

Lekcja 3

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Jak budować lejek sprzedażowy za pomocą webinarów?

Czego dowiesz się z **lekcji 3**?

1. Miejsce webinarów w lejku sprzedażowym.
2. Budowanie kolejnych etapów lejka sprzedażowego
 - Krok 1: Generowanie leadów – duże wydarzenia online
 - Krok 2: Demo produktowe – leady kwalifikowane
 - Krok 3: Webinary wprowadzające dla nowych klientów
 - Krok 4: Webinary o nowościach w produkcie dla istniejącego klienta
3. Podsumowanie i korzyści

Webinary są stosowane na każdym etapie lejka sprzedażowego



Źródło: Wyzowl State of Video Marketing

Krok 1: Generowanie leadów – duże wydarzenia online

Prezentacja dla kilkuset i więcej odbiorców

Zrób to na wielką skalę – zaproś setki, a nawet tysiące potencjalnych klientów do ogólnego demo produktowego, prezentacji oferty.

Przedstaw swoją markę, powiedz jaki ważny problem rozwiązuje twój produkt.

Komu i dlaczego przyniesie korzyści twoja oferta.



Krok 2: Segmentacja leadów – demo produktowe

Najbardziej zainteresowani Twoją ofertą, najprawdopodobniej z chęcią obejrzą też Twoje demo produktowe.

W CRM utwórz segment najbardziej aktywnych uczestników webinaru.

W CRM pogrupuj kwalifikowane leady w mniejsze grupy. Następnie, wybierz odpowiednią tematykę webinarów dla każdej z grup i zaplanuj sekwencję mniejszych wydarzeń online.

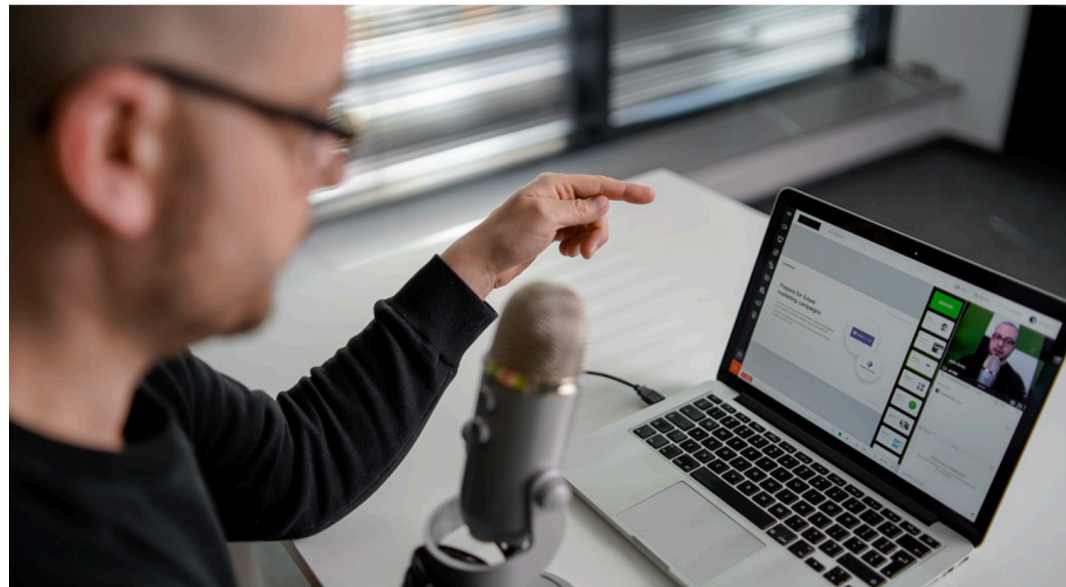


Krok 3: Webinary szkoleniowe dla nowych klientów

Najtrudniejsze są początki.

Jeśli klienci wiedzą, jak używać dany produkt, zostaną z Tobą dłużej.

Webinary powitalne, w odróżnieniu od tradycyjnych materiałów marketingowych, są interaktywne i dają możliwość szybkiej reakcji, gdy nowi klienci napotkają jakiegokolwiek problemy.



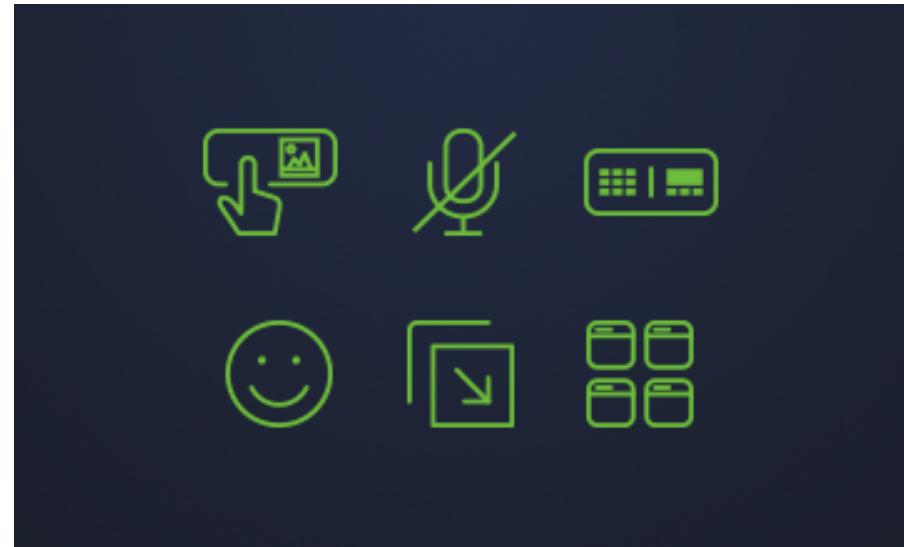
Krok 4: Webinary o nowościach w produkcji

Twój produkt rozwija się.

Daj znać Twoim klientom, co nowego i ekscytującego dzieje się w Twojej ofercie.

Zarówno Twoi sprzedawcy, jak i klienci powinni dowiedzieć się o wszystkich zmianach, z wyprzedzeniem.

Korzystaj się z takich funkcji jak współdzielenie ekranu lub wideo i pokaż swój produkt w działaniu, a w prezentacji przedstaw listę nowych korzyści.



Krok 5: Stosuj webinary na każdym etapie lejka sprzedażowego

96%

użytkowników twierdzi, że ogląda filmy instruktażowe, aby lepiej zrozumieć produkt lub serwis.

66%

kupców B2B obejrzało webinar przed podjęciem decyzji o kupnie produktu lub usługi.

Źródło: Wyzowl State of Video Marketing

Stosuj webinary na każdym etapie lejka sprzedażowego

- Organizuj webinary dla wielu uczestników - generuj lidy
- Grupuj i kwalifikuj leady z webinarów CRM-ie.
- Zorganizuj demo produktowe dla najbardziej aktywnych i zainteresowanych.
- Włącz do swoich działań webinar powitalny dla nowych klientów.
- Prezentuj obecnym klientom nowości produktowe.



Do zobaczenia na lekcji 4!