

Työkirja 5: Näin saat B2B-päätäjiä varaamaan tapaamisia kalenteriisi — tekoäly markkinoijanasi

VAIHE 5.1A: TAPAAMISEN ARVOLUPAUS

Kopioi tämä kehoite suoraan Claudeen tai ChatGPT:hen:

Toimit B2B-myyntistrategina ja copywriterina. Tehtäväsi on kirjoittaa verkkosivustolle tapaamisen arvolupaus joka saa potentiaalisen asiakkaan varaamaan tapaamisen kalenterista.

Tärkeä periaate ennen kirjoittamista: Tehokkain tapa saada ihminen varaamaan tapaaminen ei ole luvata kartoitusta tai keskustelua. Se on luvata konkreettinen lopputulos jon hän saa tapaamisen jälkeen. Esimerkiksi henkilökohtainen suunnitelma, räätälöity ehdotus tai konkreettinen analyysi hänen tilanteestaan. Asiakas ei halua kartoitusta. Hän haluaa tietää mitä kartoituksen jälkeen tapahtuu ja mitä hän siitä saa.

Yritykseni tiedot:

- Yritys ja palvelu: [kerro lyhyesti mitä teet]
- Kohderyhmä: [kenelle myyt, mikä on päättäjärooli]
- Tapaamisen kesto: [esim. 30 minuuttia]
- Tapaamisen muoto: [etätapaaminen / fyysinen / molemmat]
- Mitä konkreettista asiakas saa tapaamisen loppuksi tai sen jälkeen: [esim. henkilökohtainen suunnitelma, räätälöity ehdotus, analyysi tilanteesta]
- Mihin asiakas ei sitoudu tapaamisessa: [esim. ostamiseen, jatkosopimukseen]

Kirjoita kolme vaihtoehtoista tapaamisen arvolupausta. Jokainen on 1–3 lausetta. Niiden pitää:

- Luvata konkreettinen lopputulos jonka asiakas saa, ei kartoitusta itsessään
- Kertoa mitä henkilökohtainen suunnitelma tai ehdotus käytännössä tarkoittaa
- Madaltaa kynnystä varaamisen estämällä pelko sitoutumisesta
- Puhua asiakkaan hyödyn kielellä, ei myyjän tarjoaman kielellä
- Olla suoraan käytettävissä verkkosivustolla toimintakutsun yhteydessä

Kirjoita suomeksi. Älä käytä ajatusviivoja.

VAIHE 5.1B: TOIMINTAKUTSUT SIVUKOHTAISESTI

Kopioi tämä kehoite suoraan Claudeen tai ChatGPT:hen:

Toimit B2B-verkkosivuston copywriterina. Tehtäväsi on kirjoittaa toimintakutsut jokaiselle verkkosivuni pääsivulle niin, että ne ohjaavat kävijän varaamaan tapaamisen.

Tärkeä periaate ennen kirjoittamista: Toimintakutsun ei pidä luvata kartoitusta tai keskustelua. Sen pitää luvata konkreettinen lopputulos jonka kävijä saa tapaamisen jälkeen. Esimerkiksi henkilökohtainen suunnitelma, räätälöity ehdotus tai konkreettinen analyysi. Asiakas varaa tapaamisen kun hän tietää mitä hän siitä saa, ei siksi että myyjä haluaa tavata hänet.

Yritykseni tiedot:

- Yritys ja palvelu: [kerro lyhyesti mitä teet]
- Kohderyhmä ja päättäjärooli: [kenelle myyt]
- Tapaamisen arvolupaus: [kopioi Kehoitteen 1A paras tulos tähän]
- Konkreettinen lopputulos jonka asiakas saa: [esim. henkilökohtainen suunnitelma, räätälöity ehdotus]

Sivut joille tarvitsen toimintakutsun:

- Etusivu
- Palvelusivu: [palvelun nimi]
- Tietoa meistä -sivu
- Referenssisivu

Kirjoita jokaiselle sivulle:

1. Toimintakutsun otsikko (max 8 sanaa)
2. Lyhyt saatekappale (2–3 lausetta) joka perustelee miksi juuri nyt kannattaa varata tapaaminen ja mitä konkreettista siitä saa
3. Painikkeen teksti (max 5 sanaa)

Toimintakutsun pitää tuntua luontevalta jatkumolta sille mitä kyseisellä sivulla on luettu. Etusivun toimintakutsu on yleisempi. Palvelusivun toimintakutsu kytkeytyy juuri tähän palveluun. Referenssisivun toimintakutsu kytkeytyy juuri luettuun tarinaan.

Kirjoita suomeksi. Älä käytä ajatusviivoja.