

Vad att revidera

BÖRJAN: ATTRAHERA

- De rankas bättre än konkurrenter för nyckelord fraser
- De har _____ inkommande länkar
- De har en blogg och publicerar ___ i veckan
- De skapar övertygande innehåll
- Hemsidan och blogg har nyckelord centrerade, optimerade sid titlar, beskrivningar, rubriker, bilder och text
- De använder CTAs
- De har funktioner för att dela på sociala media
- De är närvarande på Facebook, Twitter, LinkedIn och andra sociala media plattformar och har en aktiv, engagerad gemenskap

MITTEN: UTVECKLA

- Innehåll som de skapar och publicerar indikerar de har en säljtratt
- De använder landningssidor med kontaktformulär på hemsidan
- Deras hemsida eller blogg har prenumerationsmöjligheter via email
- De skyddar en del av sitt innehåll bakom kontaktformulär
- Innehållet de skapar är tillräckligt värdefullt för någon att ge ut sin kontaktinformation
- De använder ett CRM system och ett marknadsföringsprogram för automatisering av lead utveckling och uppföljning
- De skickar ut segmenterade email

SLUTET: KONVERTERA

Mät i en analysprogramvara hur framgångsrikt din verksamhet lyckas konvertera besökare till kunder.

Frågor att ställa

- Har du definierat demografi och andra karakteristiska för den perfekta kunden?
- Har ni ett företags abonnemang på Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Google+, Pinterest eller andra sociala hemsidor?
- Monitorerar ni sociala media för omnämningar av ert varumärke, viktiga nyckelord och konkurrenter?
- Använder företaget sociala media för att bygga varumärkes kännedom, engagemang och trafik?
- Hur många erbjudanden (eBöcker, produktblad, webinar, etc) har ni tillgängliga på er hemsida för att attrahera besökare?

- Hur många procent av besökarna konverterar till lead?
- Hur många erbjudanden (eBöcker, produktblad, webinar, etc) har ni tillgängliga på er hemsida?
- Hur många aktiva landningssidor har ni på hemsidan?
- Hur ofta bygger och lanserar ni nya CTAs för att driva trafik till landningssidor?
- Är era landningssidor, innehåll och CTAs samma för alla besökare?
- Hur ofta skickar ni marknadsföringsbudskap som email?
- Hur ofta segmenterar ni era email listor och skickar olika meddelanden till olika segment?
- Använder ni automatiserad lead utveckling?

- Hur många procent av era lead konverterar till kunder?
- Har ni månadsvisa mål för kvantitet och kvalitet på leads?
- Berättar er Webbanalys när ett lead besöker hemsidan och vilka sidor som besöks?
- Spårar er Webbanalys trafikällor, marknadsaktiviteter eller kampanjer för varje lead?
- Ansluter er säljkår med era leads via sociala media kanaler?