Interreg Co-funded by the European Union
Central Baltic Programme
WoDiLab

IEPAZĪŠANĀS AR KLIENTU PIESAISTES MATERIĀLU (LEAD MAGNET)

Saproti, kā klientu piesaistes materiāls veido uzticību un virza cilvēkus tuvāk tavam kursam.

DARBĪBU SARAKSTS

☐ **1. solis – Pārskati savu pieredzi ar klientu piesaistes materiāliem**
Atceries bezmaksas materiālu, ko nesen lejupielādēji, un izvērtē, kas to padarīja vērtīgu.

☐ **2. solis – Nosaki, kas padara piesaistes materiālu efektīvu**
Izpēti elementus, kas rada skaidrību, uzticību un ātru rezultātu.

☐ **3. solis – Izproti, kā cilvēki nonāk līdz pirkumam**
Padomā, kā cilvēki iegulda laiku, informāciju un enerģiju, pirms pieņem lēmumu pirkt.

☐ **4. solis – Definē sava piesaistes materiāla lomu**
Nosaki, kā tavs piesaistes materiāls ir saistīts ar tavu kursu un kā tas atbalsta tavu piedāvājumu.

1. solis – Tava pieredze ar klientu piesaistes materiāliem

Padomā par bezmaksas materiālu, ko tu nesen lejupielādēji.

Piesaistes materiāla veids:

☐ PDF ceļvedis

☐ Kontrolsaraksts

☐ Video

☐ Šablons

☐ Resursu saraksts

☐ Cits: _____

Kas tevi pamudināja to lejupielādēt?

☐ Skaidrs nosaukums

☐ Konkrēts solījums

☐ Tas risināja manu problēmu

☐ Izskatījās vienkārši un praktiski

☐ Ieteikums / uzticība

☐ Cits: _____

Vai tas tev palīdzēja?

☐ Jā – ieguvu skaidru rezultātu

☐ Daļēji – bija noderīgi, bet nepilnīgi

☐ Nē – neatbilda gaidītajam

Vai tas radīja vēlmi uzzināt vairāk?

☐ Jā – radās interese par autoru

☐ Varbūt – bija interese, bet bez skaidra nākamā soļa

☐ Nē – nejutu turpinājumu

Piezīmes

_____
_____
_____
_____
_____
_____

2. solis – Kas padara klientu piesaistes materiālu efektīvu

Labs piesaistes materiāls parasti ir:

- skaidrs
- vienkāršs
- praktisks
- fokusēts uz vienu konkrētu rezultātu

Padomā vēlreiz par savu piemēru.

Vai tas bija viegli saprotams?

☐ Jā

☐ Daļēji

☐ Nē

Vai tas deva ātru rezultātu?

☐ Jā

☐ Daļēji

☐ Nē

Vai tas bija praktisks (nevis tikai teorētisks)?

☐ Jā

☐ Daļēji

☐ Nē

Vai tas radīja uzticību?

☐ Jā

☐ Varbūt

☐ Nē

Kas bija vissvarīgākais?

☐ Skaidrība

☐ Vienkāršība

☐ Praktiskā vērtība

☐ Uzticība

☐ Ātrs rezultāts

Piezīmes

_____

_____

_____

_____

3. solis – Kā cilvēki nonāk līdz pirkumam

Pirms cilvēki iegādājas, viņi iegulda dažādus resursus.

Padomā par četrām “valūtām”:

Laiks

Cik daudz laika cilvēks varētu veltīt tavam piesaistes materiālam?

☐ 5–10 minūtes

☐ 10–20 minūtes

☐ 20–30 minūtes

☐ Vairāk

Informācija

Ko viņš būtu gatavs atstāt?

☐ E-pastu

☐ Vārdu

☐ Telefona numuru

☐ Cits: _____

Enerģija

Ko viņš darīs?

☐ Lasīs

☐ Skatīsies

☐ Pildīs uzdevumu

☐ Reflektēs

Nauda

Šajā posmā:

☐ Bez maksas (piesaistes materiāls)

☐ Neliela iesaistes gatavība

Piezīmes

_____

_____

_____

4. solis – Definē sava klientu piesaistes materiāla lomu

Piesaistes materiāls nav pilns risinājums.

Tas ir **pirmais solis**.

Padomā par savu kursu.

Mana kursa tēma:

_____

_____

Kāda ir galvenā transformācija, ko piedāvā mans kurss?

_____

_____

Kāds varētu būt pirmais mazais solis pirms tā?

☐ Problēmas izpratne

☐ Skaidrības iegūšana

☐ Vienkāršs pirmais solis

☐ Metodes izmēģināšana

☐ Cits: _____

Mans piesaistes materiāls palīdz ar:

_____

_____

Vai tas ir skaidri saistīts ar kursu?

☐ Jā – skaidra saikne

☐ Daļēji – nepieciešami uzlabojumi

☐ Vēl nē – jāprecizē

Piezīmes

_____

_____

_____

_____

Tava nākamā darbība

Balstoties uz šo darba lapu, nosaki vienu iespējamo virzienu savam piesaistes materiālam.

_____

_____

Šīs nodarbības uzdevums

Uzraksti savu refleksiju un padalies ar to WoDiLab Facebook grupā.

Padomā:

- Kas lika tev lejupielādēt šo materiālu?
- Vai tas tev palīdzēja?
- Vai tas radīja vēlmi turpināt?

Daloties tu ne tikai pārdomā savu pieredzi —
tu arī palīdz citiem gūt idejas un iedvesmu.

Tavi punkti

- 1 XP – Noskaties nodarbību
- 2 XP – Aizpildi darba lapu
- 2 XP – Padalies ar refleksiju WoDiLab Facebook grupā

Kopā: 5 XP

✨ Tavs klientu piesaistes materiāls ir tavs pirmais kontakts ar klientu.