

Kuidas luua digiturunduses müüvaid tekste?

Kes on klient, kuidas eristud, millega võlud?

Turunduse eesmärk messil on
edasi anda infot

Aga kuidas paista silma teiste hulgast?

Kuidas turunduses eristuda

- Kuidas sa teistest (siin messil) erined?
- Kuidas saad silma paista?
- Räägi oma kõige erilisemast kliendist – räägi lugusid, mis on erilised

Kliendisegmendid

- Kes on messi külastajatest meie klient?
- Kellele me loome väärtust?
- Kes on meie kõige tähtsamad kliendid?
- Unustame mees 25-30 ja naine 45-50 kliendisegmendid
 - Nendes olevad inimesed on väga erinevad üksteisest
 - Peame minema täpsemaks, kui soovime eristuda ning neile paremat sisu luua
 - Kes ta inimesena on?

Mille järgi te hindate messil
osalemise edu?

50 uut tellimust?

Väärtuspakkumine

- Lubadus kliendile (tavaliselt ühelauseline), mis ettevõtte tagab, kui klient tellib teenuse
 - Ehk vastus küsimusele – miks ma peaksin teilt ostma?
- Millist kliendi probleemi me aitame lahendada?
- Milliseid kliendi ülesandeid aitame täita?
- Millist kliendi kasu me loome?
- Milliseid kliendivajadusi me rahuldame?

Konkreetne lihtsalt mõistetav sõnum koos
reageerimise kutsega

Kuidas moodustada sõnumit

1. Tuvasta kliendisegment
2. Tuvasta kliendil eksisteerivad probleemid
3. Pakkuge kliendi probleemile lahendus
4. Näidake milliseid tulemusi olete pakkunud sarnastele klientidele sarnases situatsioonis
5. Ütle mille poolest oled erinev oma konkurentidest

Hea sõnumi omadused

- Lühike ja fokuseeritud – selge sõnum, mis on täpne ja suunatud
- Vältige slängi ja lühendeid. Ärge minge kaasa ajutiste trendivälgatustega
- Paku kohest väärtust
- Identifitseeri ennast selgelt
- Pane tarbijad end eriliseks tundma

Tagasilükkamise kõige olulisemad tegurid veebis

- Keerukas, palju elemente – “liiga palju toimub korraga”
- Navigeerimise abi puudumine
- Igav disain
- Hüpikreklaamid
- Väike teksti suurus
- Liiga palju teksti
- Suur korporatsiooni välimus ja tunne – samuti start-up tunne
- Kehv otsing
- Kirjavead

Kõige olulisemad aktsepteerimise tegurid veebis

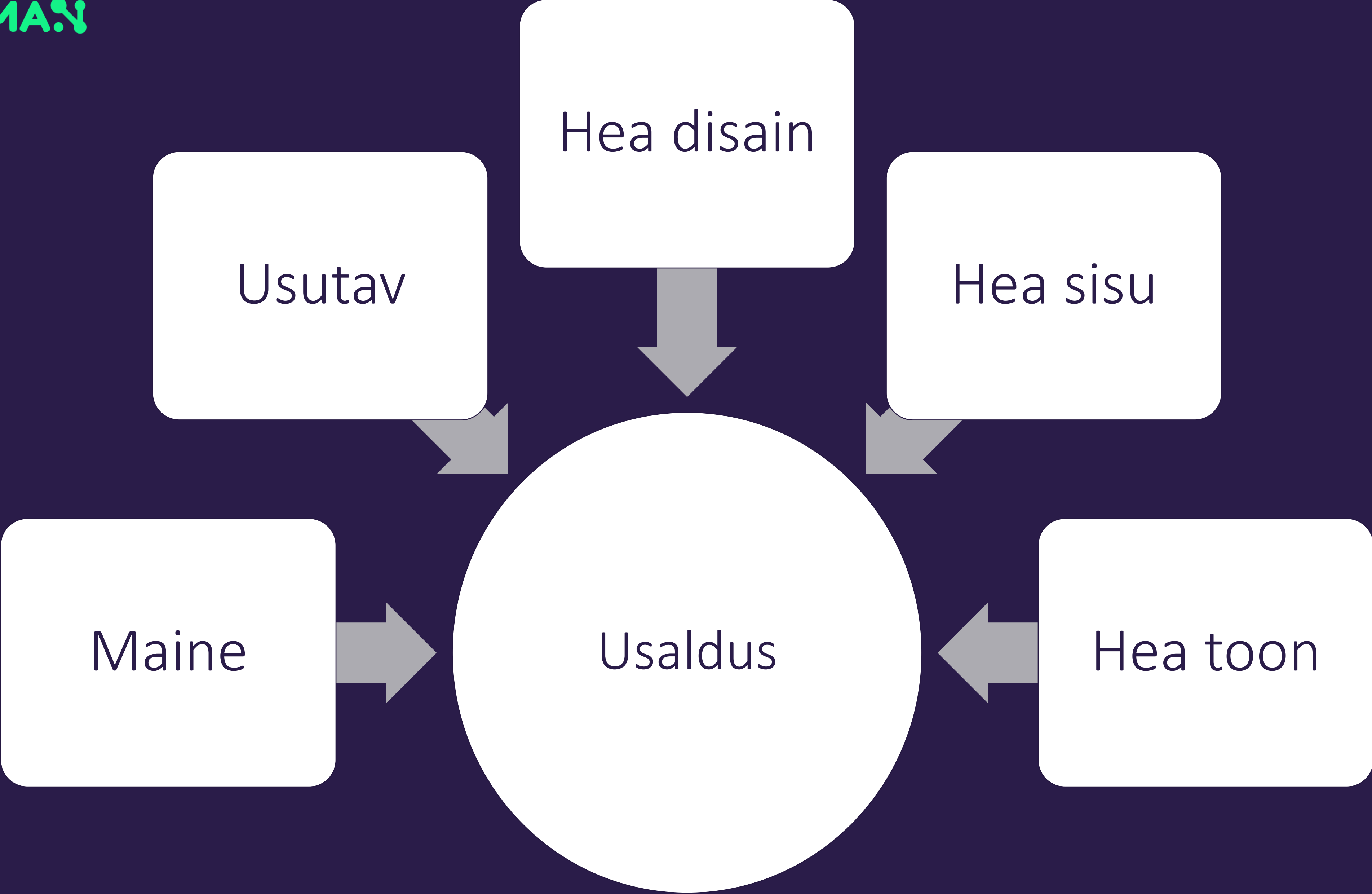
- Põhjalik teave
- Tugev ekspertiis sobivatel teemadel
- Asjakohane teave
- Lai teemade käsitlemine
- Erapooletu teave
- Personaliseeritud informatsioon
- Lihtsa keele kasutamine
- Aruteluvõimalus
- Sagedasemad vastatud küsimused

Usalduse komponendid



Väike arutelu

- Kuidas näeb välja usaldusväärne ettevõte?
- Kuidas mitte-usaldusväärne ettevõte välja näeb?



Mida inimesed kardavad?

Segased
pakkumused

Petuskeemid

Ebatavalised
pakkumised

Pettus

Võltsitud tooted

Turundajaid

Maine

Auhinnad

Kogemuslood

Kaasklientide
nõu

Domeeninimi

Sertifikaadid

Usaldusväärne
organisatsioon

Kuulsad
inimesed

Fotod tavalistest inimestest

Klienditeeninduse
kommentaarid

Hea disain, disaini kvaliteet

Lihtne kasutada

Hea visuaal

Kirjavigu ja
grammatikavigu
pole

Professionaalne
välimus

Hea sisu

Vastused
korduma
kippuvatele
küsimustele

Tsitaadid

Ajakohane teave
(mitte selgelt
vananenud info)

Füüsiline
aadress

Ulatuslik sisu

Arhiiv
(näitab
pikaajalisust)

Usaldust
näitavad
poliitikad

Sisu usutavus

- Täiendavad lingid, võimalus juurde lugeda
- Olemasolevate teadmistega kokkusobiv info:
 - Kasutaja usaldab seda, mida ta juba usub olevat tõsi
 - Uus allikas peab kinnitama seda, mida nad teavad
 - Kui on mõni kokkulangevus varasemaga, usaldavad kasutajad tõenäolisemalt ja loevad edasi

Hea toon

Vältige “Moosivat” tooni

Välti “Liiga head, et olla
tõsi”

Vaielge omakasu vastu

Vältige pealetükkivat
müügikeelt

Ettevaatust

- Inimesed ei vali tavaliselt kõige odavamad ja kõige kallimat
- Liiga palju valikuid viib valimatusele

Aitäh! Küsimused ja vastused

Trinidad Wiseman OÜ

 +372 63 11 111

 info@twn.ee

 twn.ee

Meie blogi blog.twn.ee