

צ'ק ליסט לבניית קמפיין מכירה מוצלח



03

זכרו! נדרשות לפחות 7 חשיפות עד שקונים

הרבה קמפיינים נכשלים בגלל חשיפה נמוכה מדי לקמפיין עצמו מחשש להעיק על הקהל אבל זכרו, ככל שתחשפו את המוצר יותר כך הוא ימכר יותר!



02

הכינו נקודות ציון דרך לאורך הקמפיין

האורך הקלאסי לקמפיין מכירה הוא בין שבועיים לשלושה, **ההמלצה שלי**, צרו לאורך הקמפיין נקודות ציון שיתנו לכם תירוץ לשלוח עוד משהו לקהל שלכם, בונוס שמגיע ונעלם, מחיר שעולה וכו'.



01

הגדירו מתי הקמפיין מתחיל ומתי הוא נגמר

קמפיינים רבים נכשלים כי אין להם גבולות ברורים, בעל העסק מתחיל את הקמפיין ביום בהיר אחד בלי מחשבה ואין לו תכנית מתי הקמפיין אמור להסתיים, כשלקמפיין אין תאריך סיום, גם אין לו דדליין ולכן ללקוחות אין סיבה מוצדקת לקנות כאן ועכשיו.



06

שיחות טלפון

אל תזלזלו במכירה טלפונית, לרוב היא סוגרת את כל המכירות שלא נסגרו לבד. השאירו טופס הרשמה לשיחת טלפון וחזרו טלפונית לסגירת העסקה.



05

עשו ללקוח חיים קלים

בעידן הטכנולוגיה, לאתר שלנו יש משמעות אדירה במכירת מוצרים כי רוב האנשים רוכשים באינטרנט או לפחות מתחילים שם את התהליך, לכן הקפידו שעמוד המוצר שלכם יהיה נוח לשימוש וידרוש כמה שפחות פעולות מהלקוח על-מנת לבצע קניה.



04

הצעה שאי אפשר לסרב לה

מוצר טוב לא מספיק כדי לייצר הרבה מכירות, הקפידו לארוז את המוצר בצורה מושכת ומשכנעת, הוסיפו מתנות לנרשמים ותנסו להכנס לראש של הלקוח כמה שיותר, חישובו איך הוא היה רוצה לקבל את המוצר שלכם.



09

דד ליין

דחיפות יוצרת קניה - אין על זה ויכוח. בכל קמפיין הקפידו לעדכן את הקהל כמה פעמים שהמכירה עומדת להסתיים, שהמתנה שהובטחה להם עם קניית המוצר נעלמת או שהמחיר עולה. דחיפות היא אחד ממנופי המכירה החזקים ביותר.



08

אחריות

בישראל פועל חוק הגנת הצרכן שמאפשר ללקוחות להחזיר מוצר ולקבל זיכוי מלא עד 14 יום מביצוע העסקה. הדגישו את האחריות שאתם נותנים במקום בולט כי הדבר שלקוחות הכי מפחדים הוא לקנות חתול בשק. הידיעה שיש אחריות תעודד מכירות.



07

לקוחות ממליצים

אחד הכפתורים שלוחצים על אנשים לבצע עסקה זה לראות אחרים שנהנו מהמוצר לפניהם, אז בין אם אתם נותנים שירות או מוכרים מוצר, הקפידו להציג סיפורי הצלחה של לקוחות כי זה תמיד נראה טוב יותר כשמישהו ממליץ עליכם.

בכל שנותיי כבעלת עסק שמוכרת כל הזמן באינטרנט, בוידאו, מול קהל, בשיחות טלפון, צברתי עשרות כלי מכירה שונים, העקרונות הנ"ל הם הבולטים ביותר שתמיד עזרו לקמפיינים שלי להצליח אבל הדבר החשוב ביותר היא המנטרה ששיננתי בתחילת הדרך הרבה: **"זה חוסר אחריות לא למכור את המוצר שלי"** כי אם אתם מאמינים במוצר שלכם, יש לכם אחריות להפיץ אותו לכמה שיותר אנשים.

הדפיסו את הצ'קליסט ותלו אותו במשרד לשימושכם בכל קמפיין ©

למידע על הקורסים שלי לשייווק ומכירות באינטרנט המותאמים לעסקים קטנים לחצו כאן