Продуктовые воронки

ПРАКТИКУМ

LIKE ЦЕНТР

11.07.2018
Иваново

#RMlabs

Евгений Рябов

Руководитель бизнес школ в г.Ярославль и Иваново
Руководитель ремонтно-строительной компании "Капитал"
Создатель и руководитель **“ERA Club"** центра единоборств
Совладелец агенства управленческого консалтинга
“RM LABS"
Венчурный инвестор в проект производства здорового питания ТМ **«**ЖЁРНОВ**».**

Экспертность в продажах **(10** летний опыт работы руководителем федерального отдела продаж транснациональной компании**).**

#RMlabs

Продуктовые воронки

и как вам это поможет

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Что такое воронка?

Последовательность этапов, которые проходит потенциальный клиент до завершения процесса покупки. Так как этап за этапом определенное количество пользователей отпадает, последовательность в объеме сужается до последнего этапа и поэтому выглядит как «воронка»

Классический подход

холодный трафик на конвертер

конвертируется в заявку

обрабатывает отдел продаж

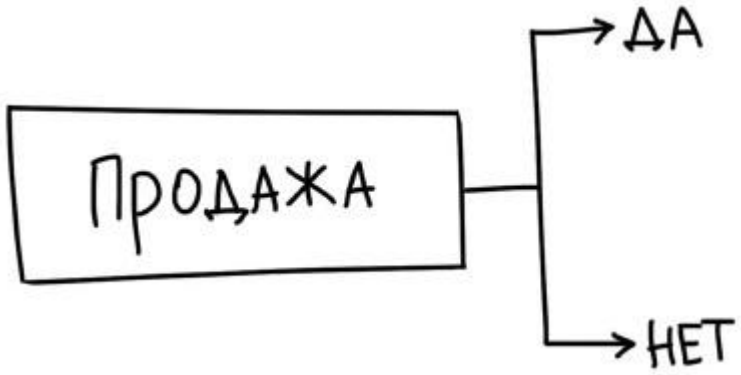
стал клиентом

Воронка потери ресурсов: деньги, время, усилия
БОЛЬШЕ ТРАФИКА-БОЛЬШЕ ОП-БОЛЬШЕ КЛИЕНТОВ

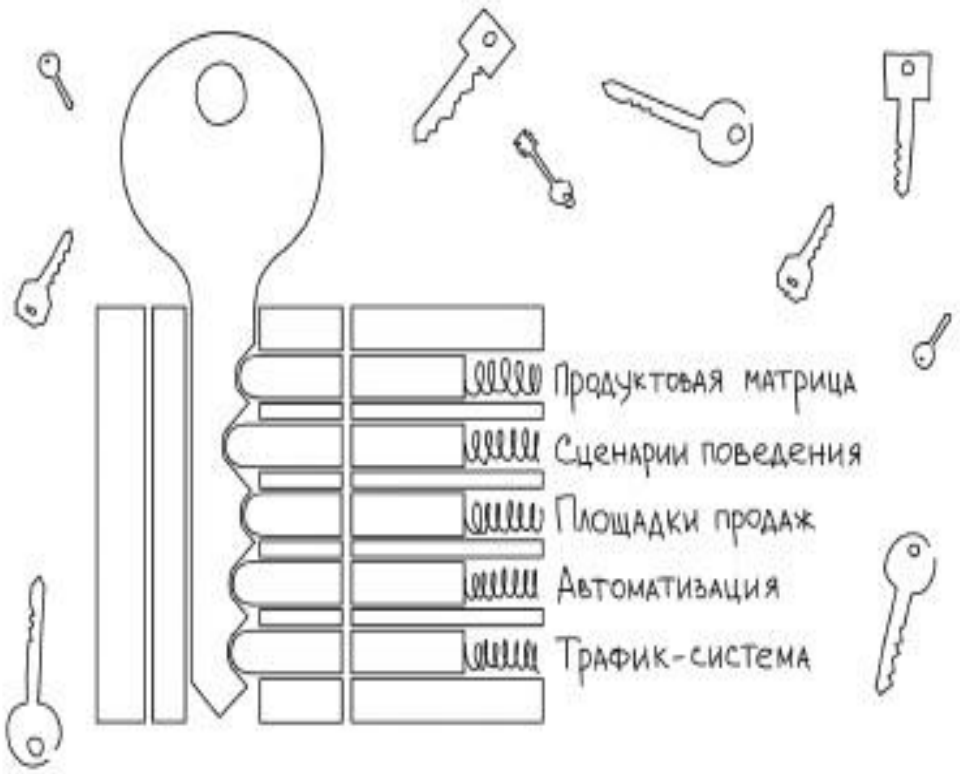
LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Классический подход



Современный подход



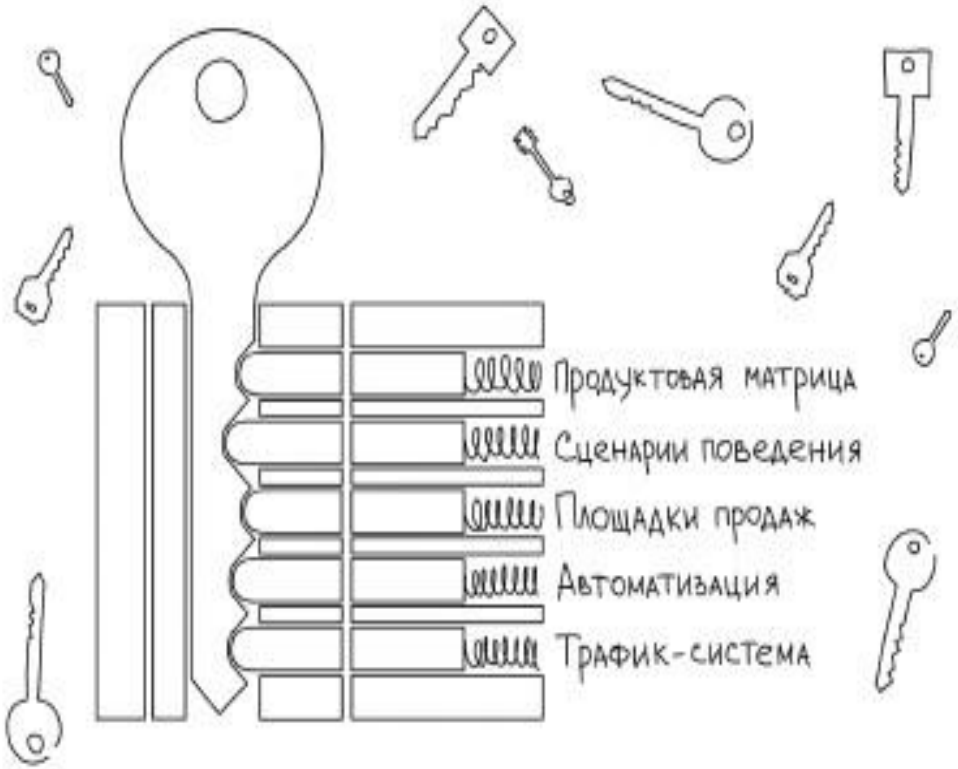
Возможно общаться с каждым пользователем лично, присылая то, что ему интересно, делая нужные ему предложения на протяжении неограниченного временного промежутка и, главное, –

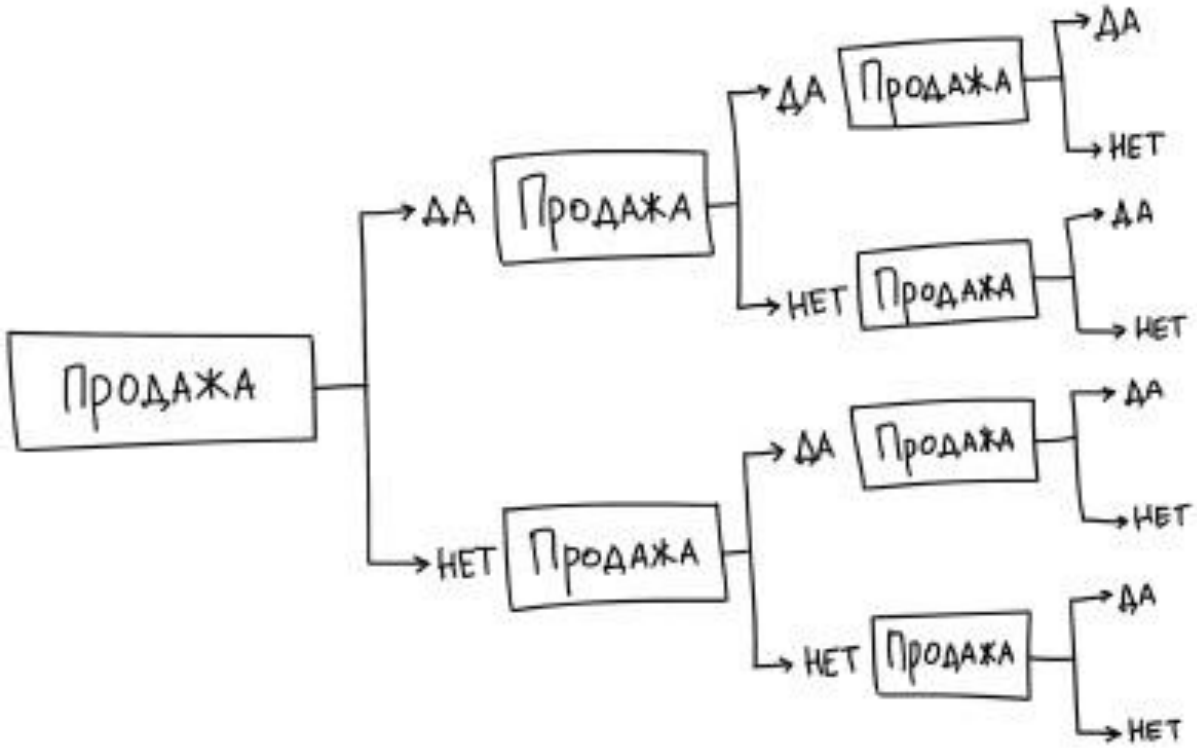
Мы учитываем основные сегменты нашей аудитории и готовим стратегию общения с каждым отдельно, после привычной регистрации на сайте/скачивания система начинает общаться с человеком и продавать ему

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

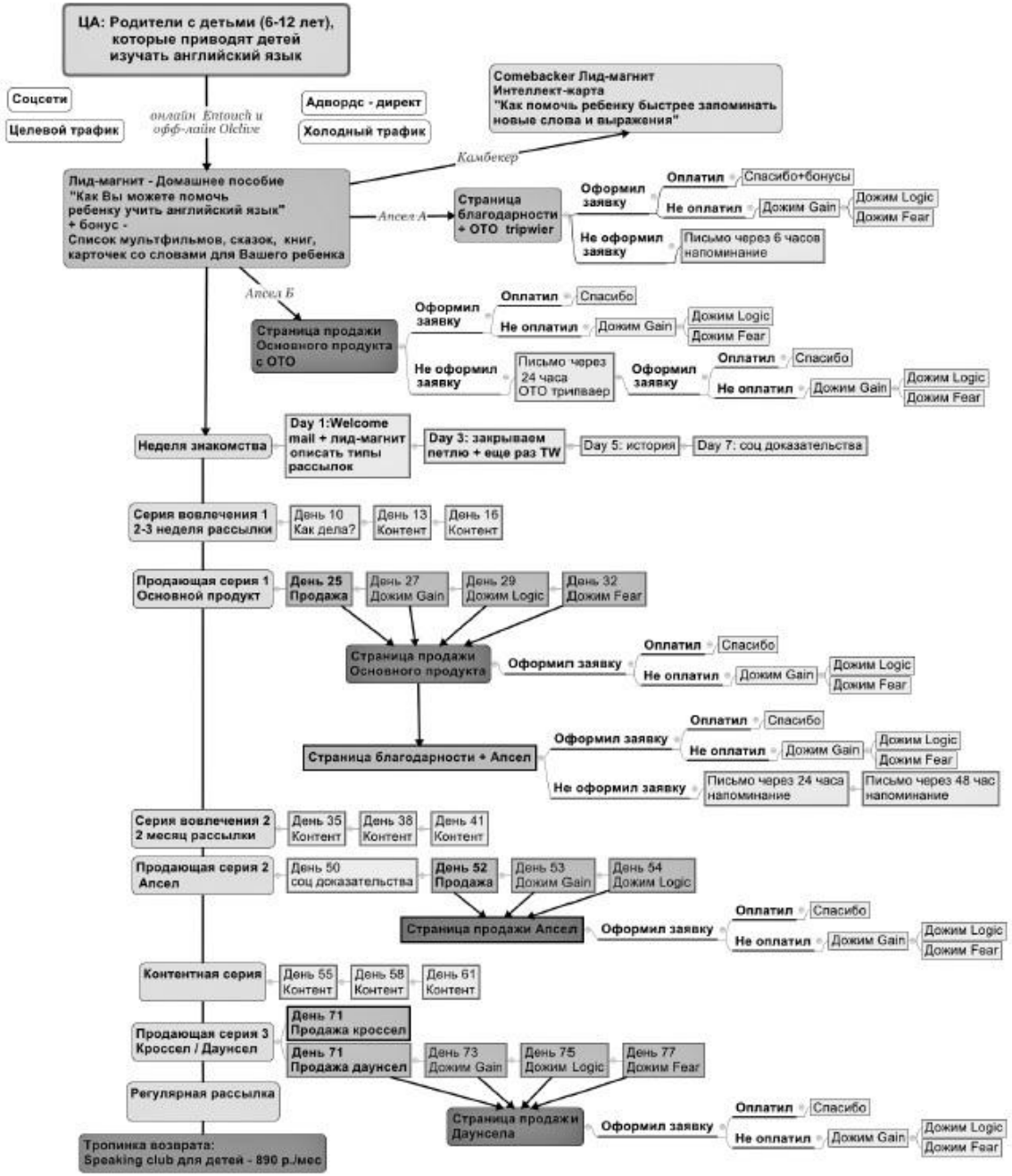
Современный подход





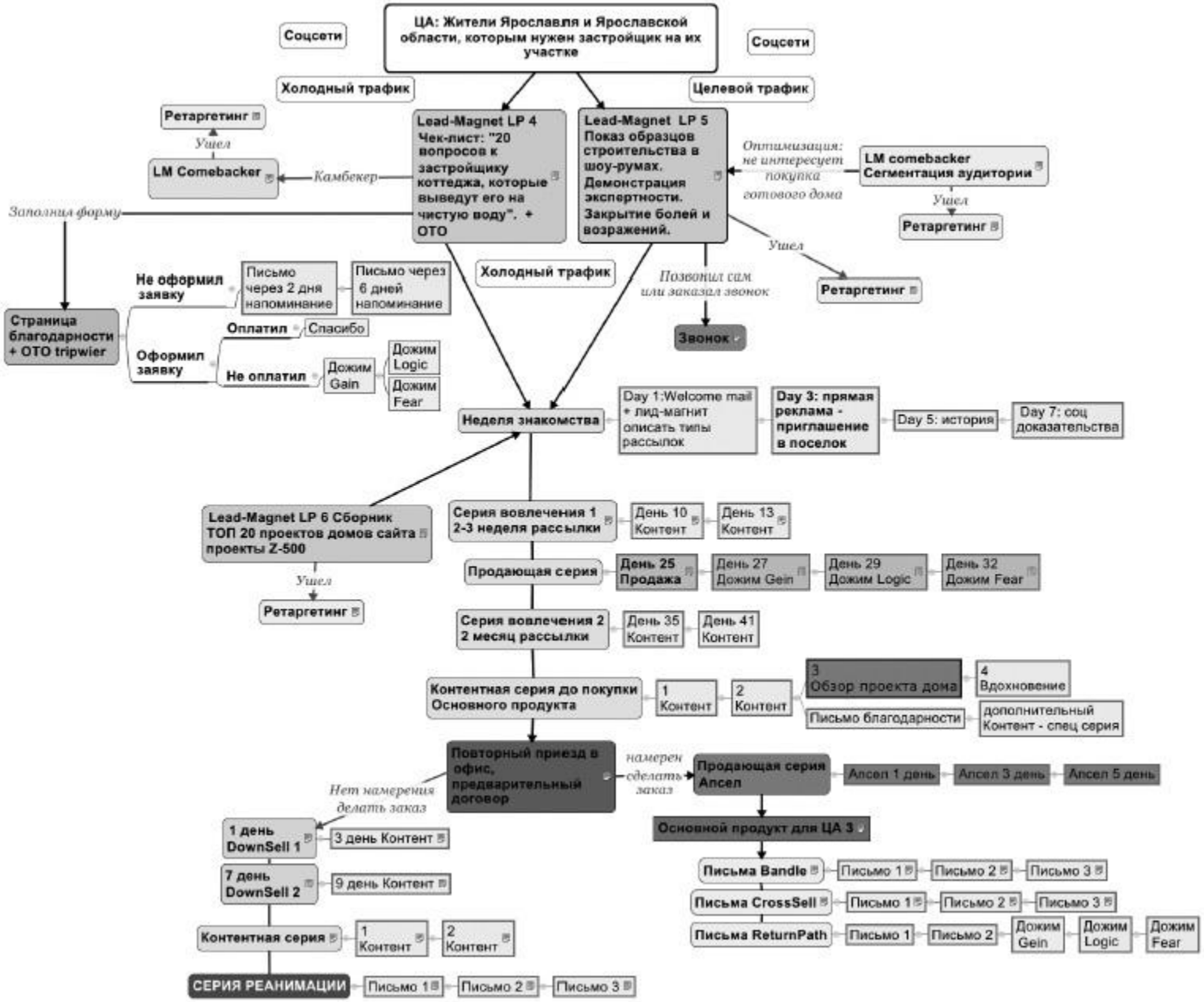
LIKE ЦЕНТР

#RMlabs



LIKE ЦЕНТР

#RMlabs



LIKE ЦЕНТР

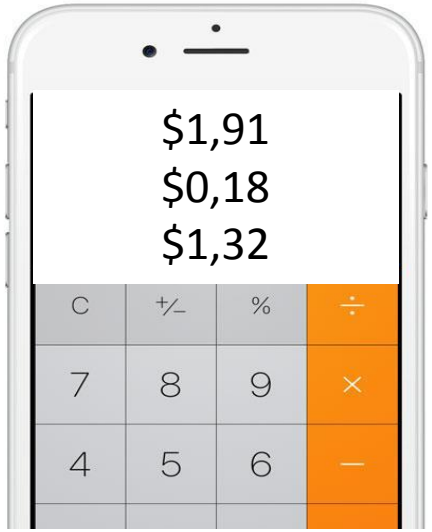
#RMlabs

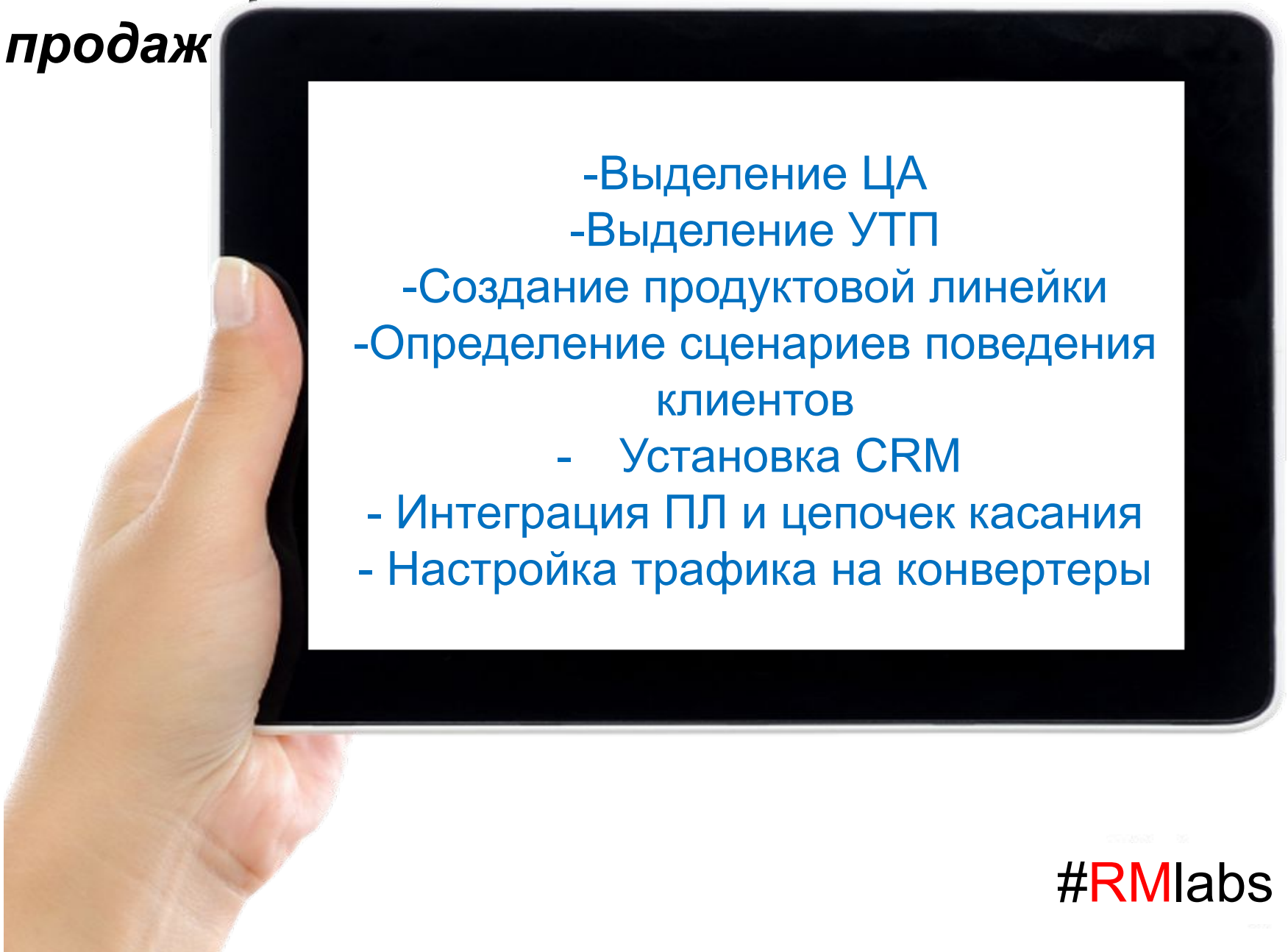
Автоматизированная воронка продаж – это последовательность онлайн-инструментов, построенных на основе психологических особенностей клиентского поведения, для оптимизации и автоматизации поведенческого пути пользователя с целью

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Шаги создания автоматизированной воронки продаж





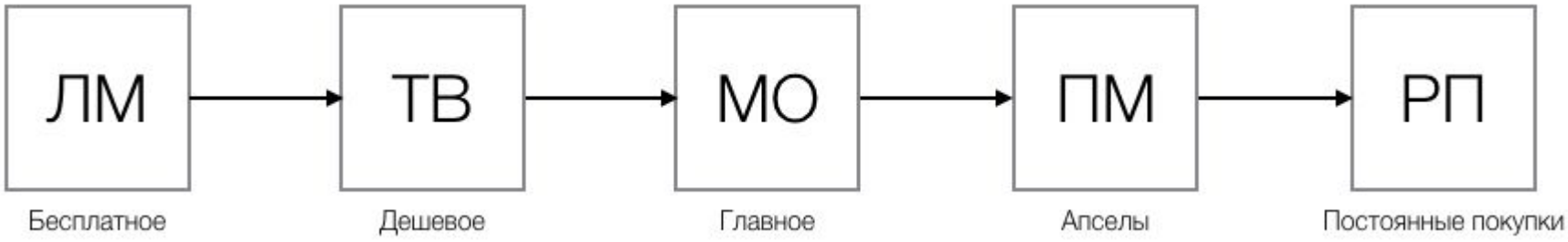
-Выделение ЦА
-Выделение УТП
-Создание продуктовой линейки
-Определение сценариев поведения клиентов
- Установка CRM
- Интеграция ПЛ и цепочек касания
- Настройка трафика на конвертеры

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

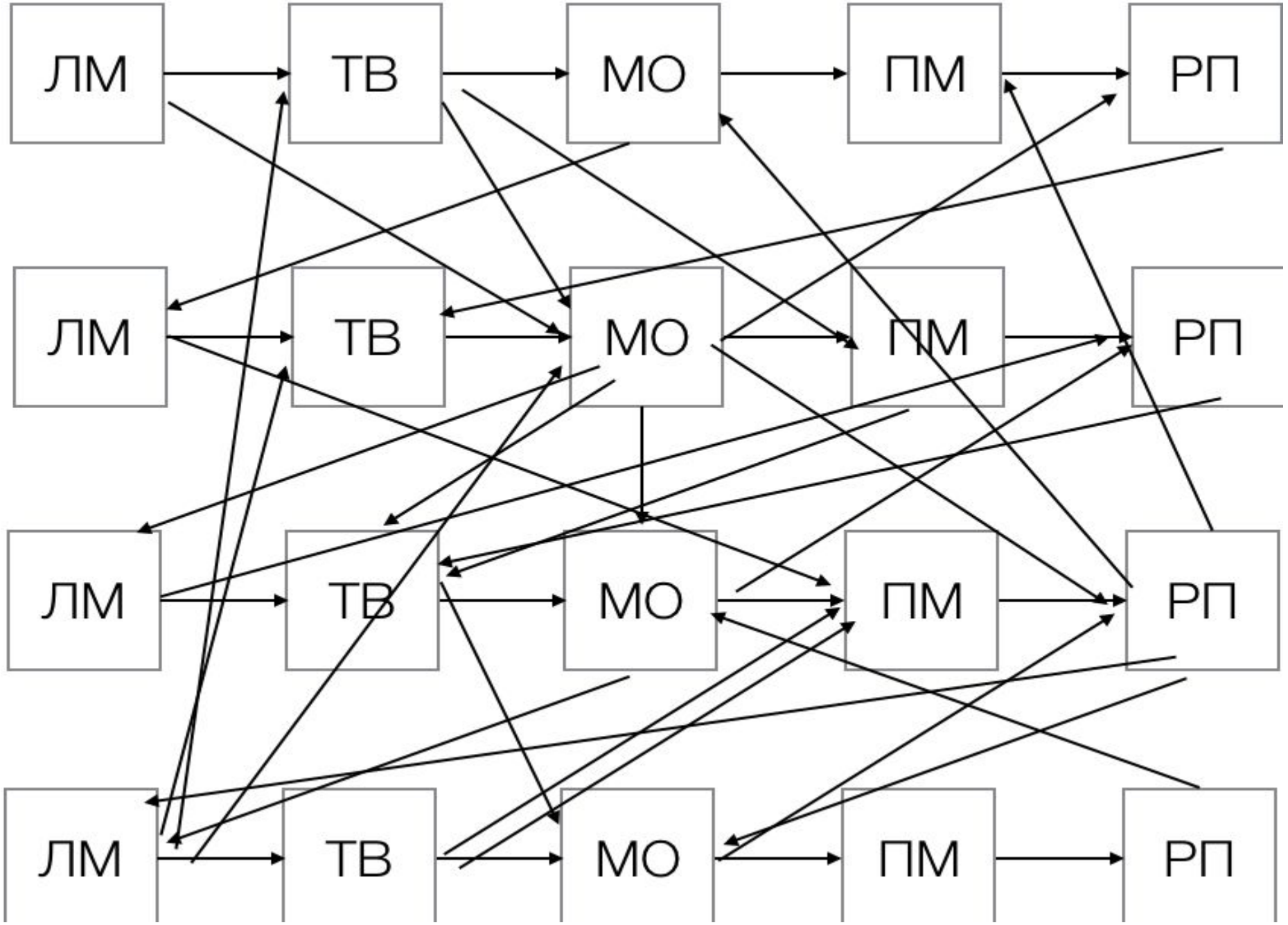
Часто (почти всегда) продуктовая линейка — не линейка. Существует несколько входов, несколько апселов, несколько акционных товаров

Продуктовая линейка состоит из 5 компонентов: лид-магнит, трипваер, мейн оффер, профит максимайзер, тропинка возврата (return path)



LIKE ЦЕНТР

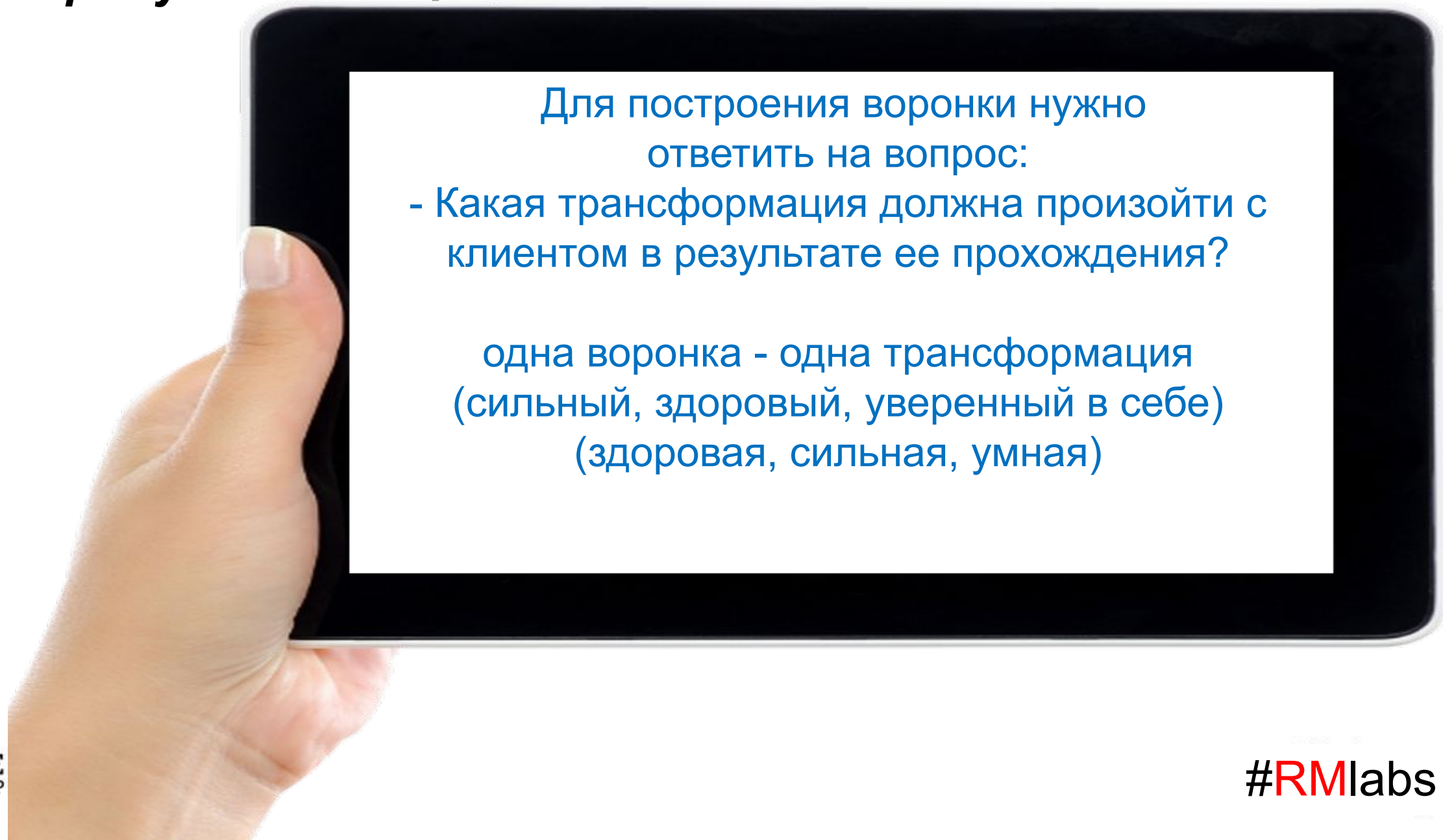
#RMlabs



LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Продуктовая воронка



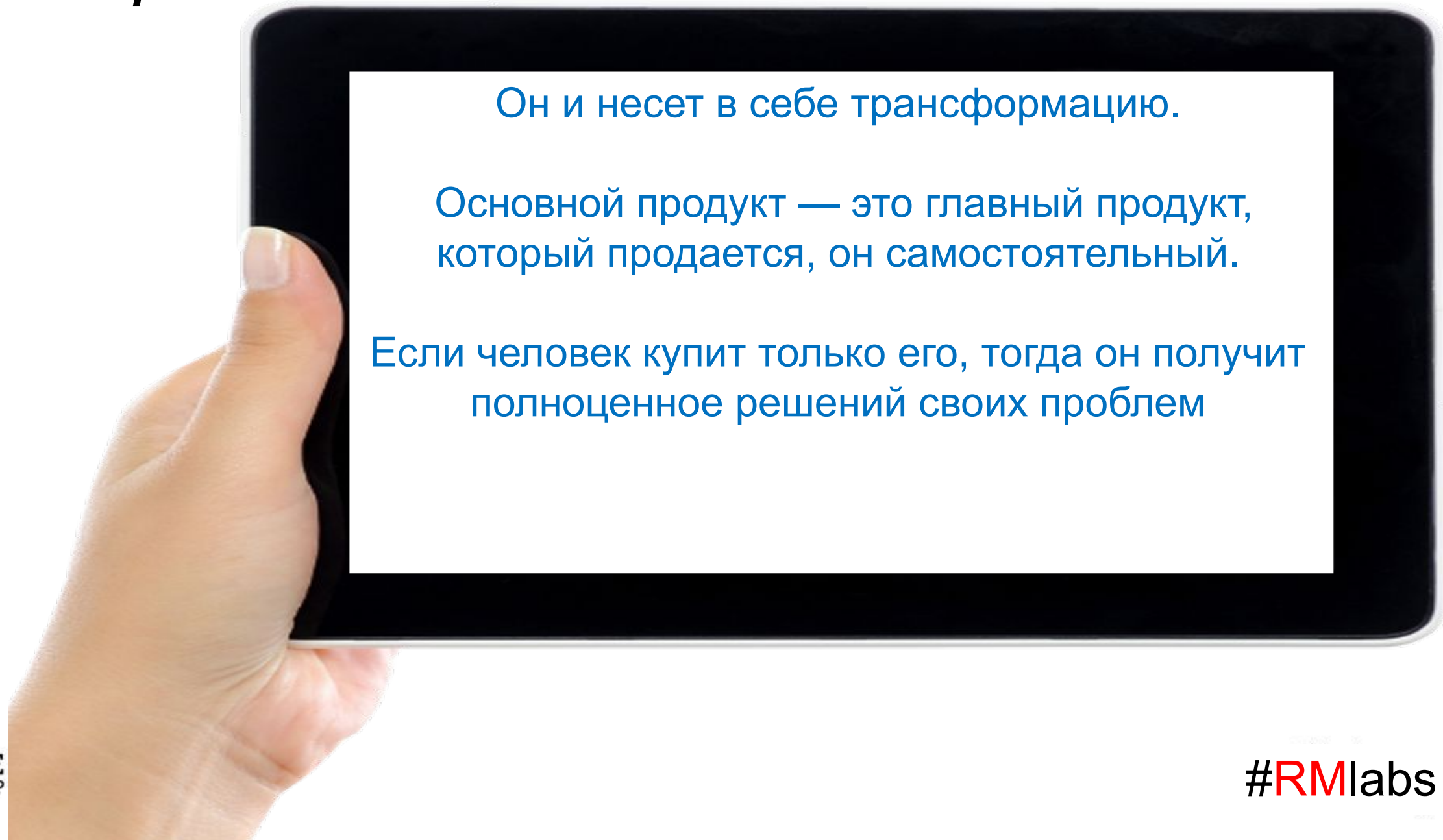
Для построения воронки нужно
ответить на вопрос:
- Какая трансформация должна произойти с клиентом в результате ее прохождения?

одна воронка - одна трансформация
(сильный, здоровый, уверенный в себе)
(здоровая, сильная, умная)

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Определяем Product



Он и несет в себе трансформацию.

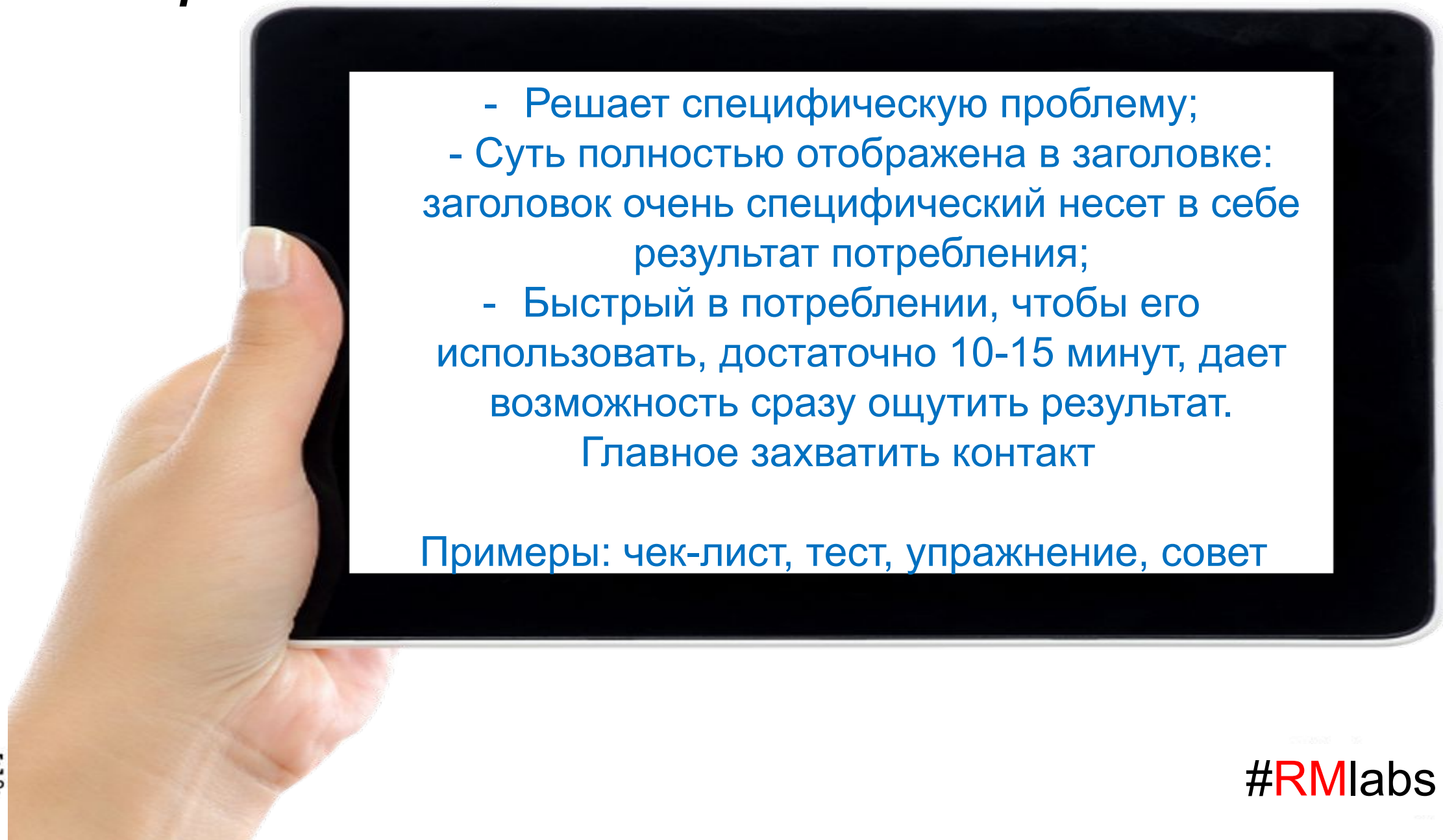
Основной продукт — это главный продукт, который продается, он самостоятельный.

Если человек купит только его, тогда он получит полноценное решений своих проблем

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Определяем LM



- Решает специфическую проблему;
- Суть полностью отображена в заголовке: заголовок очень специфический несет в себе результат потребления;
- Быстрый в потреблении, чтобы его использовать, достаточно 10-15 минут, дает возможность сразу ощутить результат.

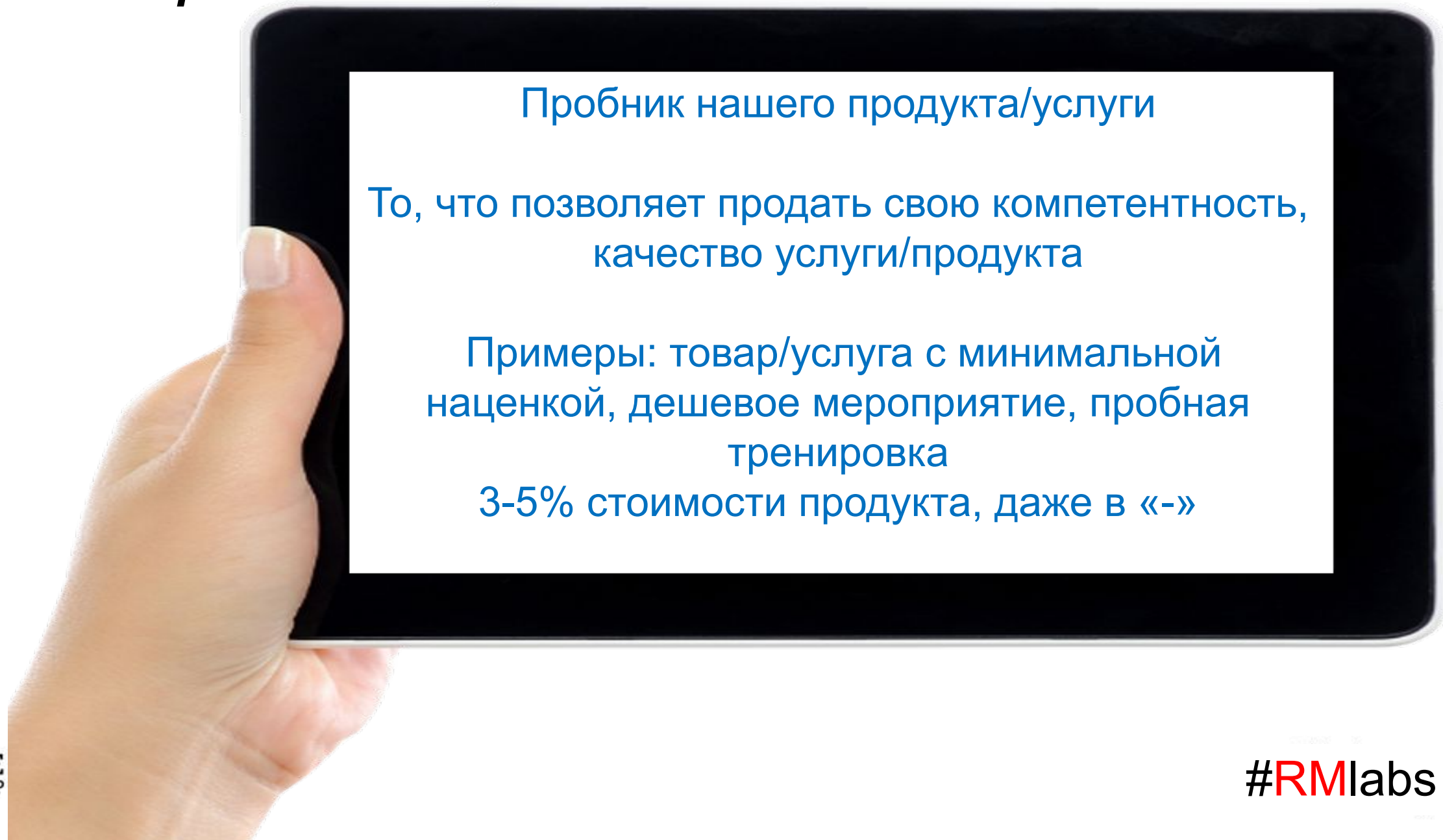
Главное захватить контакт

Примеры: чек-лист, тест, упражнение, совет

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

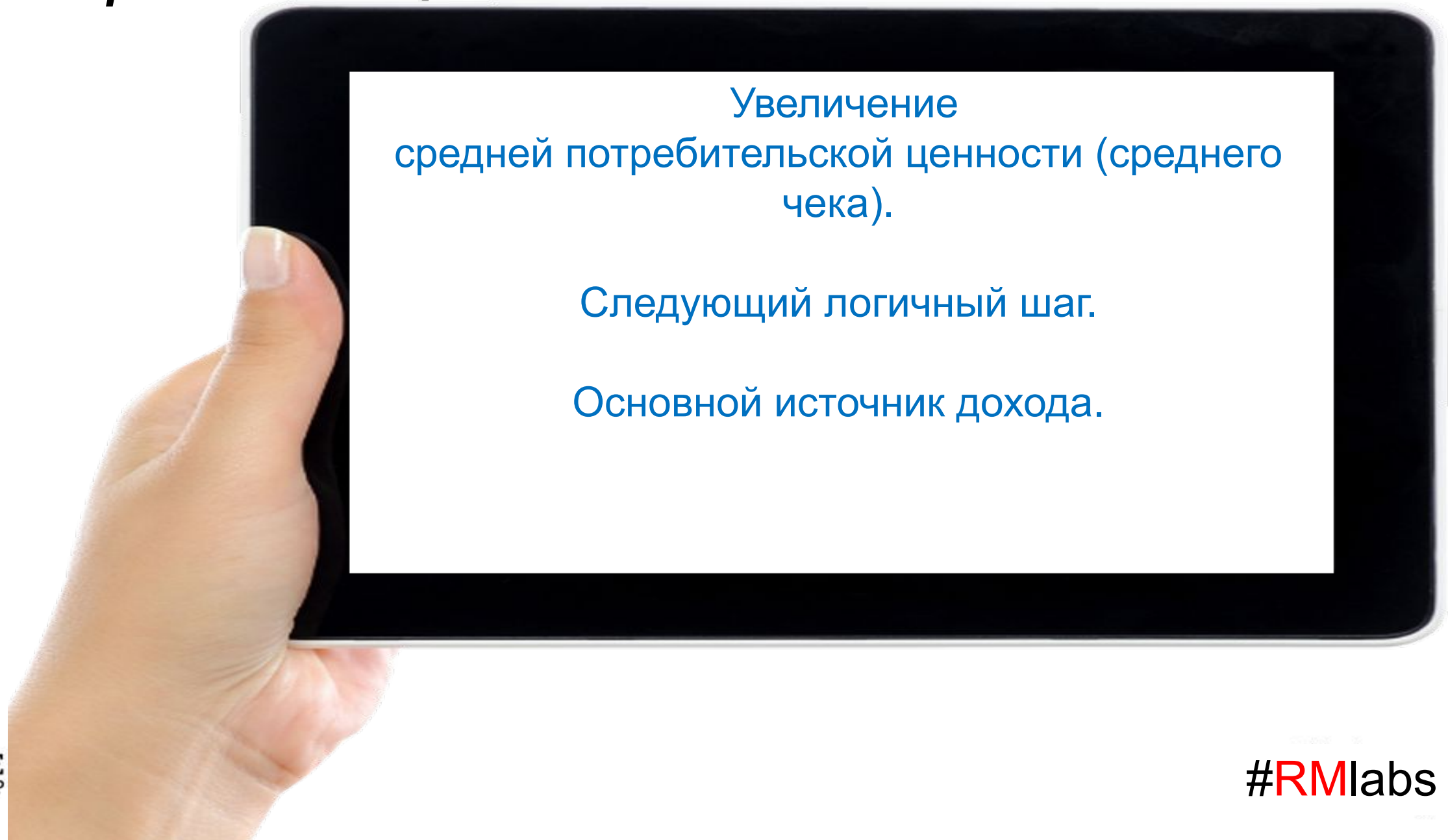
Определяем TW



LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Определяем Profit max



Увеличение
средней потребительской ценности (среднего чека).

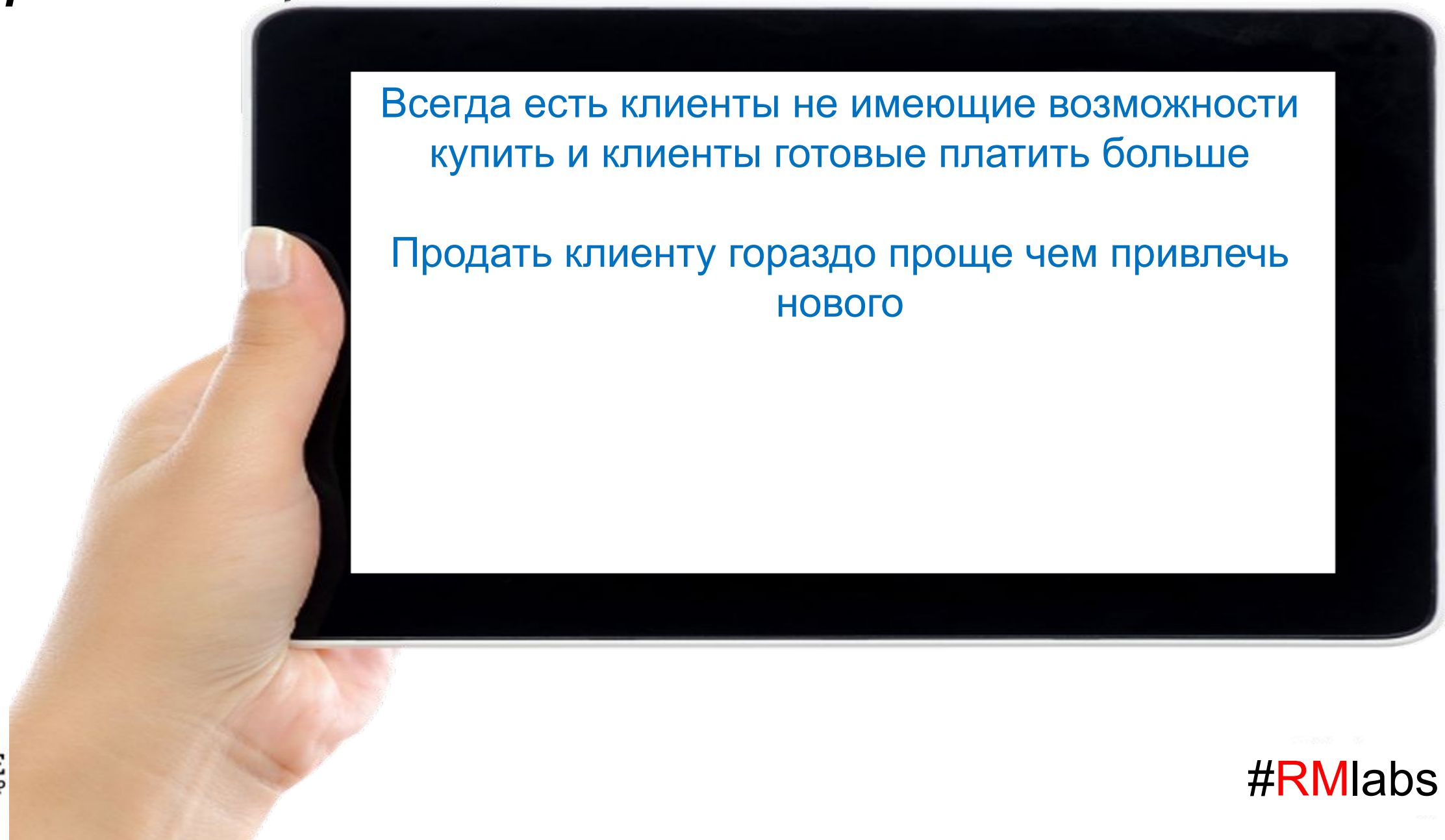
Следующий логичный шаг.

Основной источник дохода.

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Определяем Up sale & Down sale



LIKE ЦЕНТР

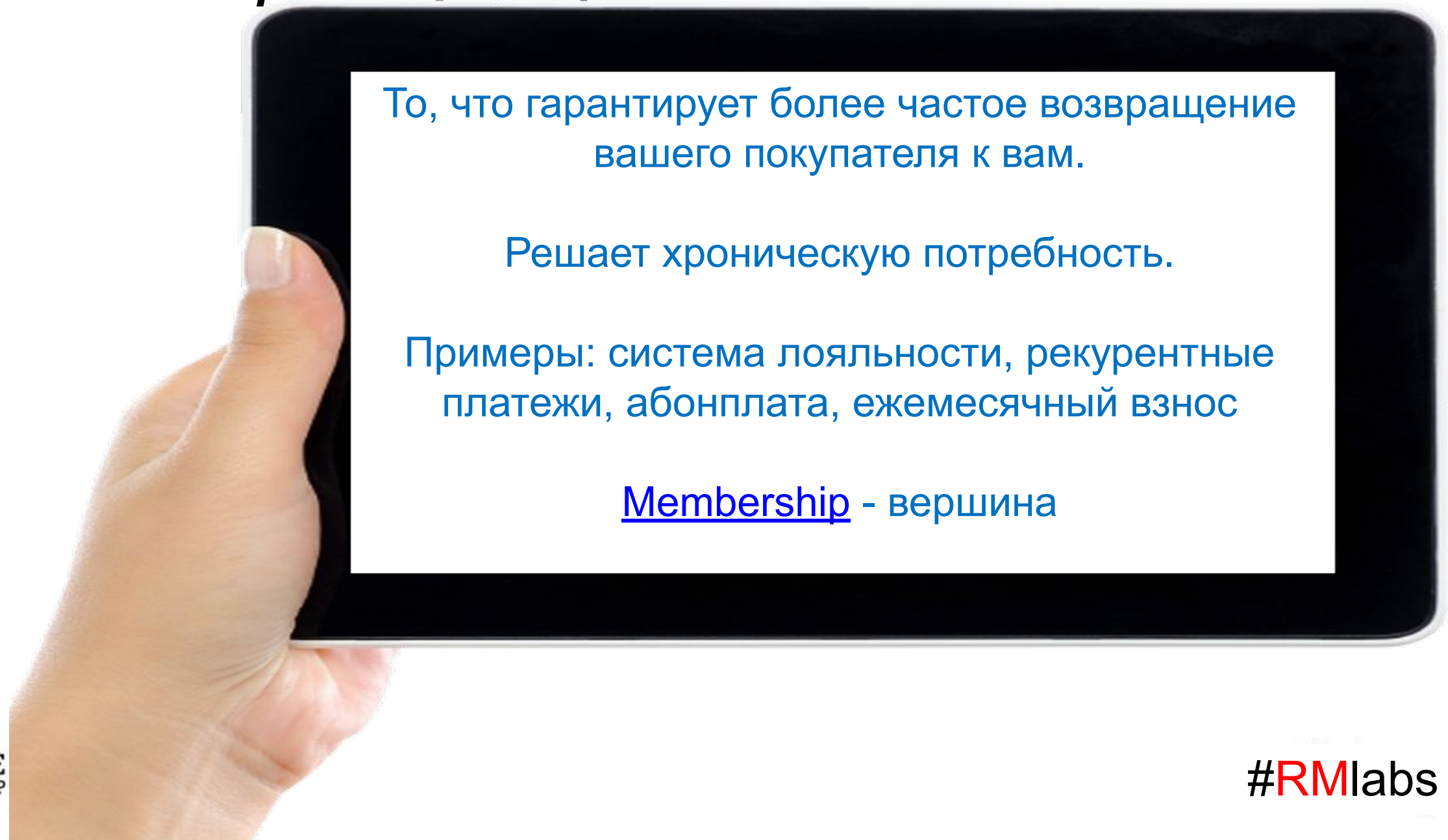
#RMlabs

Определяем Up sale & Down sale

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs

Определяем тропинку возврата



То, что гарантирует более частое возвращение вашего покупателя к вам.

Решает хроническую потребность.

Примеры: система лояльности, рекурентные платежи, абонплата, ежемесячный взнос

Membership - вершина

LIKE ЦЕНТР

#RMlabs