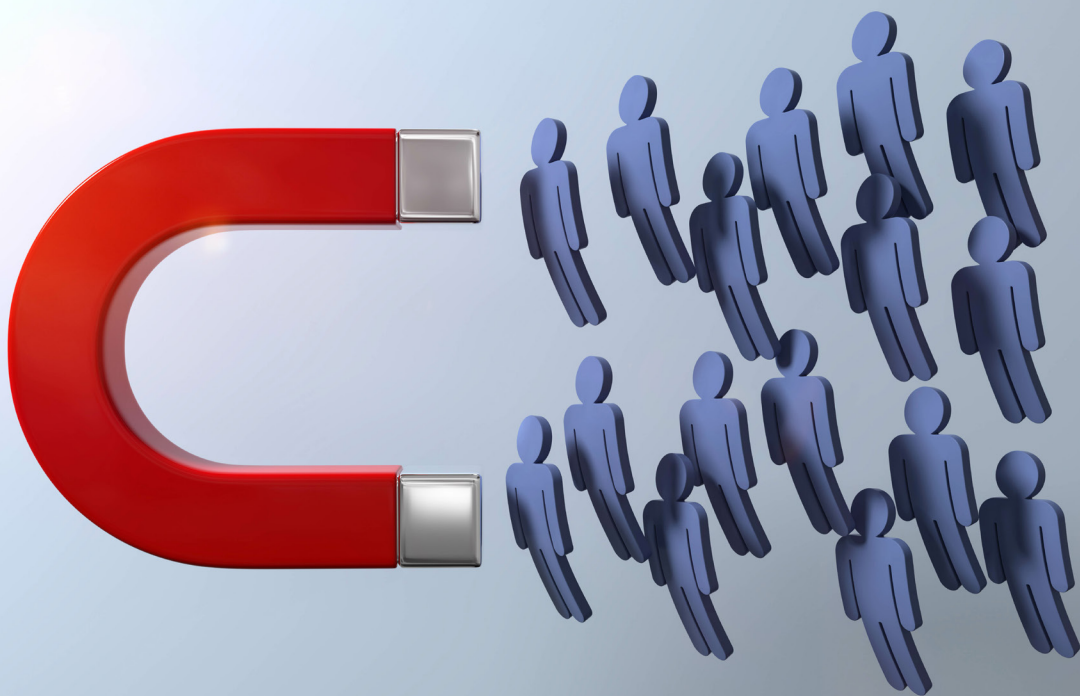


Online marketingové nástroje pre mikro a malých podnikateľov

Ako naštartovať podnikanie po koronakríze



BRATISLAVA, 2020

WWW.MONITORINGMSP.SK



EURÓPSKA ÚNIA
Európsky fond regionálneho rozvoja
OP Integrovaná infraštruktúra 2014 – 2020



MINISTERSTVO
DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



MINISTERSTVO
HOSPODÁRSTVA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Online marketing ponúka množstvo nástrojov, ktoré v prípade ich správneho výberu a aplikácie, môžu významne pomôcť najmä mikro a malým podnikateľom, ktorí nemajú zdroje na realizáciu offline marketingu. Nakoľko online marketing sa rozvíja spoločne s rozmachom sociálnych sietí, pre začínajúceho podnikateľa je ťažké rozhodnúť sa, ktorým smerom v oblasti marketingu sa vydať a na aké nástroje klásť dôraz. V tomto materiáli sme sa preto podujali vybrať bezplatné, resp. finančné nenáročné marketingové nástroje, ktoré môže podnikateľ využiť nielen v začiatkoch svojho podnikania, ale aj v prípade, že doteraz kládol dôraz na offline marketing, alebo ak v dôsledku koronakrízy hľadá nové možnosti zviditeľnenia jeho podnikania.



Materiál je určený najmä pre začínajúcich podnikateľov, ktorí nedisponujú dostatočnými zdrojmi na marketing, ale dokážu si vyhradiť čas na vzdelávanie a komunikáciu v online priestore.

Predtým, než sa pustíme do vymenovania a opisu jednotlivých marketingových nástrojov, pre každého podnikateľa je potrebné stanoviť si vlastnú online marketingovú stratégiu.

1. Online marketingová stratégia

- KTO je mojim cieľovým zákazníkom v online priestore?
- PREČO oslovujem práve jeho?
- AKÉ sú potreby a záujmy môjho zákazníka?
- V AKEJ PODOBE a formáte najradšej získava informácie?

Po zodpovedaní jednotlivých otázok **dokáže podnikateľ** vybrať online marke-

tingové nástroje, ktoré je vhodné použiť na jeho cieľových zákazníkov a zároveň ich kombinovať tak, aby sa vzájomne podporovali a v konečnom dôsledku smerovali zákazníka k nákupu či bezplatnému promovaniu značky. Výber jednotlivých online marketingových nástrojov tvorí online marketingový koncept.

2. Online marketingový koncept

Spočíva v súbore online marketingových nástrojov, resp. kanálov, ktoré sú zostavené tak, aby komplexne a efektívne pokrývali potreby podniku v súlade s jeho online marketingovou stratégiou. Nakoľko každá firma je jedinečná počnúc jej majiteľom, predmetom podnikania, zdrojmi a prístupom ku komunikácii, v tejto časti sa budeme venovať len takým marketingovým nástrojom, ktoré sú bezplatné či finančne nenáročné, teda dostupné aj pre začínajúceho podnikateľa.

VLASNÁ WEBOVÁ STRÁNKA

Vytvorenie vlastnej webovej stránky predstavuje v súčasnej dobe finančne nenáročný marketingový nástroj, prostredníctvom ktorého dokáže podnikateľ svojich zákazníkov presvedčiť ku kúpe. Produktové stránky je možné vytvoriť prostredníctvom dostupných šablón, z ktorých niektoré sú k dispozícii zadarmo, prípadne za pomerne nízku cenu. Výhodou vlastnej webovej stránky je to, že na ňu môžete umiestniť nielen vaše kontaktné údaje a informácie o vašom produkte/och, ale taktiež referencie



od spokojných zákazníkov, blogové články a v neposlednom rade jednoduchý eshop, ktorý vám umožní predávať vaše produkty v online priestore. Webová stránka tak predstavuje základný stavebný kameň online marketingu, okolo ktorej budujete vaše sociálne siete, email marketing a celú škálu obsahového marketingu. Primárnymi aspektmi, ktorými by ste sa mali riadiť pri tvorbe webovej stránky, je jednoduchosť, rýchlosť načítavania samotnej webovej stránky a jej jednotlivých podstránok, responzívny dizajn a orientácia na zákazníka.

WEBOVÁ ANALYTIKA

Vďaka webovej analytike je možné získať spätnú väzbu v oblasti správania zákazníkov na webovej stránke, merať a vyhodnocovať úspešnosť kampaní na sociálnych sieťach a najmä zistiť, aký je skutočný prínos online marketingových aktivít podnikateľa. Na základe toho je možné pristúpiť k optimalizácii stratégie, online marketingových nástrojov a prispôbeniu komunikácie tak, aby došlo k zlepšeniu merateľných kľúčových ukazovateľov. Na začiatok je najlepšie začať s nastavením **Google**

Analytics na zber a vyhodnocovanie informácií z webovej stránky (koľko času strávia ľudia na vašej webovej stránke, akú máte návštevnosť, odkiaľ prichádzajú návštevníci na vašu webovú stránku atď.). Neskôr odporúčame využiť aj **Google Data Studio**, ktoré umožňuje agregovať dáta z rôznych zdrojov. Zaujímavé štatistiky vám poskytnú aj samotné sociálne médiá, prostredníctvom ktorých viete vyhodnotiť, ktoré príspevky sa oplatí podporiť platenou reklamou a aký obsah má u vašich súčasných i potenciálnych zákazníkov najväčší úspech a mali by ste sa naň teda prioritne zamerať.



SEO A ORGANICKÁ NÁVŠTEVNOSŤ

Aby ste na vašu webovú stránku pritiahli relevantných ľudí, je potrebné od začiatku spustenia webovej stránky venovať veľkú pozornosť SEO (*search engine optimization* – optimalizácia pre vyhľadávače). Správne nastavené SEO vám prinesie organickú návštevnosť, za ktorú neplatíte, na rozdiel od platených reklamných kampaní vo vyhľadávačoch (napr. Google, YouTube atď.) či rôznych textovo-bannerových a video reklám na webových stránkach tretích strán. Ideálne je, ak na vašu webovú stránku prichádzajú zákazníci z rôznych zdrojov, pričom neplatenú návštevnosť predstavuje organické vyhľadávanie, využívanie vašich sociálnych sietí



a odporúčania influencerov, verejne známych osobností, či spokojných zákazníkov. Za účelom dosiahnutia čo najvyššej návštevnosti vašej webovej stránky práve z organického vyhľadávania, je potrebné webovú stránku optimalizovať, venovať pozornosť on-page a off-page SEO a pravidelne sledovať meniace sa trendy v tejto oblasti, nakoľko najväčší hráč na trhu – Google (viac ako 95 % podiel na trhu v platenom i neplatenom vyhľadávaní), na pravidelnej báze mení algoritmy, ktoré posudzujú, či sa v konečnom dôsledku vaša webová stránka zobrazí na prvých priečkach vyhľadávania.



On-page SEO

Zahrňuje viaceré aspekty a vyžaduje si hlbšie štúdium alebo *know-how* špecialistu na SEO. Ak na vašej webovej stránke využívate CMS systém Wordpress, medzi dostupnými bezplatnými nástrojmi nájdete aj také, ktoré vám pomôžu vylepšiť SEO vašej webovej stránky. Asi najznámejším SEO nástrojom určeným pre Wordpress je **Yoast SEO**, v ktorom si viete nastaviť *headline* a metapopis pre Google a zároveň vám ponúka odporúčania na zlepšenie SEO, upozorňuje vás na chýbajúce kľúčové

slová, prekročenú dĺžku textu atď., pričom je dostupný zadarmo. Pre zistenie informácií, ako Google prehľadáva a indexuje vašu webovú stránku, je dobré využívať nástroj **Google Search Console** v kombinácii s najzákladnejším bezplatným SEO nástrojom **Google Analytics**.



Jedným z podstatných aspektov je **využívanie kľúčových slov** (relevantných fráz) pri tvorbe obsahu na vašej webovej stránke. Na zistenie, aké kľúčové slová sa využívajú najviac, máte k dispozícii službu **Keyword planner**, ktorá je dostupná zdarma v rámci Google AdWords účtu. Ďalším podobným nástrojom je **Soovle**, ktorý vám ukáže kľúčové slová nielen pre Google, ale aj Wikipediu, YouTube a Amazon. Služba je však dostupná len v rámci anglického jazyka, preto je potrebné zistené anglické frázy preložiť a vložiť do vyššie spomenu-

tého Keyword plannera. Okrem týchto dvoch nástrojov **môžete** pre inšpiráciu využiť aj nástroj **Answer The Public**, ktorý je dostupný aj v slovenčine. Jeho jedinečnosť spočíva v tom, že vo výsledkoch zobrazí otázky, ktoré ľudia kladú na blogoch, sociálnych sieťach, fórach a vo vyhľadávani. Ak by ste chceli získať viac informácií v jednom nástroji, odporúčame využiť jeden z najkomplexnejších SEO nástrojov **Ubersuggest**. Bezplatná verzia ponúka obmedzené množstvo údajov, za plnú funkcionality si musíte priplatiť 29 eur mesačne. Na druhú stranu vám však ponúka komplexnú SEO analýzu webovej stránky, návrhy kľúčových slov a možnosť analyzovať webové stránky vašej konkurencie.

Off-page SEO

V skratke zahŕňa získavanie kvalitných spätných odkazov z relevantných webových stránok. Na získanie údajov o počte spätných odkazov a odkazujúcich domén môžete využiť analytický nástroj **Backlink Checker**. Bezplatná verzia zobrazí výpis 100 spätných odkazov.

OBSAHOVÝ MARKETING

Tvorba kvalitného obsahu predstavuje základ celého online marketingu. Udržanie potenciálneho zákazníka na vašej webovej stránke či sledovanie vašej aktivity na sociálnych sieťach je podmienené pravidelným a interaktívnym vytváraním obsahu, ktorý je prispôsobený potrebám a záujmom zákazníkov. V závislosti od toho, kto je vaším zákazníkom a v akej podobe najradšej získava informácie, je potrebné zvoliť niekoľko formátov pre každú cieľovú skupinu vašich zákazníkov. Vami tvorený obsah musí byť v prvom rade zaujímavý, unikátny, užitočný a aktuálny, v druhom rade musí byť podaný vo forme, ktorú je vaša cieľová skupina zákazníkov ochotná prijímať. Obsah môžete tvoriť vo forme videa, infografík, e-booku či fotografií. Pri tvorbe obsahu na webovú stránku je potrebné vychádzať z vami nastaveného cieľa – aby zákazníci na vašej webovej stránke zotrvali a urobili na nej to, čo od nich očakávame. Vytvorený obsah sa snažíme dostať k ľuďom cez sociálne médiá, email marketing a ďalšie formy online propagácie.

- Video
- Články
- Fotografie/obrázky
- Infografiky
- E-booky

Pri tvorbe obsahového marketingu, ktorý zahŕňa videá, články, fotografie, infografiky či e-booky, vám vie pomôcť niekoľko technických vychytávok, z ktorých väčšina je dostupná zadarmo alebo za prijateľnú cenu. Prvou z nich je **grafický nástroj Canva**, v ktorom môžete vytvárať logá, bannery, plagáty, oznámenia či vizitky. Okrem toho vám umožní čerpať z databanky fotografie, poskytuje šablóny na tvorbu infografík a e-bookov a vďaka jednoduchému používaniu sa v ňom dá ľahko zorientovať a pomerne rýchlo s ním aj pracovať.



Ďalším vhodným nástrojom, ktorý slúži na strihanie videí, úpravu farieb, pridanie hudby či editovanie zvuku a obrazu, je **program Shotcut**, ktorý je dostupný zadarmo.

Ak ešte nedisponujete fotoaparátom či kvalitným mobilným telefónom a chceli by ste doplniť vaše články či tvorbu na sociálnych sieťach aj o fotografie, na začiatok môžete využiť bezplatné fotobanky. Medzi ne patrí napríklad **Pexels**, **Pixabay**, **Unsplash** a **Canva**.

Na vytvorenie pútavej infografiky môžete využiť 4 bezplatné verzie aplikácií – **Piktochart**, **Infogram**, **Easel.ly** a **Visual.ly** a taktiež vyššie spomenutý grafický nástroj **Canva**.



EMAIL MARKETING



Aj keď pred pár rokmi prechádzal skôr do útlmu, vďaka online marketingovej automatizácii dnes tvorí významnú súčasť efektívneho marketingového konceptu. Rozšírené nastavenia umožňujú podnikateľom komunikovať so zákazníkom v personalizovanej a automatizovanej podobe. Jedným emailom tak **dokáže podnikateľ** efektívne predávať svoje produkty existujúcim klientom. Navyše sa v čase a v rámci na to zameraných kampaní databáza potenciálnych zákazníkov rozširuje, čím dochádza k ďalšiemu potenciálnemu zvýšeniu predaja, a to aj v nepriaznivých podmienkach, napr. nedávnej koronakrízy, ktoré významne ovplyvňujú predaj v kamenných obchodoch. Obľúbeným nástrojom na email marketing je **MailChimp**, asi najrozšírenejšia služba na rozosielanie e-mailov na svete, ktorý môžete pri počte do 2 000 odberateľov využívať zadarmo. Zároveň vám umožňuje pozorovať metriky odoslaných emailov, percentá úspešnosti a otvorenia. V prípade, že



vaša webová stránka využíva CMS systém Wordpress, môžete využiť plugin **Mailpoet**, ktorý je taktiež dostupný zadarmo do 2 000 odberateľov. V porovnaní s nástrojom MailChimp má tú výhodu, že verzia zdarma umožňuje automatické rozosielanie e-mailov po nejakom čase.

SOCIÁLNE SIETE

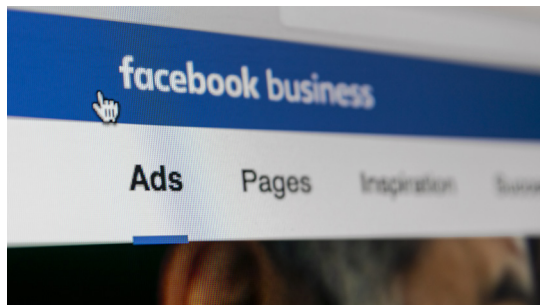


Využitie sociálnych médií predstavuje ďalší zo spôsobov, prostredníctvom ktorých môže podnikateľ smerovať zákazníkov na svoju produktovú stránku. Efektívnou komunikáciou, poradenstvom, riešením problémov a zdieľaním zaujímavého obsahu s potenciálnymi i existujúcimi zákazníkmi si **podnikateľ dokáže** na sociálnych sieťach vybudovať so zákazníkmi vzťah a získať si ich lojalitu. V konečnom dôsledku **ľudia najradšej nakupujú od značiek, ktoré poznajú**. A práve svet sociálnych sietí umožňuje spoznávanie nastaviť tak, aby mal zákazník pocit, že o nás, našom podnikaní a produktoch vie viac, než o našej konkurencii a rozhodne sa preto pre nákup u nás.

Pri zvažovaní, ktorými sociálnymi médiami začať, je potrebné brať do úvahy typ obsahu, ktorý **dokážete** vytvoriť, vašu cieľovú skupinu, čas, ktorý si viete vyhradiť na rozvíjanie vašich sociálnych médií a finančné prostriedky na podporenie vami tvoreného obsahu. Najčastejšie využívanými sociálnymi médiami sú **Facebook** a **Instagram**, nakoľko majú na Slovensku jeden z najväčších trhových podielov. Preto odporúčame pri výbere sociálnych médií začať týmito nástrojmi. Ak je vašou cieľovou skupinou s ohľadom na vaše služby/produkty skôr určité pracovné zaradenie zákazníkov, napr. vrcholový manažment, vhodným nástrojom na ich oslovenie je **LinkedIn**.

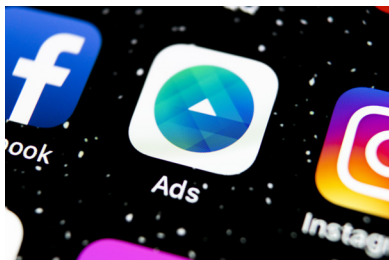
Facebook

Pomerne rýchly a jednoduchý spôsob budovania povedomia o vašom podnikaní je **využitie vášho osobného profilu**. Ak s podnikaním len **začínate**, prípadne poskytujete vaše služby ako freelancer, najjednoduchšie je začať rozvojom osobného profilu. Kontakt je osobnejší, budujete si expertízu na danú oblasť, umocňujete dôveru a pocit, že sa na vás vaši priatelia i sledovatelia môžu spoľahnúť. Ďalšou výhodou je pretkávanie príspevkov zo života s tými pracovnými, čím vami propagovaný obsah nepôsobí agresív-



ne a vaši sledovatelia nemajú pocit, že ich spamujete. Podobný princíp je možné využiť aj pri sociálnej sieti Instagram.

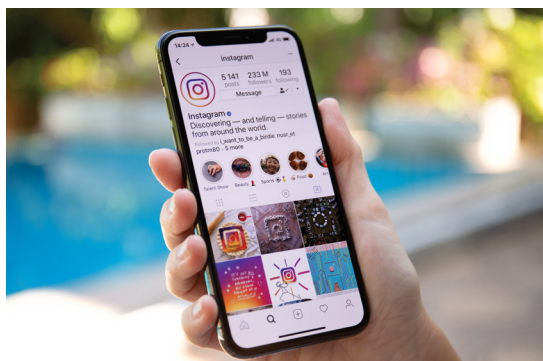
Ďalším jednoduchým a efektívnym spôsobom budovania povedomia o vašej značke či poskytovaných službách, je využitie skupín pôsobiacich na sociálnej sieti. Do akej miery a akým spôsobom využijete tieto skupiny závisí od toho, v akej oblasti podnikania pôsobíte a čo v týchto skupinách viete ponúknuť. Ak ste expertom v nejakej oblasti, napr. poskytujete dizajnárske či fotografické služby, v skupinách zameraných na tieto oblasti môžete ľuďom poskytovať odpovede na ich otázky, rozprúdiť diskusiu o problematických otázkach podnikania v tejto oblasti a neagresívnym spôsobom zvyšovať povedomie o vašej expertíze a ponúkaných službách či produktoch. Najlepším prípadom je vytvorenie vlastnej skupiny na sociálnej sieti, v ktorej budete budovať komunitu ľudí milujúcu vaše služby. V rámci nej budete zodpovedať prichádzajúce otázky, radiť a informovať o vašich novinkách či zamýšľaných posunoch v podnikaní. Spätná väzba od vašich oddaných zákazníkov vás častokrát môže nasmerovať aj tam, kde by ste sa pôvodne vôbec neplánovali uberať a otvoriť vám tak nové príležitosti na podnikanie.



Ak by ste sa rozhodli zvýšiť predaj vašich produktov prostredníctvom reklamy, využite na to rozhranie **Facebook Business Manager**, ktoré vám umožní nastaviť ciele reklamy podľa veku, pohlavia, záujmov, geografie, vzťahov, fanúšikov a podobne.

Instagram

Jeden z vizuálne príťažlivých a jednoduchých spôsobov ako zviditeľniť seba a svoje služby. Tento nástroj však nie je vhodný len pri vizuálne príťažlivých produktoch, ale tiež v prípade, že poskytujete služby (napr. psychologická poradňa, akupunktúra, koučing), či chcete zvečniť vašu firemnú kultúru, prístup vo výrobe a predaji, ukázať šikovných zamestnancov pri práci a podobne. Využitím jednotlivých novíniek,

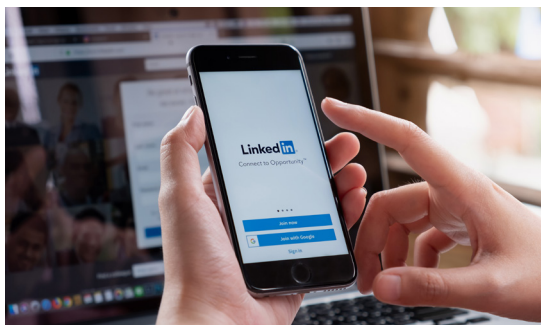


ktoré Instagram ponúka, dokážete vytvorený obsah recyklovať a použiť viackrát na rôznych miestach, čím zvyšujete povedomie o vašom podnikaní a získavate nových potenciálnych zákazníkov. Instagram umožňuje vytvárať obsah vo forme **príspevkov vo vašom feede, príbehov** so životnosťou 24 hodín a **krátkych videí**. Využitím nových trendov a **voľbou správnych hashtagov** dokážete posunúť svoj online marketing na tejto sociálnej sieti na novú úroveň a získať tak nielen nových sledovateľov, interakcie, ale najmä nové nákupy vašich produktov či využitie vašich služieb. Na začiatku je však potrebné správne vyplniť váš profil a v pravidelných intervaloch merať a vyhodnocovať dosiahnuté výsledky, aby ste vedeli, na čo máte sústrediť vašu pozornosť najviac.

Vo veľkej miere vám pri manažovaní obsahu na Instagrame vedia pomôcť bezplatné aplikácie **Planoly** (plánovanie obsahu do feedu, jeho zladenie do určitých farieb, príprava textu a nastavenie času uverejnenia), **Plann** alebo **Preview**, **Unfold** (dizajn a zapracovanie textu do fotografií) a edukatívne účty, ktoré sa venujú strategickej komunikácii na Instagrame napríklad **@instaranajky** a **@instagramforbusiness**.

LinkedIn

Výhodou využívania tejto sociálnej siete je najmä väčšia adresnosť v porovnaní s Facebookom, ktorý cieľ skôr na masu. Nakoľko je tento účet zameraný najmä na príspevky týkajúce sa podnikania, ak sa dobre orientujete v tejto oblasti alebo poskytujete služby zamerané na podnikanie, môžete tu nájsť kontakty na spoluprácu, nových business partnerov i zákazníkov.



SAMOVZDELÁVANIE

Bez znalostí zo sveta online marketingu sa nezaobídete, ak chcete čo najefektívnejšie prezentovať svoje podnikanie. Rôzne školenia z oblasti digitálneho marketingu vám umožnia oboznámiť sa s overenými postupmi, najnovšími trendmi a na modelových príkladoch vám ukážu, ako ich aplikovať v praxi.

Medzi najznámejšie kurzy dostupné zadarmo patrí **Google Digitálna garáž**, ktorá vás oboznámi so základmi marketingu a nástrojmi ponúkanými spoloč-



nosťou Google. Po úspešnom absolvovaní kurzu získate navyše certifikát. Ak sa chcete naučiť, ako robiť reklamu na Facebooku a Instagrame, na **Facebook Blueprint** nájdete 90 dostupných online kurzov. Ak vás okrem Facebooku a Instagramu zaujíma aj digitálny marketing na LinkedIn, Pintereste, YouTube či na samotnom blogu, vyskúšajte kurz **Social Media Quickstarter** určený pre začiatočníkov v oblasti online marketingu. Výborné bezplatné kurzy zamerané na konkrétne oblasti marketingu, ponúka aj **HubSpot Academy**. Osobitnou oblasťou samovzdelávania sú kurzy zamerané na SEO, pričom začať môžete kurzami od spoločnosti **SEMrush**, ktorá ponúka aj bezplatné certifikácie.

Veríme, že vám náš informačný materiál pomohol zorientovať sa v rozsiahlej oblasti online marketingu a nech sa rozhodnete využiť akýkoľvek zo spomínaných online marketingových nástrojov či možností bezplatného vzdelávania, naštartuje to vaše podnikanie a zvýši predaj aj v súčasnej nestálej dobe, ktorá zasiahla mnohých, najviac však práve mikro a malých podnikateľov, ktorí nemali vytvorené dostatočné finančné zdroje na krytie významných zásahov zo strany štátu spôsobujúcich v niektorých prípadoch až prerušenie či ukončenie podnikania.



Kontaktné informácie:

Slovak Business Agency

Karadžičova 2

811 09 Bratislava 2

Slovenská republika

www.sbagency.sk | www.monitoringmsp.sk

Viac informačných materiálov môžete nájsť na:

<http://www.monitoringmsp.sk/2020/05/15/informacne-materialy-tematicke/>