



# **11 MARKETINGOVÝCH STRATEGIÍ PRO VÁŠ ÚSPĚCH V ROCE 2017**

**5 DŮVODŮ PROČ SE FIRMÁM PENÍZE  
Z INTERNETU VRACÍ POMALU NEBO VŮBEC**



**EMAIL  
ACADEMY 20**

# ÚVOD

**Nyní udělám velmi odvážné prohlášení.**

*„Neinvestujte ani jednu další korunu do internetového marketingu a do svých aktivit na internetu.“*

Ne v případě, pokud si nejste vědomi těchto 5+1 největších chyb a důvodů, proč dnes firmy na internetu vyhazují peníze oknem.

Může to být i váš důvod, proč se náklady na on-line marketing rozhodně nevrací, jak čekáte.

Toto je krátký ebook, ale ukáže na příčiny, proč se vám dnes na internetu nedaří a proč jste v tom tak trochu nevinně.

Také tento ebook možná utiší některé vaše obavy o budoucnost, spojené s podnikáním a s hledáním nových zákazníků přes internet.

A nakonec se podíváme na 11 konkrétních marketingových technik, které naopak nakopnou vaše on-line aktivity a posunou vás snad blíž k vašim cílům a snům.

# PROBLÉM

Dnes se mluví o internetu jako o jedinečné příležitosti pro dnešní podnikatele. Boom sociálních médií, on-line marketing, SEO, PPC. Neznám vás, ale pamatuji si na své začátky. Hledal jsem tehdy, co opravdu funguje. A většina technik, o kterých se ve veřejných médiích běžně mluvilo, mi mé peníze zpátky nevrátily.

A totéž vidím dnes u většiny malých a středních firem.

Od té doby se ale hodně stalo a nám se ve firmě podařilo udělat na internetu pár českých rekordů a část výsledků jsme měli tu čest předat už více než 50.000 podnikatelům prostřednictvím podobných ebooků, videí a tréninkových programů.

Ukažme na chyby, které u vás nemusí být na první pohled zřejmé, a ukažme na strategie, které dnes na internetu fungují skvěle, ale zatím jen vybrané skupině vyvolených.

Je totiž dobré vědět, co fungovalo před 10 lety, a zajímavé tušit, co nás čeká za 10 let. Ale byznys se dělá a děje právě teď!

Je čas o sobě dát na internetu pořádně vědět teď a v dalších měsících. Je čas poznat, co na internetu opravdu funguje a co je jen nafouklá bublina.

Existuje 5 oblastí, které jsme označili ze zkušeností a z praxe za největší důvody, proč se firmám investice do marketingu na internetu nevrací.

## 1. DŮVOD

### PROČ VÁM KLIENTI ŘÍKAJÍ NE A NEKUPUJÍ? DŮVĚRA.

Existuje jeden důvod známý i z psychologie, proč se některým firmám daří prodávat skvěle a některým velmi špatně.

Je to hlavní důvod, proč vám klienti říkají ne a nekupují. Tím slovem je termín, který zdánlivě nemá s internetem nic společného, ale jen zdánlivě.

Je to důvěra. Proč? Existuje prodejní strategie, které říkám cesta zákazníka. To je cesta, kterou procházejí zákazníci bohatých a úspěšných firem.

Vede přes čtyři zastávky. Dát o sobě vědět. Budovat vztah a důvěru. Pak skvěle prodávat. A nakonec hýčkat tak, aby vás zákazník doporučoval všude dál.

Tohle je zlatá cesta k úspěchu i penězům.

Sami si odpovězte, zda a jak provádíte zákazníky touto cestou u vás ve firmě právě teď?

Katastrofou totiž je, pokud skočíte z bodu jedna na tři. Jinak řečeno, přeskočíte bod dva, důvěru, a hned prodáváte. To dělá většina firem. Ta většina chudých firem.

A důvěra a vztah je na internetu ještě důležitější než kdykoliv jinde.

Lidé jsou zahlceni, přesyceni a obtěžováni nekonečnými reklamami, opakovanými klamy a každý křičí já jájá, kupujte u mě. Ale to už dnes nikoho nezajímá

Dnes se odlište budováním důvěry a vztahu. Klíčem k úspěchu v podnikání. Moderní komunikační nástroje na internetu slouží v první fázi k budování důvěry, pak k prodávání. Opačný postup je omylem většiny podnikatelů při tvorbě internetové strategie.

Jak to tedy dělat správně?

## 2. DŮVOD

# MEGAMAGNET NA POZORNOST ZÁKAZNÍKŮ? INFORMACE.

Tato otázka nás dovede k druhé chybě. A tou je způsob, jak dnes na sebe firmy poutají pozornost. Udělají si nový web za pár set tisíc, cool grafiku, všechno se hýbe a posouvá a používá cool moderní věci, zaplatí si PPC a koupí si SEO balíček a honí návštěvnost. Poutají tím zdánlivě pozornost. Pak nakonec dostanou návštěvníka draze na svůj web, ale co se stane tam?

Úvodní stránka, spousta odkazů, informace o službách a produktech, ceny, kontakty - vše k prodeji. A kde je budování důvěry a náznak přátelské komunikace? Většinou nikde.

Chybou číslo dvě je nedostatek správných informací, které budují důvěru. NE jen informací o prodeji a produktech. Jaké to jsou informace? Takové, které návštěvník hledá. Hledá odpovědi na své otázky. Hledá radu, pomoc, řešení a obyčejnou vstřícnost. Vnímáte rozdíl, pokud bychom na této stránce měli jen suché informace o tom, jak skvělá a nabitá je konference, kterou jsme připravili (což je :), a kolik stojí lístek anebo sdělíme informace, které sledujete právě teď a které vám poslouží tak jako tak. Informace, které vám dávají odpovědi na otázky, jak to dnes na internetu dělat, abyste prosperovali, co funguje a co ne. Vnímáte ten rozdíl?

Vnímáte rozdíl v hodnotě a formě informací, které firmy poskytují zákazníkům? Poskytovat jen prodejní informace je chyba. Poutejte pozornost klientů jako megamagnet relevantními a hodnotnými informacemi ze svých oblastí, které odpovídají na otázky vašich potenciálních zákazníků. Pak budujete důvěru i kredibilitu zároveň a poutáte pozornost.

### 3. DŮVOD

## NEJVĚTŠÍ MÝTUS INTERNETOVÉHO MARKETINGU? NÁVŠTĚVNOST.

Tedy honba za návštěvností. Jak získat na web více návštěvníků. Ale zamysleli jste se někdy nad tím, k čemu to vlastně je?

Představte si, že zítra přijde na váš web 1000x více lidí. A odpovězte si, prodáte 1000x více? Bude na vašem účtu 1000x více peněz?

Pokud ano, pak a jedině pak je návštěvnost přesně to, na čem potřebujete pracovat.

Když nemyslíte na internetu strategicky, utratíte peníze zbytečně brzy. Je to jako rozhodnout se, že budete mít restauraci, utratíte peníze za reklamu, za návštěvnost svojí restaurace, ale zapomenete koupit jídlo a sehnat kuchaře, který bude vařit. Chápete? Návštěvníci do restaurace přijdou a zase odejdou. A co dělají návštěvníci vašeho webu? Kupují, nebo spíš odcházejí?

Návštěvnost má totiž vždy bratříčka. Konverzi.

Konverze je vaše schopnost změnit návštěvníka vaší stránky na zákazníka. Konverze je schopnost vrátit vám vaše peníze za náklady jako výroba webu, grafika, programátor, PPC a SEO zpět.

Konverze se často udává v procentech jako míra toho, kolik lidí si od vás koupí. Nebo kolik lidí se u vás zaregistruje, stáhne si e-Book, něco vyplní apod. Jak konvertuje váš web, znamená, jak váš web vydělává. Konverze



je největší věda on-line marketingu. Proto o ní mnoho lidí mlčí. Kolik vás stojí jeden návštěvník? Kolik korun vyděláte z jednoho zákazníka?

A kolik si můžete dovolit zaplatit za jednoho návštěvníka svého webu?

To jsou klíčové metriky profíků on-line marketingu. Ptejte se na ně.

Žádejte umístění Google Analytics na svoje stránky, chtějte po lidech, kteří vám dělají web, aby vám pomohli s konverzí webu. To je možná ta nejkličovější věc, kterou můžete udělat právě teď.

## 4. DŮVOD

### DIAMANT V INTERNETOVÉM MARKETINGU? DATABÁZE.

Co stále zůstává diamantem internetového marketingu? E-mail. E-mail je dnes stále nejlepší adresa vašeho zákazníka. Pokud vám někdo říká, že to už nefunguje, neumí to, nebo vám lže.

Zaregistrujete se na Facebook nebo Google bez e-mailu? Ne.

Kvalitní a poctivě budovaná databáze e-mailů od lidí, kteří vám věnovali pozornost a svou důvěru, je váš zlatý důl. Diamantový důl. Byla. Je. A bude.

Budovat kvalitní databázi e-mailů ale není jen tak. Víte, že u e-mailu pořád trávíme většinu pracovního času u počítače? Otázka je, zda lidé tráví čas u těch e-mailů, které posíláte vy.

Můžete tušit, kde váš zákazník bydlí, nebo můžete mít přesnou adresu. A místem, kde bydlí v on-line světě na internetu, je jeho e-mailová adresa.

Devět z 10 firemních webů nebudují správně a soustavně databáze kontaktů. Touto chybou přicházejí o miliony.

Věnujeme se intenzivně osvětě e-mail marketingu posledních 6 let, ale mám pocit, že jsme stále na začátku. Uvědoměním si této chyby a zavedením správné strategie e-mail marketingu máte možná ne diamantový důl, ale rovnou továrnu na diamanty.

## 5. DŮVOD

### TREND, KTERÝ KOMPLETNĚ MĚNÍ INTERNET? VIDEO.

Tou poslední chybou, o kterou se s vámi chceme dnes podělit, je nepochopení toho, jakou formou dnes správně on-line budovat důvěru, získávat návštěvnost i kontakty. Video.

Viděli jste nějakou úspěšnou kampaň v poslední době, která by nepoužila video? Proč se nejbohatší firmy propagují v televizi?

Proč je největším megaprůmyslem filmový průmysl?

Lidé se potřebují bavit, mozek má rád akci a používání všech smyslů. Obraz, zvuk, text.

Vše dohromady tvoří dnes úspěch na internetu. Video. Text bude na internetu brzy tak oblíbený, jako je dnes teletext na televizi.

Pokud dnes nepoužíváte v marketingu video, je to chyba. Pokud dnes nebudujete důvěru přes videokanal např. na YouTube, děláte nejspíš chybu.

Pokud nedržíte pozornost návštěvníka svého webu svým videem, pak odejde.

Vaši message, vaši obchodní komunikaci je třeba šířit všemi dostupnými kanály a video způsobí, že o sobě dáte tam venku vědět.

# TEST

Nyní zde máte jednoduchý checklist, test a sami si spočítejte, kolik máte bodů? Kolik ANO máte?

1. Na vaší cestě zákazníka budujete důvěru jako první krok? Nebo spíš více prodáváte?
2. Jaký obsah mají informace na vašem webu, pomáhají, nebo jen prodávají? Mají informace na vašem webu takovou hodnotu, že byste se s chutí začeti sami?
3. Kam směřuje vaše pozornost na poli on-line marketingu více? Do návštěvnosti, nebo na konverze? Máte rovnováhu?
4. A jak jste na tom s budováním databáze e-mailových kontaktů? Kolik vám přibylo e-mailů při sledování tohoto videa? Jste spokojeni? Máte na stránkách web formulář? Máte další bod?
5. A naposled, jak teď využíváte on-line video ve svém marketingu? Je zastoupeno?

Za každou odpověď ano si dejte jeden bod. Kolik jste získali bodů? Odpověď znáte. Moje jistota je, že přidáním byť dvou bodů v oblastech výše můžete efektivitu svého on-line marketingu znásobit.

## JEŠTĚ NĚCO...

Než se dostaneme ke konkrétním 11 strategiím těch, kteří na internetu z online marketingu těží, přidám ještě jednu závěrečnou chybu.

Je to slovo, které všichni znají, ale nikdo mu nevěnuje pozornost. Tím slovem je **jednoduchost**.

Jaká je nejhodnotnější web stránka na světě? Google? A co je na ní? Téměř nic.

Formulář, přístup k hodnotným informacím.

Vše zde směřuje ke konverzi. Abyste vložili text a dali Enter.

Přílišná komplexnost, složitost, příliš mnoho informací a dat. Mnoho voleb znamená žádná volba.

Honit tři zajíce znamená nechytit ani jednoho. To je mé poslední doporučení vyplývající z optimalizací stovek stránek, platné pro většinu dnešních českých firemních webů.

Zjednodušit. DEJTE MU POZORNOST.

# JAKÝCH 11 STRATEGIÍ VEDE DNES K TOMU, ABYSTE ZMÍNĚNÝCH 5 CHYB HRAVĚ ODSTRANILI?

V minulých letech jsme pro vlastní a klientské internetové kampaně používali primárně 11 internetových strategií.

1. INFO MARKETING
2. EMAIL MARKETING
3. VIDEO MARKETING
4. WEBINÁŘ MARKETING
5. EBOOK MARKETING
6. BLOG MARKETING
7. FACEBOOK MARKETING
8. PPC MARKETING
9. SEO MARKETING
10. AFFILIATE MARKETING
11. DATA MARKETING

## INFO MARKETING

Tento v Čechách stále nový trend u nás chápe více a více firem. Jak použít správně to, co všichni chtějí, informace, tak, abyste se stali expertem v oboru, přitáhli pozornost, získali kredibilitu a samozřejmě nové klienty? O tom je info-marketing.

## VIDEO MARKETING

Emoce a zapojení smyslů. Dominance ve vyhledávacích. Udržení návštěvníků na stránkách. Vybudování důvěry rychleji, než bylo dříve možné. Virální šíření. O tom je dnes video. Levnější a dostupnější při tvorbě i publikování, než bychom si dříve dovedli představit.

## EMAIL MARKETING

Umění komunikace. Cílené a přesvědčivé. Použití správných nástrojů. Analýza a schopnost vyvolat akci pouhým rozesláním e-mailu. Na to se zaměřuje umění e-mail marketingu. Tak často podceňované a tak efektivní v každé oblasti podnikání i dnes. Ne spam, ale e-mail marketing dnes hýbe vaším prodejem.

## WEBINÁŘ MARKETING

Ti nejlepší prodejci vědí, že nejlépe funguje živé setkání. Prodej na živo. A moderní živá prezentace on-line ať už pro přímý prodej, prezentace nebo setkání je webinář. Kolik peněz, cestování a úsilí si vyžaduje dostat 20 lidí do místnosti, abyste jim mohli něco sdělit? A jak to udělat, abyste totéž udělali za pár stovek a vše svolali za pár minut? Vy z pohodlí kanceláře a klient v křesle obýváku? O tom jsou dnes webináře.

## EBOOK MARKETING

K čemu a jak v byznyse použít to, čeho se knižní průmysl tak trochu děsí? E-book a elektronická publikace PDF dokumentů je dnes váš nástroj, jak šířit know-how, poutat pozornost, získávat kontakty a kredibilitu nebo také přímo na e-booku vydělávat peníze v oblasti vašeho podnikání. E-book je typ obsahu, o kterém byste na internetu měli vědět.

## BLOG MARKETING

Již dávno není blogging o pár šílencích, kteří sdílejí svůj život skrz stránky na webu. Je to vaše vstupenka a místo pro spojení s vašimi zákazníky, klienty a příznivci. Vydávat vlastní noviny formou blogu byste dnes měli, ať děláte cokoliv. Top on-line marketéři světa na otázku, čím by dnes začali, kdyby přišli o vše, odpověděli: „Založil bych si vlastní blog.“

## FACEBOOK MARKETING

Netřeba představovat. Facebook je fenomén. Jak ho ale využít v byznyse malých a středních firem? Tak to je oříšek. Můžete naprosto pohořet nebo se svézt na tsunami sociálních médií a udělat to tak, aby i vaši zahrada pořádně zalila. Umění komunikace a interakce prostřednictvím sociálních médií je třeba trénovat a pak aplikovat v praxi.



## PLACENÁ REKLAMA A PPC

Buď víte, nebo platíte. Většina firem, které investují do PPC, netuší, zda něco vydělávají, ale dělají to dál. PPC je o testování a správné taktice, disciplíně a know-how. Co a jak funguje v PPC? To je dobré vědět, pokud chcete utrácet své peníze.

## SEO MARKETING

Všemi pády skloňované SEO. A většinou firem nepochopené SEO. Má vůbec smysl, aby byla vaše stránka na první pozici vyhledávání? To je otázka, kterou si kladte. Pokud je odpověď ano, pak se pusťte do postupu, který vás vytáhne nahoru, ať si Google nebo Seznam mění algoritmy, jak chtějí. Obsah je klíč k vašemu SEO.

## AFFILIATE MARKETING

Cizí slova někdy znamenají něco, co je nám velmi blízké. Provize a odměna se používá v prodeji odpradávná. Marži zná každý. A jakou marži mají vaši affiliate partneři při propagaci a doporučení právě vašich produktů a služeb? Jak vypadá vaše affiliate armáda, jak ji správně motivovat, odměňovat a řídit, o tom je affiliate marketing. Pro mnoho oblastí podnikání dokonalý zdroj obchodních příležitostí.

## DATA MARKETING

Měřit, co na internetu peníze přináší a co vám je bere, je tak základní věc, že ji ve finále nikdo nedělá. Málokdy správně. Jak a co dnes na webu měřit. Jaké metriky používat, jaké trendy sledovat a jak je správně vyhodnocovat. To by mělo být součástí každé rozumné internetové strategie nebo kampaně.

## DALŠÍ KROK

Vyberte si třeba jen jednu nebo dvě strategie a v nich se staňte mistrem. Nemusíte dělat všechno. Ti nejúspěšnější se stanou mistry nejprve v jedné strategii a využijí ji naplno. Teprve pak přidávají další.

Já jsem si **jako první vybral email marketingovou** strategii a teprve následně jsem k ní přidal ty ostatní. Pokud chcete jít v mých stopách, tak se podívejte na tréninkové videa na [www.emailacademy.cz](http://www.emailacademy.cz)

David Kirš



*David Kirš, autor a podnikatel. Člověk, který za posledních 6 let inspiroval stovky a pak tisíce podnikatelů, jak přemýšlet a dělat věci na internetu jinak. Expert v oblasti online vzdělávání a email marketingu, vizionář, inspirátor a životní idealista. Autor knihy Miliónový email. Oslovuje komunitu +100.000 lidí, jeho online kurzy prošlo přes 5.500 studentů a 1.700 účastníků se potkalo s Davidem živě na seminářích a akcích. Je autorem programů EmailAcademy, Prodej svůj talent a SuperHero Academy. Drží několik rekordů v prodeji online. Majitel SmartSelling a.s. a spolu zakladatel Nadačního fondu Šťastné Česko.*

*Dnes inspiruje hlavně jako autorita v oboru email marketingu a online vzdělávání mnoho expertů a lídrů, ale i začínající podnikatele, jak (nejen) díky internetu prodat svůj talent, podnikat ve flow a zjednodušit si život.*