

E-biznes i e-marketing w Praktyce

Małgorzata Bednarek

Zezwalam na kopiowanie w niezmienionej treści i z informacją, że autorami treści są Małgorzata Bednarek i
Agencja Interaktywna Migomedia



Kilka słów o mnie

- Wybrane nasze projekty:
- Agencja marketingowa: www.Migomedia.pl
- **Paskudy** – hit na świecie, trzy nagrody. **Prawdopodobnie najczęściej kupowane zabawki przez młodzież za granicą:** www.Paskudy.pl
- Największy w Polsce serwis z ebookami. Tu znajdziesz ebooki wszystkich wydawnictw: www.ebookarnia.pl
- Nagrodzony w ogólnopolskim konkursie blog o marketingu internetowym www.bednarek.eu



Program szkolenia

1. Generator pomysłów na e-biznes
2. Tajniki copywritingu
3. Marketing internetowy dla firm z małym lub zerowym budżetem na reklamę

Uczestnicy

- Imię, Nazwisko
- Doświadczenie w e-biznesie i e-marketingu
- Czego oczekuję od szkolenia Małgosi

Co to jest e-biznes?

E-biznes

- Czy wiesz, że wyrażenie e-biznes zostało wprowadzone przez **IBM** w 1995?
- **E-biznes** to rodzaj biznesu, który działa dzięki wykorzystaniu **możliwości teleinformatycznych**, czyli w szczególności **Internetu**.

E-biznes to nie tylko handel w sieci...

- E-biznes działalność nastawiona na **generowaniu zysków, obniżaniu kosztów działalności tradycyjnej**, to także **kontakty z klientami przez Internet**, serwisowanie i **przyjmowanie reklamacji** przez Internet. E-biznes może od Ciebie wymagać zatrudnienia pracowników wspierających działalność komercyjną w Internecie.
- E-biznes to całokształt procesów i czynności wewnątrz firmy: motywacja pracowników, nabór i zarządzanie firmą, która działa przez Internet.
- E-biznes to prowadzenie biznesu w sieci. Często jest to **tańszy sposób na dotarcie do partnerów biznesowych i klientów oraz tańsza forma promocji i reklamy.**

Co to jest E-commerce?

- Każdy ecommerce jest e-biznesem, ale nie każdy e-biznes to e-commerce.
- E-commerce - handel w sieci, czyli **bezpośrednia sprzedaż produktów lub usług przez Internet**. E-commerce to sprzedawanie za pośrednictwem aukcji internetowych czy sklepów internetowych i wszystkie czynności, bezpośrednio wspierające sprzedaż.
- **Różnice** między e-biznesem a e-commerce

Jakie projekty odnoszą sukces w Internecie?

Czy to jest e-commerce czy tylko e-biznes?

- Historia **YouTub**e sprzedany za **1,65 mld** dolarów
- Grono.net
- Stopklatka, Filmweb, Gildia (o fantastyce)
- **Gadu Gadu**
- KOMINEK BLOG
- Programy partnerskie
- Blogi

Broadbandgenie.co.uk - porównywarka dostawców internetu w Wielkiej Brytanii.

The screenshot shows the homepage of broadbandgenie.co.uk. At the top, the logo 'broadbandgenie' is displayed with the tagline 'RESEARCH. COMPARE. DECIDE!' and 'a genie group company'. A navigation menu includes links for HOME, SEARCH, DIRECTORY, DEALS, SPEED TEST, HELP, LOGIN, and SIGN UP. A main banner asks 'Need to compare broadband providers? Find the best broadband in three easy wishes!' and features three steps: 1. Research (What is on offer), 2. Compare (Up to 3 offerings), and 3. Decide (Which is best!). Below this is a search form titled 'Compare broadband providers in your area' with fields for Postcode, Telephone, Price, and Speed, and radio buttons for home or business broadband. Three promotional boxes are visible: 'Broadband Buyers' Guide', 'How to change your broadband provider' (with a 'CHANGE' button), and 'BBC Website of the Day!'. The 'Latest searches' section lists various search queries like 'cheap phentermine for all: phentermine [url=http://your-phentermine.hit.bg/index.html]phentermine[/url]'. The 'Quick search' section lists categories like 'Cheapest Broadband' and 'Fastest Broadband'. The 'What's happening?' section includes tabs for 'Most popular', 'Broadband blog', and 'Reviews & ratings'. A table shows the top search results:

Rank	Provider	Product	Speed (Cap)	Setup	Contract	Price	INFO	GO
1	eclipse internet	Small Office	8Mb (unlimited)	Free	12 mth.	£19.99/mth.	INFO	GO
2

Porównywarka dostawców internetu w Wielkiej Brytanii.

Szuka według preferencji:

- kod pocztowy
- ceny
- oczekiwania prędkości przyszłej sieci

Milion dolar HOME PAGE



Case study

Chłopak zrobił stronę na wzór „Milion dolar HOME PAGE” w Polsce.

Ile zarobił??

E-commerce rozwiązujący problem: Jak kupić bilet lotniczy najtaniej??

Forecast.com

Top Searches:	Most Preferred:
Cheapest Airline Tickets	Cheap Air Fare
Lowest Airfares	Cheap Student Airfares
Bargain Airfares	Air Line Ticket


Welcome to Forecast.com. If you're looking for cheapest airline tickets, long term weather forecast, aries horoscope or anything similar, go ahead and browse our comprehensive resource directory. You ought to find something interesting!

Are you interested in:

- Long Term Weather Forecast
- Kirchdorf
- Business Forecasting
- Astrological Forecast

Recommended Listings:

- ▶ Aries Horoscope
- ▶ Weather Forecast
- ▶ Virgo Horoscope
- ▶ Economic Forecast



Popular Topics:

- ▶ Horoscopes
- ▶ Horoscope 2005
- ▶ Forecasting
- ▶ Low Price Airline Tickets

[Bookmark this page](#) | [Make this your homepage](#)
Copyright © 2005 Forecast.com All Rights Reserved.

 Zablockowano wyskakujące okno z Welcome to forecast....

Jak działa Forecast.com?

- **Farecast.com** - ma wyszukiwarke lotów i terminów kiedy są te loty najtańsze.
- Specjalny algorytm informuje, czy warto teraz kupić bilet
- **Wnioski:** E-commerce możliwy do prowadzenia przez każdego z nas
- Serwis oczywiście działa tylko jako pośrednik między liniami lotniczymi i klientami

Jaką przyjąć strategię?

Jaką przyjąć strategię?

Jak znaleźć niszę?

- **Czego Ci brak w Internecie?**
- Skup się na **wąskiej** grupie docelowej

Jak Ty jesteś kreatywny?

Pomysły: Kwiaciarnia, sklep z bielizną, ...

Część II

Sekrety copywritingu

AIDA i AIDAL - skuteczne metody tworzenia tekstów reklamowych

AIDA to skrót od słów

- Attention (Uwaga)
- Interest (Zainteresowanie)
- Desire (Potrzeba)
- Action (Akcja)

Poszerzona wersja to AIDAL

- Loyalty (Lojalność)

Uwaga

- Dany produkt, reklama, artykuł musi **przykuć naszą uwagę**.
- W przypadku oferty, billboardu, artykułu jednym z decydujących czynników jest **tytuł**.
- Czemu to właśnie **gazeta Fakt ma największy nakład?**
- **Sensacyjność nagłówków, tragiczne historie i kontrowersyjne tematy** przyciągają tłumy czytelników.
- **Pierwsze kilka sekund**, które poświęcasz na „**skanowanie**” gazety czy serwisu internetowego jest decydujące.

Zainteresowanie

Czy wiesz, że czytamy najczęściej pierwszy i ostatni akapit?

- Najważniejsze informacje umieszczaj **na początku bądź na końcu** oferty, reklamy, artykułu.
- **Odkryj moc PS** 😊
- Zadbaj o **jasność wypowiedzi i wypunktowanie**
- **Cytaty** wpływają na wiarygodność tekstu (wypowiedzi klientów)
- Dłuższe akapity oddzielaj nagłówkami.

- **Zobacz jak fachowcy dbają o** zachowanie formy, która sprzyja utrzymaniu zainteresowania.
- Zobacz jak wygląda artykuł w Gazecie Wyborczej czy Fakcie.

Potrzeby

- **Kreuj** potrzeby
- Skuś Klienta
- **Triki marketingowe:** :
limitowana ilość egzemplarzy, „do końca promocji zostało 7 dni”
- **Marketing: Oferuj wartość dodaną**
(bonusy, rabaty, doradztwo)

Akcja

- Przeanalizowano sposób zachwalania produktów przez sprzedawców. **Wyniki badań ujawniły** następujący fakt: ***Zaskakujące jak mało sprzedawców prosi o wykonanie pożądaney akcji!***
- **Przy sporządzaniu oferty poproś o wykonanie Najbardziej Oczekiwanej Akcji:**
 - o zakup produktu,
 - o odwiedzenie innej strony WWW,
 - o zapisanie się na newsletter (na listę mailingową) o wpłacenie 3 zł na akcję charytatywną.

Jak Ty możesz prosić Klienta na stronie internetowej?

Twoja oferta czy ulotka reklamowa powinna zawierać prośbę o dokonanie przez klienta pożądanej akcji.

Oto przykłady prośby:

- Odwiedź nasz sklep na ul....

Na Internecie Twoja prośba może brzmieć:

- Kup teraz
- Zapisz się na darmowy kurs mailingowy
- Kliknij tutaj
- Zamów już teraz
- Ściągnij darmowy fragment
- **Słuchaj uważnie**

Lojalność

- **Programy lojalnościowe: karta stałego klienta**, zniżki na zakup kolejnych produktów, **oferowanie gratisu** przy kolejnym zakupie powodują, iż klient powraca.
- **Zrób wszystko, by zyskać stałego klienta.** Szukanie i pozyskiwanie nowych klientów jest czasochłonne i wiele kosztowniejsze.
- **Pozwól klientowi poczuć się ważną osobą.**
- Skoro klient zdecydował się na nas, zrobmy wszystko, by stał się naszym stałym klientem i nie odszedł do konkurencji.

Mailing

- Jak konstruować Mailing lub mail do Pana Profesora ;-)) by zwiększyć skuteczność wyegzekwowania naszego przesłania
- Unikaj pisania “ja”
- Używaj często słów „**Pan**”, **Pański**
- Proś o konkretne działania (NOA)
- Pisz o **korzyściach** dla adresata 😊
- **Napisz PS**, a w niej ważną dla Ciebie rzecz.

Ćwiczenie

Szukamy nazwy dla naszej **firmy** i
nazwy **domeny**

Jak znaleźć dobrą nazwę strony www?

- **Case study – najczęściej popełniane błędy**

- **Nazwy pospolite**

Apteka.pl, mieszkania.pl, komputery.pl, itd..

- **Nazwy skróty**

Wp.pl, PZU

- **Nazwy kombinowane**

Filmweb.pl, stopklatka.pl, światalkoholi.pl, ebookarnia.pl

Nazwy dziwaczne bądź śmieszne: radosna twórczość 😊

Yahoo.com, Paskudy.pl, Google.com, Amazon.com

Ćwiczenie:

Wasze pomysły na nazwę firmy

Upewnij się czy taka domena jest
wolna!



Najczęściej popełniane błędy

- Za **dużo humoru**, jeśli firma prowadzi poważną działalność
- **Pospolite** nazwy kojarzą się z produktem a nie naszą firmą
- Nazwa firmy kojarzy się **z czymś innym**
- Nazwa firmy **trudno się wymawia**
- Nie wiadomo jak się ją pisze (**trzeba literować** przez telefon)... (myślnik; 4 - for - four; styropian – steriopian; jot czy jod, hyper – hiper,)

Uwaga na litery

- Niektóre litery brzmią podobnie, gdy je wymawiamy:

P, B

S, Z

S, C

N, M

Jak skonstruować skuteczny nagłówek?

- **Case study:**
 - **Zawsze Coca-Cola**
 - **Prawdopodobnie najlepsze piwo na świecie**
 - **Jestem tego warta**
-
- **Podaj 3 znane nagłówki**

Ćwiczenia:

Twoje pomysły na skuteczny
nagłówek

Sprawdzone i skuteczne nagłówki do wykorzystania

- **7** sposobów na szybki **sukces**
- **21 sekretów** dobrego zarządzania czasem
- **Śmiali się z nas**, gdy wkroczyliśmy na rynek, jednak, gdy staliśmy się liderami
- Czy Ty też chcesz mieć udane wakacje
- **Najnowsze** doniesienia z więzienia
- Mało znane ale skuteczne sposoby na szybką naukę
- **Odkryj** zalety tego telefonu
- **Jak w 5 dni zarobiłem 30 000 zł**
- **Raport** z miejsca zdarzenia
- Twój konkurent ma już u nas reklamę
- **Szokująca** biografia polityka

Co to jest Tagline/slogan?

- Tagline to tytuł strony internetowej
- **Firma: Migomedia**
- Domena: www.migomedia.pl
- **Tagline:** np. Agencja Interaktywna Migomedia

- ***Nagłówek:*** *Wyróżnimy Cię na tle konkurencji*
- Jak stworzyć skuteczny Tagline czyli slogan dla Twojej strony www?
- **Case study: Carlsberg**
- **Nie piszcie, że jesteście najlepsi**
- **Nie piszcie zbyt ogólnych tytułów**



Ćwiczenia:

Twoje pomysły na dobry tagline

**Najczęściej popełniane błędy
przy pisaniu oferty i zachwalaniu
produktów (nie tylko w Internecie)**

**Tajniki skutecznych tekstów
perswazyjnych**

Tajniki skutecznych tekstów perswazyjnych

- *„Wyobraź sobie, że...”* leżysz zrelaksowany na Bahama, a słońce opala Twoje brązowe ciało
- *„Nie myśl, że jesteśmy najlepsi...”*
- Zachwalanie konkurencji
- Pisanie o **korzyściach**, a nie o cechach
- Nakłanianie do podjęcia akcji
- Nie wiem jak Ty, ale ja...
- ITD.

Jakie słowa, które warto
umieścić na stronie www?

Słowa przykuwające uwagę, które warto umieścić w ofercie:

- Ujawnione
- Niesamowite
- Niepowtarzalne
- Wstrząsające
- Skandaliczne/Skandal
- Przełomowe odkrycie, przełom
- Wynalazek,
- Zakulisowe
- Pufne,
- Ujawniony
- Tajemnicze,
- Zagadkowe
- Tajniki,
- Sekrety
- Moc
- Siła
- Ostateczny
- Proste,
- Nowość,
- Nowy
- Nowatorski
- Potwierdzone naukowo,
- Gwarantowane
- Rezultat
- Profit
- Pieniądze
- Gotówka

Jakie czasowniki warto umieścić na stronie www? Część 1

- Czasowniki (są to najczęściej krótkie dwusylabowe czasowniki), które nakłaniają do podjęcia akcji przez odwiedzającego naszą stronę.
- **Powiedz Klientowi, co ma zrobić**
- **Używaj czasowników, które nakłaniają do podjęcia konkretnej akcji.**
- W sklepie internetowym masz często **buttony z komendami** skierowanymi do użytkownika:
„Zobacz opis” „Kup teraz”
„Odkryj korzyści” (opisanie czynności: odkrycie korzyści nie spełnia swojej funkcji.)

Jakie czasowniki warto umieścić na stronie www? Część 2

Magiczne czasowniki:

- Otwórz
- Odkryj (np. zalety, korzyści)
- Dodaj (do koszyka)
- Zrób
- Znajdź
- Przyjdź
- Idź
- Zarób (X pieniędzy)
- Stwórz
- Zbuduj
- Zerwij (z wizerunkiem osoby mało skutecznej)

W ofercie na stronę www warto zawrzeć również czasowniki lub imiesłowy:

- Trzymać
- Przykuwać (uwagę)
- Wstrząsnąć (wstrząsająca)
- Napęlić (np. się dumą)
- Mieszać (np. ludziom w głowach)
- Skręcać
- Rozprzestrzeniać
- Złamać/Przełamać (np. Przełam konwenanse, złam przesąd...)
- Udarzać

Jak zaprojektować skuteczną
stronę internetową?

Jak trafnie określić NOA dla
strony internetowej?

Czy znasz pojęcie NOA??

- Twoja strona główna powinna jednoznacznie sugerować wykonanie czynności przez odwiedzającego.
- Owa czynność to właśnie **Najbardziej Oczekiwana Akcja (NOA)**.

Ćwiczenie:

Jaka jest NOA - **najbardziej oczekiwana akcja**, którą chcesz, by wykonał odwiedzający Twoją stronę WWW??

Przykłady dobrze zdefiniowanych NOA

- **Zdefiniuj jasno dość wąskie cele.**
- **Oto przykłady dobrze zdefiniowanych NOA:**
 - Zapisanie się odwiedzającego na kurs e-mailowy.
 - Dodanie strony do ulubionych.
 - Zainstalowanie przez niego RSS, by artykuły same ścigały mu się na bieżąco.
 - Zakup określonego produktu.
 - Przejście na kolejną podstronę.
 - Przeczytanie najnowszego artykułu.
 - Nakłonienie do przeczytania oferty

Analiza NOA serwisu Migomedia

migomedia | [Strona główna](#) | [Strony i sklepy internetowe](#) | [Marketing i e-marketing](#) | [Public relations](#)

Wyróżnimy Twoją firmę na tle konkurencji

- oferta
- nasi klienci
- o Migomedia
- referencje
- pomocne artykuły
- kontakt

022-425 30 18
0-502 136 906
biuro@migomedia.pl

Strony i sklepy internetowe

Marketing i e-marketing

Public relations

Profesjonalne, sprawdzone, gwarantowane rozwiązania!

[Mapa serwisu](#) | [Gwarancja satysfakcji](#) | [Blog](#) | [Polityka prywatności](#) | [Pomoc](#) | [Kontakt](#) | [do góry ^](#)

Część 3

Marketing internetowy dla firm z małym lub zerowym budżetem



Z czym Wam się kojarzy
marketing internetowy?

Bannery

- Kampanie reklamowe bannerowe – przykładowe
- **Ikea**, Szkoła bez przemocy akcja TPSA, Coca cola, korporacje, banki

Podstawowe rodzaje bannerów

- **Banner** to element graficzny o wymiarach 468×60 pikseli umieszczony w górnej części serwisu internetowego. Reklama typu banner występuje w formacie jpg, gif lub swf .
- **Billboard** to element graficzny o wymiarach 750×100 pikseli umieszczony w górnej części witryny. Billboard może mieć format jpg, gif lub swf .
- **Skyscraper** jest to pionowy element graficzny (w formacie jpg, gif lub swf) o wymiarach do 140×600 pikseli, który jest umieszczony w prawej lub lewej kolumnie witryny.

Ćwiczenie:

Ile wynosi w % średnia
klikalność w bannerach?

Ile wynosio średnia klikalność bannerów?

- Klikalność przeciętnego banneru **nie przekracza 0,5%**.
- Skuteczność na poziomie **1-2%** to bardzo dobry wynik. Oczywiście czasem można osiągnąć poziom klikalności 3-5%, jednak zdarza się to niezmiernie rzadko.

Czemu klikalność bannerów jest aż tak niska?

- Serfując po Internecie uruchamia się w nas obojętność na wszelkiego typu reklamy.

Co to jest pop up i top layer?

Co to jest pop up i top layer?

- **Okienka pop-up to małe, nowe okienko przeglądarki** wyskakujące na pierwszym planie, które zawiera reklamę bądź komunikat dla internauty.
- Okienka pop-up to reklamy, które często przyciągają uwagę (nie ma innego wyjścia trzeba je dostrzec i znaleźć ikonkę: "X": zamknij). Jak dwukrotnie zwiększyć skuteczność reklamy? (top layer)
- **Prawdopodobnie nikt nie lubi POP UP'ÓW!**
- **Top layer** jest następcą reklamy typu pop-up
- Top layer to małe okienko, które może być wyświetlane **ponad treścią strony**, w dowolnym jej miejscu.
- **Top layer może być skutecznym narzędziem promocji w Internecie dla firm ze skromnym budżetem.**
- Warto znać zasady podwyższające skuteczność top layer'ów.

Ćwiczenie:

Jak w prosty sposób zwiększyć skuteczność reklamy top layer?

Po pierwsze:

Jak w prosty sposób zwiększyć skuteczność reklamy top layer?

- **Co to jest capping?**

Opcja ograniczania ilości emisji reklamy nazywana jest cappingiem (według mnie najlepiej ustawić capping = 1).

Możesz również ustalić inną liczbę. Na przykład: capping = 3 oznacza, że pojedynczy użytkownik zobaczy Twoją reklamę maksymalnie 3 razy.

- **Jakie informacje umieścić na reklamie top layer, by zwiększyć skuteczność?**

Po drugie:

Zaoferuj odwiedzającemu stronę wartość dodaną:

- gratis
- zniżkę
- dostęp do ciekawych informacji
- konkurs z nagrodami
- itd..

Bezpłatna promocja

- **Jak zdobyć rozgłos za darmo?**
- **Jak wypromować swoją stronę www?**

PS. Przeczytaj „*12 sposobów na zwiększenie zainteresowania Twoją stroną www*” (artykuł na www.migomedia.pl)

7 sposobów na rozgłos za darmo

1. Wykorzystaj **plotkowanie** do swoich celów.
2. **Zoorganizuj niekonwencjonalne konkursy lub zawody sportowe.**
3. Napisz **tekst**, którego temat jest na czasie, i który **zainteresuje Dziennikarza**. Napisz o wydarzeniu, o którym chcą czytać masy.
4. Wypowiadaj się i **publikuj swoje artykuły** w sieci. To gwarantowany darmowy rozgłos i świetna promocja Twojej osoby i Twojego biznesu.
5. Wykorzystaj **potęgę marketingu wirusowego**, lecz **nei spamuj**
6. **Wyróżnij się!!**
7. Zrób coś kreatywnie dziwnego – ogórki ;-)

Gdzie się reklamować w Internecie?

- **Wypowiadanie** się w Internecie
- Moc forum dyskusyjnego – budowanie społeczności
- Publikacja artykułów
- **Linkowanie**
- **Programy partnerskie**
- Wyszukiwarki

Blogi jako skuteczne nowatorskie narzędzie PR

- Nowe **trendy** w polskim Internecie i e-marketingu. (Bardzo popularne w Europie Zachodniej i USA)
- **Case studies z Polski i zagranicy**
- Nasz blog o marketingu internetowym www.bednarek.eu został wyróżniony w ogólnopolskim konkursie w kategorii media i marketing

Marketing Internetowy dla E-commerce

Marketing Internetowy dla E-commerce

- **E-commerce to SPRZEDAŻ m. in. W INTERNECIE**
- Jaka jest różnica pomiędzy e-commerce i e-biznesem?

E-commerce – Jak wykorzystać szansę, gdy jesteś przedsiębiorczy/-a?

- Znajdź swoją niszę
- Znajdź produkt, na który jest zapotrzebowanie lub sam wykreuj potrzebę
- Znajdź dostawcę i do dzieła

Gdzie, co i jak sprzedawać?

- Najpopularniejsze kanały dystrybucji w Internecie
- Branding w Internecie

Sprzedaż w Internecie a prawo

Od 2 marca 2000 polski klient robiący zakupy w sklepie internetowym ma zapewnione takie same prawa, jak klient z Unii Europejskiej

PRAWO e-klienta

- Czy zauważyłeś, że sklepy internetowe często zastrzegają sobie, że ich towar nie podlega zwrotowi? To złamanie prawa, gdyż **sklepy internetowe są zobligowane do powiadomienia od tym prawie Klienta**. Klient zawsze ma prawo **zwrócić produkt w 10 dni** od otrzymania produktu.
- Problem polega na tym, że e-klient nie zna swoich praw.

Wyjątki od reguły

Zgodnie z ustawą zwrotowi nie podlegają:

- 1. Nagrania audio i wizualne oraz zapisane na nośniku komputerowe programy**, jeżeli Klient usunął bądź zniszczył oryginalne opakowanie.
- 2. Towar sprowadzony na zamówienie Klienta**, wykonany według specyfikacji na życzenie Klienta (np. serwer, zestaw komputerowy, notebook - to jest produkt, którego właściwości zostały sprecyzowane przez klienta w złożonym przez niego zamówieniu)

Metody marketingowe zdobywania klientów i maksymalizowania zysków z jednej transakcji

Takie techniki marketingowe mają maksymalizować zyski z jednej transakcji oraz zwiększają zależność i zaufanie klienta do firmy oraz obniżają ryzyko przejścia klienta do konkurencji.

- Cross selling
- Up selling

Co to jest cross selling?

- **Cross selling (sprzedaż krzyżowa)** to marketingowa technika sprzedaży produktów (lub usług) komplementarnych (uzupełniających)
- **Np.** Podczas dokonywania zakupu przez klienta, informujesz klienta o uzupełniających się produktach, dobrach komplementarnych.
- Twoim celem jest, by klient kupił jak najwięcej.

Co to jest up selling?

- **Up-selling (sprzedaż dodatkowa)** to oferowanie klientowi produktów lub usług o wyższej cenie, wyższym standardzie, większej ilości funkcji.
- **Np.** Podczas dokonywania zakupu przez klienta, informujesz o lepszych, z większą ilością opcji, bardziej ekskluzywnych wersjach produktów lub usług.

Przykłady zastosowania metod up-selling i cross-selling:

- Biorąc pod uwagę **preferencje klienta**, możemy klientowi zaproponować droższą wersję podobnej usługi. Jeden z samochodowych dealerów był ekspertem w zakresie up sellingu. Klient prawie zdecydowany na kupno Volkswagena, był przekonywany do kupienia Audi. Każdy z nas lubi sobie czasem pozwolić na mniejszy lub **większy luksus**. Pomóżmy klientowi podjąć decyzję, która **da nam większy dochód** i zarazem jeszcze bardziej uszczęśliwi klienta. **(up-selling)**
- Tym, co właśnie dokonują zakupu książki o biznesie w naszej internetowej księgarni przedstawić na tej stronie inne lektury: **Czytelnicy**, którzy kupili tę książkę, **kupili również** następujące lektury z tej dziedziny: x, y, z. **(cross-selling)**.

Amazon

amazon.com Your Amazon.com Cell Phones & Service See All 41 Product Categories Your Account | Cart | Your Lists | Help | NEW

Browse Brands & Products | Top Sellers | Phones | Service Plans | Accessories | Pay As You Go | Wireless Help Center | Rebate Information

Search Cell Phones & Service GO Find Gifts GO

Now Get **Free 2-day Shipping** on All Cell Phones* *Some restrictions apply Shop now

BROWSE

Featured Carriers

[Cingular](#)
[Nextel](#)
[T-Mobile](#)
[Sprint](#)
[Verizon Wireless](#)
[All service plans](#)

Featured Brands

[BlackBerry](#)
[Nokia](#)
[Motorola](#)
[Virgin Mobile](#)
[Windows Mobile](#)
[All brands](#)

Featured Sellers

[Wirefly](#)

Phones with Service

[Bluetooth Phones](#)
[Camera Phones](#)
[Data Cards](#)
[MP3 Phones](#)
[PDA Phones](#)
[Slider Phones](#)
[All phones](#)

Unlocked Phones

[By Frequency](#)
[By Type](#)
[By Brand](#)
[All unlocked phones](#)

Accessories

[Batteries](#)
[Bluetooth Accessories](#)
[Cases & Holsters](#)
[Chargers](#)
[Combo Kits](#)
[All accessories](#)

Pay As You Go

[Phones](#)
[Cards](#)
[All pay-as-you-go](#)

More Cell Phones & Service

[Keep Your Number](#)
[Family Plans](#)
[Rebate Archive](#)
[Wireless Help Center](#)

Amazon Blogs

[Electronics Blog](#)

Cell Phones & Service

Ranked #1 in Online Customer Experience by Keynote Systems

Hello. Sign in to get [personalized recommendations](#). New customer? [Start here](#).

Enter your ZIP code here: GO [what's this ?](#)

Featured Promotion

Just Press Play with the Nokia N75



The N75 from [Cingular](#) plays music with 3-D stereo quality and plays full-screen MPEG-4 videos on its 2.4-inch screen. Not to mention it's got a 2.0 MP camera with 16x zoom and blazing-fast speed with Cingular's 3G technology.

> [Get it now](#)

Featured Categories



Phones with Service

- [Motorola, Bluetooth Phones](#)
- [Nokia, Camera Phones](#)
- [Music Phones, PDA Phones](#)
- [Prepaid, Unlocked](#)

> [All phones](#)



Unlocked Phones

- [By Frequency](#)
- [By Type](#)
- [By Brand](#)

> [All unlocked phones](#)



Accessories

- [Bluetooth, Combo Kits](#)
- [Cases & Clips, Data](#)
- [Batteries, Hands-Free](#)
- [Antennas, Chargers](#)

> [All accessories](#)



Answers to Your Questions

- [Cell Phone Rebates](#)
- [Replacements](#)
- [Returns](#)
- [Port My Number](#)



Service Plans

- [Cingular, Nextel](#)
- [T-Mobile, Sprint](#)
- [Verizon Wireless](#)
- [Prepaid, Family Plans](#)

> [All service plans](#)



Prepaid Phones

- [NET10](#)
- [STI Mobile](#)
- [T-Mobile To Go](#)
- [TracFone](#) ..

Colorful String of Pearls

Get your [BlackBerry Pearl](#) in four different colors: [red](#), [white](#), [black](#), or [gray](#).

> [Pick your Pearl](#)

Hot BlackBerry Headset

Get the small and sleek [BlackBerry HS-665](#) Bluetooth headset to go with your new BlackBerry phone.

> [Check it out](#)

Top Sellers in Cell Phones

1. [Sony Ericsson W810i Phone \(Cingular\)](#)
Price After Special Offers: \$-99.99
2. [Motorola KRZR K1 Phone \(at&t/Cingular\)](#)
Price: \$0.01
3. [Cingular 8525 PDA Phone \(at&t/](#)



Elementy marketingu dla sklepu w Internecie

- **100% gwarancji** (wydawnictwa ebooków, Migomedia, itd.)
- Gwarantujemy ochronę danych osobowych, czyli polityka prywatności
- **Referencje**
- Reklamacje
- **bestellery**
- Nowości
- Dostawa gratis
- **Cross selling, up selling**
- Mailingi
- Autorespondery



Case study 1

Spektakularne upadki i sukcesy sklepów internetowych

Silvertobacco.pl - długi ogon gwoździem do trumny - case study

Silver Tobacco
FASCA.NET

Wzrost w produktach:

Strona główna | Regulamin | Warunki dostawy | Kontakt i dane firmy

"Palenie fajki zapewnia spokojny i obiektywny osąd spraw ludzkich."
Albert Einstein

Silver Tobacco

Czy marzysz o chwili wytchnienia i relaksu?

Kiedyś czasem potrzebuje chwili relaksu i wytchnienia. **Ty również, prawda?**

Może lubisz obejrzeć świetny film lub usiąść w wygodnym fotelu z dobrą książką w ręce, być może wolisz pójść na ryby czy połowić i wypocząć na łonie natury. A może najlepszą relaksacją Cię spotkanka z przyjaciółmi w pubie?

Mezkanie czy zbalans w żółty refleksji, bezdusny, czy zbalans z dymu na dym. **Ten sklep powstał by dostarczać Tobie to na co masz ochotę. Na co w pełni zaspokoić.**

Zapraszamy do przejrzenia wyjątkowej oferty Silver Tobacco, Jesteśmy pewni, że Cię zainteresuje.

Henry Duda

Opisuj w miłej atmosferze
Twoja Fajka Churchill Lights 35

Konkurs:
Twój kasek jest party.

Rezerwa i logowanie:
Zakupuj się, aby dotrzeć zakupów w naszym sklepie oraz uzyskać dostęp do historii zamówień i edycji swoich danych.

Zarejestruj się, jeśli jeszcze nie posiada konta.

Nasz Newsletter:
Zarejestruj się, jeśli chcesz otrzymywać najnowsze wiadomości ze świata fajki i cygara, a także informacje o promocjach i nowościach w naszej ofercie.

Przebieg:

Początek historii

- *„W marcu 2005 na Allegro znalazłem ofertę sprzedaży sklepu fajka.net. Właściciel chciał 11500 zł za bazę koło 800 klientów, domenę, skrypty sklepu, oprawę oraz kontakty do dystrybutorów/producentów. Miesiąc później kupiłem sklep za prawie... 2000 zł.”*

Maciek Dzierżek
ecommerce.blox.pl



**Czy według Ciebie tej firmie się
powiodło?**

Dlaczego taki los prognozujesz?

Początek końca

- „Po jakimś czasie prowadzenia sklepu **coraz mniej paczek byłem w stanie wysłać** w ciągu 24 godzin. Stan mojego magazynu był mniej więcej taki sam, a **ilość produktów w sklepie znacznie urosła**. Częste zamówienia w dystrybutorów musiały także przekraczać pewne kwoty i w okolicach lutego/marca 2006 stało się dla mnie jasne, że nie dam rady prowadzić dalej sklepu, mimo, że obroty rosły. Dodatkowo musiałem wracać na studia (wojsko) i nie mogłem sobie pozwolić na dalsze pracowanie przy sklepie - potrzebowałem gotówki na wydawanie, a nie inwestowanie. Utrzymanie niestety kosztuje, a sklep wymagałby kolejnych dużych (jak na mnie) inwestycji, na które nie mogłem sobie pozwolić.”

Cytaty pochodzą z ecommerce.blox.pl

Przeszkody

- „*Głównym moim problemem było **zatowarowanie**. Otwierając sklep nastawiałem się na zarabianie na hitach.*”
- „***klienci byli totalnie nieprzewidywalni**”*
- „*Sytuacji nie poprawiała **konkurencja**. Jedna z dużych hurtowni stosowała dziwne ceny detaliczne - niższe niż ja otrzymywałem (w hurcie) od tych samych importerów”*
- **sklepy zagraniczne**

Cytaty pochodzą z ecommerce.blox.pl

Tragiczny koniec

- ***„błąd przy przenoszeniu danych serwera. Kilkadziesiąt baz, domen, serwisów przeniosło się w ciągu jednej nocy bez żadnych problemów. Silver Tobacco niestety zostało na starym serwerze, który Amerykanie wyłączyli zanim się zorientowaliśmy, że coś jest nie tak.”***

Cytaty pochodzą z ecommerce.blox.pl

Case study 2

SaveMyAss.com



Początek historii

SaveMyAss.com

pod tą dość kontrowersyjną nazwą rozpoczyna działalność **kwiaciarnia internetowa**, która skupia się na dostawach kwiatów na różne okazje.

**Czy według Ciebie tej firmie się
powiodło?**

Dlaczego taki los prognozujesz?

Co z reakcją kobiet?

Sukces w Stanach

- **Dostawy są cykliczne.**
- **Stali klienci**
- Jeden klient dokonuje **kilku** zakupów w roku
- **Sklep ratuje tyłek facetom** i przypomina o ważnych datach np. w małżeństwie (rocznice, urodziny żony). Sklep w odpowiednim czasie wysyła kwiaty...;-).

SaveMyAss.com

The screenshot shows the SaveMyAss.com website. At the top left is the logo "SAVE MY ASS" in red and white. To its right is a navigation bar with the text "Know someone who could use our service? [Let them know!](#)". Below the logo is a vertical menu with buttons for "Join Now", "Member Login", "Home", "Take the Tour", "Pricing", "FAQ", "About Us", "Tell-A-Friend", and "Contact Us". The main content area features a "Welcome to SaveMyAss." heading, followed by a description: "SaveMyAss is a flower delivery service / relationship insurance policy. We send flowers to your girlfriend or wife on a regular basis." Below this is a video player showing a man speaking, with a play button overlay. To the right of the video are customer quotes: "You may very well have saved my marriage.", "My girlfriend loves getting flowers at work. It makes all the other women there jealous.", and "I thought my wife would be pissed if she found out about this service. In fact, she told me I better not quit!". Below the quotes is a "Featured In" section with logos for BusinessWeek, MAXIM RADIO, and abc NEWS. At the bottom of the main content area are two buttons: "JOIN NOW" and "or Take the Tour". Below these are links for "Pricing", "FAQ", "About Us", and "Ask a Question". The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, several application icons, and the system tray with the time 14:32.



Koniec

Dziękuję za Twój czas i za uwagę.

Więcej ciekawych i pomocnych artykułów, znajdziesz na moim blogu www.bednarek.eu, który zawiera ponad 100 artykułów, praktyczne przykłady i case studies.

Zezwalam na kopiowanie w niezmienionej treści i z informacją, że autorami treści są
Małgorzata Bednarek i Agencja Interaktywna Migomedia

