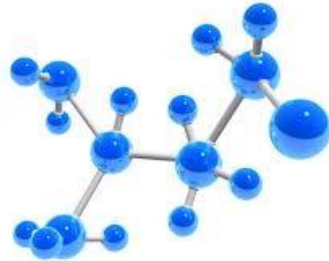


# Геном клиента: разгадываем «ДНК» принятия решения о покупке и проектируем процесс активного привлечения

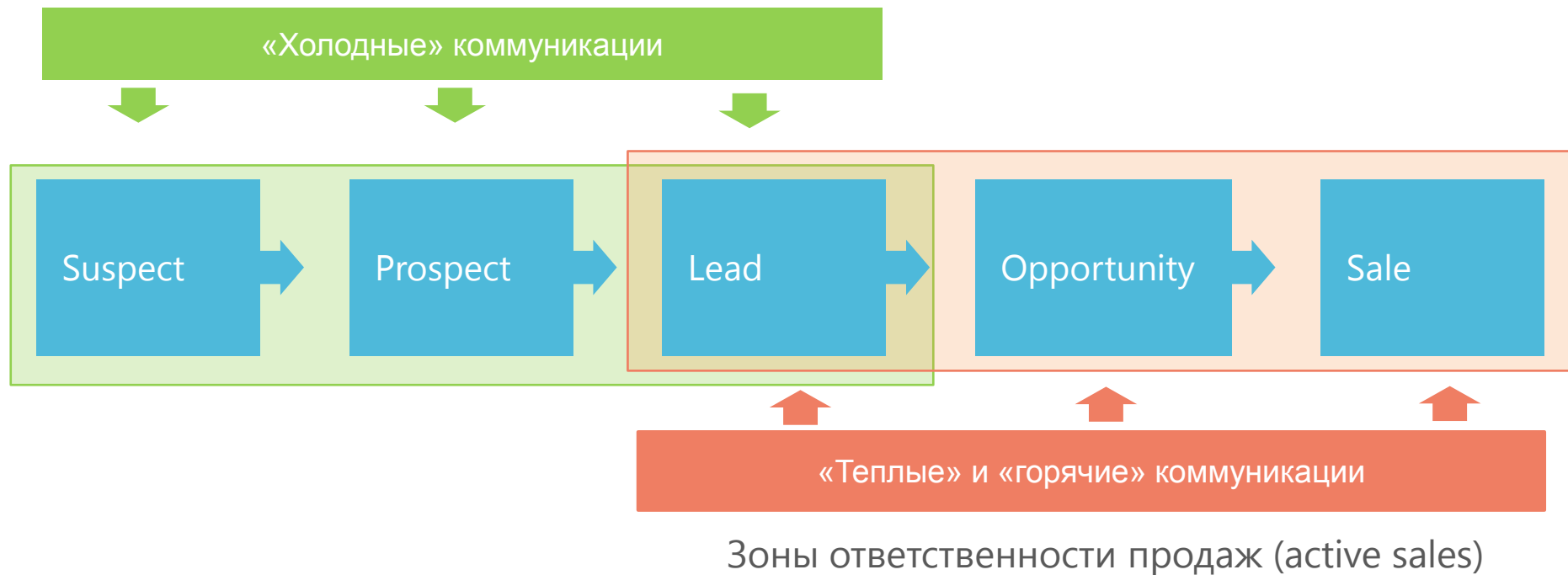


Лев Одляницкий  
[leadforce.ru](http://leadforce.ru)

# Модель принятия решения о покупке

# Зоны ответственности и типы коммуникация

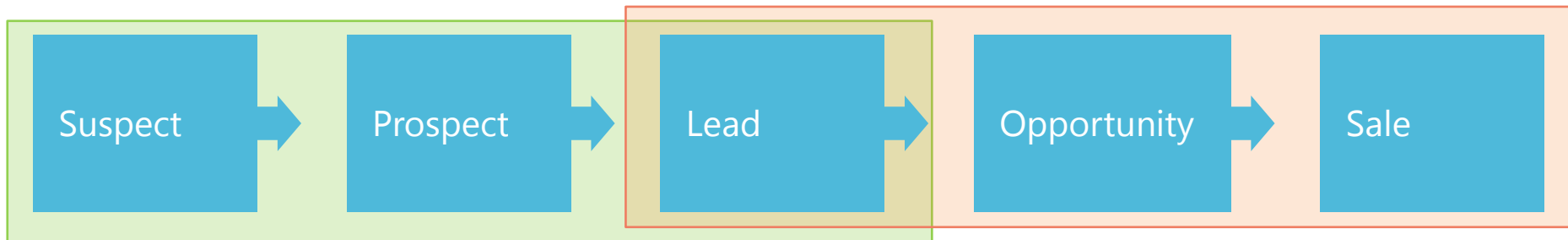
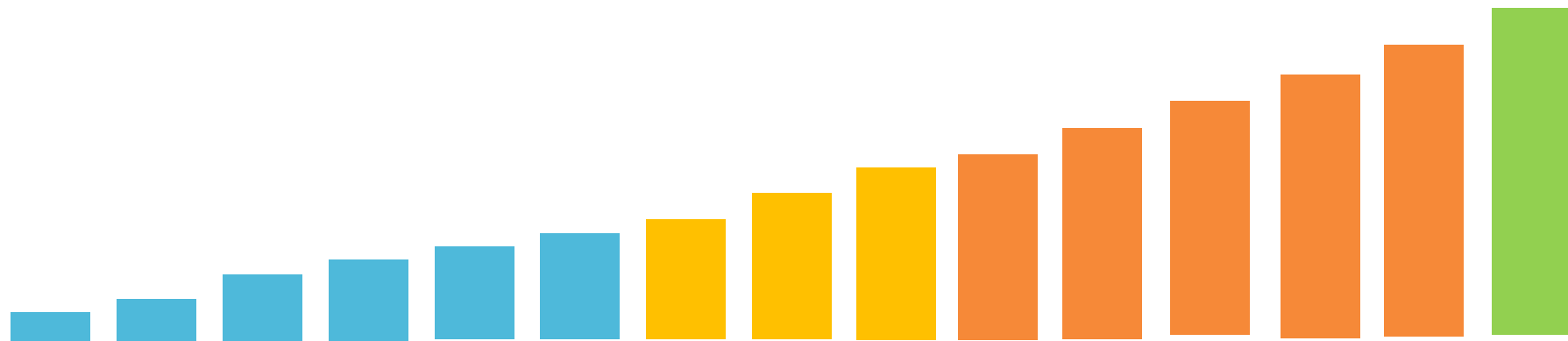
Зоны ответственности маркетинга (lead generation)



# Интерактив на различных стадиях принятия решения

Зоны ограниченного интерактива

Зона высокого интерактива



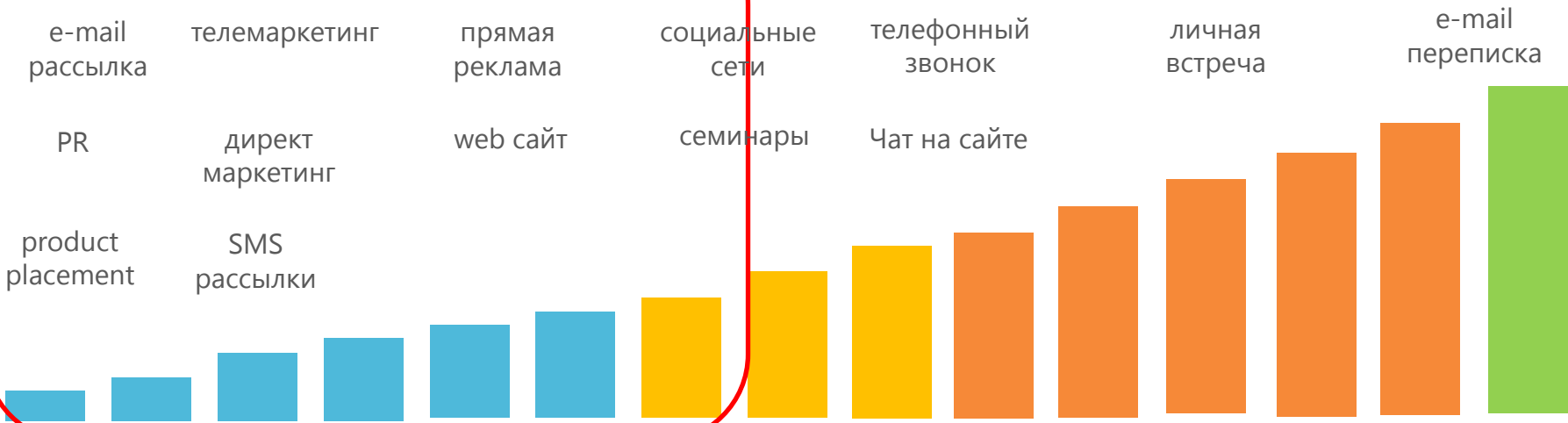
# Цикл принятия решения



# Коммуникации на разных стадиях

## Однонаправленные коммуникации

## Интерактивные (two-way) коммуникации



«У меня есть потребность или желание»



«Что может удовлетворить мою потребность или желание?»



«Кто предлагает наилучшее решение?»



«Теперь я готов купить»



«Закрываю ли я наилучшую сделку?»

А причем тут геном?

# Геном человека и персонафицированная медицина



gene X plain

Александр Кель, основатель  
Genexplain

Располагая ей [виртуальной моделью клетки человека], как утверждает Кель, можно проанализировать конкретную ДНК и предсказать, как организм пациента будет реагировать на те или иные лекарства.

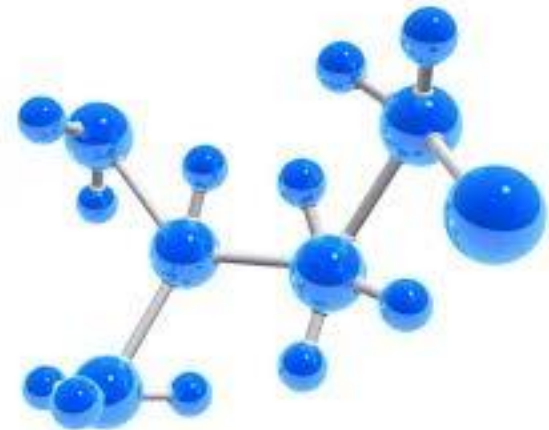
Forbes.ru , 27.06.12



# «Геном принятия решения» и персонифицированный маркетинг

Располагая пониманием модели [«гена»] принятия решения о покупке, можно спроектировать и реализовать лучшие модели принятия решения

Успешные маркетологи будущего



Строим модель активного привлечения клиентов

# Цикл «созревания» клиента



# Формируем облако важных вопросов

? Нужно ли мне это?

? С кем бы посоветоваться?

? Решит ли это мою проблему?

? Настолько ли важна моя цель/проблема?

? Как именно это решит мою проблему?

? Купить у них или у конкурентов?

? Не потрачу ли я деньги впустую?

? А насколько эти ребята серьезные?

? Одобрят ли мой выбор?

? А удобен ли этот продукт в использовании?

? На самом ли деле продукт так хорош, как они обещают?

? На самом ли деле продукт так хорош, как они обещают?

? А что думают те, кто уже купил?

? Стоит ли это своих денег?

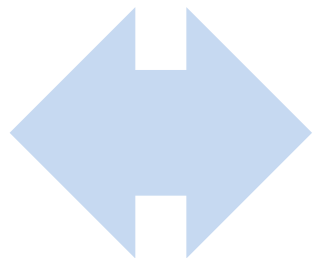
? Что еще я смогу получить при покупке этого продукта?









? А что мне делать, если после покупки что-то пойдет не так?

? Это точно лучший способ решить мою проблему?

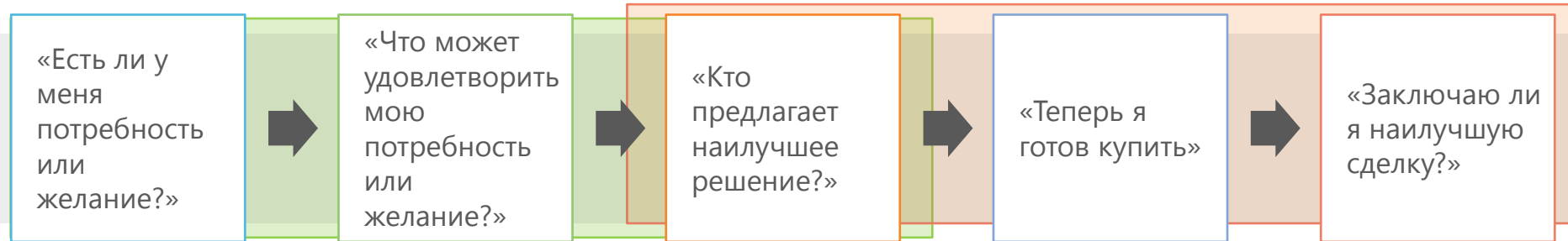
# Формируем матрицу полезного контента

- ? Нужно ли мне это?
- ? Решит ли это мою проблему?
- ? Настолько ли важна моя цель/проблема?
- ? Стоит ли это своих денег?
- ? Купить у них или у конкурентов?
- ? А что мне делать, если после покупки что-то пойдет не так?
- ? А что думают те, кто уже купил?

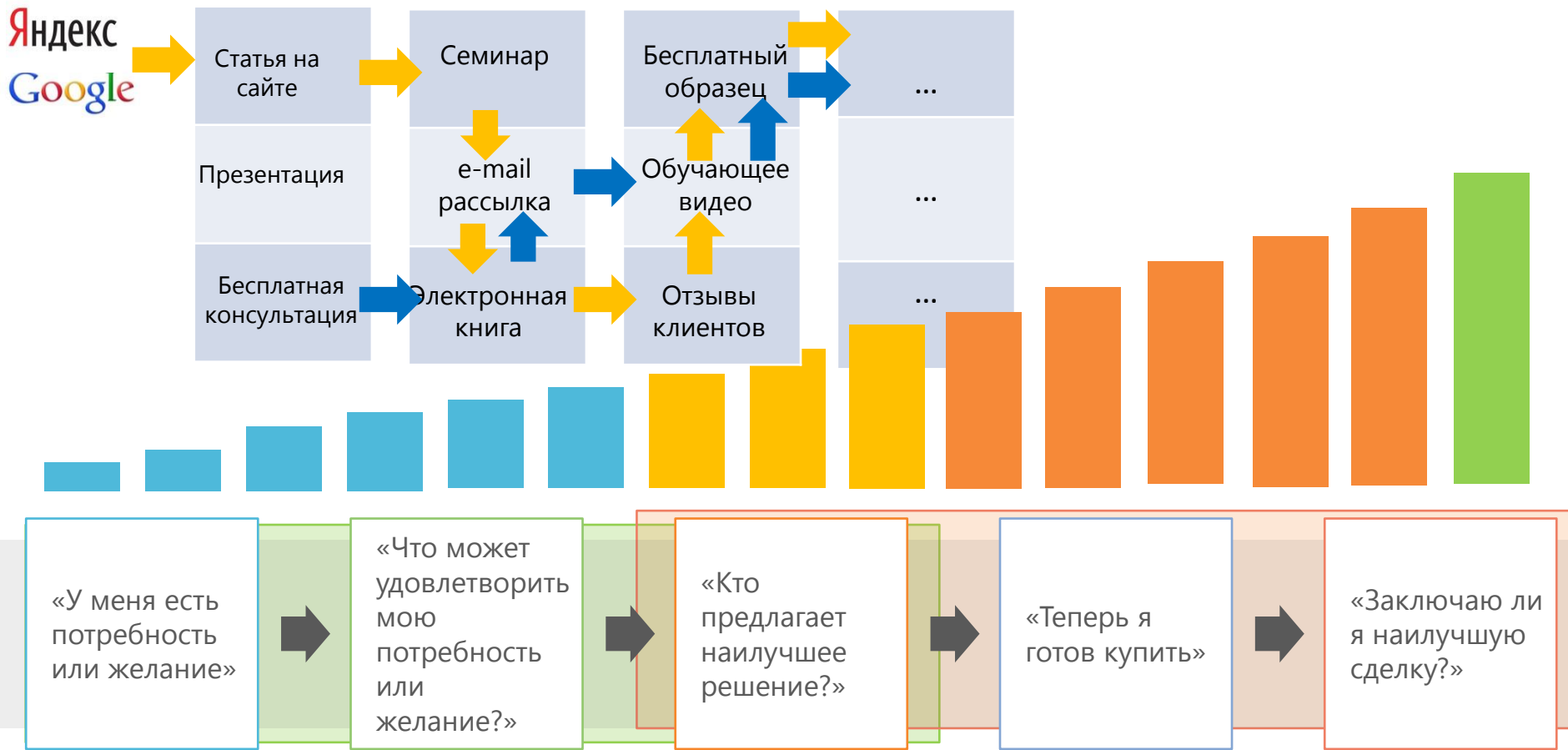


 Статья на сайте	 Обучающий ролик	 Инфографика
 Презентация	 Видеоотзывы клиентов	 Электронная книга
 Бесплатная консультация	 Бесплатный образец	 ....

# Расставляем контент по жизненному циклу



# Формируем сценарии воздействия



# Пример реального процесса активного привлечения



# Пример процесса активного привлечения(b2b)



# Пример процесса активного привлечения(b2c)



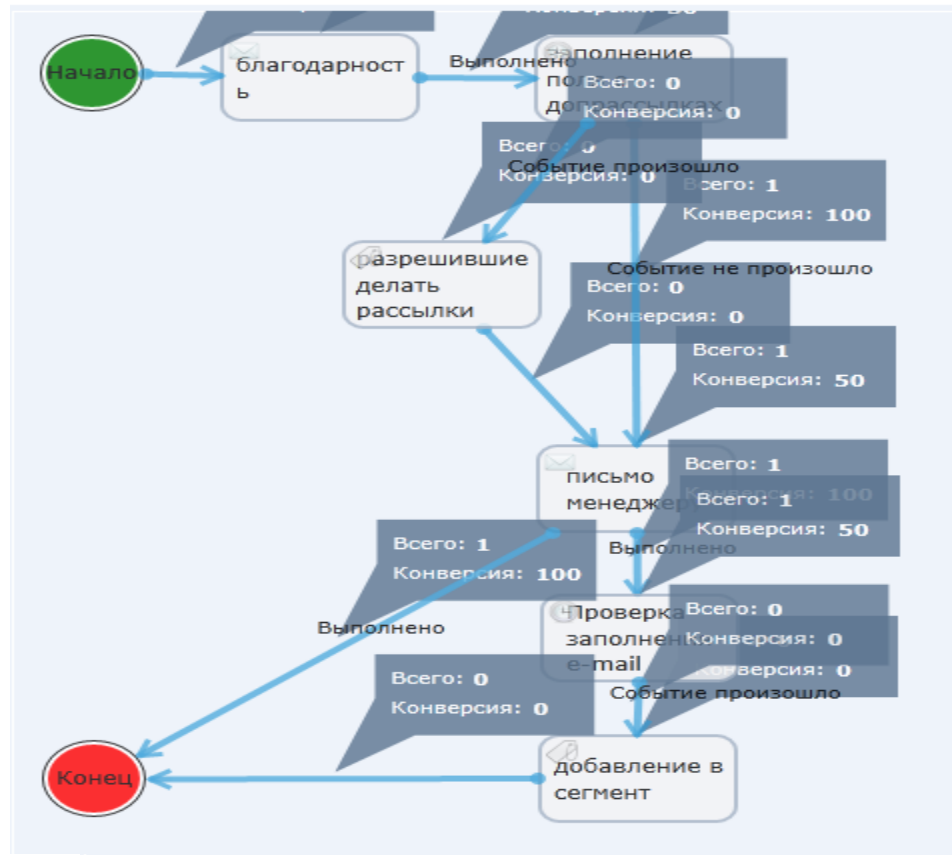


Реализация процесса активного привлечения

# Реализация процесса активного привлечения



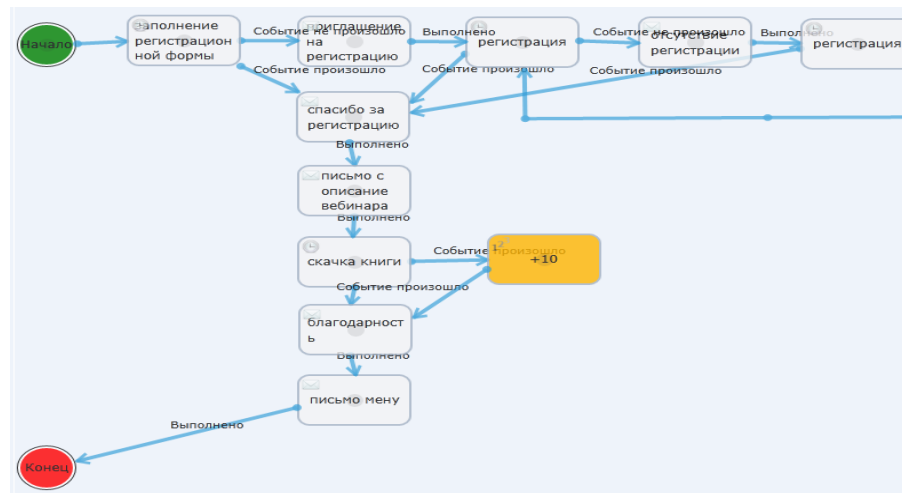
- Конфигуратор процессов возвращивания
- Автоматический запуск процессов при заполнении формы
- Контроль прохождения лида по маршруту (сценарию) процесса
- **Карта конверсии процесса**



# Реализация процесса активного привлечения



- Оценка ответных действий лида на целевые воздействия
- Автоматический подсчет баллов лида по процессу привлечения
- Автоматический скоринг контента, применяемого в процессах привлечения
- Автоматическое уведомление менеджера при достижении SalesReady



Основные данные		Дополнительные настройки	
Название:	<input type="text" value="+10"/>	Отразить текущему пользователю:	<input type="checkbox"/>
Описание:	<input type="text"/>		
<b>Начисление баллов</b>			
Тип балла:	<input type="text" value="Балл по активности"/>	Категория:	<input type="text" value="По поведению"/>
Операция:	<input type="text" value="Присваивание (=)"/>	Начисляемый балл:	<input type="text" value="10"/>
		<input type="button" value="Сохранить"/> <input type="button" value="Отмена"/>	



Более подробно про возможности LeadForce  
можно узнать...



...став объектом нашего бизнес-процесса

(подписка на [leadforce.ru](http://leadforce.ru))

А теперь вопросы!

Лев Одляницкий

Leadforce.ru