

INFOBIZ SERVER

# CO I JAK SPRZEDAWAĆ W INTERNECIE

INFOBIZ SERVER – PRZEWAGA PRZEZ INNOWACJE

WYBÓR STRATEGII SPRZEDAŻY – STRONA 3

NARZĘDZIA MARKETINGU INTERNETOWEGO – STRONA 5

SPRZEDAŻ WIRTUALNA – STRONA 4

WYBÓR SŁÓW KLUCZOWYCH – STRONA 8

**InfoBiz** Server  
przewaga przez innowacje

[www.infobiz.pl](http://www.infobiz.pl)

[WWW.INFOBIZ.PL](http://WWW.INFOBIZ.PL)

spis treści

1.	Nie przegap szansy – rozpocznij sprzedawać w Internecie teraz!.....	2
1.1.	Realna wielkość rynku internetowego.....	2
1.2.	Trendy sprzedaży i zachowania konsumpcyjne.....	2
2.	Wybór strategii marketingu internetowego.....	3
2.1.	Co sprzedawać w Internecie?.....	3
2.2.	Jak sprzedawać w Internecie?.....	4
2.3.	Sprzedaż wirtualna.....	4
2.3.1.	Przypadek A: masz potencjalnego klienta, ale nie masz produktu.....	4
2.3.2.	Przypadek B: masz produkt, ale nie masz klientów.....	4
2.4.	Ile kosztuje strona internetowa – czy warto inwestować?.....	5
3.	Narzędzia marketingu internetowego.....	5
4.	Uruchomienie i rozwój firmy internetowej.....	6
4.1.	Optymalny układ nawigacji.....	6
4.2.	Jak przygotować dobry tekst na stronę internetową.....	6
4.3.	Jak prezentować produkty, aby więcej sprzedawać.....	7
4.4.	Cross-Sell i Up-Sell – czyli jak sprzedawać jeszcze więcej.....	7
4.5.	Ułatwienie transakcji i zamykanie sprzedaży.....	7
5.	Analiza witryny i zachowań klientów.....	8
5.1.	Statystyki oglądalności i wybór słów kluczowych.....	8
5.2.	Wprowadzanie zmian i optymalizacja witryny.....	8
6.	Promocja sprzedaży w Internecie.....	8
6.1.	Zwiększenie oglądalności witryny.....	9
6.2.	Kiedy i dlaczego warto płacić za reklamę w wyszukiwarkach.....	9
6.3.	SEO SYSTEM czyli automatyczne pozycjonowanie w wyszukiwarkach.....	9
6.4.	Współpraca biznesowa.....	9

## 1. NIE PRZEGAP SZANSY – ROZPOCZNIJ SPRZEDAWAĆ W INTERNECIE TERAZ!

Pęknięcie pierwszej bańki internetowej mamy już dawno za sobą. Aktualnie, rynek handlu elektronicznego rozwija się w sposób naturalny i jego wartość odzwierciedla faktyczne obroty i chłonność rynku. Jeżeli jeszcze się wahasz, czy rozpocząć działalność internetową, weź pod uwagę fakty:

- rynek handlu internetowego przekroczył masę krytyczną – już teraz istnieją firmy, które sprzedają tylko przez Internet
- dostępne są gotowe systemy, pozwalające na szybkie uruchomienie biznesu w Internecie, włącznie z systemami CMS, eCommerce i płatnościami online
- mechanizmy marketingu internetowego pozwalają na skuteczne dotarcie do klientów
- koszty uruchomienia i prowadzenia firmy internetowej są niskie
- łatwy dostęp do Internetu, pozwala na przesyłanie treści multimedialnych
- wzrost i wielkość rynku internetowego szacowany jest na 62% i 8,1 mld zł rocznie. Wzrost globalnego rynku internetowego wynosi 40% rocznie.

Uruchomienie działalności internetowej nigdy nie było łatwiejsze niż teraz! Nie musisz już być pionierem w tej branży, możesz skorzystać z gotowych narzędzi marketingu i sprzedaży internetowej.

### 1.1. REALNA WIELKOŚĆ RYNKU INTERNETOWEGO

Zgodnie z ostatnim raportem Internet Standard, sprzedaż internetowa w Polsce sięgnęła 8,1 mld w całym 2007 roku. Obroty liderów rynku elektronicznego przekroczyły w 2007 roku 100 mln zł. Firma [www.FLOREXPOL.com.pl](http://www.FLOREXPOL.com.pl) już od 7 lat odnotowuje dynamikę sprzedaży internetowej na poziomie 80% rocznie.

### 1.2. TRENDY SPRZEDAŻY I ZACHOWANIA KONSUMPCYJNE

Firma FLOREXPOL już od 7 lat odnotowuje dynamikę sprzedaży internetowej na poziomie 80% rocznie. Pierwsze transakcje internetowe firma obsłużyła już w 2001 roku, gdy większość klientów internetowych korzystała z modemów telefonicznych. Jak podała [www.INTERIA.pl](http://www.INTERIA.pl), po trzech kwartałach dynamika sprzedaży wyniosła 74 proc. Platforma [www.TECHNOLOGIE-BUDOWLANE.com](http://www.TECHNOLOGIE-BUDOWLANE.com) osiągnęła w 2007 roku wzrost sprzedaży 300%. To nie są odosobnione przypadki. Większość sklepów internetowych odnotowuje duże wzrosty obrotów. Jesteśmy świadkami drugiego boomu internetowego.

Uruchomienie firmy internetowej albo rozszerzenie działalności o handel elektroniczny, niesie natychmiastowe korzyści dla firmy:

- zwiększenie sprzedaży
- dostęp do nowych kanałów dystrybucyjnych
- podniesienie świadomości marki
- ograniczenie kosztów i podniesienie efektywności dzięki nowym technologiom
- poprawę jakości obsługi klientów

## **2. WYBÓR STRATEGII MARKETINGU INTERNETOWEGO**

Traktując Internet poważnie, możesz oczekiwać naprawdę dużych rezultatów. Zależnie od wybranej branży, którą chcesz reprezentować w Internecie, dostosuj narzędzia marketingu internetowego do swoich potrzeb. Do dyspozycji masz szeroki wybór środków:

- SEO i SEM, czyli marketing w wyszukiwarkach internetowych – faktycznie, powinieneś poznać podstawy pozycjonowania – czytaj „Jak skutecznie pozycjonować”.
- Napisz kilka artykułów na temat swojej działalności i opublikuj je w serwisach wymiany darmowych tekstów do stron internetowych
- Rozważ uruchomienie własnego BLOGA.
- Wypowiadaj się na forach dyskusyjnych. Możesz także uruchomić forum w ramach własnej witryny.
- Podejmij współpracę z właścicielami innych witryn o podobnej tematyce – możesz poprosić ich o wymianę linków.

### **2.1. CO SPRZEDAWAĆ W INTERNECIE?**

Co ludzie kupują w Internecie? Jeżeli jeszcze nie kupowałeś, kup coś na Allegro albo eBay. Oferta dostawców internetowych jest zaskakująco szeroka, codziennie pokazują się nowe witryny i nowe pomysły na biznes. Aby znaleźć odpowiedź na pytanie „Co sprzedawać”, określ najpierw otoczenie swojego biznesu:

- Kim są Twoi klienci? (to jest najważniejsze pytanie)
- Kto będzie stanowił dla Ciebie konkurencję?
- Gdzie można znaleźć w Internecie produkty, które chcesz sprzedawać?
- Czy konkurencja obecna jest na Allegro?
- Jaki jest średni poziom cen?
- Oszacuj wielkość sprzedaży na interesującym Cię rynku.

- o Dokładnie zbadaj konkurencję internetową – klienci tych konkurentów powinni przejść do Ciebie.

Jeżeli planujesz zajmować się działalnością internetową przez dłuższy czas, najlepsze rezultaty osiągniesz, gdy zaczniesz pracować w branży, na której znasz się najlepiej i którą lubisz. Twój optymizm i profesjonalizm, będzie przekładał się na zwiększenie sprzedaży.

## **2.2. JAK SPRZEDAWAĆ W INTERNECIE?**

Przede wszystkim, zadaj sobie pytanie, czy to co chcesz sprzedawać, musisz sam dostarczać? Mając do dyspozycji skuteczne narzędzia marketingu internetowego, możesz ograniczyć się prezentowania oferty na własnej witrynie internetowej oraz do przekazywania zamówień do faktycznego dostawcy produktów, np. do producenta.

## **2.3. SPRZEDAŻ WIRTUALNA**

### **2.3.1. PRZYPADEK A: MASZ POTENCJALNEGO KLIENTA, ALE NIE MASZ PRODUKTU**

Załóżmy, że jesteś właścicielem popularnej witryny internetowej. Publikujesz na tyle interesujące informacje, że ludzie wchodzi na Twoją witrynę i poznają Twoją ofertę. Niestety nie znajdują tego, co jest im potrzebne dokładnie w tym momencie. Jeżeli natychmiast nie zaproponujesz tym klientom dodatkowych produktów, to ich stracisz! Rozwiązaniem jest sprzedaż wirtualna – pokaż swoim potencjalnym klientom wybrany asortyment, który faktycznie nie jest dostarczany przez Ciebie – przystąp do wybranego przez siebie programu partnerskiego. Otrzymasz wynagrodzenie w postaci prowizji od sprzedaży zrealizowanej przez Twojego partnera.

### **2.3.2. PRZYPADEK B: MASZ PRODUKT, ALE NIE MASZ KLIENTÓW**

Taka sytuacja jest bardzo powszechna. W dobie nadprodukcji, większość producentów i dystrybutorów cierpi na brak wystarczającej oglądalności i zainteresowania ze strony klientów. Aby odnieść korzyści biznesowe w sytuacji B, trzeba skorzystać z narzędzi marketingu internetowego – uruchom własny program partnerski – czyli faktycznie podziel się częścią swojego zarobku w zamian za dostarczenie klienta, który zechce kupić coś z Twojej oferty. Jak uruchomić program partnerski - czytaj kolejne rozdziały.

## 2.4. ILE KOSZTUJE STRONA INTERNETOWA – CZY WARTO INWESTOWAĆ?

Na koszt strony internetowej składa się kilka czynników:

- koszt projektu i szablonu strony internetowej (koszt ten może być pominięty lub zminimalizowany, jeżeli skorzystasz z projektów gotowych)
- koszt uruchomienia funkcjonalności witryny (koszt ten zależy od tego, które moduły funkcjonalne zostaną uruchomione)
- koszt utrzymania witryny internetowej (koszt domeny oraz tzw. hosting – ceny są bardzo różne – począwszy od „za darmo” do „bardzo drogo”. Złoty środek – 300 zł netto rocznie za hosting przyzwoitej jakości.

W tym momencie warto pokusić się o wykonanie podstawowych kalkulacji – czy planowany biznes się opłaci. Nakłady na uruchomienie działalności internetowej, mogą być określone bardzo precyzyjnie. Oszacuj wielkość rynku, prawdopodobną oglądalność witryny internetowej oraz ilość transakcji, które jesteś w stanie zrealizować. Znając te wartości, możesz określić, jaka będzie opłacalność Twojego biznesu.

## 3. NARZĘDZIA MARKETINGU INTERNETOWEGO

Pierwsze pytanie, na które musisz sobie odpowiedzieć, to czy wykonać witrynę internetową samodzielnie lub pomocą sąsiada czy też powierzyć całość firmie zewnętrznej. Istnieje także wariant pośredni – możesz uruchomić witrynę samodzielnie korzystając z profesjonalnych narzędzi marketingu internetowego.

Uruchomienie firmy internetowej wymaga wszystkich lub wybranych narzędzi internetowych, m.in.:

- witryna publiczna i systemu CMS
- internetowy katalog produktów
- obsługa zamówień internetowych
- obsługa kont klientów w systemie CRM
- bezpieczna obsługa płatności online
- mechanizmy automatycznego pozycjonowania SEO SYSTEM
- narzędzia marketingu internetowego – RSS, newsletter, formularze, etc
- system analizy statystyk i raportowania sprzedaży
- system zarządzania projektami – w przypadku konieczności zarządzania dużą liczbą złożonych zamówień

Wszystkie narzędzia biznesowe zintegrowane w ramach systemu InfoBiz Server pozwalają na uruchomienie firmy internetowej.

#### **4. URUCHOMIENIE I ROZWÓJ FIRMY INTERNETOWEJ**

Uruchomienie działalności internetowej wiąże się z przeniesieniem bazy produktów i usług do jednego systemu, który w kontrolowanym zakresie udostępniony jest przez Internet klientom i współpracownikom. Niezależnie od tego, jakimi metodami uruchomisz witrynę internetową, najważniejsze jest łatwe dokonywanie zakupów przez Twoich klientów.

##### **4.1. OPTYMALNY UKŁAD NAWIGACJI**

Dobra nawigacja po witrynie internetowej jest tak samo ważna, jak szerokie wejście i logiczny układ ekspozycji w supermarkecie. Nic tak bardzo nie zniechęca klientów, jak zdezorientowanie i brak logicznego układu nawigacji witryny.

##### **4.2. JAK PRZYGOTOWAĆ DOBRY TEKST NA STRONĘ INTERNETOWĄ**

Dobra strona internetowa jest czytelna i zrozumiała. Przestrzegając 10 prostych zasad, napiszesz dobry tekst na stronę internetową.

1. Rozpocznij pisanie tekstu od określenia celu przekazu. Zanim napiszesz jakikolwiek tekst, zastanów się - jaki cel ma osiągnąć ten tekst. Jednoznaczne określenie celu, jaki ma osiągnąć nowy materiał, pomoże w dalszej pracy nad tekstem.

2. Napisz listę korzyści, jakie niesie ze sobą Twoja oferta. Zaznacz tłustą czcionką te korzyści, które mają największe znaczenie dla odbiorcy tekstu.

3. Napisz dobry tytuł dla swojego tekstu. Zastanów się także nad tytułami rozdziałów, jeżeli planujesz przygotowanie dłuższego tekstu. Unikaj używania gry słów, zaoferuj coś interesującego już w samym tytule tekstu.

4. Unikaj słów, które deprecjonują wartość Twojego przekazu. Jednym z takich słów jest "darmowy". Pamiętaj - Twoja oferta zawsze musi być wartościowa.

5. Pisz językiem potocznym. Nic nie zniechęca bardziej od dalszego czytania, jak sztywny, formalny język.

6. Używaj krótkich zdań - łatwiej je przeczytać i zrozumieć.

7. Używaj wypunktowań w celu podkreślenia najważniejszych treści.

8. Używaj referencji, które uzyskałeś od dotychczasowych klientów.

9. Umieszczaj w tekście hiperlinki, które prowadzą do konkretnych elementów Twojej oferty.

10. Zaproponuj osobie czytającej Twój tekst wykonanie kolejnego kroku.

### **4.3. JAK PREZENTOWAĆ PRODUKTY, ABY WIĘCEJ SPRZEDAWAĆ**

Napisz dlaczego Twoja oferta jest dobra – czyli jakie korzyści niesie dla potencjalnych klientów. Pokaż swoje produkty za pomocą zdjęć dobrej jakości. Ludzie kupują oczami – jeżeli coś jest ładne – chętniej to kupujemy. Jeżeli to możliwe, zaprezentuj produkty na filmie – jeżeli widzimy, że coś działa – kupujemy jeszcze chętniej.

### **4.4. CROSS-SELL I UP-SELL – CZYLI JAK SPRZEDAWAĆ JESZCZE WIĘCEJ**

Mechanizm Cross-Sell polega na pokazywaniu klientom interesującym się wybranym produktem, produktów uzupełniających i rozszerzających ofertę. Przykładowo – klient oglądający kosiarkę do trawy, może zechcieć kupić nawóz do trawników – warto ten produkt pokazać kontekstowo w zasięgu wzroku klienta.

Mechanizm Up-Sell polega na prezentowaniu klientom produktów o wyższych parametrach, niż te, którymi interesują się aktualnie. Jest to klasyczna metoda, którą posługują się sprzedawcy samochodów. W rezultacie prawie nikt nie kupuje modelu podstawowego o najniższej cenie.

Zintegrowane system handlu elektronicznego posiadają wbudowane mechanizmy Cross-Sell i Up-Sell. W połączeniu z mechanizmami kontekstowego łączenia treści wewnątrz serwisów internetowych, możesz realizować dowolne strategie Marketing MIX.

### **4.5. UŁATWIENIE TRANSAKCJI I ZAMYKANIE SPRZEDAŻY**

Każda witryna handlowa, powinna prowadzić klientów do koszyka zamówień i do sprzedaży. Wydawałoby się, że jest to tak oczywiste, że nie warto o tym wspominać, ale faktycznie brak wyraźnej zachęty skierowanej do klientów – czego od nich oczekujemy – jest najczęstszym błędem wielu witryn internetowych. Klienci nie muszą być tak domyślni jak my – jeżeli przycisk „włóż do koszyka” jest mały i ukryty na dole strony – to nie mamy co liczyć na dużą sprzedaż. Proces realizacji zamówienia powinien być wygodny i niezawodny. Jeżeli to możliwe, udostępnij mechanizmy płatności online.



## 5. ANALIZA WITRYNY I ZACHOWAŃ KLIENTÓW

### 5.1. STATYSTYKI OGLĄDALNOŚCI I WYBÓR SŁÓW KLUCZOWYCH

Jak skutecznie sprzedawać? Przede wszystkim musisz wiedzieć komu sprzedajesz! Czego szukają klienci, którzy trafiają na Twoją witrynę internetową. Znając słowa kluczowe, których szukają użytkownicy witryny - możesz dostosować treść witryny do oczekiwań klientów. Możesz także ustawić mechanizmy automatycznego pozycjonowania właśnie na te słowa kluczowe. Takie wewnętrzne sprzężenie zwrotne prowadzi do realnego zwiększenia sprzedaży.

Określenie właściwych słów kluczowych zacznij od wyszukiwarki. Zobacz ile rezultatów pokaże Twoja ulubiona wyszukiwarka dla najbardziej oczywistych słów kluczowych reprezentujących Twoją branżę. Ilość wyników wyszukiwania będzie tym większa, im branża jest bardziej konkurencyjna i im lepiej jest ona reprezentowana w Internecie. Aby uniknąć nadmiernej konkurencji, pomyśl o wyborze mniej ogólnych słów kluczowych („okna PCV” zamiast „okna”). Zrób także listę słów kluczowych, które przyczynią się do powstania tak zwanego długiego ogona w statystykach wejść na Twoją witrynę (np. „akcesoria okienne”, „parapety okienne”, „montaż okien”, etc). Powiększenie liczby słów kluczowych ma duży wpływ na oglądalność witryny internetowej.

### 5.2. WPROWADZANIE ZMIAN I OPTYMALIZACJA WITRYNY

Zmiana słów kluczowych, zmiana opisów i tytułów stron ma wpływ na oglądalność witryny a tym samym na liczbę klientów i poziom sprzedaży. Nie bój się eksperymentować. Po zmianie słów kluczowych, obserwuj statystyki i zobacz, jaki wpływ na pracę witryny mają wprowadzone zmiany. Zintegrowane mechanizmy SEO SYSTEM oraz STATYSTYKI są najważniejszymi narzędziami z punktu widzenia optymalizacji witryny.

## 6. PROMOCJA SPRZEDAŻY W INTERNECIE

Posiadanie ciekawej witryny o dobrej nawigacji, prezentującej ciekawe produktu – jest nic nie warte, jeżeli nie wchodzi tam klienci. Im większa oglądalność, tym więcej potencjalnych klientów, tym większa sprzedaż. Musisz zadbać o oglądalność, jeżeli chcesz sprzedawać. Osiągnięcie wysokiej skuteczności witryny internetowej, najczęściej mierzymy dynamiką sprzedaży.

### **6.1. ZWIĘKSZENIE OGLĄDALNOŚCI WITRYNY**

Pisz teksty na temat swojej branży i publikuj je w katalogach wymiany darmowych artykułów. Jeżeli ktoś zechce opublikować Twój tekst na swojej witrynie, informacja o Twojej ofercie będzie szerzej dostępna. Wymieniaj linki z witrynami o pokrewnej tematyce. Udzielaj się na forach dyskusyjnych. Uruchom mechanizmy automatycznego pozycjonowania – SEO SYSTEM.

### **6.2. KIEDY I DLACZEGO WARTO PŁACIĆ ZA REKLAMĘ W WYSZUKIWARKACH**

Płatne linki (Google Adwords, Onet Boksy, etc) to dobry sposób na rozpoczęcie działalności internetowej. Na początku, gdy wyszukiwarki nie zdały jeszcze zaindeksować treści Twojej witryny, nie możesz oczekiwać, że link do Twojej witryny pokaże się w wynikach wyszukiwania. Za możliwość prezentowania oferty pierwszym klientom niestety trzeba zapłacić. Dodatkową korzyścią, z uruchomienia płatnych linków, jest informacja o tym, które słowa kluczowe są faktycznie dobrym pomysłem – poinformują Cię o tym statystyki. Słowa kluczowe, które są najczęściej wyszukiwane, mogą być dobrym pomysłem na główne hasła, na które będzie pozycjonowany Twój serwis.

### **6.3. SEO SYSTEM CZYLI AUTOMATYCZNE POZYCJONOWANIE W WYSZUKIWARKACH**

Generowanie ruchu na witrynie internetowej nie jest możliwe na dłuższą metę wyłącznie poprzez płatną reklamę. Po prostu jest to za drogie. Najefektywniejszym sposobem jest ruch pochodzący z naturalnych wyników wyszukiwania głównych wyszukiwarek.

### **6.4. WSPÓŁPRACA BIZNESOWA**

Pozwól także innym firmom sprzedawać Twoje produkty. Jeżeli ograniczysz się do samodzielnego sprzedawania (nie jest to zawsze błędem – firma Dell sama sprzedaje swoje komputery i radzi sobie z tym doskonale) – nie dotrzesz do takiej liczby klientów, która już teraz jest dostępna w tysiącach witryn internetowych. Każda witryna internetowa jest Twoim potencjalnym partnerem. Pomyśl o udostępnieniu swojego katalogu produktów w Internecie. Wystarczy, że określisz zasady na jakich udostępniasz katalog produktów i zadeklarujesz prowizję, jaką zechcesz wypłacić za zamówienie dostarczone przez Twojego partnera.

Możesz także sprzedawać produkty dostępne u innych dostawców – czytaj rozdział SPRZEDAŻ WIRTUALNA.



## InfoBiz Server - przewaga przez innowacje

Budując nowoczesną firmę, zadajemy sobie pytanie o **perspektywy rozwoju**. Uważamy, że każda mała firma, to duża organizacja, która dopiero rozpoczyna swoją działalność.

InfoBiz Server to innowacyjna filozofia działania a jednocześnie zintegrowany modułowy system zarządzania wiedzą, dzięki któremu każda nowoczesna organizacja, niezależnie od realizowanego modelu biznesowego, może osiągnąć trwałą przewagę konkurencyjną.

InfoBiz Server może obsługiwać witrynę publiczną i intranet (**CMS**), zautomatyzowane biuro obsługi klienta i system wsparcia partnerów handlowych (**CRM**), mechanizmy aktywnej promocji w Internecie (**marketing internetowy**). InfoBiz Server może także funkcjonować jako katalog produktów i sklep internetowy (**handel elektroniczny**) oraz jako system pracy grupowej - (**zarządzanie projektami**).

Każdy moduł InfoBiz Server jest elementem systemu, który może rosnąć razem z Twoimi potrzebami. Moduły InfoBiz Server to elementy, z których możesz zbudować internetową firmę. W przyszłości możesz uruchamiać kolejne moduły, proporcjonalnie do własnych potrzeb i aktualnie realizowanych modeli biznesowych.