

# #1 Akcijski načrt za oglaševalske kampanje

Prebrano boste pozabili še v istem dnevu, če ne boste nekaj storili. Preveč je vseh informacij.

Zato vzemite list papirja in odgovorite na spodnja tri vprašanja. S tem boste naredili korak naprej v vašem razumevanju in še korak bližje boste pri učinkovitem oglaševanju.

**1. Kaj je glavna težava kupca? Kateri problem rešujete? Koga nagovarjate? Bodite specifični.**

1. Premalo povpraševanj...
2. Zamudne rutinske naloge...
3. Ni prepoznavnosti...
4. Bolečine v...
5. Težave z...

**2. Kaj bo kupec z vašo rešitvijo pridobil? Naštete vsaj 10 reči, ki pomenijo dodano vrednost kupcu.**

1. .. Povečal promet
2. .. Skrajšal čas izvedbe
3. .. Avtomatiziral proces
4. .. Razširil občinstvo
5. .. Pridobil znanje
6. .. Izboljšal kvaliteto
7. .. Pospešil prepoznavnost
8. .. Odpravil bolečine
9. .. Povečal dobiček
10. .. Zgradil blagovno znamko

**3. Kako lahko vzpodbudim nakup? Kako ga olajšam? Napišite 10 idej s katerimi boste kupcu olajšali proces.**

1. .. CTA > testiraj različne pozive
2. .. Bonusi > dodaj bonuse, ki rešujejo pomisleke
3. .. Časovna omejitev > urgenca
4. .. Poudari, kaj izgubijo po preteku akcije > potenciraj bolečino
5. .. En klik za prodajo > naj se podatki izpolnijo samodejno, malo korakov ipd.
6. .. Ponudi različne pakete > od nizko cenovne opcije do premium storitve
7. .. Ponudi plačilo po obrokih
8. .. Sprejmi različne načine plačila
9. .. Podaj pozitivne zgodbe, mnenja obstoječih kupcev
10. .. Naredi “no brainer” ponudbo, ki se ji ne morejo upreti

S temi odgovori sedaj sestavite tri vrste kampanj, ki bodo nagovarjali zainteresirane glede na njihovo fazo v nakupnem procesu.