Лидогенерация

В маркетинге под термином «лид» подразумевается потенциальный клиент, который каким-либо образом отреагировал на рекламную кампанию. Генерация лидов или лидогенерация – это тактика, используемая в директ-маркетинге, позволяющая компаниям формировать интерес возможных клиентов к товару/услуге и побуждающая их запрашивать информацию о продукции, оставлять свои данные и т.д. Сегодня технологии лидогенерации широко используются, т.к. позволяют:

* упрощать продажи;
* сокращать процесс продаж;
* предусматривать возможные риски.

И в оффлайне, и в онлайне используются одни и те же принципы лидогенерации – привлечение клиентов, сбор и анализ данных для взаимодействия, определение интереса клиента к предложению компании.

Однако лидогенерация в оффлайне имеет свои особенности. Помимо холодных звонков и персонализированных рассылок (также используемых в онлайне), к методам оффлайн лидогенерации относится проведение деловых встреч, посещение мероприятий, реклама на ТВ и в СМИ, наружная реклама.

Если генерация лидов выстроена в компании в четкий процесс, то потенциальные клиенты компании никогда не закончатся.