

Growth hacking podstawą sukcesu w e-marketingu

Growth hacking, jak większość rewolucyjnych pomysłów zrodził się z potrzeby młodych przedsiębiorców, by przy ograniczonym budżecie oraz ogromnym apetycie na sukces firmy zmaksymalizować sprzedaż produktów lub usług. Szczególnie w środowisku startupowym znalazł swoje najczęstsze zastosowanie, przy wykorzystaniu nowych technik i kreatywnych rozwiązań.

Co to jest growth hacking?

W Polsce wciąż niewielu marketerów używa terminu growth hacking, mówiąc inaczej hakowanie wzrostu. Growth hacking zaczyna się tam, gdzie taktyka marketingowa spotyka się z założoną strategią rozwoju produktu. Po raz pierwszy tego terminu użył Sean Ellis, a rozpropagował go Andrew Chen. Termin odnosił się przede wszystkim do wykorzystania podczas optymalizacji działań pod kątem niemalże każdego celu w internecie, czyli maksymalizacji konwersji zakupowych, budowania zasięgu, zwiększenia ilości kliknięć czy rejestracji kont. Growth hacking wyróżnia wyjątkowa skuteczność technik, które skutkują wzrostem współczynników e-commerce oraz pozyskania większej liczby klientów. Nie zakłada oczywiście wykluczenie płatnej reklamy, ale zdecydowanie preferuje metody wymagające minimalnych kosztów pozyskania klienta. A jakie kompetencje powinien mieć Growth hacker? Przede wszystkim powinien biegle poruszać się w środowisku IT, a także posiadać dobrze rozwinięty zmysł marketingowy.

Kanały i narzędzia Growth hackingu

Dla osiągnięcia zakładanego celu, czyli najczęściej wzrostu sprzedaży, wykorzystywane są wszelkie kanały i narzędzia w obrębie internetu, które pozwalają łatwo i szybko dotrzeć do odbiorcy. Efektem może być zwiększona ilość wejść na stronę www, wzrost konwersji bądź poprawa wskaźnika e-commerce. Technika hakowania wzrostu to po prostu optymalizacja i intensyfikacja działań prowadzonych w sieci. Doskonale sprawdza się w przypadku działań prowadzonych w oparciu o serwisy społecznościowe, kiedy zależy nam na zwiększeniu liczby zarejestrowanych kont. Bardzo często wykorzystywane są rozwiązania innowacyjne i stosunkowo tanie, jak na przykład marketing wirusowy albo bardziej tradycyjne jak e-mail marketing.

Jak wykorzystać growth hacking we własnej firmie?

Growth hacking ma na celu rozwinięcie własnego e-biznesu, najprostszymi i najskuteczniejszymi sposobami. W obrębie internetu najlepszym przykładem jest przyspieszenia działania strony internetowej, jest to absolutnie podstawowa zasada, jeżeli chcemy zatrzymać potencjalnego klienta na stronie i przekonać go do zakupu. Idąc za ciosem każdy klient może zostać Growth hackerem, jeżeli odpowiednio zachęcimy go do polecenia swoich usług swoim znajomym. Może to działać na zasadzie rozdawania bonusów, w postaci rabatów czy gratisów za każde polecenie.

Growth hacking znajduje swoje zastosowanie w e-mail marketingu, gdzie podtrzymujemy zainteresowanie klienta regularnymi, ale nienachalnymi mailami przypominającymi o ofercie. Bardzo skuteczne będzie wykorzystanie dostępnych informacji o użytkownikach, w celu spersonalizowania przekazu reklamowego. Adresy mailowe możemy łatwo pozyskać informując odbiorcę o możliwości subskrypcji. Najlepiej, jeżeli informacja będzie dobrze wyeksponowana i znajdzie się na popularnych podstronach. Warto użytkownikom podarować rabat lub gratis w zamian za subskrypcję.

Ważnym aspektem Growth hackingu jest szukanie klientów dokładnie tam, gdzie się znajdują. Z danych na ich temat można wywnioskować, których kanałów społecznościowych używają oraz które serwisy mogą ich interesować. Z taką wiedzą można lepiej skonstruować przekaz reklamowy i dostosować ofertę do potencjalnych klientów.

Nic tak nie przyciąga nowych klientów, jak rekomendacja obecnych użytkowników. Dlatego warto chwalić się ich opiniami, certyfikatami czy nagrodami. Dodatkowo nowych użytkowników przyciągnie oferowanie bonusów, gratisów, rabatów na pierwsze zakupy. Jest duża szansa, że taki klient u nas pozostanie.