



»Lead generation«

Sedem sestavin uspešne kampanje

..»POTREBUJEMO NOVE »LEADE«!« TA STAVEK SLIŠIMO VELIKOKRAT. ENAKO UGOTAVLJAJO STRANKE, PRIJATELJI IN KOLEGI S PODROČJA TRŽENJA. KADARKOLI BESEDA NANESE NA POSEL, JE TU ŽELJA PO NOVIH KONTAKTIH. ZAČNEMO SE POGOVARJATI O TEM, KAJ LAHKO STORIMO Z OBSTOJEČIMI IN »LEAD NURTURING« DOŽIVI NAVDUŠENE ODZIVE. A ŽELJA PO NOVIH »LEADIH« NE ZAMRE..

Nakupne poti se danes začenejo na spletu. Tam se tudi odvijajo tri četrtine vsega nakupnega dogajanja. Logičen zaključek je, da gremo nove kontakte iskat tja.

1. NAJPREJ JE CILJ

Vsaka kampanja, program ali aktivnost se začne s ciljem. V digitalnem trženju ne bi smeli migniti z mezinco, dokler si ne odgovorimo na vprašanje: »Kaj želim doseči?«

Pri načrtovanju »lead generation« kampanje je cilj številka. Želimo prodati 50 kosov izdelka ali storitve. Pri povprečnih konverzijah prodajnega lijaka to pomeni, da potrebujemo 300 novih kontaktov. To je naš cilj. Kako pa ga dosežemo?

2. NE, NAPREJ JE PUBLIKA

Začnimo z obratom. V središču naše pozornosti je zdaj kupec. Ta je na spletu kot riba v vodi – zna priti do zelenih informacij, je zahteven in ima precej omejeno pozornost.

Generirati želimo kakovostne »leade«. Želimo kontakte, ki bodo izkazali iskren interes in ki so z veliko verjetnostjo naši bodoči kupci. Naše potencialne kupce moramo poznati. Zlesti moramo v njihove čevlje in razumeti, kako se obnašajo na spletu. Odgovoriti si moramo na naslednja vprašanja:

- Katero težavo mu (ali ji) naš izdelek rešuje?
- Kako poteka njegova nakupna pot?
- Katere informacije potrebuje na svoji poti?

Bolj ko se potrudimo pri razumevanju kupca, boljše »leade« bomo dobili in boljše rezultate bo naša kampanja imela.

3. PRAVO SPOROČILO PRITEGNE

Ko poznamo svojega kupca, ga lahko nagovorimo. Z dobrim sporočilom ga bomo »zadeli v srce« in mu ponudili odgovor na izziv, s katerim se sooča. Ni naključje, da prav mi rešujemo njegovo težavo. Digitalno trženje ne priznava naključij.

»Lead generation« kampanja torej potrebuje eno jasno sporočilo. Z njim si zaslužimo kupčevo pozornost v ogromni količini bolj ali manj zanimivih informacij na internetu. Z njim kupca prepričamo, da se mu splača pustiti kontakt, ker imamo ravno tisto, kar potrebuje. In današnji kupec ne odda svojih podatkov kar tako.

4. NA PRAVEM KRAJU OB PRAVEM TRENUTKU

Splet je okolje, kjer so kupci nadvse domači, podjetja pa se včasih še malo zvedavo ozirajo naokrog in iščejo znane obraze. Na srečo smo opravili domačo nalogo in spoznali svojega kupca. Ker razumemo njegov nakupni proces, poznamo njegove navade in vemo, kje se giblje. S temi informacijami lahko izberemo pravo lokacijo za iskanje pravih »leadov«.

5. VAREN PRISTANEK

Z jasnim sporočilom in dobro plasiranimi oglasi

smo našli svojega potencialnega kupca in ga pripeljali k sebi. Kam? Na pristajalno stran.

Pristajalna stran (landing page) je glavni element »lead generation« kampanje. Njen cilj je pridobitev kontakta obiskovalca. Nič več in nič manj. Za doseganje cilja mu mora hitro in enostavno razložiti, zakaj se mu splača pustiti e-poštni naslov. Pri »lead generation« kampanjah tako ponavadi razmišljamo o vodičih, belih knjigah, člankih in drugih oblikah vsebine, ki kontaktom obljubijo uporabne informacije. In uporabnost tudi zagotovimo.

6. BOLJŠE, VIŠJE, HITREJE!

Digitalno trženje omogoča spremljanje rezultatov v realnem času. To pomeni, da lahko kampanjo tudi izboljšujemo med njenim trajanjem. Optimiziramo lahko sredstva, oglase, kreativno, sporočila in pristajalne strani. Analitičnih orodij je za vse dovolj. Z njimi si zagotovimo, da za svoj denar dobimo največ.

7. REZULTATI IN UČENJE ZA NAPREJ

Vsaka kampanja zahteva evalvacijo. Generiranje »leadov« ni nobena izjema in pravo veselje je, ko imamo vse podatke in številke na enem zaslonu. Najprej bomo seveda potrdili doseganje zadanega cilja, ocenimo pa tudi vsako posamezno aktivnost. Rezultati v prihodnje bodo še boljši.

(P. R.)



VAŠI KUPCI OBVLADAJO SPLET.

Mi tudi.

Digitalna agencija, ki pripelje nove leade in obstoječim proda več.

www.madwise.si | 031 370 639 | zivjo@madwise.si



