

ZOLL
Game of Nurture

GOAL

Congratulations!
Please hand in your
lead nurturing and
scoring sheets to a
team member

Kristine LeBlanc
Matt Goetz
Brian Rosinski
Rob Hinch

ZOLL Game of Nurture

Doelstelling

Navigeer je een weg door het ZOLL Game of Nurture, bouw je eigen stroom voor het voeren van leads en verzamel leads.

Het team met de meeste leads en een ingevulde lead verzorgende stream / pakket wordt uitgeroepen tot winnaar.

Spelers

Elk bord bestaat uit 2 teams van 4 tegen elkaar strijdend om het GOAL te bereiken met de meeste leads.

WAT TE DOEN OP UW DRAAI

Gooi de dobbelsteen en verplaats je stuk naar voren.

Alle spelers moeten stoppen op rode velden met de tekst STOP.

Voer voor alle andere spaties de beschreven oefening uit en noteer je antwoord op de meegeleverde bladen.

QUESTIONS

Als je tijdens het spel vragen hebt, zoek dan een lid van het digitale team:

Kristine LeBlanc
Brian Rosinski
Matt Goetz
Rob Hinch

ZOLL Game of Nurture

SPACES



Brainstorm tijd

Voltooi de taak / oefening zoals beschreven in het pakket en noteer uw antwoord op het blad.



HOU OP

Ga niet vooruit, hoeveel bewegingen je ook hebt. Voltooi de taak / oefening zoals beschreven in het pakket.



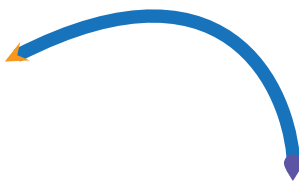
Verzamel Leads

Voeg het aantal leads zoals vermeld in het pakket toe aan je totale aantal leads en markeer dit op de pagina.



Vork in de weg

Wanneer je een vork in de weg tegenkomt, kun je kiezen welke richting je op gaat.



Jump-Back Space

Wanneer je op een Jump-Back-ruimte landt, moet je je stuk verplaatsen naar waar de pijl leidt.

Setting the Stage

Aantal leads om te starten

500

Industrie

Public Safety/PAD

Product verkopen

AEDs



Definieer uw belangrijkste doelgroepen

Creëer uw koperspersona's

LEEFTIJD _____

HOOGSTE NIVEAU VAN SCHOOL _____

ORGANISATIEGROOTTE _____

JOB-TITEL (S) _____

DOELSTELLINGEN OF DOELSTELLINGEN _____

GROOTSTE UITDAGINGEN _____

WERK VERANTWOORDELIJKHEDEN _____

VOORKEUR COMMUNICATIE _____

HOE KRIJGEN ZE JOB-KENNIS _____

WAT SOCIALE NETWERKEN DOEN ER BIJ? _____

3

Stel uw leidende doelen

Hoe gaat u het succes van uw opvoedingscampagnes meten?

4

**Bepaal hoeveel leads u elke
maand wilt genereren**

HOU OP

Bepaal uw Lead Scoring-strategie

* wijs een getalwaarde (+ of -) toe aan wat u denkt dat een indicatie is voor een goede voorsprong.

Totaal moet gelijk zijn aan 100

Lege links zijn voor uw eigen ideeën

DEMOGRAFISCHE

Functie bekend	_____
Bekende industrie	_____
Bekende stad	_____
Staat bekend	_____
Land bekend	_____

GEDRAGSMATIG

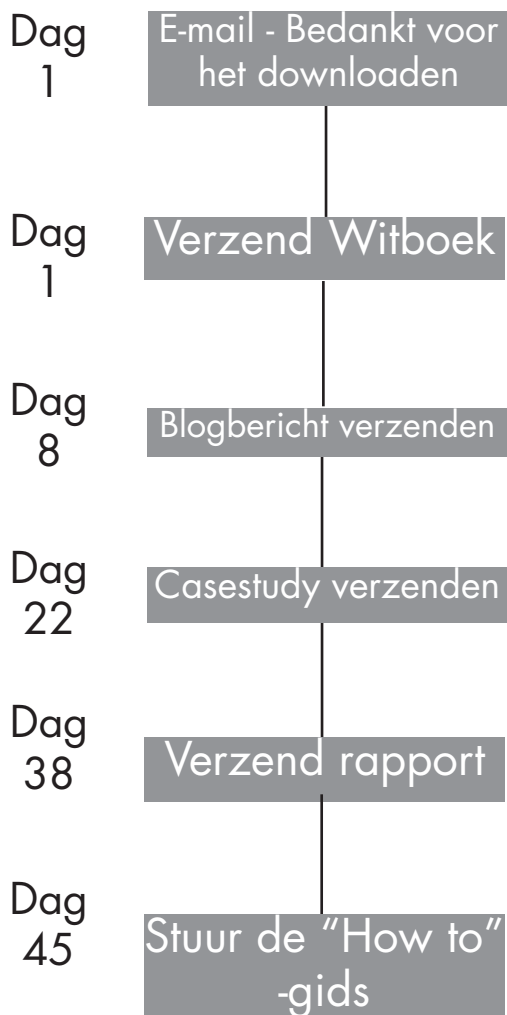
Bekeken bestemmingspagina	_____
Ingevuld formulier - meerdere keren	_____
Ingevuld formulier - eenmalig	_____
E-mail opent groter dan 5	_____
Geklikte e-mails groter dan 5	_____
E-mail afmelden	_____
Klacht over spam	_____
Webbezoek zonder product	_____

TOTALE SCORE

6

Definieer je koestertracks

VOORBEELD



7

Bepaal uw communicatie timing

Definieer uw doelklik door snelheidsmeting

* Zie hand-outs voor benchmarks voor e-mailmarketinganalyse per markt



9

**Uw beursstand was een
succes!**

Voeg 250 leads toe

10

**Je hebt een hoog scorend
vermogen.**

Naar wie stuur je dit?



Inhoudscontrole: schakel de volgorde van inhoud naar uw leads

WIT PAPIER

EBOOK

AANBEVOLEN VERHAAL

VERGELIJKINGSTABEL

DATA PAPIER

CASESTUDIES

GETUIGENISSEN

PRODUCT DEMOS

PRODUCTVERGELIJKINGEN

GEbruikersHANDLEIDING

NIEUWS EN EVENEMENTEN

KLANT NIEUWSBRIEVEN

12

Implementeer personalisatie om leads te voeden

Hoe implementeer je personalisatie op leads met alleen een e-mailadres?

Opt-out op activum
hoog. Hoe maak je je lijst
schoon?

Ga terug naar BRUG

A / B test uw onderwerpregels

Hoe doe je dit?
Wat kun je testen?

15

Direct mail cadeau succes

Voeg 1.000 leads toe

16

Bouw uw database met een aankoop- of proefpagina

Voeg 500 leads toe

16a

Demo-dagregistratie en aanwezigheid

Voeg 300 leads toe

17a

**Bouw uw database met een
partnerwebinar**
Voeg 55 leads toe

18a

VUILE GEGEVENS:

Uw leads bevinden zich op het verkeerde spoor.

Waarom zit iemand op het verkeerde spoor?

Spring terug naar spatie 14



Verwijder inactieve contacten

Spring 1 spatie vooruit

20a

Afmeldfrequentie te hoog
(spring terug naar spatie 5)

*Wat zijn enkele
redenen voor een hoog
afmeldingspercentage?*

17

VUILE GEGEVENS:

E-mails gingen naar Geachte afzender - onjuiste personalisatie
trek 250 af

Pas uw leadscore aan op basis van resultaten

Wat is het proces?

Ongewenste contacten verwijderen

Wat is uw proces?
(spring 1 spatie vooruit)

20

Leads vragen om een demo
Voeg 10 leads toe

HOU OP

22

Aankoop: u hebt nieuwe klanten!

Voeg 20 leads toe

Wat is je doel voor deze nieuwe klanten?

Stuur snelstarttips

Naar wie stuur je dit?

Inhoud ontwikkelen over productimplementatie

Welke inhoud zou u voor
uw klanten maken?

HOU OP

Bouw uw klantenstroom op

VOORBEELD

