

Jak z návštěvníků webu získat zákazníky pro fotovoltaiku

Praktický návod, jak z webu udělat svého nejlepšího obchodníka.

solarise

Proč na tom záleží?

Přivést lidi na web je úspěch. Je to ale teprve první krok.

Jeden dodavatel fotovoltaiky mi vyprávěl, že se ve své zemi zobrazoval na Googlu jako první. Jeho web navštěvovaly tisíce lidí týdně, ale poptávky téměř nepřicházely. Proč?

Samotná návštěvnost zákazníky nepřinese. Je potřeba vědět, jak s ní naložit.

Pokud se návštěvníci neozvou ani si nedomluví schůzku, investujete čas a peníze do anonymních kliknutí, která vašim tržbám nepomohou.

Se správným přístupem se web může stát jedním z vašich nejlepších prodejních kanálů.

Získání poptávky začíná už návrhem webu a pokračuje tím, jak dokážete podchytit zájem návštěvníka.

Projdeme si to krok za krokem.

Obsah

1 Představte nabídku jasně

2 Získejte důvěru, na které stojí prodej

3 Nabídněte jeden jasný další krok

4 Usnadněte odeslání poptávky

5 Odpovězte dřív, než se zájemce obrátí jinam

6 Poraďte návštěvníkům a zůstaňte v kontaktu

7 Další tipy z praxe

1. Představte nabídku jasně

Návštěvníci se během pár sekund rozhodnou, jestli na webu zůstanou.

Pokud hned nepoznají, co jim nabízíte, půjdou hledat jinam.

Hlavní stránka nebo stránka kampaně má jasně odpovědět na tři otázky:

Co děláte? („Instalujeme fotovoltaiku na rodinné domy v Bavorsku.“)

Pro koho? („Pro majitele domů, kteří chtějí snížit výdaje za energie.“)

Co zájemce získá? („Bezplatnou nabídku za méně než 60 sekund.“)*

*Třetí otázku může zodpovědět i jasná výzva k akci (CTA). Nápis „Získat nabídku“ na rozdíl od obecného „Kontaktujte nás“ říká, co návštěvník dostane.

1. Představte nabídku jasně

Takto může vypadat srozumitelná vstupní stránka:

Pro koho je nabídka určena?

Pro majitele domů v Bavorsku

Co nabízíte?

Chcete ušetřit za elektřinu díky fotovoltaice na vlastní střeše?

Co návštěvník získá? (tlačítko s výzvou k akci)

Chci nabídku zdarma

Hlavní nabídku umístěte tak, aby byla vidět bez posouvání stránky. Stačí výrazný nadpis a jedno srozumitelné tlačítko.

2. Získejte důvěru, na které stojí prodej

Pořízení fotovoltaiky je velké rozhodnutí i investice. Je pochopitelné, že návštěvníci mají pochybnosti.

Ukažte jim, proč se při takové investici mohou spolehnout právě na vaši firmu.

Pomohou vám konkrétní doklady, díky nimž bude vaše nabídka působit důvěryhodně.

Na web můžete přidat například:

Reference zákazníků, ideálně se jménem, fotkou a zkušeností, se kterou se čtenář může ztotožnit

Případové studie s konkrétním výsledkem, například „Roční úspora 450 €“

Recenze na Googlu nebo Trustpilotu

2. Získejte důvěru, na které stojí prodej

Nejlepší reference dejte hned vedle výzvy k akci nebo formuláře.

Chcete, aby návštěvník klikl na hlavní tlačítko. Ukažte mu proto důvod k důvěře právě ve chvíli, kdy se rozhoduje.

3. Nabídněte jeden jasný další krok

Šest tlačítek, z nichž každé vybízí k něčemu jinému, návštěvníka zmate. Pozornost se roztříští a důležité kliknutí vám uteče.

Vyberte jednu hlavní výzvu a bez obav ji zopakujte na více místech:

„Získat bezplatnou nabídku“

„Zjistit, kolik mohu ušetřit“

„Domluvit si bezplatnou konzultaci“

Na mobilu pomůže tlačítko, které zůstává na obrazovce. Má být po ruce, ale nepřekážet.

4. Usnadněte odeslání poptávky

Ve formuláři se anonymní návštěvník mění v konkrétní kontakt.

Dlouhý a nepřehledný formulář odradí i člověka, který už se vám chtěl ozvat.

Usnadněte jim to:

Ptejte se jen na nezbytné údaje, třeba jméno, e-mail, PSČ a případně typ střechy.

Formulář zkraťte. Má-li více kroků, zobrazte průběh, aby návštěvník věděl, kolik ještě zbývá.

Nabídněte okamžitý užitek: třeba nástroj, který rovnou ukáže nabídku nebo orientační kalkulaci.

Když od lidí chcete údaje, dejte jim na oplátku informace, kvůli kterým přišli.

4. Usnadněte odeslání poptávky

S uvedením těchto zásad do praxe vám můžeme pomoci.

Proto vzniklo Solarise. Přímo na svém webu můžete dát zájemci okamžitou nabídku a zároveň získat potřebné údaje k poptávce.

Ať zvolíte kteroukoli cestu, pamatujte:

Dejte návštěvníkovi za jeho čas něco užitečného.

Tak získáte poptávky a odlišíte se od konkurence.

5. Odpovězte dřív, než se zájemce obrátí jinam

78 % kupujících si vybere firmu, která odpoví jako první.

Pokud se ozvete až za 24 hodin nebo později, zájemce už nejspíš má nabídku odjinud.

Rychlá reakce vám dává náskok. V prodeji obzvlášť.

Nikdo ale nestihne být všude. Jak tedy zvládnout všechny žádosti o nabídku?

5. Odpovězte dřív, než se zájemce obrátí jinam

Zautomatizujte opakující se kroky:

Potvrzovací e-mail po odeslání formuláře

Okamžitá předběžná nabídka bez čekání

Připomínky a automatické postupy v CRM, aby žádná odpověď nezapadla

V Solarise se nabídky vytvářejí, kontakty sbírají a data do CRM přenášejí automaticky. Celý postup je navržený pro fotovoltaické firmy.

Můžete si také vytvořit vlastní užitečný formulář, propojit ho s CRM a nastavit automatické připomenutí dalšího kontaktu.

Zvolte si postup, který vyhovuje vaší firmě.

Nenechte zakázku uniknout jen proto, že jste se ozvali pozdě.

6. Poraďte návštěvníkům a zůstaňte v kontaktu

Ne každý návštěvník chce hned požádat o nabídku. A to je v pořádku.

Někdo se zatím rozhlíží, jiný si před rozhodnutím potřebuje ujasnit pár věcí.

V obou případech můžete nabídnout užitečné informace a dobrý důvod vám důvěřovat.

Právě tady ocení obsah, který jim pomůže postupně se rozhodnout.

Péče o zájemce se podobně jako fotovoltaika zhodnocuje časem. Správná informace ve správnou chvíli může změnit „možná“ v „ano“.

6. Poraďte návštěvníkům a zůstaňte v kontaktu

Co přidat na web pro lidi, kteří se zatím jen rozhlížejí:

Blog: Publikujte srozumitelné články, které odpovídají na časté otázky a budují důvěru. Když čtenáře zaujmou, mohou díky nim přejít na váš web. Články také pomáhají vašemu umístění na Googlu.

Chatbot: Zájemci o fotovoltaiku mívají spoustu otázek. Odpovězte jim bez hodin na telefonu. Chatbot si poradí s obecnými dotazy jako „Potřebuji povolení?“ nebo „Jak dlouho to trvá?“.

Interaktivní nástroje: Chatbot poradí obecně, ale u fotovoltaiky chce člověk znát odpověď pro svůj dům. Nechte ho bez nátlaku vyzkoušet úspory a varianty systému ve formuláři pro okamžitou nabídku. Získá užitečný výsledek zdarma a má důvod se tématu věnovat dál.

6. Poraďte návštěvníkům a zůstaňte v kontaktu

Takový obsah přináší nové poznatky, buduje důvěru a připomíná lidem vaši firmu.

Až se rozhodnou, obrátí se na vás.

Obecné chatboty od Landbotu, Tidia či Intercomu můžete doplnit o znalosti fotovoltaiky. Pro tvorbu vlastních formulářů poslouží například Typeform.

Pokud hledáte řešení přímo pro instalační firmy, vyzkoušejte kalkulačku okamžitých nabídek Solarise s integrovaným AI asistentem.

7. Další tipy z praxe

Chcete-li přes web získávat více zakázek, položte si jednoduchou otázku:

„Proč vlastně máme web?“

Aby nás lidé našli online? Jistě. Aby se dozvěděli víc o fotovoltaice? Určitě.

Váš web ale může být i vaším nejlepším obchodníkem. Je k dispozici 24 hodin denně, nepotřebuje pauzu a nezapomene se ozvat.

Co je rozhodující?

Dobrý web proměňuje návštěvy v poptávky.

7. Další tipy z praxe

I malé úpravy mohou přinést velký rozdíl:

Rychlost načítání: pokud se web načítá déle než 3 sekundy, polovina návštěvníků odejde. Úzká místa odhalíte pomocí PageSpeed Insights a můžete je odstranit.

Přidejte časté dotazy: odpovězte na pět otázek, které nejčastěji slýcháte při obchodních hovorech. Ušetříte si čas a hned získáte důvěru.

Nabídněte užitečný materiál ke stažení, třeba „Fotovoltaika pro začátečníky za tři minuty“, výměnou za e-mail. Pak můžete kontakt postupně rozvíjet.

Zpoždění načítání o jednu sekundu může snížit konverzní poměr webu až o 70 %.

Proměňte návštěvníky v zákazníky

To těžké už máte za sebou. Lidé na váš web chodí.

Teď z toho vytěžte co nejvíc.

Mluvte jasně, reagujte rychle, pomáhejte. A vždy se ozvěte zpět.

Složité prodejní trychtýře ani velký tým nejsou podmínkou. Pomohou promyšlené úpravy a správné nástroje.

Osvědčených postupů a nástrojů je spousta. Vyberte si ty, které sedí vaší fotovoltaické firmě.

Zaujalo vás to? Na závěr pro vás mám ještě jednu věc →

Proměňte návštěvníky v zákazníky

Více než 90 % zájemců o koupi fotovoltaiky začíná hledáním na Googlu. Solarise vám pomůže nabídnout jim odpověď, kterou hledají.

Náš webový doplněk pro okamžité nabídky s AI, AI asistent a CRM vám pomohou získávat poptávky po fotovoltaice a měnit je v zakázky.

Chcete to vidět v praxi? Ozvěte se mi:

Tina ze Solarise, spoluzakladatelka a ředitelka

Nebo si domluvte ukázku na webu Solarise.

Udělejme z vašeho webu toho nejpracovitějšího obchodníka.

tina@solarise.app

www.solarise.app/cs/book-a-demo

Solarise spojuje nástroje, které pomáhají získávat a zpracovávat poptávky po fotovoltaice:

Webová kalkulačka: připravte návštěvníkům okamžitou nabídku s pomocí AI a buďte první firmou, která jim dá odpověď přímo pro jejich dům.

Integrovaný chatbot: náš AI asistent se znalostmi fotovoltaiky zodpoví otázky zájemců za vás. Můžete ho také naučit informace o vaší firmě.

Integrované CRM: každý kontakt z kalkulačky se dostane přímo do CRM. Filtrujte podle zájmu a solárního potenciálu a hned budete vědět, komu zavolat nejdřív.

Chcete vyzkoušet nový způsob prodeje fotovoltaiky?

Domluvte si ukázku nebo si o Solarise přečtěte více.

www.solarise.app/cs/book-a-demo