

JAK VYUŽÍT INTERNET NA MAXIMUM

SPUŠTĚNÍM STRÁNEK NIC NEKONČÍ

Spustili jste internetové stránky a **nic dalšího neděláte?** Chyba! Využíváte **jen zlomek toho, co byste mohli z Internetu získat.** Na stránky vám budou chodit jednotky lidí nebo možná nikdo. Lidé vás nenajdou. Potenciální **zákazníci vám nebudou volat.** Nebudete díky Internetu **růst.**

JAK PODPOŘIT VÁŠ WEB?

Odlišnost od konkurence

- Najděte si zásadní odlišnosti od konkurence.
- Pokud to dokážete, vytvořte si vlastní trh.

CÍLE WEBU

- Stanovte si pro každou stránku cíl, který chcete dosáhnout (viz <http://bit.ly/e-cile-webu>).
- Pomocí odkazů ved'te zákazníka k danému cíli.
- Nabídněte službu / užitečné informace zdarma výměnou za e-mail návštěvníka.

TEXTY NA STRÁNKÁCH

- Udělejte si na začátku analýzu klíčových slov a zapracujte slova do stránek.
- Používejte na svých stránkách jazyk, kterým mluví vaši zákazníci.
- V textech vašeho webu řešte problémy svých budoucích zákazníků.

- Ukažte návštěvníkům, co a jak pomáhá vaše nabídka řešit.
- Zkoušejte různé varianty textů a měřte jejich vliv pomocí Google Analytics.
- Pište stručně a jasně. Žádné dlouhé věty.
- Rozšiřující informace umístěte na podstránkách.
- Odkazujte přímo z textu stránek na důležité podstránky vašeho webu.
- Mějte jazykově pestrý web.

BUDOVÁNÍ DŮVĚRYHODNOSTI

- Vložte do stránek Heureka.cz Ověřeno zákazníky (tip pro eShop).
- Výrazně získaná hodnocení z Ověřeno zákazníky propagujte (tip pro eShop).
- Nechte zákazníky vyplňovat recenze také na Google, Yelp.cz, Firmy.cz, Flob.cz...
- Uvolněte na svých stránkách užitečnou PDF z vašeho oboru.
- Napište a vydejte eKnihu nebo pište eKnihu na pokračování.
- Ukažte všechny své reference a zveřejněte citace zákazníků.
- Na svém blogu pravidelně komentujte události, které se týkají vašeho oboru.
- Zveřejňujte na Facebook stránce zajímavé tipy pro vaše budoucí zákazníky.
- Pište články do médií (viz <https://www.udemy.com/public-relations-v-praxi/>).
- Když vám vyjdou články v médiích, ukažte to lidem na svém webu.
- Natáčejte odborná videa na YouTube a dávejte je také na svůj web.
- Poskytněte recenze službám, které používáte.
- Poskytněte recenze autorům zajímavých knih (viz příklad <http://zpetnyodkaz.cz/>).
- Zastaňte se svých zákazníků ve sporu s intituací či jinou firmou (<http://bit.ly/1mdgCg5>)
- Buďte sami sebou a dějte to, co vyhovuje vám (pro inspiraci viz <http://bit.ly/1kJwJH>).
- Vydávejte pravidelný a užitečný e-mailový zpravodaj (newsletter).

PŘIVEĎTE NÁVŠTĚVNÍKY NA STRÁNKY

- Pište pravidelně svůj blog (webový deník) o tom, co zajímá vaše zákazníky.
- Důležité informace zveřejňujte jako první.
- Odkazujte na jiné blogy a spolupracujte s dalšími autory / podnikateli.
- Přispívejte svým názorem do diskusí a na weblozích.
- Založte si odborný blog například na iDNES.cz.
- Prohledejte oborové katalogy a zvažte registraci zdarma.
- Začněte pořádat kurzy zadarmo i za peníze třeba s <http://www.naucmese.cz/>
- Vybudujte atraktivní Facebookovou stránku z oboru a odkazujte na svůj blog.
- Přidejte se na Hearth.net a nabídněte poradenství zdarma.
- Vyhledejte skupiny na Facebooku a nabídněte (opatrně!) členům výhody zdarma.
- Upozorňujte na podvody a neetický přístup jiných firem (<http://bit.ly/Kf3vPG>).
- Vydávejte ročenky, kvartální hodnocení, žebříčky...
- Vyzkoušejte reklamu ve vyhledávačích a v obsahové síti (Sklik.cz, Google.com/AdWords).
- Uspořádejte seminář přes Internet (Webinare.cz, Webinar.cz...)

MĚŘTE a vyhodnocujte

- Pořídte si měření Google Analytics (www.google.com/analytics).
- Testujte své weby (Optimizely.com, Visualwebsiteoptimizer.com, Inspectlet.com, Myx.cz).
- Testujte své weby na lidech (uživatelské testování)
- V Google AdWords používejte automatické značkování a propojení s Analytics.
- Pro Sklik používejte ruční značkování pomocí Google URL Builderu.

PODPORA WEBU PŘINÁŠÍ VÝSLEDKY

Podívejte se na konkrétní příklady z praxe. **Přesvědčí vás, že je opravdu důležité** věnovat svému webu pozornost a **využívat internet na maximum**. Jsou to příklady firem, které mají **skutečné finanční výsledky**.

PARMINUT.CZ (SÁM DĚLÁM TO, CO DOPORUČUJI VÁM)

- **ParMinut.cz v číslech:**
 - Na volné noze od června 2011
 - Stovky hodin bezplatných konzultací
 - 95 % klientů hodnotí spolupráci kladně
 - 46 zákazníků ocenilo práci i slovním hodnocením
 - Celková návštěvnost webu: 26 295 návštěv za rok 2013
 - Zvýšení počtu platících zákazníků ze 12 (rok 2011) na 78 (rok 2013)
 - V roce 2013 jsem klientům ušetřil více než 46 000 Kč (viz www.parminut.cz/nabidkamat/)
- **Co jsem například udělal:**

- *Nabídka auditu webu a eKnihy zdarma*
- Výsledek: přes 40 auditů webů, přes 1 000 e-mailů v databázi. 268 stažení eKnih.
- *Dlouhodobá správa facebook stránky Podnikání na Internetu a další aktivity na Facebooku*
- Výsledek: přes 4 234 návštěv z Facebooku za rok 2013
- *Dlouhodobá aktivita na osobním Twitteru, občas na LinkedIn.com*
- Výsledek: 573 návštěv z Twitteru, 837 placených návštěv. LinkedIn 92 návštěv za rok 2013
- *Vylepšování profilu Navolnenoze.cz a psaní vlastního blogu*
- Výsledek: 318 návštěv (nárůst o 44 %). Na blogu přes 8 000 zobrazení článků za rok 2013
- *Hájl jsem zákazníky ve sporu s firmou Profimedia prostřednictvím veřejné výzvy*
- Výsledek: 3 011 zobrazení, desítky telefonátů, článek na titulní straně Novinky.cz
- *Za 1 Kč na konto ministra financí jsem se dostal do hlavních zpráv TV Nova*
- Výsledek: zmínka ve článku na CeskaPozice.cz a magazínu Objevit.cz

- **Huradosveta.cz a EasyRoomLetting.com v číslech:**
- Dlouhodobá obsazenost 97 %
- Od založení využilo služeb firmy 420 zákazníků
- Pomohli najít práci v Anglii více než 330 zákazníkům
- Klient začínal s jedním domem, nyní má 13 domů, z toho dva vlastní

- **Co jsem klientovi poradit a zajistil:**

- *Vybudování důvěryhodného webu*
- Výsledek: lidé nemají strach jezdit s Hurádosvěta do Anglie. Hlásí se také hodně žen.

- *Doporučení, aby klient psal svůj blog*
- Výsledek: navýšení počtu příchozích lidí z vyhledávačů.

- *Doporučení, aby klient využil AirBnb.com a další služby*
- Výsledek: nárůst počtu zájemců o ubytování. Klient nepoužívá placenou reklamu.

OBCHOD-ŠETRILEK.CZ

- **Obchod Šetřilek v číslech:**
- Z nuly až na 38 000 objednávek
- 2 941 recenzí, 98 % zákazníků doporučuje obchod k nákupu

- **Co jsem klientovi poradit a zajistil:**

- *Jak se starat o obchod a zlepšit naležitelnost obchodu ve vyhledávačích.*
- Výsledek: nárůst návštěvnosti o 75 % oproti předchozímu roku. Tržby příchozích návštěvníků z vyhledávačů o 40 % vyšší, než v roce 2012.
- *Dlouhodobá správa reklamní kampaně ve vyhledávačích a neustálé zlepšování kampaní*
- Výsledek: nárůst tržeb o 7,66 % oproti roku 2012.
- *Dlouhodobé zvyšování důvěryhodnosti*
- Výsledek: nárůst počtu objednávek za den.

PRIPOJEN.CZ

- **Připojen.cz v číslech:**
- Začínali v jedné vesnici, dnes jsou ve 24 vesnicích.
- Klient si zajišťoval práci sám, dnes má jednoho technika jako zaměstnance.
- **Co jsem klientovi poradit a zajistil:**
- *Jaký zvolit název (Připojen.cz) a co říkat zákazníkům („Prostě připojen“)*
- Výsledek: výrazné odlišení od konkurence a nárůst počtu zákazníků. Konkurence představovala své produkty příliš komplikovaným způsobem. Můj klient představil jednoduchý ceník a mluvil na zákazníky jejich jazykem, bez IT hantýrky.

- *Jaké argumenty dávat do letáků, které klient házel do schránky (propagovat jednoduchost)*
- Výsledek: díky srozumitelnosti a jednoduchosti nárůst počtu zákazníků.
- *Vytvořeny levné webové stránky*
- Výsledek: klient ušetřil více než 30 000 Kč.
- *Co a jak psát na svůj web, jaké výhody uvádět*
- Výsledek: když lidé hledají připojení k Internetu v práci nebo u přátel, klient se zobrazuje na viditelných pozicích ve vyhledávačích. Díky tomu nemusí klient používat internetovou reklamu.

PANDEMIC.CZ

- **Pandemic.cz v číslech:**
- 98 % zákazníků obchod doporučuje.
- Postupný nárůst počtu objednávek a spolupráce s významnými firmami (McDonald's...)
- **Co jsem klientovi poradit a zajistil:**
- *Reagujte na aktuální události. Buďte více než jen internetový obchod s vtipnými tričky.*
- Výsledek: vymysleli triko „Nezapomeň na okurku“, které reagovalo na „náborové“ video řetězce McDonald's. Všiml si jich řetězec McDonald's a vznikla z toho spolupráce.
- *Zapojte do výroby triček komunitu vašich zákazníků a dělejte jen trička, která vyhoví hodnocení.*

- Výsledek: <http://www.pandemic.cz/tees/realised>

BONTONLAND.CZ

- **Bontonland.cz v číslech:**
- Celkové tržby obchodní sítě Bontonland byly 256 milionů korun (2012)
- 4 759 recenzí na Heureka.cz, 94 % zákazníků obchod doporučuje.

- **Co jsem klientovi poradit a zajistil:**
- *Upozornil jsem klienta na chyby, které byly spojeny s předchodem na nový internetový obchod. Klient dostal šest stran podrobných doporučení a upozornění na chyby, které vedly ke zbytečné ztrátě zákazníků.*
- Výsledek: zvýšení počtu objednávek příchozích návštěvníků.

ESET.CZ

- **ESET v číslech:**
- 40 zaměstnanců, obrat 272 milionů korun (zisk 25 milionů korun), zdroj: Sběrka listin; výroční zpráva za rok 2011

- **Co jsem pro ESET dělal?**
- *V ESETu jsem 2,5 roku pracoval jako zaměstnanec v oddělení marketingu. Byl jsem přímý podřízený marketingové ředitelce a odpovídal jsem za internetový marketing. Přímě jsem se podílel na reklamních kampaních a zlepšování webu ESET.cz.*

- Vybrané výsledky: spuštění nového webu ESET.cz. Odcházel jsem s 95% hodnocením spokojenosti. Z mých nápadů používá ESET dodnes Nemameradiviry.cz na Facebooku, některé stránky na firemním webu a vybrané projekty (například výpis partnerů).

ZDE MŮŽETE BÝT VY!