

Re-marketing



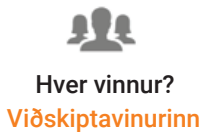
Google Re-marketing er aðferðafræði sem gengur út á að elta vænlega viðskiptavinum með markaðsefni sem reiknireglur Google meta að henti viðkomandi aðila. Til dæmis ef Jón Jónsson er að skoða ferðir á Booking.com til Istanbul í Tyrklandi þá eru líkur á að hann fái ýmsar auglýsingar á næstu dögum eða vikum um Istanbul. Þetta er áhugaverð leið í markaðsmálum en hún er einnig mjög vandfærin.



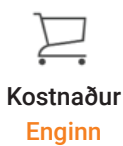
Zenter býður upp á svipaða aðferðafræði með því að ræsa út feril sem inniheldur skilaboð sem þú ákveður hvenær leggja af stað í ferlinum. Til dæmis getur þú spurt í könnun, eða á skráningarsíðu á heimasíðu þinni, um málefni X, Z eða Y og smíðað feril sem sendir upplýsingar um X, Z eða Y á næstu vikum þar á eftir. Þetta á sérstaklega við um ákvarðanir sem taka lengri tíma.

Hvernig?

Stilltu upp plani í Excel um hvenær tiltekin skilaboð eiga að leggja af stað eftir að vikomandi aðili hefur merkt í markhóp X.



Dæmi: Vænlegur viðskiptavinur hugar við að hann hafi áhuga á ákveðnu málefni þegar hann/hún skráir sig á heimasíðu fyrirtækisins. Þú ert tilbúin með feril sem inniheldur 8 tölvupósta sem ræsast með 30 daga millibili og hver og einn inniheldur tímalaus skilaboð um málefnið. Þannig getur þú aukið vitneskju viðkomandi um málefnið og stóraukið líkurnar á því að viðkomandi gerist viðskiptavinur. Mundu að viðkomandi aðili skráði sig fyrir viðkomandi málefni og sýnir þannig áhuga á viðkomandi málefni.



Til þess að ná auka árangri með þessa hugmynd þá skaltu kynna þér vel hugmynd nr. 74 (væntanleg) um viðbragðshnappa (e. Call to Action) og nýta þá í öllum útsendingum

Af hverju?

Þetta er mjög ódýr leið til þess að koma til skila ákveðnum skilaboðum yfir tíma um málefni sem vænlegur viðskiptavinur hefur áhuga á. Endalausar hugmyndir er svo hægt að tengja við hvert og eitt verkefni sem getur leitt viðkomandi aðila inn á aðrar heimasíður, myndbönd, og kannanir svo fátt eitt sé nefnt.

Hvað þarf ég að kunna?

- Stofna feril
- Kunna að búa til seinkun
- Tengja svör í könnun við markhóp
- Lesa úr skýrslum