм сертифікації медитації, які надають вам досить багато для створення вашої власної індивідуальної програми. У більшості випадків програми, якщо ви запросите 3500 € до 5000€ витрат, я не кажу про транспортні витрати, витрати на проживання та додаткове обладнання, і більшість з них, крім того, опускає, щоб вказати, що сертифікати визнання вартості імені з організаціями союзних країн, але навіть два університетські ступені є установами. Ні, національного визнання немає, якщо він не зареєстрований у Франції, принаймні, у RNCSP.  Що не стосується всіх з них, які у мене були, він сказав мені, що у зв'язку з цим є парадокс, а саме те, що сертифікація для навчання MBSR існувала задовго до перших починань із цього предмету, але не державний диплом, тому він не має національного визнання від держави вашого французького курсу mdsr, і все ж таки ми більш вимогливі незалежно від того, що це теж. Я повторюю найдосліджуванішу програму усвідомленості у світі з моменту її створення доктором Надін наприкінці 70-х, але ось ми тут, ми можемо помістити в структуру MBSR, якщо йому буде відмовлено на початку, тому що ми не професіонали і не психологи і так далі .  Отже, чудово, досить складно зрозуміти людям, які надають великого значення визнанню рівня навчання, що атестати не є дипломами державного зразка. І я говорю тут, звичайно, тільки про випадок Франції, тому що певна кількість моїх учнів живе за кордоном, в Англії, в Індонезії, Бельгії, Канаді. Сертифікація, по суті, вказує іншим професіоналам у галузі, що ви успішно пройшли навчання та отримали сертифікат для захисту широкої публіки. Він явно нічого не знає про це, і йому байдуже. З того часу, як я фасилітую усвідомленість, жоден з моїх клієнтів ніколи не питав мене, де я навчався, або будь-яких доказів моїх сертифікатів.  Як звичайно, по простому запиту чому клієнти не запитують вас, що це добре, адже клієнт або пацієнт у 99% випадків не сертифікований фахівець, але купує особистість або рекомендацію, яка може допомогти мені вирішити цю проблему. Ось ця маленька квартирка, яку я хотів зробити на сертифікатах, то чому ж це навчання за фасилітацією і добре, тому що сприйняття важливості психічного здоров'я для зміни ситуації зі здоров'ям, пов'язаної з ковидом, все більше і більше організації активує тепер психічне здоров'я своїх</p>

	співробітників список пріоритетних.
Вже пробував та не працює	<p>Плутанина - головна проблема, з якою я стикаюся з людьми, які хочуть тренуватися у фасилітації усвідомленості на філософських та наукових засадах усвідомленого горя, ви не можете, наслідком чого є відсутність впевненості та достовірності, щоб почуватися в безпеці, бо яке ж рішення? Рішення знати перші 20% теорії. Ви отримуєте всі теоретичні, філософські та наукові матеріали у своєму онлайн-курсі, до якого додаються інструменти, про які я говорив раніше, ви програмуєте його на відео, можливо, ваш ритм переробляється без ночі та без затримки для його завершення.</p> <p>Страх зробити помилку - друга проблема, з якою я стикаюся з людьми, які хочуть тренуватися у фасилітації усвідомленості без регулярної практики, без зворотного зв'язку з наставником та батьками. Ви не озираетесь назад на свій шлях, і в результаті ви ставите питанням, чи дійсно ви здатні керувати практиками уважності. Так що рішення цього разу засноване на практиці 20% теорії. Я говорив вам раніше 80% практики. Ось як цей шлях навчання був створений, щоб тренувати вас особисто практикуючи, практикуючись з вашими батьками і практикуючись під наглядом вашого досвідченого фасилітатора.</p>
Спробую самостійно.	<p>На цьому полі у вас 2 опції</p> <p>Перша : прийти без допомоги</p> <p>Не так швидко, звісно дорожче. Розгублено. З більшою кількістю помилок. Болючіший процес навчання.</p> <p>Якщо ж ви вирішили прийти до мети разом.</p> <p>Значно швидше. Менше помилок. Значно дешевше. І найголовніше - це цікаво.</p> <p>Проблема:</p> <p>Щось зробити вперше – це складно (тому що невідомо, що саме робити). Ви здійснили багато помилок. Ці помилки вам коштують час, сили і гроші. Це впливає на ваш настрій і ваше сприйняття своєї компетенції (чи я здатен це зробити, чи це добре для мене). Іноді це забагато нових навичок, щоб впоратися , залишившись наодинці собою.</p> <p>Вирішення:</p> <p>Подумайте, ХТО, а не як. Знайдіть Ментора , який зараз знаходиться там, куди ви хочете прийти і однодумці , які вас підтримають. Засвойте їхній досвід. Уникайте грубих помилок (і побічних сумнівів). І ви придете туди, куди дуже хотіли значно швидше.</p>



## Додаток Д

### Скрипти відділів продажу на обробку заперечень на французькому ринку

Ім'я керівника (заперечення)	Опрацювання
<p>Jean-Marc Terrel</p> <p>( не мій рівень/новачок)</p> <p>(Я не довіряю автору)</p>	<p>Опрацювання</p> <p>Вітаю, Так, якщо не зазначено інше в описі, всі пропозиції щодо навчання, які ви можете побачити на <a href="https://jeanmarcterrel.com/store">https://jeanmarcterrel.com/store</a>, орієнтовані на людей без досвіду медитації чи новачків. Щиро, Віржині, Група підтримки. *****</p> <p>Автор просторів для самовозз'єднання «Я допомагаю людям, які перебувають у стані стресу, долати стрес та занепокоєння на 100% природним шляхом за допомогою усвідомленості». Автор керівництва «Мистецтво жити в повній свідомості», 320 сторінок, Ed ° de Mortagne 2019. Сертифікований інструктор MBSR член Mindfulness Swiss.</p>
( Це не працює)	<p>Вітаю, За останні кілька днів ви відправили нам кілька повідомлень, на які ми відповіли, щоб допомогти вам якнайкраще. Єдиний спосіб дізнатися, чи може медитація допомогти вам, це спробувати її. Ми не намагатимемося вас переконати. Ви можете знайти безкоштовні медитації містера Террела на Youtube або Facebook, щоб отримати виставу. Його програма «Основи» доступна без великого ризику лише за 1 євро на сайті. Ви також можете знайти багато інших практиків на соціальних платформах або в мобільних додатках, щоб отримати уявлення. Щиро, Віржині, Група підтримки.</p>
Jenna Blossoms (Немає часу)	<p>Привіт Анастасія, Цей курс є лише курсом електронного навчання, тобто. в автономному режимі із відео, аудіо, вправами у форматі pdf. Але звичайно, якщо у вас виникнуть питання під час навчання, ви можете надіслати їх і ми на них відповімо. Я залишаюся доступним, якщо у вас є інші питання, Бажаю тобі гарного дня Солен помічник Дженни</p>
(Це не працює)	<p>Привіт Анастасія. Наша найпопулярніша програма – це коробка «30 днів медитації» (<a href="https://www.jennablossoms.com/produit/coffret-30-jours-de-meditation/">https://www.jennablossoms.com/produit/coffret-30-jours-de-meditation/</a>). Під час безкоштовного челенджу у січні він зібрав 25 тисяч людей, а у нас на навчанні майже 3000 осіб. Загалом за програмою Jenna вже стежили 40 тисяч людей. Ви знайдете багато відгуків на сторінках програми. Якщо ви шукаєте глибшу роботу, а не просто набір медитацій, флагманська програма Дженни — «Воз'єднання», яка дозволяє торкнутися багатьох тем, пов'язаних з духовністю та саморозвитком. Близько 800 осіб вже пройшли цю програму (це передплата, але без зобов'язань за тривалістю), опис якої ви знайдете тут: <a href="https://jennablossoms.learnbox.com/reconnect/">https://jennablossoms.learnbox.com/reconnect/</a> Звичайно, я залишаюся доступним, якщо у вас є інші питання! Бажаю тобі гарного дня Солен помічник Дженни</p>
( В мене не вийде)	<p>Неможливо гарантувати результат по продукту особистісного розвитку, тому що впевненість та добробут є кількісно вимірними елементами. Проте ви можете</p>

	<p>переглянути сторінку з відгуками, включаючи відео відгуки тут <a href="https://30joursdemeditation.fr/temoignages/">https://30joursdemeditation.fr/temoignages/</a>.</p> <p>Бажаю вам доброго дня</p>
<p>Nicole Bordeleau (Скільки людей вже пройшли? – не відповідає питанню)</p>	<p>Привіт Анастасія, Дякуємо за інтерес до віртуальних медитативних зустрічей із Ніколь Бордело. Я запрошую вас подивитися уривки з нього, щоб дізнатися більше, перейшовши за цим посиланням: <a href="https://nicolebordeleau.com/product-category/teachings/">https://nicolebordeleau.com/product-category/teachings/</a> Усі ті, у кого є образи, наприклад, «до повноти буття = набуття спокою в собі і т. д.), запропонують вам витримки. Радий вітати вас, Хелен</p>
<p>Fabrice Midal ( не мій рівень/новачок)</p>	<p>Привіт Анастасія, дякую за ваше повідомлення, цей курс Фабріса призначений для всіх аудиторій, немає необхідності мати певний рівень, тому ви можете без проблем зареєструватися на нього, Бажаю вам гарного тижня та до швидкої зустрічі, Від усього серця, Метью</p>
<p>( В мене не вийде)</p>	<p>Привіт Анастасія, дякую за вашу відповідь, неможливо гарантувати результат, але я впевнений, що він відкриє для вас нові двері, які принесуть вам багато, Я сподіваюся, що у вас є гарний тиждень, Від усього серця, Метью</p>
<p>(«Як працює система медитації? Адаже це не просто сидіти з музикою?»)</p>	<p>Вітаю, Анастасія, Ні, це не медитація, тут немає музики, під час медитації вас веде Фабріс Мідаль, всім серцем,</p>