Adaptacja marketingu do nowej gospodarki

- **relacje z klientem**
  - **baza danych klientów**
    - **powinna zawierać**
      - historia zakupów
      - dane demograficzne
        - *wiek*
        - *dochód*
        - *rodzina*
        - *data urodzenia*
      - dane psychograficzne
        - *działalność*
        - *zainteresowania*
        - *opinie*
      - dane mediograficzne
        - *preferowane media*
      - inne
    - **hurtownie danych**
    - **analityczne przetwarzanie danych**
    - **biznesowa**
      - historia zakupów
      - wielkość zamówień
      - ceny
      - zyski
      - nazwiska pracowników
        - *wiek*
        - *data urodzenia*
        - *zainteresowania*
      - stan bieżących kontaktów
      - oszacowanie udziału
      - dostawcy konkurencyjni
      - ocena
        - *silne strony*
        - *słabe strony*
      - stosowane praktyki
      - cechy
      - polityka zakupów
    - **wykorzystanie**
      - identyfikacja potencjalnych klientów
      - przypisanie oferty
      - pogłębianie lojalności
      - odnowienie zakupów
      - unikanie pomyłek
    - **słabe strony**
      - niska opłacalność
        - *jednorazowe zakupy*
        - *mała lojalność*
        - *małą jednostka sprzedaży*
        - *wysokie koszty pozyskania informacji*
      - brak orientacji na klienta
        - *mity*
          - *wśród pracowników*
          - *lepszy tradycyjny marketing*
      - zbyt dużo danych
        - *dane poufne*
        - *zbyt intymne*
        - *oskarżenia*
        - *niechęć klientów do gromadzenia danych przez firmę*
  - **typ**
    - **masowy**
      - klient przeciętny
      - anonimowość klienta
      - produkt standardowy
      - produkcja masowa
      - dystrybucja masowa
      - reklama masowa
      - promocja masowa
      - komunikacja jednokierunkowa
      - ekonomia skali
      - udział w rynku
      - wszyscy klienci
      - przyciąganie klientów
    - **1 vs 1**
      - klient indywidualny
        - profil klienta
      - zindywidualizowana oferta handlowa
      - produkcja indywidualizowana (pod klienta)
      - dystrybucja zindywidualizowana
      - komunikacja indywidualna
      - zindywidualizowane zachęcanie
      - komunikacja dwukierunkowa
      - ekonomia kategorii
      - udział w kliencie
      - klienci rentowni
      - zatrzymywanie klientów
  - **CRM**
    - **customer relationship marketing**
  - **etapy**
    - **identyfikacja potencjalnych**
      - klientów
      - konsumentów
    - **różnicowanie**
      - potrzeb
      - wartość dla firmy
    - **współdziałanie z klientami**
      - badanie potrzeb
      - budowa związków
    - **dostosowanie**
      - produktów
      - usług
      - korespondencji

- **siły napędowe**
  - **digitalizacja**
    - **wszystko cyfrowe**
  - **łączność**
    - **intranet**
      - wew firmy
    - **ekstranet**
      - firma
      - dostawcy
      - dystrybutorzy
    - **internet**
      - globalny
  - **dezintermediacja**
    - **omijanie pośredników**
  - **reintermediacja**
    - **pośrednicy internetowi**
  - **kastomizacja**
    - **elastyczność**
    - **indywidualizacja**
    - **klient**
      - prosumer
      - projektuje zamówienie
    - **sprawdza się**
      - laptopy
      - sprzęt użytku domowego
      - kosmetyki
      - witaminy
  - **kastomeryzacja**
    - **personalizacja**
    - **korespondencji**
    - **cen**
    - **kanałów dostaw**
    - **klient**
      - indywidualny
      - 1 vs 1
  - **konwergencja**
    - **sektorów**
    - **branż**
    - **zanikanie granic**
    - **krzyżowanie**
      - branż
      - sektorów
  - **m-handel**
    - **mobilny**
    - **usługi zlokalizowane**
    - **karta sim**
      - konto
      - karta kredytowa
      - klucz do domu

- **zmiany prowadzenia biznesu**
  - **grupy produktów -> segmenty klientów**
  - **rentowne transakcje -> długookresowa wartość**
  - **dane**
    - **finansowe**
    - **marketingowe**
  - **akcjonariusze -> interesariuse**
  - **marketing**
    - **organiczny**
    - **dział**
    - **udział wszystkich**
  - **budowa marki**
    - **reklama**
    - **działanie**
  - **klienci**
    - **pozyskanie**
    - **zatrzymanie**
  - **satysfakcja klienta**
    - **ignorowanie**
    - **analiza**
  - **obietnice**
    - **bez pokrycia**
    - **działanie**
  - **nowe hybrydy**

- **e-biznes**
  - **domeny internetowe**
    - **B2C**
      - firma do klienta
      - business to consumer
      - użyteczne
        - *wygoda przy kupowaniu*
          - *książki*
          - *muzyka*
          - *filmy*
        - *niższe koszty*
          - *nadwyżki magazynowe*
          - *newsy*
        - *informowanie*
          - *cechy*
          - *ceny*
    - **B2B**
      - firma do firmy
      - business to business
      - użyteczne przykłady
        - *aukcje B2B*
        - *giełdy nadwyżek magazynowych*
        - *katalogi produktów*
        - *barter*
        - *sojusze zaopatrzeniowe*
      - negocjacje
        - *raczej tradycyjnie*
      - informacja
        - *witryny*
        - *pośrednicy*
        - *operatorzy rynku*
        - *społeczności*
    - **C2C**
      - klient do klienta
      - consumer to consumer
      - email
      - społeczności
      - dobre opinie szybko się rozchodzą
        - *złe jeszcze szybciej*
    - **C2B**
      - consumer to business
      - klient do firmy
      - komunikacja
        - *klient*
        - *firma*
        - *zapytania*
        - *sugestie*
        - *reklamacje*
        - *skargi*
  - **firmy**
    - **internetowe**
      - pure-click
      - wyszukiwarki
      - dostawcy usług
      - witryny
        - *handlowe*
        - *transakcyjne*
        - *informacyjne*
        - *umożliwiające korzystanie z internetu*
    - **mieszane**
      - blick-and-click
      - informują o ofercie
      - przewaga
        - *lepiej rozpoznawalne marki*
        - *niższy koszt pozyskania nowego klienta*
        - *lepiej znają branżę*
        - *większe doświadczenie*
        - *relacje z dostawcami*
        - *baza klientów*
        - *dostępne przez całą dobę*
        - *zwroty do sklepów*
  - **e-handel**
    - **e-zakupy**
  - **e-marketing**
  - **e-wpiszcochcesz**
  - **8 warunków sukcesu**
    - **Dotrzeć do właściwych konsumentów**
    - **Posiąść całe doświadczenie klienta**
    - **Ukierunkować procesy biznesowe tak, aby miał wpływ na klienta**
    - **Przyglądać się relacjom z klientami ze wszystkich stron**
    - **Pozwolić klientom pomagać samym sobie**
    - **Pomagać klientom wykonywać ich pracę**
    - **Indywidualizować obsługę**
    - **Sprzyjać społeczności klientów**

- **witryny internetowe**
  - **projekt**
    - **7C**
      - **kontekst**
        - context
        - układ
        - projekt
        - łatwość obsługi
          - *szybkość ładowania się*
          - *czytelność pierwszej strony*
          - *nawigacja*
        - atrakcyjność
          - *uporządkowanie*
          - *czytelna czcionka*
          - *odpowiednio dobrane kolory i dźwięki*
      - **zawartość**
        - content
        - tekst
        - grafika
        - dźwięk
        - wideo
        - przyciąga
          - *duzo informacji*
          - *odnośniki*
          - *aktualność*
          - *bezpłatne oferty*
          - *dyskusja i zabawa*
          - *humor i żarty*
          - *gry*
      - **społeczność**
        - community
        - komunikacja użytkowników
        - opinie zwrotne
      - **indywidualizacja**
        - customization
        - dostosowanie
          - *klient*
          - *różnorodność*
      - **komunikacja**
        - communication
        - dwukierunkowa
          - *witryna - > użytkownik*
          - *użytkownik -> witryna*
      - **połączenia**
        - connection
        - linki
      - **handel**
        - commerce
        - transakcje
  - **reklama i promocja**
    - **banery reklamowe**
    - **sponsoring**
    - **mikrowitryna**
    - **reklamy tekstowe**
    - **przerywacze**
      - w trakcie ładowania
    - **reklamy przeglądarkowe**
      - w przeglądarkach
      - np dodatkowy pasek narzędzi
    - **programy partnerskie**
    - **sojusze**
  - **model przychodu i zysku**
    - **reklama**
    - **sponsoring**
    - **sojusze**
    - **opłaty**
      - członkowskie
      - subskrypcje
    - **sprzedaż profili klientów**
      - ale tylko za zgodą!
    - **sprzedaż**
      - produktów
      - usług
    - **transakcje handlowe**
      - opłaty
      - prowizje
    - **badania rynku**
    - **informacje rynkowe**
    - **przekazywanie klientów**
  - **ważne pytania**
    - **Przyciąganie i zatrzymywanie gości**
      - w jaki sposób zachęcić potencjalnych klientów do odwiedzenia naszej witryny
      - w jaki sposób wykorzystać marketing do rozpowszechniania przekazów słownych
      - jak uczynić z odwiedzających witrynę stałych gości
      - co zrobić, aby witryna była bardziej namacalna i realna
      - jak zbudować społeczność konsumentów wokół witryny
      - jak pozyskać i wykorzystać dane o klientach do zwiększania sprzedaży i w sprzedaży wiązanej
      - ile wydać na budowę i marketing własnej witryny
    - **Reklama w internecie**
      - jakie są metody reklamowania się w internecie
      - jak dokonać wyboru właściwej witryny do zamieszczenia reklamy lub sponsoringu
    - **Współpraca z handlowcami**
      - Jak prowadzić sprzedaż bezpośrednią, nie obrażając swoich handlowców
      - jak koordynować handel internetowy ze sprzedażą i obsługą w naszych sklepach
      - w jakim stopniu zwykła działalność handlowa może zostać naruszona przez własną sprzedaż internetową i sprzedaż innych e-handlowców
    - **Powiązanie witryny z rentownością**
      - Jak zebrać i powiązać z sobą dostawców i partnerów
      - czy witryna powinna być uruchomiona wewnątrz firmy czy poza nią
      - jak zarządzać zakupami i finansami
      - jak walczyć z presją cenową i przejrzystością cen w internecie
      - który model przychodów i zysków ma największy sens