

DARMOWE NARZĘDZIA W SŁUŻBIE SPRZEDAŻY

Zanim spotkasz się z Klientem i ustalicie szczegóły współpracy, musisz zaistnieć w jego świadomości. Na szczęście, w dobie Internetu masz dostęp do szeregu bezpłatnych narzędzi, które możesz wykorzystać do tego celu.

W tym artykule omawiam wybrane aplikacje CRM, dzięki którym łatwiej zbudujesz swoją markę i usprawnisz kontakt z potencjalnymi oraz obecnymi Klientami. Oczywiście rezultat ostatecznie będzie zależeć od Ciebie i wybranego modelu działania - w myśl zasady „nawet najlepsza broń na nic, gdy słabe ramię ją dzierży”.

MAILING



Newslettersy oraz inne formy komunikacji za pomocą e-maila to od lat standard w budowaniu relacji z Klientem. Najważniejszą sprawą w tworzeniu bazy mailingowej jest takie wykorzystanie dostępnych narzędzi, żeby w wyniku automatyzacji procesu nie stracić możliwości osobistego kontaktu z Klientem. Wszyscy jesteśmy ludźmi, a zatem wszyscy chcemy mieć poczucie, że mamy kontakt z człowiekiem właśnie, a nie maszyną. Pamiętaj o tym, układając treści do newslettera czy autorespondera. Wiele z dostępnych systemów mailingowych - m.in. MailChimp, FreshMail czy GetResponse - posiada swoje darmowe wersje. Ograniczeniem jest tu zwykle liczba kontaktów w bazie lub ilość wysyłanych wiadomości - powyżej pewnego progu narzędzia te wymagają zainwestowania niewielkich kwot, ale udostępniają nowe możliwości.

Dla amatorów rozwiązań opensource'owych łatwiejszym rozwiązaniem może okazać się wykorzystanie wtyczki Mail Merge, współpracującej z programem Mozilla Thunderbird. To narzędzie w pełni darmowe, chociaż jego stałe wykorzystywanie, zwłaszcza w przypadku dynamicznie rozrastającej się bazy kontaktów, może wymagać dodatkowej gimnastyki. Jednak ze względu na ideowe założenia Mozilli, pozwala faktycznie wyeliminować płatności za mailing.

GRAFIKA



Żyjemy w dobie komunikacji wizualnej i mediów społecznościowych, dlatego wsparcie brandingowe czy sprzedaży musi bazować na wykorzystaniu materiałów wizualnych. Z mojego doświadczenia mogę bez wahania polecić dwa narzędzia - bazę darmowej grafiki Pixabay, stworzoną przez użytkowników z całego świata oraz aplikację Canva.

Pierwsza z nich obejmuje ponad milion zdjęć i grafik, które znakomicie sprawdzą się w różnych kontekstach, branżach i jako ilustracja do wielu tematów. Z kolei druga stanowi doskonałe narzędzie do tworzenia grafik z gotowych elementów oraz importowanych plików. Canva dysponuje także bardzo dużym zasobem fontów, dzięki czemu stanowi o wiele lepsze narzędzie do typografii niż spora część płatnych programów graficznych.

Jeśli planujesz także wykorzystanie popularnych QR kodów, możesz skorzystać z darmowych narzędzi od Google przygotowanych do ich tworzenia. To prosty sposób przenoszenia linków czy adresów e-mail na materiały drukowane, dlatego kiedy myślisz o tworzeniu ulotek czy biuletynów, weź go pod uwagę. W epoce copy-paste mało kto będzie przepisywał adres, żeby znaleźć Twoją witrynę.

VIDEO



Obok grafiki, film to drugie potężne narzędzie komunikacji. I chociaż wydaje się, że jest dostępne wyłącznie dla profesjonalistów, warto pamiętać, że dzisiaj przeciętny smartfon nagrywa video w rozdzielczości spokojnie wystarczającej na potrzeby YouTube czy Facebooka, a na rynku znajdziesz co najmniej kilka darmowych edytorów do montażu.

Z dostępnych programów mogę polecić Kdenlive, do niedawna dostępny wyłącznie na systemy Linux, a od ubiegłego roku posiadający swój odpowiednik również na Windowsa, a także software wydawany przez Blackmagic Design: Da Vinci Resolve oraz Fusion - pierwszy z nich to okrojony, ale niezwykle przydatny program, który świetnie posłuży w przygotowaniu klipu promocyjnego czy relacji z wydarzenia. Drugi jest zaś narzędziem do edycji efektów specjalnych, także jeśli sprzedajesz dynamit, możesz go śmiało wykorzystać.



MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Wykorzystanie social media w komunikacji z Klientem do dzisiaj nieunikniona i wciąż rozwijająca się tendencja. Oczywiście duże portale bardzo chętnie biorą pieniądze za budowanie widoczności twojego fanpage'a. Facebook oraz należący do niego Instagram są tu najlepszym przykładem.

Możesz jednak wykorzystywać media społecznościowe jako pole do rozwoju reklamy szeptanej, tworząc virale - treści, które dzięki swej atrakcyjności i niezwykłości z szybkością błyskawicy rozejdą się po Sieci. Użyj grafiki, video i właściwie dobranych słów, aby stworzyć kontent, o którym nie będzie można zapomnieć. Facebook to także dobre narzędzie do ustanowienia pierwszej linii kontaktu z obecnymi czy potencjalnymi Klientami. Możesz zamienić czat w swój własny helpdesk, dzięki czemu również nieco zwiększysz widoczność własnej strony i rozpoznawalność marki w Internecie.

Pamiętaj także, że branżowe social media (LinkedIn, GoldenLine i inne) to świetne pole do pozyskiwania nowych znajomości branżowych. Jeśli widzisz osobę, której profil działalności może pokrywać się ze świadczonymi przez Ciebie usługami, nie wahaj się przed dodaniem jej do kontaktów i nawiązaniem rozmowy. Być może będziecie w stanie pomóc sobie nawzajem.

Oczywiście wymienione narzędzia to tylko wierzchołek góry lodowej zwanej sprzedażą.

Stanowią jednak świetny punkt wyjścia, jeśli myślisz poważnie o samodzielnym budowaniu własnej marki z uwzględnieniem panujących obecnie standardów.

I pamiętaj, że zawsze możesz liczyć na wsparcie fachowców.

