

To moja firma – reklama przedsięwzięcia

Każda osoba, która posiada swój własny biznes pragnie, aby firma trafiła swą ofertą do jak największej liczby potencjalnych klientów, a w konsekwencji przynosiła jak największe dochody. Najskuteczniejszą metodą jest dobrze przygotowana reklama, czyli promocja całej firmy.

Celem działań reklamowych jest przyciągnięcie uwagi potencjalnego nabywcy oraz wzbudzenie chęci i wskazanie sposobów nabycia reklamowanych towarów i usług. Przy obecnej konkurencji i skali nasilenia reklamami pozyskanie nowych klientów nie jest łatwą rzeczą. Dlatego należy starannie opracować strategię reklamową, czyli dobrać do produktów lub usług najlepszą formę reklamy.

Warto pamiętać, że:

- przemyślana i dobrze zorganizowana reklama - to klucz do sukcesu,
- skuteczna reklama nie musi być droga. Otóż nowoczesne narzędzia promocyjne pozwalają osiągnąć wymierne efekty, bez konieczności ponoszenia znacznych wydatków z tym związanych.

Planowanie działań promocyjnych - wstępne wytyczne:

Zanim zaczniemy myśleć o reklamie i jej formie, warto odpowiedzieć sobie na kilka zasadniczych pytań¹:

- co chcemy reklamować (produkt czy usługę itp.?)
- kto jest głównym odbiorcą naszej oferty, czyli do kogo chcemy dotrzeć z przekazem reklamowym? (określenie grupy docelowej oraz odpowiedni dobór języka reklamy: inaczej będziemy „mówić” do młodych ludzi, a inaczej do grupy 50+)
- w jakim celu chcemy się reklamować?
- gdzie? (będziemy to czynić)
- jaki jest nasz budżet?
- kiedy będziemy się reklamować?
- jak często? (jaka będzie częstotliwość naszej reklamy)
- jaki nośnik reklamowy zastosujemy? (obecnie na rynku mamy mnóstwo dostępnych możliwości reklamowych, z których możemy skorzystać do celów promocji naszego produktu/oferty/marki/firmy. Nie ma potrzeby stosować ich wszystkich jednocześnie.
- Warto wybrać sobie kilka najważniejszych i najlepszych form - Jakich? Z pewnością podyktuje nam to budżet reklamowy).

¹ http://sungrey.pl/baza_wiedzy/reklama/jak-stworzyc-skuteczna-reklame, dostępne 17.06.2014 r.

Wszystkie powyższe wytyczne są bardzo istotne przy planowaniu strategii reklamowej, która aby była skuteczna wymaga zgłębienia wiedzy specjalistycznej lub zaangażowania ekspertów w tej dziedzinie.

Reklama online - jak zareklamować firmę w internecie?

Rozwój nowych technologii i ciągle powiększający się dostęp do Internetu sprawił, że większość konsumentów przed podjęciem decyzji zakupowych, to właśnie w sieci szuka potrzebnych informacji na temat produktów czy usług. Nowoczesna firma, która chce zdobyć klientów i utrzymać się na rynku, musi nauczyć się wykorzystywać nowe technologie i wiedzieć - *jak prawidłowo reklamować i promować swoją firmę w Internecie*.

Zorganizowanie skutecznej reklamy jest procesem złożonym i uzależnionym od zasobności portfela właściciela firmy. Jeśli przedsiębiorca posiada budżet na promocję sięgający setek tysięcy złotych, zakres możliwości jego wykorzystania jest niemal nieograniczony. Problem pojawia się wtedy, gdy dostępny kapitał na reklamę wynosi najwyżej kilkaset lub kilka tysięcy złotych. Nie jest to wcale rzadkością w przypadku mniejszych firm lub osób, które dopiero zaczynają swoją przygodę z biznesem.

Jak pokazuje praktyka, nieraz wystarczą niewielkie kwoty (przynajmniej na początku) do tego, aby zaistnieć w umysłach potencjalnych klientów. Najbardziej skuteczne i zapadające w pamięć okazują się zazwyczaj nieszablonowe pomysły marketingowe. Jednakże nie jest łatwo takie wymyśleć ponieważ zajmuje to trochę czasu, a przedsiębiorcy zależy na dość szybkim dotarciu do odbiorcy.

W związku z powyższym warto rozważyć standardowe formy promocji, które od lat się sprawdzają i niekoniecznie muszą być bardzo drogie ²:

- **strona internetowa** z treścią oferty. To nie musi być złożona witryna. Wystarczy jedna strona – wizytówka na darmowym hostingu. Stworzenie własnej, prostej strony internetowej na własnej domenie (.pl lub com.pl) to jednorazowy wydatek rzędu 500-800 zł oraz w późniejszym okresie opłaty roczne wynoszące 60-400 zł w zależności od opcji wybranego hostingu. Zamiast z oferty firm marketingowych można skorzystać z freelancerów (*np. na www.zlecenia.przez.net*), którzy stworzą od zera całą witrynę według określonych wymagań, ale za znacznie bardziej przystępną cenę.

² <http://consider.pl/jak-zareklamowac-firme-czesc-pierwsza-internet/>, dostępne na 17.06.2014r.

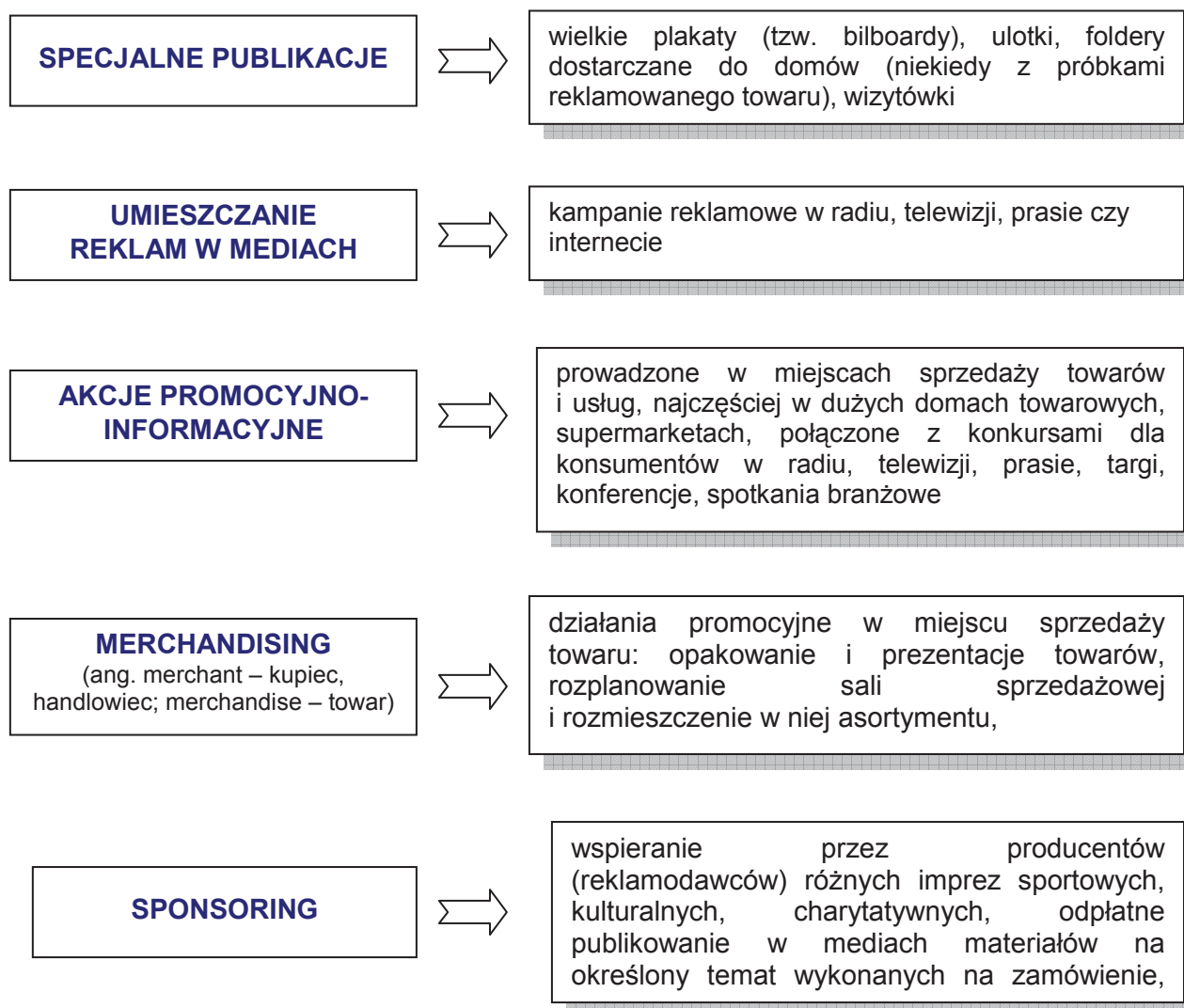
- **e-mail marketing** - dobry sposób na **promocję swojej firmy w Internecie**. Umożliwia on wysyłanie ofert handlowych na skrzynki Internetowe użytkowników zarejestrowanych w danej usłudze. Kampania e-mailowa musi być szczególnie starannie przygotowana i przeprowadzona, tak aby informacja o produkcie i firmie wyróżniała się na tle konkurencji, a klient chciał przeczytać newsletter i z niego skorzystać. Szczególnie istotnymi cechami działań e-marketingowych są niskie koszty, jednak skuteczność w związku z popularnością tego narzędzia jest dość mała.
- **katalogi firmowe** – umieszczenie informacji o firmie w wybranym katalogu (Panorama Firm, PKT, Onet Katalog – firmy, itp.). Jest bardzo duży wybór takich portali. Ważne jest jednak, aby nie wykupywać rocznego abonamentu na wszystkich dostępnych katalogach, tylko wybrać ten, który najlepiej będzie odpowiadał rodzajowi usług oferowanych przez daną firmę. Warto sprawdzić jaką miesięczną odwiedzalność mają poszczególne portale i czy oferują statystyki wejść na wykupioną podstronę z wizytówką.
- umieszczenie **danych kontaktowych** firmy na Google Maps/ Miejsca, Zumi, itp. (wpisanie swojej firmy w Google Miejsca, czyli usłudze pozwalającej na umieszczenie jej na mapach tworzonych przez serwis Google),
<http://www.pozycjonowaniebezryzyka.pl/jestes-juz-na-mapie-google/>, dostępne 17.06.2014r.
- umieszczenie **ogłoszeń ofertowych** na Gumtree.pl, Allegro.pl.
- **pozycjonowanie strony www** – zajmują się tym zarówno wyspecjalizowane firmy, jak i wspomniani wcześniej freelancerzy. Stawki uzależnione od wpisywanego zwrotu (a konkretnie od jego konkurencyjności) w wyszukiwarce i miejsca jakie chcemy, aby witryna zajmowała w wynikach wyszukiwania.
- **media społecznościowe, serwisy** (ang. *Social Media*) - utworzenie profilu firmy w serwisach typu goldenline, linkedin.....
- **firmowe materiały wideo** - stworzenie i „wrzucenie” ich na youtube.pl. Warto przy tym zaznaczyć, że mało kto będzie zainteresowany oglądaniem filmów czysto-promocyjnych. Lepiej sprawdzają się filmy instruktażowe, poradniki, które w tle reklamują też konkretną markę.
- **blog specjalistyczny** - uruchomienie własnego bloga lub pisanie artykułów dla innych portali.
- **facebook** – także pomoże dotrzeć do właściwych osób³ (zobacz: Historie sukcesu <https://www.facebook.com/advertising/success-stories/state-bicycle>, dostępne)

³ <https://www.facebook.com/advertising/> , Informacje o reklamie na facebooku, dostępne 17.06.2014 r.

Rozwój reklamy w internecie pozwolił na przeniesienie działań marketingowych w zupełnie inny wymiar. Ten obszar reklamy nie kopiuje jedynie tradycyjnych form reklamowych i przenosi je do rzeczywistości wirtualnej, ale z niezwykle dynamiką otwiera przed reklamodawcami coraz to nowe możliwości w promocji produktów i usług, a także w dziedzinie budowy wizerunku⁴.

Reklama poza Internetem - zestawienie przykładowych metod promocji firmy.

Wybrane sposoby reklamowania towarów i usług⁵



⁴ Okonek P., Reklama w sieci, PARP, Warszawa 2009 r., s. 4, <http://www.parp.gov.pl>, dostępne 17.06.2014 r.

⁵ Makiela Z., Rachwał T., Podstawy przedsiębiorczości, Nowa Era, Warszawa 2010, s. 107

Ktoś kiedyś powiedział wciąż aktualne słowa: „reklama dźwignią handlu...” jednak każdy przedsiębiorca powinien wiedzieć o tym, że do osiągnięcia sukcesu w reklamie istotna jest znajomość metod/ technik promocji (to połowa sukcesu), ale czasami także „zasobność” portfela, która stwarza większe możliwości promocji i rozwoju firmy.

Odpowiednio wybrana strategia wskaże nam, w jaki sposób należy przygotować się do działań promocyjnych. Jednak to, czy dana firma odniesie znaczący sukces zależy również od większej liczby czynników np.: jakości produktu czy obsługi klienta itp.⁶

Organizując **działania promocyjne w swojej firmie**, należy pamiętać również o tym, że nie mogą być one odrębne i niezależne od funkcjonowania całej firmy. Muszą być ściśle zintegrowane z naszą działalnością i powinny łączyć się na wielu poziomach. Bez tego sukces będzie znacznie trudniej osiągnąć.

Opracowanie: Edyta Kolenda

Literatura:

1. Makiela Z., Rachwał T., Podstawy przedsiębiorczości, Nowa Era, Warszawa 2010 r.
2. Młodzikowska D., Lunden B., Jednoosobowa firma, BL Info Polska Sp.z o.o., Gdańsk 2011 r.
3. Okonek P., Reklama w sieci, PARP, Warszawa 2009 r.

Netografia: (strony dostępne w dniu 17.06.2014r.)

- <http://consider.pl/>,
- <https://www.facebook.com>,
- <http://www.parp.gov.pl>,
- www.przedsiębiorczosc.uw.edu.pl,
- <http://sungrey.pl>,

⁶ <http://www.przedsiębiorczosc.uw.edu.pl/przedsiębiorczosc/?what=marketing>, dostępne 17.06.2014 r.