

***Jak zrobić z swojej e-wizytówki
niezwykle skuteczne narzędzie do
marketingu w internecie.***



Do swobodnego kopiowania i rozpowszechniania!

Zezwala się na:

łączenie tej publikacji z innymi publikacjami naszej firmy bądź innymi darmowymi produktami w zestawy i ich nieodpłatne rozpowszechnianie.

Zabrania się:

przekształcania, publikowania w fragmentach lub innej niż elektroniczna formie bez indywidualnej, pisemnej zgody autora publikacji.

Copyrights © 2008 - Krzysztof Morawski



www.morekart.pl | biuro@morekart.pl

Wrocław 2008

I. Czym jest e-wizytówka?

E-wizytówka to strona www której głównym zadaniem jest przekazać Twoim potencjalnym klientom następujące informacje: kim jesteśmy, co robimy, jak się z nami skontaktować.

Pomimo, iż e-wizytówka jest jedną z najprostszych możliwych stron internetowych, może się stać niesłychanie skutecznym narzędziem marketingowym. Co ciekawe jej skuteczność jest głównie oparta na jej prostocie.

II. Dlaczego e-wizytówki są tak skuteczne?

- **Szybkie ładowanie**

Pozbawiona setek podstron, zaawansowanych wyszukiwarek treści czy nadmiernej grafiki e-wizytówka jest jedną z najszybciej ładujących się stron www. Jest to o tyle istotne, gdyż długi czas otwierania się strony jest jednym z podstawowych powodów dla których Internauci opuszczają witryny danych firm.

- **Łatwa nawigacja**

Nie wszystkie osoby które korzystają z internetu są z nim "za pan brat". Spora część osób wciąż ma duże problemy z odnalezieniem podstawowych informacji na niektórych stronach. Dlatego maksymalnie uproszczona konstrukcja e-wizytówki nie pozwala popełnić błędu i znacznie skraca czas potrzebny do zapoznania się z ofertą firmy.

- **Zachęca do kontaktu**

I znów wszystko dzięki prostej konstrukcji. Jedna strona z informacjami o ofercie to wystarczająco dużo miejsca by wymienić i krótko opisać czym się zajmujemy, bądź co sprzedajemy. Kluczem jest tu słowo "krótko". Celem e-wizytówki nie jest przekazanie wszystkich cech naszej usługi/produktu. Powinna ona przekazywać tylko te najważniejsze. Te które sprawiają, że nasz potencjalny klient będzie zainteresowany zakupem produktu bądź uzyskaniem dokładniejszych informacji o nim. A więc te które sprawiają, że zechce on skontaktować się z naszą firmą.

III. Jakie warunki musi spełniać e-wizytówka?

- **Profesjonalny wygląd**

Pamiętaj dla klienta który nie zna Twojej firmy wygląd Twojej strony to jeden z czynników wpływających na ocenę Twojej wiarygodności! Dlatego dobra e-wizytówka powinna mieć schludny i przejrzysty wygląd.

- **Zgodność z standardami**

Twoja strona powinna być napisana w zgodzie z międzynarodowymi standardami sieciowymi (W3C) dzięki którym będzie ona poprawnie wyświetlana niezależnie od przeglądarki czy systemu operacyjnego. Usprawni to również proces pozycjonowania strony.

- **Skupiona na kliencie**

Pamiętaj klient nigdy nie szuka informacji o historii Twojej firmy tylko informacji o Twojej ofercie. A mówiąc jeszcze dokładniej to szuka on sposobu zaspokojenia swoich potrzeb. Dlatego właśnie najpierw będzie zainteresowany przejrzaniem Twojej oferty.

Tak więc strona oferty powinna być pierwszą wczytywaną stroną. Powinna być to też najdokładniej przemyślana strona e-wizytówki. Upewnij się, że wymienione są tu WSZYSTKIE oferowane usługi/produkty. Zadbaj o to by (krótki) opis cech twojej oferty zawierał jedynie najważniejsze (z punktu widzenia klienta) informacje o Twojej ofercie.

Ogranicz też do minimum słowa "my" "nasz" "nasze" itp. zamiast nich używaj "Ty", "Ciebie", "Wasz", itp. Dzięki temu łatwiej będziesz w stanie napisać ofertę skupioną na kliencie a nie na produkcie/usłudze.

- **Informacje kontaktowe**

W prosty sposób udostępnij klientowi możliwość przejścia z strony ofertowej do kontaktowej. Zamieść też podstawowe dane kontaktowe (np. nazwę firmy i numer telefonu) na WSZYSTKICH stronach swojej e-wizytówki.

Na stronie kontaktu koniecznie podaj wszystkie niezbędne dane kontaktowe. A więc pełną nazwę firmy, adres siedziby oraz numery telefonów i adresy e-mail osób kontaktowych (koniecznie z ich imionami i nazwiskami). W dobrym tonie jest też zamieścić na stronie kontaktowej formularz kontaktowy dzięki któremu Internauci będą mogli przesłać do nas wiadomość (e-mail) bez konieczności logowania się do swojej skrzynki e-mailowej.

- **Prowadź klienta za rękę**

... ale niech ma wrażenie, że to on decyduje. Z strony ofertowej poprowadź klienta bezpośrednio do strony kontaktowej (np. zamieszczając przy każdej opisywanej usłudze odnośnik do strony kontaktowej o nazwie "zadzwoń i dowiedz się więcej"). Jeśli po przeczytaniu oferty klient nie będzie wiedział co dalej ma robić ... może zdecydować, że chce porównać nasz produkt z konkurencją i już nigdy do nas nie wrócić.

- **Buduje wiarygodność**

Strona "o nas" ("O firmie", "kim jesteśmy" itd.) to idealne miejsce na to by napisać kilka słów o sobie. Nie pisz tam jednak pełnej historii swojej firmy. Nie o to w tym chodzi. W zupełności wystarczy napisać, że firma z sukcesami działa na rynku od X lat. Zamiast tego wymień największe sukcesy firmy i przytocz opinie swoich dotychczasowych klientów.

Dzięki temu skutecznie zbudujesz potrzebne zaufanie u nowego (potencjalnego) klienta. Pamiętaj tylko, że opinia taka musi być podpisana imieniem i nazwiskiem osoby, która ją wystawiła oraz nazwą firmy (jeśli to firma była naszym klientem) bądź adresem e-mail osoby prywatnej (opcjonalnie). Dzięki temu referencję taką nowy klient będzie w stanie sprawdzić (prawdopodobnie i tak tego nie zrobi ale sam fakt, że może buduje już zaufanie).

- **Logo i zdjęcie pracowników**

Czyli budujemy świadomość o firmie i ponownie zwiększamy zaufanie. Logo najlepiej umieścić na stronie z informacjami o firmie (bądź w górnym lewym rogu wszystkich podstron jako swoisty nagłówek), natomiast zdjęcie pracowników warto dać na stronie kontakt. Nie jest to co prawda konieczne ale Zdjęcie pracowników pomoże Twojemu potencjalnemu klientowi skojarzyć Twoją firmę z fizycznymi (konkretnymi) osobami a nie tylko cyfrową stroną www.

- **Dobra domena**

Domena to innymi słowy adres internetowy pod którym dostępna będzie Twoja e-wizytówka. Domena składa się z 3 członów: znacznika "www", głównej części czyli nazwy oraz końcówki (np. - .pl, .com.pl, .com, itd.). Dobra domena powinna być krótka, łatwa do zapamiętania i podania komuś przez telefon (ważne by nie musieć jej za każdym razem literować). Dobrze by było gdyby domena odnosiła się do nazwy Twojej firmy bądź oferty (nie jest to jednak wymagane). Dla przykładu: pełna nazwa

IV. Jak promować swoją e-wizytówkę?

Jeśli masz już odpowiednio zaprojektowaną e-wizytówkę pozostaje Ci jedynie zadbać o odpowiednią jej promocję. Metod promocji stron internetowych jest niezwykle wiele. Różnią się one od siebie nie tylko formą ale przede wszystkim skutecznością. Najpopularniejszą formą promocji w sieci są wciąż bannery reklamowe. Kampanie bannerowe są idealnym sposobem do budowy świadomości marki... niestety jest to jedna z najdroższych (biorąc pod uwagę stosunek kosztu do bezpośrednich zysków z reklamy) metod promocji w Internecie. Dlatego korzystają z niej głównie duże firmy.

Nasuwa się więc pytanie „jak tanio i skutecznie promować się w internecie”? W tej części raportu przedstawię Ci 3 skuteczne (i relatywnie tanie) sposoby na wypromowanie swojej e-wizytówki. Są to:

- kampanie Google AdWords
- pozycjonowanie i
- darmowe bonusy (gadżety)

Pozycjonowanie

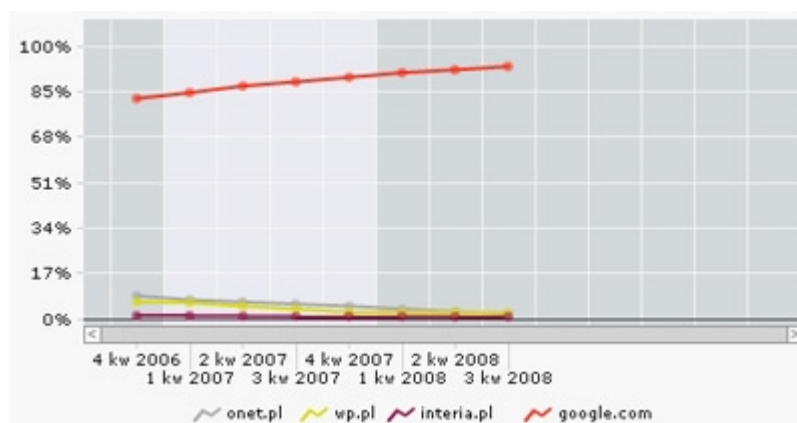
Pozycjonowanie (zwane również optymalizacją) strony www to jedna z technik reklamy wykorzystywana w Internecie. Celem pozycjonowania jest umieszczenie strony na jak najwyższym miejscu w wynikach wyszukiwania dla wybranej wyszukiwarki internetowej, a co za tym idzie zwiększenie popularności strony.

Dlaczego warto się pozycjonować?

- Na dzień dzisiejszy pozycjonowanie jest najskuteczniejszą (stosunek kosztów do zysków) formą reklamy w Internecie.
- Wyszukiwarki generują obecnie ponad 50% wszystkich wejść na strony www.
- Jednocześnie jedynie około 20% internautów sprawdza drugą (i kolejne) strony z wynikami wyszukiwania.
- Jeśli serwis jest umieszczony wysoko w wynikach wyszukiwania internauci postrzegają go jako wiarygodny i popularny.

Gdzie się pozycjonować?

Od kilku lat niekwestionowanym liderem na rynku wyszukiwarek w Polsce jest firma Google. Obecnie ponad 90% wszystkich Internautów w Polsce wyszukuje strony www właśnie za pomocą tej wyszukiwarki.



google.com - 93.0%

wp.pl - 2.0%

onet.pl - 1.9%

interia.pl - 0.8%

inne - 2.3%

Źródło: Gemius SA, gemiusTraffic, (stan na dzień 26.08.2008). Więcej na www ranking.pl.

Kampanie Google AdWords

to kolejna bardzo skuteczna forma reklamy. Daje ona ogromne możliwości firmom każdej wielkości.

Sieć Grafika Wiadomości Wideo Grupy dyskusyjne Gmail więcej ▾ Zaloguj

Google ubezpieczenia Szukaj [Szukanie zaawansowane](#) [Ustawienia](#)

Szukaj w Internecie Szukaj na stronach kategorii: język polski

Sieć Wyniki **1 - 10** spośród około **13,400,000** dla zapytania **ubezpieczenia**. (Znaleziono w **0,05** sek.)

<p>Ubezpieczenia Linki sponsorowane www.AXA.pl Jasne warunki ubezpieczenia. U nas wszystko jest przejrzyste!</p> <p>Liberty Direct www.libertydirect.pl Ubezpiecz auto do 30% taniej.</p> <p>Ubezpieczenia na życie www.prevoir.pl gwarancja bezpieczeństwa twojego kapitału. Pierwsza składka gratis!</p>	<p style="text-align: center;">Linki sponsorowane</p> <p>Supertanie OC i AC Nie zwlekaj i oblicz swoją składkę. Gwarantujemy najniższą cenę! www.mbank.pl</p> <p>Warta, AC do 65% taniej AC nawet 65% taniej. Przypisanie zniżek do auta. Sprawdź już Teraz! www.autocascowarta.pl</p> <p>UNIQA24 Ubezpieczenia nowej generacji. Oblicz składkę, kup polisę online! www.uniqa24.pl</p>
---	--

Wyszukiwania pokrewne: [ubezpieczenia warta](#) [ubezpieczenia ściaga](#)

Ubezpieczenia Ergo Hestia - ubezpieczenie OC i AC, mieszkania ...
Uproszczona likwidacja szkód w Ergo Hestii. Bez oględzin i szybko! **Ubezpieczenie OC**
Ubezpieczenia OC i AC.
[www.hestia.pl/ - 102k - Kopia - Podobne strony](#)

Do głównych korzyści programu AdWords zaliczamy:

- Pełną kontrolę nad budżetem reklamowym
To Ty decydujesz na ile wycenisz jedno kliknięcie w konkretną reklamę, ile chcesz wydać dziennie, miesięcznie itd.
- Określanie zasięgu geograficznego
Dzięki programowi AdWords masz możliwość kierowania reklam na cały świat, poszczególne regiony geograficzne lub miasta jak i dowolnie utworzony obszar (np. 50 km wokół Twojej firmy).
- Wybór formy reklamy
Do wyboru masz reklamę tekstową, graficzną czy Video.
- Elastyczność
Możesz emitować reklamy w dowolnych godzinach, dniach. Masz również możliwość tworzenia dowolnej kombinacji słów kluczowych, określających Twoją ofertę.
- Błyskawiczne efekty
Twoja reklama w wyszukiwarkach pojawia się natychmiast po rozpoczęciu kampanii reklamowej.
- Wyświetlanie linków na pierwszej stronie wyników wyszukiwania ZA DARMO!
Jako klient płacisz jedynie za kliknięcia w twoją reklamę a więc jedynie za klientów faktycznie zainteresowanych Twoją ofertą.

Jak się reklamować?

Kampanie możesz projektować samodzielnie (<https://adwords.google.com/select/Login?hl=pl>) bądź skorzystać z naszej fachowej pomocy.

Daj coś za darmo

... i pozwól swoim klientom rozpowszechniać to dalej. Innymi słowy wykorzystaj marketing wirusowy. Jest to specyficznym rodzajem działań marketingowych. Jego idea jest zainicjowanie sytuacji, w której to klienci (bądź potencjalni klienci) będą sami między sobą rozpowszechniać informacje o firmie, usłudze czy produkcie.

Co możesz rozdawać? Np. taki raport jak ten. Jeśli dla przykładu prowadzisz firmę zajmującą się sprzedażą i montażem okien warto napisać kilkustronicowy raport o tym „Jak wybrać i bezpiecznie kupić okna na lata”. Opisz tam wszystko to na co Twoi klienci powinni zwrócić uwagę podczas kupowania okien czy zamawiania usługi ich montażu. Zadbaj też by elementy tam wymienione (np. proponowane firmy, okna z odpowiednimi parametrami, itd.) znajdowały się w Twojej ofercie. Jeśli Klienci (czy osoby odwiedzające Twoją stronę) pobiorą ten raport i uznają go za pomocny przy podjęciu decyzji o ich zakupie na pewno zechcą przesłać go swoim znajomym. Nikomu na pewno nie będzie też przeszkadzała informacja (np. na ostatniej stronie raportu) o tym, że autorem raportu jest firma XYZ zajmująca się sprzedażą i montażem okien której ofertę można znaleźć na stronie www.XYZ.pl.

Raport taki rozdawaj gdzie się tylko da. Umieść link do jego pobrania na własnej stronie, w stopce każdego wysłanego e-maila, prześlij do serwisów o podobnej tematyce i zapytaj czy nie chcieli by za darmo rozdawać go na swojej stronie, rozdawaj go jako bonus każdemu klientowi który zakupił w firmie okna (np. razem z drugim raportem „Jak dbać o okna by przetrwały całe lata”).

Metoda ta na pewno nie da natychmiastowych rezultatów ale ma dwie bardzo ważne zalety! Po pierwsze NIC NIE KOSZTUJE! Raport taki możesz stworzyć korzystając z darmowego pakietu OpenOffice i poświęcając na to np. jeden weekend. Po drugie Twoja praca związana z promocją raportu będzie jednorazowa. Tylko raz musisz go napisać. Tylko raz przygotować link na stronie do jego pobrania. Tylko raz trzeba napisać do wszystkich potencjalnych „dystrybutorów” o tym czy chcą za darmo rozdawać go na swojej stronie. Natomiast potem pracę (zw. z promocją raportu) wykonywać będą już za nas inne osoby, które zaczną raport rozdawać „dalej”.

Co jeszcze możesz rozdawać? Najlepiej coś co Twoi potencjalni (obecni czy byli) klienci mogli by używać co dziennie! **Zastanów się jak wiele korzyści mogło by przynieść Ci narzędzie pozwalające co dziennie kontaktować się z swoimi klientami?**... A gdyby narzędzie to było tak przyteczne, że osoby te same wysyłałyby je swoim znajomym? > [Dowiedz się więcej](#)

V. Czy masz już swoją e-wizytówkę?

Raport ten udostępniamy jedynie naszym klientom, którzy zdecydowali się już na zakup naszej „e-wizytówki” i przekonali się o tym jak skutecznym narzędziem marketingowym może ona się stać.

Postanowiliśmy jednak dać im możliwość dzielenia się tą wiedzą z swoimi znajomymi, współpracownikami czy kontrahentami. Dlatego właśnie zezwalamy na nieodpłatne rozpowszechnianie tego raportu w niezmienionej formie.

Jeśli otrzymałeś ten raport od znajomej Ci osoby istnieje duże prawdopodobieństwo tego, że ma ona już swoją e-wizytówkę i wie jak skutecznym narzędziem marketingowym jest własna strona internetowa. Masz też to szczęście, że wiedzą tą zechciała się z Tobą podzielić.

Strony internetowe to w dzisiejszych czasach jedno z podstawowych narzędzi marketingu w firmie. Dobrze zaprojektowana strona jest doskonałym sposobem komunikacji firmy z jej klientami czy kontrahentami.

Jeśli więc Twoja firma nie posiada jeszcze własnej strony internetowej, [zamów swoją e-wizytówkę](#) już dziś (termin realizacji **do 48h!**). Możesz również zamówić bardziej rozbudowany serwis www zaprojektowany specjalnie pod Twoje potrzeby. [Zobacz naszą ofertę](#).