

Prijedlozi i strategije za žene poduzetnice



Internet Marketing

Pripremili: EurosuccessConsulting

Lipanj 2016

Sadržaj

Uvod: Što je Internet Marketing?.....	3
Komponente internet marketinga	4
Marketing sadržaja	5
Marketing na društvenim mrežama.....	6
Optimizacija web stranice	11
Web dizajn	14
Sažetak modula	18
Vježbe	19
Izvori	20

Uvod: Što je internet marketing?

Internet marketing ili, kako ga često nazivaju, onlajn marketing ili digitalni marketing, se odnosi na reklamiranje i marketing koji koristi internet i email kako bi direktno povećao prodaju kroz elektronsku trgovinu.

Razlike između tradicionalnog marketinga i internet marketinga variraju, možete ih vidjeti u tablici ispod.

Tradicionalni marketing	Internet Marketing
Teško je mjerljiv, ne zna se koliko je ljudi vidjelo vašu reklamu i da li su na nju reagirali.	Mjerljiv je, možete točno znati koliko je ljudi vidjelo vašu reklamu i koliko ih je kupovalo u vašoj online trgovini.
Prilično je skup.	Osjetno je jeftiniji.
Nije dobar način za izgradnju brenda.	Brz je i efikasan za izgradnju brenda.
Na neki način, prekida radnju korisnika, tv reklame prekidaju tv program, jumbo plakati odvrćaju pažnju vozača, itd.	Ne prekida nikoga, korisnik se može i ne mora informirati o vašem proizvodu ili usluzi
Korisnik može biti loše informiran, jer fizička reklama ima limitiranu količinu informacija koje mogu biti prenesene	Može pružati svu informaciju koja je potrebna korisniku.

Uzimajući u obzir da veliki broj ciljanih mušterija danas provode mnogovremena na internetu, potreba za online marketingom nad tradicionalnim je lako vidljiva.

Komponente internet marketinga

Online marketing može zvučati jednostavno, ali zapravo zahtijeva dosljednost i puno uloženog vremena

kako bi doveo tvrtku do uspjeha. Za uspješnu online marketing strategiju, tvrtka bi trebala precizno

definirati koja joj je ciljana klijentela, koji su joj ciljevi, te treba poznavati tržište. Internet marketing se sastoji od sljedećih komponenata:

- **Marketing sadržaja**
- **Online trgovine**
- **Mobilni marketing**
- **Marketing na društvenim mrežama**
- **E-mail marketing**
- **Optimizacija Web stranica**
- **Ključni kupci**
- **Web dizajn**



Analizirati ćemo 4 glavne komponente.

Marketing sadržaja

Kakvim god poslom se bavili imali, trend koji se pojavio u posljednjih nekoliko godina i postao efektivni način djelotvornog online marketinga je marketing sadržaja. Strategija je da vi pružite zanimljiv i kvalitetan sadržaj, a potrošači će dolaziti k vama upravo radi tog sadržaja.

Dakle, prvi korak je stvoriti sadržaj kojeg će potrošači tražiti.

Ovo je dio strategije koji se razlikuje od industrije do industrije, ali postoje tipovi marketinga sadržaja koji je efikasan u privlačenju potrošača u svim poljima. Kada razmišljate kakav sadržaj želite stvoriti za vaš posao, stavite se u cipele potrošača i razmisliti kakve teme u vašoj industriji bi ih mogle interesirati. Nakon što shvatite temu koju želite pokrivati, sredstvo koje birate da širite svoj posao je lako izabrati.

Marketing sadržaja se može naći u slijedećim oblicima:

- **Blogovi**

Blogovi su stranice kreirane od individualaca ili grupe individualaca. Ažurirane su redovito. Možete pisati blogove za promociju vaše tvrtke.

- **Transparenti**

Transparenti su duge trake tkanine koje sadrže neki slogan ili dizajn. Nose se za prosvjede, povorke ili su obješene na javnom mjestu. Postoje i internet transparenti (tzv. banneri) koji su paralelni sa stvarnim.

- **Internet Forumi**

Oglasne ploče internetskih diskusija, gdje se ljudi okupljaju da pišu poruke i započnu razgovore.

Marketing na društvenim mrežama

“ Društvene mreže nisu samo aktivnost, već investicija dragocjenog vremena i sredstava.

Okružite se ljudima koji vas podržavaju i ostaju sa vama, te koji vas mogu informirati i proširiti vaše strategije

o povećanju vaše online prisutnosti.”

SEAN GARDNER

Strategija na društvenim mrežama je više od Facebook ili Twitter stranice. Kada se pravilno primjenjuje, društvene mreže su snažan alat u angažiranju mušterija i povećanju prometa na vašoj web stranici.

Udio društvenih mreža u marketingu se znatno povećao u zadnjih nekoliko godina, internet je postao sve jači najmoćniji alat.

Kao sa svakom marketing strategijom, pristup je izravan:

- Identificirajte društvene kanale gdje se okuplja vaša ciljana mušterija
- Učvrstite obavijesti vašeg brenda – koja poruka će odjekivati društvenim mrežama?
- Utvrdite koji društveni kanali će najbolje nadopuniti vašu web stranicu. Krajnji cilj vam je imati stalni dotok kupaca.

Što razmotriti pri egzekuciji vaše strategije:

Odaberite pravu mrežu za vas

Bez Facebooka? Bez problema. Razvijte prisutnost na društvenim mrežama koje su najbliže vašim mušterijama i brendu. Nemojte trošiti velike svote novacana Facebook prisutnost, svi su već na njemu.

Sjetite se što su društvene mreže u suštini - kanal za distribuciju. Kako bi širili informacije o vašem

brendu, treba vam publika.

Započnite sa mušterijama

Kako bi vas ljudi pratili, vi trebate pratiti svoje mušterije. Odaberite društvene mreže koje se podudaraju kao mjesto gdje su vaše mušterije najprisutnije. Ako imate B2B tvrtku, na primjer, sudjelovanje u LinkedIn razgovorima je obavezno. Ako imate izdavačku web stranicu, najbitnije vam je da ste prisutni na Twitteru, gdje ljudi konstanto šalju tweetove i dijele vaše tweetove dalje. Za online trgovine, najbolji rezultati se mogu očekivati na Facebooku (ako vam sve mušterije nisu na Twitteru). Sve ovisi o preferencijama vaših mušterija, uzorcima i i demografiji. Za Woot.com, na primjer, ima smisla voditi Twitter stranicu jer se web stranica bavi dnevnim posebnim ponudama.

Uložite u stvaranje zajednice

Online zajednice dodaju vrijednost u obliku izlaganja i distribucije. Usredotočite se na stvaranje baze obožavatelja tako da pitate vašu publiku da postane obožavatelj ili pratitelj kako bi pročitali ostatak vašeg sadržaja. Poput email marketinga, važno je stvoriti pratnju organski. Kada publika želi postati obožavatelj, veće su šanse da će biti stalno angažirana sa vašim brendom. Imajte poštovanja kada prikupljate obožavatelje i pratitelje, neki ljudi to jednostavno ne žele to postati. Pobrinite se za to da vaši pratioci imaju mogućnost odjave. Uključite "Ne hvala" link. Pobrinite se i za to vaši čitatelji dobe pozivnicu samo jednom, prvi put. Ova strategija će vam pomoći udvostručiti pratitelje – što se može preobratiti u 30-40% vašeg prometa na web stranici.

Savršeno tajmirajte poruke

Naravno, Facebook objave u 2 ujutro neće privući veliki broj ljudi. Bez obzira na očito, važno je obratiti pozornost na te male stvari, poput tajmiranja objava. Koristite besplatne alate za društvene medije sa Simply Measured stranice kako bi tajmirali tweetove i stranice perfektno.

Sinkronizirajte se sa izvrsnim sadržajem

Društvene mreže i marketing sadržaja idu ruku pod ruku. Kada ljudi gledaju svoje Facebook i Twitter stranice, nisu uvijek raspoloženi za kupnju. Žele biti društveni, ostati u kontaktu sa prijateljima, povezati se sa obitelji, gledati fotografije i odmarati se.

Kolko god da želite prodati, vaš sadržaj ne bi trebao prodavati. Ključno je stvoriti odnos sa publikom. Nasmijte ljude. Zainteresirajte ih. Budite brand koji je i prijatelj. Djelite sadržaj, a ne proizvod. Sjetite se da su ljudi emotivni i žele se zabaviti.

Promovirajte sadržaj iznad vašeg. Djelite sadržaj koji je najbitniji vašim prijateljima i pratiteljima. Časopis Clarity daje mnogo primjera ovog koncepta djeleći izvrsne članke od poslovnih ljudi i uspješnih tvrtki.

Prikupite pažnju slikama

Ljudi ne žele čitati velike komade teksta. Žele lako pregledne slike koje prikupljaju pažnju. Budite kreativni, nemojte se bojati biti smiješni, čak i ako se to ne podudara sa vrstom vašeg brenda. Samo nemojte biti dosadni.

Dodatni savjeti:

- Odaberite društvene kanale koji se poudaraju sa vašom publikom
- Ne morate otvarati društvene profile koji se ne podudaraju sa vašim brendom.
- Pratite rezultate kako bi uvijek mogli optimizirati i poboljšati svoj učinak.
- Pazite na statistiku o širenju, angažmanu, razgovorima i cijenama.
- Djeljenja i re-tweetovi su jako značajni jer stvaraju besplatan publicitet za vašu tvrtku.
- Potaknite korisnike da dijele vaš sadržaj implementirajući (i testirajući) "widžete" za društveno djeljenje.
- Budite što vizualniji, ljudi ne vole previše teksta.
- Sjetite se da ljudi na društvenim mrežama nemaju na umu kupovinu. Došli su se povezati sa prijateljima, gledati slike i otkrivati nove zabavne medije.

- Integrirajte vašu strategiju društvenih mreža sa vašim nirendiranim programom stvaranja sadržaja. Sadržaj je snažna referentna točka koja navodi promet na vašu stranicu.
- Slušajte koliko i djelite. Slušajte vaše mušterije preko društvenih medija.

SEO

Optimizacija web stranice (SEO) strategija

Optimizacija web stranice (SEO) je metodologija strategija, tehnika i taktika koje se koriste za

povećanje broja posjetitelja web stranice dobivajući visoki plasman u pretragama tražilica (SERP)

uključujući Google, Yahoo i ostale tražilice. SEO područje započinje od samih začetaka interneta, te je cilj uvijek bio isti - rangirati čim više u pretragama. Kao što možete pretpostaviti, konkurencija u ovom polju je postala vrlo okrutna, sa sve većim brojem tvrtki koje shvaćaju važnost rangiranja ključnih riječi. Iskustvo korisnika je sve. SEO je čin poboljšanja i promoviranja web stranice kako bi se povećao broj posjetitelja koje web stranica dobiva od tražilica. Postoji mnogo aspekta SEOa, od riječi na vašoj stranici do načina na koji druge stranice stvaraju poveznice prema vama i vašoj web stranici. Nekad je SEO jednostavno način na koji je vaša stranica strukturirana, te je tako lakše shvatljiva web tražilicama. Može zvučati protuintuitivno, ali SEO je više od analize tehnologije tražilica-tražilice su dizajnirane tako da povežu ljude sa vrijednim informacijama - instantno, kada to žele. Kvaliteta i relevantnost su vrlo bitne u ovom aspektu, i cilj Googlea je da osiguraju da najbolje stranice budu na vrhu.

SEO JE VOĐEN KLJUČNIM RIJEČIMA

Pretpostavljamo da ovo već znate, ali sada je dobro vrijeme da definiramo detalje kritične za naš cilj:

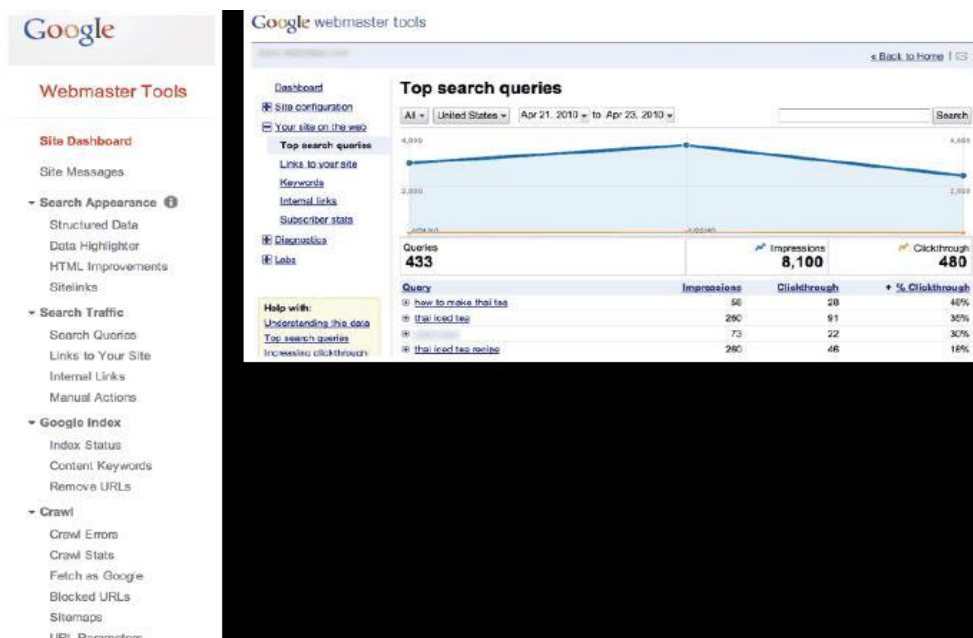
Google ima Webmaster Tools platforme. Kao što smo spomenuli prije, ovo je resurs koji vam može pokazati kako tražilice čitaju vašu web stranicu. Napravite račun na Googleu te imajte na umu da je Webmaster tools važan da vaše web stranice uopće budu indexirane.

WEBMASTER TOOLS ĆE VAM POMOĆI SA:

- Komunikacijom s tražilicama da prikazuju vašu web stranicu
- Procjenivanjem vaših unutarnjih linkova
- Moći ćete vidjeti povratne veze vaše web stranice
- Dijagnosticiranjem i ispravljanjem problema
- Komunikacijom sa Ekipom za kvalitetu Google pretraga
- Moći ćete vidjeti koje ključne riječi vode promet prema vašoj web stranici
- Identifikacijom grešaka koje sprječavaju vašu web stranicu od pojavljivanja u pretragama.

Osnovni savjeti

- SEO i korisničko iskustvo trebaju uvijek biti povezani. Odolite iskušenju i ne ulazite u ništa što se čini približno sumnjivo. Ako se čini predobro da bi bilo istinito, vjerojatno jest.
- Fokusirajte se na tehničke komponente SEOa uz strateške komponente. Razmišljajte o SEOu kao o strategiji za komuniciranje informacije kroz tražilice. Asocirajte vaš brend kao brend najviše kvalitete povezan sa nekom ključnom riječi. Tako će vas i tražilica prepoznati kao brend najviše kvalitete.
- Marketing sadržaja može učiniti čuda za SEO vaše tvrtke. Kreirajte grafikone, objave na blogu te vodiče koji će zadiviti vaše mušterije i potencijalne klijente
- Koristite budžete kako bi regulirali potrošnju. Nemojte koristiti budžete kao mjericu efikasnosti. Ako vam je plaćeni kanal reklamiranja uistinu efikasan, neće vam trebati budžet.



Web dizajn

Jedan od najbitnijih aspekata online marketinga koji može biti glavni faktor vaše tvrtke je web dizajn. Web dizajn je sličan proces kreiranja, sa ciljem da prezentira sadržaj na elektronskim web stranicama, kojima krajnji korisnici mogu pristupiti putem interneta uz pomoć web pretraživača. U suštini, to je web stranica vaše tvrtke. Web stranica jedne tvrtke treba imati sljedeće:

- Treba biti jednostavna kako bi posjetitelji mogli naći potrebnu informaciju brzo i s lakoćom
- Trebala bi biti dizajnirana od strane profesionalnog web dizajnera koji ima na umu krajnju svrhu vaše tvrtke (npr. vaša tvrtka radi rođendanske torte za djecu, zato web stranica mora biti šarena i zaigrana, ali ako želite imati poduzeće za prevađanje, treba biti ozbiljnija i sa manje intenzivnim bojama), koliko je jednostavna za upravljati, neke osnovne informacije trebaju biti uključene, itd.
- Treba imati definiranu svrhu tvrtke, te ciljanu publiku.
- Treba biti kreativna, a ne dosadna, kako bi vraćala posjetitelje.

Dodatni savjeti:

Brending

Brending je važan za sva poduzeća, velika i mala. Dizajn i postavljanje loga vašeg brenda dio je stvaranja cjelokupnog mišljenja potrošača. Profesionalno dizajnirani logotipovi uspješno privuku pozornost mušterije i nude bolju sliku jedinstvenosti brenda. Odaberite lokaciju na vašoj stranici koja je jasno vidljiva svim posjetiteljima, poput gornjeg lijevog kuta, kako je to mjesto gdje oko počinje gledati kada počinje skenirati kroz stranicu. Kako bi utvrdili identitet vašeg brenda, razmotrite opciju korištenja logotipova i kod pakiranja, tiskanog oglašavanja, te na odjeći. Kada je poduzeće dosljedno sa brendiranjem, mušteriji se nudi integrirano i pamtljivo iskustvo sa brendom.

Funkcionalnost

Kada razmišljate o funkcionalnosti, postoje nekoliko stvari za razmotriti. Uglavnom, da li je web stranica funkcionalna u doslovnom smislu? Da li se učitava dugo ili postoje loše poveznice?

Da li je sigurnost web stranice dovoljna za potrebe vaše tvrtke? Ključno je vidjeti značajke vaše web stranice iz perspektive korisnika. Da li su kontaktni obrasci, ankete i povratne informacije korisnika moguće i funkcionalne? Jedna ili sve od ovih funkcionalnih grešaka mogu otjerati potencijalnu mušteriju sa vaše stranice.

Navigacija

Ako je web stranica zbunjujuća ili teška za navigirati, mušterije će otići i neće se vratiti. Kako bi povećali efikasnost i privlačnost navigacije vaše stranice, izradite opširnu anketu o vašoj web stranici kao da ste novi posjetitelj. Izdvojite gdje navigacija ima smisla, a gdje nema. Jedan od načina da poboljšate posjetiteljevu mogućnost da navigira kroz vašu stranicu jednostavno (i pomognete tražilicama u pristupanju informacijama) jest ta da dodate mapu stranice. Uz to, kako bi pojednostavili navigaciju, eliminirajte nepotrebne ili slabe stranice koje bi mogle smanjiti vrijeme učitavanja i samim time poboljšajte kvalitetu online prisutnosti vašeg brenda.



Aktivan blog

Blog na web stranici pomaže mušterijama da ostanu informirane o najnovijim proizvodima, događajima tvrtke, te o novostima u industriji. Blog na web stranici je odličan način da se povežete sa mušterijama, pogotovo ako vaše objave potiču čitatelje na interakciju sa vašim brendom. Održavanje bloga konstantno ažuriranim daje mušterijama do znanja o vašim vrijednostima i željama da promovirate komunikaciju. Konstantno pružajući čitateljima svjež, privlačan i koristan sadržaj, vaš brend postaje vjerodostojan resurs i autoritet u industriji.

Integracija sa Društvenim medijima

Integracija sa društvenim mrežama više nije novitet, već zahtjev. Kako tehnologija čini dijeljenje informacija sve jednostavnijim, poduzeća bez integracije društvenih mreža ne uspijevaju iskoristiti jedan od bitnijih načina reklamiranja. Društvene mreže nude mjesto gdje klijenti sami mogu promovirati vaš brend, pisati osvrte i ostati u kontaktu sa svim novostima o vašoj tvrtci. Pisani i vizualni sadržaj, uključujući slike proizvoda i brendirane video uratke, lako se može distribuirati na platformama poput Facebooka, Twittera, Pinteresta i Linkedinu uz dodatak gumba za društveno djeljenje na vašim web stranicama.

Originalan sadržaj

Kada dizajnirate web stranicu, ključno je pisati visoko kvalitetan, originalan sadržaj koji je povezan sa vašim poduzećem i proizvodima. Sve od kvalitete vašeg sadržaja do ključnih riječi koje koristite imaju utjecaj na rangiranje vaše web stranice u rezultatima pretraga tražilica. Istraga o ključnim riječima može pružati ideje o temama te, ako se koriste rijetko, mogu pomoći korisnicima da brzo nađu sadržaj koji im je potreban. Kako bi povećali privlačnost, svaka web stranica bi trebala imati najmanje 150 riječi i treba pružati poveznice za vjerodostojne izvore te druge stranice na vašoj web stranici. Više od pružanja informacije, sadržaj kojeg objavljujete na vašoj web stranici bi trebali pisati na način koji odaje jedinstven glas vašeg brenda. Prije objavljivanja, iskoristite alat poput Copyscapea kako bi se osigurali da ne kršite ničija prava. Ako

kršite nečija prava, vaša će web stranica dobiti oštre kazne od Googlea, uz mogućnost uklanjanja vaše web stranice sa svih rezultata pretraživanja.

Generičke slike

Sve što se može naći na vašoj web stranici je vaše intelektualno vlasništvo i spada pod zakon o autorskim pravima.

Kao jedan od vodećih svjetskih dobavljača generičkih slika, Getty Images regulira prikladno korištenje slika na internetu. Ako nisu objavljene sa dozvolom, slike koje su zaštićene autorskim pravom mogu privući kazne. Kada inkorporirate slike u sadržaj vaše web stranice, budite sigurni da imate dozvolu za njihovo korištenje, te da ste platili potrebne honorare. Postoji mnogo stranica koje nude pristup slikama bez zaštite. Ipak, osigurajte se i pročitajte uvjete korištenja. Za puno poduzeća, cijene povezane sa zakonitim korištenjem slika često prevladaju iznad koristi "dobivanja nečega za ništa".

Sažetak skripte

Ovaj dokument nudi detaljan uvod u Internet Marketing. Analizira, između ostalog, objašnjava što je internet marketing i zašto je koristan, glavne razlike od tradicionalnog marketinga, te zašto je u porastu u zadnjih nekoliko godina. Uz to, ovaj modul objašnjava koje su četiri najvažnije komponente internet marketinga:

1. Marketing sadržaja
2. Društveni mediji
3. SEO
4. Web dizajn

Ove četiri komponente su najvažniji aspekti internet marketinga i trebale bi biti razmotrene kada se počinje sa promocijom poduzeća putem interneta. Marketing sadržaja je različiti sadržaj poput članaka ili održavanja aktivnog bloga na vašoj web stranici, koji će vam pomoći izgraditi zajednicu koja vjeruje vama i vašem proizvodu, te nije nužno usmjeren samo na prodaju. Društvene mreže su snažan alat u povećanju broja klijenata i publike kada se koriste pametno i kontinuirano. Neki osnovni koncepti društvenih medija su objašnjeni u ovom modulu kao i kako ih efektivno iskoristiti kako bi dobili pratitelje i stvorili zajednicu. SEO je dio online marketinga koji vam pomaže izmjeriti publiku i posjetitelje web stranice, te vam također pomaže kako se bolje izražavati. Na kraju, web dizajn je također bitan faktor u vašem putu prema uspjehu. Mislite na njega kao na vašu sliku prema vanjskome svijetu, gdje vas ljudi mogu virtualno posjetiti i, nadajmo se, nastaviti posjećivati. Upravo stoga, trebate napraviti web stranicu koja privlači korisnike i dopušta im sa lakoćom pronaći točne informacije.

Vježbe

Odaberite točan odgovor.

1. Koji je glavni razlog razvoja Internet marketinga?

- a) lakše je
- b) reklamirati preko interneta
- b) efikasnije je
- c) svijet danas funkcionira uz internet, te je samim time tržište veće

2. Zašto koristiti marketing sadržaj?

- a) kako bi bili aktivniji na internetu kao tvrtka
- b) kako bi izgradili zajednicu kroz članke i objave
- c) da lakše prodamo naše proizvode

3. Što je najvažnije zapamtiti o društvenim mrežama?

- a) treba ustrajati i biti aktivan
- b) birate društvenu mrežu po vrsti vaše tvrtke
- c) svi su odgovori točni

4. Vaša web stranica mora biti

- a) jednostavna za korištenje
- b) šarena

Izvori

1. <http://www.socialmediatoday.com/content/24-things-consider-when-designing-and-developing-website>
 2. http://cubicleninjas.com/7_things_consider_before_designing_website/
 3. <https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-10/>
 4. <https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-12/>
 5. <https://yourdigitalresource.com/internet-marketing-strategy/>
 6. http://www.tutorialspoint.com/online_marketing/online_marketing_introduction.htm
-