

1.1 Úvod do kurzu

Kurz „Moderní marketing“ pro vás zajistila nezisková organizace Tradice Bílých Karpat, z.s. za pomoci dotace Ministerstva zemědělství.

Jak se liší online marketing velké a malé firmy?

Odpověď je vcelku prostá. Rozpočtem, možnou časovou dotací, cíli. Takže prakticky vším. Na internetu naleznete zdarma obrovské množství informací o online marketingu, celou řadu návodů, doporučení na různý užitečný software.

Z mého pohledu na začátku každého podobného článku chybí informace, pro koho je přesně tento software nebo informace určena. Velké firmy mají marketingová oddělení, která spolupracují s digitálními agenturami. Disponují rozpočty v řádech stovek tisíc na měsíc. Jak jste na tom vy?

Co v tomto kurzu nebude

Google AdWords – placená reklama na Googlu. V tomto typu reklamy si kupujete reklamní banery na cizích webech a tam se poté vaše reklama zobrazuje. Obvykle platíte za proklik. Google nabízí zdarma kupón v hodnotě 1 000 Kč pro začátek. Aby vám tato reklama fungovala, museli byste mít měsíčně na tuto reklamu minimálně 20 000 Kč.

Google AdSense – stejný princip z druhé strany, vy pronajímáte prostor na svém webu pro cizí reklamu. Google vám potom posílá peníze. Aby fungovala tato reklama, museli byste mít na webu opravdu velkou návštěvnost, což v praxi znamená, že byste se museli opravdu aktivně věnovat tvorbě zajímavého obsahu, na který byste lákali návštěvníky. Pokud nemáte týdně 20 pracovních hodin nazbyt, pouze si znehodnotíte webovou prezentaci.

Sklik – totéž, jen poskytovatelem je Seznam.

A co se naopak naučíte

Komplexní marketingový systém pro malé firmy. Nejedná se tedy o jednu platformu, ale o vzájemně propojené součásti. Tento systém se v drobných obměnách učí v celém online světě. Nejefektivněji funguje, pokud se držíte opravdu všech kroků. Ale záleží jen a pouze na vás, jakým způsobem se rozhodnete dané kroky plnit.

Jaké nástrahy na vás čekají

Narazíte na technické potíže – není nutné, abyste si uměli sami dělat webové stránky a podrobně rozuměli Google Analytics. Opravdu. Je třeba, abyste rozuměli tomu, co a pro koho děláte a jakým způsobem to chcete prezentovat.

Doporučuji vám, abyste si našli konzultanta na online marketing, která vám pomůže připravit webové stránky, propojí jednotlivé kroky a se kterým budete moct pravidelně konzultovat vaše výsledky a následující postup. Tento konzultant by neměl dělat opakující se úkony, jako je psaní a publikování článků nebo publikování obsahu na sociální síť. A už vůbec ne komunikovat s vašimi zákazníky.

Nebudete mít čas – ehm. Čas je otázka organizace a priorit. Pokud budete svůj marketing považovat za prioritní, určitě si na něj čas najdete. Záleží na vaší práci, je-li sezónní, využijte období klidu a marketingový materiál si připravte dopředu. Jste-li vytížení po celý rok, vyčleňte si každý týden 2 hodiny, kdy se opravdu závazně budete marketingu věnovat (tedy pokud chcete vidět posun).

Nebudete vědět, o čem psát nebo natáčet videa – celý kurz je prošpikovaný „Marketingovou inspirací“. Tedy videi a fotografiemi, které natočili zemědělci z celého světa. Vybrala jsem takové příklady, které jsou natočené amatérskou kamerou (obvykle na telefon), většinou se v nich moc nemluví a mají velký divácký dosah. Videá nejsou v češtině, protože jsem se chtěla vyhnout konfliktu s autory těchto snímků. Ale to není vůbec důležité, ke všemu jsou napsané vysvětlující texty, důležité je, že takový materiál můžete úplně klidně vyrobit doma také.

Nebudete mít peníze na placenou propagaci – to je z počátku dobře. Získáte tím čas si v malých částkách pečlivě otestovat, co právě vám funguje a co nefunguje. Pokud marketing fungovat bude, přinese vám do firmy nové peníze, které do propagace můžete investovat.

Ztratíte motivaci – to je normální, každá práce přináší vrcholy i pády. Zkuste si opravdu pečlivě popsat svou finální vizi a mít ji při práci stále na očích. Pište si krátkodobé i dlouhodobé plány a sledujte vývoj vaší práce. Zkuste být v kontaktu s někým, kdo se snaží dosáhnout podobného cíle. V marketingu je nejnáročnější první období, kdy budete mít pocit, že se snažíte a odezva nepřichází. To je stejné jako v zemědělství, nejdříve pracujete, potom přijde odměna. Slibuji, že jakmile vám začnou chodit pozitivní komentáře na vaši propagaci a objeví se nové objednávky, váš přístup se změní. Chce to vydržet.

Marketingová inspirace

Na videu je slepice, sedí na vejcích, vylíhnou se jí kuřátka. Umělecká a finanční náročnost na výrobu podobného videa téměř nula, stačí vám kvalitní telefon. Toto video má 33 178 644 shlédnutí.

<https://www.youtube.com/watch?v=JsTj-8bNObw&t=20s>

1.2 Struktura kurzu

Kurz je rozdělený do 8 lekcí

1. Moderní marketing
2. Stanovení cílů
3. Branding
4. Webová prezentace
5. Magnet na kontakty
6. Rozesílání newsletterů
7. Sociální sítě
8. Statistiky a plány

V každé lekci naleznete další kapitoly

- **Informace o tématu** – abyste pochopili, co a proč byste měli řešit
- **Úkoly** – každá lekce s sebou nese řadu úkolů. Plňte je. Nemá smysl si o marketingu počíst, změnu přinese až akce!
- **Slovníček pojmů** – marketingové termíny srozumitelně, prostě, prakticky. Marketing není raketová věda, ale občas se tak tváří ;). Pokud v textu narazíte na termín, kterému nebudete rozumět a který nebude vysvětlený ani ve slovníčku pojmů, použijte Google.
- **PDF** – soubor s textovým obsahem dané lekce ke stažení, obsahuje i slovníček. Pro každou lekci je jedno společné PDF.
- **Rozšíření pro zvědavé** – zaujalo vás téma? Chcete se dozvědět více? V některých kapitolách jsou připojeny odkazy na stránky, kde naleznete rozšiřující informace k tématu.
- **Marketingová inspirace** – abyste viděli, jak může vypadat marketingový výstup z vaší farmy či dílny. Že nepotřebujete tým, ani profi vybavení. Hlavní je odhodlání. Videá jsou z YouTube, obrázky z databáze s obrázky zdarma www.pixabay.com. Většina použitých materiálů je ze zahraničí, pokud se v nich mluví, tak anglicky nebo německy. Ale to není důležité. Důležité je, abyste viděli kvalitu videí, jejich obsah, vnímaly přenášené pocity.

Jak můžete řešit svůj marketing

1. **Řešení dodají externisté** – je možné, že se rozhodnete na danou práci najmout externistu (například na realizaci webových stránek). Toto je určitě dobrým krokem, je samozřejmé, že jako zemědělci či řemeslníci jste kovaní v jiných oborech. I v takovém případě byste měli rozumět tomu, co a proč daný externista řeší, kolik času mu to může zabrat, jaké jsou obvyklé náklady na podobnou práci. Také popíšu, na co si dát pozor při najímání externisty a kontrole jeho práce.
2. **Svůj marketing si řešíte sami** – svým klientům doporučuji, aby si najali specialisty na jednorázové práce, které jsou zcela mimo jejich obor. Opakované činnosti ať se naučí a dělají si sami. Cílem tohoto kurzu je naučit vás dělat si marketing z větší části samostatně bez pomoci externistů.

<https://www.youtube.com/watch?v=ztllf5wJgs>

1.3 Online marketing

Marketingový systém z hlediska jeho tvorby

Moderní marketing je systém. Nejsou to jednotlivé kroky, ze kterých si můžete vybrat, co se vám hodí. Jeden krok podporuje druhý, navazují na sebe. Ale můžete si vybrat formu, jakou budete jednotlivé kroky plnit.

Systém je popsán z hlediska jeho tvorby, ne cesty zákazníka. Každému kroku se budeme podrobně věnovat v následujících lekcích.

1) Vytvoříte si funkční webovou prezentaci

- Takže web bude moderní, responzivní, přehledný. Bude podporovat váš osobní brand (kvalitní fotky, barvy, texty, logo).
- Na tomto webu budete mít **Blog**. Na ten budete psát každý týden příspěvky, které budou čtivé, pomáhající, zdarma. Pokud psaní není vaší silnou stránkou, můžete natáčet **videa nebo dělat**

podcasty. Ale videa i podcasty stejně umístíte do části Blog, jen tam dáte kratičký úvodní text a pod něj video.

- Na webu budete mít **opt-in**. Tedy funkci, která vám bude sbírat kontakty do databáze.
- Také tam něco připravíte hodnotný obsah zdarma ke stažení. Obvykle to bývá **PDF s e-bookem**, video, nebo série videí.

2) Vyvoláte pozornost na sociálních sítích

Sociálních sítí je celá řada, nejpraktičtější se ukazuje Facebook a Instagram. Tyto sítě jsou propojené, naučte se používat obě. Sociální sítě jsou v marketingu nenahraditelné.

- Publikujete tam **odkazy na svůj blog**, zvete lidi k návštěvě své webové prezentace.
- Můžete využít placené reklamy **k propagaci svého e-booku**, na FB můžete svou reklamu velice přesně mířit, takže neplýtváte penězi na oslovování lidí, kteří se nikdy v budoucnosti nestanou vašimi klienty.
- Využijte sílu **facebookových skupin**, tvoříte komunitu podobně naladěných, máte prostor k publikování svých myšlenek, v okamžiku, kdy se rozhodnete začít prodávat svůj online produkt, tato skupina bude připravená k nákupu.
- Můžete uzavřené skupiny můžete využít jako své **mastermindové skupiny**.

3) Rozesíláte pravidelně newslettery

Ano, ano. Všichni nesnášíme spam, newslettery nikdo nečte a nikoho nezajímají. Ať se vám to líbí nebo ne, rozesílání newsletterů je absolutně nejefektivnější a nejlevnější nástroj moderního marketingu. Nikdo neříká, že vaše newslettery musí být trapné, nudné, slizké, otravné nebo opakovaně vyřvávat další a další slevy. Jaké si to uděláte, takové to budete mít. Každopádně si zapamatujte tuto věc: „**Zisk je přímo úměrný velikosti e-mailové databáze**“.

Newslettery slouží k budování důvěry mezi vámi a vašimi čtenáři. Nikdo si od vás nic nekoupí čistě na základě jedné reklamy na Facebooku. Ale (pokud patří k vaší cílové skupině) zaujmete jeho pozornost a stáhne si výměnou za kontakt vaše PDF. Potom je na vás, abyste jej přesvědčila o kvalitě své práce v dalších newsletterech.

- Na webu již máte **opt-in**, která vám stahuje kontakty. Buď za e-book, nebo vyskakovací u blogu.
- Tyto kontakty se shromažďují u služby, která poskytuje rozesílání hromadné pošty. Je jich celá řada, některé jsou placené, jiné zdarma. Já osobně používám a svým klientům doporučuji **MailChimp** (zdarma do 2 000 kontaktů, poté cena srovnatelná s ostatními poskytovateli těchto služeb).
- Odtud se bude **rozesílat vaše PDF s e-bookem**.
- Odtud budete **každý týden ve stejnou dobu posílat svůj newsletter** odkazující na nový článek v blogu.
- Také můžete **vytvořit automatickou uvítací sekvenci** – to je série asi 5 e-mailů, které mají navazující logiku a zasílají se nováčkům v databázi. Tam jim nějakým způsobem představíte svůj produkt nebo službu.

- A v okamžiku, kdy bude vhodná sezóna pro prodej vašeho produktu, vytvoříte **prodejní sekvenci**.

<https://www.vyrobkyzkraje.cz/wp-content/uploads/2018/11/moderni-marketing-1.jpg>

Marketingová inspirace

toto je video z US farmy, kde chovají dobytek na maso. Všimněte si, že jejich propagace není postavena na mase, na jeho složení ani na způsobu zpracování. Video je v angličtině, ale zcela jistě pochopíte, jaké je jeho základní poselství.

Nejúčinnější marketing je postavený na pocitech a lidech. Vidíte? Tvrdě pracující poctiví farmáři. Šťastné krávy na pastvinách. Kvalitní maso je výstup, který je logický a všichni ho očekávají.

https://www.youtube.com/watch?v=iYJ_cN1vMks

Marketingová inspirace

Nechováte dobytek? Pod rukama vám ožívají dřevěné sochy? Podívejte se na video. Nemluví se v něm. Za jeho výrobou nestojí profesionální studio. Z umělce vidíte pouze jeho pracující ruce a nástroje. A přesto naprosto perfektně sděluje zákazníkům, kolik práce za každou dřevěnou sochou stojí. 892 262 shlédnutí.

Nevidím žádný důvod, proč by podobné video nemohli vyrábět a publikovat řemeslníci z ČR.

<https://www.youtube.com/watch?v=hXaeVOwFnys>

1.4 Úkoly k 1. lekci

Vyčleňte si ve svém kalendáři čas na tento kurz. Ideálně jednou týdně alespoň jednu hodinu dopoledne – tedy v době, kdy se dokážete co nejvíce soustředit a jste kreativní.

Tento **čas maximálně respektujte**. Asi jako důležitou obchodní schůzku.

Stáhněte a vytiskněte si každý týden PDF z dané lekce.

Zvýrazněte si důležité věci, ručně pište připomínky.

Pokud bude třeba, ještě během této hodiny si naplánujte schůzku s profesionálem, se kterým budete na daném problému spolupracovat.

Budete-li úkol plnit samostatně, naplánujte si tyto činnosti do svého kalendáře.

1.5 Slovníček pojmů k 1. lekci

Blog – část webu, na které se pravidelně publikují texty, fotografie, videa. Ideální je publikovat každý týden ve stejnou dobu, vaši čtenáři se naučí si v danou dobu přijít na váš web.

Mastermindová skupina – skupina podnikatelů (obvykle), členové jsou v podobné situaci a řeší stejné úkoly (například by mohla vzniknout mastermindová skupina zemědělců, kteří si dali za cíl během roku 2019 plně využívat online marketing). Členové pracují na podobných tématech, vzájemně se podporují. Taková skupina může být v reálném světě, i online (v online se obvykle na mastermindové skupiny používají uzavřené Facebookové skupiny).

Moderní marketing – takový způsob propagace, který je autentický, příjemný pro vás i příjemce, hodnotný. V důsledku samozřejmě vede ke zvýšení poptávky a zisku.

Newsletter – hromadná pošta, marketingový nástroj. Náklady na jeho zasílání jsou minimální (časově i finančně), v dlouhodobém měřítku budují důvěru mezi podnikatelem a jeho potenciálními zákazníky.

Opt-in – nejdůležitější část webu (z hlediska marketingu), formulář na sběr e-mailových kontaktů.

PDF – je soubor v takovém formátu, který příjemci neumožní v něm dělat změny, ale zároveň v něm zůstávají zachovány odkazy. Je ideální pro tvorbu e-booků nebo faktur.

Podcast – namluvený příspěvek, uložený ve formátu MP4. Popularita podcastů stále stoupá, lidé je poslouchají při řízení auta, chůzi, práci na poli.

Rezponzivní web – obsah webu se automaticky přizpůsobuje zařízení, na kterém je zobrazován. Takže pokud si někdo vaši stránku zobrazí na mobilu (což je v dnešní době velmi pravděpodobné), obsah se nezmenší, ale přeskládá (takže obrázek a text na počítači budou vedle sebe, na mobilu pod sebou).

SPAM – nevyžádaná pošta, nevhodný marketingový nástroj. V dnešní době díky GDPR takřka vymýcen.