

Internet jako efektivní nástroj prodeje



Konference Marketing Trend, 15. října 2009

David Špínar, H1.cz



Souvislost www stránek a marketingu firmy

▣ Webové stránky jsou **nástrojem** marketingu

- ▶ Webové stránky realizují marketing firmy skrze prostředí Internetu:
 - ▶ Obchodní pobočka, Helplinka, Informační servis, Vzorkovna, Vývěsní štít, Firemní bulletin

▣ Webové stránky jsou **cílem** marketingu

- ▶ Webové stránky bez návštěvnosti jsou k ničemu. Musíme pro ně zajistit marketingem návštěvnost.

Základní pohled na web a jeho funkce



- ▶ Smyslem webu je **plnit vytyčené cíle**:
 - ▶ Jsou vůbec **nadefinované**?
 - ▶ Jsou **správné a měřitelné**?
- ▶ Cíle bývají nejčastěji dvojího druhu:
 - ▶ **Konverzní akce** (akce uživatele)

	Goal Conversion	Visits	%±	Conv. Rate	%±	
1.	Visits	191,679	↑ 4%	100%	— 0%	
2.	G1: Provedeni objednávky	849	↑ 28%	<1%	↑ 23%	
3.	G2: Doporuceni webu znamemu	47	↓ -27%	<1%	↓ -29%	
4.	G3: Rezervace produktu na prodejne	231	↑ 10%	<1%	↑ 6%	

- ▶ **Branding** (známost značky, sympatie ke značce)

Konverze vs. branding

Konverze

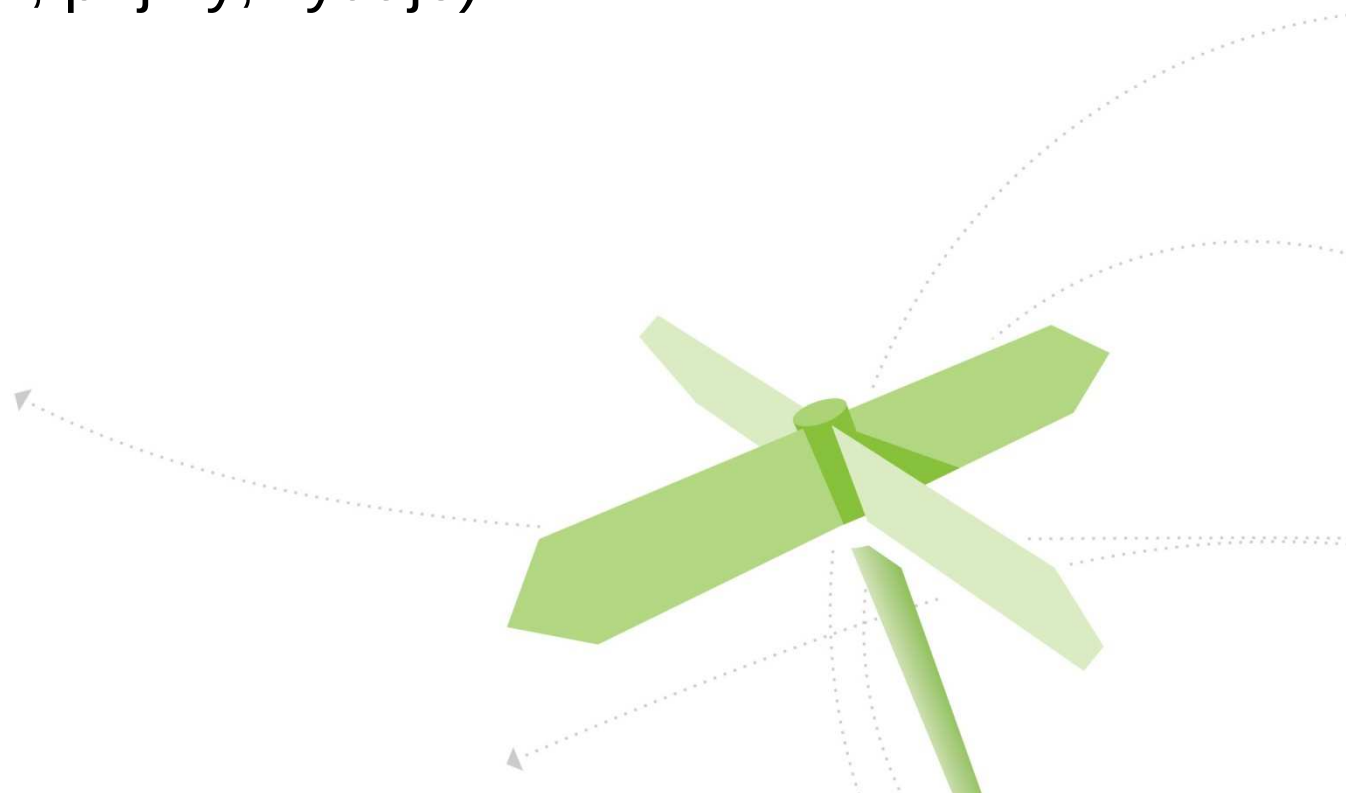
- ▶ Konkrétní **cíle**
 - ▶ maximalizace **konverzního poměru**
 - ▶ maximalizace **příjmů** na konverzi
 - ▶ minimalizace **nákladů** na konverzi
- ▶ Výhodou je **snadná měřitelnost**

Branding

- ▶ Konkrétní **cíle**:
 - ▶ Maximalizace **známosti** značky.
 - ▶ Budování **sympatie** ke značce.
 - ▶ Zdůraznění **odlišitelnosti** značky od ostatních.
- ▶ Nevýhodou **obtížná měřitelnost**

Maximalizujeme obchodní výkon webu

(konverzní poměr, příjmy, výdaje)



Maximalizujeme konverzní poměr



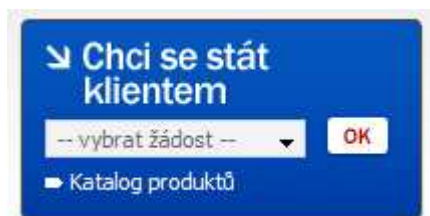
- ▶ Konkurenceschopnost nabídky
 - ▶ Cenová politika, systém slev a bonusů
 - ▶ Rozsah nabídky
- ▶ Důvěryhodnost
 - ▶ Design
 - ▶ Informační bohatost
 - ▶ Komunikační otevřenost
 - ▶ Zosobnění
 - ▶ Značka
 - ▶ Reference



Maximalizujeme konverzní poměr

► Obchodní přesvědčivost

•Call to Action



•Cross-selling



Alternativní zboží



•Unique selling propositions

PROČ DIRECT?

Výhodná cena »

Uzavřete si do konce března naše povinné ručení a získejte zdarma 3 měsíce z roční splátky.

Asistence jako bonus »

Asistenční služba Vám pomůže v případě dopravní nehody v ČR nebo zahraničí – oprava auta na místě, odtah nebo úschova auta.

Rychlá likvidace »

Pojistné plnění vyplatíme do 2 pracovních dnů ode dne ukončení šetření.

Další výhody autopojištění od DIRECTu »

Maximalizujeme konverzní poměr

- ▶ Přístupnost (bezbariérovost)
- ▶ Použitelnost (ergonomie)
- ▶ Loajalita návštěvníků
 - ▶ Dobrá zkušenost
 - ▶ Aktualizovaný obsah (weblogy, RSS, aktuality)
 - ▶ Newslettery, bulletiny
 - ▶ Bonusy, dárky

	Visitor Type	Visits ▼ ↓	Objednávka
1.	■ Returning Visitor	154,470	71.69%
2.	■ New Visitor	139,649	28.31%

Maximalizujeme konverzní poměr

► Cílená návštěvnost

	Source/Medium	Visits ↓	Objednávka
1.	seznam.cz / organic	57,038	0.87%
2.	adwords / cpc	51,009	0.75%
3.	(direct) / (none)	23,804	0.71%
4.	sklik / cpc	21,765	0.73%
5.	google / organic	19,340	0.87%
6.	novinky.cz / link	15,734	0.07%
7.	firmy.cz / tip-kategorie	4,909	1.14%
8.	firmy.cz / referral	2,806	1.71%
9.	centrum.cz / organic	1,417	0.85%
10.	adfox / cpc	1,085	0.92%

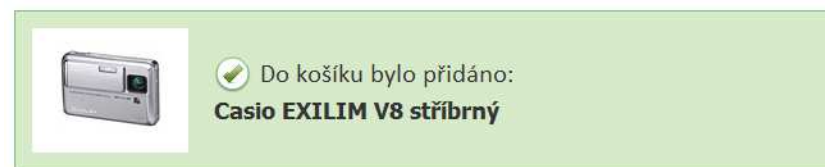
Jak minimalizovat náklady a maximalizovat příjmy na konverzní akci?

► Náklady:

- na provoz webu.
- na logistické zajištění.
- na získaného návštěvníka:
 - Budování loajality zákazníků
 - Efektivnější marketing

► Příjmy:

- Cenová politika
- Up-Selling



Nezapomeňte dokoupit k Casio EXILIM V8 stříbrný:



Děkuji za pozornost

David Špínar

www.h1.cz

spinar@h1.cz

www.twitter.com/dspinar

www.facebook.com/dspinar

