

Egy sikeres vállalkozáshoz jövőkép és terv kell. Ugyanez igaz a vállalkozás interneten keresztüli eredményes reklámozására is. Ez a munkalap segítségül szolgálhat online marketingterve kialakításában, és ezáltal vállalkozása növekedésében.

1 Jövőkép:

Írja le, hogy milyen sikeres jövőképet szeretne megvalósítani.

Vállalkozásom a jövőben:

2 Marketingcél

Mit szeretne elérni vállalkozása interneten keresztül történő reklámozásával? Több célja is lehet ezen a téren, egyelőre azonban csak a legfontosabbal foglalkozzon. Amennyire lehetséges, konkrét célt fogalmazzon meg.

Marketingcélom:

Például: 200 új helyi ügyfél feliratkozása ingyenes konzultációra augusztusig.

3 Termék, illetve szolgáltatás:

Válassza ki, hogy melyik terméket vagy szolgáltatást szeretné reklámozni marketingcéljának megvalósítása érdekében. A legeredményesebb ajánlatát vagy egy különféle vásárlói csoportokban népszerű ajánlatot válasszon.

Termék/szolgáltatás:

Soroljon fel 2-3 olyan eltérő típusú ügyfelet, akik érdeklődhetnek a választott termék vagy szolgáltatás iránt, valamint írja le, hogy az ajánlat mely része érdekelheti őket.

1. érdeklődnek az ajánlatom iránt, mivel .
2. érdeklődnek az ajánlatom iránt, mivel .
3. érdeklődnek az ajánlatom iránt, mivel .

Példa egyedi virágkompozíciók reklámozásához:

Az elfoglalt emberek érdeklődnek az ajánlatom iránt, mivel virágot ajándékozni gyors és egyszerű.

A párok érdeklődnek az ajánlatom iránt, mivel egy csokorral el lehet mondani, hogy "Szeretlek", hogy "Sajnálom" és bármi mást e két pont között.

4 Marketingstratégia

Marketingcéljának elérése érdekében ki kell választania, hogy mely módszerek a legalkalmasabbak arra, hogy reklámozza termékét vagy szolgáltatását az érdeklődők számára. A jó marketingtervek többféle megközelítést is tartalmaznak az ügyfelek elérésére, egyelőre azonban csak egyet válasszon: azt, amelyik a kívánt eredményt hozhatja, ugyanakkor kezelhető idő- és erőforrásbeli erőfeszítéseket kíván meg Öntől.

Helyi listák

Eredmény: helyi ügyfelek elérése és a helyi értékesítések növelése

Vállalás: egyszeri beállítás és heti-havi frissítés

Például: *Kérje oldalának megjelenítését a Google Helyek szolgáltatásban.*

Online hirdetések

Eredmény: termékeinek vagy szolgáltatásainak eljuttatása az azokat keresők számára

Vállalás: egyszeri beállítás, kattintásonkénti költségek és heti frissítés

Például: *Hozzon létre hirdetési kampányt "egyéni virágkompozíciói" számára a Google AdWords rendszerben.*

Természetes keresés

Eredmény: webhelye pozíciójának javítása a keresési eredmények között

Vállalás: magas kezdeti energiabefektetés, frissítések szükség szerint

Például: *Készítsen egy jól használható, információkban gazdag webhelyet olyan oldalakkal, amelyek pontosan és érthetően bemutatják a tartalmat.*

Közösségi hálózat

Eredmény: ügyfelekből álló közösség létrehozása

Vállalás: egyszeri beállítás és óránkénti vagy napi frissítés

Például: *Hozzon létre egy oldalt vállalkozásához a népszerű közösségi webhelyeken.*

Kedvezményes ajánlatokat kínáló webhelyek

Eredmény: a forgalom fellendítése webhelyén vagy hagyományos üzletében ajánlatokkal és csoportos kedvezményekkel

Vállalás: beállítás szükség szerint; alacsony költség, de a nyereség csökkenésével járhat

Például: *Ajánljon 10% kedvezményt keddenként a fontosabb, kedvezményeket kínáló webhelyeken.*

Értékelő webhelyek

Eredmény: az ügyfelek értékelik és ajánlják termékeit vagy szolgáltatásait

Vállalás: egyszeri beállítás és minimális frissítés

Például: *Kérje meg ügyfeleit e-mailben, hogy értékeljék termékét a fontosabb webhelyeken.*

Teendők:

Határozza meg, hogy milyen lépéseket kell tennie a kiválasztott marketingstratégia megvalósításához.

Marketingstratégia:

1. lépés:
2. lépés:
3. lépés:

5 Termékének vagy szolgáltatásának értékesítése

Függetlenül attól, hogy melyik marketingstratégiát választotta, értékesítenie kell termékét vagy szolgáltatását. Annak meghatározása érdekében, hogy legjobban hogyan értékesítheti termékét az iránta érdeklődők számára, írjon egy hirdetést.

Válasszon ki egyet a fent felsorolt ügyféltípusok és az ajánlata iránti érdeklődés okai közül, és írjon egy ösztönző hirdetést ezek alapján. Ennek során kövesse az alábbi három javaslatot:

1. Kerülje a zsargont; úgy beszéljen termékéről vagy szolgáltatásáról, ahogy az ügyfél is tenné.
2. Gondoljon az ügyfelek igényeire és vágyaira, és ezeket célozza meg a címsorban és a leíró részben.
3. Ösztönözze a potenciális ügyfeleket a következő szükséges lépés megtételére olyan felhívásokkal, mint például "Vásároljon most" vagy "Jelentkezzen".

Írja meg saját hirdetését

Címsor

Leírás

Cselekvésre ösztönzés

6 Költségkeret

Üzleti célja eléréséhez meg kell határoznia, hogy mennyi időt és pénzt szán marketingstratégiája megvalósítására. Töltse ki a következő egyenletet a felsorolt lépések alapján meghatározott idő- és költségbecslések használatával:

$$\boxed{} \text{ Ft} + \boxed{} \times \boxed{} \text{ Ft} = \boxed{} \text{ Ft}$$

Kezdeti, felállítási költségek + A kezeléssel töltött idő x Óradíj = Marketingstratégia költségei

7 Az eredmények nyomon követése

Mindig kövesse nyomon az előrehaladást, és győződjön meg róla, hogy a kívánt eredményt éri el. Sikerességét többféle módon mérheti a választott marketingstratégiától függően.

Ha az interneten keresztül hirdet az **AdWords** rendszerben, nyomon követheti a kattintásokat és az ügyfeleket a jelentéskészítési funkciók és a Google Analytics segítségével. A Google Analytics szolgáltatással kapcsolatban látogasson el a következő webhelyre: www.google.hu/analytics.