

Название учебного заведения

Тема: «Воронка продаж на примере Интернет-магазина «Активный отдых»»

Выполнил: _____

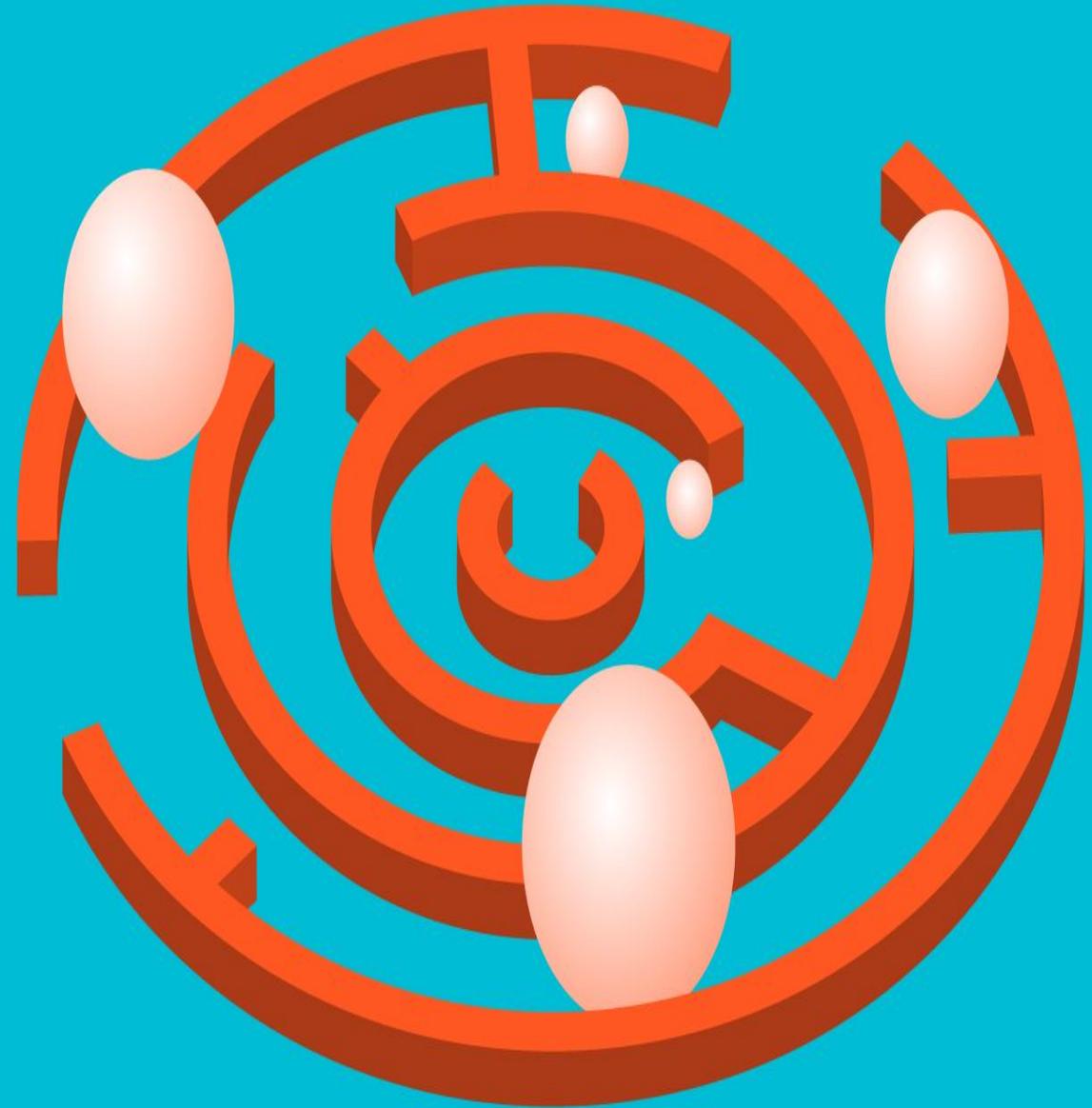
Проверил: _____

2022 год



Понятие воронки продаж

Воронка продаж - это маркетинговая модель, которая иллюстрирует теоретический путь клиента от знакомства с продуктом до совершения сделки. Это тактическая схема, условная и предельно упрощенная, которая представляет собой формализацию поэтапного пути идеального потребителя



Цифровые инструменты воздействия в Интернет-магазине «Активный отдых»

1. **Скрипты продаж** (сценарий проведения продажи в процессе общения с клиентом).
2. **Автоворонка** – сценарий пути клиента в процессе его пребывания на сайте с использованием различных инструментов манипуляций.
3. **Туннель продаж** – сценарий пути клиента с социальной сети с использованием различных инструментов манипуляций.
4. **Рекламная рассылка** в мессенджерах.
5. **Применение чат-ботов** в социальных сетях и мессенджерах.



Автоворонка – это средство автоматизации контакта с потенциальными покупателями на каждом этапе, своеобразный автопилот в маркетинге.



Самая простая автоворонка

Реклама

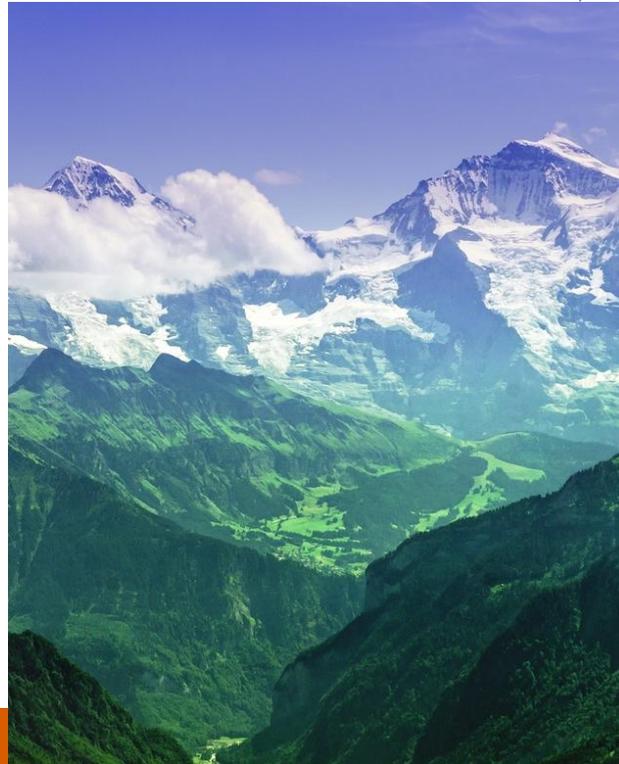
Лидмагнит

Рассылка

Офер

Продажа

Триггеры для автоворонки в Интернет-магазине «Активный
ОТДЫХ»:



- 1) **Авторитет и регалии** (наличие положительных отзывов и др.);
- 2) **Эксклюзив.** У компании имеются эксклюзивные товары;
- 3) **Сообщество.** Вовлечение клиента в сообщество, клиентам важно находиться в кругу единомышленников.
- 4) **Гарантии.** Компания уверена в своем товаре, и обещает вернуть деньги, провести ремонт или обменять и обязательно это выполняет.
- 5) **Детали.** Компания использует нюансы и тонкости продукта. Это повышает доверие и стимулирует клиента купить у человека «в теме».
- 6) **Ограничение.** Предложение с ограничением по времени, цене, количеству многих подтолкнет к покупке.
- 7) **Проекция на время после покупки.** Компания ведет беседу так, как будто покупатель уже приобрел товар. Так еще проще потребителю расстаться с деньгами по-настоящему.
- 8) **Снятие возражений.** Компания снимает часто встречающиеся сомнения и возражения еще до того, как клиент их озвучит.

Этапы воронки продаж на примере Интернет-магазина «Активный отдых»

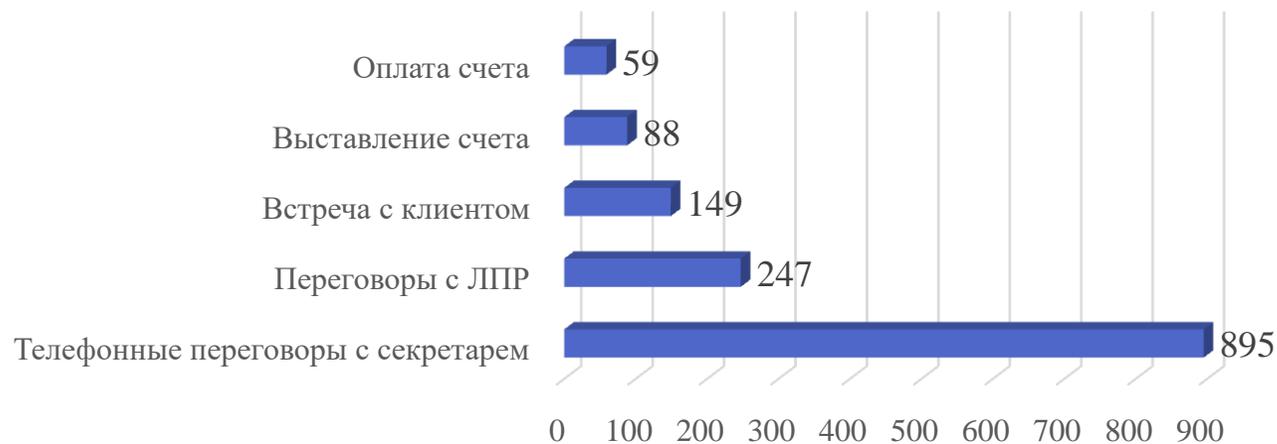


Технология на примере холодного звонка:

- 1) Телефонные переговоры с секретарем.
- 2) Переговоры с ЛПР (лицом, принимающим решения), выяснение начальных потребностей, назначение встречи;
- 3) Встреча с клиентом, презентация товаров, работа с возражениями, продажа.
- 4) Выставление счета.
- 5) Оплата счета-поступление денег на счет компании.



количество клиентов, чел.



$$\text{Конверсия} = (895/59) * 100\% = 6,59\%$$



Спасибо за внимание!

