

# Lead Generation Boost for B2B

## Модуль 1 Основи лідогенерації в B2B

- Що таке лідогенерація і для чого вона потрібна
- Лідогенерація в процесі продажів (чому розділяють лідогенерацію та продажі)
- Типи лідів та стратегій лідогенерації
- Джерела для пошуку Лідів
- Кар'єрні перспективи у професії
- Основні вимоги роботодавців

(Додаткові матеріали - чеклист з термінологією)

ДЗ - Створення та оформлення особистого аккаунту у Лінкедін

## Модуль 2 Inbound- та outbound-лідогенерація

- Що таке Inbound- та outbound-лідогенерація
- Outbound-лідогенерація VS Inbound-лідогенерація
- ICP (Ideal Client Profile), що це і як формувати.
- Розгляд ICP на прикладі аутсорсингової та продуктової IT компанії
- Пошук контактів за ICP та визначення (ЛПР/Buyer persona)
- Канали залучення лідів LinkedIn та Upwork. Створення і оформлення робочої сторінки LinkedIn.
- Поняття Lead, MQL, SQL, Deal, Opportunity та їхнє практичне значення.

ДЗ - Розробка ICP для продукту або сервісу (на вибір)

Пошук 15 компаній по ICP та ЛПР

## Модуль 3 Лідогенерація з вже існуючими базами

- Джерела існуючих баз
- Переваги таких баз та їх недоліки
- Особливості роботи з вже існуючими базами: правила уніфікації даних

## Модуль 4 Сервіси в роботі Лідогенератора

- Q&A-сесія по модулю 2
- Інструменти та джерела в роботі лідогенератора (Apollo.io, Snov.io, crunchbase, ZoomInfo)
- Пошук за допомогою LinkedIn Sales Navigator
- Базові функціональні можливості CRM системи. Огляд декількох CRM
- Основи роботи з CRM системою
- Структура карток контакту та компанії
- Практика внесення даних на прикладі Pipedrive CRM/Hubspot
- Робота з системою автоматизації по LinkedIn Helper, Apollo, Reply.io

- Інструменти пошуку валідних лідів за допомогою сучасних тулзів
- Верифікація контактних даних і для чого вона потрібна
- Розгляд класичних life cycle етапів для контакту та компанії
- Підтримка актуальності даних у CRM системі

(Додаткові матеріали - чек лист по системам та тулзам)

ДЗ - Створення тестових аккаунтів у CRM системах (3 CRM- 3 аккаунта)

Створення аккаунту у Dripify, Apollo. Створення customer journey у Dripify.

## **Модуль 5 Канал залучення лідів Email**

- Основи e-mail маркетингу: загальна механіка процесу, IT інструменти
- Email кампанії - що це? Правила створення Email кампаній
- Основні метрики (KPI) email кампаній
- Підвищення конверсій за рахунок персоналізації
- Рекомендації щодо написання листів, сабджект лайнів
- Написання сиквенсів (основний так фолуапів)
- Використання AI в e-mail маркетинзі
- Технічні аспекти e-mail маркетингу: домени, spam листи, bounces

ДЗ - написати 3-5 сабджект лайнів. На прикладі певних компаній визначити їх ICP і target persone

## **Модуль 6 Email outreach**

- Як зараз працює cold email outreach
- Технічні вимоги до налаштування домену
- Прогрів домену. Як забезпечити потрапляння листів в inbox і уникати spam
- Налаштування Пошти (gmail)
- Вимоги до системи по автоматизації розсилок
- Налаштування Email розсилки (на прикладі Apollo)
- Збір бази даних та зберігання бази
- Створення та запуск імейл кампейну. Структура імейл кампейну
- Статистика кампейну

ДЗ - Знайти 7-10 профілів за певним ICP, включаючи імейли. Написати імейл сиквенс

## **Модуль 7 LinkedIn outreach**

- Пошук лідів за допомогою LinkedIn Sales Navigator
- Структура Лінкедин сиквенсу (інвайт повідомлення, інішіал та фолуап). Коли і через який час краще всього писати.
- Обмеження з боку LinkedIn, нові ліміти та правила

- Підвищення конверсій за рахунок персоналізації
- Налаштування сторінки LinkedIn
- Впізнаваність у соц мережі, створення Conversion boosters
- Практика поєднання двох і більше каналів комунікацій із потенційними клієнтами

ДЗ - Написати Лінкедін сіквенс. Оформлення та редагування сторінки.

### **Модуль 8 Місце Lead Generation manager в структурі команди**

- Аспекти взаємодії лідогенератора та sales менеджера.
- Зони відповідальності лідогенератора та можливі КПІ
- Взаємодія з відділом маркетингу
- Кросфункціональність та кросдепартаменті job responepilities
- Структура щотижневої, щомісячної та щоквартальної звітності
- Робота з показниками (КПІ) кампанії та їх покращення

### **Модуль 9 Розвиток у професії**

- Який можливий розвиток в подальшому з позицій Лідогенератора
- Формування стратегії пошуку вакансій.
- Аналіз опису вакансій та виявлення своїх сильних сторін
- Підготовка до інтерв'ю. Можливі запитань на співбесіді

### **Модуль 10 Фінальний проект**

Необхідно буде створити тактику лідогенерації для певної компанії чи то продуктова, чи аутсорсингова.

Для цього необхідна оформлена сторінка Лінкедин. Визначити ICP компанії для якої будете створювати стратегію. З'ясувати хто ЦА цієї компанії. Підібрати для цієї компанії 5 потенційних клієнтів та визначити таргет персону.

Створити структуру Лінкедин та Імейл сіквенсу.

### **Модуль 11 Іспит**

### **Модуль 12 Як покращувати показники з генерації лідів**

- *Нові методики лідогенерації для підписання контрактів із інтрепрайзами*
- *Найкращі канали взрощення потенційних клієнтів*
- *Високоєфективні стратегії взрощення потенційних клієнтів*