



JAKUB PASZKOWSKI

JAK ZWIĘKSZYĆ SPRZEDAŻ ONLINE

Poradnik skutecznego e-marketingu



.wstęp

Temat zwiększenia sprzedaży online dotyczy tak naprawdę każdego rodzaju prowadzonej działalności.

Nieistotne jest więc czy prowadzisz sklep internetowy, czy też zajmujesz się świadczeniem usług. Tak samo nieistotna jest skala biznesu - zajmujesz się tym na dużą ogólnopolską skalę, średnią - wojewódzką, a może działasz na rynku lokalnym. Istotne tak naprawdę jest to by dotrzeć do odpowiedniej grupy odbiorców w regionie, który obsługuje, lub chce obsługiwać Twoja firma i pokazać im, że **oferta Twojej firmy, jest tą, na którą warto się zdecydować.**

Ten e-book został opracowany z myślą o wszystkich przedsiębiorcach - małych, średnich i dużych, dopiero rozpoczynających swoją przygodę, jak i tych prowadzących już firmy. **Powstał on dla przedsiębiorców** którzy nie chcą zostawić rozwoju biznesu przypadkowi.

Ten e-book to przedstawienie najskuteczniejszych technik e-marketingu zebrana dla Ciebie przez zespół firmy **smuggled**.

Jakub Paszkowski

Właściciel agencji **smuggled**

jakubpaszkowski.pl

smuggled.pl



.pozycjonowanie

#seo

Dobrze poprowadzona kampania SEO daje długotrwałe efekty dzięki efektowi kuli śnieżnej.

Pozycjonowanie to tak naprawdę temat rzeka. Składa się bowiem na nie wiele ogólnych elementów takich jak keyword research, optymalizacja serwisu, content marketing czy linkbuilding (zarówno wewnętrzny jak i zewnętrzny). **Działania z zakresu SEO powinny być prowadzone dla każdego serwisu, niezależnie czy jest on zupełnie nowy czy ma swoją historię.**

Oczywiście zupełnie inaczej wygląda pozycjonowanie serwisu świeżego od serwisu kilkuletniego cel tych działań jest jednak ten sam - **wprowadzenie i umocnienie widoczności serwisu na kluczowe frazy** w organicznych wynikach wyszukiwania.

Proces pozycjonowania nie należy do najprostszyc i najłatwiejszych, dlatego najlepszym wyborem jest oddanie tej części tortu specjalistom, którzy przygotowują wytyczne nienarządzające serwisu na filtr ręczny lub algorytmiczny ze strony Google za stosowanie **technik Black Hat SEO**.

Jeżeli jednak nie chcesz początkowo inwestować pieniędzy w ten rodzaj działań polecam Ci przeczytać więcej na temat samodzielnej optymalizacji serwisu na moim **[blogu w sekcji samodzielnej optymalizacji serwisu](#)**.

.google ads #ppc

Kampania Google Ads daje nam natychmiastowe efekty, które trwają jednak tak długo jak wpłacany jest budżet.

Kampanie PPC charakteryzuje **wysoka skuteczność** ze względu na umiejscowienie naszych reklam na np. **jednej z pierwszych trzech pozycji** w wynikach wyszukiwania, produktu w karuzeli ponad wynikami wyszukiwania oraz w kilku innych miejscach. Siłą rzeczy nasza reklama PPC jest od razu **lepiej widoczna** aniżeli wyniki organiczne (efekty pozycjonowania). Sprawia to, że zabiera ona dużą część użytkowników, tym samym zmniejszając ruch z SEO.

Kampania Google Ads posiada jednak **jeden minus** - w momencie gdy przestaniemy wpłacać budżet reklamowy, przestaniemy się wyświetlać, tym samym zmniejszymy swoje szanse na **większy udział w rynku**.

O ile sama **konfiguracja kampanii wydaje się być łatwa**, o tyle utworzenie skutecznej kampanii, która pozwoli nam na zwiększenie sprzedaży produktów czy usług nie jest już takie proste chociażby ze względu na konieczność dobrania słów kluczowych. Musimy również **zwracać uwagę na wykluczające frazy, wskaźnik jakościowy, stawki** i kilka innych czynników, które odpowiadają za skuteczność naszej reklamy.

Kampanię Google Ads polecamy wszystkim firmą, a w szczególności tym, które dopiero wchodzą na rynek. **Na początku kampania PPC pozwoli napędzić biznes, później pomaga go rozwijać.**

.facebook ads

Facebook to kombajn marketingowy, od nas zależy jak go wykorzystamy.

Facebook oferuje nam bardzo **wiele sposobów promocji naszej firmy**. Pierwszym podstawowym jest **Fanpage** naszej marki bez którego nie jesteśmy w stanie się promować na tej platformie. Jego utworzenie i prawidłowa optymalizacja ułatwi internautom podjęcie decyzji czy chcą śledzić naszą firmę w social mediach czy też nie.

O ile na Facebooku istotna jest liczba osób, która **śledzi nasz fanpage**, o tyle istotniejsze jest to **ilu użytkowników wchodzi w interakcję z nami**. Chodzi tutaj o komentarze, popularne "lajki" czy też udostępnienia naszych wpisów. Pamiętaj więc o tworzeniu **angażujących, ciekawych wpisów**, które mogą osiągnąć postać reklamy wirusowej tzw. **viral'u**.

Sam Fanpage to jednak **za mało by zwiększyć sprzedaż** naszych produktów/usług. Konieczna okaże się inwestycja w **reklamy płatne**. Tutaj wybór mamy szeroki. Od **promowania posta i samej strony** przez dużo ciekawsze i **bardziej skuteczne metody reklamy**.

Dla sklepów oferujących produkty ciekawą opcją będzie **prezentacja kolekcji marki** wraz z cenami oraz reklama typu karuzela.

Dla firm usługowych polecam **kanwe w wersji wideo** - fajnie zaprezentowane może stać się **viralem** oraz **kampanię leadową** - zbierającą formularze kontaktowe.

.content marketing

Content marketing obecny jest w każdej formie e-marketingu i jest istotnym elementem strategii.

Decyzja o podjęciu działań z zakresu content marketingu jest **kluczowa** by działania, które są prowadzone w ramach strategii e-marketingu przyniosły **maksymalny efekt**. Dzieje się tak ponieważ **content wykorzystywany jest w każdym elemencie reklamy** naszego serwisu.

Począwszy od działań **SEO z zakresu pozycjonowania**, gdzie konieczne jest wyposażenie wszystkich istotnych podstron w stosunkowo **długą i dobrą jakościowo treść**, która po pierwsze będzie **wspierać pozycjonowanie serwisu**, a po drugie **zainteresuje użytkowników**. Bez tego elementu możemy długo czekać na efekty.

Kolejnym punktem są **kampanie PPC w Google Ads**. Dobra reklama zbierające konwersje wymaga **świetnych tekstów reklamowych**, które zainteresują i zapadną w pamięć użytkowników. Bez tego elementu nasza reklama będzie po prostu jedną z wielu.

Kampanie Facebook Ads również wymagają **nieszablonowych tekstów reklamowych**, ponadto dochodzą wpisy, o których pisałem wyżej - angażujące i ciekawe **bez nich zasięgi naszych postów zostaną mocno zmniejszone**.

.analityka internetowa

Odpowiednio skonfigurowana analityka pozwala lepiej optymalizować działania powodujące konwersje.

Istotnym elementem w każdego typu kampanii jest również **analityka internetowa**, która pozwala nam między innymi na mierzenie konwersji, czyli sprawdzenie czy prowadzona kampania przynosi zamierzone efekty (wzrost sprzedaży, wykonanych telefonów/maili czy też przesłanych formularzy kontaktowych).

Prowadzenie działań e-marketingowych bez skonfigurowanej analityki (Google Analytics, Google Search Console, Google Tag Manager) jest **wyrzucaniem pieniędzy w błoto**, gdyż nie mamy kontroli nad ilością i jakością wpływających leadów czy też zamówień.

Jeżeli zastanawiasz się jak ustawić wspomniane powyżej cele to zapraszam do zapoznania się z **materiałem wideo**, w którym przedstawiam ten proces krok po kroku ([by odtworzyć kliknij poniższą grafikę](#)).



.podsumowanie

Wybór narzędzi e-marketingu nie jest prosty, ale konieczny do zwiększenia sprzedaży online.

Jeżeli zastanawiasz się, na które z wskazanych działań e-marketingu powinieneś się zdecydować odpowiem krótko. **Na wszystkie.** Zdaję sobie jednak sprawę, że często budżet nie pozwala na taki wybór, tutaj jednak **zaskoczę Cię drogi czytelniku.**

Dobrze **rozplanowany i rozpisany kalendarz akcji marketingowych** pozwala na **maksymalizację wyników konwersji przy minimalizacji kosztów**, które trzeba ponieść.

Dzieje się tak za sprawą **sezonowości w każdej branży i możliwości przesuwania budżetów** na akcje, które w danym okresie czasu wymagają dodatkowej uwagi. Fachowo nazywamy to **elastycznym budżetem marketingowym.**

Jeżeli chcesz bym **za darmo** opracował najlepszą dla Ciebie **strategie działań e-marketingowych** dla Twojej firmy wypełnij, **krótki formularz kontaktowy** ([kliknij poniższą grafikę](#)), odpowiadając na kluczowe pytania. **Na końcu wprowadź kod rabatowy "jak zwiększyć sprzedaż online"**, a przygotuję dla Ciebie wycenę z uwzględnieniem **15% rabatu.**

Jeżeli posiadasz kod rabatowy wpisz go w tym miejscu.

Twoja odpowiedź