

# 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.

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

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