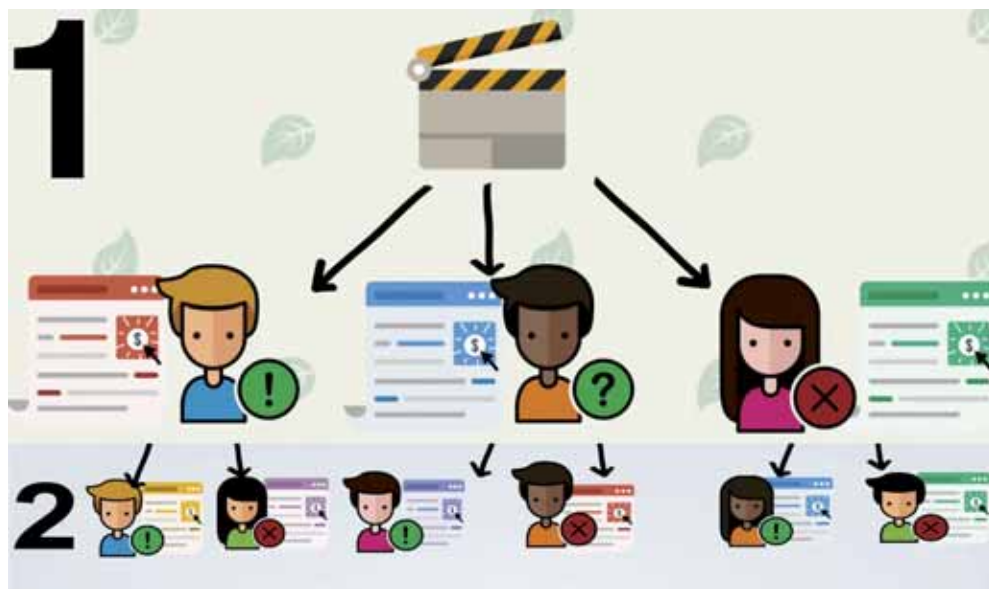


Przykład: promocja miasta

Zakładamy, że celem sprzedażowym jest pobranie aplikacji danego miasta.

Publikujemy reklamę z filmikiem zachęcającym do odwiedzenia naszego miasta. Na bazie odtworzeń tego filmu pokazujemy kolejne reklamy i treści. Ostatecznie tworzymy kampanię reklamową na instalację aplikacji (osobną dla Androida, osobną dla iOS). Lejek można wydłużyć przez wykorzystanie grupy osób, które aplikację już mają, i kierować do nich kolejne reklamy.



Rys. 57. Prosty schemat budowania lejka sprzedażowego i segmentowania prospektów

Źródło: opracowanie własne.

Lejek z botem

Możemy używać tego lejka, kiedy chcemy segmentować *leady* na Facebooku. Wykorzystując możliwość wysyłania wiadomości, bardzo łatwo zadawać pytania, określać profil potencjalnych klientów, potem edukować ich za pomocą krótkich materiałów, a na koniec przekierować bezpośrednio do sprzedaży czy na stronę internetową.

Do innych zalet tego lejka należy to, że przez to, że dzieje się to na czacie – mamy możliwość natychmiastowego otrzymania informacji, czego nie uwzględniliśmy w naszym schemacie.

Jak przygotować ten lejek?

- Jak zwykle – zacznij od mapowania ścieżki klienta (na jakie pytania musi odpowiedzieć, jakie wiadomości dostanie) – żeby się nie pogubić – zacznij od 2–3 głównych ścieżek. Dopiero potem dodawaj kolejne. Zawsze zwracaj uwagę na treści, z jakimi klient miał już kontakt.
- Postaw i zaprogramuj bota.

- Na podstawie prowadzonych rozmów rozbudowuj lejek.
- WAŻNE! Nie zapomnij o wykorzystaniu UTM i piksela Facebooka!

Przykład: Sklep z akcesoriami dla psów i kotów

Twój bot może zaczepiać na fanpage'u, możesz kierować do niego reklamą, może być na Twojej stronie internetowej czy możesz odesłać do niego z dowolnego innego miejsca.

Segmentację zaczynamy od rozdzielenia klientów na psiarzy, kociarzy i tych, którzy dopiero planują zakup zwierzęcia. Dalsze subsegmenty mogą obejmować wielkość zwierzęcia, rasę czy inne istotne parametry. Zapisujemy chętnych na *newsbota*, który będzie wysyłał wiadomości z ciekawymi poradami prosto na Messengera. Przy okazji możemy linkować różne produkty z naszego sklepu, wpisy z bloga czy oferować sprzedaż bezpośrednio z bota.



Rys. 58. Lejek sprzedażowy i jego etapy z narzędziami

Źródło: opracowanie własne.