

Ako z návštevníkov webu získať zákazníkov pre fotovoltiku

Praktický návod, ako z webu urobiť svojho najlepšieho obchodníka.

solarise

Prečo na tom záleží?

Priviesť ľudí na web je úspech. Je to však len prvý krok.

Jeden dodávateľ fotovoltiky mi rozprával, že sa vo svojej krajine zobrazoval na Googli ako prvý. Jeho web navštevovali tisíce ľudí týždenne, no dopyty takmer neprichádzali. Prečo?

Samotná návštevnosť zákazníkov neprinesie. Treba vedieť, ako s ňou naložiť.

Ak sa návštevníci neozvú ani si nedohodnú stretnutie, investujete čas a peniaze do anonymných kliknutí, ktoré vašim tržbám nepomôžu.

So správnym prístupom sa web môže stať jedným z vašich najlepších predajných kanálov.

Získanie dopytu sa začína už návrhom webu a pokračuje tým, ako dokážete zachytiť záujem návštevníka.

Prejdime si to krok za krokom.

Obsah

1 Predstavte ponuku jasne

2 Získajte dôveru, na ktorej stojí predaj

3 Ponúknite jeden jasný ďalší krok

4 Uľahčite odoslanie dopytu

5 Odpovedzte skôr, než sa záujemca obráti inam

6 Poraďte návštevníkom a zostaňte v kontakte

7 Ďalšie tipy z praxe

1. Predstavte ponuku jasne

Návštevníci sa za pár sekúnd rozhodnú, či na webe zostanú.

Ak hneď nevidia, čo im ponúkate, pôjdu hľadať inde.

Hlavná stránka alebo stránka kampane má jasne odpovedať na tri otázky:

Čo robíte? („Inštalujeme fotovoltiku na rodinné domy v Bavorsku.“)

Pre koho? („Pre majiteľov domov, ktorí chcú znížiť výdavky za energie.“)

Čo záujemca získa? („Bezplatnú ponuku za menej ako 60 sekúnd.“)*

*Na tretiu otázku môže odpovedať aj jasná výzva na akciu (CTA). Nápis „Získať ponuku“ na rozdiel od všeobecného „Kontaktujte nás“ hovorí, čo návštevník dostane.

1. Predstavte ponuku jasne

Takto môže vyzerať zrozumiteľná vstupná stránka:

Pre koho je ponuka určená?

Pre majiteľov domov v Bavorsku

Čo ponúkate?

Chcete ušetriť za elektrinu vďaka fotovoltike na vlastnej streche?

Čo návštevník získa? (tlačidlo s výzvou na akciu)

Chcem bezplatnú ponuku

Hlavnú ponuku umiestnite tak, aby ju bolo vidieť bez posúvania stránky. Stačí výrazný nadpis a jedno zrozumiteľné tlačidlo.

2. Získajte dôveru, na ktorej stojí predaj

Obstaranie fotovoltiky je veľké rozhodnutie aj investícia. Je pochopiteľné, že návštevníci majú pochybnosti.

Ukážte im, prečo sa pri takejto investícii môžu spoľahnúť práve na vašu firmu.

Pomôžu vám konkrétne doklady, vďaka ktorým bude vaša ponuka pôsobiť dôveryhodne.

Na web môžete pridať napríklad:

Referencie zákazníkov, ideálne s menom, fotkou a skúsenosťou, s ktorou sa čitateľ môže stotožniť

Prípadové štúdie s konkrétnym výsledkom, napríklad „Ročná úspora 450 €“

Recenzie na Googli alebo Trustpilote

2. Získajte dôveru, na ktorej stojí predaj

Najlepšie referencie dajte hneď vedľa výzvy na akciu alebo formulára.

Chcete, aby návštevník klikol na hlavné tlačidlo. Ukážte mu preto dôvod na dôveru práve vtedy, keď sa rozhoduje.

3. Ponúknite jeden jasný ďalší krok

Šesť tlačidiel, z ktorých každé nabáda na niečo iné, návštevníka zmätie. Pozornosť sa rozptýli a dôležité kliknutie vám ujde.

Vyberte jednu hlavnú výzvu a bez obáv ju zopakujte na viacerých miestach:

„Získať bezplatnú ponuku“

„Zistiť, koľko môžem ušetriť“

„Dohodnúť si bezplatnú konzultáciu“

Na mobile pomôže tlačidlo, ktoré zostáva na obrazovke. Má byť poruke, no nemá prekážať.

4. Uľahčite odoslanie dopytu

Vo formulári sa anonymný návštevník mení na konkrétny kontakt.

Dlhý a neprehľadný formulár odradí aj človeka, ktorý sa vám už chcel ozvať.

Uľahčite im to:

Pýtajte si len nevyhnutné údaje, napríklad meno, e-mail, PSČ a prípadne typ strechy.

Formulár skráťte. Ak má viac krokov, zobrazte priebeh, aby návštevník vedel, koľko ešte zostáva.

Ponúknite okamžitý úžitok: napríklad nástroj, ktorý hneď zobrazí ponuku alebo orientačnú kalkuláciu.

Keď od ľudí chcete údaje, dajte im na oplátku informácie, pre ktoré prišli.

4. Uľahčite odoslanie dopytu

So zavedením týchto zásad do praxe vám môžeme pomôcť.

Preto vzniklo Solarise. Priamo na svojom webe môžete záujemcovi dať okamžitú ponuku a zároveň získať potrebné údaje k dopytu.

Nech si vyberiete ktorúkoľvek cestu, pamätajte:

Dajte návštevníkovi za jeho čas niečo užitočné.

Tak získate dopyty a odlíšite sa od konkurencie.

5. Odpovedzte skôr, než sa záujemca obráti inam

78 % kupujúcich si vyberie firmu, ktorá odpovie ako prvá.

Ak sa ozvete až po 24 hodinách alebo neskôr, záujemca už zrejme má ponuku odinakiaľ.

Rýchla reakcia vám dáva náskok. V predaji obzvlášť.

Nikto však nemôže byť všade. Ako teda zvládnuť všetky žiadosti o ponuku?

5. Odpovedzte skôr, než sa záujemca obráti inam

Zautomatizujte opakujúce sa kroky:

Potvrdzovací e-mail po odoslaní formulára

Okamžitá predbežná ponuka bez čakania

Pripomienky a automatické postupy v CRM, aby žiadna odpoveď nezapadla

V Solarise sa ponuky vytvárajú, kontakty zbierajú a údaje do CRM prenášajú automaticky. Celý postup je navrhnutý pre fotovoltické firmy.

Môžete si vytvoriť aj vlastný užitočný formulár, prepojiť ho s CRM a nastaviť automatické pripomenutie ďalšieho kontaktu.

Vyberte si postup, ktorý vyhovuje vašej firme.

Nenechajte si ujsť zákazku len preto, že ste sa ozvali neskoro.

6. Poraďte návštevníkom a zostaňte v kontakte

Nie každý návštevník chce hneď požiadať o ponuku. A to je v poriadku.

Niekto sa zatiaľ rozhliada, iný si pred rozhodnutím potrebuje ujasniť pár vecí.

V oboch prípadoch môžete ponúknuť užitočné informácie a dobrý dôvod dôverovať vám.

Práve tu ocenia obsah, ktorý im pomôže postupne sa rozhodnúť.

Starostlivosť o záujemcov sa podobne ako fotovoltika zhodnocuje časom. Správna informácia v správnej chvíli môže zmeniť „možno“ na „áno“.

6. Poraďte návštevníkom a zostaňte v kontakte

Čo pridať na web pre ľudí, ktorí sa zatiaľ len rozhliadajú:

Blog: Publikujte zrozumiteľné články, ktoré odpovedajú na časté otázky a budujú dôveru. Keď čitateľov zaujmú, môžu vďaka nim prejsť na váš web. Články pomáhajú aj umiestneniu na Googli.

Chatbot: Záujemcovia o fotovoltiku mávajú veľa otázok. Odpovedzte im bez hodín na telefóne. Chatbot si poradí so všeobecnými otázkami ako „Potrebujem povolenie?“ či „Ako dlho to trvá?“.

Interaktívne nástroje: Chatbot poradí všeobecne, ale pri fotovoltike chce človek poznať odpoveď pre svoj dom. Nechajte ho bez nátlaku vyskúšať si úspory a možnosti systému vo formulári na okamžitú ponuku. Získa užitočný výsledok zadarmo a má dôvod venovať sa téme ďalej.

6. Poraďte návštevníkom a zostaňte v kontakte

Takýto obsah prináša nové poznatky, buduje dôveru a pripomína ľuďom vašu firmu.

Keď sa rozhodnú, obrátia sa na vás.

Všeobecné chatboty od Landbotu, Tidia či Intercomu môžete doplniť o znalosti fotovoltiky. Na tvorbu vlastných formulárov poslúži napríklad Typeform.

Ak hľadáte riešenie priamo pre inštalačné firmy, vyskúšajte kalkulačku okamžitých ponúk Solarise s integrovaným AI asistentom.

7. Ďalšie tipy z praxe

Ak chcete cez web získať viac zákaziek, položte si jednoduchú otázku:

„Prečo vlastne máme web?“

Aby nás ľudia našli online? Iste. Aby sa dozvedeli viac o fotovoltike? Určite.

Váš web však môže byť aj vaším najlepším obchodníkom. Je k dispozícii 24 hodín denne, nepotrebuje prestávku a nezabudne sa ozvať.

Čo je rozhodujúce?

Dobrý web premieňa návštevy na dopyty.

7. Ďalšie tipy z praxe

Aj malé úpravy môžu priniesť veľký rozdiel:

Rýchlosť načítania: ak sa web načítava dlhšie ako 3 sekundy, polovica návštevníkov odíde. Úzke miesta odhalíte pomocou PageSpeed Insights a môžete ich odstrániť.

Pridajte časté otázky: odpovedzte na päť otázok, ktoré najčastejšie počúvate pri obchodných telefonátoch. Ušetríte si čas a hneď získate dôveru.

Ponúknite užitočný materiál na stiahnutie, napríklad „Fotovoltika pre začiatočníkov za tri minúty“, výmenou za e-mail. Potom môžete kontakt postupne rozvíjať.

Oneskorenie načítania o jednu sekundu môže znížiť konverzný pomer webu až o 70 %.

Premeňte návštevníkov na zákazníkov

To ťažké už máte za sebou. Ľudia na váš web chodia.

Teraz z toho vyťažte čo najviac.

Hovorte jasne, reagujte rýchlo, pomáhajte. A vždy sa ozvite späť.

Zložité predajné lieviky ani veľký tím nie sú podmienkou. Pomôžu premyslené úpravy a správne nástroje.

Osvedčených postupov a nástrojov je veľa. Vyberte si tie, ktoré vyhovujú vašej fotovoltickej firme.

Zaujalo vás to? Na záver mám pre vás ešte jednu vec →

Premeňte návštevníkov na zákazníkov

Viac ako 90 % záujemcov o kúpu fotovoltiky začína hľadaním na Googli. Solarise vám pomôže ponúknuť im odpoveď, ktorú hľadajú.

Náš webový doplnok na okamžité ponuky s AI, AI asistent a CRM vám pomôžu získavať dopyty po fotovoltike a meniť ich na zákazky.

Chcete to vidieť v praxi? Ozvite sa mi:

Tina zo Solarise, spoluzakladateľka a riaditeľka

Alebo si dohodnite ukážku na webe Solarise.

Urobme z vášho webu toho najpracovitejšieho obchodníka.

tina@solarise.app

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

Solarise spája nástroje, ktoré pomáhajú získavať a spracúvať dopyty po fotovoltike:

Webová kalkulačka: pripravte návštevníkom okamžitú ponuku s pomocou AI a buďte prvou firmou, ktorá im dá odpoveď priamo pre ich dom.

Integrovaný chatbot: náš AI asistent so znalosťami fotovoltiky zodpovie otázky záujemcov za vás. Môžete ho tiež naučiť informácie o svojej firme.

Integrované CRM: každý kontakt z kalkulačky sa dostane priamo do CRM. Filtrujte podľa záujmu a solárneho potenciálu a hneď budete vedieť, komu zavolať najskôr.

Chcete vyskúšať nový spôsob predaja fotovoltiky?

Dohodnite si ukážku alebo si o Solarise prečítajte viac.

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