

INSTRUKCJA

1. WYPISZ WSZYSTKIE DZIAŁANIA
MARKETINGOWE, KTÓRE PODEJMUJESZ W
FIRMIE.

2. SPRÓBUJ DOPASOWAĆ KAŻDE Z NICH
DO ETAPU AIDA, KTÓRY REALIZUJE.

3. JEŻELI SKOŃCZYŁEŚ, PRZEJDŹ DO
KOLEJNEGO ETAPU.

PRZYCIĄGNIĘCIE
UWAGI **A**

BUDOWANIE
ZAINTERESOWANIA **I**

WYWOŁANIE
POTRZEBY/
PRAGNIENIA **D**

ZACHĘCENIE DO
DZIAŁANIA **A**

INSTRUKCJA

SPRÓBUJ PRZYPISAĆ KONKRETNE DZIAŁANIA DO POSZCZEGÓLNYCH ETAPÓW LEJKA. PONIŻEJ ZNAJDZIESZ WYJAŚNIENIE KAŻDEGO Z NICH.

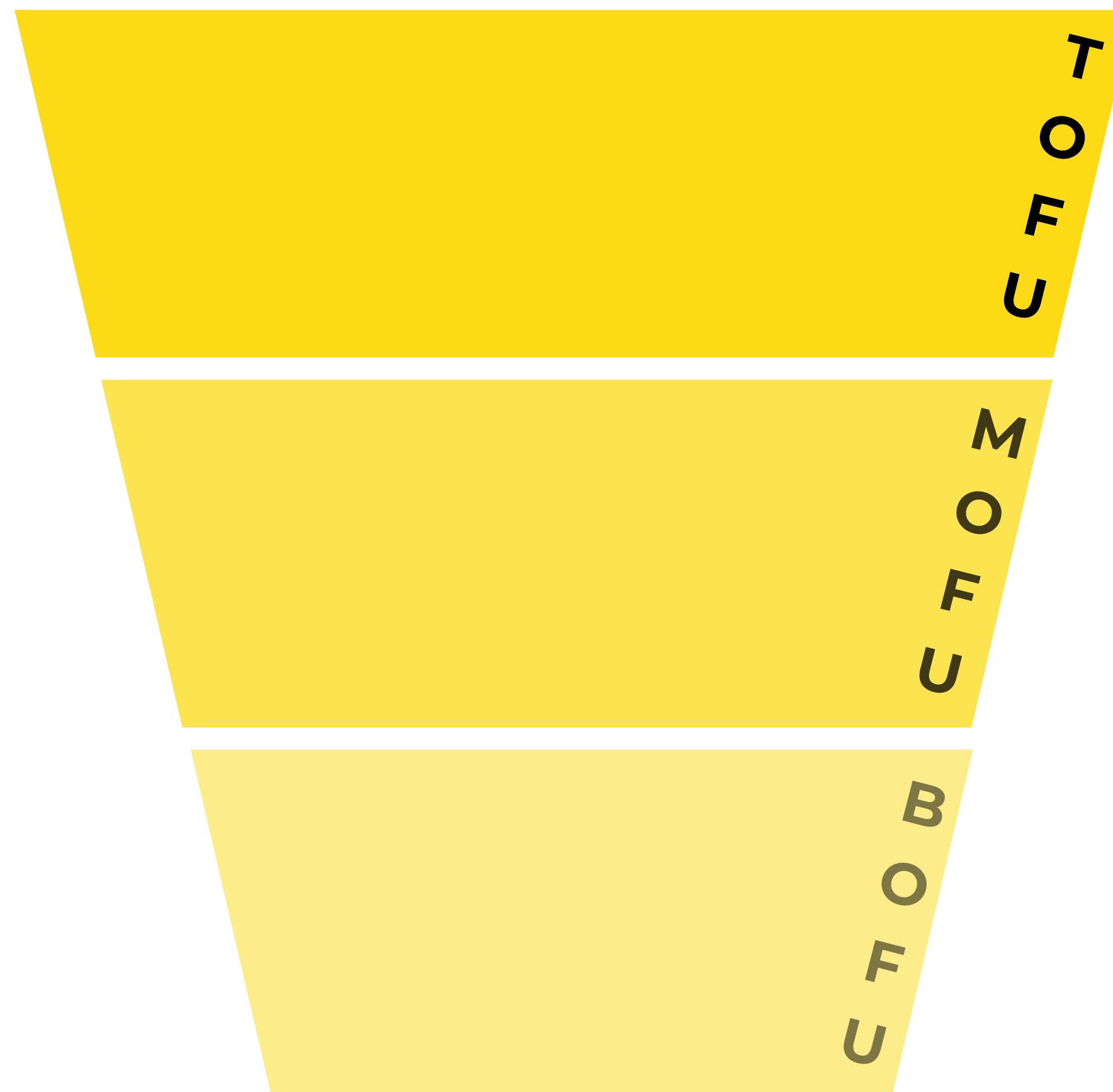
PAMIĘTAJ, BY DOPASOWAĆ LEJKI I DZIAŁANIA DO BUYER PERSON!

1. TOFU to działania, które są kierowane do szerokiej grupy potencjalnych klientów. Mają przyciągnąć uwagę odbiorcy - zazwyczaj skupiają się wokół jego problemu/zainteresowania.

2.MOFU to moment, w którym musimy przekonać potencjalnego klienta do zaufania naszej firmie. W tym miejscu przedstawiamy wartości, korzyści, przewagę konkurencyjną. MOFU to czas na poznanie się lepiej i pokierowanie odbiorcy dalej.

3.BOFU to moment, w którym potencjalny klient zna już nasze rozwiązanie, ale potrzebuje dodatkowej zachęty i pewności. Przychodzi więc czas na działania, które pozwolą na ostateczne przekonanie potencjalnego klienta do zakupu/skorzystania z usług. To również czas na przypomnienie się, budowanie lojalności,

BUYER PERSONA:



INSTRUKCJA

SPRÓBUJ PRZYPISAĆ KONKRETNE DZIAŁANIA DO POSZCZEGÓLNYCH ETAPÓW LEJKA. PONIŻEJ ZNAJDZIESZ WYJAŚNIENIE KAŻDEGO Z NICH.

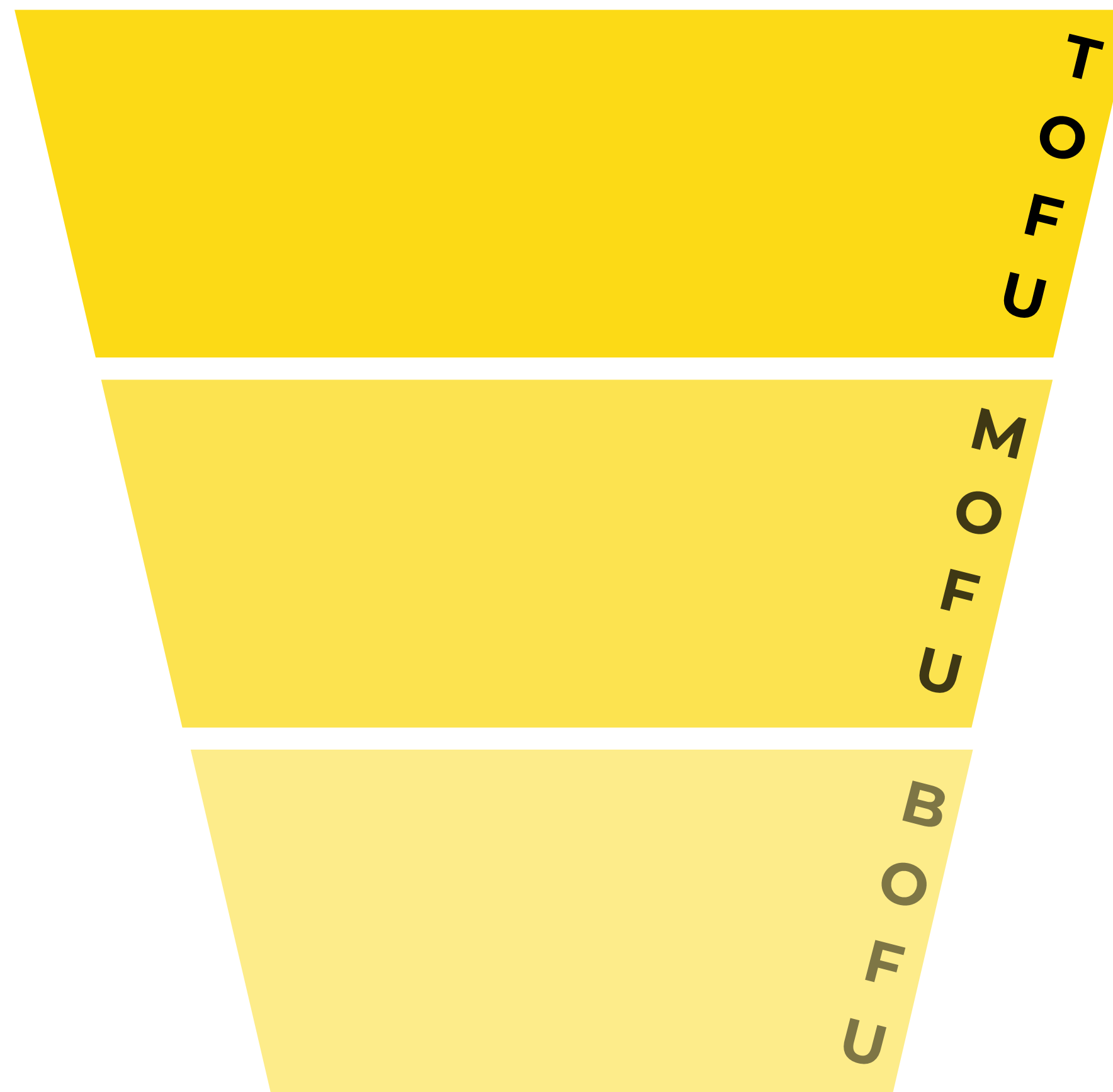
PAMIĘTAJ, BY DOPASOWAĆ LEJKI I DZIAŁANIA DO BUYER PERSON!

1. TOFU to działania, które są kierowane do szerokiej grupy potencjalnych klientów. Mają przyciągnąć uwagę odbiorcy - zazwyczaj skupiają się wokół jego problemu/zainteresowania.

2.MOFU to moment, w którym musimy przekonać potencjalnego klienta do zaufania naszej firmie. W tym miejscu przedstawiamy wartości, korzyści, przewagę konkurencyjną. MOFU to czas na poznanie się lepiej i pokierowanie odbiorcy dalej.

3.BOFU to moment, w którym potencjalny klient zna już nasze rozwiązanie, ale potrzebuje dodatkowej zachęty i pewności. Przychodzi więc czas na działania, które pozwolą na ostateczne przekonanie potencjalnego klienta do zakupu/skorzystania z usług. To również czas na przypomnienie się, budowanie lojalności,

BUYER PERSONA:



INSTRUKCJA

SPRÓBUJ PRZYPISAĆ KONKRETNE DZIAŁANIA DO POSZCZEGÓLNYCH ETAPÓW LEJKA. PONIŻEJ ZNAJDZIESZ WYJAŚNIENIE KAŻDEGO Z NICH.

PAMIĘTAJ, BY DOPASOWAĆ LEJKI I DZIAŁANIA DO BUYER PERSON!

1. TOFU to działania, które są kierowane do szerokiej grupy potencjalnych klientów. Mają przyciągnąć uwagę odbiorcy - zazwyczaj skupiają się wokół jego problemu/zainteresowania.

2.MOFU to moment, w którym musimy przekonać potencjalnego klienta do zaufania naszej firmie. W tym miejscu przedstawiamy wartości, korzyści, przewagę konkurencyjną. MOFU to czas na poznanie się lepiej i pokierowanie odbiorcy dalej.

3.BOFU to moment, w którym potencjalny klient zna już nasze rozwiązanie, ale potrzebuje dodatkowej zachęty i pewności. Przychodzi więc czas na działania, które pozwolą na ostateczne przekonanie potencjalnego klienta do zakupu/skorzystania z usług. To również czas na przypomnienie się, budowanie lojalności,

BUYER PERSONA:

