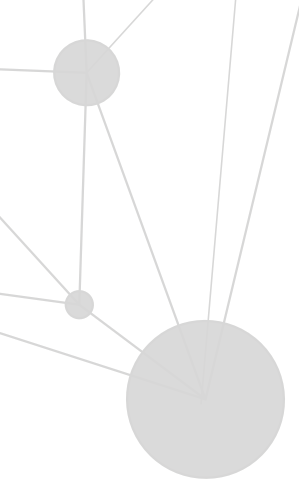


**PRIROČNIK**

**KATERA  
MARKETINŠKA  
ORODJA  
UPORABITI ZA  
PROMOCIJO  
SPLETNE  
TRGOVINE?**



# Ko naredite spletno stran, ste šele na začetku.

Nobeno podjetje ne more uspeti brez marketinga. Ta ni vedno namenjen le iskanju novih kupcev, temveč je usmerjen tudi negovanje stikov z obstoječimi kupci in partnerji in tudi zaposleni.

Za potrebe komuniciranja potrebujete orodja, s pomočjo katerih želite nagovarjati posamezne ciljne skupine.

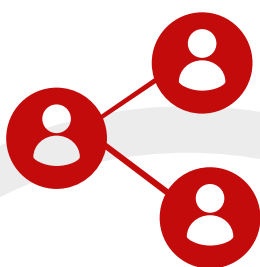
Orodij je veliko, zato se je smiselno seznaniti z dodatno vrednostjo posameznega orodja in kateri kanal lahko z njim pokrijete. Nič ni narobe, če začnete le z enim kanalom in kasneje dodajate druge.

Pri združevanju različnih orodij velja veliko pozornost nameniti tudi integraciji. Če na primer pošiljate e-maile kupcem svoje spletne trgovine, je priporočljivo, da se podatki kupcev zbirajo tudi v sistemu, s pomočjo katerega jim boste poslali e-mail. Verjetno ne želite ročno prenašati podatkov?



# Orodja spletnega marketinga

socialna omrežja



interno  
komuniciranje



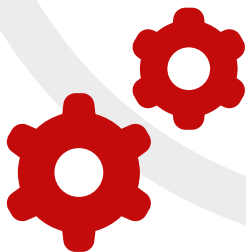
e-mail



SMS

SMS

avtomatizacija





# Kako začeti z E-mail marketingom

Pošiljanje e-mailov je še vedno najbolj učinkovito, saj po tujih raziskavah 77 % potrošnikov najraje prejema promocijo v svoj e-mail nabiralnik. Da boste pri tem zares uspešni, morate zgraditi dobro bazo kupcev.



## **KAKO ZGRADITI BAZO?**

Za dober odziv potrebujete dobro bazo kupcev, ki se zanimajo za vaše izdelke ali storitve. Smiselno je investirati čas in sredstva v izgradnjo dobre in kakovostne baze, saj bo le tako vaša vsebina prebrana.

**E-mail naslove lahko pridobite na različne načine:** s prijavnimi obrazci na spletnih straneh, ob nakupu, z nagradnimi igrami. Najpogostejši način za graditev kakovostne baze je, da svojim kupcem ponudite brezplačno revijo, e-knjigo, vodič in katalog.

**Kje začeti, če smo novi na trgu?** Če ste popolnoma novi na trgu, je gradnja baze pomemben izziv. V tem primeru boste morali vložiti nekaj (več) sredstev v oglaševanje in tako privabiti svoje potencialne kupce do svojih vsebin.



# Kako do svoje baze kupcev?

Zelo pomembno je, da k temu pristopite sistematično. Gradnja baze zahteva svoj čas.



## **1. OBSTOJEČI STIKI**

Obstoječi partnerji in kupci so lahko odličen začetek. Smiselno je, da jih že na začetku oblikujete v skupine. Tako boste kasneje lažje nagovarjali samo posamezne ciljne skupine. Recimo, da boste želeli obvestiti le partnerje o neki novosti.

## **2. PRIJAVA NA MAILING LISTO**

Na spletni strani oblikujte obrazec, s katerim povabite ljudi, da se vpišejo in prejemajo vaše novice. Gradnja take baze zahteva čas. Pomaga, če kupcem, ki se prijavijo v bazo, ponudite popust za nakup v trgovini ali pa koristno vsebino. Odvisno od vaše dejavnosti.

## **3. KUPCI VAŠE SPLETNE TRGOVINE**

Ker je e-mail pred nakupom obvezen podatek, to bazo gradite sproti, kot vam raste število novih kupcev.

#### 4. ZBIRANJE E-MAILOV PREKO KONTAKTNIH OBRAZCEV

Če boste za obiskovalce spletne strani pripravljali koristne priročnike ali webinarje, zaprosite obiskovalce, da vam zaupajo svoj e-naslov, preden si vsebino ogledajo. Na ta način boste pridobivali podatke tistih posameznikov, ki se za vsebino zanimajo. Če imate v ozadju dober sistem, boste enostavno oblikovali skupine kupcev, za katere lahko pripravite posebne ponudbe.

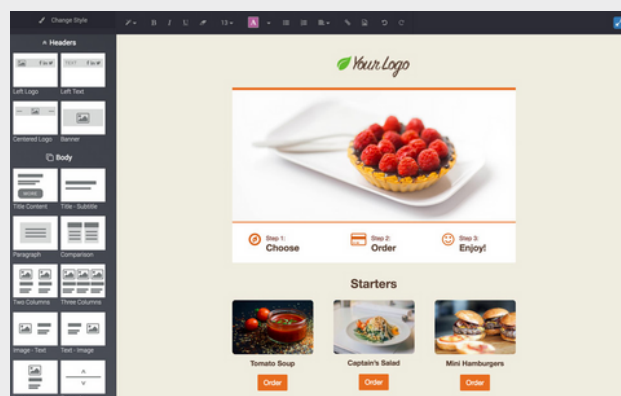
#### 5. POVEZOVANJE S PARTNERJI

Pogovorite s svojimi partnerji, če vam lahko pomagajo. Če je njihova baza večja, jim posredujejo vaše vsebine.



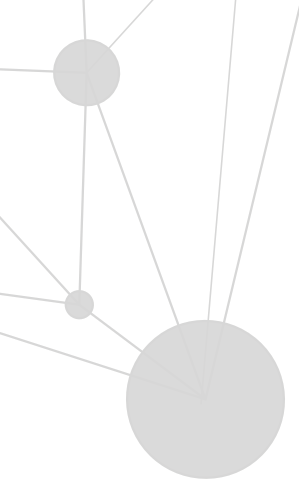
## Email marketing Odoo

Odoo ima zelo enostaven "povleci in spusti" sistem za pripravo e-mailov. V trenutku lahko pripravite privlačen e-mail in ga pošljete izbrani ciljni skupini.



Kako deluje Odoo  
e-mail marketing?

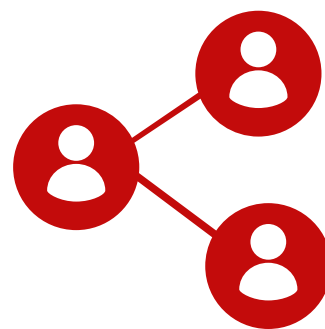




# Socialna omrežja

## Najdite svoj stil

Za vsa družbena omrežja velja, da potrebujejo redne objave. Svojim sledilcem ponudite relevantne, zanimive in koristne informacije. Pri komunikaciji na socialnih omrežjih oblikujte vsebino tako, da spodbudite komunikacijo.



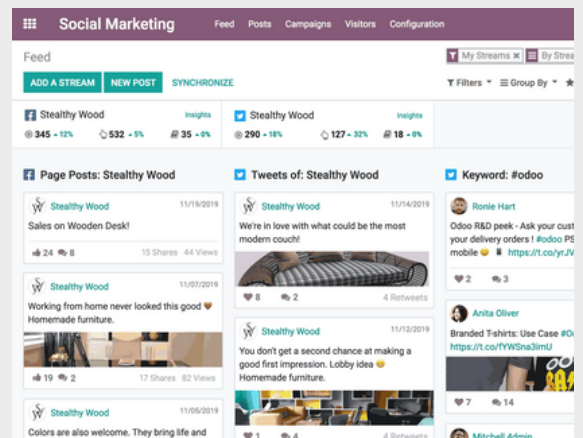
### **KATERO OMREŽJE IZBRATI?**

To je odvisno od ciljne skupine. Komu so vaša sporočila namenjena in na katerem omrežju se vaši kupci informirajo? Spremljajte statistiko učinkovitosti objav na posameznih medijih in hitro boste lahko ugotovili, katera socialna platforma vam prinese sledilce, ki so jim vaši izdelki ali storitve zanimivi in so jih tudi pripravljene plačati.

**Ne zanemarite svojega stila in načina komuniciranja.** Odločite se za način komunikacije, ki vam je pisan na kožo. Lahko izberete bolj sproščen ali posloven način. Pomembno je, da ste pri tem konsistentni. Ne glede na ton in način komunikacije se zavedajte, da vaši naročniki pričakujejo koristne vsebine.

# Socialna omrežja Odoo

Prednost Odoo platforme je v tem, da omogoča obvladovanje različnih kanalov iz enega mesta. Objave lahko pripravite vnaprej, kar olajša nadzor nad vsebinami in poenostavi urnik objavljanja. Pridobite tudi več pregleda nad reakcijami na posameznem omrežju, saj se vsi komentarji zbirajo v enem sistemu.







# Pošljite SMS ali uporabite potisna obvestila

**SMS marketing** omogoča, da zgradite boljše odnose s kupci. Pomembno je, da so se kupci strinjali s takim načinom obveščanja.



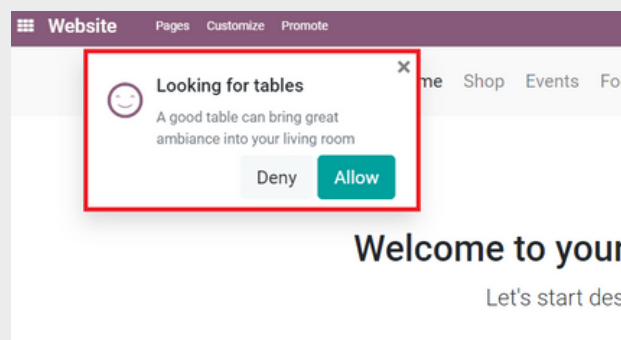
**Potisna sporočila** opozorijo kupca na novosti, ki jih pripravljate. Za potisna sporočila ne potrebujete telefonske številke. Uporabniki dovoljenje omogočijo ob obisku spletne strani.



## SMS in potisna sporočila v Odoo

Odoo omogoča, da pripravite in pošljete SMS izbranim ciljnim skupinam na zelo enostaven način. Pošiljanja SMS-jev lahko pripravite vnaprej.

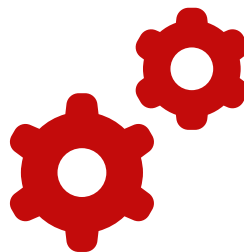
Z Odoo lahko hitro in enostavno pripravite potisna sporočila. Na spletni strani vprašajte svoje naročnike za dovoljenje. Pridobljeno dovoljenje vam omogoča segmentacijo kupcev, ki prejemajo taka sporočila.





# Marketing avtomatizacija


Avtomatizacija marketinga pomeni, da uvedete nekatere avtomatske procese, s katerimi negujete stik s strankami. To pomeni, da določene procese prepustite v izvajanje sistemu.



Najpogostejša uporaba je v e-mail marketingu. V sistemu ustvarite obvestila (e-maile), ki se samodejno sprožijo ob vnaprej nastavljenih časovnih zamikih ali drugih nastavljenih pogojih.

**Na primer:** Naročnik si ogleda webinar in ob tem pusti svoj e-mail. V sistemu nastavite, da se vsakemu naročniku po določenem obdobju pošlje prijazen e-mail iz izbranim tekstom. Taki e-mailli se pošiljajo samodejno, vsakič, ko si uporabnik pogleda webinar.

## **Kdaj je uporaba avtomatizacije najpogostejša?**

- e-mail s potrdilom o prijavi na seminar/webinar,
  - zahvalni mail za prenos dokumenta ali webinarja,
  - e-mail s povzetkom košarice,
  - obvestilo o prihajajočem dogodku,
  - opomniki pred seminarjem,
  - kupon za popust za redne stranke.
- 



# Avtomatizirajte tudi svoje procese

Avtomatizacijo lahko koristno uporabite tudi za avtomatizacijo procesov, kot so:



- **RAČUNOVODSTVO** - avtomatizirajte opozorila za odprta plačila svojim kupcem.
- **PODPORA** - obvestite svoje kupce o stanju razreševanja zahtevka
- **SPLETNA PRODAJA** - kupcem, ki so zapustili košarico, ponudite nekaj več.
- **DOGODKI** - avtomatizirajte potrditev o registraciji in opozorila o prihajajočem dogodku.

Avtomatizirate lahko tudi interne procese:

- **POTENCIALNI KUPCI** - opozorilo prodajalcu, ko je obiskovalec spletne strani prenesel na primer cenik ali druge vsebine, ki jih označujete kot ključne.
- **POGODBE** - sistem prodajalca pravočasno obvesti na primer o poteku pogodbe s kupcem.

S pravilno avtomatizacijo prihranite čas in negujete stike s svojimi kupci.





# Obveščanja zaposlenih - Interni marketing

Interni marketing je namenjen zaposlenim v podjetju. Z njim lahko dosežete višjo pripadnost zaposlenih in identifikacijo z organizacijo.



Poleg tega pa so zaposleni pomembni ambasadorji blagovne znamke podjetja. Zato je smiselno, da svoje zaposlene redno obveščate in jih vključujete v dejavnosti podjetja.

## **Za komunikacijo z zaposlenimi lahko uporabite:**

- pošiljanje e-mailov (če zaposleni maile uporabljajo),
- obveščanje preko SMS-jev,
- interni portal,
- interna socialna omrežja.

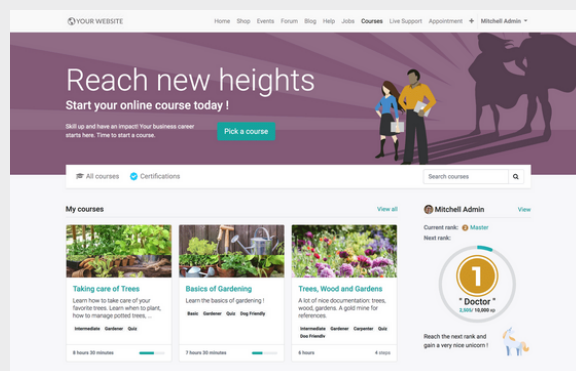
Če zaposleni pri svojem delu ne uporabljajo računalnikov (proizvodnja, trgovina), pa so dobrodošle tudi klasične poti, kot sta oglasna deska in osebna predaja informacij.

Interne informacije so namenjene samo zaposlenim, zato je treba z njimi skrbno ravnati. Podjetja, ki se odločajo za t. i. interni portal, poskrbijo, da je dostop do informacij mogoč le z uporabniškim imenom in geslom.

# Platforma za zaposlene Odoo

Odoo ima na svoji platformi rešitev, ki odlično rešuje zadrego internega marketinga. Odoo platforma E-učenje ni namenjena le izobraževanju, temveč jo lahko uporabite kot interno platformo - za obveščanje in izobraževanje. Omogoča oblikovanje zaprtih strani, na katere lahko dodajate video posnetke, dokumente in spodbudite komunikacijo med uporabniki.

Odlična rešitev za krepitev stikov z zaposlenimi, ki delajo od doma. Podjetja na ta način hitro in enostavno ohranjajo stik z zaposlenimi ali izvajajo izobraževanja na daljavo.





Imate vprašanja?  
STOPITE V STIK Z NAŠIM  
SVETOVALECEM

Pišite nam



odoo

Silver Partner