

التنقيب وتوليد العملاء المحتملين

انشاء محتوى

لا تقلل أبدًا من أهمية إنشاء محتوى مثير للإعجاب. لكي يكون المحتوى فعالاً ، يجب أن يكون احترافياً وغنياً بالمعلومات. هناك العديد من الطرق المختلفة لإنشاء المحتوى ، ويمكنك تطويره بنفسك أو تعيين خبير. أنواع المحتوى التي يمكنك إنشاؤها:

- النشرات الإخبارية
- دراسات الحالة
- المدونات / مدونات الفيديو (مدونات الفيديو)
- المدونة الصوتية
- ندوات عبر الإنترنت
- وسائل التواصل الاجتماعي
- المقابلات
- كتب

بمجرد إنشاء المحتوى ، عليك القيام بكل ما في وسعك لمشاركته. قم بتطبيق المهارات في طرق التسويق للمساعدة في نشر معرفتك.

اختر طرق التنقيب

هناك العديد من طرق التنقيب المتاحة ، وسوف نقوم بتغطيتها بمزيد من العمق في وحدة لاحقة. بينما ستختار على الأرجح طرقاً متعددة للتنقيب ، يجب أن تركز طاقتك على الأساليب التي سيستجيب لها عملاؤك المحتملون عندما يتعرضون لها. على سبيل المثال ، تقل احتمالية استجابة العملاء المحتملين الأصغر سناً للمكالمات غير المرغوبة وأكثر عرضة للاستجابة للشبكات الاجتماعية والندوات عبر الإنترنت. تشمل طرق التنقيب الشائعة الاستخدام ما يلي:

- الاتصال البارد
- الإحالات
- تسويق المحتوى
- التسويق عبر البريد الإلكتروني
- الشبكات
- ندوات
- شبكات التواصل الاجتماعي
- ندوات عبر الإنترنت
- دعاية

عدم تقديم القيمة

لقد أكدنا بالفعل على أهمية توفير القيمة للعملاء المحتملين. لسوء الحظ ، غالبًا ما يتم إبعاد البحث عن العملاء المحتملين وتوليد العملاء المحتملين إلى ساحة البيع. لا يريد الناس أن يشعروا بأنهم مجبرون على الاستماع إلى شخص مهتم فقط بأموالهم. سيؤدي الفشل في تقديم القيمة دائمًا تقريبًا إلى قيام العملاء المحتملين بضبط رسالتك. تذكر دائمًا تقديم قيمة عندما تقوم بالتنقيب عن العملاء المحتملين وتوليدهم.