

Ахиллесов подарок

Нам предстояло проанализировать весь
полученный нами опыт и на основе этого
скорректировать представление нашего
бренда в соц. Сетях.

Миссия

Миссией нашего проекта является создание огромного мира подарков , где каждый сможет найти подходящий подарок на любое событие.

Автоворонка продаж

(в одном из постов мы уже упоминали её, но нам не сложно сделать это ещё раз)

Ее величество, автоворонка продаж



3 канала продаж

Откуда у нас берутся клиенты?

Канал продаж — это способ поступления клиентов в компанию, имеющий определенные характеристики.

Активные каналы продаж:

Активные каналы продаж — те, в которых мы являемся инициатором конкретного взаимодействия с конкретным клиентом.

1. Канал прямых продаж

Суть канала заключается в прямом взаимодействии с клиентом

Плюсами данного канала является:

- целенаправленность — мы общаемся с клиентом, который может стать нашим;
- экономность — затраты только на менеджера по продажам, не нужна реклама;
- эффективность — личное воздействие самое сильное;

■ Пассивные или входящие каналы продаж:

Пассивные каналы продаж – те, в которых мы проводим определенную работу, например, рекламу, раскрутку сайта, PR, а затем уже клиент является инициатором нашего взаимодействия.

2. Реклама

Мы говорим сейчас об офлайн рекламе. Есть разные виды рекламы, одна направлена на развитие бренда, другая на получение конкретных клиентов с конкретной рекламы.

Плюсы:

- Легкая измеримость эффекта – если Вы занимаетесь этим;
- Быстрый результат – повесил, получил или не получил звонки.

3. Тёплые продажи или «Сарафанное радио»

Довольные потребители рассказывают о нашем товаре. Самый эффективный канал привлечения клиентов.

Плюсы:

- Экономичность — может достаться совершенно бесплатно;
- Эффективность — люди делятся своими эмоциями, а советы от друзей и знакомых имеют самый лучший эффект.

Спасибо за
внимание!

