**Среды разработки от JetBrains**

Воронка продаж для продуктов от компании JetBrains по модели AIDALA:

**Внимание**

На этапе привлечения внимания цель — заявить о себе и заинтересовать потенциальную аудиторию и привлечь их к продуктам JetBrains. Компания использует несколько подходов:

* **SEO и целевая реклама** в социальных сетях, поисковых системах и на специализированных платформах. Оптимизация для поисковых систем и реклама в поисковиках и на специализированных платформах для привлечения трафика на сайт.
* **Публикации** в блогах, статьи и новости о новых продуктах и обновлениях. Активное присутствие в социальных сетях и на платформах, таких как GitHub, Stack Overflow, для взаимодействия с сообществом разработчиков.
* **Участие в мероприятиях** и конференциях по программированию и IT.

**Интерес**

На этом этапе цель — углубить интерес, предоставив больше информации и демонстрируя ценность продуктов:

* **Вебинары и обучающие видео**, демонстрирующие возможности продуктов и их применение на практике. Блоги, вебинары, курсовые лекции и онлайн-конференции для разработчиков. Это помогает предоставить ценную информацию и показать экспертизу компании.
* **Доступ к документации и учебным материалам**, которые помогают лучше понять продукт.
* **Сравнение возможностей**: Подробные сравнения с аналогичными продуктами на рынке, выделение уникальных функций и преимуществ.

**Желание**

Создание желания купить продукт через демонстрацию его уникальности и преимуществ:

* **Кейс-стади и отзывы клиентов**: Публикация историй успеха от реальных пользователей, демонстрирующих, как продукты JetBrains помогли решить конкретные задачи.
* **Интерактивные демонстрации**: Онлайн-инструменты или интерактивные туры по продукту, позволяющие в реальном времени оценить его возможности.
* **Демоверсии и триалы** продуктов, позволяющие оценить их функциональность.

**Действие**

На этом этапе важно максимально упростить процесс перехода от желания к действию – покупке:

* **Упрощенный процесс покупки**: Четкая и простая процедура оформления заказа на сайте.
* **Гибкие варианты оплаты**: Несколько способов оплаты, включая популярные электронные платежные системы.
* **Предложения и скидки**: Специальные предложения, скидки для студентов, образовательных учреждений и стартапов.
* **Лицензионная политика**: Гибкие условия лицензирования, включая персональные и корпоративные лицензии.

**Лояльность**

После покупки ключевая задача — укрепить лояльность клиента, чтобы он продолжал пользоваться продуктом и рекомендовал его другим:

* **Программы поддержки и обслуживания**: Предоставление качественной технической поддержки и регулярных обновлений продукта. Консультации и помощь в решении технических вопросов через форумы поддержки и прямые обращения.
* **Коммьюнити**: Построение сильного сообщества вокруг продуктов, включая форумы, группы в социальных сетях, встречи и мероприятия.
* **Личный кабинет с персонализацией**: Возможность настройки продукта под личные нужды, доступ к дополнительным материалам и обучающим программам.

**Адвокация**

Превращение довольных клиентов в активных сторонников и защитников бренда:

* **Программы рефералов и аффилиатов**: Поощрение пользователей за привлечение новых клиентов через реферальные программы и партнерства.
* **Кампании по сбору отзывов**: Поощрение пользователей за оставление отзывов и рекомендаций в социальных сетях и на платформах с обзорами.
* **Участие клиентов в развитии продукта**: Вовлечение пользователей в тестирование новых функций, сбор предложений и идей для улучшения продуктов.