



**I PUNTI DI
RIFERIMENTO
PER IL
SUCCESSO
DELLE
VENDITE
DIGITALI.**



**Non sai come? Ti
aiutiamo noi.**

Sia nel B2B che B2C, il successo inizia con la capacità di capire il comportamento del cliente. Con questa conoscenza potrai utilizzare tutti i tuoi strumenti di vendita, che la nostra era digitale ci ha regalato. Ecco i passi più importanti per la vendita digitale.



1

Crea un funnel clienti

Quali sono i passaggi che le persone compiono, mentre passano dall'essere un **contatti freddi**, all'essere **potenziali clienti** per diventare infine **clienti paganti**?

Creare un diagramma del percorso del cliente, (noto anche come Funnel). Ti aiuterà dandoti una rappresentazione visiva di come i potenziali clienti diventano clienti e renderà il processo più facile da capire.

2

Capisci motivazioni e ostacoli

Impara le motivazioni e gli ostacoli che i tuoi clienti possono avere in ogni fase del loro processo d'acquisto. Questo ti aiuta a trovare il **giusto approccio per guidarli verso la decisione d'acquisto**. In entrambi i casi è fondamentale capirai quale direzione prendere per le chiamate di vendita, la creazione dei contenuti e nella progettazione del prodotto.



3

Utilizza il sales funnel

Organizza i tuoi sforzi di vendita digitale utilizzando una piattaforma per monitorare e gestire il funnel dei tuoi potenziali clienti.

Il modo migliore è una piattaforma che informa automaticamente il tuo team, quando è necessaria un'azione.



4

Collega vendite e marketing

Ci dovrebbe essere un costante scambio di informazioni tra i vostri team per garantire che i lead che si trovano nei funnel sono adatti e abbiano una solida probabilità di diventare clienti paganti. Un modo per farlo è quello di organizzare regolarmente incontri che aggiornino tutti sullo stato corrente. **Così facendo ci si assicura che tutti stiano lavorando per raggiungere gli stessi obiettivi.**

5

Utilizza dei lead tracker del sito web

Basta implementare il tracker sul proprio sito web, che di conseguenza identifica aziende che visitano il tuo sito web abbinando l'indirizzo IP con il database.

Se ad esempio vedi che addetti di una grande impresa hanno visitato il tuo sito web, potrai contattare loro proattivamente e trasformarli in potenziali clienti.

Utilizza strumenti per la lead generations

Se si tratta di vendite nell'ambito di B2B la lead generation può fare la differenza tra successo o fallimento. Assicurati di concentrarti sulle imprese giuste ed i responsabili qualificati. Puoi facilitare questo passo con gli strumenti giusti. Crea liste di lead, basati su criteri come il tipo di azienda, il ruolo, posizioni ecc.


Utilizza anche strumenti di messaggistica che ti aiutano a metterti in contatto con le persone giuste.



7

Definisci gli obiettivi

Il funnel che crei nella prima fase, ti dà un'idea chiara di come le persone si comportano. Per ottimizzare i tuoi sforzi, il tasso di conversione dovrebbe essere distribuito in modo uniforme nelle diverse fasi. **Questi dati ti aiutano a stabilire gli obiettivi di vendita** e di marketing, saprai quanti lead hai bisogno per ottenere i tuoi obiettivi di fatturato.



**POSSIAMO
TROVARE LA
STRATEGIA PIÙ
ADATTA ALLE
TUE ESIGENZE,
NON ESITARE A
CONTATTARCI.**



<https://lnkd.in/gSu8H8d>



HELLO@DSCOM.IT