



## ساخت قیف میلیون دلاری در ۶ گام

در این مقاله، به بررسی یک فرمول ساده و موثر برای فروش خواهیم پرداخت که به الکس کتوننی (Alex Cattoni) کمک کرد تا میلیون‌ها دلار درآمد کسب کند. این فرمول شش مرحله‌ای به شما کمک می‌کند تا مشتریان جدید را جذب و تبدیل کنید. بیایید به جزئیات هر مرحله بپردازیم.

### ۱. ترافیک

هدف اصلی در ابتدای قیف بازاریابی شما جلب توجه و افزایش مخاطب است. در این مرحله، معمولاً از معیار «بازدید» یا «نمایش» استفاده می‌کنیم. سپس این نمایش‌ها باید به کلیک تبدیل شوند که ترافیک را تشکیل می‌دهند.

راه‌های مختلفی برای هدایت ترافیک به محتوای شما وجود دارد: «جذب ترافیک ارگانیک از طریق سئو، بازاریابی محتوا و شبکه‌های اجتماعی، همکاری در فروش یا بازاریابی پورسانتی و استفاده از ترافیک اسپانسر شده یا تبلیغات پولی». اگر فکر

می‌کنید که نمی‌توانید از تبلیغات پولی استفاده کنید، نگران نباشید. این فرمول همچنان می‌تواند برای شما کارساز باشد. ال‌کس در سال اول فعالیت خود، هیچ هزینه‌ای برای تبلیغات پولی نکرد و کسب‌وکارش را کاملاً از طریق کانال‌های اجتماعی و ویدیوهای یوتیوب خود راه‌اندازی کرد.

## ۲. صفحه فرود

پس از جذب مخاطبان، وقت آن است که آن‌ها را به مشتریان بالقوه تبدیل کنید. هدف شما این است که با جلب اعتمادشان، آن‌ها را به سمت خرید هدایت کنید. به ندرت پیش می‌آید کسی که به‌تازگی با شما آشنا شده، از شما خرید کند.

به‌جای اینکه از آن‌ها بخواهید بلافاصله خرید کنند، باید آن‌ها را تشویق کنید که قدم کوچکی بردارند. بهترین راه برای این کار این است که از آن‌ها دعوت کنید به لیست ایمیل یا خبرنامه شما ملحق شوند؛ اما همه می‌دانیم که «در خبرنامه ما عضو شوید» چندان جذاب نیست. باید در ازای دریافت آدرس ایمیلشان، چیزی ارزشمند به آن‌ها پیشنهاد دهید.

## ۳. هدیه‌ای ارزشمند برای جذب مخاطب

هدف شما با لید مگنت این است که چیزی بسیار ارزشمند را به طور رایگان ارائه دهید. این مورد باید چیزی باشد که آن‌ها را به هدف مطلوبشان نزدیک‌تر کند و به آن‌ها کمک کند تا مشکلاتشان را حل کنند. لید مگنت می‌تواند هر چیزی باشد: «یک چک‌لیست، راهنما، وبینار، کارگاه، یا هر چیز دیگری».

هدف شما از ارائه هدیه به مخاطب این است که محتوایی بسیار ارزشمند را در ازای دریافت اطلاعات تماس او به طور رایگان در اختیارش قرار دهید. این محتوا باید در راستای هدف مخاطب باشد و به او در حل مشکلاتش کمک کند. هدیه می‌تواند شکل‌های مختلفی داشته باشد، مانند: چک لیست، راهنما، وبینار، کارگاه و غیره.

## ۴. ایمیل‌های معرفی

بعد از اضافه شدن مخاطبان جدید به لیست ایمیل‌تان، می‌توانید با ارسال مجموعه‌ای از ایمیل‌ها، آن‌ها را با خودتان و خدماتتان آشنا کنید و به آن‌ها اطلاعات مفید و مرتبط ارائه دهید.

## ۵. ایمیل‌های فروش

حالا وقت آن رسیده که به مخاطبانتان نشان دهید چطور می‌توانید در حل مشکلاتشان به آنها کمک کنید. پیشنهاد می‌کنم حداقل شش ایمیل برای ارسال کنید: «یک ایمیل برای معرفی محصول، یک ایمیل برای آموزش مزایای آن، یک ایمیل برای ارائه نظرات مشتریان و سه ایمیل دیگر برای اهداف دیگر».

## ۶. صفحه فروش

در این مرحله، وقت آن است که پیشنهادتان را ارائه دهید و علاقه مخاطبان را به اقدام تبدیل کنید. این صفحه جایی است که واقعا محصول یا خدماتتان را می‌فروشید. فرمول‌های زیادی برای نوشتن صفحه فروش وجود دارد؛ اما من طی سال‌ها تجربه الکس کتونی دریافته است که یک فرمول ۱۰ مرحله‌ای همیشه نتیجه‌بخش بوده است.

در نهایت، این یک قیف ساده است که میلیون‌ها دلار فروش برای شما ایجاد کرد: ترافیک، صفحه فرود، هدیه ارزشمند برای جذب مخاطب، ایمیل‌های معرفی، ایمیل‌های اطلاع‌رسانی و صفحه‌ی فروش.