



TYÖKIRJA

Miten monistat myyntiäsi?

“Juuri meidän toimialalla myyntityö on erityistä ja onnistuu ainoastaan henkilökohtaisen myyntityön avulla.”

Haluatko heittää vanhat uskomuksesi romukoppaan ja kokeilla jotain uutta? Digimarkkinoinnin avulla voidaan vahvasti tukea myös B2B-myyntiä!

Me Verkkiksellä ollaan työskennelty aiheen parissa parikymmentä vuotta ja haluamme paljastaa salaisuutemme myös sinulle. Työkirjaan on tiivistetty se digimarkkinoinnin konsepti



1

Reach:
MAINOS

- ▶ Tunne asiakkaasi: Mikä häntä kiinnostaa?
- ▶ Mainoksen ainoa rooli on houutella klikkaamaan.
- ▶ Mitä hyötyä asiakas saa, jos hän klikkaa mainosta?
- ▶ Miten erottaudut kilpailijoiden mainoksista?

2

Engage:
LASKEUTUMISSIVU

- ▶ Otsikoi hyöty edellä!
- ▶ Kävijä varmistuu tullessa oikeaan paikkaan!
- ▶ Mikä on ensisijainen CTA? – Aiheeseen liittyvä lisäarvosisältö.

3

Activate:
KAUPALLINEN EHDOTUS

- ▶ Mitä tapahtuu oppaan latauksen jälkeen?
- ▶ Ei yritetä heti myydä!
- ▶ Tarjotaan lisäarvoa, veloituksetta: Mitä asiantuntijuutta voisit tarjota asiakkaalle?

4

Nurture:
HOIVAA

- ▶ Mikäli kaupalliseen ehdotukseen ei tartuta:
- ▶ Lähetetään kiinnostavaa sisältöä esim. 3 kirjeen verran
- ▶ Henkilökohtainen ote viesteissä – ethän halua päätyä roskapostiin?

SALES



- 1 Miten pysäytät asiakkaasi ja herätät huomion jatkuvassa datavirrassa? Tärkeintä on olla näkyvillä siellä missä asiakkaatkin liikkuvat. Varaa siis mediabudjettia riittävästi, että tulevat asiakkaasi löytävät sinut. Muistathan, että mediatila on maksullista yrityksille kaikkialla, myös somessa. Heti toiseksi tärkeintä on investoida mainoksen tekstisisältöön. Pelkkä myyntimölinä ohitetaan välittömästi, mieli mitkä aiheet asiakastasi kiinnostaa?
- 2 Mieti tarkkaan mihin asiakkaasi päätyvät, kun he saapuvat mainoksen kautta (ensimmäistä kertaa) verkkosivuillesi. Ensivaikutelman voi luoda vain kerran. Aloita vahvasti eli mieti otsikko kunnolla, ethän puhu itsestäsi vaan asiakkaan ongelmasta. Aloita välittömästi luottamuksen rakentaminen ja tarjoa tulevalle asiakkaallesi jotain lisäarvoa, koska hän vaivautui saapumaan verkkosivuillesi. Lisäarvosisällöt voivat tarkoittaa oppaita, workshetteja, case-esimerkkejä, laskureita.
- 3 Tuleva asiakkaasi on tehnyt jotain verkkosivuillasi ja ladannut esimerkiksi tarjoamasi oppaan – nyt on aika tehdä kaupallinen ehdotus! Älä yritä suoraan myydä, vaan tarjoa tapaamista / etäpalaveria, sillä kärjellä, että tarjoat hänelle osaamistasi ja apuasi.
- 4 Mikäli ehdotukseesi ei heti tartuta, aloita hoivaaminen. Automatisoi asiakasta kiinnostava viestiketju, joka lähetetään 3 päivän välein. Älä markkinoi, tarjoa kiinnostavia näkemyksiäsi viestin välityksellä. Hyödynnä markkinoinnin automaatiota, esimerkiksi Active Campaignia.

Torikatu 26, 90100 Oulu, Finland 020 735 0299

Myynti: sales@verkkoasema.fi **Tuki:** tuki@verkkoasema.fi