

#LEAD_GENERATION #MARKETING_FUNNEL

PHÁT TRIỂN DANH SÁCH KHÁCH HÀNG THEO HÀNH VI MUA HÀNG



Thu thập dữ liệu khách hàng đã tìm hiểu
về sản phẩm để chuyển tiếp bộ phận
Sales theo sát và chốt Sale.

Chăm sóc hậu mãi và phân loại để
tiếp tục tư vấn Up-sale hay
Cross-sale.

ẤN TƯỢNG

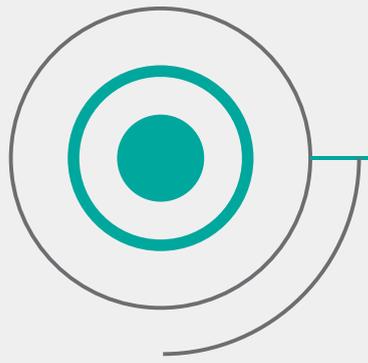
MUA HÀNG

TÌM HIỂU

SAU MUA HÀNG

Thu thập dữ liệu khách hàng có nhu cầu
để cung cấp cho các chiến dịch
Marketing về sau

Tích hợp dữ liệu khách hàng
đã mua vào CRM để tiếp tục
chăm sóc



ẤN TƯỢNG

ladipage

01

HỘI THẢO

Tổ chức các hội thảo chuyên môn để chuyển đổi công chúng từ các kênh online thông qua việc đăng kí tại Landing Page của sự kiện.

02

SIDE PROJECT

Tạo một sản phẩm đơn giản không liên quan trực tiếp tới sản phẩm gốc nhằm giải quyết một vấn đề khác của tệp mục tiêu. Khách hàng mục tiêu phải đăng kí để sử dụng.

03

DỊCH VỤ GIA TẶNG

Tạo các dịch vụ có liên quan tới sản phẩm gốc cho tệp mục tiêu. Ví dụ: Bảo dưỡng miễn phí các sản phẩm kỹ thuật, khám sức khỏe tổng quát với dịch vụ gym ...

04

KHẢO SÁT

Khảo sát online hoặc offline kèm quà tặng để lấy ý kiến của khách hàng về nhu cầu mới, khảo sát xây dựng sản phẩm ... Doanh nghiệp thu contact qua phiếu khảo sát và hiểu rõ hơn thị trường.



ẤN TƯỢNG

05

CÁC CUỘC THI

Tổ chức các mini contest để thu hút công chúng mục tiêu tham gia. Lúc này chính công chúng mục tiêu là người tạo nội dung và doanh nghiệp thu thêm được contact.

06

CHIA SẺ CÔNG CỤ

Liệt kê và chia sẻ các công cụ hữu ích mà doanh nghiệp đang sử dụng. Công chúng mục tiêu sẽ đăng kí để nhận thông qua các trang Landing Page.

07

GIVE-AWAY

Tặng quà miễn phí cho tệp mục tiêu khi thực hiện một hành động nào đó giúp doanh nghiệp quảng bá.

08

CHIA SẺ NGUỒN LỰC

Chia sẻ và sử dụng chung các nguồn lực mà doanh nghiệp đang tiếp cận và sử dụng với công chúng mục tiêu.



TÌM HIỂU

ladipage

09

EBOOK

Tài liệu educate khách hàng, đưa những kiến thức hữu ích hỗ trợ giải quyết vấn đề đồng thời giới thiệu về sản phẩm. Công chúng mục tiêu để lại thông tin để được download.

10

LIVESTREAM TƯ VẤN

Tư vấn nhóm trực tuyến trên Facebook hoặc Youtube. Yêu cầu đăng kí và gửi câu hỏi qua Landing Page để được add vào nhóm nhận tư vấn.

11

WEBINAR

Xây dựng video về giải quyết một vấn đề cụ thể trên webinar nhằm educate. Công chúng mục tiêu phải đăng kí để được mời tham gia.

12

CHIA SẺ TAKE-NOTE

Chia sẻ lại take-note của webinar dưới dạng file pdf hoặc slide dành cho những ai không đăng kí tham gia. Yêu cầu để lại thông tin để nhận take-note.



TÌM HIỂU

ladipage

13

WORKSHOP

Offline để hướng dẫn trực quan về cách giải quyết một vấn đề cụ thể. Phù hợp với các sản phẩm, dịch vụ vô hình (không thể nhìn thấy, cầm nắm được)

14

ĐĂNG KÍ DÙNG THỬ

Tặng các gói dùng thử để trải nghiệm cách thức sản phẩm hoạt động trong thời hạn nhất định. Đăng kí dùng thử trên các trang Landing Page.

15

CASE-STUDY

Báo cáo về các case sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp và thu về hiệu quả. Chia sẻ các giải pháp chuyên môn đã áp dụng tại case đó.

16

OFFLINE NETWORKING

Tổ chức các buổi gặp mặt giao lưu hoặc mời một chuyên gia trong lĩnh vực tới chia sẻ. Việc giao lưu giúp xây dựng và liên kết nguồn lực hỗ trợ giải quyết nhu cầu của khách hàng.



TÌM HIỂU

ladipage

17

CHIA SẺ WORKSHEET

Chia sẻ các văn bản hay quy trình làm việc hỗ trợ công việc của khách hàng thuận lợi và dễ dàng hơn.

18

E-COURSE

Xây dựng các chương trình đào tạo trực tuyến giúp khách hàng giải quyết vấn đề và sử dụng sản phẩm tốt hơn.

19

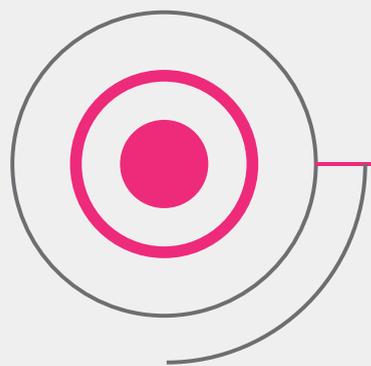
REPORT VỀ TỔNG QUAN NGÀNH

Chia sẻ báo cáo về kết quả giám sát về tình hình trong ngành nghề của khách hàng. Giúp khách hàng có thêm thông tin hữu ích. Phù hợp với doanh nghiệp B2B.

20

SERIES BÀI VIẾT TRÊN BLOG

Xây dựng một loạt bài viết blog độc quyền có tính chương hồi và yêu cầu khách hàng đăng kí theo dõi để nhận được cập nhật sớm nhất.



MUA HÀNG

ladipage

21

DOWNLOAD BÁO GIÁ

Phù hợp với doanh nghiệp B2B. Khách hàng phải để lại thông tin trên website hoặc Landing Page nếu quan tâm tới báo giá của sản phẩm.

22

WAIT-LIST

Danh sách khách hàng đăng kí mua trước khi ra mắt sản phẩm. Lúc này hành vi mua hàng đã xác định rõ và khách hàng sẽ thoải mái và tự nguyện cung cấp thông tin liên hệ.

23

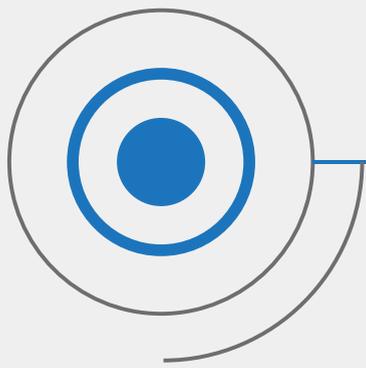
SALE PROMOTE

Cách chiến dịch giảm giá, khuyến mãi nói chung nhằm kích thích mua hàng. Khách hàng đăng kí thông tin để nhận ưu đãi khi mua.

24

CROWD FUNDING

Huy động khách hàng cùng chung sức về tài chính để xây dựng 1 sản phẩm mới. Lúc này ngoài thu về contact, doanh nghiệp cũng được sự đảm bảo mua hàng của khách hàng.



SAU MUA HÀNG

 ladipage

25

RESEARCH SẢN PHẨM MỚI

Tiến hành khảo sát khách hàng đã mua hàng để tìm hiểu nhu cầu để thiết kế một sản phẩm mới.

26

NEW PRODUCT PROMOTE

Thực hiện chương trình ưu đãi tới khách hàng cũ khi có sản phẩm mới tốt hơn. Ví dụ: Đổi 1-1, giá ưu đãi cho khách hàng thân thiết ...

27

KHÁCH HÀNG THÂN THIẾT

Xây dựng các chương trình thành viên để phân loại các nhóm khách hàng khác nhau.

28

GẶP MẶT TRI ÂN

Nằm trong hoạt động chăm sóc sau mua. Các hoạt động này giúp doanh nghiệp nắm bắt được phản hồi của khách hàng để tối ưu sản phẩm hơn. Lắng nghe và phân loại nhu cầu.

Cộng đồng LadiPage Vietnam



THAM GIA GROUP

<https://www.facebook.com/groups/LadiPageVietnam/>



DOWNLOAD EBOOK

QUY TRÌNH 5 BƯỚC VIẾT TIÊU ĐỀ QUẢNG CÁO BÁN HÀNG

<http://bit.ly/2gcdaLS>



DOWNLOAD EBOOK

12 SECTIONS TIÊU CHUẨN CHO FANPAGE BÁN HÀNG

<http://bit.ly/2eAaeaE>