

Brand a performance v digitálním marketingu

Brand a Performance

Téma přednášky:

Proč se vyplatí budovat brand. Jak jej dělat lokálně v rámci využití digitálního marketingu a kdy mít strategii zaměřenou na brand, kdy performance, nebo kombinaci.

Vaše možné prodejní kanály: pro a proti

- prodejci trhy, prodej ze dvora, obchody, řetězce, velkoobchody apod.
- marketplace, nebo jako dodavatel např. Rohlík, nebo Šumava Produkt
- vlastní eshop

Vlastní eshop - co je třeba zvážit

- Málo konverzí - smart kampaně
- Málo referencí - menší důvěryhodnost proti konkurenci
- Málo fans na FB a IG - lookalike audience
- Málo stálých zákazníků - pravidelné tržby
- Malá návštěvnost z organického hledání
- Nevím co očekávat, proč prodeje následně nemám, nebo mám vysoké CPA, PNO, nebo nedosahuji cílených tržeb
- Úzký sortiment - špatná vytežitelnost zákazníků, nemožnost cross sellingu
- Nejvíce vás stojí akvizice nového zákazníka
- Sortiment komplikovaný na logistiku při kusových objednávkách od daných zákazníků online

Řešení - brand building

Budujte značku svých produktů a farem

- Oblíbenou značku jen tak snadno nenahradíte
- Zavedená značka vám bude generovat větší ziskovost při menším objemu prodeje, než masivní výroba a logický větší podíl na trhu
- Zakazníci budou mít jasnou představu co od Vás mohou čekat. Snadno vaše produkty rozeznají a ví co znamenají
- Díky digitálnímu marketingu a sociálním sítím, můžete budovat značku i u určité cílové skupiny, kde lze předpokládat větší zájem o vaše produkty, nebo lokálně. Navíc vše můžete vyhodnocovat skrz data

Marketingová strategie pro brand building

Brending, rebranding, media mix

- Research aktuálního stavu a konkurence + cílová skupina, stanovení cílů
- Firemní identita - příběh značky / kreativa. Mít jasně odlišitelnou identitu. Jednoduchou a jasnou komunikaci. (ukázka ZLATO KLENOTY)
- Online marketingové strategie v závislosti na cílech (kde budu prodávat, cíle brandové, nebo výkonnostní, kde jsou produkty k dostání) + nastavení komunikace + media plán
- Lokální cílení a data umožňují v rámci online inzerce budovat brand jen v regionu kde chcete a vybrané skupině lidí, kde předpokládáme, že by měli mít větší zájem o vaše produkty a akceptovat i vyšší cenu za kvalitu

SEE

THINK

DO

CARE

BANNERY

VIDEO

SOCIÁLNÍ
SÍŤ

E-MAIL

VYHLEDÁVÁ
NÍ

BANNERY

SOCIÁLNÍ
SÍŤ

E-MAIL

Ukázka úspěšného rebrandingu, komunikace značky

Zlato klenoty (ecommerce):

- Kreativita, logo, komunikace sociální sítě

Telly (pay TV):

Společnost DIGI TV prošla v roce 2020 rebrandingem na Tell

- kompletní komunikace nové značky v rámci sociálních sítí, PPC reklamy Ads, Sklik, Adform a nákupu médií

Ukázka komunikace na sociálních sítích

Vybrané sociální sítě:

- Facebook
- Instagram

Ukázka komunikace na sociálních sítích



Ukázka komunikace na sociálních sítích



Ukázka komunikace na sociálních sítích



Digitální marketing - měření, statistiky

Vybrané sociální sítě:

- Facebook + Instagram
- Google Analytics