

6 marketingových nástrojov
ktorými zvýšite predaj

Ďakujeme, že ste si stiahli náš ebook. Veríme že Vám prinesie hodnotné informácie. Prajeme príjemné čítanie.

Email marketing

Môže sa javiť, že email ja starý a mŕtvý nástroj, ale nie je tomu tak. Email je naša online webová adresa. Email je nástroj, ktorý vedie k dialógu s našimi zákazníkmi. Je rozdiel medzi posielaním emailov a email marketingom. Email marketing má svoje špecifiká, ak ich zvládneme znásobíme naše predaje.

Ak nepoužívate email marketing, prichádzate o príležitosť rastu Vášho biznisu. Podľa asociácie Direct Marketing Association, každé euro utratené za

email marketing prinesie návratnosť 30 €. Je dokázané, že ak komunikujete s Vašimi potencionálnymi zákazníkmi pomocou email marketingu, ich rozhodnutie nakúpiť je vyššie o 11 % oproti zákazníkom s ktorými nekomunikujete pomocou email marketingu.

Prečo robiť email marketing?

Keď sa pozrieme na to čo robí každá firma, každý deň stále je na prvom mieste čítanie emailov. Email marketing má viacero výhod popíšeme si niektoré z nich.

- Nie je drahý – Je jedným z najlacnejších komunikačných kanálov. V porovnaní s billboardom, telefónom, rádiom je oveľa lacnejší a účinnejší.
- Je dostupný – Každý vie ovládať email. Ak si osvojíte zručnosti z email marketingu, Vaša marketingová činnosť sa stane pre Vás automatická a jednoduchá.

- Je pohotový – Ak chcete informovať Vašich zákazníkov, Vaša správa sa k nim dostane veľmi rýchlo.
- Výsledky sú merateľné – Veľmi ľahko viete zistiť konkrétne informácie ako napríklad : kto číta Vaše emaily, na čo Vaši zákazníci klikajú, čo ich zaujíma.
- Je cieleňý - Pomocou email marketingu ľahko vyberiete kto obdrží Vaše emaily a kto nie. Je to veľká výhoda, že viete nastaviť Vašu emailovu korešpondenciu na Vašu cieľovú skupinu. Potom, čo budete mať cieľovú skupinu, môžete spracovať e-mailly, ktoré sú šité na mieru potrebám každého klienta.

Čo email marketingom získame ?

- ✓ dôveru našich zákazníkov
- ✓ nárast predaja
- ✓ opakované predaje
- ✓ vyššiu návštevnosť našich webových stránok
- ✓ čas, ktorý vieme využiť na iné activity



- ✓ väčšie povedomie o značke
- ✓ nárast predaja

Email marketing je vhodný pre newsletter, pozvánky, email seriál, prieskumy. Pomocou email marketingu sa môžete pripomínať tak často ako to uznáte za vhodné . Čím častejšie sa pripomínate Vaším zákazníkom, tým viac sa dostávajú do ich mysle a získavate ich dôveru. Čím viac Vaši zákazníci vo Vás veria tým skôr od Vás nakúpia.

SEO – optimalizácia

Ak chcete aby Vás návštevníci cez vyhľadávače našli musíte byť na prvej strane na popredných pozíciách na Vaše kľúčové slová. Dnes je to jednoduchšie ako roky dozadu a to vďaka sociálnym sieťam. Výrazne Vám pomôže ak máte vytvorený účet Google+ .

Google odporúča navrhnuť Vašu webovú stránku pre Vašich návštevníkov nie pre vyhľadávače. Je ale potrebné mať nejaké znalosti o SEO – optimalizácii.

Čo by ste mali vedieť o SEO

SEO delíme na dve kategórie na on-page a off page.

- On-page SEO
On-page optimalizácia ovplyvňuje ako sa vyhľadávače pozerajú na Vašu webovú stránku a dá sa opraviť okamžite.
- OFF-page SEO
Ovplyvňuje čo si budú vyhľadávače o Vašej stránke myslieť. K úpravam je potrebný väčší časový horizont.

Napriek tomu on-page SEO sa podieľa len 25 % na tom aký bude ranking Vašej webovej stránky. Stojí, ale za to začať s on-page úpravami, pretože je to rýchle.

Vaše SEO sa odvíja od Vášho obsahu a postavenia:

Obsah – Je to najdôležitejšie čo na stránke máte. Venujte mu značnú pozornosť. Vyhľadávače majú radi kvalitný obsah. Vedia rozlíšiť či je Váš obsah pre niekoho užitočný alebo nie. Ak je Váš obsah užitočný vyhľadávače Vás začnú zbožňovať.

Postavenie - Vyhľadávače registrujú kedy vznikla Vaša web stránka, či na ňu odkazujú ostatné kvalitné weby. Či sa Váš obsah zdieľa na sociálnych sieťach, diskusných fórach a či ľudia zadávajú názov Vašej firmy do vyhľadávačov.



Firemná webová prezentácia

Ponúka obrovský priestor pre firmy, ktoré sa vedia predať. Pomocou webovej prezentácie viete vyzdvihnúť jedinečnosť Vašej firmy, ktorá je nevyhnutná na stále konkurenčnejšom trhu. Firemná webová prezentácia je v súčasnosti neoddeliteľnou súčasťou marketingovo predajných aktivít vo väčšine organizácií aktívne pôsobiach na trhu. Je viacero dôvodov prečo sa prezentovať na internete. Môžeme ju využívať pri komunikácii s našimi zákazníkmi, partnermi, pri zviditeľňovaní našich produktov, alebo služieb. K firemnej prezentácii môžu slúžiť statické alebo dynamické webové stránky.

Statické webové stránky - Na nich sú umiestnené nemenné informácie o spoločnosti, produktoch, službách a kontaktné údaje pre prípad ďalšej komunikácie. Statické prezentácie sa využívajú len ako oznamovací prostriedok.

Dynamické webové stránky - Nám dávajú možnosť meniť obsah stránky, čím vieme s našimi zákazníkmi lepšie komunikovať.

So zákazníkom je potrebné neustále komunikovať, prinášať mu nové informácie a znamenite mu pomáhať. Mať dnes kvalitnú webovú prezentáciu je štandard, ktorý od Vás Vaši zákazníci očakávajú.

Založenie eshopu

V súčasnosti využíva internet pre svoj nákup čoraz viac užívateľov. Užívateľov vedie k nákupu vysoká konkurencia, zrážajúca ceny, ktoré sú v kamenných obchodoch častokrát rapidne vyššie. Najrozšírenejším predajným kanálom na internete je eshop. Je jedno či budete predávať 10 alebo 1000 produktov. Internetový obchod Vám dáva kompletnú funkcionality nákupu pre **predaj cez internet**.

Základné funkcie eshopu

Podobne ako v skutočnom obchode máte bežné veci ako je pokladňa, nákupný košík, možnosť podať reklamáciu, opýtať sa predavača na niečo, tak isto aj v internetovom obchode máte všetky tieto veci obsiahnuté v rámci funkcií, ktoré Vaše eshopové riešenie ponúka.

Rozdiel medzi eshopmi ktoré sú momentálne na trhu je okrem dizajnu hlavne vo funkčnom balíku, ktorý od daného eshopového riešenia dostanete.

Nákupný košík v eshope

Nákupný košík má v eshope rovnakú funkciu ako v bežnom obchode. Kliknutím na nákupný košík zákazník získa prehľad o tom, čo doň pridal. Nákupný košík sa nezobrazuje ako nová podstránka, je to len informačné okno, ktoré sa na rýchlo vysunie, pre lepšiu plynulosť nákupu.

Pokladňa v eshope

Pokladňa je niečo ako nákupný košík s ďalšou funkcionalitou. V pokladni zákazník vidí aktuálnu sumu nákupu, má možnosť aplikovať zľavový, alebo darčekový kupón, prípadne zobrazí si cenu poštovného vzhľadom na váhu nákupného košíka.

Fakturácia v eshope

Vstavaný systém fakturácie Vám slúži na generovanie faktúr. Nepotrebuje teda mať zakúpený externý softvér, cez ktorý by ste si faktúry generovali ručne. Naše eshopové riešenia dokážu faktúry generovať automaticky, teda stačí Vám na to jeden klik. Následne si faktúru môžete vytlačiť a priložiť v papierovej verzii rovno do balíku. Taktiež je možné generovať PDF faktúry a tie prípadne zasielať elektronicky.

Skladové hospodárstvo v eshope

Rovnako ako nepotrebuje externý program na generovanie faktúr, nepotrebuje ani samostatný software, ktorý Vám spravuje Vaše skladové zásoby. S našim eshop systémom máte možnosť automaticky evidovať aktuálny počet kusov skladom z daného tovaru. Stačí zadať počiatočný stav skladu a eshop automaticky s každou vykonanou objednávkou zmenší počet kusov skladom o daný počet kusov. Ak si neprajte, aby Váš zákazník videl informáciu o počte kusov skladom, potom je možné eshop pripraviť tak, aby na produktovej stránke videl zákazník len či produkt je skladom alebo nie je, prípadne kedy bude skladom.

Napojenie na porovnávače cien

V dnešnej dobe je napojenie eshopu na porovnávače cien ako je Heureka, Najnakup, Pricemania a iné jednou zo základných funkcií. Veľa ľudí totiž než prejde k nákupu tovaru, tak si najprv tento tovar nájde na porovnávačoch a nakúpi na základe najnižšej ceny tovaru, prípadne odporúčaní k nákupu prostredníctvom daného

porovnávača (na základe hodnotenia tovaru / eshopu / reklamnej kampane na daný eshop).

Aby prepojenie s porovnávačmi cien fungovalo automaticky, je potrebné aby Vaše eshopové riešenie dokázalo automaticky generovať tzv. produktový feed. Naše eshopové riešenie má tieto funkcie automaticky už v základe, to znamená že vždy keď zmeníte nejaký popis produktu, alebo pridáte nový tovar, daný porovnávač cien sa o tom dozvie automaticky bez nutnosti Vašich zásahov. Niektoré eshopové riešenia takúto funkcionality neumožňujú, preto ich majitelia musia tento produktový feed generovať ručne, čo je z časového hľadiska veľmi neefektívne a zdĺhavé.

Správa objednávok v eshope

Po vytvorení novej objednávky zákazníkom sa Vám táto objednávka automaticky objaví vo Vašej administrácii eshopu. Aby ste sa o novej objednávke dozvedeli včas o nových objednávkach budete dostávať aj emailové notifikácie (možnosť vypnúť). Pri každej objednávke následne uvidíte všetky informácie, ktoré zákazník v objednávke

vyplnil, taktiež aj produkty, ktoré chce zakúpiť a informácie o doprave a platbe ktoré si navoľil.

Pri každej objednávke máte možnosť meniť stav vybavovania objednávky. Zákazník teda priebežne dostáva informácie o stave jeho objednávky. Taktiež je možné okrem automatických notifikácií odosielať aj vlastné správy, napríklad s číslom pre sledovanie danej zásielky.

Varianty produktov v eshope

Ak plánujete predávať napríklad oblečenie, potom Vám varianty produktov prídu vhod. Variantou produktu je napríklad farba, alebo veľkosť. Samozrejmosťou je možnosť nastaviť samostatnú cenu / váhu produktu / skladové zásoby pre danú variantu.

Triedenie produktov v eshope

Triedením nemáme na mysli triedenie cez klasické kategórie produktov, to je samozrejmosť. Pokročilé triedenie využíva niektoré vlastnosti produktov, ktoré su totožné pri celom Vašom sortimente. Napríklad máte internetový obchod s oblečením a všetky Vaše produkty majú uvedenú veľkosť a farbu. Váš zákazník si najprv vyberie produkt na základe kategórie trekingová obuv. Následne si výber zúži na základe produktov z kategórie trekingová obuv na základe veľkosti. Vo výsledku teda zákazník nemusí po jednom prechádzať všetky produkty, než nájde tie správne, ktoré najlepšie sedia jeho kritériám.

System na správu reklamácií v eshope

Nakoľko reklamácie patria ku každému obchodu dobré je uľahčiť sebe aj Vášmu zákazníkovi ich podávanie. Náš systém obsahuje možnosť podávania reklamácií prostredníctvom na to určeného formulára. V tomto formulári zákazník popíše dôvod reklamácie, názov a model produktu a táto reklamácia sa Vám automaticky pošle do

Vášho administratívneho rozhrania, kde ju môžete začať vybavovať. Rovnako ako pri správe objednávok, tak isto je možné aj o stave reklamácie automaticky notifikovať zákazníka.

Marketingová stratégia eshopu

1. Google Adwords – ppc reklamná kampaň, teda platíte za počet klikov na Vašu reklamu, pričom Vaša reklama bude pri správnom nastavení vždy na prvej strane, na dané kľúčové slová.

2. Etarget – taktiež ppc reklamná kampaň, ktorá sa zobrazuje na veľkých slovenských weboch na základe kontextového obsahu článkov. Taktiež sa jedná o ppc reklamnú kampaň.

3. Cenové porovnávače - ak Váš sortiment je konkurencie schopný a hlavne predajný aj cez porovnávače cien, je veľmi výhodné ho práve tu ponúkať. Veľa našich zákazníkov

denne predáva desiatky produktov práve vďaka týmto porovnávačom cien. Jedná sa napr. o Heureka.sk, Najnakup.sk, Pricemania sk. a pod.

4. Reklama na sociálnych sieťach – opäť je tu možnosť PPC kampaní, alebo prezentácie sortimentu za pomoci súťaží a pridávania noviniek do skupín a stránok napr na Facebooku.

Najlepšia je kombinácia všetkých možností online reklamy aj s offline reklamou.

Blogovanie / mikrostránka

4 dôvody prečo by ste mali blogovať:

1. Prezentujte svoju firmu

Uverejňovanie článkov vo Vašom blogu je efektívny spôsob ako povedať to čo robíte. Prezentujte svoje názory postoje a vyhnite sa veľkému vychvaľovaniu. Snažte sa svojim zákazníkom dať hodnotné informácie, rady a oni to určite ocenia.

2. Bud'te pre Vašich zákazníkov nájditel'ny

Vaši zakázníci zadávajú vo vyhľadávačoch rôzne frázy z Vášho podnikania, ak napíšte na nich nejaké články jednoduchšie Vás nájdu . Často Vás zakázníci hľadajú pod Vaším menom, ak nájdu Váš článok máte vyhraté.

3. Pomáhajte, pomáhajte, pomáhajte

Ak Vaši zakázníci nájdu na Vašom blogu hodnotné informácie, ktoré im pomôžu radi sa na Vašu stránku vrátia, ak ich nenájdu budú hľadať inde. Nie je to škoda ? Vy ste expert v tom čo predávate a najlepšie viete čo Vaším zakázníkom zaručene pomôže.

4. Spojte sa s ostatnými

Blogovanie spája podobne mysliacich ľudí. Čítanie blogov a aktívne zapojenie sa do blogu Vám pomôže nájsť tých správnych ľudí, s ktorými môžete zdieľať svoje názory a myšlienky. Blogovanie vytvára priestor pre spoluprácu. Nájdite firmy, ktoré píšú podobný obsah, linkujte sa navzájom a Vaša pozícia v Googli bude rásť.

Aby malo vaše blogovanie zmysel je potrebné, aby vás niekto čítal, preto si dajte na Vašich článkoch záležať a úspech Vás neminie.

Blogovať môžete na vlastnej web stránke alebo pomocou mikrostránky.

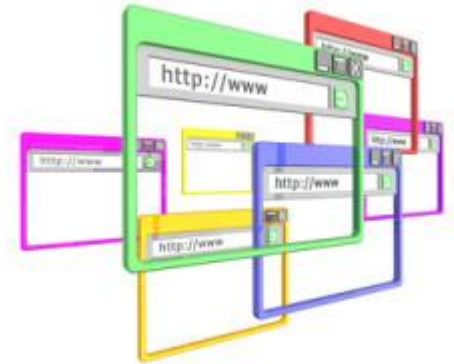
Mikrostránka - cieľte na úzku činnosť

Mikrostránka je malá podporná web stránka, prípadne blog ktorej podstatou je podporovať produkt / službu, ktorú predávate na hlavnom webe, alebo eshope.

Napríklad firma predávajúca výživové doplnky bude mať mikrostránku naplnenú článkami o výživových doplnkoch, nebude ich však priamo predávať. Táto mikrostránka sa bude tváriť "inkognito", teda že nemá nič spoločné s materskou web stránkou, no texty článkov budú odkazovať na materskú stránku, resp. budú dokonca odporúčať nákup na materskej stránke.

Ide o kontextové podsúvanie hlavnej / materskej stránky a zároveň získanie cenného spätného odkazu. Cenného z toho dôvodu, že tento spätný odkaz bude zo stránky, ktorej obsahový charakter odpovedá obsahu hlavnej stránky a tým má pre vyhľadávače takýto odkaz oveľa vyššiu váhu ako odkaz z web stránky s odlišným zameraním.

Hlavným cieľom **mikrostránky** je privádzať pravidelnú návštevnosť na Váš hlavný web, získavať kvalitné spätné odkazy a umiestniť sa vysoko vo vyhľadávačoch na vybrané kľúčové slová.



Mikrostránka a jej kľúčové vlastnosti

- Špecifické cielenie na úzku cieľovú skupinu – Mikrostránkou viete zacieliť pozornosť na špecifických zákazníkov.
- Prevádzkovanie na samostatnej internetovej doméne - Názov produktu či služby je obsiahnutý priamo v názve domény a má tiež väčšiu váhu pre vyhľadávače.
- Ľahká administrácia – Mikrostránka môže byť doplnená o administratívne rozhranie, ktorého použitie je veľmi jednoduché.
- Odlíšenie sa od konkurencie – Mikrostránkou sa môžete odlíšiť od konkurencie a pritahnúť na seba väčšiu pozornosť.

Ak to s optimalizáciou pre vyhľadávače myslíte vážne, **mikrostránky** by sa mali stať súčasťou Vašej stratégie. Tvorbou **mikrostránky** si zabezpečíte kvalitné spätné odkazy, pravidelnú návštevnosť a vytvoríte ďalší priestor k prezentácii Vašich výrobkov alebo služieb.

Záver

Ďakujeme za prečítanie tohto ebooku. Ďalšie informácie môžete sledovať na našom webe www.NajReklama.sk. Pravidelne uverejňujeme informácie o webových stránkach, eshopoch, online marketingu a email marketingu. Veríme, že tento ebook Vám pomôže k lepšej orientácii medzi online marketingovými nástrojmi. Ak máte nejaké otázky budeme radi, ak nám napíšete.