

Sales Funnel, ένα Δυναμικό Εργαλείο Πωλήσεων «Παντός Καιρού».



Δημήτρης Παξιμάδης

Μέλος του ΚΕΜΕΛ

π. Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος , OgilvyOne, Athens

π. Γενικός Διευθυντής, BBDO Advertising, Athens

Η πολυπλοκότητα του σύγχρονου Marketing

Η παρουσίαση που ακολουθεί, φιλοδοξεί να συνεισφέρει στο ξεκαθάρισμα του χάους που επικρατεί λόγω της πολυπλοκότητας και εκθετικής εξέλιξης του Ψηφιακού Marketing.



Ένα χάος που οφείλεται και στις 100άδες επικοινωνιακές εξειδικεύσεις με ορισμούς, αφορισμούς, θεωρίες, και εργαλεία με.....επίθετο Marketing.

Sales Funnel = Τάξη και Πειθαρχία στην σκέψη μας

Η λύση είναι μία, είναι ...120 ετών, ονομάζεται **Sales Funnel** (Χοάνη Πωλήσεων) και είναι ένα οπτικοποιημένο επιχειρηματικό εργαλείο και διαδικασία που **βάζει στρατηγική τάξη και πειθαρχία** στην επιχειρηματική σκέψη μας.

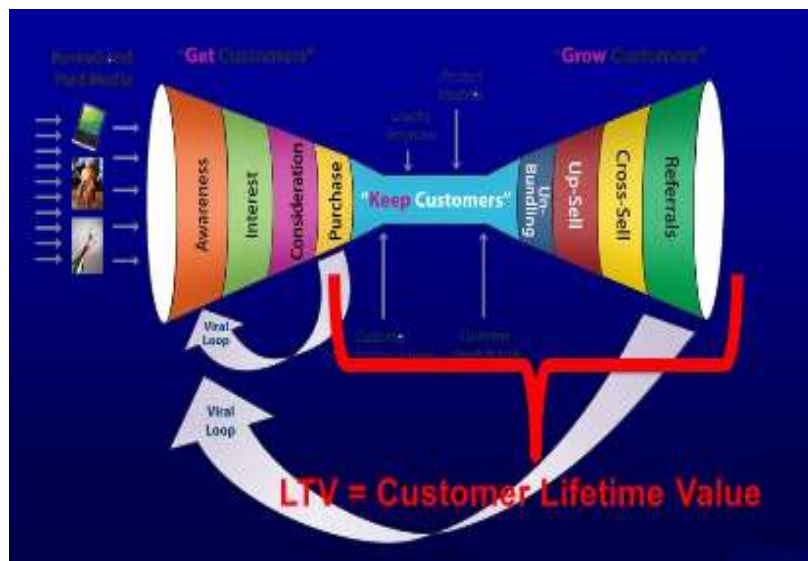


Σχετίζεται απόλυτα με τα σημεία επαφής (**Touch Points**), το αγοραστικό ταξίδι (**Customer Journey**), τον κύκλο ζωής του πελάτη (**Customer Life Cycle**), και την δημιουργία επαφών πωλήσεων (**Sales Lead Generation**).

Customer Journey/Life Cycle Mapping	Before Purchase		Purchase	After Purchase	
	Awareness	Evaluation	Purchase	Usage	Loyalty
Website					
E-Shop					
Face to Face					
In-Store					

Sales Funnel = Τάξη και Πειθαρχία στην σκέψη μας

Στην ολοκληρωμένη ανάπτυξή του το Digital Funnel διευκολύνει την στοχοθέτηση, παρακολούθηση, μέτρηση και βελτιστοποίηση της ροής ενεργειών που σχετίζονται, με την προσέγγιση, **προσέλκυση, απόκτηση, διατήρηση και αύξηση των πελατών μας.**

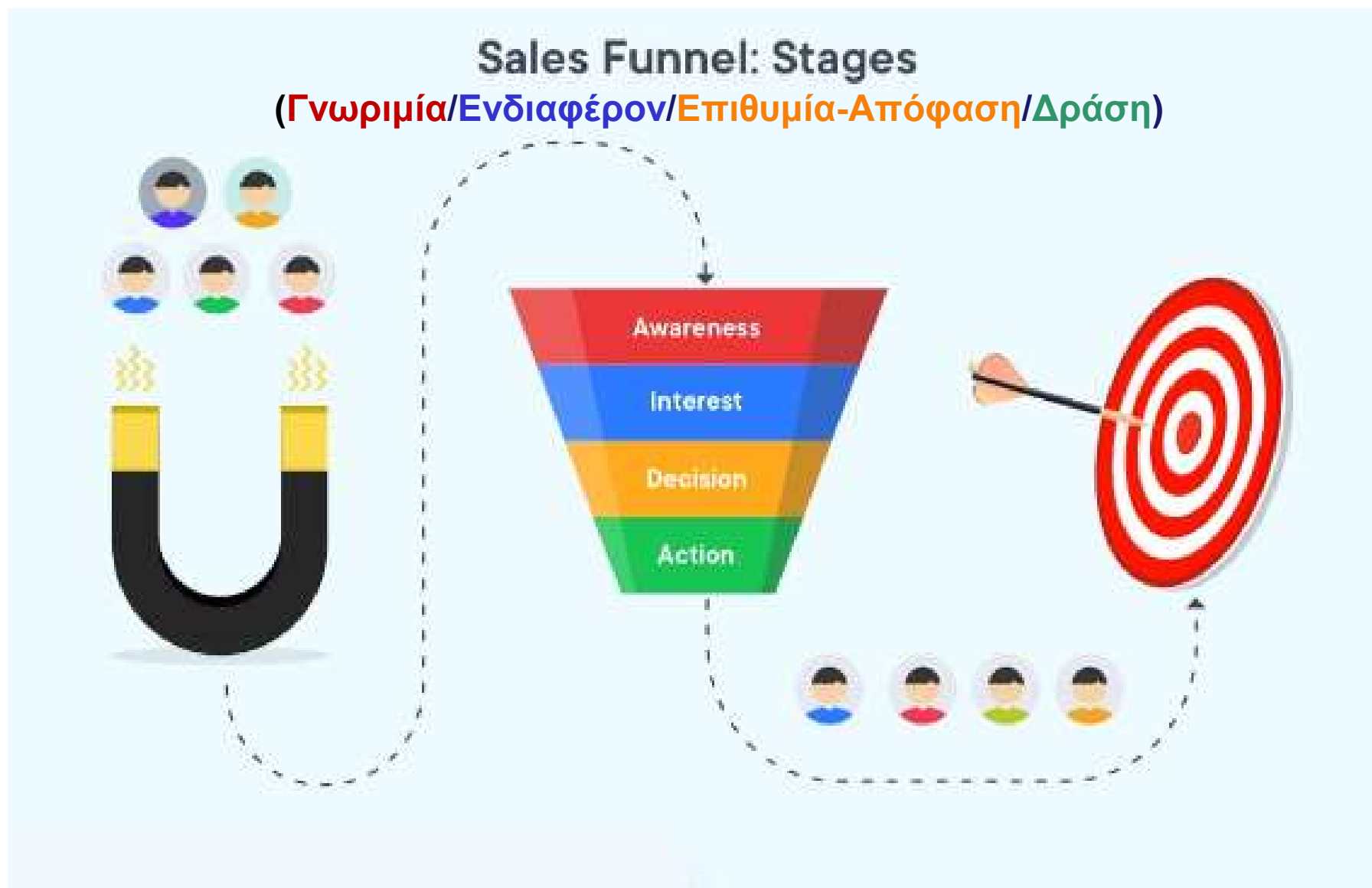


Μας βοηθά επίσης στην πρόβλεψη πωλήσεων, και τον υπολογισμό και αξιολόγηση της σχέσης του **Κόστους Απόκτησης (CAC)**, προς την **Διαχρονική Αξία του Πελάτη (CLTV)**.



Credits: Paul Graham

Sales Funnel = Αποτελεσματικό Marketing



Το Sales Funnel αποτελεί μια από τις θεμελιώδεις έννοιες των πωλήσεων και του μάρκετινγκ.

Οι περισσότερες εταιρείες χρησιμοποιούν την προσέγγιση Sales Funnel, ως μέθοδο για να ευθυγραμμίσουν τους στόχους, τις δραστηριότητες και τις διαδικασίες μάρκετινγκ και πωλήσεων, για την προσέγγιση, προσέλκυση, εμπλοκή και μετατροπή των εν δυνάμει σε ενεργούς και πιστούς πελάτες.

Καθώς ένας δυνητικός πελάτης περνάει κάθε στάδιο της χοάνης, σηματοδοτείται μια βαθύτερη δέσμευσή του προς τον στόχο αγοράς.

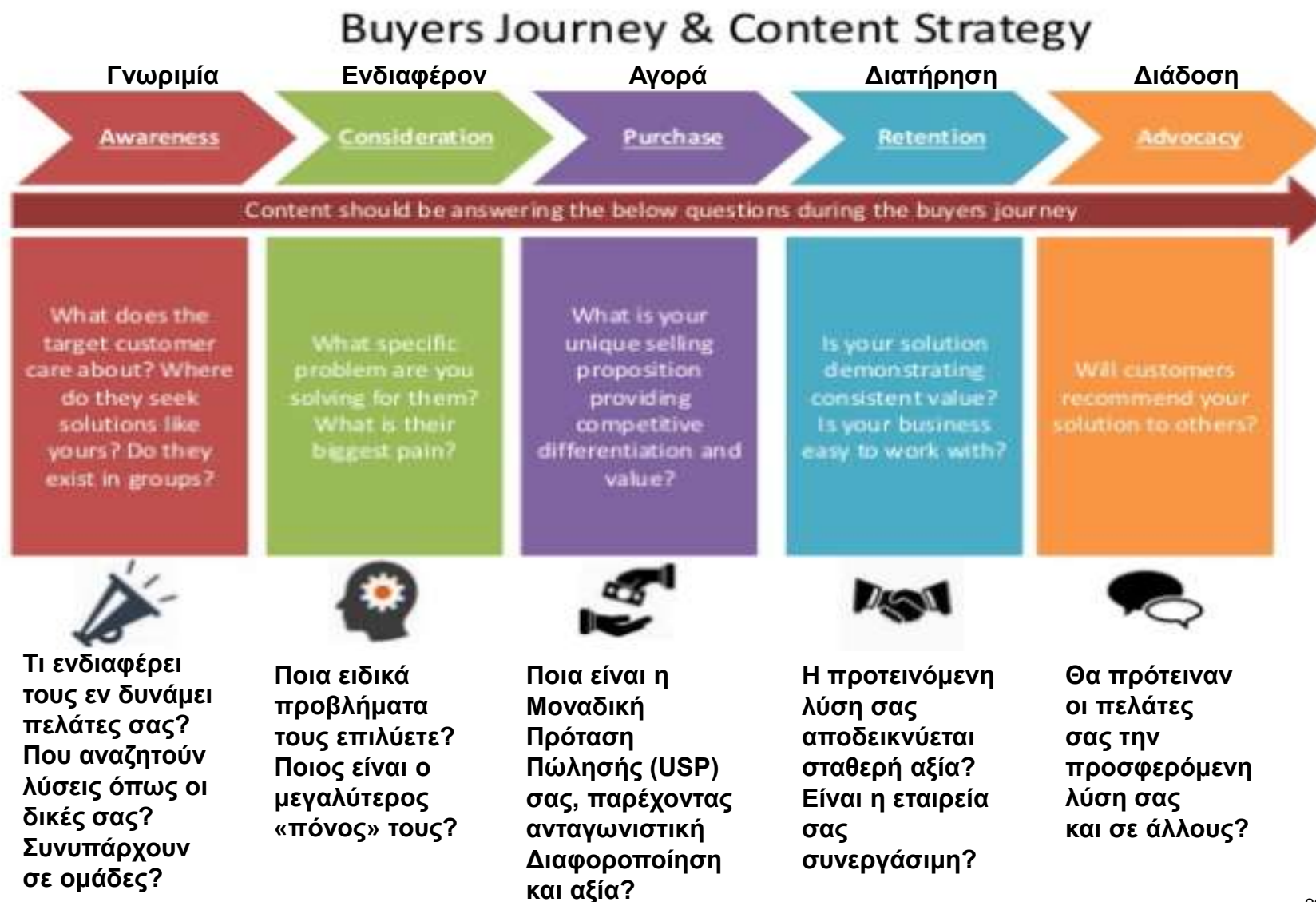
Οι περισσότερες επιχειρήσεις, είτε είναι διαδικτυακές είτε συμβατικές, χρησιμοποιούν αυτό το μοντέλο για να «καθοδηγήσουν» τις προσπάθειές τους στο μάρκετινγκ και τις πωλήσεις.

Από το παραδοσιακό στο σύγχρονο Sales Funnel





Πηγή: OgilvyOne



Δημιουργική online επικοινωνία με κατάλληλο περιεχόμενο, την κατάλληλη στιγμή, που προσελκύει, εμπλέκει και κατευθύνει τον πελάτη προς το επιθυμητό αποτέλεσμα.



Γεια σας,

Ο κος Ρούφους, υπεύθυνος του τμήματος Υπενθύμισης, ανησυχεί πως τα προϊόντα που έχετε

αφήσει στο καλάθι σας θα εξαντληθούν και δεν θα τα προλάβετε!

Πατήστε το κουμπί «Συνέχεια Αγορών» για να γίνουν δικά σας.

Digital Marketing Funnel (Analytics)

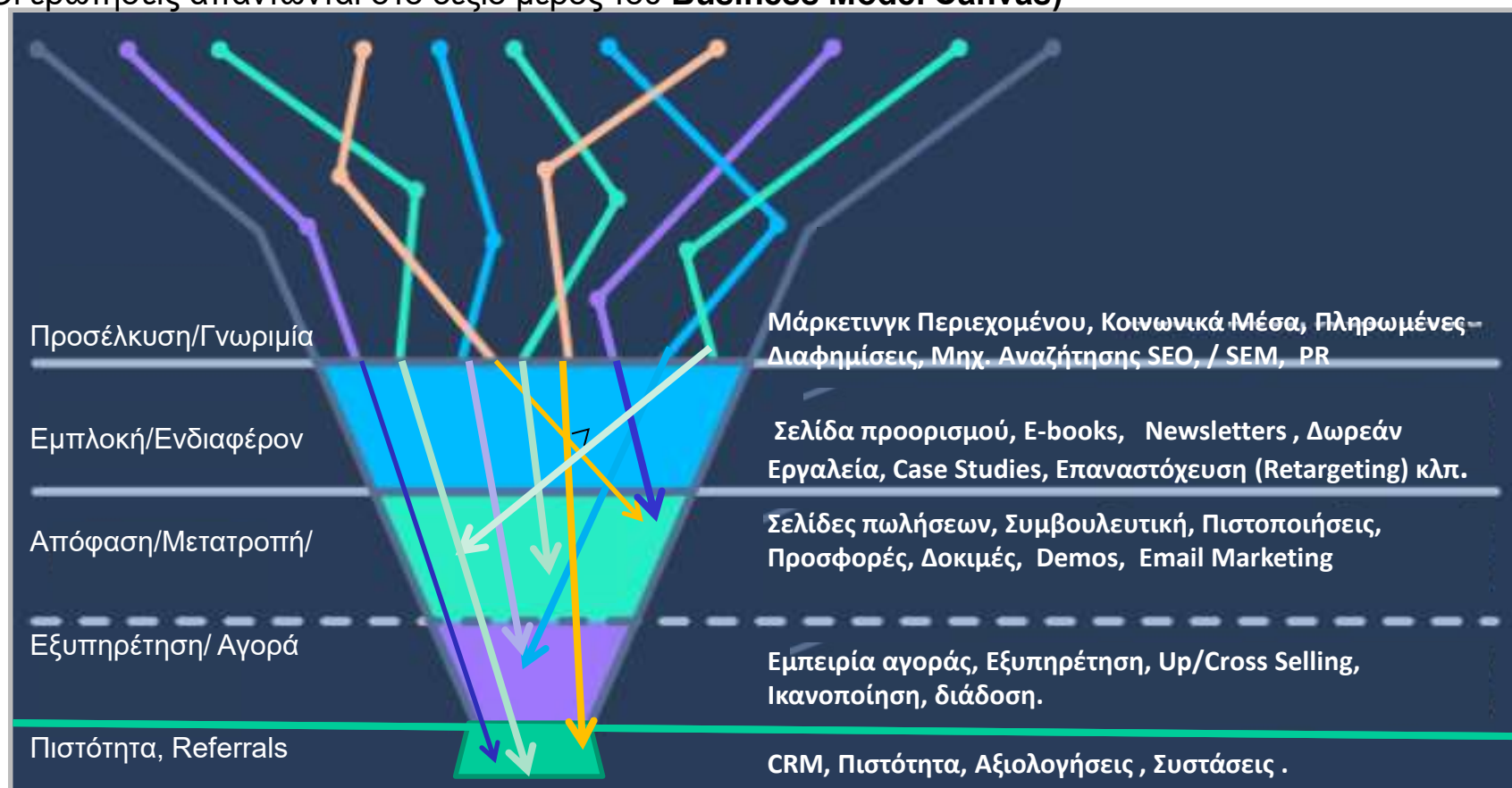


Πηγή: <https://coolerinsights.com/2016/09/how-to-optimize-your-digital-marketing-funnel/>

Η προσέγγιση του Sales Funnel (αλλά και του BMC)

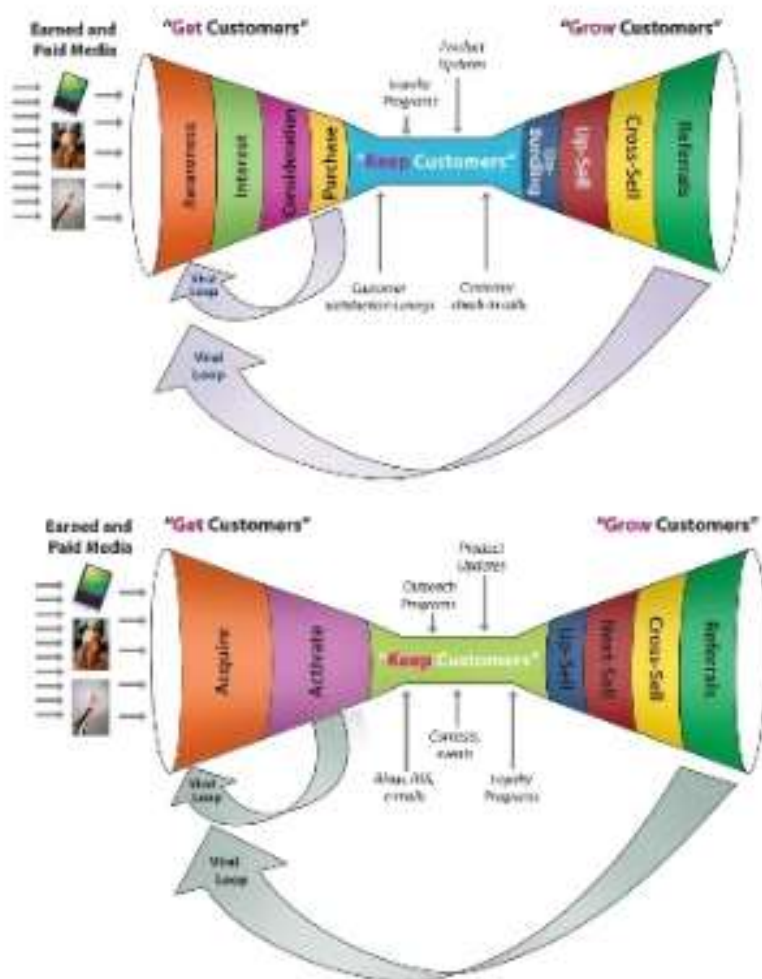
Ποιοί είναι οι εν δυνάμει **πελάτες** μου? Ποια **μονοπάτια** ακολουθούν στο **Funnel** πριν την αγορά?
 Πως διαφοροποιούνται? Τι **αξία** τους προτείνω (λογική + συναισθηματική)? Μέσα από ποια **κανάλια**
 έρχομαι σε επαφή μαζί τους?

Τι είδους **σχέσεις** πρέπει να δημιουργήσω μαζί τους να τους προσελκύσω/διατηρήσω /αυξήσω?
 (Οι ερωτήσεις απαντώνται στο δεξιό μέρος του **Business Model Canvas**)



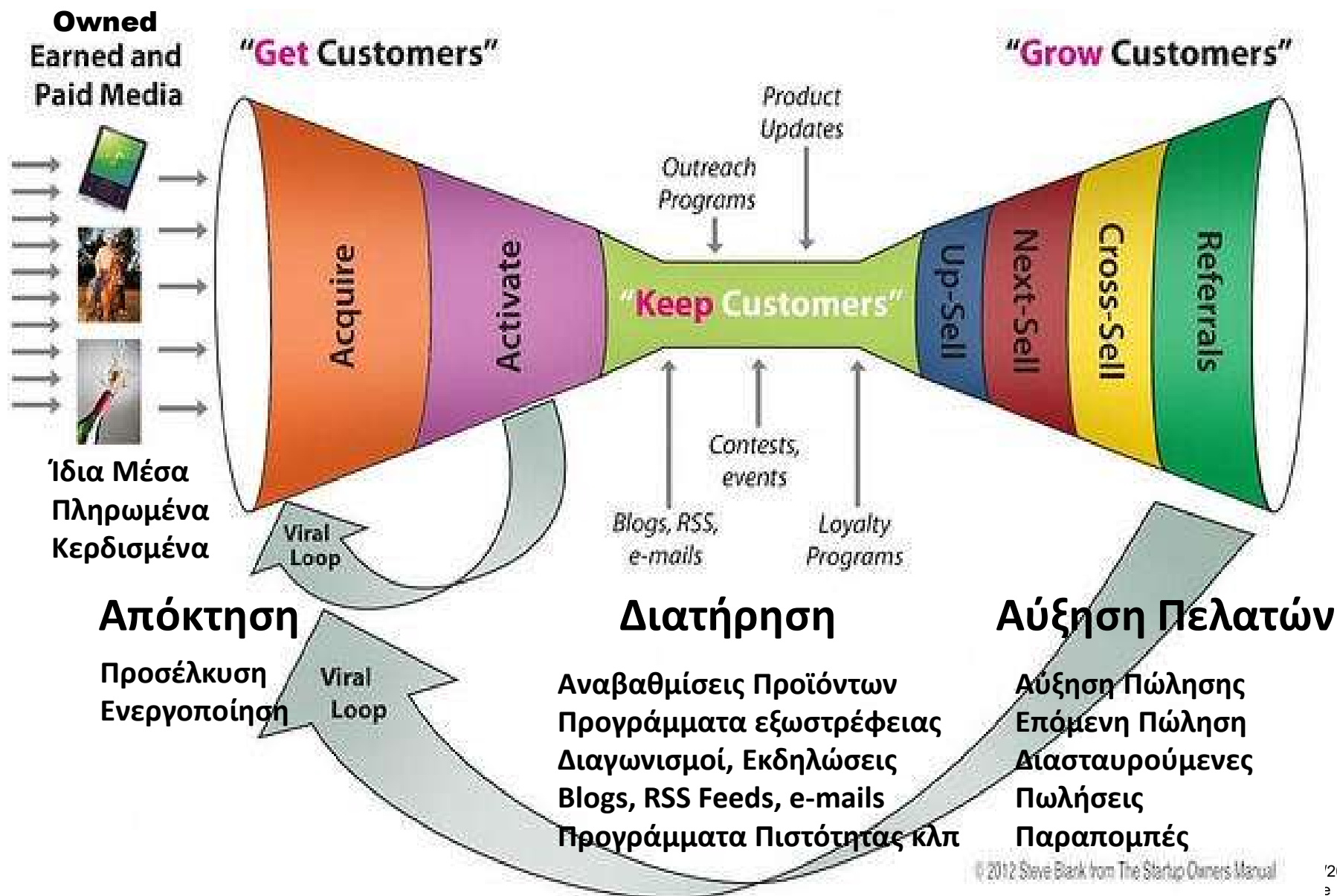
Customer Relationships

Physical & Web Mobile Are Different

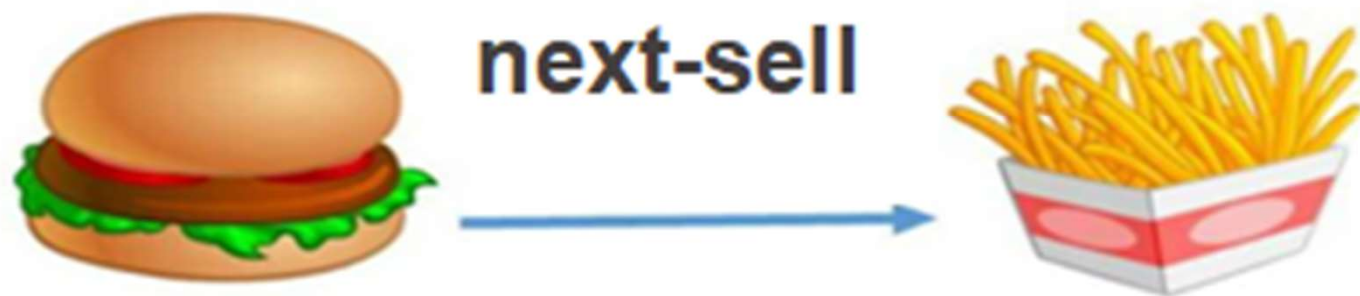


Ο Steve Blank τοποθετώντας με την προσέγγιση “Get, Keep, Grow Customers” στην ενότητα του BMC “Customer Relationships” και το Lean Startup Methodology, προσδίδοντάς του μορφή οριζόντιων πυραμίδων για να «χωρέσει» το keep grow μετά το αρχικό get, και διαφοροποιώντας το για Physical και Web/Mobile προϊόντα, το έφερε στο οικοσύστημα και των νεοφυών επιχειρήσεων

Από το Get στο Get, keep, Grow Funnel



Παράδειγμα Upsell Cross-sell και next-sell

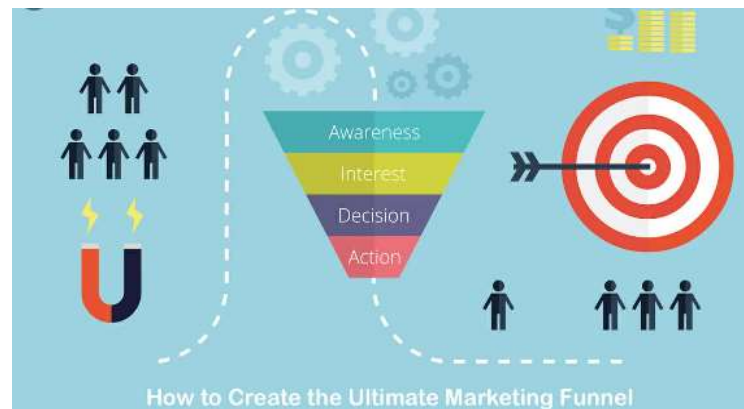


Η προσέγγιση/μεθοδολογία του Sales Funnel είναι μια διαχρονικά αποδεδειγμένη σειρά βημάτων, που σχεδιάζονται για να καθοδηγούν τους επισκέπτες, στην απόφαση αγοράς.

Η διαφορά μεταξύ του παραδοσιακού και του σύγχρονου Funnel, είναι ότι ενώ στο παραδοσιακό ξόδευες για διαφήμιση και στην συνέχεια περιμένες να δεις πόσοι αγόρασαν, σήμερα μπορείς να τους ιχνηλατήσεις από πριν, και να τους «καθοδηγήσεις» στην πώληση μέσα από τα δικά τους λογικά και συναισθηματικά μονοπάτια.

Και ακόμη, ενώ το παραδοσιακό Funnel σταματούσε στην απόκτηση του πελάτη, το ψηφιακό αποτελεί δυναμικό εργαλείο την διατήρηση, πιστότητα και αύξηση των πελατών μας.

Τα βήματα σχεδιάζονται με βάση την χαρτογράφηση του αγοραστικού ταξιδιού του πρωταρχικού κοινού-στόχου,



Στην συνέχεια κατευθύνουν αρχικά προς το εξειδικευμένο για κάθε ομάδα κοινού **Landing Page**, και συνέχίζουν προς την πώληση, μέσα από την διαδικασία Προσελκύω / Εμπλέκω / Μετατρέπω (**Attract/Engage/Convert**), χρησιμοποιώντας το Μάρκετινγκ Περιεχομένου (**Content Marketing**), και δανείζονται μεθόδους και εργαλεία του **CRM (Customer Relationship Marketing)**".

Τα 4 στάδια του Sales Funnel, μοιάζουν με αυτά του ...120ετούς AIDA Sales Funnel, μόνο που σχετίζονται με την οπτική του πελάτη και όχι του προϊόντος.



Awareness: στο στάδιο γνωριμίας, προσέλκυσης προσοχής και ευαισθητοποίησης, οι πιθανοί πελάτες έρχονται για πρώτη φορά σε επαφή με το προϊόν ή υπηρεσία σας, και συνειδητοποιούν τι προσφέρετε. Ειδικά στο e-commerce στο στάδιο της γνωριμίας μπορεί να είναι και love at first... site και να αγοράσουν αμέσως.

Συνήθως σας εντοπίζουν μέσα από Διαφήμιση, Google Search, από κάποιο Social Media Post, ή άλλη πηγή επισκεψιμότητας.

Interest:

Στο στάδιο του ενδιαφέροντος, οι δυνητικοί πελάτες διερευνούν το θέμα διαδικτυακά εξετάζοντας και ανταγωνιστικές λύσεις. Αναγνωρίζουν ότι έχουν ανάγκη, αλλά δεν θέλουν να ενεργήσουν πριν εξετάσουν και εναλλακτικές λύσεις.



Για να καλλιεργήσετε το ενδιαφέρον τους και να τους καθοδηγήσετε πιο κάτω στο Funnel, πρέπει να τους προσφέρετε ελκυστικό, «μαγνητικό» περιεχόμενο. Αποφύγετε την προσπάθεια άμεσης επιθετικής (αλλά και απωθητικής) πώλησης.

Decision:

Σε αυτό το σημείο, ο υποψήφιος πελάτης έχει αποφασίσει να κάνει την αγορά, ίσως έχει προεπιλέξει κάποιους προμηθευτές, και ειδικά αν η εταιρεία σας είναι B2B, θα πρέπει να κάνετε μια ολοκληρωμένη τελική προσφορά που καλό θα είναι να ξεπερνά τις προσδοκίες του.



Action:

Αυτό είναι το στάδιο στο οποίο ολοκληρώνεται η αγορά και ο υποψήφιος γίνεται πελάτης. Είναι το παραδοσιακό AIDA Sales Funnel που τελειώνει στο «Get Customers».



Βέβαια η πρώτη πώληση δεν σημαίνει ότι τελειώσατε με τους πελάτες σας. Έχετε επενδύσει πολύ χρόνο και χρήμα για να τους προσελκύσετε. Οι πελάτες που έχετε αποκτήσει μέσω του Sales Funnel είναι το πιο πολύτιμο περιουσιακό σας στοιχείο. Αν τους προσφέρετε φιλική εξυπηρέτηση και καλλιεργήσετε την γνωριμία και σχέση σας, θα επιστρέψουν θα γίνουν πιστοί πελάτες σας και γιατί όχι καλοί πρεσβευτές σας.

Εδώ έρχεται σε βοήθεια το ολοκληρωμένο Get, Keep, Grow Funnel που είδαμε σε προηγούμενα slides.

Τώρα θα πρέπει να αρχίσουν τα επόμενα εξίσου σημαντικά στάδια που ξεκινάνε από ένα ευχαριστήριο λόγο ή και δώρο με την πρώτη αγορά.

Οι βασικές εμπλεκόμενες έννοιες είναι το CRM, CX Excellence, Customer Satisfaction Research, Inbound Marketing, Content Marketing, Up & Cross Selling, Loyalty Marketing, Sales Promotion, και βέβαια το Social Media Marketing τα Metrics και τα KPI's.

Θα βρείτε την πλήρη ανάπτυξη του Sales Funnel στην βιβλιοθήκη του ΚΕΜΕΛ (Παρουσίαση Go To Market Strategy).

Κοινό χαρακτηριστικό όλων των **Funnels** μιας επιχείρησης είναι η κατανόηση και καταγραφή του επιθυμητού ζητούμενου/στόχου, του τρόπου προσέγγισης (**owned, paid, earned Media**), προσέλκυσης (**αγκίστρι/μαγνήτης**), το δόλωμα ή περιεχόμενο (**Content**) που θα χρησιμοποιήσουμε για την εμπλοκή (**Engagement**) του κοινού-στόχου, την μέτρηση (**Metrics/KPI's**) και την βελτιστοποίηση της διαδικασίας **ροής προς το στόχο**.

Τα **Funnel Analytics της Google**, σάς επιτρέπουν να οπτικοποιήσετε τα βήματα που κάνουν οι χρήστες σας για να ολοκληρώσουν μια εργασία (**Task**), και να δείτε τον βαθμό επιτυχίας βήμα προς βήμα.

Ας δούμε τώρα τις «τεχνικές λεπτομέρειες» της πορείας του επισκέπτη στο **ελληνικό site του Netflix**, από το **Landing Page** μέχρι την **εγγραφή**.

15 minutes Coffee brake



Το Παράδειγμα του Netflix Sales Funnel



Επελέγει το παράδειγμα του Netflix, γιατί είναι από τις ελάχιστες εταιρείες που η πρόταση αξίας προς τους πελάτες είναι τόσο δυνατή που **αρκεί μια δοκιμή για να πείσει**. Το Netflix **μελετά τη συμπεριφορά των χρηστών**, όπως το πόσοι παρακολούθησαν ένα συγκεκριμένο επεισόδιο, ή ολόκληρη την σειρά, πόσο κενό υπήρχε μεταξύ της παρακολούθησης ενός επεισοδίου από το επόμενο και ούτω καθεξής.

Αυτό, με τη σειρά του, τους επιτρέπει να δημιουργούν **περιεχόμενο προσαρμοσμένο στις προτιμήσεις του πελάτη**.

Δεν είναι τυχαίο ότι **δεν χρειάζεται να προσφέρει εξειδικευμένα προγράμματα Διατήρησης και Πιστότητας**, γιατί η εμπειρία και εξυπηρέτηση που προσφέρει τα διασφαλίζει.

Ακόμη και το Up/Cross Selling είναι ...ενσωματωμένο στην επιλογή προγράμματος.

Εκμεταλλεύεται όλα τα σημεία επαφής για να κάνει την **εμπειρία Netflix συνήθεια**.

Το Netflix ξεκίνησε την εποχή καταστημάτων ενοικίασης βίντεο και των video Clubs, ως συνδρομητική υπηρεσία που έστελνε DVD μέσω ταχυδρομείου. **Το Netflix εξακολουθεί να προσφέρει αυτή την υπηρεσία Direct Mail στις ΗΠΑ**





Try Netflix for FREE Today!



Rent all the DVD movies you want.
For 20 bucks a month. No late fees.



World's Largest Selection

Super Selection!
Create a list online of all the movies you want to see



FREE & FAST HOME DELIVERY

Free & Fast Home Delivery
The movies you select arrive via first-class mail in 2-4 days.



NO LATE FEES

No Due Dates or Late Fees
Keep each DVD as long as you want. Have up to 3 movies on hand.



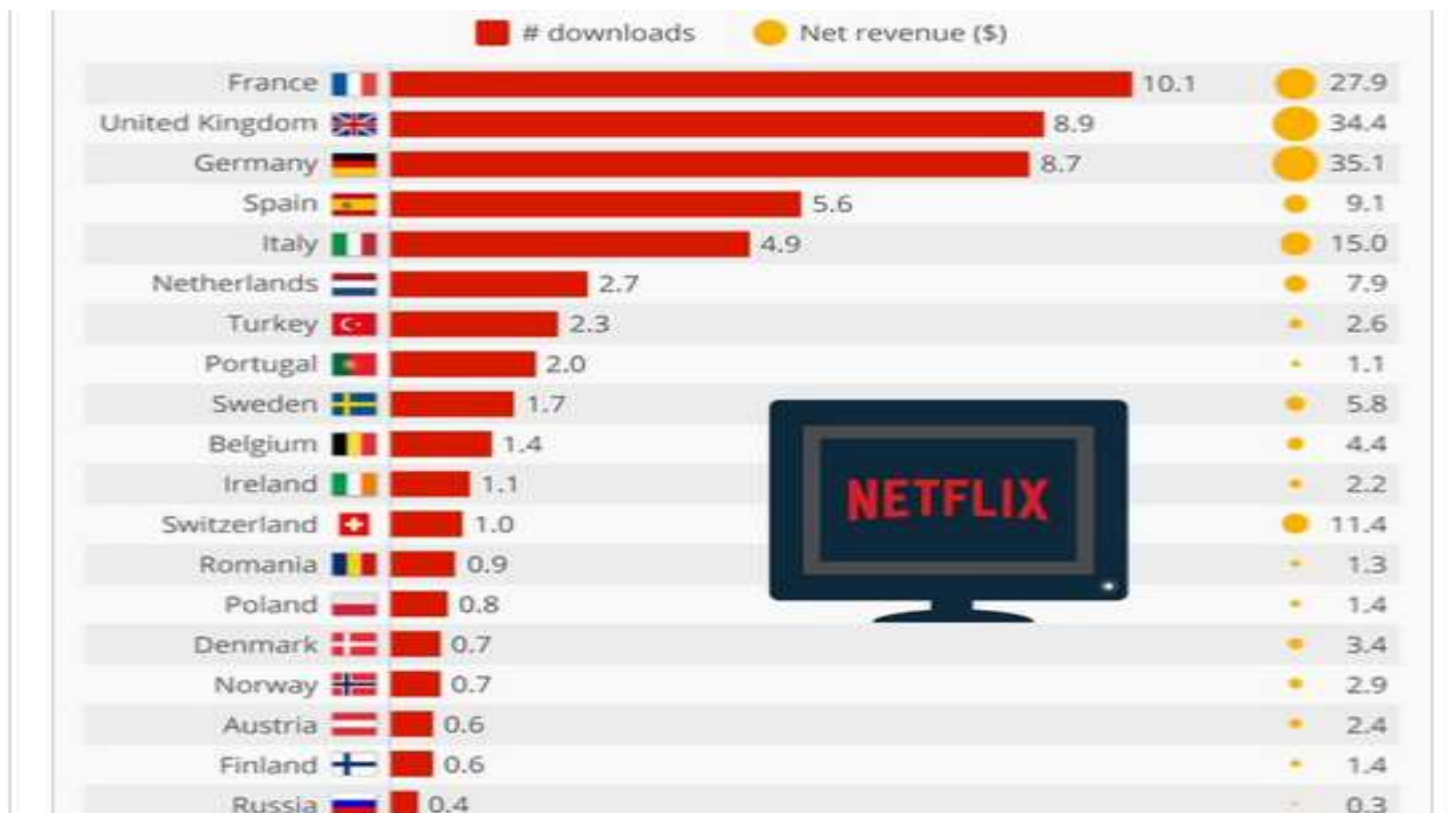
Free Shipping!
Return one DVD in its prepaid envelope and get another DVD from your list.

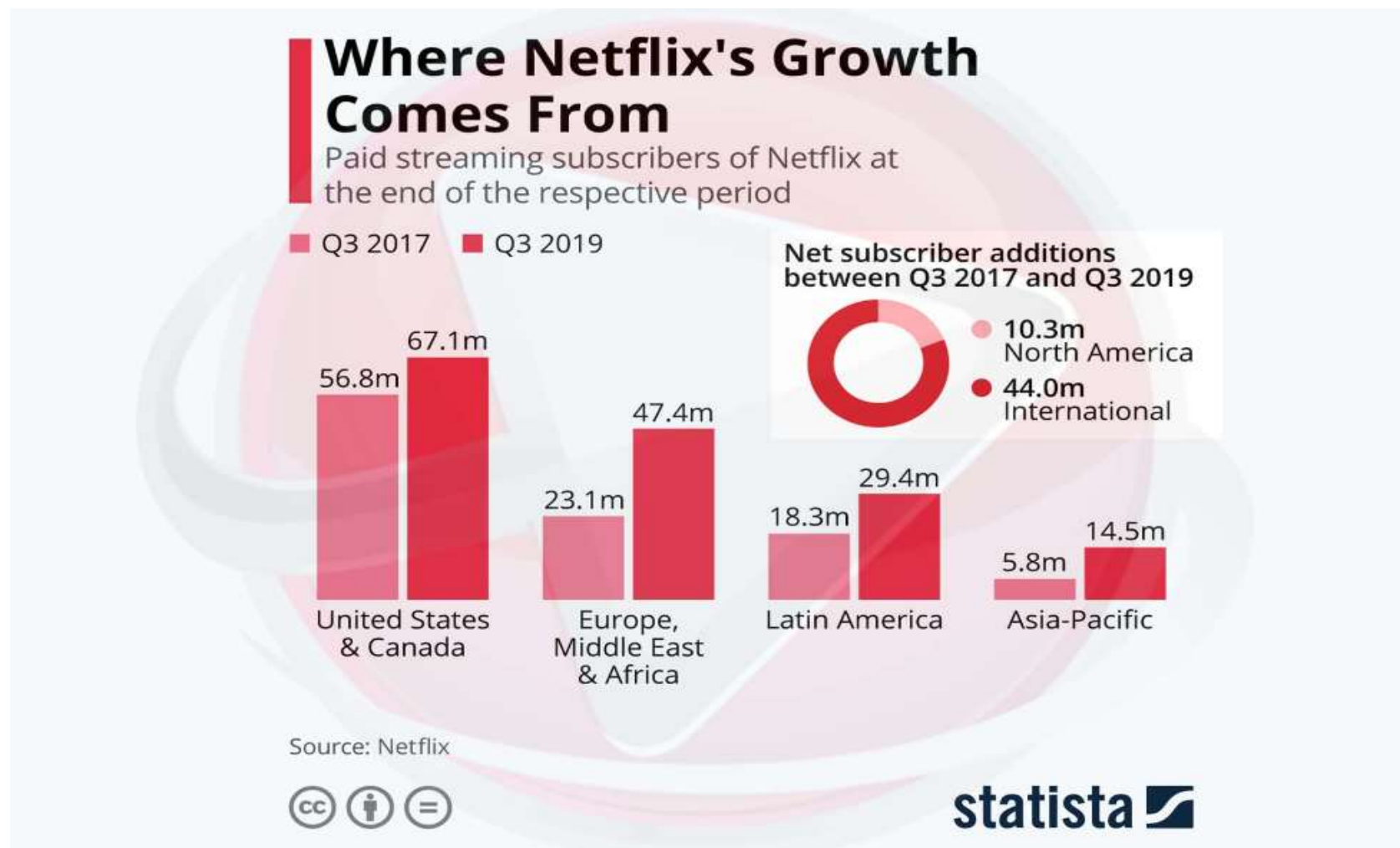


One Flat Fee!

It's just 20 bucks a month. There are no late fees, no hidden charges, no commitments. If you have any questions, call 1-888-638-3549.

Το Netflix στην Ευρώπη



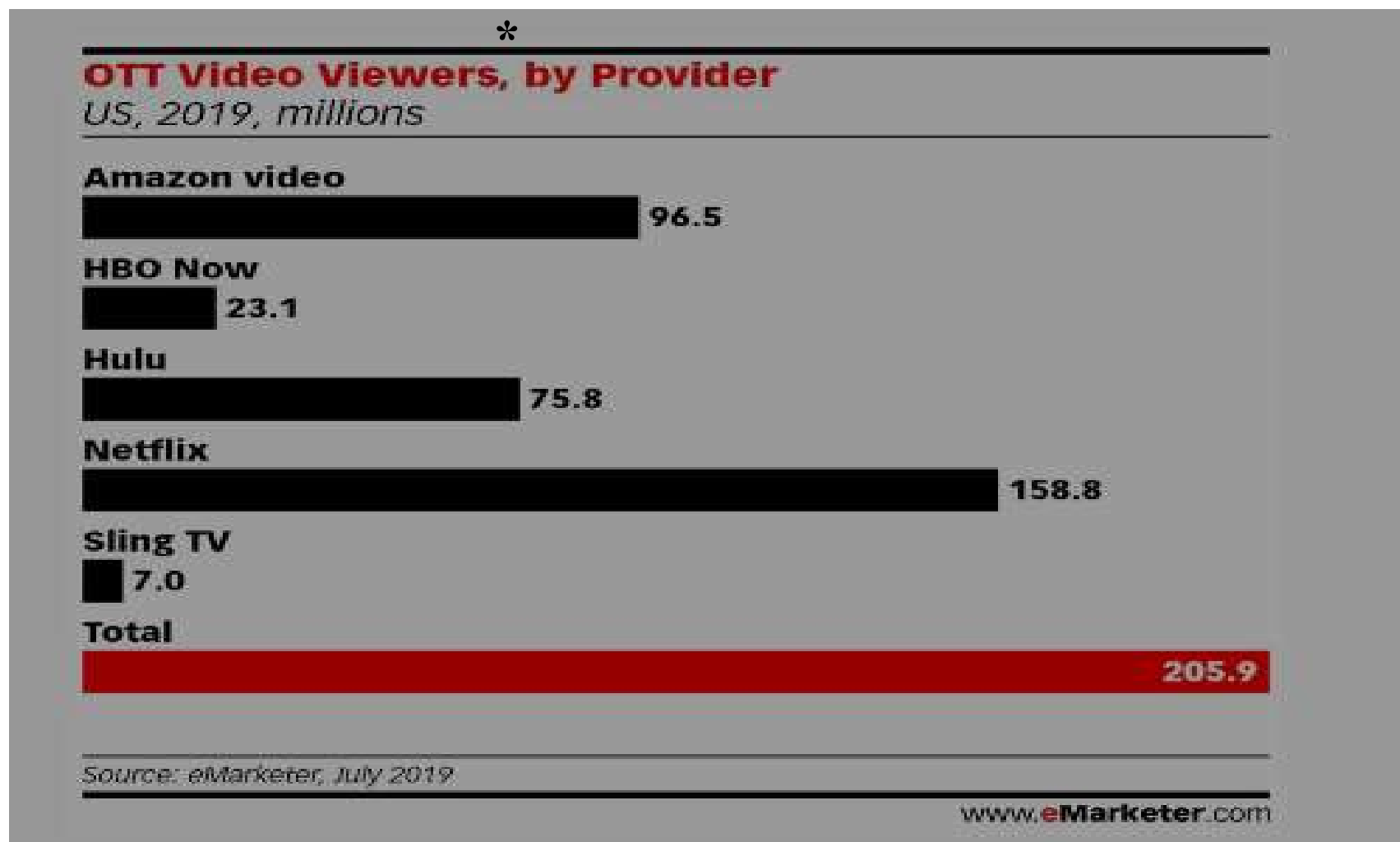


Δεν είναι λοιπόν τυχαίο πως στην εποχή του Μάρκετινγκ Περιεχομένου ο «Υπεύθυνος Περιεχομένου» του Netflix, θεωρείται:

Netflix's Ted Sarandos: The most powerful person in Hollywood? [newscabal.co.uk/netflixs-ted-s...](https://www.newscabal.co.uk/netflixs-ted-s...)

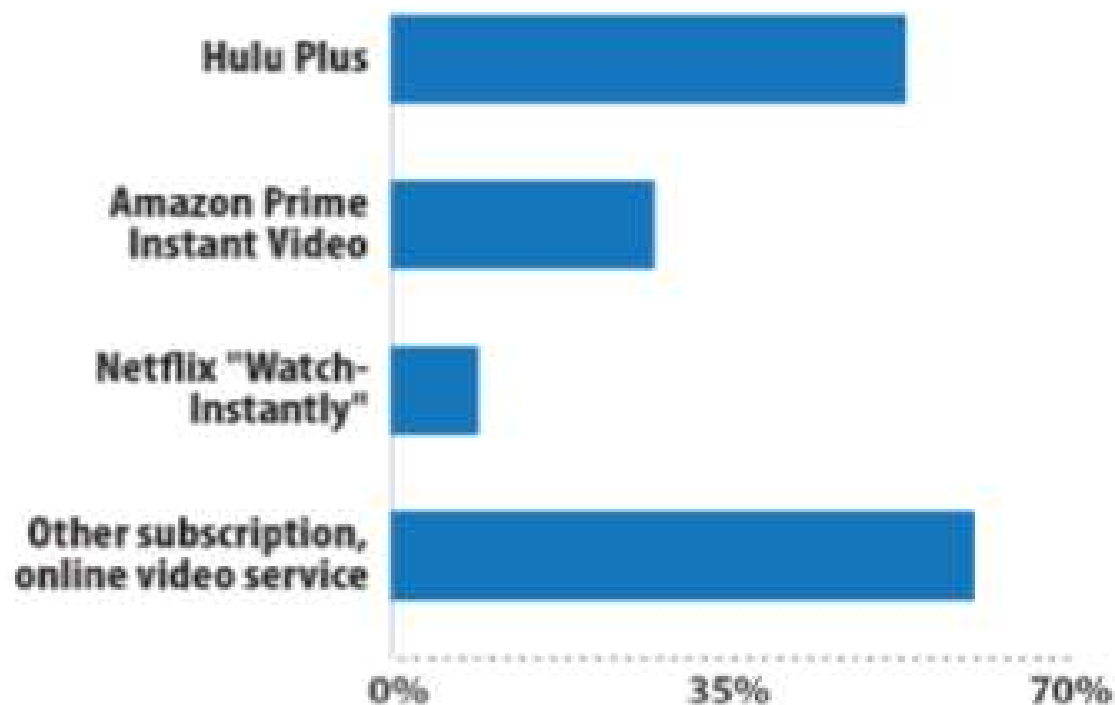


Πηγή: <https://www.newscabal.co.uk/netflixs-ted-sarandos-the-most-powerful-person-in-hollywood/>



*Over The Top / Μέσω internet

Η Netflix εκτός από # 1 διαδικτυακή υπηρεσία Video Streaming, είναι και η εταιρεία # 1 στη διατήρηση και πιστότητα των πελατών, απολαμβάνοντας το χαμηλότερο ρυθμό μετακίνησης πελατών (Churn Rate).



To Netflix Business Model Canvas

Business Model Canvas **Netflix**

Key partners

- Content owners
- Internet Service Providers
- Amazon Web Services
- Filmmaker "guilds" and individuals
- Cinemas, Theaters
- Prizes and film festivals
- Influencers
- IP holders
- Regulators (FCC, FTC)
- Investors

Key activities

- Tech & development
- Content licensing and acquisition
- Content creation
- Marketing
- Analytics

Key resources

- Brand
- App/website
- Content
- Algorithms & data
- Staff, actors, filmmakers
- Prizes

Value proposition

- Content library
- No ads
- On-demand
- Ability to binge watch: - Simple pricing
- High-speed connection
- Freemium
- Personalisation
- Localisation

Customer relationships

- Self-service (App)
- User support
- Social media
- Self-control, trust
- Recommendation system (engage)

Channels

- Desktop, tablet, mobile - App stores
- Support channels
- Social media
- Media outlets
- Film festivals

Customer segments

- Micro segmentation: 2,000 taste clusters
- User segmentation (usage parameters):
 - Technology
 - Viewing behaviors
 - Browsing behaviors

Macro segments / ad targeting (non-users):

- Geo-demographic
- other macro

Cost structure

- Marketing
- Technology
- General & Admin

- Costs of revenue:
 - Content amortisation
 - Payment processing fees
 - Customer service
 - Streaming delivery costs
 - Operations costs

Revenues

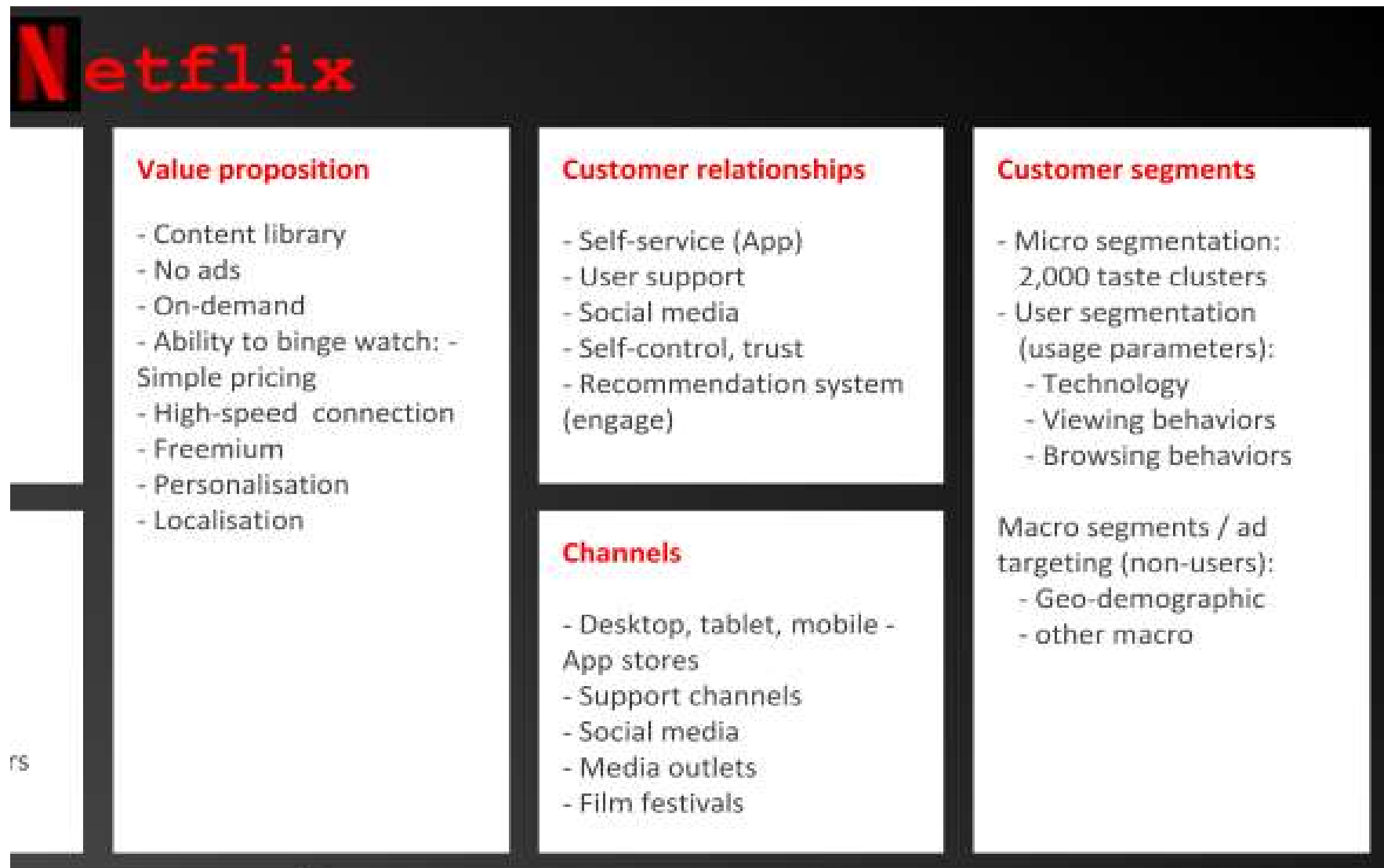
- Subscription fees (3 plans):
 - International streaming
 - US streaming
 - US DVD

- Other, minor revenues

- Potential future revenue stream:
 - Licensing out Netflix-owned content

Understanding Netflix: www.innovationtactics.com/Netflix

Netflix BMC, οι Ενότητες του Marketing





NETFLIX [Sign In](#)

**All of Netflix.
Free for 30 days.**

Free 30 days

FIRST BILL
11/9

12/9

✉ 3 day reminder

We'll email you a reminder three days before your trial ends.
Cancel anytime before 11/9 and you won't be charged.

[TRY 30 DAYS FREE >](#)

The image shows a Netflix promotional banner for a 30-day free trial. It features the Netflix logo in red at the top left and a 'Sign In' button in red at the top right. The main text reads 'All of Netflix. Free for 30 days.' Below this is a horizontal timeline. A green bar represents the 'Free 30 days' period, ending at a white dot labeled '11/9' under the heading 'FIRST BILL'. To the right of this dot is another white dot labeled '12/9'. Below the timeline, an envelope icon is followed by the text '3 day reminder'. Below the timeline, there is a paragraph: 'We'll email you a reminder three days before your trial ends. Cancel anytime before 11/9 and you won't be charged.' At the bottom center is a red button with the text 'TRY 30 DAYS FREE >'.

AWARENESS: Προσελκύει Sales Leads (επαφές πωλήσεων), μέσα από paid, owned και earned Media, ιδίως τα Social Media με τρόπο εντυπωσιακό, δημιουργικό και πληροφοριακό, με πρωταγωνιστές clips και σκηνές μεγάλης έντασης από την προτεινόμενη ψυχαγωγική εμπειρία, (χωρίς τα συνηθισμένα πομπώδη «είμαστε, αλλάξαμε, καταφέραμε, κλπ.»),

INTEREST:

Το Netflix διαθέτει μια καθαρή, απλή Home Page. Εξηγεί με σαφήνεια την πολιτική αντιστροφής κινδύνων (Risk Reversal Policy), παρέχοντας έναν εύκολο τρόπο ακύρωσης/τερματισμού του συμβολαίου. Αυτό αντιμετωπίζεται στην αρχική σελίδα, έτσι ώστε να διαλύσει όλες τις αμφιβολίες και φόβους πριν φθάσουν στο CTA με τον μαγνήτη «Δωρεάν Δοκιμή για 30 ημέρες».

DESIRE/DECISION:

Οι ενδιαφερόμενοι μετατρέπονται σε υποψήφιους πελάτες προεπιλέγοντας το subscription plan που τους ταιριάζει (Basic, Standard, Premium), μετά την περίοδο δοκιμής και υπενθύμιση e-mail, 3 μέρες πριν την λήξη της. Συνεχίζουν δημιουργώντας λογαριασμό/κωδικό και προεπιλογή τρόπου πληρωμής.

ACTION:

Ολοκληρώνουν με τις λεπτομέρειες πληρωμής, την εγγραφή και το ξεκίνημα των 30 ημερών. Οι περισσότεροι από τους υποψήφιους μετά την δοκιμαστική εμπειρία τους μετατρέπονται σε πελάτες/συνδρομητές Netflix. Σε περίπτωση αποχώρησης σε προηγούμενα στάδια, έχοντας δώσει το e-mail τους, γίνεται προσπάθεια retargeting.

<https://www.funnelkarma.com/sales-funnel-examples-netflix/>

AWARENESS

Προσελκύει Sales Leads (επαφές πωλήσεων), μέσα από paid, owned και earned Media, ιδίως τα Social Media με τρόπο εντυπωσιακό, δημιουργικό και πληροφοριακό, με πρωταγωνιστές clips και σκηνές έντασης από την προτεινόμενη ψυχαγωγική εμπειρία, (χωρίς τα συνηθισμένα πομπώδη «είμαστε, αλλάξαμε, καταφέραμε, κλπ.»),

INTEREST

Το Netflix διαθέτει μια καθαρή, απλή Home Page. Εξηγεί με σαφήνεια την πολιτική Risk Reversal, παρέχοντας έναν εύκολο τρόπο ακύρωσης/τερματισμού του συμβολαίου. Αυτό αντιμετωπίζεται στην αρχική σελίδα, έτσι ώστε να διαλύσει αμφιβολίες και ενδοιασμούς πριν φθάσουν στο CTA με τον μαγνήτη «Δωρεάν Δοκιμή για 30 ημέρες».

DECISION

Ο υποψήφιος πελάτης προεπιλέγει το Subscription Plan (Basic, Standard, Premium), μετά από υπενθύμιση με email, 3 μέρες πριν την λήξη των 30 ημερών, και συνεχίζει δημιουργώντας λογαριασμό, κωδικό και προ-επιλογή τρόπου πληρωμής.

ACTION

Συμπληρώνει λεπτομέρειες πληρωμής, εγγραφή και ξεκίνημα των 30 ημερών. Οι περισσότεροι μετατρέπονται σε συνδρομητές. Σε περίπτωση πρόωρης υπαναχώρησης γίνεται αυτόματα email Retargeting.

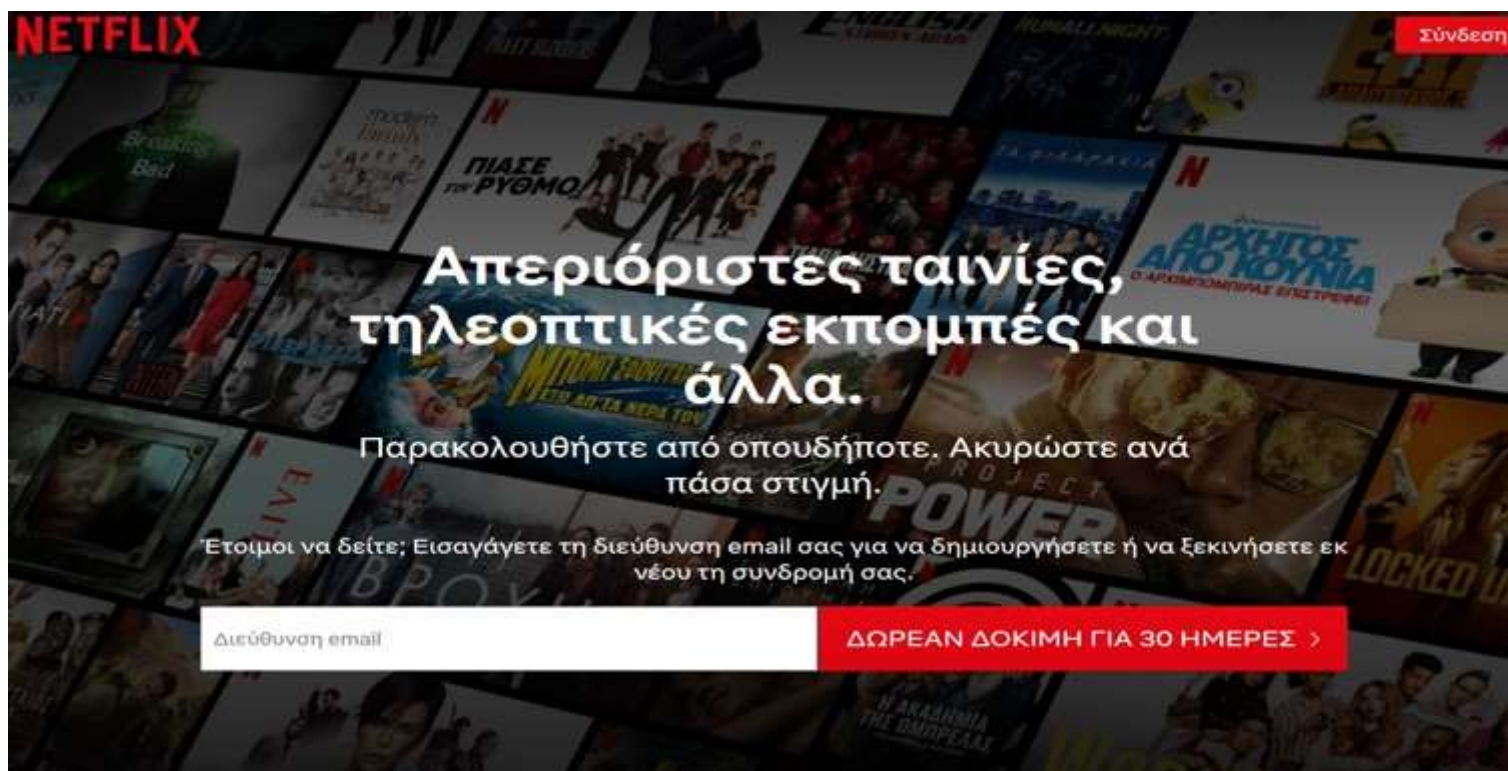
Προφανώς η σχεδιαστική καταγραφή του Funnel έγινε για να το συσχετίσει με το γνωστό AIDA Sales Funnel που αφορούσε μόνο την απόκτηση πελατών. Αναφέρεται δηλαδή στο Get και όχι στο Get, Keep & Grow Customers.

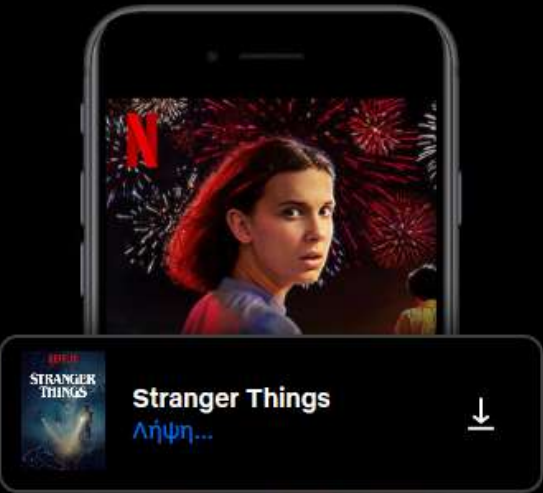
Μιας μορφής Sales ή Conversion Funnel είναι και το Website μας, μια καμπάνια που απευθύνεται σε κάποιο από τα Customer Segments μας, μια Προωθητική Ενέργεια σε κάποιο υποσύνολο δυνητικών πελατών, ένα Πρόγραμμα Πιστότητας, Member get Member, ή οποιαδήποτε μετρήσιμη ενέργεια Marketing.

Αν π.χ. αποφασίζαμε να κάνουμε μια καμπάνια που προτείνει την συνδρομή στο Netflix, ως δώρο για τις ονομαστικές εορτές, θα δημιουργούσαμε ένα εξειδικευμένο Funnel για την υλοποίηση της ενέργειας.

1. Αρχική Σελίδα/Lead Magnet Landing Page

Η αρχική σελίδα τους σας προτείνει μια μοναδική προσφορά όπου το Netflix ζητά την διεύθυνση email σας, ώστε να ενταχθείτε στο μηνιαίο πρόγραμμα συνδρομής τους προσφέροντάς σας μια δοκιμαστική περίοδο 30 ημερών με δυνατότητα ακύρωσης οποιαδήποτε στιγμή.





**Κατεβάστε τις σειρές
που θέλετε να δείτε
εκτός σύνδεσης.**

Αποθηκεύστε εύκολα τα αγαπημένα σας για
να έχετε πάντα κάτι να δείτε.

Δείτε οπουδήποτε.

Κάντε απεριόριστο streaming ταινιών και τηλεοπτικών εκπομπών στο τηλέφωνο, το tablet, τον υπολογιστή και την τηλεόρασή σας χωρίς να πληρώνετε παραπάνω.



Συχνές ερωτήσεις

Τι είναι το Netflix;



Πόσο κοστίζει το Netflix;



Πώς να παρακολουθήσω;



Πώς μπορώ να ακυρώσω;



Τι μπορώ να δω στο Netflix;



Πώς λειτουργεί η δωρεάν δοκιμαστική περίοδος;

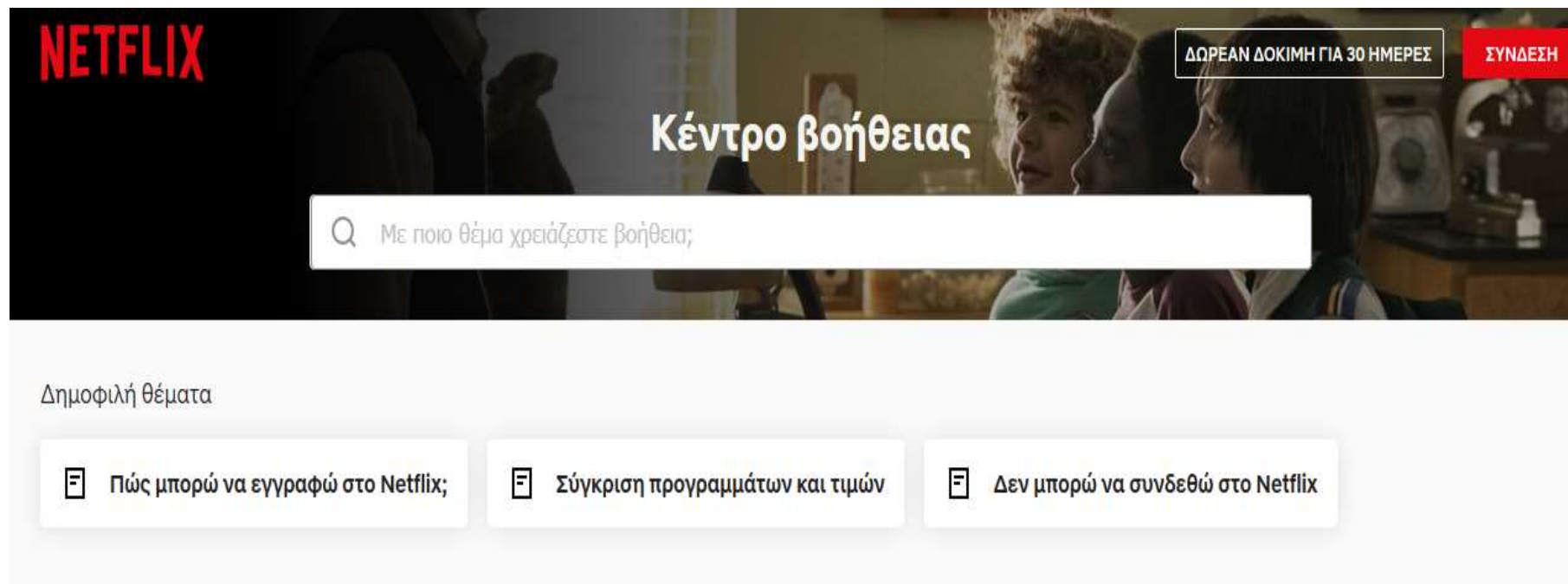


Πώς λειτουργεί η δωρεάν δοκιμαστική περίοδος; ×

Δείτε δωρεάν για 30 ημέρες! Αν απολαμβάνετε τη δοκιμή του Netflix, μην κάνετε τίποτα και η συνδρομή σας θα συνεχιστεί αυτόματα για όσο καιρό επιλέξετε να παραμείνετε μέλος. Ακυρώστε οποιαδήποτε στιγμή πριν από τη λήξη της δοκιμαστικής περιόδου σας και δεν θα χρεωθείτε. Δεν υπάρχουν περίπλοκα συμβόλαια, έξοδα ακύρωσης και καμία δέσμευση. Ακυρώστε online, οποιαδήποτε στιγμή, όλο το 24ωρο.

Έτοιμοι να δείτε; Εισαγάγετε τη διεύθυνση email σας για να δημιουργήσετε ή να ξεκινήσετε εκ νέου τη συνδρομή σας.

[ΔΩΡΕΑΝ ΔΟΚΙΜΗ ΓΙΑ 30 ΗΜΕΡΕΣ >](#)



Πρώτα βήματα

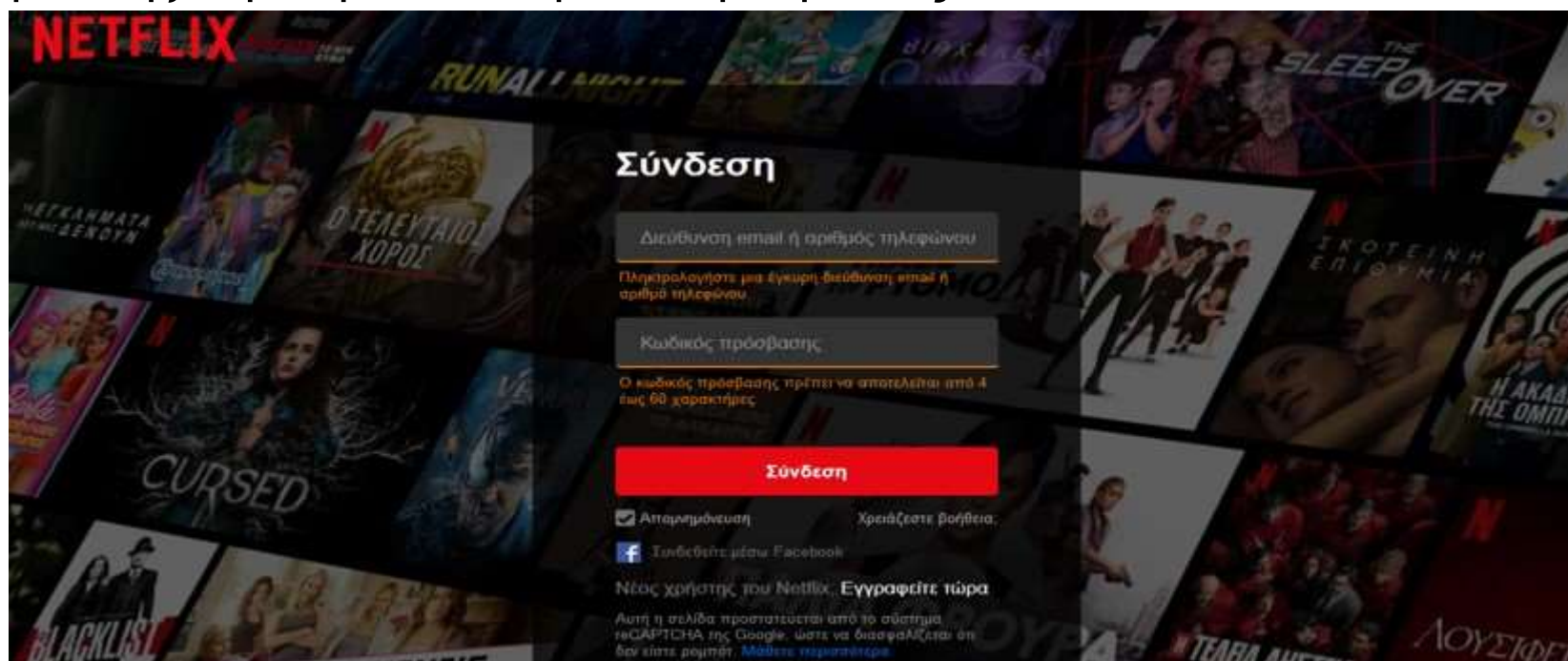
Δεν μπορώ να δω

Διαχείριση του
λογαριασμού μου

Παρακολούθηση
Netflix

Γρήγορες συνδέσεις

- Επιλέξτε το κατάλληλο συνδρομητικό πρόγραμμα για εσάς.
- Δημιουργήστε ένα λογαριασμό με τη διεύθυνση e-mail σας και ορίστε έναν κωδικό πρόσβασης.
- Εισάγετε έναν τρόπο πληρωμής, ώστε να μην χάσετε ούτε ένα επεισόδιο αφού λήξει η δωρεάν δοκιμαστική περίοδος.



Αυτό είναι όλο. Ας δούμε στην συνέχεια τις φόρμες με τα βήματα.

Βήμα 1 από 3, Επιλέξτε το Πρόγραμμα (1 μήνα δώρο)

Ακολουθούν τα διαδικαστικά βήματα προς την μετατροπή του επισκέπτη / δυνητικού πελάτη σε υποψήφιο και τέλος συνδρομητή, συμπληρώνοντας φόρμες μέσα από 3 βήματα.

NETFLIX

Σύνδεση



ΒΗΜΑ 1 ΑΠΟ 3

Επιλέξτε το πρόγραμμά σας.

- ✓ Δεν θα χρεωθείτε πριν από τη λήξη του δωρεάν μήνα σας.
- ✓ Θα σας στείλουμε υπενθύμιση τρεις ημέρες πριν από τη λήξη της δοκιμαστικής περιόδου σας.
- ✓ Χωρίς δεσμεύσεις, ακυρώστε ανά πάσα στιγμή.

ΔΕΙΤΕ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Επιλέξτε το κατάλληλο Πρόγραμμα για σας

NETFLIX

Σύνδεση

ΒΗΜΑ 1 ΑΠΟ 3

Επιλέξτε το κατάλληλο πρόγραμμα για εσάς.

Μπορείτε να το υποβαθμίσετε ή να το αναβαθμίσετε ανά πάσα στιγμή.

Μηνιαία χρέωση μετά τη λήξη του δωρεάν μήνα (23/9/2020)	7,99 €	10,99 €	13,99 €
Διατίθεται HD	×	✓	✓
Διατίθεται Ultra HD	×	×	✓
Οθόνες ταυτόχρονης παρακολούθησης	1	2	4
Παρακολουθήστε σε φορητό υπολογιστή, σε τηλεόραση, σε τηλέφωνο ή σε tablet	✓	✓	✓
	Αρχικό	Τυπικό	Πλήρες
Ο πρώτος μήνας δωρεάν	✓	✓	✓

Η διαθεσιμότητα HD και Ultra HD υπόκειται στις δυνατότητες της υπηρεσίας Internet και της συσκευής σας. Δεν διατίθεται όλο το περιεχόμενο σε HD ή Ultra HD. Ανατρέξτε στους Όρους Χρήσης για περισσότερες λεπτομέρειες.

ΣΥΝΕΧΕΙΑ

Ολοκληρώστε τη δημιουργία του λογαριασμού σας

NETFLIX



ΒΗΜΑ 2 ΑΠΟ 3

Ολοκληρώστε τη δημιουργία του λογαριασμού σας.

Το Netflix είναι εξατομικευμένο για
εσάς. Δημιουργήστε έναν κωδικό
πρόσβασης για να βλέπετε Netflix σε
οποιαδήποτε συσκευή και
οποιαδήποτε στιγμή.

ΣΥΝΕΧΕΙΑ

Βήμα 2 από 3, Δημιουργήστε Κωδικό Πρόσβασης

NETFLIX

Απολαύστε τον πρώτο μήνα σας. Είναι δωρεάν.

ΒΗΜΑ 2 ΑΠΟ 3

**Δημιουργήστε έναν κωδικό πρόσβασης
για να ξεκινήσετε τον δωρεάν μήνα σας.**

Μερικά ακόμη βήματα και είστε έτοιμοι!
Ούτε σε εμάς αρέσει να συμπληρώνουμε φόρμες.

Email

Προσθήκη κωδικού πρόσβασης

☐

Δεν θέλω να λαμβάνω email με τις ειδικές προσφορές
του Netflix.

ΣΥΝΕΧΕΙΑ

NETFLIX

[Sign Out](#)



STEP 3 OF 3

Set up your payment.

Your membership starts as soon as you set up payment.

No commitments.
Cancel online at anytime.

Secure Server 

Credit or Debit Card



 **PayPal**



Gift Code



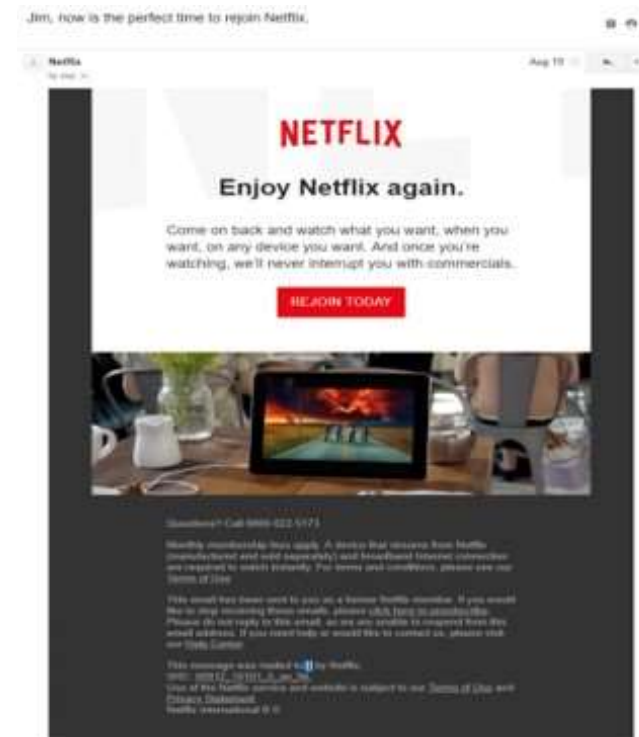
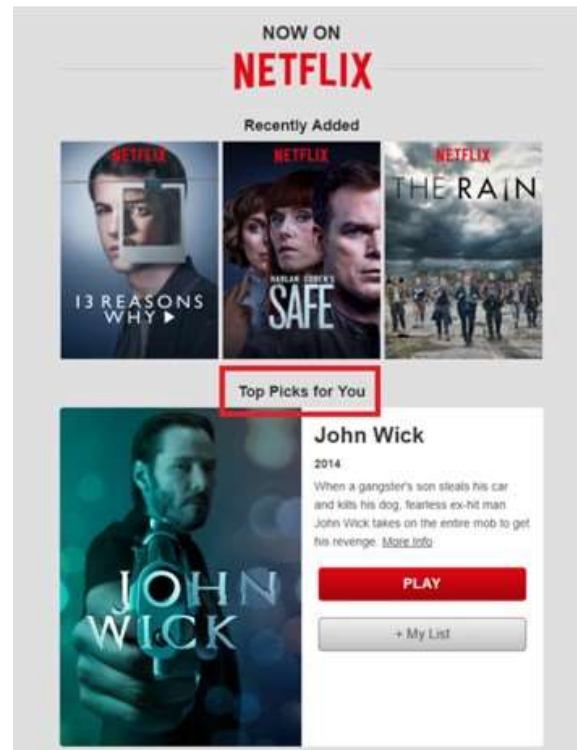
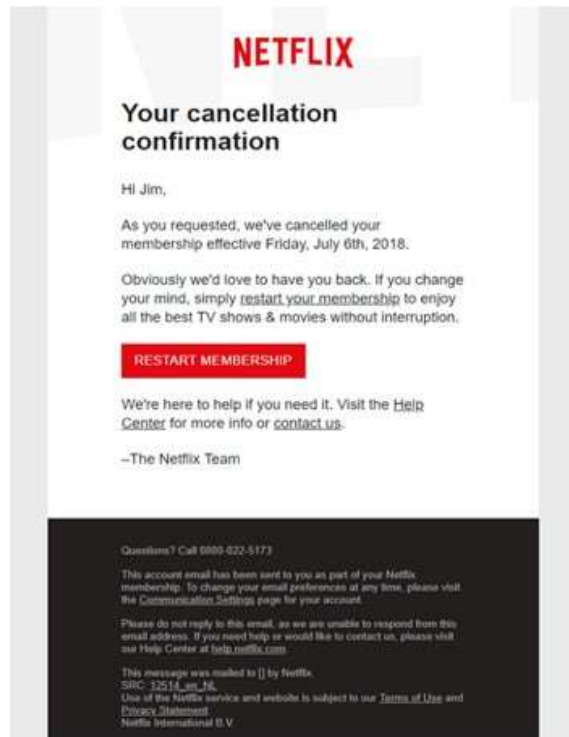
- **Landing Page** που κερδίζει άμεσα την προσοχή.
- Απευθύνεται σε όλες τις **Δημογραφικές ομάδες** που αναζητούν Τηλεοπτική ψυχαγωγία.
- **Μινιμαλιστικού design**, με προϊόντικό εικαστικό (μερικές σκηνές από το περιεχόμενο).
- Ιδιαίτερα προτρεπτική γραφή **Call To Action** σε δυναμικό κόκκινο φόντο.
- Απλή Φόρμα που απαιτεί συμπλήρωση ελάχιστης πληροφόρησης (μόνο το **e-mail**).
- «Μαγνητική» **Πρωθητική Πρόταση Αξίας** που πείθει (**1 μήνας δωρεάν**).

- **Λιτό, απλό κείμενο** που απαντά σε οποιονδήποτε ενδοιασμό «δοκιμής» της προτεινόμενης εμπειρίας.
- Ροή (**Flow**) λογική και πειστική από στάδιο (**Phase**) σε στάδιο και επόμενη κίνηση στο Funnel.
- Απαντά πειστικά σε κάθε πιθανή αντίρρηση οδηγώντας βήμα προς βήμα και σελίδα προς σελίδα στην εμπλοκή (**engagement**), και μετατροπή (**conversion**) σε πελάτη/**συνδρομητή**.
- Όποιος μπει στο Sales Funnel και προχωρήσει στην επιλογή τρόπου πληρωμής, γίνεται τεχνικά επί πληρωμή πελάτης - ο μόνος τρόπος για να αποφύγει την πληρωμή είναι να ακυρώσει την μηνιαία συνδρομή πριν από τη λήξη της δωρεάν δοκιμαστικής περιόδου των 30 ημερών.

- Εκμεταλλεύεται έξυπνα και **χωρίς «έπαρση»** την παγκόσμια θέση του στον τομέα του Video Streaming.
- Ζητά το πρώτο **Conversion από το ξεκίνημα (TOFU)**, οπότε σε περίπτωση που κάποιος “αποχωρήσει” νωρίς, μπορεί να γίνει **επαναστόχευση με email**.
- Σε κάθε σελίδα/form των επόμενων βημάτων στο μέσο και το κάτω μέρος του Funnel(MOFU-BOFU), ο δυνητικός πελάτης μπορεί να **καταλάβει γρήγορα ποιο είναι το επόμενο βήμα**.
- Η απλότητα της φόρμας τον διευκολύνει να κάνει **εύκολα το επόμενο βήμα**.
- Τα κείμενα στοχεύουν στην **απάντηση των πιθανών ανησυχιών και αντιρρήσεων**.
- Κάθε σελίδα και φόρμα έχει **standard layout** με απλά χρώματα, branding και εύκολες οδηγίες.

- Επαναλαμβάνεται το **Call To Action** σε **πολλά σημεία** της διαδικασίας, και λειτουργεί προτρεπτικά με έναν υποσυνείδητο τρόπο.
 - Σχεδόν κάθε στάδιο ενημερώνει πως **μπορείτε να ακυρώσετε ανά πάσα στιγμή**.
 - Προσφέρει 3 εναλλακτικά **προγράμματα**, πολλές **επιλογές πληρωμής**, συμπεριλαμβανομένης μιας **δωροκάρτας μέσω τρίτων** υποστηρικτών.
 - Αντιμετωπίζει πειστικά τα **θέματα ασφάλειας και προστασίας**,
 - Προσφέρει μοναδική προσωπική εξυπηρέτηση δίνοντας και έναν αριθμό τηλεφώνου επικοινωνίας και
 - Κάνει email retargeting για την επαναδραστηριοποίηση συνδρομητών.
-
- Ας δούμε και μερικές στιγμές από τις παράλληλες ενέργειες Μάρκετινγκ και επικοινωνίας του Netflix.

Drip campaign με διαδοχικά emails που στέλνονται αυτόματα σε προκαθορισμένες ημερομηνίες και ώρα.





€50 €25 €15

NETFLIX

**Φέρε το υπερθέαμα
στο σπίτι σου με
NETFLIX
Gift Cards!**

Πλήρωσε τη συνδρομή σου
ή κάνε δώρο μία συνδρομή
σε ένα αγαπημένο πρόσωπο!

*ισχύουν όροι και προϋποθέσεις.

πρώτα στα Public

Netflix

2 ημ. ·

Μην ξεχνάτε, να διαβάζετε κιόλας

Περισσότερα βίντεο στο Watch

0:53

Emily in Paris - Teaser
Netflix

1:08

The Haunting Of Bly Manor - Teaser
Netflix

1:01

The Witcher - Making Of - Main Trailer
Netflix

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ

Κοινοποίηση **Προβολή ξανά**





Η εξατομικευμένη Ενημέρωση του Netflix

Το Netflix στέλνει εξατομικευμένα μηνύματα εντός προϊόντος και ειδοποιήσεις μέσω email (email notifications) για να σας ενημερώνει όποτε βγαίνει το επόμενο επεισόδιο που παρακολουθείτε.

Επίσης, ενημερώνουν διαπροσωπικά και «χαμηλόφωνα» για αυτό που «μπορεί να χάσατε» για να διασφαλίσουν την διατήρηση (Retention).



Το κουμπί Netflix είναι ένα κουμπί διαθέσιμο σε πολλά σύγχρονα τηλεχειριστήρια, και χρησιμοποιείται για απευθείας σύνδεση με τη δημοφιλή υπηρεσία ροής Netflix. Αρχικά εφαρμόστηκε στην Αμερική το 2011. Το 2015, προστέθηκε και σε ευρωπαϊκά τηλεχειριστήρια.



Αυτό το κουμπί στέλνει ένα υπέρυθρο σήμα (IR) στην τηλεόραση και ανοίγει την εφαρμογή Netflix. Πολλά TV Brands το έχουν υιοθετήσει όπως η LG, Samsung και Sony, τις οποίες προτείνει η Netflix στους συνδρομητές της για να έχουν την καλύτερη εμπειρία προβολής.

Όπως θα διαπιστώσατε το Sales Funnel είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό και καθόλου περίπλοκο όπως ίσως θα νομίζατε. Προσπαθούν να σας «καθοδηγήσουν» ώστε να εγγραφείτε στην πλατφόρμα τους, με την όσο το δυνατόν μικρότερη προσπάθεια, και το επιτυγχάνουν.

Η επένδυση στην ποιότητα του προϊόντος, η τιμή αλλά και το ανατρεπτικό Επιχειρηματικό Μοντέλο τους συνετέλεσαν στην επιτυχία και την ηγετική θέση του Netflix.

Είναι πάντως βέβαιο ότι συνετέλεσε και η προσέγγισή του Sales Funnel που διευκολύνει την μεθοδική εμπλοκή, ροή και μετατροπή των επισκεπτών σε πελάτες/συνδρομητές.

Κάτι που μπορείτε όλοι να χρησιμοποιήσετε προκειμένου να βελτιστοποιήσετε στον δικό σας δρόμο προς την επιτυχία.

