







Digital Blaze


DIGITAL MARKETING
AGENCY

 Subotica, Serbia

 info@digitalblaze.agency

 www.digitalblaze.agency

 @digitalblaze

 @digitalblaze

PREDMET PONUDE:

Poslovni paket: **Ecommerce Srbija**

SADRŽAJ PONUDE:

- I Analiza klijenta i postavka KPI-jeva**
- II Odabir vodećih kanala promocije i planiranje**
- III Google Ads**
- IV Društvene mreže**
- V Newsletter**
- VI Dodatne usluge**

INFORMACIJE:

**Okvirna mesečna cena paketa:
450 evra***


***Cena je određena na osnovu minimalne naplate za slične ecommerce klijente, i ujedno predstavlja minimalnu mesečnu naknadu za ostvarivanje saradnje. Cena za konkretnog klijenta adaptira se nakon procene stvarnog obima posla, a na osnovu obostrane evaluacije.**


Evaluaciju vršimo nakon prva 3 meseca saradnje, kroz anketu o zadovoljstvu klijenta.





Digital Blaze


DIGITAL MARKETING
AGENCY

 Subotica, Serbia

 info@digitalblaze.agency

 www.digitalblaze.agency

 @digitalblaze

 @digitalblaze

I ANALIZA KLIJENTA I POSTAVKA KPI-JEVA

- Analiza tržišne pozicije – podrazumeva sagledavanje klijentove pozicije na online tržištu u Srbiji kroz poređenje sa konkurencijom, procenu jačine brenda, SEO parametara, cenovne pozicije i sl.

- Analiza postojećih kampanja i kanala oglašavanje

- Analiza postojećih resursa: tagovi, pixeli, dostupni alati. Podešenost alata za praćenje i izveštavanje, postojeće baze za remarketing, retargeting, razrađenost segmenata i sl.

- Postavka ciljeva i metrika za praćenje.

II ODABIR VODEĆIH KANALA PROMOCIJE I PLANIRANJE

- Pored uobičajenih kanala promocije, Google Ads, društvene mreže, SEO dogovaramo i dodatne kanale promocije (blog, newsletter, ekstarni portali, uporeživači cena itd)

- Planovi se prave na osnovu parametara dobijenih od klijenta. Neki od njih mogu biti:

- Nabavka – tzv. „udarni“ artikli
- Akcije
- Raspodaje
- Sezonski artikli
- Novi artikli itd.

- Na osnovu opštih planova kreiramo i implementiramo planove po kanalima

III GOOGLE ADS

SEARCH KAMPANJE:

Na osnovu kategorija proizvoda pravi se struktura search kampanja


- Istraživanje i postavka ključnih reči i filtriranje u od „hladnijih ka toplijim“ i strukturiranje kampanja (tzv. hladne i tople ključne reči zapravo razlikuju koliko je potencijalni kupac blizu donošenja odluke o kupovini i pomažu nam da umeravamo kupca. Primer „hladne“ ključne reči je „hrana za pse“ dok su toplije ključne reči „royal canin“, ka najtoplijim „royal canin dermacomfort cena“, pri čemu je važno da kupca na svakom od tih koraka u procesu odlučivanja o kupovini usmerimo ka nama)


- Praćenje metrika i optimizacija search kampanja





Digital Blaze


DIGITAL MARKETING
AGENCY

 Subotica, Serbia

 info@digitalblaze.agency

 www.digitalblaze.agency

 @digitalblaze

 @digitalblaze

DISPLAY KAMPANJE:

- Display kampanje koristimo za najavu akcija, promocija, sezonskih artikala, isticanje benefita i retargeting

- Kampanje kreiramo i targetiramo na osnovu više parametara u zavisnosti od vrste artikla, promocije i ciljne grupe kojoj su namenjeni.

Neki od primera targetiranja display kampanja:

- **Mesto, tema i ključne reči** (kombinacija placement&topic&keyword): promocija opreme kućne ljubimce: ciljamo portale za vlasnike kućnih ljubimaca gde dele iskustva o najboljim proizvodima ove vrste ili tekstove sa savetima za kuće, mace i sl. Pri čemu odmah postavljamo i retargeting kampanju na ovaj segment i koristimo ga za dalju promociju proizvoda za muškarce orijentisani ka uređenju dvorišta i bašte.

- **Namera kupca:** na osnovu predefinisanih parametara Google nam nudi mogućnost da targetiramo one kupce koji su već u procesu istraživanja za kupovinu određenih vrsta proizvoda: motornih testera, gerova za metal idr. Sa druge strane imamo mogućnost i sami da kreiramo tzv. „custom“ segmente, npr. želimo da sa display kampanjama targetiramo ljude koji pretražuju određene ključne reči i posećuju određene stranice – npr. stranice proizvoda na konkurentskim sajtovima.

- **Remarketing/retargeting po različitim parametrima** – neki od primera:

- Posetioci koji su na našem sajtu pročitali edukativni blog post (npr. saveti za održavanje dvorišta, idealna bušilica za Vas, itd.)
- Posetioci koji su na našem sajtu posetili informacije o akcijama
- Posetioci koji su na našem sajtu 2x pogledali isti proizvod, ili se zadržali duže od 3 minuta na stranici određenog proizvoda

- **Dinamički Google remarketing**

Ukoliko postoje tehničke predispozicije (feed sa proizvodima importovan na Google Ads) možemo kupcima putem Google banera prikazivati dinamički one proizvode koje su već gledali na sajtu i njima slične proizvode.


DISCOVERY ADS:


- Oglašavanje kroz Google discovery mrežu – u formi vesti, relativno novi oblik oglašavanja na Google koji nam omogućava da koristimo Google-ove machine learning algoritme i ciljamo publiku prema njihovim namerama, navikama i interesovanjima.





Digital Blaze


DIGITAL MARKETING
AGENCY

 Subotica, Serbia

 info@digitalblaze.agency

 www.digitalblaze.agency

 @digitalblaze

 @digitalblaze

IV DRUŠTVENE MREŽE

Marketing na društvenim mrežama delimo na tzv „Community marketing“ (odnosi sa zajednicom) i promocije kroz društvene mreže

Community marketing

Građenje zajednice potencijalnih vernih potrošača – marketing aktivnosti menjene jačanju brenda i vezivanju zajednice za brend.

Ova strategija može da se radi na lokalnom nivou ili na širem (regionalnom) nivou – ili paralelno za oba.

Pod ovu vrstu promocije spadaju tzv. engaging postovi: saveti, edukativni postovi, preporuke, poređenja proizvoda, recenzije, pitanja za fanove, nagradne igre, zabavni postovi, servisne informacije i sl.

Promocije na društvenim mrežama

Slično kao i na Google, promociju kroz Facebook i Instagram vršimo od „hladne“ ka „toploj“ publici, ovog puta kroz tergetiranje i retargetiranje, ali i kroz izbor određene vrste kampanja.

Hladni posetioci – Traffic kampanje

Za inicijalnu promociju bilo čega od dogovornog: kategorije proizvoda, sezonskih artikala, akcije i sl. koristimo tzv. traffic kampanje – odnosno kampanje koje imaju za cilj što veći broj poseta određenoj stranici.

Kampanje targetiramo po inetersovanjima, polu, godinama, zanimanju... u skladu sa asotimanom koji plasiramo.

Topliji posetioci – Conversion kampanje

Na osnovu Interakcija iz traffic kampanje formiramo retargeting kampanje i plasiramo reklame posetiocima koji su već pogledali naš sajt i radimo dalju segmentaciju. Kao cilj ovih kampanja stavljamo konverziju (neophodno je postojanje pixela).

Ovde ograničavamo frequency – broj prikaza po posetiocu na 10, nakon čega radimo dalju segmentaciju i prilagođavamo oglasne poruke onima koji su u tih 10 prikaza ponovo posetili stranicu (ali nisu kupili) i ukoliko budžet dozvoljava, da ponovo na drugačiji način pokušamo da privučemo one koji nisu ponovo posetili stranicu.

Kampanje dalje skaliramo na osnovu troška po konverziji.


Izazivanje posebnog interesovanja za određeni proizvod


Ovo radimo kroz engagement postove – koji u velikoj meri liče na postove iz community marketinga, i ne deluju previše kao reklama. Pri tom tagujemo na slikama proizvod iz kataloga. Klikovi na ove slike / proizvode, Facebook- u daju okidač na osnovu koga će plasirati dinamički remarketing.





Digital Blaze


DIGITAL MARKETING
AGENCY

 Subotica, Serbia

 info@digitalblaze.agency

 www.digitalblaze.agency

 @digitalblaze

 @digitalblaze

Dinamički remarketing

Slično kao na Google, posetiocima plasiramo proizvode koje su već pogledali na sajtu ili putem tagova (iz prethodnog primera). Time svu publiku obuhvaćenu ostatkom strategije držimo konstantno „zagrejanim“ i u praksi upravo ova vrsta kampanja, kao kraj lanca, donosi najviše konverzija po najnižoj ceni.

- Neophodno je postojanje pixela i Facebook kataloga.

V NEWSLETTER

Analiza resursa i baze, definisanje ciljeva i implementacija Newsletter kampanja

U zavisnosti od baze kojoj raspolažemo, odlučujemo da li je potrebno uraditi dalju segmentaciju ili možemo započeti newsletter promocije kroz već definisane segmente. Zatim definišemo izgled, koncept i učestalost newsletter kampanje za svaki segment.

Segmentiranje baze (opciono - nije uključeno u ponudu)

Ukoliko baza nije adekvatno segmentirana, vršimo segmentaciju* koliko je to moguće. Npr. kroz plasiranje newsletter kampanje sa veoma primamljivim ponudama iz više različitih kategorija proizvoda pri čemu posetioce koji su kliknuli proizvod iz određene kategorije automatski svrstavamo adekvatan segment kako bismo im kasnije slali samo kampanje o proizvodima za koje su zainteresovani.

Kasnije im plasiramo proizvode iz ove kategorije kroz newsletter.

Listu mailova takođe možemo koristiti i za Facebook kampanje i građenje LOOKALIKE (slične) publike.

Email automatizacija (opciono - nije uključeno u ponudu)

Email automatizacija* zasniva se na kreiranju workflow-ova odnosno niza poruka koje će klijent dobijati u zavisnosti od njegovih prethodnih akcija.

Recimo nekome ko je kupio proizvod, posle nedelju dana šaljemo newsletter da se zahvalimo i ponudimo mu da popuni upitnik o kvalitetu usluge. Dobijamo 3 nova segments: zadovoljne, nezadovoljne i one koji nisu odgovorili.

Zadovoljni: dobiju mail u tonu “Drago nam je” u znak zahvalnosti dajemo recimo kupon kod od 5% popusta na sledeću kupovinu.


Nezadovoljni: mail u tonu “Žao nam je...” i dajemo neku pogodnost kroz koju možemo da popravimo utisak, npr. besplatnu dostavu za sve porudžbine do kraja godine ili sl.


Neodgovoreni: “Vaše mišljenje nam je važno - odgovorite nam na upitnik i ostvarite 10% popusta na sledeću kupovinu”





Digital Blaze


DIGITAL MARKETING
AGENCY

 Subotica, Serbia

 info@digitalblaze.agency

 www.digitalblaze.agency

 @digitalblaze

 @digitalblaze

Primeri za automatizaciju kampanja je mnogo, i mogućnosti su praktično neograničene. Naravno, preduslov je posedovanje alata koji podržava automatizaciju (npr. Mailerlite ili slično).

B2B newsletter marketing

Marketing kampanje ka pravnim licima šaljeimo kontaktima iz klijentove ili naše baze*

* (Raspolažemo bazom od nekoliko desetina hiljada poslovnih email adresa. Korišćenje naše baze naplaćujemo 20 - 50 evra po kampanji u zavisnosti od veličine segmenta koji koristimo).

VI DODATNE USLUGE

- On site SEO
- Off site SEO
- Pisanje sadržaja za sajt i eksterne izvore - Blog postovi, PR objave, opisi proizvoda
- Vođenje TikTok profila
- Konsultacije i strategija
- Obuka internih marketing kadrova
- Pomoć u organizaciji internog marketing tima
- Pomoć pri regrutaciji marketing kadrova - organizacija intervjua, ocenjivanje kandidata

* (usluge koje nisu predmet ponude i podležu dodatnim dogovorima)

S'poštovanjem