

白皮书--通过“销售线索培养” 将潜在客户转化为销售客户



出品公司

Virtual GROUP
EXPO

COMPARE
CONNECT
BUY

引言

在理想的情况下，客户会立即进行采购，并不断返回采购更多。有时现实情况也是如此。但更多时候，将潜在客户转化为销售是一个更类似于约会的过程。您需要在他们做出选择之前向他们表白。

潜在客户需要确定您是正确的选择，而他们很可能不会自己得出这个结论。需要轻轻推一下他们 那么，您如何让他们参与进来呢？

进行销售线索培养。

什么是销售线索培养？

销售线索培养是在潜在销售客户采购过程的每个阶段与他们建立关系。基本上，您是通过适时、相关的互动来建立信任的—即使潜在客户目前还没有准备好采购。



销售线索培养为何重要？

如果您是B2B营销人员或销售人员，您可能会点头同意，并且可能对潜在客户培育非常熟悉。信任是B2B的货币：漫长的销售周期和关系建设是常态，而不是例外。然而，销售线索培养在B2C中也变得越来越重要。

根据谷歌公司的数据，与2015年相比，人们[做出采购决定的平均时间延长了9天](#)。消费者现在会花时间通过查看客户评论、将价格与竞争对手进行比较、在博客或媒体上阅读来了解有关贵公司的信息，而这仅仅是开始。更长的销售周期意味着要让潜在客户保持足够长的参与度以使他们进入销售流程，这更具挑战性。

较长的销售周期也使信任成为采购决策的决定性因素。除了客户满意度之外，一些消费者可能需要感觉到品牌与他们的个人价值观相一致。爱德曼的一项研究表明[67%的消费者会尝试有信誉的公司的产品](#)，但除非他们开始信任该公司，否则他们很快就会停止采购。

销售线索培养既能满足消费者对参与和引导的需求，又能创造对品牌的信任。



八个成功销售线索培养的最佳做法



确保销售和营销同步进行

您的信息传递越一致，建立的信任就越多，所以销售和营销需要有共同的目标和明确的流程。让两个团队概述他们的共同目标，设定关键绩效指标，并定义对采购周期至关重要的术语。让销售团队定义高质量的销售线索是什么样子的，以及在什么时候一个线索足够成熟，可以交给销售。最重要的是，要定期重温共同的目标，审查进展情况，分享积极的反馈，并集体解决出现的问题。

开始销售线索评分

潜在客户评分与调整销售和营销是相辅相成的。对销售线索进行评分是很有用的，因为它是一个数据驱动的工具，可以让销售和营销人员看到一个线索是否“可以转化为销售”，是否仍在培养中，或者一个线索是否不适合。

要有针对性

创造内容展示您的专业性，并提供更多的参与机会，但您必须在正确的时间提供内容。确保已经规划出采购周期，并选择与您的潜在客户在该周期中的位置相关的内容。

创建内容可能是一项艰巨的任务，但您可能会惊讶于您已经有多少内容可以被重新使用和刷新。看看以前的博客文章、客户评价、销售简报和时事通讯。可能还有大量未开发的资源等着您去发现。



个性化定制

电子邮件营销是培养客户的最有效策略之一，但如果您发送的是没有人情味的电子邮件，它们很可能会被直接扔进垃圾桶。

个性化定制您的电子邮件。根据客户的行为、人口统计学，尤其是他们在采购周期中的位置，创建细分市场。或者使用由特定行动触发的电子邮件活动，无论是在您的网站、社交媒体上还是在电子邮件中。营销自动化平台是您最好的帮手。

在VirtualExpo集团，我们实施一项活动，从新分销商加入我们的数据库的那一刻起，新的订阅量就增加了12%。



多渠道考虑

我们刚刚说过，电子邮件营销是最有效的策略，但它不是您与受众互动的唯一方式。想得更远。考虑多渠道销售线索培育。以使用社交媒体、付费重定向、动态内容、甚至更传统的营销方法来培养您的销售线索。



使用多种互动方式

潜在客户在“做好销售准备”之前需要接触6-8次。在2015年，一半的营销人员在他们的销售线索培养策略中包括少于5次的接触。找到方法，通过有用的内容，解决他们的难点，促使您的潜在客户完成采购过程。除了电子邮件，还包括几种不同的互动：社交媒体、电话、调查、网络研讨会或甚至播客。



重新参与

有时，潜在客户完成交易的时间比平均时间长。不是每个人都会在6-8次接触后准备好采购。这并不意味着您必须完全放弃潜在客户，尤其是那些非常适合您公司的潜在客户。通过有针对性的沟通，改善您之前发送给他们的内容，重新与那些已经有一段时间没有与您的品牌互动的潜在客户接触。

也就是说，创建一个从渠道中删除潜在客户的截止日期也很重要。在一段时间没有参与之后，您可以发送一封电子邮件，询问他们是否希望继续收到您的信息，并删除没有回应的潜在客户。



一切都在细节中

因此，您已经制定了潜在客户培养计划，创建了内容，并将其与采购流程相协调。销售和营销处于同一起跑线上。现在是质量控制的时候了。发出的电子邮件有破损的链接、做得不好的个性化和拼写错误，都会破坏您的努力。在发布内容之前，先建立一个质量控制流程，然后安排时间重新访问和修改过时的内容。

请记住，您的内容只有在您的数据中才是好的，所以要实行良好的数据管理。这对创造及时和相关的互动至关重要。

福利

对于那些刚刚开始销售线索培养并想知道从哪里开始的人来说，一个好的起点是买家之旅。看看您最好的客户，确定他们为什么是好的潜在客户。考察那些需要较长时间才能转化的客户。看看哪些营销内容最有效，找出各类难点。然后制定一个规划。与所有事情一样，最困难的部分只是迈出第一步。但是，与您的客户建立更牢固的关系总是有回报的。

我们希望您已经获得了一些新的想法，并准备开始尝试。给我们发信息，让我们知道什么策略对您有效!



COMPARE
CONNECT
BUY

在VirtualExpo，我们的目标是帮助每个有B2B采购项目的买家做出最佳的选择。我们为买家提供精心挑选的优质产品和来自世界各地的供应商。我们热衷于帮助公司实现他们的项目。缺乏高质量的信息将不再是他们成功的障碍。

2020年标志着VirtualExpo集团进入一个新的时代。为了更好地满足买家和卖家的需求，我们推出六个专门的B2B在线采购平台。

Aero
EXPO

Agri
EXPO

Archi
EXPO

Direct
INDUSTRY

Medical
EXPO

Nautic
EXPO

联系方式

Stephanie Watson

产品经理

mail-marketing@virtual-expo.com

