


Základy marketingu nejen pro Facebook



Dobrá strategie

- 1) Stanovení cílů
- 2) SEE–THINK–DO
-  3) Persony
- 4) Testování
- 5) Měření a vyhodnocení
- 6) Optimalizace



1) Stanovení cílů

Byznys cíle

- 1) Zvýšit zisky
- 2) Představit nový produkt



Marketingové cíle

- 1) Snížit cenu za konverzi
- 2) Navýšit návštěvnost webu



KPI

- 1) Cena za konverzi
- 2) Počet návštěv za měsíc



KPI cíl

- 1) Cena za konverzi o 25% nižší
- 2) 12 000 návštěv/měsíc

Příklad 1

Situace:

Jste majitelem informačního portálu/blogu a klesá vám návštěvnost.

Byznys cíle:

Zvýšit návštěvnost webu na 100 000 návštěv/měsíc

Marketingové cíle:

- Oslovit nové návštěvníky
- Zvýšit počet vracejících se návštěvníků

KPI:

- počet nových návštěv za měsíc
- počet vracejících se návštěv za měsíc

KPI cíle:

- 65 000 nových návštěv/měsíc
- 35 000 vracejících se návštěvníků/měsíc

Příklad 2

Situace:

Představujete nový výrobek v oblasti uchovávání potravin.

Byznys cíle:

Rozšířit povědomí o novém produktu, do 1 roka prodat 1 milion kusů

Marketingové cíle:

- představit výrobek velkému množství lidí
- přivést lidi na web, kde se o produktu dozví více
- prodat produkty

KPI:

- počet oslovených uživatelů/měsíc
- počet nových návštěvníků za měsíc
- procentuální nárůst počtu transakcí

KPI cíle:

- 50 000 uživatelů/měsíc
- 3 000 návštěvníků/měsíc
- 5% nárůst/měsíc

Příklad 3

Situace:

Jste majitelem e-shopu se sportovním oblečením a klesá vám obrat.

Byznys cíle:

Zvýšit obrat e-shopu o 20% do 3 měsíců

Marketingové cíle:

- Oslovit nové potenciální zákazníky
- Zvýšit počet opakujících se nákupů

KPI:

- počet nových návštěv za měsíc
- procentuální nárůst tržeb u vracejících se návštěvníků

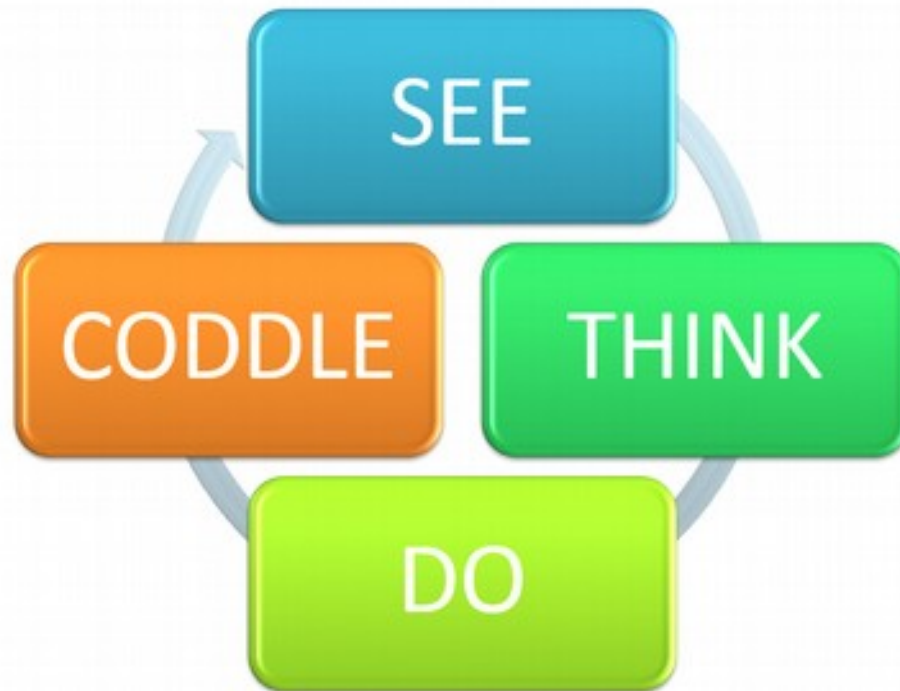
KPI cíle:

- 12000/měsíc
- 15% nárůst/měsíc

Jak jsme na tom?

- ✓ Známe náš produkt a USP
- ✓ Víme, čeho chceme dosáhnout

2) SEE – THINK – DO



<http://www.kaushik.net/avinash/see-think-do-content-marketing-measurement-business-framework/>

Příklad 1: SEE – THINK - DO

SEE

- Všichni lidi, kteří nosí boty

THINK

- Všichni lidi, kteří nosí boty a přemýšlí nad tím, že by potřebovali nebo chtěli nové.

DO

- Všichni lidé, kteří si chtějí koupit boty a právě teď nějaké hledají.

Příklad 1: Content strategy

SEE

- Jak pečovat o boty
- Jak správně čistit boty
- Jak vázat tkaničky
- Hezké modely bot – jaké boty nosí celebrity atd.

THINK

- Jak si vybrat boty (na běhání, lodičky, trackový).
- Různé číslování bot
- Testování bot
- Recenze a reference na boty

DO

- Recenze a reference na firmy
- Ostatní služby
- Věrnostní program

Příklad 1: Marketing strategy

SEE

- Facebook – příspěvky, pagelike reklama
- Časopis – modely bot, brand
- City light - brand

THINK

- Facebook – rady, hodnocení
- Časopis – článek

DO

- Facebook – produktová reklama
- City light - akce


Příklad 1: Measurement strategy



Jak jsme na tom?

- ✓ Známe náš produkt a USP
- ✓ Víme, čeho chceme dosáhnout
- ✓ Máme marketingovou strategii

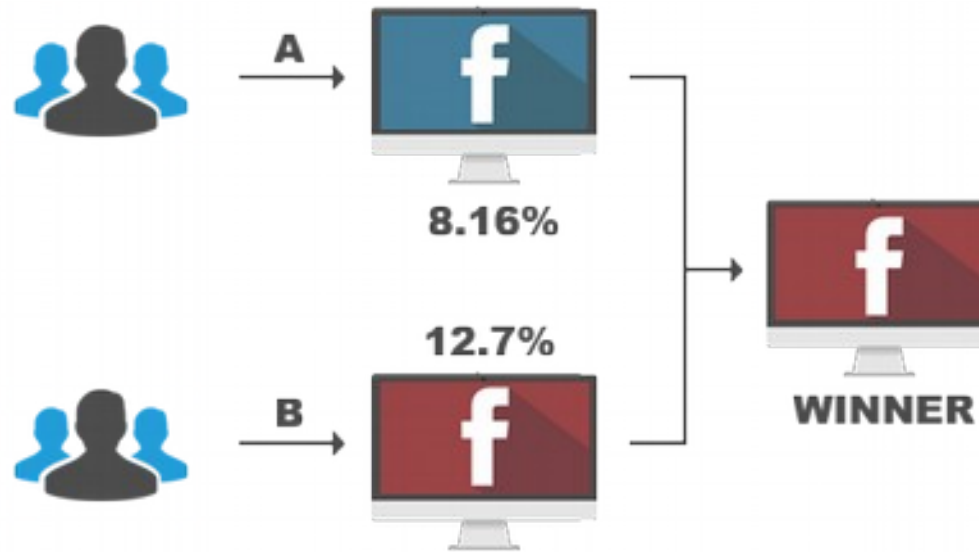
3) Persony

 A close-up portrait of a middle-aged man with glasses and a white shirt, looking directly at the camera.	<p>Furt žere, tak asi bude potřebovat velkou ledničku.</p>	<p>Bude hledat ledničku, najde náš e-shop, koupí si ledničku.</p>
<p>Vilém Brandig expert na volné noze.</p>		

Jak jsme na tom?

- ✓ Známe náš produkt a USP
- ✓ Víme, čeho chceme dosáhnout
- ✓ Máme marketingovou strategii
- ✓ Známe perfektně naše publikum
- ✓ Víme, jak bude postupovat

4) Testování

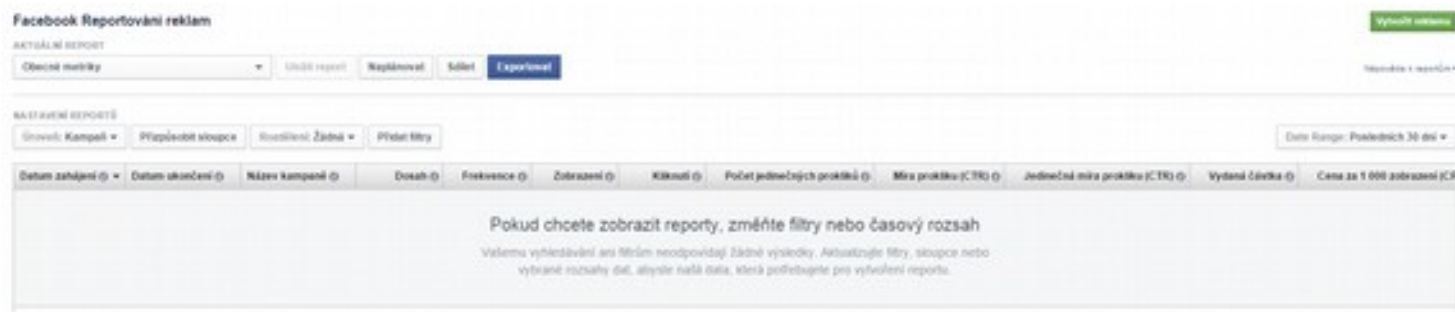


Jak jsme na tom?

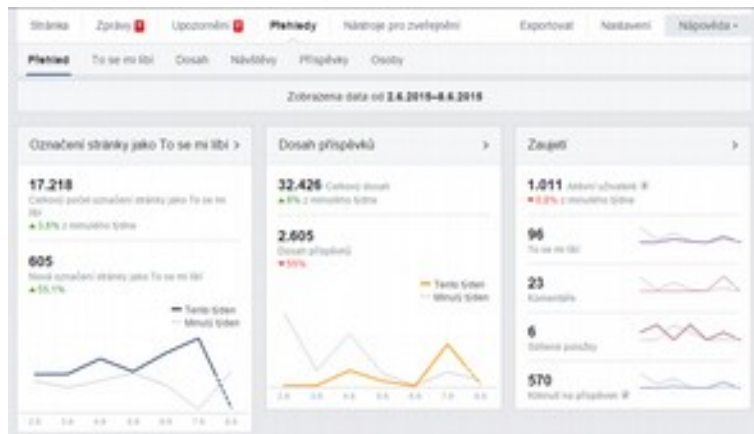
- ✓ Známe náš produkt a USP
- ✓ Víme, čeho chceme dosáhnout
- ✓ Máme marketingovou strategii
- ✓ Známe perfektně naše publikum
- ✓ Získali jsme potřebná data

5) Měření a vyhodnocování

Reklamní reporty



Přehledy



Ostatní služby



socialbakers
The Recipe for Social Marketing Success

Google Analytics
Anywhere. Anytime.



	Twitter	Facebook	Google+
1. Conversation rate	1,27	4,90	10,20
2. Amplification rate	27,04	16,16	10,50
3. Applique rate	0,09	25,30	42,75

Jak jsme na tom?

- ✓ Známe náš produkt a USP
- ✓ Víme, čeho chceme dosáhnout
- ✓ Máme marketingovou strategii
- ✓ Známe perfektně naše publikum
- ✓ Získali jsme potřebná data
- ✓ Víme, co funguje a co ne

7) Optimalizace



Jak jsme na tom?

- ✓ Známe náš produkt a USP
- ✓ Víme, čeho chceme dosáhnout
- ✓ Máme marketingovou strategii
- ✓ Známe perfektně naše publikum
- ✓ Získali jsme potřebná data
- ✓ Víme, co funguje a co ne
- ✓ Máme lepší výsledky a více peněz

Inspirujte se

Success stories - global

<http://media.fb.com/success-stories/>

Příběhy úspěšných - CZ

<https://www.facebook.com/business/success/>