

# 8 шагов Пути Клиента



8

## Клиент становится Адвокатом бренда

Это когда клиент охотно, по собственной инициативе, рассказывает другим о работе с вами и советует другим ваши продукты и услуги

## Клиент-промоутер, Partner в продвижении

Он рекомендует вас другим за вознаграждение. Клиент, который прошел все шаги Пути Клиента, - лучший партнер, его рекомендации - убедительные и эффективные

7

## Лояльность, или Повторные покупки

Языком маркетологов этот этап характеризуется повышением LTV (пожизненная ценность клиента) и увеличением среднего чека

6

## Подтверждение ожиданий клиента

Или даже их превышение. Что ведет к удовлетворенности клиента покупкой, он доволен результатом. Или даже очень доволен. Высшая форма удовлетворенности - восторг

5

## 1-я покупка

На этом этапе происходит конвертация лида в клиента. Лид - это человек, оставивший свой контакт для дальнейшего взаимодействия. Клиент - человек, который что-то купил.

4

## Контакт, или Подписка

Человек подписывается в email-рассылку, в бота, в канал и т.д. Он оставляет свой контакт в обмен на какую-то ценность, полезный материал. Чаще этот материал бесплатный (но не всегда!)

3

## Вовлеченность, или Интерес

Люди проявляют в вам интерес - начинают целенаправленно читать и смотреть ваш контент, ищут о вас дополнительную информацию

2

## Осведомленность, или Знакомство

Потенциальные клиенты где-то как-то узнают о вас. Что-то о вас читают, смотрят, слушают. И обращают на вас внимание

1



Автор - Мария Царенок

[Об авторе](#) [Кейсы](#) [Контакты](#) [Обучение](#)



Онлайн-Вектор с  
[Марией Царенок.](#)  
Методология,  
маркетинг,  
эффективность