



Wojciech Widzicki

Psycholog Biznesu, wykładowca na studiach podyplomowych „Marketing internetowy i e-biznes”, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz. Asesor w konkursie Polish Project Management Award (IPMA Polska). Od 2001 roku wprowadza na rynek sklepy internetowe oraz projektuje strategie dla marek wykorzystujących Internet do budowy wizerunku i sprzedaży.

O czym porozmawiamy?

- Jakie są trendy w marketingu internetowym?
- Które narzędzia są skuteczne?
- Jak nie wydając dużych budżetów na kampanię osiągnąć sukces?
- Strona internetowa słabym ogniwem każdej kampanii.

Trendy 2020

- Wykorzystanie Wideo i Webinarów
- Automatyzacja (marketing automation)
- Omnichannel
- Chat boty
- Budowa marki



ANALIZA SYTUACYJNA

- Analiza branży
- Analiza konkurentów
- Analiza konsumenta





Klient – kim on jest

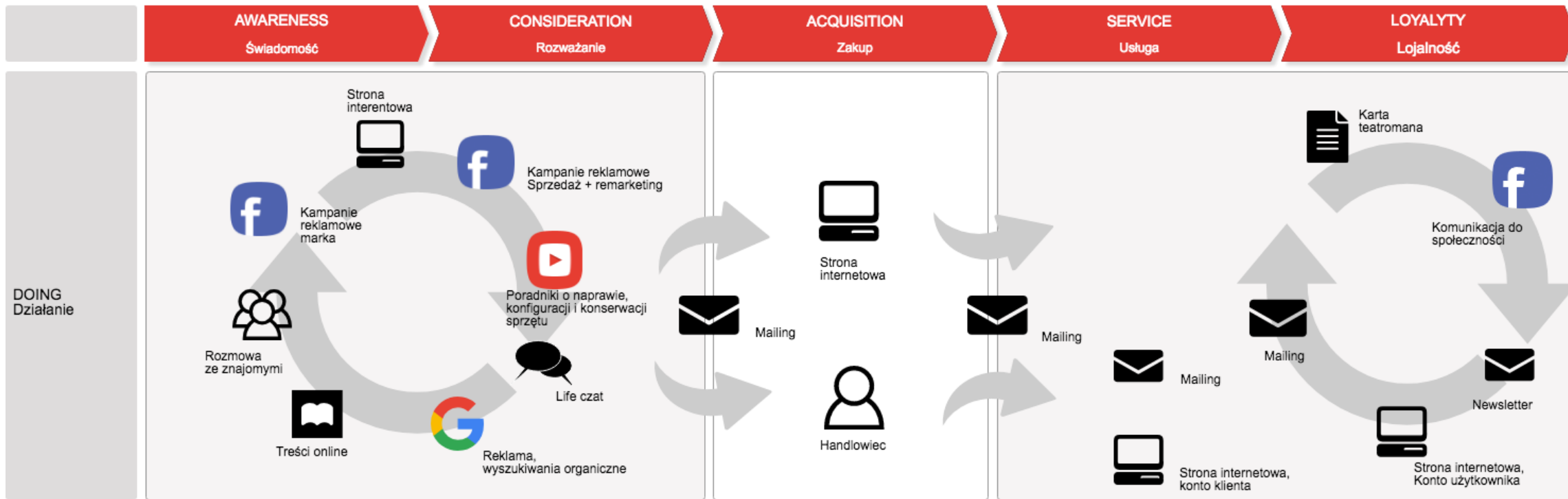
Kim on jest?

- Co nim kieruje
- Co czuje?
- Co myśli?
- Jakie ma doświadczenie z naszą firmą/produktem?

A photograph of two hikers on a mountain trail. The hiker on the left is wearing a yellow shirt, black shorts, and a large orange backpack. The hiker on the right is wearing a green shirt, orange shorts, and a large black and yellow backpack. They are both using trekking poles. The trail is rocky and grassy, leading up a hillside. In the background, there are large, rugged mountains under a blue sky with some clouds.

PODRÓŽ KLIENTA

Customer Journey MAP - mapa podróży klienta



Content is the king

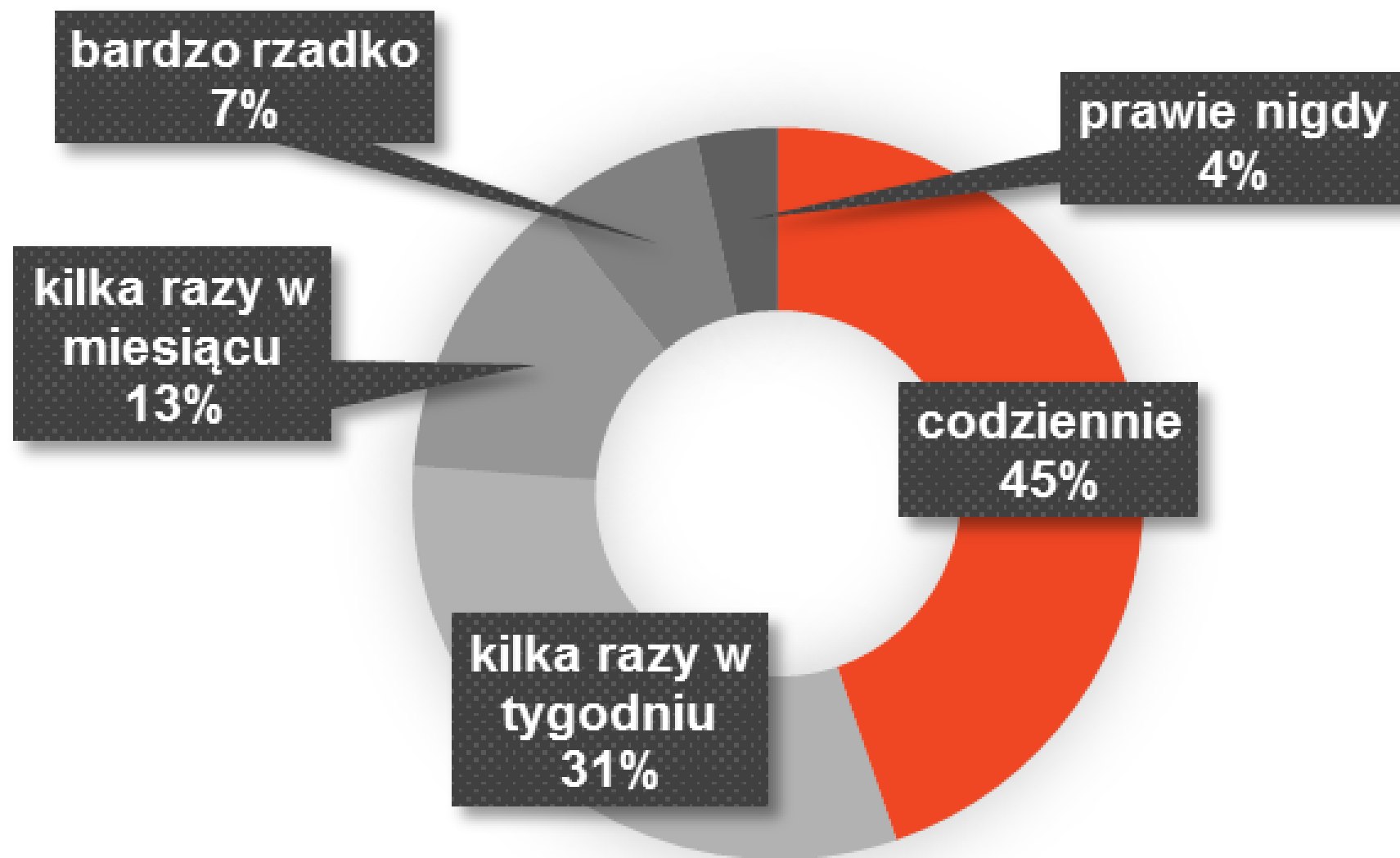
- Blog
- Wywiad
- Artykuł
- Film
- Zdjęcie



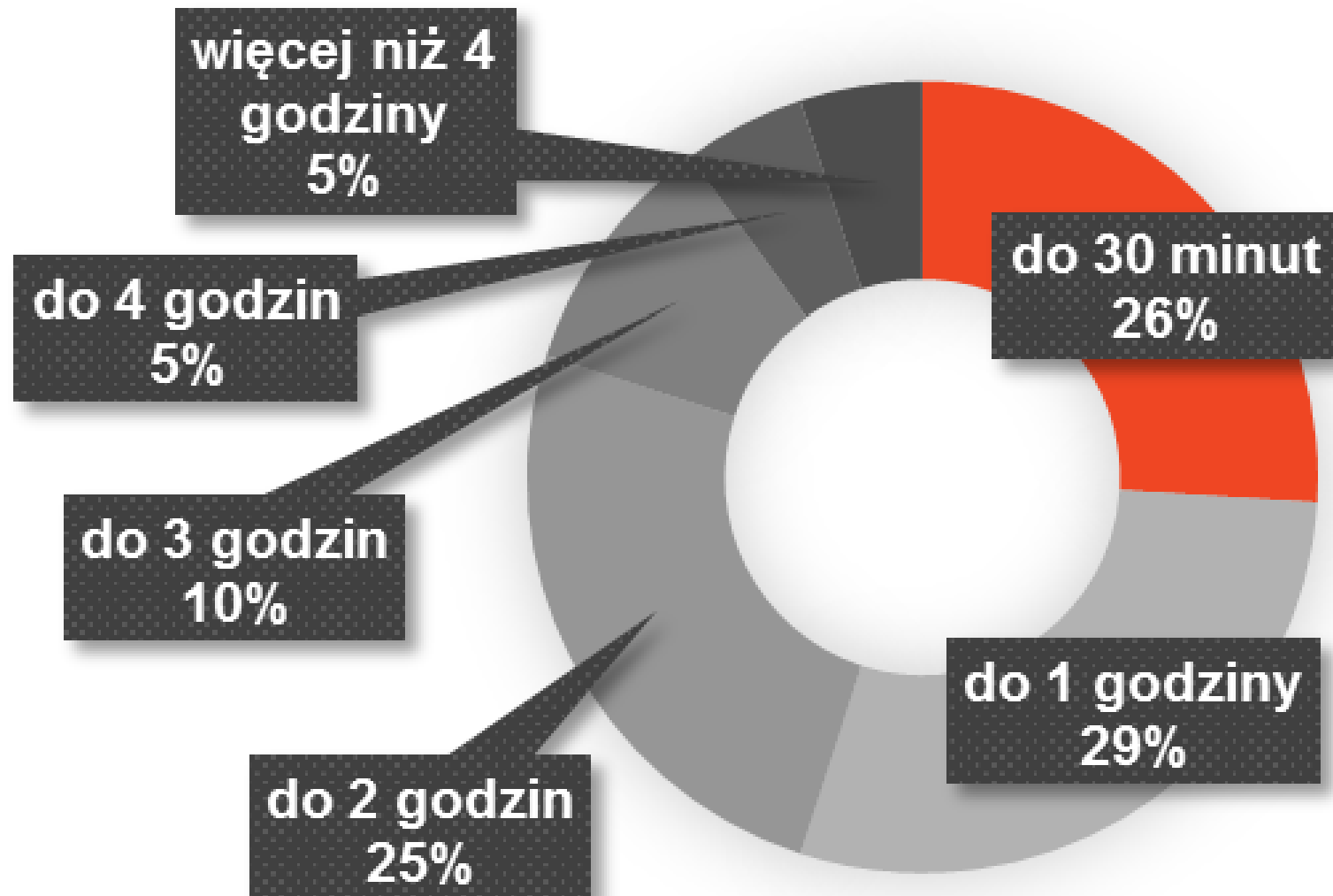


Wideo online - zaangażowanie

Częstotliwość oglądania treści wideo w Internecie



Ilość czasu dziennie przeznaczana na oglądanie treści wideo w Internecie



SEO

SEO – Search Engine Optimization

Najważniejsze elementy:

Treść

Budowa strony internetowej

Optymalizacja strony:

Sposób pisania, zawartość treści

Meta tagi (keywords, description, title)

Opisy obrazków

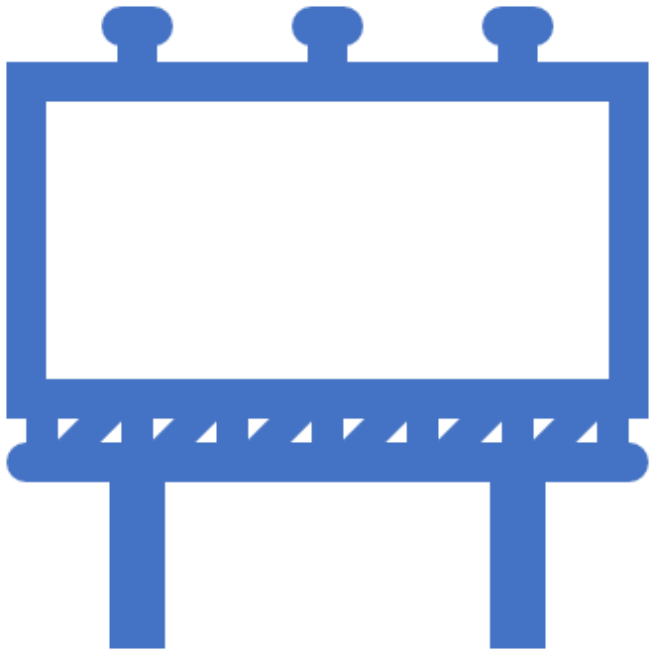
Linki wewnętrzne

Szybkość ładowania strony

Pozycjonowanie

Mity:

- Pierwsza pozycja w Google sprzedaje
- Jest skuteczniejsze niż reklama Adwords
- Ludzie nie klikają w reklamy
- Jest za darmo



Pozycjonowanie

Pozycja w Google	Średni udział w ruchu
1	32,5%
2	17,6%
3	11,4%
4	8,1%
5	6,1%
6	4,4%
7	3,5%
8	3,1%
9	2,6%
10	2,4%

Pozycjonowanie

Wyrażenie kluczowe	Miesięczne wyszukiwania lokalnie
spa kaszuby	880
spa pomorskie	880
weekend w spa dla dwojga	480
hotel kaszuby	390
weekend spa dla dwojga	320
Hotel spa pomorskie	260
hotel spa kaszuby	260
spa na kaszubach	210
hotel na kaszubach	170
sale weselne pomorskie	170
sala weselna pomorskie	170
wesele na kaszubach	110
sala weselna kaszuby	140
sale weselne kaszuby	140
hotel pomorskie	110
hotel z basenem pomorskie	110
	4800

Narzędzia poprawiające skuteczność kampanii

Chat, Wideo chat

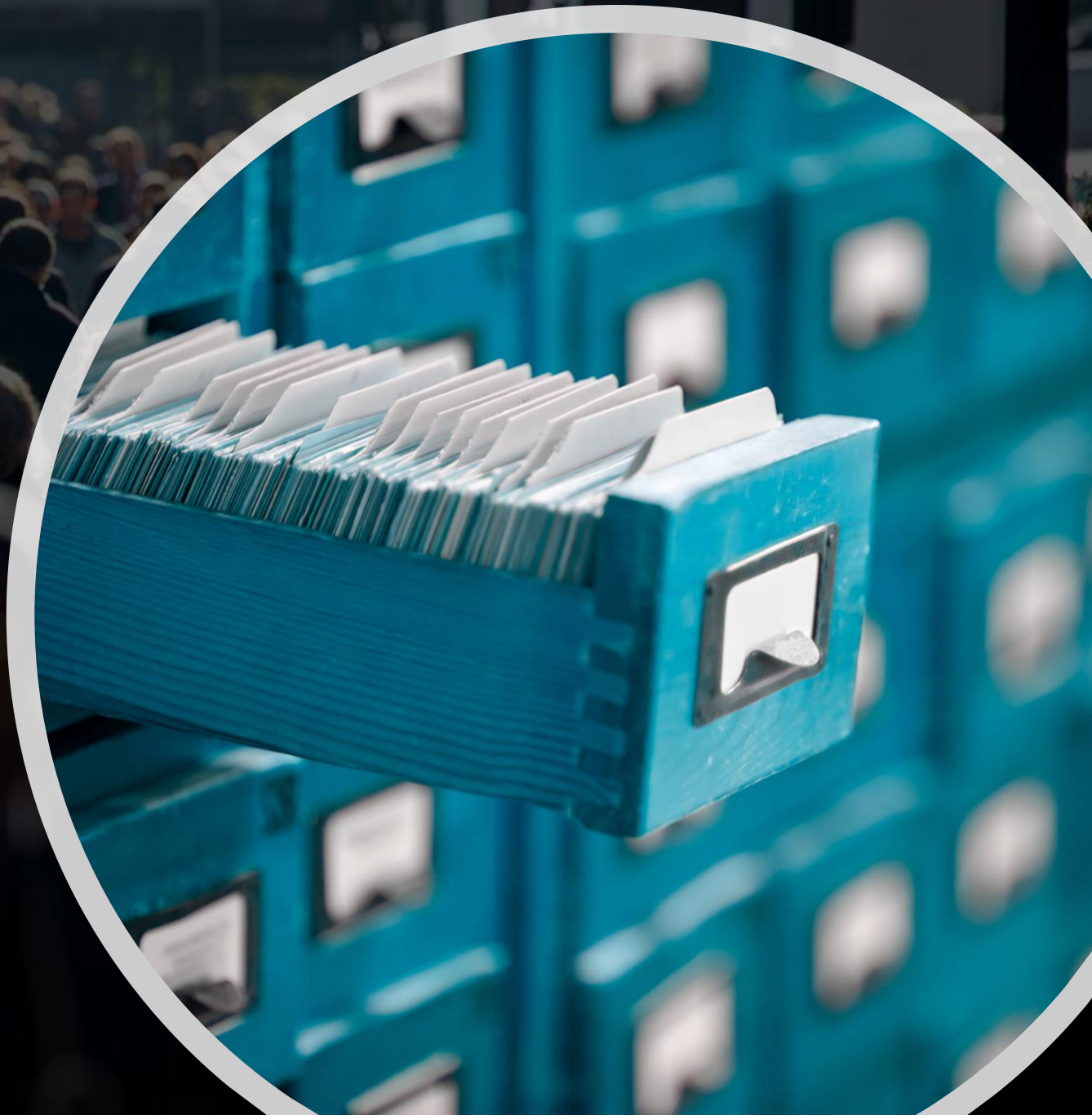
Push up

Web push

Zostaw numer oddzwonimy w ciągu 27 sekund

Marketing automation

BAZA DANYCH





Dziękuję za
uwagę