

50 tipov pre váš marketing

(Uvedené tipy by Vám mali pomôcť pri plánovaní vašich marketingových aktivít)

I. Marketingové riadenie a plánovanie

1. Vytvorte si zoznam najdôležitejších VIP zákazníkov a pomáhajte im pri dosahovaní ich cieľov.
2. Zapamätajte si, že počúvanie zákazníka a komunikácia s ním je ďaleko efektívnejšia ako jednostranná propagácia či reklama.
3. Pravidelne si analyzujte svoje predajné výsledky a ziskovosť podľa rôznych kritérií a svoj marketing sústreďte na najvýnosnejšie a najziskovejšie produkty a služby.
4. Investujte do marketingu. Bezplatná propagácia je fajn, ale pokiaľ vám 1 euro prinesie 10 Euro zisku, choďte do toho.
5. Zapamätajte si, že marketing je kontinuálny , neustály a dlhodobý proces. Venujte mu svoj čas, aby ste naozaj mohli fungovať poľa vašich predstáv.
6. Oboznámte sa s typickým nákupným cyklom zákazníka. Od prvotnej informácie môžu uplynúť minúty, ale aj mesiace marketingovej prípravy.
7. Ponúknite zákazníkovi skvelý produkt alebo službu. To znamená taký produkt, ktorý zákazník nutne potrebuje, ktorý mu pomôže dosahovať jeho ciele, pri ktorom je ochotný zaplatiť prémiovú cenu a ktorý prekoná jeho očakávanie.
8. Zostavte si marketingový plán. Marketingový plán aktualizujte. Zistite si, ktoré marketingové aktivity a nástroje sú efektívne pre váš biznis.
9. Ak ste si ešte marketingový plán nevytvorili, urobte tak čo najskôr.
10. Definujte vašu unikátnu výhodu a propagujte ju vo svojich vyjadreniach. Odlíšiť sa od konkurencie je pre firmy kriticky dôležité. Okrem toho budete mať pripravenú odpoveď, keď sa vás zákazník spýta prečo si má kúpiť produkt či službu práve od vás, a nie vo vedľajšom obchode.

11. Zvýšte povedomie o marketingu vo svojej firme, posilnite tím okrem iného aj imidž marketingu vo firme. Zapamätajte si, že každý zamestnanec, ktorý sa dostáva do kontaktu so zákazníkom je aj vašim marketingovým pracovníkom.
12. Nehľadajte zákazníkov pre vaše produkty, ale produkty pre vašich zákazníkov. Inými slovami - uprednostňujte marketingovú koncepciu pred koncepciou predaja.
13. Nebojte sa strategického plánovania na niekoľko rokov vopred. Určite si víziu, ako by mala vaša firma vyzeráť o 5 rokov, a následne si definujte svoje dlhodobé ciele. Pokiaľ sa vám bude zdať, že je to beh na dlhé trate, spomeňte si, čo ste robili pred piatimi rokmi, a zistíte, že to ani tak dávno nebolo.
14. Zapamätajte si, že marketing robíte predovšetkým preto, aby sa zlepšili vaše obchodné výsledky. Zvážte preto všetky možnosti a príležitosti ako dosiahnete vyššie zisky a podporujte ich svojim marketingom.
15. Úspešní budete len vtedy, keď dokonale spoznáte svojho zákazníka a ponúknete mu presne to, čo si želá.
16. Nesnažte sa konkurovať iba cenou. Predovšetkým to platí v konkurenčnom boji s veľkými firmami, ktoré majú oveľa lepšie predpoklady, aby v takomto boji s malými firmami zvíťazili. Nízke ceny znamenajú nízky zisk a málo financií pre zdravý rozvoj firmy.
17. Porovnajte si svoju ponuku s konkurenciou. Analyzovať môžete celý rad vecí, napríklad svoj kľúčový produkt alebo službu. Zapište si najdôležitejšie údaje a rozhodnite sa, čo s nimi urobíte.
18. Svoj marketingový plán spracujte osobitne pre každú cieľovú skupinu, s ktorou pracujete. Marketing typu "jedna-super-ponuka-pre všetkých" nefunguje, svojich potenciálnych zákazníkov skôr odradíte, ako zaujmete.
19. Pre svoj marketing si stanovte konkrétne ciele a termíny
20. Vyhodnocujte svoj marketing pravidelne. Každý mesiac si vyhodnoďte jeho úspešnosť a určite si, na čo sa zameriate na budúci mesiac.
21. Využívajte pre svoj marketingový výzkum informácie z infografík, poskytnú

vám prehľad o tom, aké marketingové aktivity využívajú firmy najčastejšie. V súčasnosti je na internete k dispozícii pomerne bohaté spektrum infografík a ponuka sa stále rozširuje.

22. Robte, čo robí vaša konkurencia. Ak je vaša konkurencia úspešná, pravdepodobne robí správne veci správnym spôsobom. Pozrite si jej web, aké propagačné nástroje a formáty reklamy požíva, akým spôsobom komunikuje so zákazníkmi. Nekopírujte však, ale sa inšpirujte.

23. Robte niečo iné ako robí vaša konkurencia. To, že vaša konkurencia nevyužíva niektorý zo spôsobov propagácie alebo marketingový nástroj ešte neznamená, že tento typ propagácie nebude fungovať. Otestujte ich s malými nákladmi, neváhajte.

24. Majte na pamäti hodnotu zákazníka, nie hodnotu individuálneho obchodného prípadu. Bude nakupovať opakovane, a pokiaľ áno, po ako dlhom období? Aká je ziskovosť jeho objednávok, nákupu? Aké sú náklady na marketing, predaj, komunikáciu a administratívu spojenú s týmto zákazníkom? Aký zisk nám prinesie v priebehu celého "životného cyklu zákazníka"?

25. Používajte vhodné nástroje - celý rad je z nich zadarmo a ušetria vám veľmi veľa času.

Odporúčanie:

Google Analytics - pre analýzy na webe

Google Sites, Google Blogger a WordPress pre blogy a mikroweby.

Google Hangouts pre webináry

RSS čítačka Feedly pre sledovanie marketingových noviniek

Poznámky Evernote vrátane výborného Web Clipperu pre archiváciu zaujímavých poznámok

(Pozn.: A existuje ešte celý rad ďalších)

II. Marketingová komunikácia

26. Pracujte so sociálnymi sieťami efektívne. Nemusíte byť všade, niekedy je menej viac.

27. Nadviažte spoluprácu s obchodným partnerom, ktorý je zameraný na rovnakú cieľovú skupinu ako vy, ale s ktorým si navzájom nekonkurujete. Získate tak prístup k novým zákazníkom a vďaka spoločnému marketingu ušetríte.

28. Svoje marketingové informácie zamerajte na prednosti svojich produktov a služieb, a nie na ich vlastnosti.

29. Pri tvorbe svojej marketingovej informácie majte na pamäti (Attention, Interest, Desire, Action). V záplave ostatných reklamných informácií musí byť vaša informácia dobre viditeľná a musí zaujať, aby jej vôbec zákazník potenciálny zákazník venoval pozornosť. Až následne môžete zákazníka presvedčať o výhodách svojej ponuky a vyvolať jeho aktivitu.

30. Poskytujte svojim zákazníkom a potenciálnym zákazníkom užitočný obsah. Posilníte tak význam svojej značky, reputáciu odborníka v danom odvetví, získate kontakty, s ktorými môžete ďalej pracovať. Svoj obsahový marketing doplňte o ďalšie nástroje, aby mohol naozaj dobre fungovať.

31. Načasujte si svoje marketingové aktivity správne, môžete si tak mnohonásobne zvýšiť ich efektívitu.

32. Testujte svoje aktivity v maximálnej miere, a následne investujte do takej marketingovej kampane, ktorá vykazovala pri testovaní najlepšie výsledky.

33. Merajte všetko, čo sa merať dá - odozvu na vaše aktivity, cenové úrovne, návštevnosť webových stránok, Pokiaľ marketing nefunguje podľa vášho očakávania, zistíte vďaka meraniu, kde je "pes zakopaný", a môžete prikročiť k náprave. Držte sa jedného zo zlatých pravidiel: Čo nemeriate, to neriadite!

34. Nesnažte sa každé euro ušetriť tak, že si všetko urobíte sami. Často je efektívnejšie určitú dielčiu oblasť marketingovej práce outsourcovať.

35. Vydajte, distribujte a propagujte vlastný ebook pre oblasť svojho podnikania.

Môžete si ho napísať sami, ale využiť službu copywritera. Okrem toho, že si posilníte renomé odborníka na danú oblasť, bude ebook neoceniteľným zdrojom nových kontaktov, s ktorými môžete ďalej vhodne pracovať.

36. Nebojte sa ponúknuť niečo zadarmo - ideálne sú hodnotné informácie (napr. vo forme vyššie zmieneného ebooku), úvodnú konzultáciu, bonus, Zaslania vzorky, atd. Prekonáte tak nedôveru zákazníka a priblížite sa tak opäť o krok ďalej k jeho objednávke.

37. Inzerujte v médiách, ktoré sleduje vaša cieľová skupina. V opačnom prípade vyhadzujete peniaze za to, že vaše inzerátyvidia ľudia, ktorý vaše produkty či služby nebudú nikdy nakupovať. Lepšia je drahšia a dobre cielená reklama ako zle cielená, "výhodná ponuka so zľavou 50%", ktorú sa niektoré médiá snažia na poslednú chvíľu zalepiť nepredanú inzertnú plochu. Jednoducho, spočítajte si, koľko vás bude stáť oslovenie zákazníka, koľko jeho dopyt, a koľko realizácia obchodného prípadu. A ešte pred zverejnením si položte 20 otázok, ich zodpovedanie je pre úspech inzerátu kľúčové.

38. Skontrolujte a zaktivizujte si svoje vizitky. Aj v dobe internetovej komunikácie majú svoj význam a stále dobre fungujú.

39. Buďte pripravení využiť neočakávanú príležitosť. Zostavte si minútovú prezentáciu svojej firmy a naučte sa ju naspamäť.

40. Spracujte svoju tému v niekoľkých formátoch a variantách. Napríklad, ak chcete posilniť svoju reputáciu odborníka v danej oblasti, napíšete si vlastný ebook. Úplne rovnakú tému - ktorú už máte prehľadne spracovanú - ale môžete publikovať na Sideshare formou prezentácie, ukážky zo svojho ebooku postupne zverejňovať na svojom blogu, pripraviť videoseriál pre You Tube, vhodne upraviť do podoby podcastu, hlavné a najzaujímavejšie faktá zhrnúť do infografiky alebo zorganizovať k danej téme webinár.

41. Budúcnosť je mobilná, zamyslite sa a stanovte si päť bodov, ktoré budú pre vaše podnikanie vzhľadom k tomuto trendu podstatné. Niekoľko námetov na zváženie: práca s emailami na smartpho-
nech, design webu prispôsobeného na zobrazenie na tabletoch a smartpho-
noch, nakupovanie cez mobil, mobilné platby,

mobilná práca s marketingovými firemnými systémami a ďalšie.

42. Pri svojich marketingových informáciách nikdy nezabudnite na výzvy k akcii, a to už vtedy, keď začínate tvoriť inzerát, leták, emailovú ponuku alebo webovú reklamu, vždy si položte otázku: "Čo by mal adresát urobiť?"

43. Robme marketing, ktorý nevyzerá ako marketing. Je to o tom, že zákazníci sú už presýtení záplavou komerčných informácií, "výhodných ponúk", zľavových akcií, otravných telefonátov. Zamyslite sa nad tým, ako svojim zákazníkom poradiť či pomôcť, a to bez toho, že by ste niečo od nich vyžadovali na oplátku. Je to o marketingu budovania vzťahov a na komunikáciu, a nie na jednostrannú propagáciu.

44. Prekonajte očakávanie zákazníka. Zákazníka nezaujíma, že máte celý rad ďalších svojich problémov, bude od vás vyžadovať takú pozornosť, ako by bol váš jediný zákazník. Promptne odpovedajte na jeho otázky, zaoberajte sa jeho problémami a vyriešte ich v čo najkratšom čase. Ponúknite mu neštandardné riešenie, ktoré ho prekvapí a poteší. Budujte vzájomnú dôveru.

45. Zľavové akcie ponúkajte vždy do určitého dátumu. Majte na pamäti, že pri 20% marži znížite predajnú cenu o 10%, musíte predať 2x viac produktov, aby ste dosiahli rovnaký zisk, ako pred zľavovou akciou. Na druhej strane môžu predstavovať časove obmedzené zľavové akcie výrazný nákupný stimul pre nerozhodnutých zákazníkov, a môžu vám tiež pomôcť nájsť najvhodnejšiu cenovú úroveň vašej ponuky.

46. Nebojte sa vystúpiť do popredia a osobne sa angažovať. Freelanceri podnikajúci na voľnej nohe to vedia najlepšie - v podstate ani inú možnosť ako budovať a rozvíjať svoju osobnú značku nemajú - avšak ľudia v malých firmách sa často schovávajú za hradbu firemnej anonimity, čo je veľká škoda: ľudia budú vždy radšej komunikovať s inými ľuďmi, ako s neosobnými firmami. Predstavte svojich zamestnancov na webe, dajte im možnosť vyjadriť sa, diskutovať, pracovať s komunitou, po čase sa táto angažovanosť vašich ľudí premietne do vyššej reputácie vašej firmy, ale najmä do obchodných výsledkov.

47. Má vaša firma zaujímavý príbeh? Využite ho! Ľudia majú radi príbehy.

Marketing je vo veľkej miere o emóciách, a zaujímavé príbehy či osudy ľudí posunú vnímanie vašej firmy potenciálnymi zákazníkmi do úplne inej roviny.

48. Dajte marketingu čas, ktorý potrebuje. Marketing je beh na dlhú trať, kedy neustále a systematicky pracujete so zákazníkmi a postupne svoj štýl vylepšujete a zdokonalujete. Niektoré aktivity, ktoré si toho roku pripravíte, sa vám budú zhodnocovať aj za niekoľko rokov

49. Emailový marketing žije! Na rozdiel od celého radu módnych trendov, ktoré zažiaria a vzápätí zhasnú, je email "tichou stálicou", ktorá funguje.

50. Segmentujte a personalizujte svoj emailový marketing. Situácia je taká, že svojím emailovým marketingom zákazníka zaujmete, alebo k nemu úplne stratíte prístup - stačí, keď odhlási odber emailu alebo, keď si vašu adresu pre rozosielenie zaradí do spamu. Preto je potrebné emailový marketing personalizovať (štatistiky hovoria o tom, že personalizované emaily sú úspešnejšie) a vhodne a dosť podrobne segmentovať (posielať iba tie informácie, ktoré sú pre daného príjemcu naozaj relevantné).

