



## **ONLINE MARKETING**

**VZDELÁVACÍ VÝSTUP ZO ŠTUDENTSKEJ STÁŽE V PROJEKTE  
BE READY FOR REAL BUSINESS**



**Erasmus+**

**Projekt je financovaný zo zdrojov EÚ v rámci programu Erasmus+**

## Online marketing

Postupom času ako sa začali do našich bežných životov zavčleňovať rôzne moderné technológie si tento trend začali uvedomovať aj obchodníci a rôzne firmy. Jednou z takýchto významných technológií je internet. Samozrejme väčšina bežných ľudí využíva internet na komunikáciu a vyhľadávanie informácií a túto skutočnosť využili šikovní obchodníci a vytvorili spôsoby ako propagovať svoje firmy alebo produkty prostredníctvom internetu a rozličných sociálnych sietí.

Ako teda začať keď chceme niečo propagovať na internete? Nie je to tak jednoduché ako odoslanie reklamy na niečí e-mailový účet. Musíme si položiť niekoľko základných otázok pred tým než začneme s marketingom cez internet.

Rozdelíme si tento proces do základných bodov:

1. Zadefinovanie cieľovej skupiny
2. Určenie hodnôt pre cieľovú skupinu
3. Zadefinovanie finančných prostriedkov na marketing
4. Výber správneho média na propagáciu

### Zadefinovanie cieľovej skupiny

Najprv si položíme nasledujúcu otázku: „Čo je to cieľová skupina?“ Odpoveď je jednoduchá. Cieľová skupina je skupina ľudí, na ktorú sa budeme počas propagácie orientovať. Samozrejme existujú tu rôzne kritériá definovania cieľovej skupiny a nie sú vždy rovnaké pre každý produkt, ktorý sa snažíme propagovať.

Tu je zoznam najčastejších kritérií na definovanie cieľových skupín:

- Pohlavie
- Vek
- Finančná situácia
- Povolanie
- Krajina pôvodu
- Zájmy

K čomu nám ale slúži zedefinovanie cieľovej skupiny? Jednoducho povedané so správne zedefinovanou cieľovou skupinou môžeme ušetriť veľa nákladov a času. Ako príklad si uvedieme pánske sako. Podľa hore uvedených kritérií si vyberiem tie, ktoré mi najviac ovplyvnia moju cieľovú skupinu. Pri pohlaví si určíme, že o naše pánske sako budú mať záujem prevažne muži a tým si uľahčíme prácu zhruba o polovicu, keďže pri našej propagácii sa budeme zameriavať len na mužské publikum. Pri veku môžeme usúdiť, že pánske saká kupujú muži vo veku od 15 rokov vyššie a tým si znova môžeme ušetriť prácu a vystavovať takúto reklamu len na stránkach, ktoré navštevujú tieto vekové skupiny. Na zistenie týchto kritérií slúžia rozličné analýzy populácie a skupín alebo aj jednoduchá anketa.

### **Určenie hodnôt pre cieľovú skupinu**

Tento bod nehovorí o tom kde sa má produkt propagovať, ale akým spôsobom. Myslím tým najmä to, na čo má daná reklama apelovať, aby sa daný človek rozhodol kúpiť náš produkt. Predstavme si, že našou cieľovou skupinou sú majitelia malých podnikov. Pre takéto podniky je typické to, že sú to často rodinné podniky alebo podniky, v ktorých hrajú majitelia viacero úloh (pracovník, účtovník, skladník, ...). Kvôli tomu im ostáva menej voľného času. A to je jedna hodnota, ktorú možno využiť pri propagácii. Ak pri ponúkaní nášho produktu naznačíme, že by vďaka nemu mohli ušetriť čas tak máme šancu ho presvedčiť aby náš produkt kúpil. Okrem šetrenia času môžem uviesť ako príklad ďalšie hodnoty: zníženie nákladov, zlepšenie vlastných schopností (kurzy, knihy), zlepšenie zdravia (biopotraviny, výživové doplnky) a mnoho ďalších.

### **Zedefinovanie finančných prostriedkov na marketing**

Svet sa točí okolo peňazí. To platí dvojnásobne pri marketingu, preto je potrebné si vypracovať finančný plán. Ak zistíme, že nemáme veľa finančných prostriedkov tak môžeme využiť tie metódy propagácie, ktoré sú zadarmo. V mnohých prípadoch nie sú až tak efektívne ako cieleňá reklama, za ktorú sa ale už platí. No a samozrejme ak máme dostatok finančných prostriedkov tak môžeme využiť oveľa viac spôsobov marketingu.

### **Výber správneho média na propagáciu**

Zistili sme, že komu chceme propagovať, ako to chceme propagovať a za koľko. Ostáva nám už len zistiť kde budeme náš produkt propagovať. Samozrejme internet je jeden kolos informácií a stránok a je strašne veľa miest kde sa dá robiť reklama. Rozhodol som sa spomenúť niekoľko azda najznámejších stránok a služieb na túto činnosť.

## **Google**

Najznámejší a najpoužívanejší vyhľadávač na svete, ktorý pozná azda každý človek na internete. Google zobrazuje reklamy medzi prvými výsledkami vyhľadávania. Jeho reklamné služby sú platené a čím väčší záujem o reklamu na istý produkt tým vyššia je cena za zobrazenie danej reklamy.

## **Facebook**

Jedna z najpoužívanejších sociálnych sietí. Tu môžeme rozlíšiť dva druhy reklamy. Jedna je zadarmo a druhá je platená. Keď si firma vytvorí vlastnú skupinu alebo stránku na Facebook-u a pravidelne tam pridáva obsah, reklamu na vlastné produkty alebo rôzne súťaže a promo akcie tak nemíňa žiadne peniaze a má dobrú reklamu. Problémom je ale nevyhnutnosť neustálej komunikácie so zákazníkom vo forme pridávania obsahu. Druhý spôsob reklamy je využitie platenej služby, kde si vytvoríte reklamu a platíte za jej zobrazovanie. Pri využití tejto metódy si viete vyšpecifikovať vašu cieľovú skupinu. Taktiež máte možnosť platiť buď za každé zobrazenie reklamy alebo za každé kliknutie na reklamu.

## **Twitter**

Obdobne ako pri Facebook-u aj tu sa dá uplatniť reklama formou pridávania obsahu a zväčšovaním si svojej zákazníckej základne. Rizikom je ale to, že po istej dobe neaktivity môže dôjsť k odchodu zákazníkov a preto sú potrebné časté aktualizácie.

## **Youtube**

Táto stránka, ktorá slúži na pozeranie rôznych videí má aj svoj podiel reklám. Tieto reklamy sa zobrazujú ako odporúčané videá, reklama počas videa alebo ako reklamy pred samotnými videami.

Tieto sú samozrejme tie najznámejšie, ale v závislosti od rôznych faktorov sa musí reklama často prispôbovať. Jedným takým prípadom je napríklad vek našej cieľovej skupiny. V prípade, že sa jedná o staršiu generáciu, ktorá nemá s internetom alebo s počítačmi ako takými skúsenosti je náročnejší online marketing. Ďalším faktorom je napríklad povolanie. Ak máme produkt pre finančných maklérov tak ho pravdepodobne nebudeme propagovať na bežných sociálnych sieťach, ale napríklad na stránkach online finančných magazínov alebo na profesionálnych sociálnych sieťach.

## Zhrnutie

Online marketing je už dosť zabehnutý biznis vo svete reklamy a preto existuje aj veľa možností. Je už len na vás, ktorý spôsob sa vám najviac oplatí. Avšak jedno je isté, dôslednou prípravou si dokážete rapídne znížiť náklady a zvýšiť viditeľnosť vášho produktu.