

Памятка инструментов воронки маркетинга

Воронка маркетинга — это последовательность этапов, через которые последовательно должен пройти каждый клиент компании. Только тогда инструменты онлайн-маркетинга будут максимально эффективными, а затраты на них – максимально оптимизированными.

Картинка воронки

Ниже — памятка по инструментам каждого этапа. Начните использовать их и дополните список инструментами, наиболее актуальными для вашего бизнеса.

<p>Этап Охвата</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Реклама в поисковых системах; • Баннерная реклама на целевых ресурсах; • Таргетированная реклама в социальных сетях; • Геотаргетированная реклама; • Публикации у блогеров и лидеров общественного мнения; • Нативная реклама в онлайн- и офлайн-СМИ; • Контент-маркетинг; • Проактивный репутационный менеджмент; • Реклама на ТВ и радио; • Наружная реклама;
<p>Этап Захвата</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Обратный звонок — Пользователю предлагается оставить свой контактный телефон • Форма заявки — Пользователю оставляет свои контактные данные • Live chat — Пользователю предлагается специальное окно для Онлайн консультации с менеджером, например Jivo site; • Получение материалов — Пользователь оставляет свой e-mail или свои контакты и получает интересующую его информацию; • Форма подписки на E-mail рассылку — форма на сайте, при заполнении которой, пользователь начинает получать письма с релевантной информацией, советами и рекомендациями, а также специальными предложениями.

**Этап
Подогрева**

- Блог и статьи на сайте
 - E-mail рассылка
 - Новости
 - Специальные предложения
 - Статьи
 - Видео- и текстовые отзывы клиентов
 - Сообщества в социальных сетях
 - Статьи в профессиональных сообществах
 - Контекстная реклама со специальными предложениями
 - SMS-рассылка
-