



ERUDITIO
M^{RES}
FUTURUM

Univerzita Mateja Bel v Banskej Bystrici
Pedagogická fakulta



PEDAGOGICKÁ FAKULTA
UNIVERZITY MATEJA BELA
V BANSKEJ BYSTRICI

EFEKTÍVNE ONLINE PODNIKANIE ZAMERANÉ NA KLIENTA

prof. Dr. Eva Poláková, PhD.

ABSTRACT

Corporate social responsibility is becoming a necessary condition for effective business. Using modern technology is achieving time, which can be used to solve problems and social needs of clients. Thereby ensuring not only increasing the number of loyal customers, but also socio-responsible image of our brand. The paper highlights these attributes and presents a model of effective sales and information site for start-ups.

ÚVOD

Základom sú princípy spoločenskej zodpovednosti:

Participovať na spoločnom blahu

Konať čestne voči všetkým zúčastneným stranám

Nový trend jednania so zákazníkmi:

empatia, otvorenosť, prejavy priateľstva, ochoty pomôcť a poradiť.

Online podnikanie

Výhody online podnikania:

globálna pôsobnosť, rýchlosť, efektívnosť,
minimalizácia nákladov,
tvorba a ponuka nových produktov a služieb.

Nevýhody - poškodenie vlastného imidžu:

nevhodná, či neefektívna webová prezentácia,
agresívny marketing.

Efektívny internetový marketing

Používať správne a moderné nástroje a techniky internetu.

Používať ich správnym spôsobom.

Použiť ich v správny čas.

Vytvoriť si pozitívny vzťah so zákazníkom.

Budovať si vlastnú databázu kontaktov.

Využívať email marketing na báze dobrovoľne registrovaného kontaktu.

Koncepcia efektívnej webovej stránky

Radi nakupujeme, ale nemáme radi ak sa nám niečo predáva.

Riešením je kombinácia predajného a informačného webu !

Efektívna cesta k zákazníkovi:

VEDIEŤ → VERIŤ → KÚPIŤ → ODPORUČIŤ

Aby sa z návštevníka webu stal náš zákazník, t.j. aby sa zvýšila konverzia stránky, mali by sme online činnosti čo najviac automatizovať.

Tvorba efektívneho predajného webu

Web by mal obsahovať stránky:

- ❑ Úvodná stránka s „magnetom na kontakty“
- ❑ - video, e-book, rady... s kontaktným formulárom.
- ❑ Ďakovacia stránka
- ❑ Predajná stránka
- ❑ Informačná – napr. formou blogu

Magnet na kontakty musí mať kvalitný poradenský obsah, ktorý motivuje návštevníkov k dobrovoľnej registrácii

Automatizovaný email marketing

Využíva vopred pripravené emailové správy na ponuku:

- Akciový predaj – znížená cena pre registrovaných klientov.
- Hlavná ponuka – dobre zdôvodnená a lákavá ponuka ponúkaných produktov.
- Automatizovaná distribúcia dvoch rôznych emailových správ: pre nových zákazníkov,
 - pre registrovaných, napr. s časovo obmedzenou zľavou,

Opakovaná komunikačná cesta – oslovovanie tých, ktorí si nič nekúpili s cieľom registrácie a registrovaných, čo si nič doteraz nekúpili.