

2012

Długookresowa strategia marketingowa



WEB.GOV.PL
WSPIERAMY E-BIZNES

Łukasz Jarzembowski

Wizja rozwoju e-usługi
Gdańsk, 07 listopada 2012

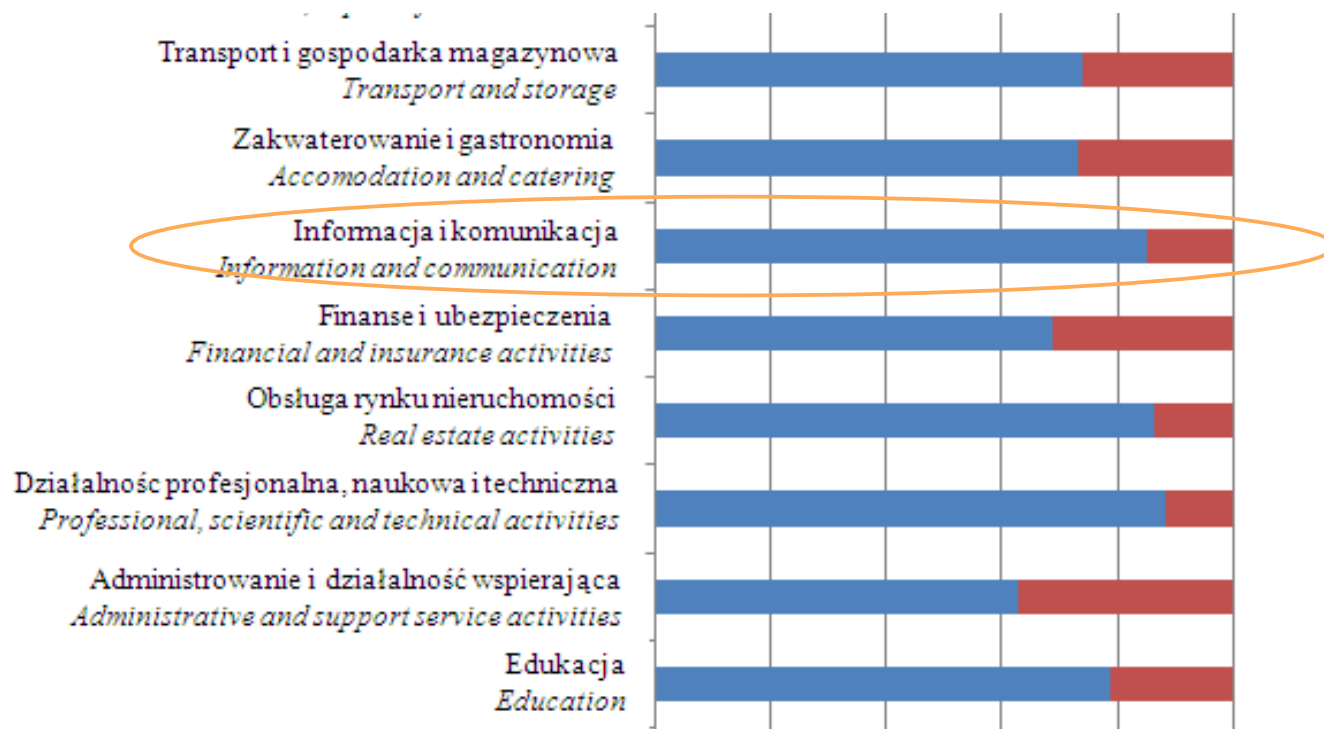


Długookresowa strategia marketingowa

- Jak długi okres przyjąć przy planowaniu strategii marketingowej e-usługi?
- Innowacyjność e-usługi
- Wyszukiwanie i poszerzanie niszy
- Szybki start - jak zacząć sprzedawać przed uruchomieniem e-usługi? (EDM)
- Edukowanie rynku i budowanie pozycji eksperta w branży
- Długoterminowe kanały sprzedaży
 - Direct marketing, SEM / PPC, platformy sprzedażowe
 - Content marketing
 - E-mail marketing, blog, social media
 - SEO
 - PR, video...

Ile trwa długi okres?

- ok. 15% firm IT upada w 1 roku działalności (dane GUS za lata 2010-2011)
- około 70% upada w ciągu pierwszych 5 lat działalności
- 2 lata to naprawdę dłuuuuuuuuuuuugi okres ;-)



Innowacyjność e-usługi

Google AdWords

polski | dolar amerykański (USD US\$) | [Zgłoś problem](#) [Pomoc](#) [Zaloguj się](#)

Strona główna Narzędzia ▾

Narzędzia

Narzędzie propozycji słów kluczowych

Uwzględnione terminy (0) ?

 +

Wyklucz terminy (0) ?

 +

Typy dopasowania ?

Przybliżone

[Ścisłe]

"Do wyrażenia"

Pomoc

Dlaczego warto używać Narzędzia propozycji słów kluczowych?

Jak korzystać z Narzędzia propozycji słów kluczowych?

Jaka jest różnica między kartą Propozycje grup reklam a kartą Propozycje słów kluczowych?

Jak mogę założyć moje propozycje?

Zapisane propozycje (0)

Moje propozycje słów kluczowych

Moje propozycje grup reklam

Znajdź słowa kluczowe

Na podstawie jednej lub kilku z wymienionych opcji:

Słowo lub wyrażenie

Witryna

Kategoria

Wyświetl tylko propozycje ściśle powiązane z moimi wyszukiwanymi hasłami ?

Opcje zaawansowane i filtry

[Informacje o danych ?](#)

Plik do pobrania ▾ Wyświetl jako tekst ▾ Sortowanie według Miesięczne wyszukiwania – lokalnie ▾ Kolumny ▾

Wyszukiwane hasła (1)		1 – 1 z 1	
Słowo kluczowe	Konkurencja	Miesięczne wyszukiwania – globalnie ?	Miesięczne wyszukiwania – lokalnie ?
<input type="checkbox"/> system rezerwacji dla salonów kosmetycznych ▾	-	-	-

Propozycje słów kluczowych (19)		1 – 19 z 19	
Słowo kluczowe	Konkurencja	Miesięczne wyszukiwania – globalnie ?	Miesięczn wyszukiwania – lokalnie ?
<input type="checkbox"/> program do salonu fryzjerskiego ▾	Średni	880	880
<input type="checkbox"/> program salon kosmetyczny ▾	Wysoki	720	720
<input type="checkbox"/> kosmetyki do gabinetu ▾	Wysoki	590	590
<input type="checkbox"/> rezerwacje internetowe ▾	Niski	480	480

Wyszukiwanie niszy

Jak mogę zawiadzić moją propozycją?

Zapisane propozycje (0)

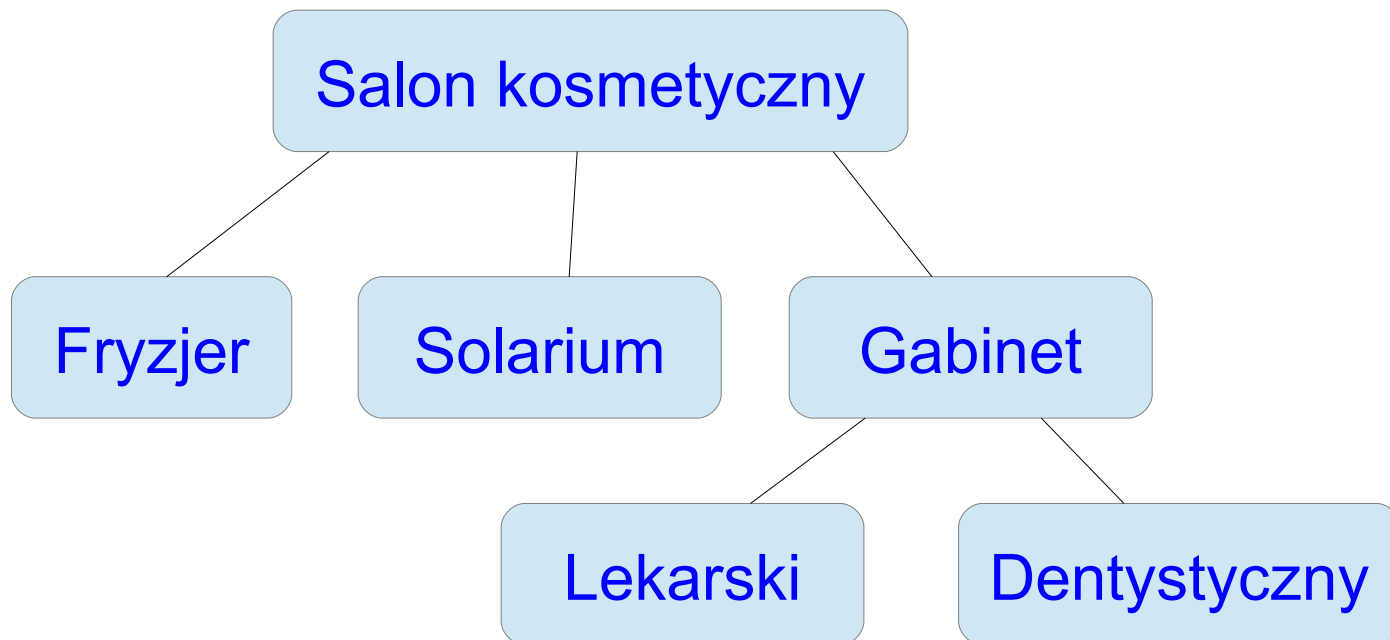
- Moje propozycje słów kluczowych
- Moje propozycje grup reklam

Zapisz wszystkie **Propozycje słów kluczowych (19)** 1 – 19 z 19

Słowo kluczowe	Konkurencja	Miesięczne wyszukiwania – globalnie	Miesięczne wyszukiwania – lokalnie
<input type="checkbox"/> program do salonu fryzjerskiego	Średni	880	880
<input type="checkbox"/> program salon kosmetyczny	Wysoki	720	720
<input type="checkbox"/> kosmetyki do gabinetu	Wysoki	590	590
<input type="checkbox"/> rezerwacje internetowe	Niski	480	480
<input type="checkbox"/> program do obsługi salonu kosmetycznego	Wysoki	480	480
<input type="checkbox"/> zarządzanie salonem	Średni	390	390
<input type="checkbox"/> program do obsługi salonu fryzjerskiego	Średni	320	320
<input type="checkbox"/> kosmetyki do gabinetów	Wysoki	210	210
<input type="checkbox"/> program dla salonu	Niski	170	170
<input type="checkbox"/> recepcje kosmetyczne	Średni	170	170
<input type="checkbox"/> program dla salonów	Niski	110	110
<input type="checkbox"/> oprogramowanie dla produkcji	Wysoki	91	91
<input type="checkbox"/> recepcja do salonu kosmetycznego	Wysoki	73	73
<input type="checkbox"/> system do rezerwacji	Średni	73	73
<input type="checkbox"/> program dla wypożyczalni	Średni	73	73
<input type="checkbox"/> program dla salonu kosmetycznego	Średni	73	73
<input type="checkbox"/> internetowa rezerwacja wizyt	Niski	28	28
<input type="checkbox"/> system rezerwacji wizyt online	Wysoki	22	22
<input type="checkbox"/> program do zarządzania salonem kosmetycznym	Średni	22	22

Ważna uwaga: nie możemy zagwarantować, że te słowa kluczowe poprawią skuteczność kampanii. Zastrzegamy sobie prawo do odrzucania dodawanych słów kluczowych. Należy pamiętać, że wyłączną odpowiedzialność za wybór słów kluczowych i ich używanie zgodnie z wszelkimi obowiązującymi przepisami prawa ponosi reklamodawca.

Poszerzanie niszy



Przykład: Facebook

Cel strategiczny

Cel strategiczny

=

Przetrwanie

+

Rozwój

Szybki start, czyli...

Event-driven marketing

Zdobądź partnerów JV

Przygotuj wydarzenie

Przygotuj promocję

Podgrzej atmosferę

Sprzedaj!

...i dosprzedaj

Edukowanie rynku i zdobywanie pozycji eksperta

- Załóż bloga
- Przygotuj raport, napisz książkę lub ebooka
- Stwórz darmowy kurs
- Załóż profile w Social Media (FB, YT)
- Komentuj i działaj aktywnie na forach i w SM
- Pojawiaj się na konferencjach
- Publikuj w branżowych mediach
- Organizuj webinary i szkolenia

Długoterminowe kanały sprzedaży

■ Direct marketing

- Korespondencja papierowa
- Telemarketing
- Przedstawiciele handlowi

■ SEM / PPC / PPL

- Google AdWords
- Facebook Ads
- Mniejsze sieci PPC (AdTaily, OnetKontekst, AdKontekst, BusinessClick)
- Sieci afiliacyjne (Novem, Tradedoubler, Afilo, Propartner)

■ Platformy sprzedażowe

- Aukcje internetowe (Allegro, eBay)
- Porównywarki cen (Nokaut, Ceneo)
- Serwisy zakupów grupowych (Groupon, Gruper)

Content marketing

■ E-mail marketing

- Buduj bazę potencjalnych klientów
- Na stronie, blogu
- W social media (fani)

■ SEO

- Pisz artykuły pod wyszukiwarke i użytkowników
- Systematycznie publikuj treści na swoim blogu
- Publikuj ciekawe treści w serwisach branżowych i na blogach ekspertów

■ Inne formy:

- PR
- Szkolenia video
- Webinary
- Screencasty

Strategia marketingowa

■ Scenariusz I

- Wszystko zrobię sam
- Zapał nie wystarczy ;-)
- Doba ma tylko 24h

Strategia marketingowa

■ Scenariusz I

- Wszystko zrobię sam
- Zapał nie wystarczy ;-)
- Doba ma tylko 24h

■ Scenariusz II

- Otwieranie kanałów „po kolei”
- Specjalizacja w jednym (max. 2) kanałach
- Gdy wyczerpiemy potencjał pierwszego kanału, otwieramy drugi...

Strategia marketingowa

■ Scenariusz I

- Wszystko zrobię sam
- Zapał nie wystarczy ;-)
- Doba ma tylko 24h

■ Scenariusz II

- Otwieranie kanałów „po kolei”
- Specjalizacja w jednym (max. 2) kanałach
- Gdy wyczerpiemy potencjał pierwszego kanału, otwieramy drugi...

■ Scenariusz III

- Delegowanie
- Znajdź agencję lub eksperta w każdym obszarze e-marketingu
- Rozliczaj się FF lub za efekt
- Kontroluj ROI

Dziękuję serdecznie!



Better Web.pl
Tworzymy Lepszy Internet



Lukasz@BetterWeb.pl