

Inbound Sales

ΧΤΙΣΕΤΗΝ
ΜΕΘΟΔΟ
ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ΣΟΥ

dms

Η Πρόκληση των Inbound Πωλήσεων

Μία από τις μεγαλύτερες και πιο συνηθισμένες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν στρατηγικές Inbound Marketing είναι το τι κάνουν όταν αρχίσει να φέρνει αποτελέσματα!

“Τι κάνουμε με την εισροή αυτών νέων υποψήφιων πελατών;”

Ακούγεται καλό σαν πρόβλημα έτσι δεν είναι; Αν και η εισροή νέων υποψήφιων πελατών μπορεί να ακούγεται εξαιρετική, αν δεν έχετε εκπαιδεύσει την ομάδα πωλήσεών σας με τις απαιτούμενες διαδικασίες, το πρόβλημα θα είναι ίδιο με αυτό της επιχείρησης που δεν έχει καθόλου νέους υποψήφιους πελάτες!.



Η Πρόκληση των Inbound Πωλήσεων

Αν έχετε ξεκινήσει να εφαρμόζετε στρατηγικές inbound marketing, τότε το ίδιο θα πρέπει να κάνετε και με τις πωλήσεις σας.

Η παραδοσιακή outbound μέθοδος (τηλέφωνα, ραντεβού κλπ) που εφαρμόζατε μέχρι σήμερα, δεν συμβαδίζουν με τις απαιτήσεις και τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται στις μέρες μας ώστε να έχετε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Είναι σημαντικό να επικοινωνείτε με υποψήφιους πελάτες, αλλά ακόμα σημαντικότερο είναι να επικοινωνείτε με τους κατάλληλους και την κατάλληλη στιγμή!

Η Πρόκληση των Inbound Πωλήσεων

Αυτό που κρατάς στα χέρια σου είναι μία διαδικασία, εστιασμένη στον τρόπο επικοινωνίας με τους υποψήφιους πελάτες αυτούς που έχουν αλληλεπιδράσει και κατεβάσει κάτι από την ιστοσελίδα σου.

Εκτός απ' το να περιμένουν τον υποψήφιο πελάτη να φτάσει στην Sales Page του Funnel τους, οι πετυχημένες εταιρείες επικοινωνούν με τον υποψήφιο πελάτη τους πολύ γρηγορότερα, μιας και είναι πιο «ζεστός» και πιο «εκπαιδευμένος».

Χρησιμοποίησε αυτό το kit σαν βάση για να μπορέσεις να φτιάξεις την διαδικασία φροντίδας (nurturing process) του υποψήφιου πελάτη σου σε εφαρμογή.

Πώς να το Χρησιμοποιήσεις

Τα παρακάτω emails σε βοηθούν να ξεκινήσεις την δημιουργία της προσωποποιημένης διαδικασίας πωλήσεων σου. Μόλις κάνεις τις πρώτες σου δοκιμές και εξοικειωθείς με την διαδικασία και τις διάφορες απαντήσεις που θα λάβεις, παίξε τροποποιώντας όπου και αν χρειάζεται ώστε να τα προσαρμόσεις στις δικές σου ανάγκες, ύφος και στυλ..

Στα επόμενα slides θα βρεις πραγματικά παραδείγματα από αυτά που χρησιμοποιούμε κι εμείς, αναλύοντας το κάθε στοιχείο που τα κάνει πετυχημένα και αποτελεσματικά.

Μπορείς να κατεβάσεις αυτά τα έτοιμα emails στο τέλος αυτού του οδηγού σε αρχείο PDF για προσωπική σου χρήση.



The Qualifier

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι όσοι εισέρχονται στην βάση δεδομένων σας δεν είναι όλοι διαπιστευμένοι να μπουν σε μια διαδικασία προώθησης των πωλήσεων, όπως αυτή που περιγράφεται λεπτομερώς σε αυτό το εγχειρίδιο.

Το μάρκετινγκ και οι πωλήσεις θα πρέπει να συνεργαστούν για τη δημιουργία Συμφωνίας Επιπέδου Υπηρεσιών (SLA) σχετικά με τους παράγοντες που κάνουν έναν υποψήφιο πελάτη κατάλληλο για την επιχείρηση, καθώς και τη διαδικασία που απαιτείται για τη σύνδεση με αυτούς στη συνέχεια.

Connect Email #1

Connect Email #1

Τίτλος μηνύματος: Γρήγορη ερώτηση

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Το μήνυμα αυτό είναι ένα follow up της προσπάθειας μου να μιλήσουμε στο τηλέφωνο.

Πρόσφατα κατέβασες το [όνομα προσφοράς]. Οι περισσότεροι από αυτούς που το λαμβάνουν [πρόβλημα που αντιμετωπίζουν], με αποτέλεσμα [αποτέλεσμα του προβλήματος που αντιμετωπίζουν]

Έριξα μια ματιά στο site σου και [πρόβλημα που διαπίστωσες]. Έχοντας δουλέψει με αντίστοιχες επιχειρήσεις [κλάδος], έχω μερικές χρήσιμες συμβουλές και προτάσεις που μπορούν να σε βοηθήσουν.

Ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος να έρθουμε σε επικοινωνία;

Dissecting Email #1

1. Αυτό λειτουργεί επειδή είναι σύντομο, έχει την παρακίνηση και δε ζητάει την πραγματοποίηση αγοράς.
2. Για να συνδεθείτε πραγματικά με τον υποψήφιο πελάτη, πρέπει να αισθανθεί ότι καταλαβαίνετε τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει. Με βάση αυτά που γνωρίζετε, γιατί οι υποψήφιοι πελάτες σας κατέβασαν την προσφορά (eBook, Whiterpaper κλπ);
3. Ποια είναι τα αποτελέσματα των προκλήσεων που αντιμετωπίζει;
4. Αυτό δείχνει ότι έχετε κάνει την προεργασία σας. Να θυμάστε ότι στο τέλος πρόκειται για την ενσυναίσθηση
5. Αντί να χρησιμοποιείτε λέξεις όπως "αν θέλετε να ...", να είστε πιο δυναμικοί και να ρωτήσετε ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος για να συνδεθείτε μαζί του.

Connect Email #2

Connect Email #2

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Πρόσφατα επισκέφθηκες την ιστοσελίδα μας [το site της εταιρείας σας] και κατέβασες το [όνομα προσφοράς].

Στο προηγούμενο email που σου έστειλα κάποιες σκέψεις σχετικά το [πρόβλημα που αντιμετωπίζει]. Για τον λόγο αυτό σκέφτηκα να [πρόσθεση αξίας].

Σύμφωνα με αυτά που διαπίστωσα, έχω κάποιες προτάσεις σχετικά με το πώς να το βελτιώσεις.

Θα ήθελες να το κουβεντιάσουμε.

Ενημέρωσέ με για κάθε περίπτωση.



1. Δείξτε ότι γνωρίζετε κάτι για τον υποψήφιο πελάτη σας. Με την χρήση ενός software αυτοματισμού, μπορείτε να δείτε το περιεχόμενο που «κατανάλωσε» ή τι κατέβασε απ' την ιστοσελίδα σας.
2. Επαναφέρετε το σημείο «πόνου» που εντοπίσατε στο μήνυμα # 1.
3. Εδώ έχετε προχωρήσει ένα βήμα παραπέρα. Τι επιπλέον έχετε κάνει γι αυτούς τώρα; (π.χ αξιολογήσατε τον ιστότοπό τους. Περισσότερη έρευνα σε βάθος.)
4. Σημαντικό. Αφήστε τους να περιμένουν περισσότερο. Μην προδίδετε αμέσως όλα σας τα χαρτιά – μυστικά.



Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Πρόσφατα επισκέφθηκες την ιστοσελίδα μας [το site της εταιρείας σας] και κατέβασες το [όνομα προσφοράς].

Στο τελευταίο email που σου έστειλα, αναφέρθηκα στα [tips X,Y,Z]. Για την καλύτερη κατανόησή τους, θα ήθελα να σου δείξω μια εταιρεία του κλάδου σου που τα εφαρμόζουν πολύ καλά.

Αυτό που θα διαπιστώσεις η [όνομα - εταιρεία ανταγωνιστή] είναι / έχει [tip σχετικά με το πρόβλημα που αντιμετωπίζει].

Θα ήθελες να ορίσουμε κάποιο χρόνο για να μιλήσουμε σχετικά με μερικές βελτιστοποιήσεις που θα σε βοηθήσουν στο να μην βρίσκεσαι πίσω απ' τον ανταγωνισμό;

Πότε θα ήταν καλά να τα πούμε;



1. Θέλετε να τραβήξετε την προσοχή γρήγορα; Κάντε αναφορά στον ανταγωνιστή του.
2. Διατηρήστε την προσοχή και το ενδιαφέρον τους συγκρίνοντας τις ενέργειές τους με του ανταγωνιστή τους.
3. Τι κάνει ο ανταγωνιστής που δεν κάνει ο υποψήφιος πελάτης σας; Σημαντικό εδώ είναι να τονίσετε ότι μπορείτε να τον βοηθήσετε ώστε να αποκτήσει προβάδισμα.
4. Τι θα συμβεί αν δεν ανταποκριθούν στην επικοινωνία σας;

Connect Email #4

Connect Email #4|

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Πρόσφατα επισκέφθηκες την ιστοσελίδα μας [το site της εταιρείας σας] και κατέβασες το [όνομα προσφοράς]. Μετά από σχετική έρευνα σου έστειλα [αποτελέσματα έρευνας].

Είναι πέρα για πέρα αλήθεια ότι υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες που θα βοηθούσαν την επιχείρησή σου.

Σε προηγούμενα email που σου έστειλα σου έδωσα μερικά tips σχετικά με τις βελτιστοποιήσεις για [πρόβλημα που αντιμετωπίζουν], καθώς την θέση σου σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

Συνεχίζει να σ ενδιαφέρει να μάθεις σχετικά;



Dissecting Email #4

1. Ποια επιπλέον αξία μπορείτε να προσθέσετε; Δεν έχουν ακόμη απαντήσει σε προηγούμενες επικοινωνίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οπότε κάτι λείπει.
2. Αναφέρετε στο γεγονός ότι προσπαθείτε να τους προσεγγίσετε για να τους βοηθήσετε.
3. Θέλουν ακόμη και τη βοήθειά σας;

The Breakup Email

Τίτλος μηνύματος: Πως μπορούμε να βοηθήσουμε;

Γεια σου [το όνομα του υποψήφιου πελάτη]

Πρόσφατα επισκέφθηκες την ιστοσελίδα μας [το site της εταιρείας σας] και κατέβασες το [όνομα προσφοράς].

Σύμφωνα με την έρευνα που έκανα, εκτός από τις σημαντικές ευκαιρίες που θα βοηθούσαν την επιχείρησή σου., υπάρχουν και μερικές γρήγορες και αποτελεσματικές ενέργειες που μπορείς να κάνεις.

Ωστόσο μιας και μέχρι στιγμής δεν έχεις ανταποκριθεί στα μηνύματά μου, υποθέτω ότι δεν χρειάζεσαι τη βοήθειά μου.

Εύχομαι σ' εσένα και [όνομα εταιρείας] ότι καλύτερο.

Αν στο μέλλον υπάρξει κάτι που θα μπορούσα να σου φανώ χρήσιμος, μη διστάσεις να επικοινωνήσεις μαζί μου.



Κατεβάστε τα Emails!

Χρησιμοποιήστε τον παρακάτω σύνδεσμο για να κατεβάστε τα προσχέδια των email.

<https://bit.ly/2FQqDQM>

Ας μιλήσουμε για το marketing σας.

Αφήστε μας να σας καθοδηγήσουμε στο πώς το Inbound Marketing μπορεί να μεταμορφώσει την επιχείρησή σας και γιατί είναι η αποδεδειγμένη μέθοδος online επιχειρηματικότητας

Τι να περιμένετε:

- Μία τηλεφωνική συνομιλία διάρκειας 30' με κάποιον από τους συμβούλους μας
- Αξιολόγηση των υφιστάμενων στρατηγικών μάρκετινγκ της επιχείρησής σας
- Ανάλυση και αξιολόγηση της ιστοσελίδας σας
- Προτάσεις βελτιστοποιήσεων

Ζητήστε την δωρεάν συμβουλευτική σας και μάθετε περισσότερα για αυτά που μπορούμε να κάνουμε για εσάς.

<https://bit.ly/2r1JD9T>

dms