



Premium
Partner

Müşteri Adayı Üretimi İçin Çevrimiçi Formlar



İçindekiler

Tanıtım	3
Müşteri Adayının Gezintisini Anlamak	4
Online Müşteri Adayı Üretimi Formuyla İlgili ‘Ne ve Neden’ Sorusu	5
Çevrimiçi Formların Satış Hunisindeki Rolü	6
Formlarla Güçlü Bir Otomasyon Stratejisi İnşa Etmek	7
Müşteri Adaylarını Giriş Yaparken Tanımlamak ve Ayırmak	8
Müşteri Adayı Üretimi Formunu Tasarlamak	10
 (i) Formların Yerleştirilmesi	
 (ii) Yazı Tipi Yapısı	
 (iii) Harekete Geçirici Mesajın Gücü	
Sonuç	13

Tanıtım

Herhangi bir pazarlamacıya işlerinin en zor bölümünün ne olduğunu sorarsanız yaygın olarak alacağınız cevap ‘müşteri adayı kazanmak’ olacaktır. Müşteri adayı üretimi zorlu olsa da müşteri adaylarının, kilometre taşlarınızın olası bir parçası olduğu gerçeğine ek olarak daha fazla müşteri adayı, daha fazla para ve daha fazla genişleme anlamına geldiğinden dolayı işiniz için önemlidir.

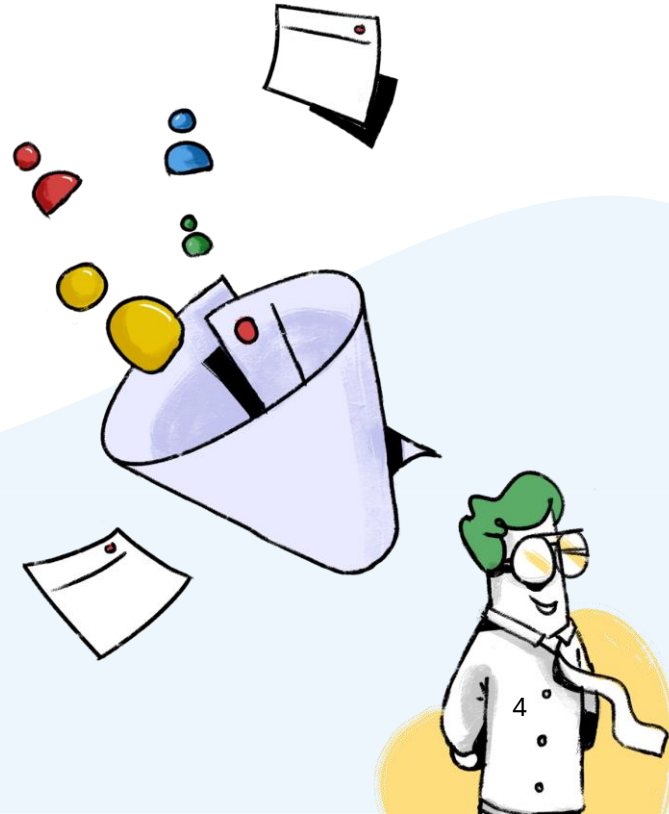
Müşterilere ulaşmak için herhangi bir aktivite (web sayfaları sosyal medya, haber bültenleri, kampanyalar ve daha fazlasını) planlamak genellikle müşterilerin aradığı çözümü sağlayarak onları ikna etme sürecidir. Bu girişimler **Müşteri Adayı Üretimi Çabaları** olarak adlandırılır.

Müşteri Adayının Gezintisini Anlamak

Müşteri Adayları ve Müşteri Adayı Üretimi

Müşteri Adayları - Beklentiler, İmkanlar, Fırsatlar... Bunlar iş dünyasında müşteri adayları için atıfta bulunan birkaç kelimedir. Büyük bir işletme, küçük bir işletme ve hatta sahil kıyısında gitar dersi vermek isteyen bir girişimci bile olsa, bunların hepsinin müşteriye ihtiyacı vardır. Kısacası müşteriniz olma ihtimali olan herkes 'müşteri adayı' olarak adlandırılır.

Müşteri Adayı Üretimi – İşletmeniz için, pazarlama ve satış ekibinizin kaliteli müşteri adayı toplamak için yaptığı genel faaliyetlerdir. Genellikle, bu ağızdan ağıza yayılan çeşitli kampanyaları, mektupları, etkinlikleri, web sayfası dönüşümlerini ve sosyal medya pazarlamasını içerebilir.



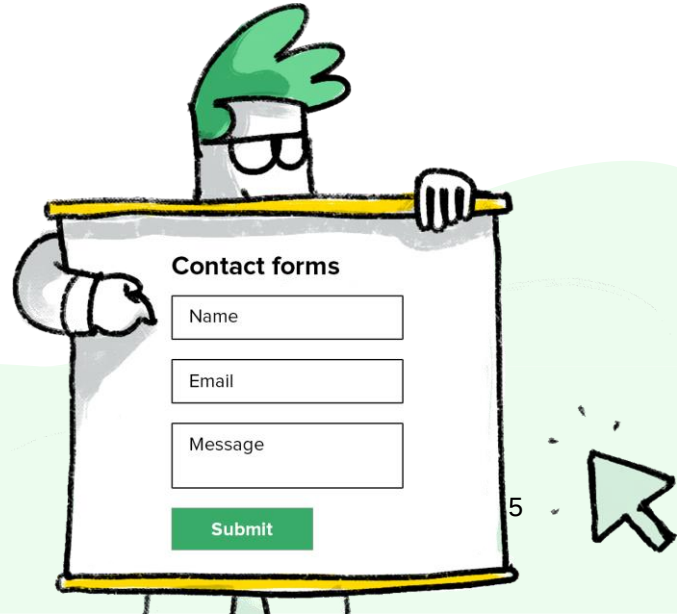
Çevrimiçi Müşteri Adayı Üretimiyle İlgili 'Ne' ve 'Neden' Sorusu

Müşteri adayı üretimi formu ne ifade eder?

- Sizin kim olduğunuzu
- Sizi seçmelerinin nedenini
- Sizden sağladıkları faydanın ne olduğunu
- Formu gönderdikten sonra ne meydana geleceğini

Niçin müşteri adayı üretimi formu oluşturulur?

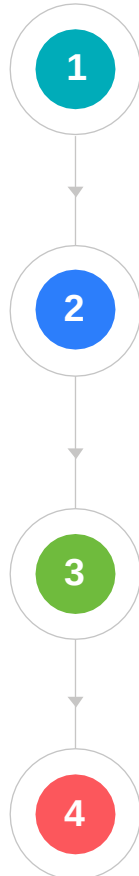
- Müşteri adayı toplamak için kolay ara yüze sahip olması
- Toplanmış verileri oluşturmak, tasarlamak ve yönetmek için çok az çaba gerektirmesi
- Çok sayıdaki müşteri adayının, formunuz tarafından karşılanması ve sorgulanması



Çevrimiçi Formların Bir Satış Hunisindeki Rolü

Satış hunisi nedir?

Satış hunisi, müşterilerin sizden satın almaya neyin yaklaştığını anlamınıza yardımcı olan aşamalı, adım adım bir yolculuktur. Bunu kavram kullanılarak müşteri adaylarının hedeflenmesi iyileştirilebilir ve satış ve pazarlama uyumu daha iyi yönetilebilir.



Farkındalık

Muhtemel müşteriler sizin hakkınızda ilk kez bilgi edinir.

İlgi

İlgi gösterirler— Örneğin, haber bülteninize çevrimiçi form kullanarak abone olunması

Karar

Diğer benzer ürünlerle karşılaştırma analizi yaparlar.

Eylem

Muhtemel müşteriler sizden satın almaya karar verirler. Böylelikle müşteriniz olurlar.

Formlarla Güçlü Bir Otomasyon Stratejisi İnşa Etmek

Pazarlama çabalarınızın artması, süreçlerinizi sürdürmek için karmaşık iş akışları kullanmanız gerektiği anlamına gelmez. Birkaç otomasyon iş akışı kurumuyla basit bir form, işletmeniz için tüm ağır yükleri taşıyabilir.

Karşı konulmaz bir form oluşturmak

Daha kısa görünen basit bir form, müşteri adaylarına doğru soruları sorarak daha fazla müşteri adayının kayıt olmasına ve iletişime geçmesine neden olur. Koşullu mantık akışıyla bir form inşa ederek bunu aşıabilirsiniz. Ayrıca mevcut form alanına nasıl cevap verdiğine bağlı olarak müşterilere yeni form alanları ortaya çıkararak kişiselleştirilmiş deneyim sağlayabilirsiniz..

Müşteri adayı üretiminde web sitesinin gücü

Web sayfanız için küçük bir müşteri adayı üretimi formu, müşterilerinizden önemli bilgileri toplamının akıllıca bir yolu olabilir. İletişim bilgilerini, ilgi alanlarını ve daha fazla bilgiyi edinebilirsiniz.

Kelimeyi sosyal medya üzerinde dağıtmak

Hedef kitlelere daha geniş ölçekte kolayca ulaşmak için en sevdiğiniz sosyal medya kanallarında formlarınızı gönderin ve paylaşın.

Müşteri adaylarınızı bilgilendirin

İster masa başında ister hareket halinde olun, her yeni müşteri adayı faaliyetinden sonra onları e-posta aracılığıyla anında haberdar edin.

Müşteri Adaylarını Giriş Yaparken Tanımlamak ve Ayırmak

Ziyaretçinin gezisi bir kere formdan içeri bilgi girildiğinde durmamalıdır. Form tamamlandıktan sonra ne olması gerektiğini önceden belirleyerek konuyla ilgili işlemleri yapın.

Onları web sayfalarına yönlendirin

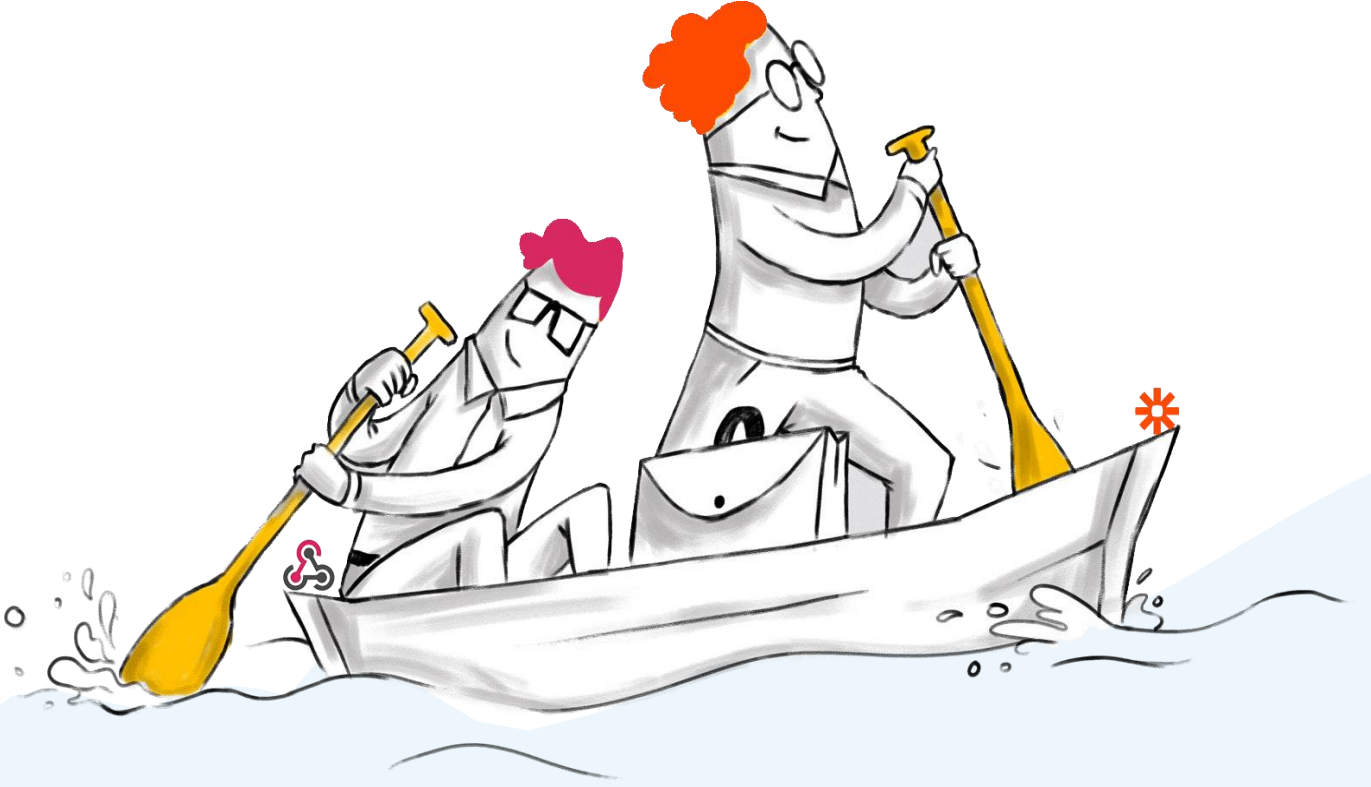
Onların ilgilerini başka yere çekebilecekken formu doldurduktan sonra teşekkürler mesajına bakmasına izin vermeyin. Onlara konuyla ilgili web sayfası, açılış sayfası gönderin ya da kararlarıyla ilgili onları mutlu hissettirin.

Müşteri adaylarını direkt CRM'e geçirin

Birçok işletme müşteri adaylarını satış ekibine göndermek ister. Müşteri adayları geldiği zaman iş akışları ayarlayarak onların bilgilerini direkt CRM'e teslim edin.

Webhooks ve Zapier üzerinden entegre edin

Form verileri, kullanıcılar arasında elektronik tabloları, depolama hizmetleri paylaşıldığında ve daha fazla çalışmak için izin verildiğinde daha değerli olur. Webhooks ve Zapier gibi hizmetler üzerinden entegrasyon fırsatlarından yararlanın.



Müşteri adayı üretimi formunu tasarlamak

Web sitesinde ya da herhangi bir sosyal medyada formunuzu kullanan herkes için çekiciliğin önemli olan kısmı formlarınızın güzel görünmesidir. Form yerleştirmesini, yazı tipi yapısını ve harekete geçirici mesaj tasarımını konuşalım.

Formların yerleştirilmesi

Bir formun güçlü olması için, kullanıcının göz atmasını sağlayacak dikkat çekicilikle birlikte anlaşılmasının ve doldurulmasının kolay olması gerekir. Bu faktörlere ek olarak formların doğru yerleştirilmesi, kullanıcı deneyiminin artmasını ve dönüştürülmesini geliştirebilir.

Web sayfasının üst kısmı

Bazen kullanıcıların, web sayfanızı ziyaret ettikleri zaman hemen formu doldurmalarını istersiniz. Formu web sayfasının üst kısmına yerleştirmek daha fazla trafik almak için veya temsilcinin potansiyel müşterilerle konuşması gerektiğinde web siteniz için kullanışlı olabilir.

Sayfanın kenar çubuğu

Sayfanın kenarında bulunan form, ziyaretçi tüm sayfa boyunca aşağı doğru kaydırdıkça sayfada görünür kalır. Bu sayede herhangi bir sayfadan form kullanarak sizinle iletişime geçebilirler.

Sayfanın sonunda bulunması

Formu web sayfasının sonuna yerleştirmek yine de dönüşüm sağlayabilir. Web sayfanızda ziyaretçilerin, sayfanın içeriğini okumasını ve ardından sizinle iletişime geçmesini beklediğiniz durumlarda böyle bir yerleştirme işe yarayabilir. Aynı zamanda formlar, web sayfanızın sonunda harekete geçirici mesaj niteliğinde olabilir.

Alt bilgide bulunması

Web sayfanızdaki alt bilgi; ziyaretçilerin, blog linki için, sosyal medya linki için ve sizinle daha fazla iletişime geçmek için sayfanıza geldikleri zaman baktıkları yerdir. Burada bulunan formlar ile başarısız olma ihtimalinizi en aza indirgersiniz.

Yazı Tipi Yapısı

Formunuzun yazı tipini, rengini ve boyutunu değiştirerek onu kişiselleştirebilirsiniz.

Tasarımınız formun boyutuyla mükemmel bir şekilde karışmalı, bu sayede sayfa ve formun birbiriyle zıtlığı, sayfanın durumunu, amacını ve doğasını ifade eder. Kitlenin okumasını zorlaştıracak yazı tipini kullanmaktan kaçının. Bunun yerine ilk geldiklerinde anlamalarını kolaylaştıracak yazı tiplerini seçin.

***Bizimle
iletişime
geçin***

***Bizimle
iletişime
geçin***

***Bizimle
iletişime
geçin***

Harekete Geçirici Mesajın Gücü

Doğru soruyu sormak, formunuzu daha kolay doldurulabilir hale getirebilir fakat hedef kitlenizin hemen bağlantı kurmasını sağlayan şey harekete geçirici mesajlardır (CTA). Harekete geçirici mesaj tasarlanırken boyut, stil, yazı tipi, renk, yerleşim yeri ve küçük kopyalar önemli detaylardır.

Şimdi Üye Ol

Bugün Giriş Yap

Denememi Başlat

Şimdi Sipariş Ver

- Harekete geçirici mesajların (CTA), yazı boyutunu, yazı rengini ve stilini doğru seçerek onları görünür yapın. Harekete geçirici mesajlar, genellikle formdaki diğer yazılardan daha büyük olur.
- Butonun rengini gözle görülebilir bir şekilde, parlak renklerle birlikte ilgi çekici yapın. Web sayfanızdaki herhangi renklerden birini kullanmak ya da web sayfanızla uyumlu bir renk kullanmanız iyi bir yöntemdir. Butonlarda kırmızı, yeşil ve turuncu renkleri kullanmanın başvuruları arttırdığı söylenir.
- Metinlerinizin kısa ve yönlendirici olması gerekir, ayrıca okuyucunuzun hemen harekete geçmesi için onları motive etmesi gerekir. Bazı zamanlarda harekete geçirici mesajlar ile teklifleri, indirimleri ve daha fazlasını açıklayarak onlara aciliyet duygusunu aşılayabilirsiniz. Mesela 'Ücretsiz e-kitap için şimdi giriş yapın' yazan bir harekete geçirici mesaj.

Sonuç

Müşteri adayı üretimi incelik isteyen bir iş olabilir. Çevrimiçi formlar; çoklu entegrasyonlar, ödemeler ve daha fazlası ile akıllı veri toplama stratejisini uygulamanıza olanak tanır.

Hakkımızda

Zoho akıllı iş uygulamaları ile CRM, otomasyon, entegrasyon, web formu gibi birçok müşteri adayı üretimi çözümü sunmaktadır. Globalde ve Türkiye’de sıkça tercih edilen Zoho uygulamalarını ücretsiz olarak deneyebilir ve ekbimizden daha detaylı bilgi alabilirsiniz.

Ürünlerimiz hakkında daha fazla bilgi edinmek için <https://www.cloudyflex.com/zoho-programlari-ve-uygulamalari> sayfamızı ziyaret edebilirsiniz.



Premium
Partner