



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

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.

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 videokanál 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 začetli 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...

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.

DALŠÍ KROK

Zjistěte, jak si zjednodušit život a podnikání díky internetu ve videích na www.emailacademy.cz



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.