

Jak promować swoją firmę w Internecie?

Reklama w sieci wcale nie musi być kosztowna, aby była skuteczna. Z tego względu jest to dobra forma promocji nawet dla tych przedsiębiorców, którzy nie dysponują dużym budżetem.

Popularność firmy w sieci przekłada się na jej zysk. Zdobycie zaufania wśród internautów, a tym samym klientów, oznacza dynamiczny rozwój i nowe możliwości, co jest jednym z wyznaczników sukcesu. Najpopularniejsze narzędzia wykorzystywane przy promocji w Internecie to bannery reklamowe. Poza nimi do wyboru mamy m.in.: mailing, newsletter, pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach internetowych (SEO), kampanie reklamowe w wyszukiwarkach internetowych (np. boksy, linki sponsorowane), marketing społecznościowy i inne formy promocji.

Dlaczego Internet?

Poza niezwykle szerokim gronem odbiorców i powszechnością informacji reklama w Internecie wyróżnia się przede wszystkim ogromnymi możliwościami targetowania, dzięki czemu można bardzo precyzyjnie określić grupę docelową. Reklamodawca ma pewność, że informacja o jego firmie dotrze do osób, które faktycznie mogą być zainteresowane produktem, więc sama reklama będzie korzystniej odebrana. Można ustalić konkretny termin, kiedy reklama ma dotrzeć do odbiorcy, co również w dużym stopniu wspomaga jej oddziaływanie. Dużym plusem reklamy internetowej jest szerokie spectrum kanałów przekazu – forma graficzna, tekstowa, dźwiękowa i wideo.

Reklama internetowa należy do najskuteczniejszych także dlatego, że pozwala ograniczyć liczbę prezentacji danemu internaucie, a dodatkowo jest łatwa do monitorowania i kontrolowania jej skuteczności.

Formy promocji w sieci

Reklama w Internecie występuje w rozmaitych formach, mniej i bardziej inwazyjnych. Poza popularnymi bannerami często pojawia się w postaci wideo i wyświetla się np. przed filmem, który internauta chce obejrzeć. Linki sponsorowane to z kolei mało inwazyjna forma reklamy – dopiero po kliknięciu internauta trafia na stronę reklamodawcy. E-mailing oraz reklama w newsletterze trafia zazwyczaj bezpośrednio do skrzynki potencjalnego klienta. Taka reklama często jest spersonalizowana, gdyż osoby podające swój adres e-mailowy i wyrażające zgodę np. na newsletter dodatkowo wypełniają inne pola, wpisując swoje dane osobowe i umożliwiając personalizację przekazu, jaki do nich dociera. Plusem tej formy promocji jest możliwość zawarcia dłuższej informacji o reklamowanym produkcie lub usłudze. Sponsoring np. części portalu wiąże się natomiast z możliwością umieszczenia informacji na stronie głównej lub w dowolnej zakładce.

Bezpłatna promocja – czy to możliwe?

Nie tylko możliwe, ale również skuteczne. Oczywiście pod warunkiem, że działania prowadzone są regularnie i konsekwentnie. Warto więc poinformować jak najwięcej osób w Internecie o swojej

Infolinia dla klientów: 19524
biuro@zielonalinia.gov.pl
ul. Cieszyńska 3a, 15-371 Białystok

Tel.1: 85 74 81 626
Tel.2: 85 74 81 627
fax 85 74 81 629

działalności, tym bardziej że nie będzie to nas nic kosztować. Najlepiej przygotować informację o swojej firmie i wystać ją do różnych branżowych katalogów i firm internetowych, które bardzo często bezpłatnie prowadzą takie rejestry. Warto też dodawać ogłoszenia o swoich usługach na bezpłatnych serwisach ogłoszeniowych. Dobrym rozwiązaniem jest udzielanie się na forach albo np. prowadzenie ciekawego bloga. Nie musi to być blog ściśle związany z naszymi usługami, najlepiej jeśli porusza on tematykę z tej samej lub pokrewnej branży. Warto też udzielać się na portalach społecznościowych. Dobrym przykładem tego typu działań jest funkcjonowanie Zielonej Linii, która ma swoje konta na Facebooku, Naszej Klasie, Twitterze i Blipie, gdzie umieszcza swoje artykuły.

Chcąc zwiększyć atrakcyjność fanpage na Facebooku, warto dodać ciekawe funkcje, które wyróżnią profil naszej firmy. Zielona Linia wprowadziła w tym celu dodatkowe ikony w swoim profilu „szukam pracy” (dla osób poszukujących pracy) oraz „jestem pracodawcą” (dla osób, które chcą bezpłatnie dodać ofertę pracy na portalu). Takie udogodnienia pozwalają internautom zaoszczędzić czas, a jednocześnie w sposób mało inwazyjny informują ich o usługach danej firmy, w tym przypadku infolinii urzędów pracy.

Dobierając najodpowiedniejszą formę reklamy swojej firmy, należy zwrócić uwagę na to, jak wygląda grupa docelowa naszego produktu. Z pewnością warto zainwestować w reklamę płatną, ale jeśli w danym momencie firma nie może sobie na to pozwolić, należy oddelegować jednego z pracowników do zajmowania się działaniami w sieci.

Na koniec cenna wskazówka: reklamując się w Internecie, trzeba uważać na to, aby nie przesadzić i nie zrazić do siebie klienta. Nachalne reklamy graficzne, niechciane newslettery czy spamowanie forum raczej nie zadziałają na korzyść firmy. Warto więc reklamować się z namysłem, tym bardziej że przyszłość promocji to... e-reklama właśnie.

Joanna Niemyjska (**Zielona Linia**)

Infolinia dla klientów: 19524
biuro@zielonalinia.gov.pl
ul. Cieszyńska 3a, 15-371 Białystok

Tel.1: 85 74 81 626
Tel.2: 85 74 81 627
fax 85 74 81 629