

Лідогенерація у веб-маркетингу- поняття, методи, канали, робота

написано Igor Krukovsky | 2026-03-14



Лідогенерація – це маркетинговий процес залучення потенційних клієнтів (лідів), які проявили інтерес до продукту чи послуги та залишили свої контакти. Основна мета – перетворити зацікавлених користувачів на покупців через [форми підписки](#), [соцмережі](#), [SEO](#) та [контекстну рекламу](#). Ефективна лідогенерація базується на цінних пропозиціях (лід-магнітах) та CRM-системах для роботи з базою.

Основні поняття лідогенерації

- **Лід (Lead)**: Особа, яка заповнила форму, підписалася, зателефонувала або іншим чином проявила інтерес, залишивши контактні дані.
- **Типи лідів**:
 - *Холодні*: Не знайомі з брендом, потребують прогріву.
 - *Теплі*: Знайомі, цікавляться, але ще не купували.
 - *Гарячі*: Готові до покупки, активні.
- **Лід-магніт**: Безкоштовна цінність (чек-лист, знижка, вебінар), яку дають користувачеві в обмін на його контакти.

Методи та канали лідогенерації

1. **Контент-маркетинг:** Статті, блоги, електронні книги.
2. **Соціальні мережі (SMM):** Реклама у Facebook, Instagram, LinkedIn.
3. **Пошукова оптимізація (SEO):** Залучення трафіку з Google.
4. **Контекстна реклама:** Google Ads.
5. **Email-маркетинг:** Розсилки та форми підписки.
6. **Вебінари та події:** Навчальні заходи.

Як працює процес (воронка лідогенерації)

1. **Залучення:** Користувач бачить рекламу або контент.
2. **СТА (Заклик до дії):** Кнопка або банер, що пропонує дію (наприклад, "Завантажити", "Зареєструватися").
3. **Посадкова сторінка (Landing Page):** Сторінка з формою, де клієнт залишає дані.
4. **Конверсія:** Отримання контакту (лід потрапляє в CRM).

Якісна лідогенерація не лише збирає контакти, а й формує базу для подальших продажів, будуючи довіру до бренду.

[Ukrainian Digital Community | UDC]

+3

Основні поняття лідогенерації

- **Лід (Lead):** Особа, яка заповнила форму, підписалася, зателефонувала або іншим чином проявила інтерес, залишивши контактні дані.
- **Типи лідів:**
 - **Холодні:** Не знайомі з брендом, потребують

прогріву.

- *Теплі*: Знайомі, цікавляться, але ще не купували.
- *Гарячі*: Готові до покупки, активні.

- **Лід-магніт**: Безкоштовна цінність (чек-лист, знижка, вебінар), яку дають користувачеві в обмін на його контакти. [Snov.io]

[Методи та канали лідогенерації Курс «Ефективність бізнесу»]

1. **Контент-маркетинг**: Статті, блоги, електронні книги.
2. **Соціальні мережі (SMM)**: Реклама у Facebook, Instagram, LinkedIn.
3. **Пошукова оптимізація (SEO)**: Залучення трафіку з Google.
4. **Контекстна реклама**: Google Ads.
5. **Email-маркетинг**: Розсилки та форми підписки.
6. **Вебінари та події**: Навчальні заходи.

Як працює процес (воронка лідогенерації) [Snov.io]

1. **Залучення**: Користувач бачить рекламу або контент.
2. **СТА (Заклик до дії)**: Кнопка або банер, що пропонує дію (наприклад, “Завантажити”, “Зареєструватися”).
3. **Посадкова сторінка (Landing Page)**: Сторінка з формою, де клієнт залишає дані.
4. **Конверсія**: Отримання контакту (лід потрапляє в CRM).

Якісна лідогенерація не лише збирає контакти, а й формує базу для подальших продажів, будуючи довіру до бренду.

[Ukrainian Digital Community]