



چک لیست طراحی قیف فروش

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

تعیین هدف قیف فروش:



مشخص کردن هدف نهایی (فروش محصول، جذب لید، رزرو مشاوره و...)
تعیین ارزش پیشنهادی (Value Proposition)
تعریف KPIها (Conversion Rate، CPL، CAC، ROAS)
مشخص کردن نقطه ورود اصلی کاربران به قیف

طراحی مرحله آگاهی (Awareness):



انتخاب کانالهای جذب ترافیک (سئو، تبلیغات، شبکههای اجتماعی)
تولید محتوای آموزشی و آگاهی بخش
طراحی Lead Magnet (چک لیست، فایل آموزشی، کد تخفیف)
هدایت کاربران به صفحه فرود مشخص
تنظیم سیستم جمع آوری اطلاعات (فرم ثبت نام)

طراحی مرحله علاقه مندی (Interest):



ارسال ایمیل خوشامدگویی خودکار
ارائه محتوای ارزشمند و کاربردی
معرفی مزایا و ویژگیهای محصول
نمایش نمونه کار یا رضایت مشتریان
ایجاد تعامل از طریق پیامک یا ایمیل پیگیری

طراحی مرحله تصمیم گیری (Decision):



ارائه پیشنهاد ویژه یا محدود زمانی
نمایش ضمانت بازگشت وجه
مقایسه مزایا با رقبا
پاسخ به سوالات متداول (FAQ)
استفاده از اثبات اجتماعی (نظرات مشتریان)



چک لیست طراحی قیف فروش

برای آشنایی با بازار یابی می‌توانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

طراحی مرحله اقدام (Action):



طراحی صفحه فروش یا لندینگ حرفه‌ای
استفاده از Call-To-Action واضح و برجسته
ساده‌سازی فرآیند خرید یا ثبت‌نام
فعال‌سازی پرداخت امن و سریع
تست کامل فرآیند خرید قبل از اجرا

مرحله پس از خرید (Retention & Loyalty):



ارسال ایمیل تشکر و تایید خرید
ارائه پیشنهاد Upsell یا Cross-sell
ارسال آموزش استفاده از محصول
دریافت بازخورد از مشتری
ایجاد باشگاه مشتریان یا سیستم وفاداری

اتوماسیون و ابزارها:



اتصال قیف به ایمیل مارکتینگ
تنظیم پیامک‌های خودکار
استفاده از CRM برای مدیریت لیدها
اتصال به Google Analytics برای تحلیل رفتار
راه‌اندازی Tracking کامل Conversion

تحلیل و بهینه‌سازی قیف:



بررسی نرخ ریزش در هر مرحله
تحلیل Conversion Rate هر بخش
اجرای تست A/B روی صفحات فروش
بهبود متن‌ها و CTAها
اصلاح کانال‌های جذب ترافیک کم‌بازده



arsanet.agency



arsanet.org

آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency

