



Kako do web stranice koja nema vijek trajanja?



Alen Salamun
Marketing specijalist

✉ alen@salamun.net 🐦 @asalamun

HoReCaAdria
Opatija, 11.11. 2016



Najčešći izazovi

Nejasna strategija i svrha web sjedišta

Kako i za koga “pišemo stranicu”?

Web kao projekt s datumom završetka

“*Samo da se popuni*” - sadržaj pisan ni za koga

Nejasan tok - međusobna povezanost stranica



Kako posložiti priču?

Kako jasno odrediti strategiju i svrhu web sjedišta?

Kako znati kome se obraćamo i za koga pišemo?

Kako znati kakav content, kome i kada ga plasirati?

Kako upravljati posjetiteljima web sjedišta?



Inbound marketing

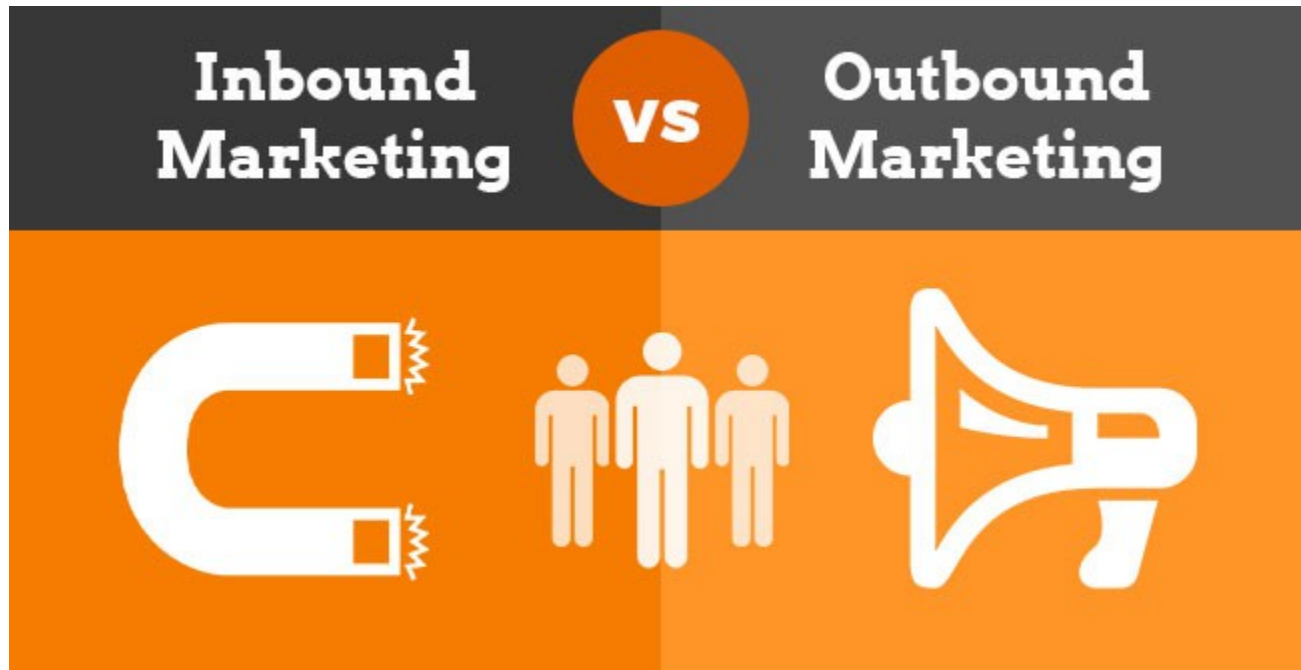
"Inbound" refers to marketing activities that bring

Visitors in, rather than marketers having to go out

to get prospects' attention.

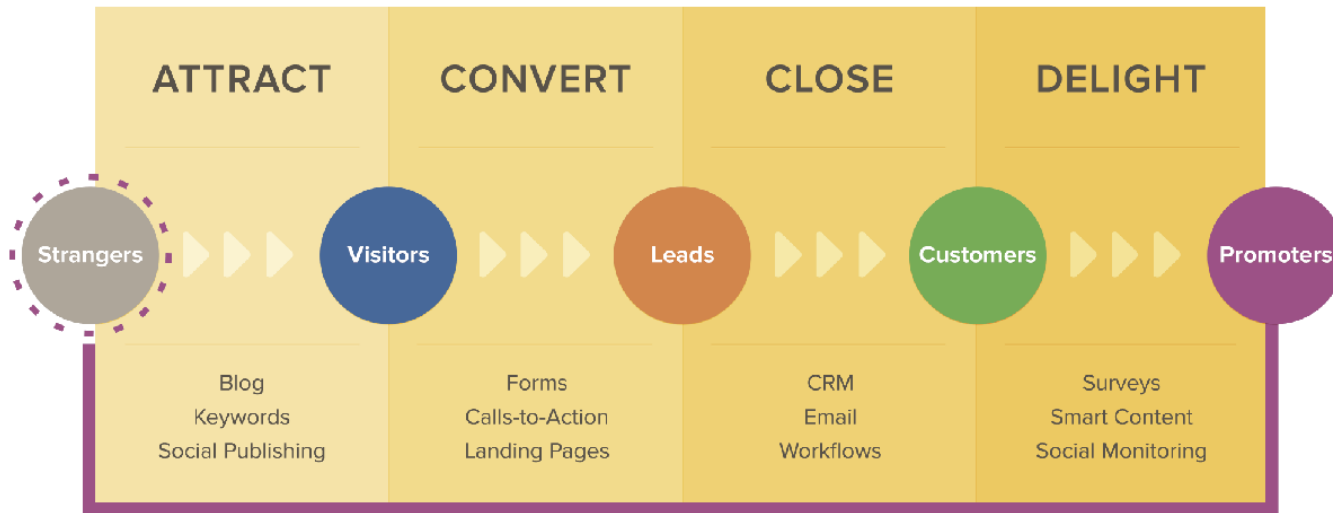


Inbound marketing





Inbound marketing



by **HubSpot**



Kako postaviti uvjete za
web sjedište temeljeno
na inbound metodologiji?



1. Definirati Customer persone



2. Razumjeti „Buyer’s journey”



3. Content is the KEY (not the king)



1. Definirati Customer persone

- Polu-fiktivna prezentacija idealnog gosta temeljena na činjenicama
- Istraživanja, anketiranja, intervjui s djelatnicima, statistike, ...
- Jedinstvena, tailor-made komunikacija sadržaja prema posjetiteljima



AdriaCamps customer persone:



Familie Fischer



Markus & Anna



Pensioner Peters



Familie Fischer

Godina: 35 – 50 godina

Prihodi: 2.000 – 4.000 €

Obrazovanje: VSS

Lokacija: Srednje veliki i mali gradovi

Uloga:

Oženjeni parovi s dvoje djece, rade u državnim službama, middle ili top managementu ili obrtnici

Cilj:

Pronaći idealan kamp za ljetovanje s obitelji s mnogo sadržaja za djecu

Izazovi:

Nedostatak informacija o kampovima na internetu, nepoznavanje sadržaja kampova i destinacija, ne znaju da li kamp odgovara njihovim željama i potrebama

Parovi 30-50 godina s djecom, oženjeni, rade, Hrvatsku posjetili više puta.

U prosjeku imaju dvoje djece (3-5 i 8-12 godina). Rade preko tjedna, preko vikenda provode vrijeme s obitelji i prijateljima. Putuju nekoliko puta kraće na godinu, iako im je najduži odmor ljeti za vrijeme školskih praznika.

O kampovima se informiraju putem weba, preporukama, kamping udruženja. U destinaciji su im bitni sadržaji za djecu, plaže, kupanje, restorani, šetnje, razgledavanje, kupnja, lokalne zabave. Lojalni su gosti barem u pogledu destinacije. Najdraži oblik smještaja MH i kamperi. Vole velike kampove s puno sadržaja, naročito bazenima.



2. Razumjeti „Buyer’s journey”

Proces kroz koji prolazi svaki kupac – od trenutka „nastanka” ideje – do finalne odluke



?

Proveli bismo
odmor na nekoj
pješčanoj plaži



Koji su najbolji
kampovi s pješčanom
plažom u Hrvatskoj?



To je kamp
za nas!



3. Content is the KEY (not the King)

- Ima i loših “kraljeva” 😊
- Content *nije* samo pisanje blogova!
 - ❗ Kome je content namijenjen (profil gosta, tj. customer persona)?
 - ❗ Veza Persona - Buyer’s journey - Content
 - ❗ Imamo li content za svaku od faza buyer’s journeya?

Posjetitelji u raznim fazama buyer’s journeya konzumiraju sadržaj na različit način - **servirati različiti tip sadržaja!**

?

AWARENESS
Svijest



?

Proveli bismo
odmor na nekoj
pješčanoj plaži

Click me!

CONSIDERATION
Razmatranje



Koji su najbolji
kampovi s pješčanom
plažom u Hrvatskoj?

Click me!

DECISION
Odluka



To je kamp
za nas!

Click me!



Persona – Buyer's journey tablica

Buyer's journey Customer persona	AWARENESS Svijest	CONSIDERATION Razmatranje	DECISION Odluka
 Familie Fischer	Najljepše plaže u kampovima	Lista kampova s pješč. plažama	Stranica kampa
 Pensioner Peters	Mirni kampovi na otocima	Najbolji Mali kampovi u HR	Call centre support
 Markus & Anna	Gdje boraviti na Pagu	Kampovi za mlade	Inquiry/ Kontakt forma
...
...



Stranica bez roka trajanja

Ako smo prije razvoja weba:

- ✓ Definirali Customer persone
- ✓ Razumijeli i posložili buyer's journey
- ✓ Napisali content s **razlogom** i **namjenom**
- ✓ Napravili Persona-buyer's journey tablicu



Imamo stabilne temelje web sjedišta
koje ćemo ciljano nadograđivati

lead generation kampanje / conversion oriented kampanje

email marketing / lead nurturing kampanje

mnoštvo podataka za Online-oriented CRM sustave / call centre operatere

Pitanja?



Hvala Vam na pažnji!