

چگونه از سیستم فروش قیفی برای رشد کسب و کارتان استفاده کنید!

راهنمای طراحی و پیاده سازی قیف فروش

قیف فروش چیست؟

قیف فروش یک فرآیند گام به گام است که مشتریان بالقوه را به خرید محصول شما هدایت می‌کند. به آن "قیف" گفته می‌شود زیرا همانند یک قیف، افراد زیادی در بالای قیف قرار می‌گیرند اما فقط تعداد کمی به پایین می‌رسند و خرید می‌کنند. با راه‌اندازی یک قیف فروش، شما فرآیند تبدیل بازدیدکنندگان به مشتریان را خودکار می‌کنید بدون اینکه نیاز باشد در هر معامله حضور داشته باشید.

مرحله ۱: جذب ترافیک



هر قیف فروشی با ترافیک آغاز می‌شود. ترافیک به جریان افرادی گفته می‌شود که برند یا محصول شما را کشف می‌کنند. بدون ترافیک، قیف شما نمی‌تواند کار کند. ترافیک می‌تواند از منابع مختلفی مانند:

- تبلیغات گوگل

- ویدیوهای یوتیوب

- ترافیک ارگانیک یا تبلیغات کلیکی

کلید موفقیت در این است که به‌طور استراتژیک روی ایجاد یک منبع ترافیک مطمئن تمرکز کنید. به امید شانس نباشید؛ برنامه‌ریزی کنید که چگونه به‌طور پیوسته مشتریان بالقوه را وارد قیف خود کنید.

مرحله ۲: پیشنهادات عضویت

پس از جذب ترافیک به کیف خود، باید اطلاعات تماس مخاطبان خود را جمع‌آوری کنید، مانند آدرس ایمیل آن‌ها یا شماره تماس. اینجا جایی است که پیشنهادات عضویت وارد می‌شود. عضویت‌ها چیزهایی هستند که شما به رایگان ارائه می‌دهید تا بازدیدکنندگان را ترغیب کنید اطلاعات تماس خود را به شما بدهند و رابطه خود را با آن‌ها آغاز کنید.

برخی از عضویت‌های مؤثر شامل:

- فهرست انتظار برای عرضه یک محصول

- خبرنامه با اطلاعات مفید

- کارگاه آموزشی، وبینار یا فهرست بررسی رایگان

هدف این است که چیزی ارائه دهید که با محصول شما همخوانی داشته باشد تا مخاطبان شما هم علاقه‌مند و هم درگیر شوند. ابتدا روی ایجاد یک پیشنهاد عضویت استراتژیک تمرکز کنید.

مرحله ۳: پیشنهاد محرک (Tripwire)

پس از اینکه فردی عضو شد، به صفحه تشکر هدایت می‌شود. اینجا می‌توانید یک پیشنهاد محرک معرفی کنید؛ یک محصول ارزان قیمت و با ارزش بالا که مشتری به راحتی آن را می‌پذیرد. پیشنهاد محرک به ایجاد اعتماد کمک می‌کند و مشتریان بالقوه را راحت‌تر به خرید از شما ترغیب می‌کند.



اگر مشتری به پیشنهاد محرک پاسخ مثبت دهد، می‌توانید یک ارتقا (Upsell) ارائه دهید؛ محصول دیگری که با قیمت کمی بالاتر مرتبط است. ایده این است که مشتریان را به تدریج وارد فرآیند فروش کنید و به سمت پیشنهاد اصلی خود نزدیک‌تر کنید.

مرحله ۴: توالی ایمیل

اگر مشتری فوراً خرید نکند، مشکلی نیست. می‌توانید آن‌ها را وارد یک توالی ایمیلی کنید که محصول شما را معرفی و اعتماد بیشتری ایجاد می‌کند. ایمیل‌های شما باید روی ارزشی که محصول شما ارائه می‌دهد و اینکه چرا راه‌حل مناسبی برای آن‌هاست تمرکز کنند. تا ایمیل سوم یا چهارم، باید شروع به تبلیغ پیشنهاد اصلی خود کنید—همان پیشنهادی که می‌خواهید بیشترین فروش را از آن داشته باشید.

مرحله ۵: تبلیغ پیشنهاد اصلی



پیشنهاد اصلی همان چیزی است که قیف شما برای فروش آن طراحی شده است. اینجا جایی است که بخش عمده‌ای از درآمد شما ایجاد می‌شود. همه چیز دیگر در قیف، از پیشنهاد عضویت تا پیشنهاد محرک، به ایجاد یک رابطه و هدایت مخاطبان به سمت این محصول منجر می‌شود. وقتی تصمیم می‌گیرید چه چیزی را در پیشنهاد محرک و عضویت خود بگنجانید، همیشه به پیشنهاد اصلی خود فکر کنید.

اگر پس از توالی ایمیل مشتری هنوز خرید نکرد، می‌توانید آن‌ها را به یک خبرنامه هدایت کنید. خبرنامه‌ها ارزش بیشتری ارائه می‌دهند و رابطه را تا زمانی که مشتری آماده خرید شود زنده نگه می‌دارند.

گزینه دوم قیف: قیف فروش وینار

نوع دیگری از قیف فروش، قیف وینار است. این قیف به این شکل کار می‌کند:

ترافیک: همانند قیف اول، این قیف نیز با هدایت ترافیک به صفحه ثبت‌نام وینار شروع می‌شود.

ثبت نام وبینار: وبینار شما باید مستقیماً با محصول شما مرتبط باشد تا مخاطب مناسبی جذب شود. برای مثال، اگر محصول شما یک دوره آموزشی در مورد رشد کانال یوتیوب است، وبینار شما باید نمای کلی از استراتژی یوتیوب شما ارائه دهد.

توالی نمایش وبینار: پس از ثبت نام، یک توالی ایمیلی ارسال کنید تا شرکت کنندگان را تشویق به حضور کنید. با ارسال چند ایمیل یادآوری، می‌توانید نرخ حضور را از ۵٪ به ۵۰٪ یا بیشتر افزایش دهید.

پیشنهاد وبینار: در پایان وبینار، پیشنهاد خود را ارائه دهید. اگر مشتری خرید کند، می‌توانید یک ارتقا ارائه دهید. اگر خرید نکند، آن‌ها را وارد توالی ایمیلی دیگری کنید که محصول شما را همچنان تبلیغ کند.

هر دو گزینه قیف بسته به اهداف و منابع شما می‌توانند به خوبی کار کنند. قیف پیشنهاد محرک ممکن است سریع‌تر درآمدزایی کند، در حالی که قیف وبینار اغلب درصد بیشتری از مشتریان را تبدیل می‌کند اما زمان بیشتری برای ایجاد اعتماد نیاز دارد.

جمع بندی:

ایجاد یک قیف فروش پر بازده به شما این امکان را می‌دهد که محصولات خود را به صورت خودکار به فروش برسانید و درآمد قابل توجهی با برنامه‌ای منعطف به دست آورید. چه از قیف پیشنهاد محرک استفاده کنید و چه از قیف وبینار، کلید موفقیت برنامه‌ریزی استراتژیک و توجه به نیازهای مخاطبان شما است.

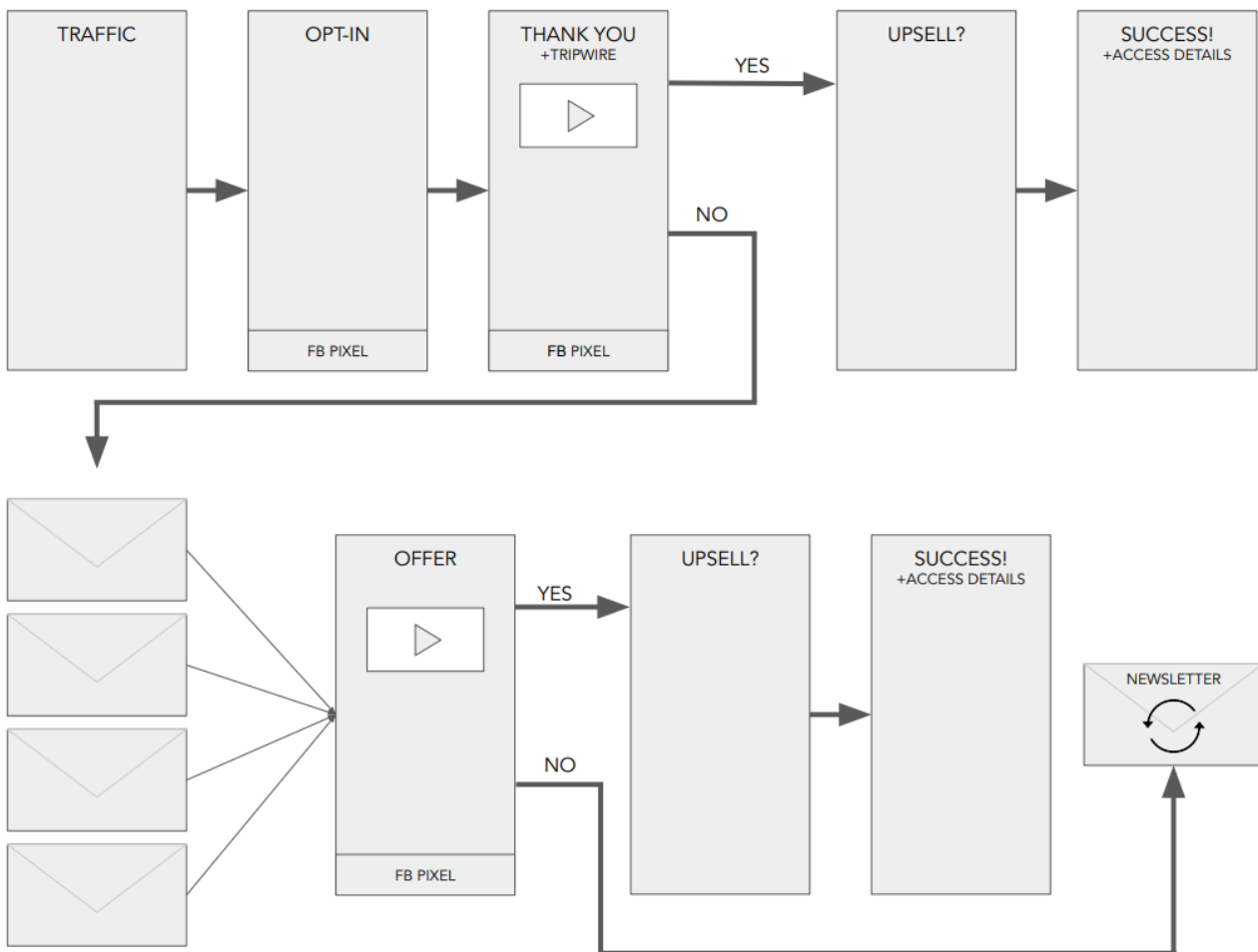
اگر می‌خواهید قیف خود را بسازید، الگوهای رایگان من که در توضیحات لینک شده‌اند را دریافت کنید تا استراتژی خود را برنامه‌ریزی کنید. با دنبال کردن این فرآیند، در مسیر ایجاد یک قیف فروش موفق که برای شما کار می‌کند قرار خواهید گرفت.

در صورتی که پیاده سازی قیف های گفته شده براتون سخته، می تونید به سایت فانل بوست مراجعه کنید و درخواست مشاوره رو پر کنید:

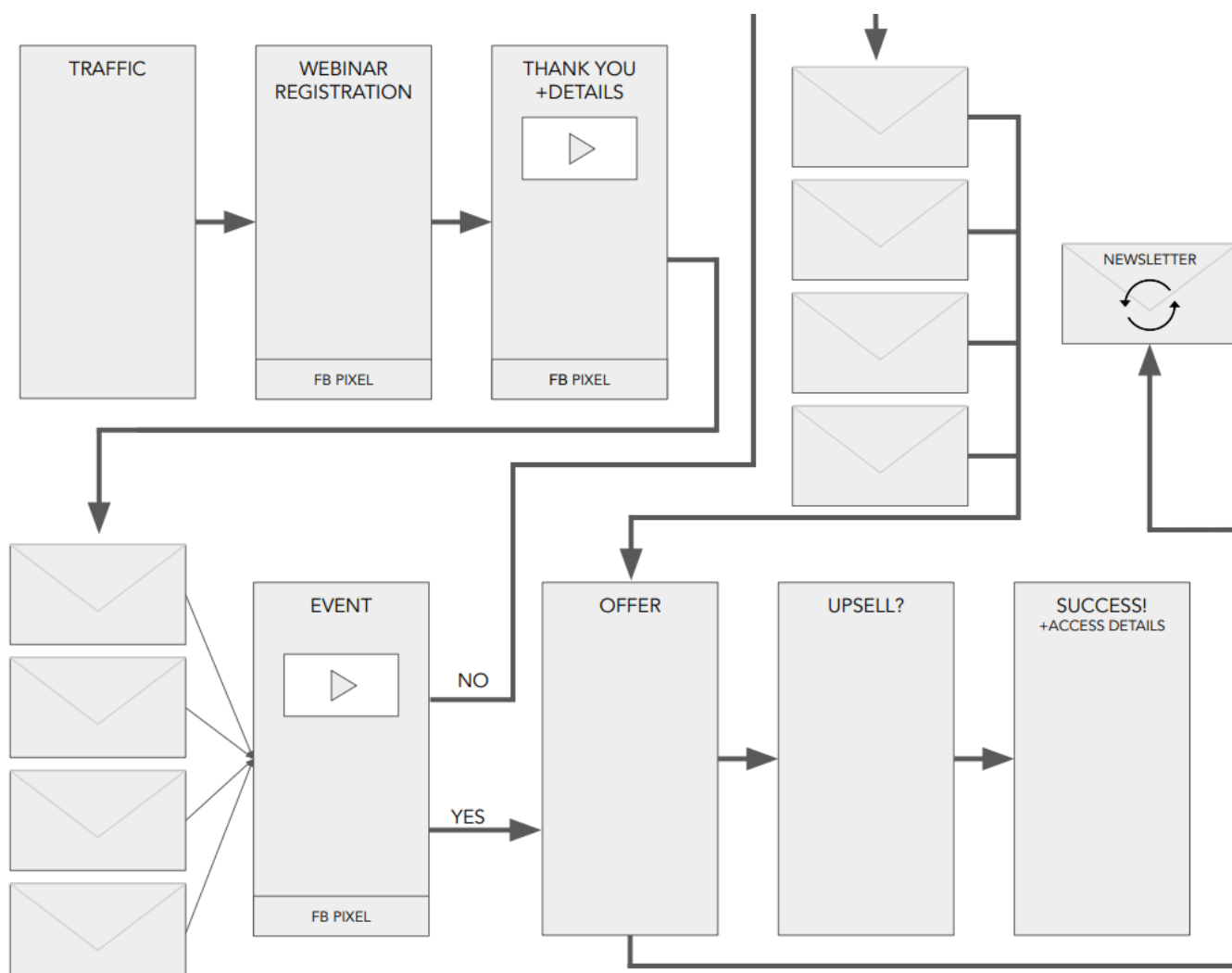
<https://funnelboost.info>

نمونه های قیف فروش

نمونه قیف اول:



نمونه قیف دوم:



در صورتی که پیاده سازی قیف های گفته شده براتون سخته، می تونید به سایت فانل بوست مراجعه کنید و درخواست مشاوره رو پر کنید:

<https://funnelboost.info>

تیم پیاده سازی ما بهترین و اصولی ترین پیشنهاد رو بهتون می ده.