

BIZNES *W SIECI*

#32

***Materiał dodatkowy dla
subskrybentów bloga
blog.mogilewski.pl***



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

30 POMYSŁÓW NA PROSTE AUTOMATYZACJE MARKETINGU DLA MAŁEJ I ŚREDNIEJ FIRMY

*Dzięki, którym pozyskasz nowych
klientów, zwiększysz sprzedaż
i usprawnisz swój marketing i sprzedaż.*



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Marketing Automation to doskonałe narzędzie wspierające marketing i sprzedaż

- **Identyfikacja osób** pojawiających się na stronie WWW
- **Monitoring zachowania na stronie** WWW (odwiedzone podstrony, czas, źródła wejść na stronę, słowa kluczowe na które nastąpiło wejście)
- **Automatyzacja marketingu** (automatyczne segmentacje klientów, alerty, powiadomienia, programy lead nurturing etc)
- **e-Mail Marketing i CRM** / zarządzanie kontaktami w jednym systemie



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Podstawowe kategorie i obszary automatyzacji marketingu w małej i średniej firmie

- Alerty/powiadomienia dla handlowców
- Scoring klientów;
- Segmentacja klientów;
- Lead Nurturing;
- e-Mail Marketing;
- Zarządzanie sprzedażą;
- Kanał mobilny;
- Pozyskiwanie kontaktów.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

ALERTY I POWIADOMIENIA



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Powiadomienie o wizycie kontaktu na określonej podstronie na stronie WWW

Po co taka reguła: Uzyskasz informację o tym, że konkretny kontakt interesował się np. Twoim cennikiem lub szczegółami współpracy z Twoją firmą. Dzięki temu Twoi sprzedawcy skontaktują się z nowymi potencjalnymi klientami we właściwym momencie.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL, na który wejścia chcesz monitorować (jeśli kontakt odwiedził podstronę stroną X np. stroną z cennikiem)
2. Podaj adres e-mail na który mają przychodzić alerty (wyślij powiadomienie o wizycie kontaktu na adres np. Sales@nazwatwojejfirmy.pl)



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Powiadomienie o pobraniu materiałów edukacyjnych lub sprzedażowych

Po co taka reguła: Uzyskasz informację o tym, że konkretny kontakt interesował się np. nowym **eBook'iem**. Dzięki temu Twoi sprzedawcy skontaktują się z nowymi potencjalnymi klientami we właściwym momencie i będą wiedzieli czym interesował się dany klient.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL, pod którym znajduje się dany dokument;
2. Podaj adres e-mail na który mają przychodzić alerty (wyślij powiadomienie o wizycie kontaktu na adres np. Sales@nazwatwojejfirmy.pl).



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Powiadomienie o rejestracji na konto testowe, darmowe lub demo

Po co taka reguła: Uzyskasz informację o tym, że konkretny kontakt skorzystał z konta próbnego, darmowego etc. Dzięki temu Twoi pracownicy skontaktują się z nowym potencjalnym klientem, potwierdzą jego dane i pomogą w okresie próbnym.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL, pod którym klienci potwierdzają rejestrację;
2. Podaj adres e-mail na który maja przychodzić alerty (wyślij powiadomienie na adres np. Sales@nazwatwojejfirmy.pl).



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Alert: Porzucenie koszyka zakupowego lub porzucenie procesu rejestracji

Po co taka reguła: Uzyskasz informację o tym, że konkretny kontakt wypełnił koszyk produktami i z jakiegoś powodu nie dokończył transakcji lub rejestracji. Twoi handlowcy lub system będzie mógł zareagować i skontaktować się z daną osobą.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL wejścia w formularz;
2. Dodaj warunek nie odwiedził i podaj URL potwierdzenia zakończenia wypełniania formularza
3. Podaj adres e-mail na który mają przychodzić alerty.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Powiadomienie o osiągnięciu określonego scoringu przez kontakt

Po co taka reguła: System powiadamia Cię w sytuacji, w której konkretny kontakt uzbierał określoną ilość punktów, co świadczy o jego gotowości do kontaktu ze sprzedawcą lub dużym zainteresowaniu Twoją ofertą.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Podaj wysokość scoringu (np. 40 pkt.), który musi osiągnąć potencjalny klient
2. Podaj adres e-mail na który mają przychodzić powiadomienia.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Alerty dotyczące niepożądanych zachowań klientów lub braku aktywności

Po co taka reguła: Jeśli Twoi klienci zaczną wykonywać niepożądane zachowania np. wypiszą się z wysyłki, usuną dane kontaktowe, przestaną odwiedzać Twoją stronę to system automatycznie powiadomi Cię, o tym i będziesz mógł szybko zareagować.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz zdarzenie, np. kliknął w link opt-out; lub brak wizyty na stronie przez określony okres czasu
2. Podaj adres e-mail, na który mają przychodzić alerty;



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Powiadomienie o przekazaniu kontaktu wewnątrz firmy

Po co taka reguła: Uzyskasz informację o tym, że konkretny kontakt został przekazany pomiędzy pracownikami lub działami w firmie. Pozwoli Ci to na pełną kontrolę nad kontaktami i usprawni zarządzanie leadami.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz zdarzenie, kontakt ma nowego właściciela;
2. Podaj adres e-mail na który mają przychodzić alerty (wyślij powiadomienie o wizycie kontaktu na adres np. Sales@nazwatwojejfirmy.pl).



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

SCORING KONTAKTÓW



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne budowanie scoringu na podstawie określonych zachowań

Po co taka reguła: W prosty sposób uzyskujesz system, który nadaje określoną ilość punktów za poszczególne zachowania Twoich kontaktów (np. kliknął w e-mail). Taka ocena pozwoli łatwo wychwycić najbardziej zaangażowanych potencjalnych klientów.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. W ustawieniach systemu określ ile punktów należy dodać do scoringu kontaktu za poszczególne rodzaje akcji np.: wizytę na stronie, kliknięcie w link etc.
2. Wybierz szczególnie ważne zachowania na stronie i przyznaj niestandardowo wysokie punktacje, które spowodują przesłanie alertów do działu handlowego.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Dodawanie punktów scoringu za dokładnie określone czynności

Po co taka reguła: Dzięki uzupełnieniu standardowego systemu scoringowego o reguły przydzielające punkty za dokładnie zdefiniowane zachowania, będziesz mógł dodatkowo dodać punkty za najważniejsze dla Ciebie zachowania Twoich kontaktów.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz zdarzenie, które chcesz punktować, np. kontakt odwiedził /cennik.html;
2. Podaj ile punktów system ma dodać do scoringu kontaktu.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Odejmuwanie punktów scoringu za niepożądane zachowania

Po co taka reguła: Jeśli Twoi potencjalni klienci będą wykonywać mało rokujące zachowania takie jak np. wypisanie się z wysyłki, usuwanie danych etc. Możesz automatycznie odjąć im punkty, tak aby scoring odzwierciedlał ich faktyczne zaangażowanie.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz zdarzenie np. kontakt kliknął link opt-out;
2. Podaj ile punktów system ma odjąć od scoringu kontaktu.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

SEGMENTACJA KLIENTÓW



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczna segmentacja klientów ze względu na odwiedzone strony

Po co taka reguła: Pozwoli Ci na stworzenie przejrzystych segmentów potencjalnych klientów, którzy odwiedzili Twoją stronę WWW. W takiej sytuacji będziesz mógł wysyłać oferty dopasowane do segmentu odbiorców oraz będziesz widział, który z segmentów cieszy się największą popularnością.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz adresy URL, których odwiedziny będą oznaczały przypisanie kontaktu do danego segmentu;
2. Określ nazwę segmentu, do którego system przypisze kontakt nadając tag.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Segmentacja ze względu na źródło lub frazę na którą nastąpiło wejście

Po co taka reguła: Podzielenie kontaktów ze względu na źródło odwiedzin pozwoli Ci na określenie ile i jakich kontaktów generuje dane źródło oraz będziesz mógł dopasować wysyłane treści, zależnie od pochodzenia kontaktów.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz źródło odwiedzin, lub frazę na którą kontakt wchodzi z Google Adwords lub z wyszukiwania organicznego
2. Wybierz segment, do którego system ma przypisać kontakt



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Segmentacja ze względu na zainteresowania wiadomościami e-Mail

Po co taka reguła: Tak samo jak w wypadku stron WWW, również reakcja na wiadomości e-Mail może posłużyć do segmentowania potencjalnych klientów. Dzięki temu po otwarciu pierwszego maila, każdy następny będzie lepiej dopasowany do zainteresowań klienta.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz wysłaną wiadomość e-Mail;
2. Określ, do którego segmentu system ma przypisać wszystkich, którzy klikną dany link lub otworzą wiadomość.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Segmentacja ze względu na system operacyjny, przeglądarkę lub urządzenie

Po co taka reguła: Możliwość segmentacji klientów ze względu na system operacyjny, używaną przeglądarkę lub urządzenie pozwoli Ci na lepsze dopasowanie oferty do rzeczywistych potrzeb konsumentów.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz tag oznaczający rodzaj systemu, przeglądarki lub urządzenia
2. Podaj segment, do którego system ma automatycznie przypisywać kontakty oznaczone danym tagiem.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

LEAD NURTURING



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne wiadomości powitalne tzw. Welcome Message

Po co taka reguła: Dobrze przygotowana wiadomość powitalna pozwala natychmiastowo określić obszar zainteresowań dla konkretnego kontaktu oraz zakwalifikować go do odpowiedniego programu edukacyjnego.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Ustaw zdarzenie, kontakt odwiedził stronę WWW po raz pierwszy;
2. Ustaw wiadomość do wysyłki po wizycie na stronie.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne cykle wiadomości edukacyjnych do potencjalnych klientów

Po co taka reguła: Edukując pozyskiwane kontakty sprawiasz, że sprzedawcy kontaktują się z dużo lepiej przygotowanym i bardziej świadomym konsumentem, dzięki czemu zwiększa się skuteczność sprzedaży.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Przygotuj zestaw 3 wiadomości o charakterze informacyjno-edukacyjnym dla osób wypełniających formularz zainteresowania dowolnym produktem, które uzupełniają i rozwijają wiedzę potencjalnego klienta;
2. Określ czas wysyłki wiadomości 1, czas wysłania wiadomości 2 i czas wysłania wiadomości 3.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

E-MAIL MARKETING



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Spersonalizowane wiadomości cykliczne i newslettery

Po co taka reguła: Automatycznie personalizując wysyłane wiadomości osiągasz efekt, w którym nawet masowe wiadomości zyskują personalny charakter, a odbiorcy chętniej je otwierają i klikają. Dodatkowo cykliczny charakter pozwala stale utrzymywać kontakt z potencjalnymi klientami.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Stwórz wiadomość z dynamicznymi polami (np. imię);
2. Wybierz wiadomość do wysyłki;
3. Określ dzień, godzinę, cykl oraz grupę odbiorców wysyłki.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczna wiadomość z podziękowaniem za dokonanie transakcji

Po co taka reguła: Dziękując klientowi za dokonanie transakcji z jednej strony podtrzymujesz z nim relację, a z drugiej możesz od razu realizować akcję cross-sellingową, oferując produkty lub usługi uzupełniające te już zakupione.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL, pod którym klienci potwierdzają transakcję;
2. Wybierz wiadomość, która ma zostać wysłana;
3. Określ po jakim czasie od transakcji system ma wysłać wiadomość.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Wiadomości powiadamiające o nowym wpisie na blogu

Po co taka reguła: Dzięki automatyzacji możesz na bieżąco informować swoich czytelników/potencjalnych klientów o każdym nowym wpisie na swoim blogu. System może automatycznie pobrać część wpisu do wiadomości i wysłać wszystkim zainteresowanym.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz szablon wiadomości i dodaj w nim pola RSS z blogu;
2. Wybierz stworzoną wiadomość;
3. Ustaw wysyłkę po dodaniu wpisu do określonej grupy odbiorców;



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Dynamicznie dopasowana oferta wysyłana cyklicznie

Po co taka reguła: Dynamicznie i automatycznie dopasowując wysyłane oferty nawet w wypadku masowych cyklicznych wysyłek znacząco zwiększysz ilość otwarć oraz kliknięć i co za tym idzie konwersję. System sam dopasuje najlepsze produkty i usługi dla indywidualnego odbiorcy.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz wiadomość dynamiczną, która ma być wysyłana;
2. Określ dzień, godzinę, cykl oraz grupę odbiorców wiadomości.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Oferta wysłana po porzuceniu koszyka zakupowego

Po co taka reguła: Automatyczna wysyłka produktów z porzuconego koszyka do klienta, który nie sfinalizował transakcji znacząco zwiększa szansę, że dany klient jednak zdecyduje się dokonać transakcji i wróci na Twoją stronę WWW.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL prowadzący do koszyka;
2. Dodaj warunek, kontakt nie odwiedził i podaj URL prowadzący do finalizacji zamówienia;
3. Wybierz dynamiczną wiadomość, która ma zostać wysłana.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Dynamiczna oferta wysyłana po wizycie kontaktu na stronie WWW

Po co: Największą skuteczność mają oferty wysyłane po określonym czasie od wizyty potencjalnego klienta na stronie www oraz korzystające z automatycznego dopasowania produktów i usług do całego profilu odbiorcy. Dzięki temu otrzyma on to czym się interesuje i wtedy kiedy tego potrzebuje.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL, na który wejście spowoduje wysłanie wiadomości z ofertą;
2. Wybierz wiadomość, która zostanie wysłana;
3. Określ czas od wizyty do wysyłki.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne przekazywanie kontaktów gotowych do zakupu do handlowców

Po co taka reguła: Część osób, które kontaktują się z Twoją firmą jest już zdecydowana na dokonanie transakcji. Dlatego też system może automatycznie wskazać takie osoby i przekazać je do określonego sprzedawcy. Dzięki temu nigdy nie przegapisz okazji sprzedażowej.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz zdarzenie, które oznacza, że kontakt jest już gotowy (np. rejestracja na demo);
2. Określ, do którego sprzedawcy system ma przekazać danych klientów.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Przekazywanie kontaktów do handlowców gdy są gotowe do zakupu

Po co taka reguła: Większość pozyskanych kontaktów musi zostać odpowiednio przygotowana przed kontaktem z działem sprzedaży poprzez lead nurturing. System automatycznie wychwyci moment, w którym dany kontakt będzie już dostatecznie gotowy do kontaktu z działem sprzedaży.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Określ próg punktów scoringu, po którym kontakt powinien być przekazany;
2. Zdecyduj, kto ma otrzymywać przekazywane kontakty.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Przekazywanie kontaktu zainteresowanego danym produktem do odpowiedniego handlowca

Po co taka reguła: Ustawienie to pozwoli skontaktować klienta ze sprzedawcą posiadającym pełną wiedzę na temat interesującego go produktu lub usługi. Dobre dopasowanie sprzedawców do klientów sprawi, że cały proces będzie efektywniejszy

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz segment produktów/usług;
2. Określ, któremu sprzedawcy należy przekazać kontakt przypisany do danego segmentu.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne notatki i zadania pojawiające się przy kontaktach w CRM

Po co taka reguła: Automatycznie dodając notatki do kontaktu możesz w prosty sposób zapisywać różne informacje na karcie kontaktu oraz przypominać sobie lub pracownikom o ważnych działaniach w formie zadań.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz segment produktów/usług;
2. Określ, któremu sprzedawcy należy przekazać kontakt przypisany do danego segmentu.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne akcje marketingowe do kontaktów na etapach lejka sprzedażowego

Po co taka reguła: Aby kierować automatyczne akcje marketingowe do potencjalnych klientów, którzy trafiają na kolejne etapy w lejkach sprzedażowych

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz etap na który trafia kontakt
2. Ustaw automatyczną akcję, która jest wykonywana kiedy kontakt trafi na dany etap. Np.. Wysyłka prezentacji, zaproszenia na webinar lub kluczowego materiału edukacyjnego sprzedażowego.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

KANAŁ MOBILNY



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne promocje rabatowe - SMS

Po co: Wymieniona funkcja pozwoli Ci przeprowadzać profesjonalne akcje rabatowe via SMS. Dzięki temu będziesz mógł zwiększyć sprzedaż i pobudzić klientów, którzy już kiedyś dokonali u Ciebie zakupu

Jak to ustawić w systemie:

1. Ustaw zdarzenie wywołujące wysyłkę wiadomości SMS;
2. Napisz krótką wiadomość SMS w systemie z zapytaniem o chęć uczestnictwa w promocji;
3. Ustaw regułę, reagującą na słowo TAK w odpowiedzi na Twojego SMS-a;
4. Zdecyduj, który kod rabatowy ma wysłać system.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne spersonalizowane wiadomości VMS

Po co taka reguła: Zyskasz możliwość wysyłania zdefiniowanych wiadomości głosowych do swoich klientów. Dzięki czemu będziesz mógł podziękować za dokonanie transakcji lub na przykład powiadomić o nowej promocji.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Zdefiniuj wydarzenie wysyłające wiadomość VMS;
2. Podaj treść wiadomości;
3. Zdefiniuj moment wysyłki.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne spersonalizowane wiadomości SMS

Po co taka reguła: Zyskasz możliwość wysyłania zdefiniowanych wiadomości tekstowych do swoich klientów. Dzięki czemu będziesz mógł podziękować za dokonanie transakcji lub na przykład powiadomić o nowej promocji.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Zdefiniuj wydarzenie wysyłające wiadomość SMS;
2. Podaj treść wiadomości;
3. Zdefiniuj moment wysyłki.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne wysłanie kodu rabatowego po dokonaniu transakcji

Po co taka reguła: Uzyskasz możliwość automatycznego udzielania rabatu klientom dokonującym zakupów w Twoim sklepie lub firmie. Dzięki czemu zachęcisz ich do ponownego dokonania zakupu w niedalekiej przyszłości.

Jak ustawić regułę w systemie:

1. Wybierz URL, potwierdzający dokonanie transakcji;
2. Wybierz wiadomość zawierającą pole z kodami rabatowymi;
3. Określ moment oraz kanał wysyłki wiadomości, masz do dyspozycji SMS i e-Mail.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

POZYSKIWANIE KONTAKTÓW



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Automatyczne formularze kontaktowe dla anonimowych użytkowników

Po co: Dzięki wyświetlaniu specjalnie przygotowanego formularza, tylko użytkownikom anonimowym, na stronie WWW uda Ci się pozyskać nowe kontakty z wcześniej anonimowego ruchu na stronie.

Jak to ustawić w systemie:

1. Przygotuj formularz zachęcając do rejestracji (np. w zamian za rejestrację darmowy eBook);
2. Zaznacz opcję: pokaż tylko niezidentyfikowanym z wysokim Scoringiem
3. Wklej kod formularza na stronę WWW.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

Progresywne formularze pozyskujące brakujące informacje o kliencie

Po co: Progresywne formularze pozwalają wykorzystać rosnące wraz z ilością odwiedzin zaufanie klientów i pozyskać od nich wszystkie interesujące nas informacje, w kilku krótkich formularzach. Dzięki temu otrzymasz pełniejsze i poprawniejsze dane o potencjalnych klientach.

Jak to ustawić w systemie:

1. Stwórz kilka prostych formularzy pytających o coraz dokładniejsze informacje;
2. Określ w jakiej kolejności mają być wyświetlane formularze.



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl

*Wypróbuj system Marketing Automation **bezpłatnie**.
Każdy nowy klient otrzymuje wdrożenie automatyzacji
dopasowanej do swojej firmy **za darmo**.*

***Dla osób, które zarejestrują się na poniższy link
10% stałego rabatu przy podpisaniu umowy
na SALESmanago Marketing Automation.***

Odwiedź: www.salesmanago.pl



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Grzegorz Błażewicz
www.salesmanago.pl