

LE FASI DEL FUNNEL DI MARKETING

Il funnel è un modello di marketing tradizionalmente impiegato per descrivere e analizzare il percorso compiuto dal consumatore nel corso del processo di acquisto: dal momento della consapevolezza dell'esistenza di un certo prodotto/servizio fino all'acquisto. Di norma è composto di 3 fasi: pre- funnel, funnel e post funnel.

Ogni fase è importante e ha un suo ruolo, è un anello della catena che ti porta ad aumentare la vendita dei tuoi servizi di consulenza.

FUNNEL PURO

5. OFFERTA

6. VALUE LADDER - Sequenze di email che portano le persone a scalare la tua offerta, finché non arrivano al punto culmine, il cercare la tua consulenza.

PRE-FUNNEL

1. ANALISI - Tutto parte da te, dalla tua idea, dai tuoi obiettivi, dal tuo cliente ideale, dai benefici che dai.

2. TRAFFICO - Fondamentale veicolare le visite, il rendere visibili a più persone possibile i tuoi contenuti.

3. PAGINA PONTE - Ti serve una pagina su cui veicolare il messaggio, raccogliere i dati e direzionare poi verso l'offerta. Potrebbe essere anche il tuo blog, ad esempio.

4. COSTRUZIONE DELLA LISTA - Organizzazione dei dati raccolti.

POST-FUNNEL

7. GESTIONE DEI NO - È strategico gestire tutte quelle persone che non hanno accettato la tua offerta, continuando a "nutrirle", tenendo il contatto.

8. MARKETING DEL PASSAPAROLA - Strutturare un passaparola, non affidarsi solo a quello casuale.

9. ANALISI DEL PROCESSO - Capire cosa e come migliorare tutto il processo.