📢 Jak sprawić, żeby klient kupił TERAZ?

1 wiadomość

wMinutę <news@wminute.pl>
Do: Anna Dziedzic <dziedzic.4n@gmail.com>

25 listopada 2022 12:02

25/11/2022 | Wydanie 087 | Przeczytaj w przeglądarce

wminutę

Ten e-mail został Ci przekazany przez znajomego?
Otrzymuj od nas takie co tydzień! **Zapisz się tutaj za darmo**

Wersja online maila

Archiwum maili

Nasz serwer Discord

Poleć wMinutę

Czołem w wMinutę! 😉

Witaj w #87 wydaniu **wMinutę Premium**

👇 Sprawdź o czym przeczytasz w dzisiejszym mailu 👇

🎤 Jak szybko rozwinąć podcast?

- Te 5 rad pomoże Ci szybko zwiększyć popularność podcastu.

🎄 **Pomysły na maile w okresie świątecznym**

- Wykorzystaj sezon świąteczno-noworoczny w swoich kampaniach.

💬 **Jak zarządzać zespołem od marketingu?**

- 5 rad, dzięki którym Twój zespół będzie lepiej pracował.

👩 **Marketing H2H w Twoich mailach**

- W e-mail marketingu najważniejszy jest ten, kto czyta wiadomość.

♻️ **Zastąp lejki cyklami wzrostu**

- Zmień swoje podejście i zapewnij firmie ciągły wzrost.

💸 **Spraw, żeby klient kupił TERAZ**

- Jeśli go nie zmotywujesz, to pomyśli "może później".

👀 **Jakie narzędzia kupić w Black Friday?**

- Sprawdź jakie okazje czekają na marketerów.

Trwa u nas Open Week.
Możesz dołączyć do każdego z naszych newsletterów.

Chcesz czytać też **Biznes wMinutę** oraz **Web3 wMinutę**?

Sprawdź co dla Ciebie przygotowaliśmy.
Mamy też ciekawe pakiety z Biznoteką.

Wejdź 👉 **tutaj** 👈 i sprawdź.

PODCAST

🎤 Jak szybko rozwinąć podcast?

Przez ostatnie kilka lat podcasty szybko zyskiwały coraz większą popularność. I wszystko wskazuje na to, że ta forma wciąż będzie chętnie wybierana przez odbiorców.

Dlatego przedstawiamy **kilka rad, które pomogą Ci szybko rozwinąć podcast**.

1. Krótkie formy contentu

Twórz zajawki odcinków podcastu. Wstawiaj je na TikToka, Rolki na Instagramie i YouTube Shorts. Krótkie formy contentu pozwolą Ci zwiększyć zasięg i dotrzeć do nowych osób.

2. Wykorzystaj SEO

Ludzie często szukają podcastów w danej tematyce. Daj im się znaleźć. Zrób research i znajdź popularne słowa kluczowe. Wykorzystaj je w tytułach i opisach odcinków.

3. Rób wywiady

Wywiad ze znaną osobą, to sposób na zwiększenie zasięgów. Zwłaszcza jeśli akurat jest o niej głośno. Spróbuj dotrzeć do znanych osób w branży i zrób z nimi wywiady.

4. Udostępniaj wszystkie odcinki

Nie ograniczaj ilości wyświetlanych odcinków do kilku ostatnich. Daj odbiorcy możliwość przesłuchania wszystkiego od początku. Stare odcinki też mogą przynieść sporo ruchu.

5. Promuj swój podcast

Wykorzystaj płatne reklamy. Możesz też wejść we współpracę z innym twórcami na zasadzie promocji krzyżowej. Ktoś poleca Twój podcast, a Ty jego.

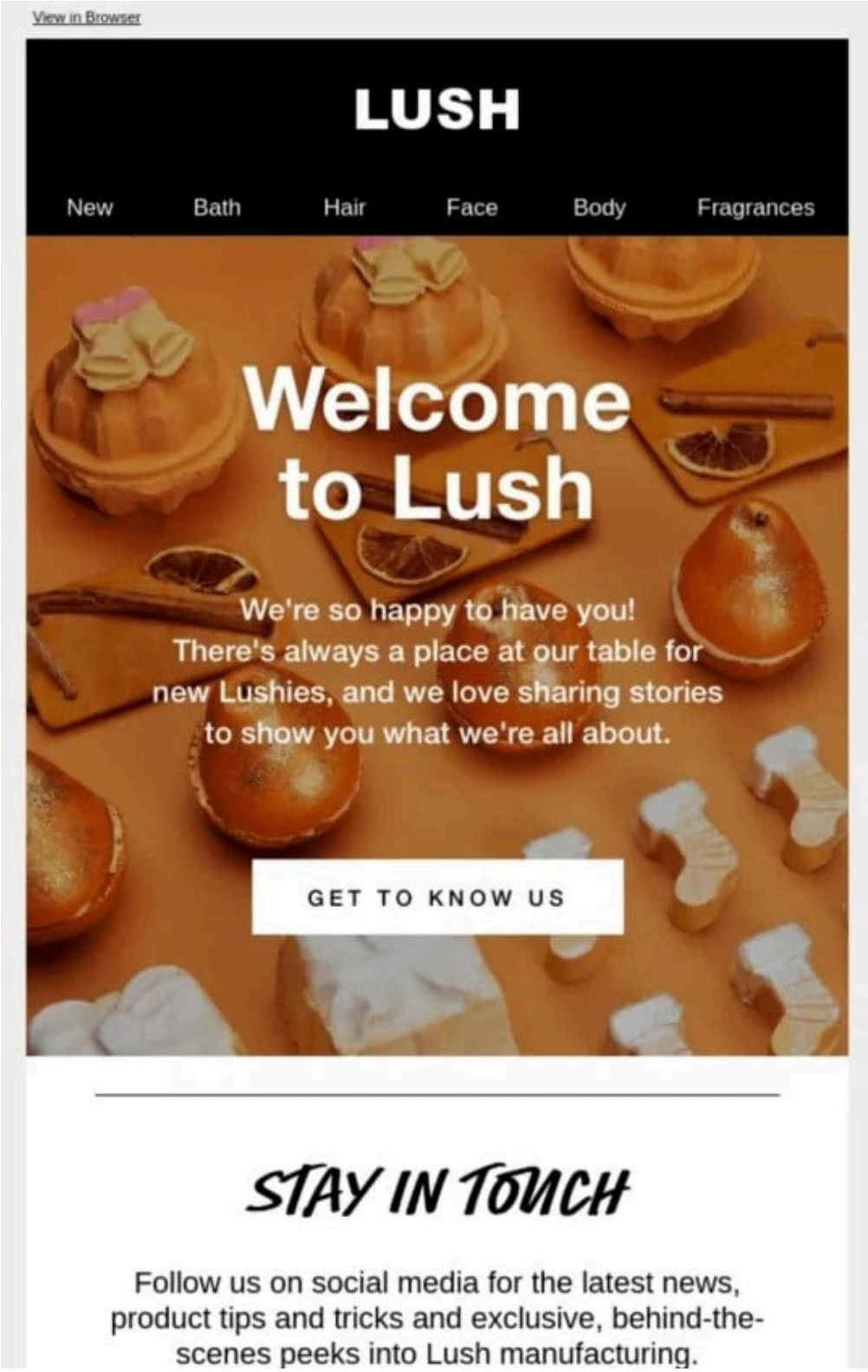
NEWSLETTER

🎄 Pomysły na maile w okresie świątecznym

Jak wykorzystać sezon świąteczno-noworoczny w mailach do klientów?
Oto kilka propozycji wraz z przykładami.

- **Mail powitalny**

Stwórz sezonowy mail powitalny dla tych, którzy zapisują się na newsletter. To może być prosta zmiana, np. grafika związana z danym okresem. Tak zrobiła firma Lush, która sprzedaje kosmetyki do pielęgnacji.



Nowi subskrybenci często zapisują się po to, by dostać zniżkę. Są gotowi na zakupy. Daj im tę szansę i nie każ czekać.

● **Szczere życzenia**

Klienci coraz częściej szukają marek, z którymi dzielą te same wartości. Wysłanie przemyślanych życzeń świątecznych lub noworocznych to okazja, by je podkreślić. To też szansa, by pokazać firmę z ludzkiej strony. Zobacz jak zrobił to Output.



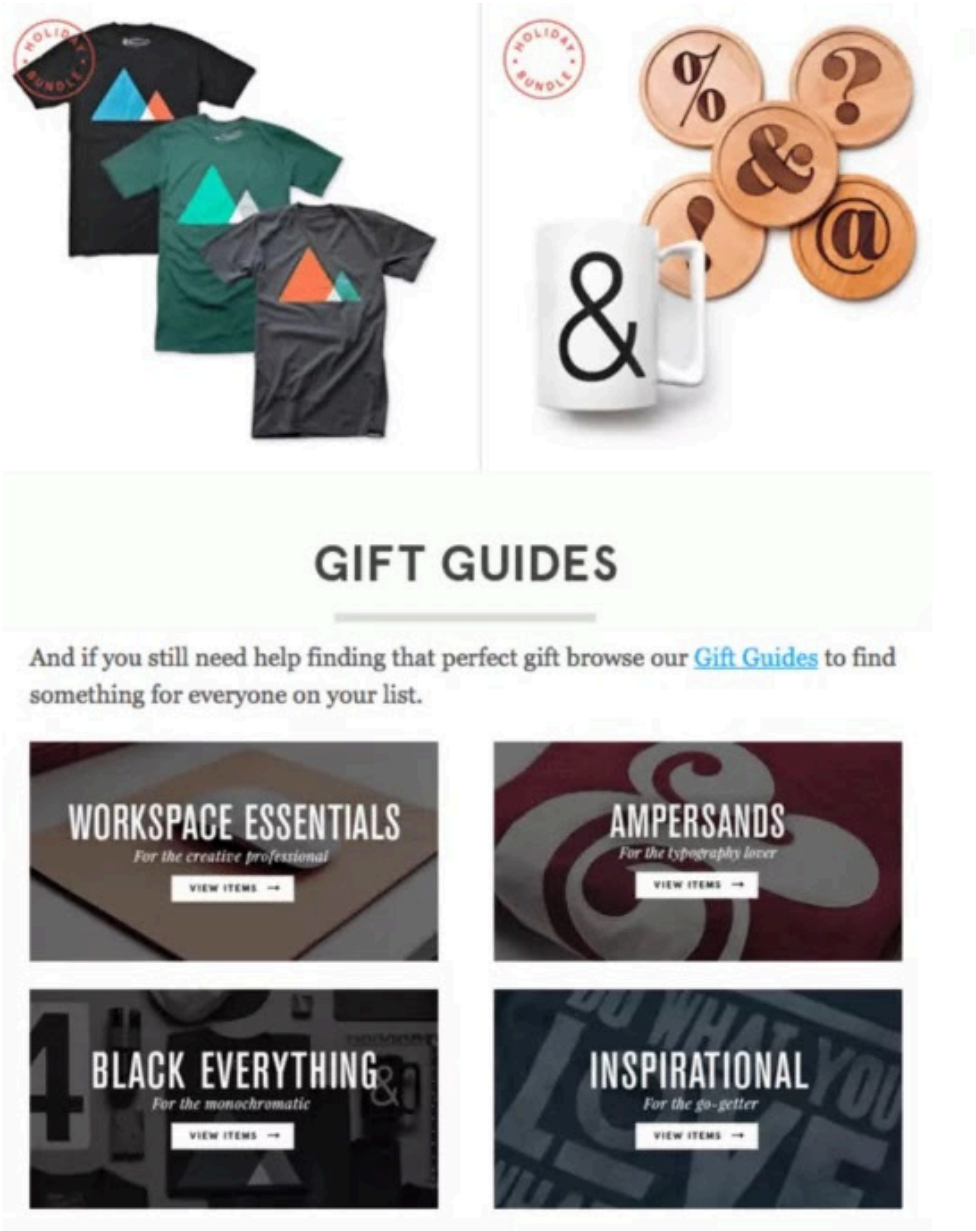
● **Docenienie klienta**

Świąteczny czas to dobry moment, by podziękować za zaufanie. Wyślij wiadomość do lojalnych klientów. Możesz też zachęcić ich do kolejnych zakupów, np. dając im kod rabatowy. Zobacz jak robi to PlayStation.



● **Poradnik prezentowy**

Produkty Twojej firmy są dobrym wyborem na prezent pod choinkę? Stwórz poradnik prezentowy. Wybierz kilka propozycji i opisz, kogo można nimi obdarować. Tak robi to Ugmonk.



- **Przypomnienia**

Spraw, żeby klienci byli na bieżąco. Jeżeli produkt był wyprzedany, ale znów się pojawił, to poinformuj o tym klientów. Możesz też motywować ich do zakupu i pisać, gdy stan magazynowy jest niski.
Wykorzystaj odliczanie do świąt. Przypominaj, do kiedy klient może złożyć zamówienie tak, by otrzymał zamówienie przed Gwiazdką.



● **Maile awaryjne**

Stwórz wiadomości na „czarną godzinę” z nadzieją, że nigdy ich nie użyjesz.

Przygotuj maile na takie sytuacje:

- Wysłanie złego lub niedziałającego linku.
- Zła cena produktu lub zła wartość zniżki.
- Produkt wyprzedał się szybciej niż zakładałeś.
- Opóźnienia w doręczeniu przesyłek.
- Strona przestała działać z powodu przeciążenia.

ZARZĄDZANIE

💬 Jak zarządzać zespołem od marketingu?

Tworzenie i zarządzanie zespołem w firmie, to nie lada wyzwanie. **Jak być skutecznym managerem dla zespołu marketerów?**

Oto kilka rad.

1. Porażki są OK

Buduj kulturę organizacyjną, w której kreatywność jest doceniana. Dawaj przestrzeń do wyrażania i wdrażania pomysłów. Nie każdy będzie dobry. Zdarzy się kilka porażek. Ale każdy nowy to potencjalny skarb.

2. Zrozum swój zespół tak, jak rozumiesz swoich klientów

Dla klientów tworzysz persony. Zastanawiasz się co lubią, czego potrzebują i co ich motywuje. Zrób to samo w odniesieniu do swojego zespołu. Zrozum osoby, z którymi pracujesz. Dzięki temu będziesz lepiej nimi zarządzać.

3. Nie każ jednej osobie robić wszystkiego

To popularny błąd, który widać w wielu ogłoszeniach o pracę. Firmy szukają „człowieka orkiestry". Kogoś, kto ogarnie grafiki, social media, stronę internetową, e-mail marketing i reklamy. A to prosta droga do wypalenia. Twórz zespół tak, by ilość obowiązków była realistyczna. Pozwól każdej osobie skupić się na tym, w czym jest najlepsza.

4. Każda osoba musi rozumieć, dokąd zmierza firma

Informuj dział marketingu o tym, co się dzieje w pozostałych częściach firmy. Wypracuj standardy, które będą jasne dla wszystkich pracowników. Na poziomie tworzenia strategii określ głos i ton marki oraz sposób komunikacji.

5. Zrozum proces tworzenia contentu

Jako szef nie musisz znać się na wszystkim. Możesz nie wiedzieć, jak wygląda proces tworzenia contentu i ile trwa wykonanie poszczególnych zadań. W takiej sytuacji po prostu zapytaj. Dowiedz się, jakich narzędzi dana osoba potrzebuje i je dostarcz. Dzięki temu unikniesz nierealistycznych oczekiwań i napięć w firmie.

NEWSLETTER

👩 Marketing H2H w Twoich mailach

W e-mail marketingu nic nie liczy się bardziej niż odbiorca. Każdego czasem kusi, by więcej opowiedzieć o szczegółach oferty. Ale to nie działa na dłuższą metę. **Prawdziwą relację z klientem stworzysz, gdy zaczniesz stosować marketing Human to Human.**

Oto kilka rad, które Ci w tym pomogą.

1. Wykorzystaj automatyzację i narzędzia AI

Tak, wiemy, że to brzmi przewrotnie. Korzystanie z takich narzędzi pomaga, bo zdejmuje z Ciebie kilka obowiązków. Dzięki temu Ty masz czas, by skupić

się na odpowiedniej komunikacji.

- Dlatego stosuj automatyzacje. Nie trać czasu na ręczne wysyłanie maili.
- Wykorzystaj AI do tworzenia szkiców wiadomości. Gdy nie piszesz maila od zera, masz więcej czasu na dostosowanie treści.

2. Stwórz personę

Nie pisz do wszystkich. Pisz do konkretnej osoby. Dokładnie opisz personę, czyli fikcyjną osobę, która reprezentuje Twoich odbiorców.
Oto kilka rzeczy, które warto uwzględnić:

- Imię
- Wiek
- Zawód
- Poziom wykształcenia
- Stan cywilny
- W jaki sposób ta osoba myśli?
- Jakie ma charakterystyczne zachowania?
- W jaki sposób spędza czas online?
- Jak wchodzi w interakcje z contentem?
- Jakie marki lubi?
- Co ją interesuje?
- Jakie ma trudności i problemy?

3. Twórz wartościowy i pomocny content

Edukuj swoich odbiorców. Daj im wiedzę, która im się do czegoś przyda lub rozwiąże jakiś problem. Zrób dokładny research i dowiedz się, jakie tematy ich interesują. Przygotuj listę i regularnie dawaj wartość. Maile sprzedażowe powinny być niewielkim ułamkiem komunikacji.

4. Pokaż osobowość marki

Jednym z najlepszych sposobów na marketing H2H jest po prostu bycie sobą. Komunikuj wartości marki i jej osobowość. Pokaż co wyróżnia Twój biznes. Daj odbiorcom możliwość powiązania maili z konkretną osobą. Przy

podpisie umieść np. swoje zdjęcie.

STRATEGIA

♻ Zastąp lejki cyklami wzrostu

Najczęstszym udziałem wzrostu sprzedaży produktu jest lejek. Tworzenie lejków marketingowych to dobry początek. **Ale jest lepsza metoda – poznaj cykle wzrostu.**

Zazwyczaj struktura firmy odpowiada budowie lejka. Marketing zajmuje się pozyskaniem klienta. Osoby rozwijające produkt dbają o retencję. Dział sprzedaży dba o zysk.

Każdy dział chce wywiązać się ze swoich zadań i zajmuje się swoim celem. To spycha na bok szerszą perspektywę i dobro całej firmy.

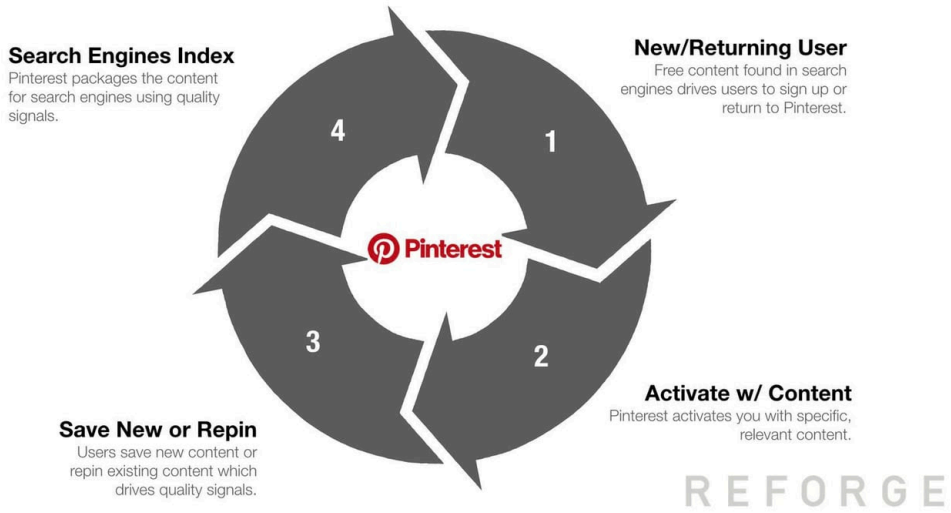
Lejki działają w jedną stronę. Im więcej będzie u góry, tym więcej będzie na dole. Dlatego gdy firma chce wzrastać, musi inwestować coraz więcej w górną część lejka. Więcej pieniędzy, więcej ludzi, więcej kanałów… A to na dłuższą metę nie jest zrównoważone.

To właśnie główny problem lejka. Brak połączenia. Lejek w pewnym momencie się kończy – i co wtedy?

Odpowiedź na to pytanie dają cykle wzrostu.

Cykl wzrostu można zobrazować okręgiem. Końcowy etap zawsze napędza początkowy. I tak w kółko.

Pokażemy Ci to na przykładzie Pinteresta:



1. Użytkownik rejestruje się.
2. Platforma podrzuca mu angażujący content.
3. Użytkownik zapisuje lub udostępnia content. Dzięki temu firma wie, które treści są wartościowe.
4. Najbardziej wartościowe treści pokazują się w wyszukiwarkach.
5. Nowy użytkownik trafia na nie i przechodzi do punktu 1.

Gdy myślisz o procesie jak o okręgu, łatwiej zauważyć, że wszystkie działania składają się na całość. Spróbuj zaplanować wzrost firmy wykorzystując cykl.

Zacznij od odpowiedzenia sobie na pytanie:
Jak jedna grupa klientów prowadzi do powstania kolejnej?

SPRZEDAŻ

💸 Spraw, żeby klient kupił TERAZ

Nie chcesz, żeby Twoi klienci myśleli „może kupię, ale później”? Wykorzystaj te **6 rad, dzięki którym Twoja sprzedaż stanie się dla nich pilną sprawą**!

Sposób 1

„Cena wzrośnie po dniu x”

Metodę możesz wykorzystać, gdy wprowadzasz nowy produkt. Przez pierwsze kilka dni sprzedawaj go po niższej cenie. Jasno zakomunikuj, że po tym czasie cena wzrośnie.

Ten sposób przyda się też, gdy chcesz podnieść ceny. Daj znać klientom, że obecna cena obowiązuje do konkretnego dnia.

Sposób 2

„*Przyjmuję tylko x klientów w ciągu miesiąca. Zostało 1 miejsce”*

Ten sposób przyda Ci się, jeśli sprzedajesz usługi, np. konsultacje. Wykorzystaj go, jeśli limit naprawdę istnieje. Uzasadnij, dlaczego możesz przyjąć tylko x klientów.

Sposób 3

„*Mam listę chętnych na miesiąc do przodu. Zarezerwuj swoje miejsce”*

Wykorzystaj tę metodę, jeśli prowadzisz biznes, gdzie rezerwuje się miejsca, np. salon spa. Sprawdzi się również w przypadku konsultacji. W ten sposób dodatkowo pokażesz dowód społeczny. Bo skoro inni rezerwują coś miesiąc wcześniej, to chyba warto, prawda?

Sposób 4

„*Zamów do dnia x, a otrzymasz coś GRATIS”*

Każdy może wykorzystać ten sposób. Upewnij się tylko, że gratis będzie miał dla klienta wartość.

Sposób 5

„*Wycofuję tę ofertę na zawsze. Kup teraz albo nigdy”*

Gdy wycofujesz jakiś produkt, daj mu ostatnią szansę. Taki komunikat możesz połączyć z dodatkową zniżką na dany produkt.

Sposób 6

„*Tylko dzisiaj x% zniżki!”*

Sposób działa dobrze, ale musisz mądrze z niego korzystać. Jeśli promocje będą zbyt często, to klienci się do nich przyzwyczają i zaczną jeszcze bardziej zwlekać z zakupem.

NARZĘDZIA

📲 Jakie narzędzia kupić w Black Friday?

Na blogu SMSAPI pojawiła się **lista narzędzi dla marketerów, które warto kupić w Black Friday**. Wybraliśmy najciekawsze z nich.

Oto one.

Brand24
Narzędzie do monitoringu Internetu.
Oferta na Black Friday: -50% na dowolny pakiet na 3 miesiące.

Legal Geek
Kancelaria prawna dla właścicieli e-commerce.
Oferta na Black Friday: -33% z kodem LEGALWEEK.

SEMSTORM
Narzędzia z AI do contentu i SEO.
Oferta na Black Friday: -50% na długoterminowe pakiety.

Senuto
Aplikacja do SEO i content marketingu.
Oferta na Black Friday: od 30 do 50% zniżki na plany roczne.

Shoper
Platforma, na której możesz stworzyć sklep internetowy.
Oferta na Black Friday: sklep za 299 zł za pierwszy rok w pakiecie Standard.

Sprawdź pozostałe okazje **tutaj.**

KONIEC MAILA

🔚 Na zakończenie wMinutę

Inne newslettery z naszej rodziny:

- **Web3 wMinutę** – poznaj świat web3.

- **Biznes wMinutę** – wystartuj ze swoim biznesem.

Pozdrawiamy serdecznie
Zespół wMinutę

P.S. Jeżeli chcesz zarządzić swoją subskrypcją, to wejdź tutaj.
P.P.S. I sprawdź koniecznie nasz serwer Discord.

Otrzymujesz ten e-mail, ponieważ zapisałeś/aś się do newslettera wMinutę. Możesz się wypisać z otrzymywania maili, klikając w ten link, ale... wypisze Cię to z całej komunikacji i nie będę Cię informował o nowościach, które budujemy 😳 W razie dodatkowych pytań, odpisz proszę na tego maila.

wMedia Sp. z o.o., Józefa Mehoffera 29/U2, 03-131 Warszawa, Poland.