



Akvizice zákazníka online



Nákup (Konverze)

- **Konverzí rozumíme v obecném pojetí změnu statusu.**
- **Můžeme hovořit o změně návštěvníka webové stránky na zákazníka v případě, že se jedná o e-shop.**
- **Konverzí lze ale také označit objednání zkušební jízdy u prodejce automobilů. Tedy od návštěvníka k potenciálnímu zákazníkovi.**

Konverze



- **Je evidentní, že nákupní chování má určité fáze a marketingové aktivity mají zákazníky těmito fázemi posouvat.**
- **Pokud přistupujeme k trhu bez rozdílu a uvědomění si, že existují určité fáze, nebudeme schopni nejenže stanovit cíle, ale také formulovat strategie, vybrat jednotlivé e-marketingové kanály a v konečném důsledku také naplňovat cíle obchodní.**



Nákupní chování

- **Spotřební chování zahrnuje to, jak jednotlivci, skupiny a organizace vybírají, kupují, používají a vyřazují zboží, služby, myšlenky nebo zážitky, které uspokojují jejich potřeby a přání.**
- **Pro nás je dnes důležitá fáze **vybírání** a **nakupování**.**
- **Jedná se o proces rozhodování o koupi.**

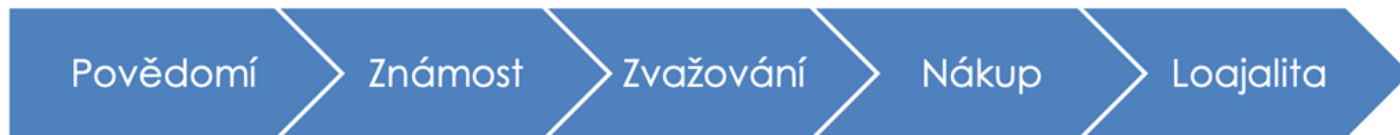
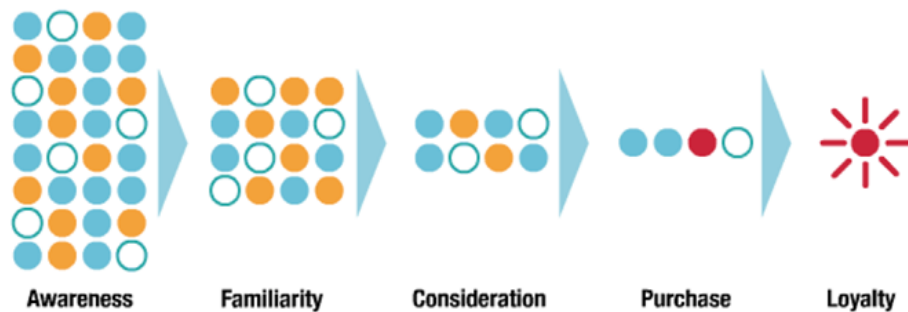


Nákupní proces

- Z návštěvníka e-shopu se stane **zákazník** v okamžiku, kdy **uskuteční nákup**, pokud v budoucnu nakoupí znovu, můžeme se bavit o **loajalitě a loajálním zákazníkovi**
- Než se tak stane, musíme zákazníka nejprve **oslovit, přivést na e-shop, představit produkty a jejich benefity a motivovat ho k nákupu** pomocí různých pobídek jako jsou slevy, dárky k nákupu nebo doprava zdarma
- Použít můžeme také „**nátlak**“ ve formě omezené nabídky - poslední kusy, do vyprodání zásob, „sleva platí jen dnes“ nebo oznámení, že si produkt právě prohlíží více zájemců
- Jednotlivé kroky (**fáze**) od oslovení po opakovaný nákup dohromady tvoří **nákupní proces**
- Celý proces může trvat několik minut i několik dní nebo týdnů



Nákupní proces





Nákupní proces

- Jednotlivé fáze nákupního procesu mají různá pojmenování (různí autoři dávají různá jména)
- Společné je ale to, že na začátku je „**cizí člověk**“ a na konci **věrný zákazník**
- V jednotlivých fázích firmy používají různé kanály a různý obsah komunikace s různým účelem
- Může to být například:
 - **Povědomí** - oslovit zákazníka a představit firmu
 - **Známost** - představit produkt, jeho benefity a odlišení od konkurence
 - **Zvažování** - předání bližších informací o produktu, výrobě, materiálech atd.
 - **Nákup** - motivace zákazníka pomocí nástrojů uvedených na předchozím slidu
 - **Loajalita** - nabídka dalších produktů nebo souvisejících služeb
- Mezi známé modely nákupního procesu patří například [AIDA](#), [PAVRD](#) nebo [STDC](#)



See-Think-Do-Care (STDC) model

See

Lidé, kteří by mohli někdy v budoucnu služby využít, ale zatím to neplánují.

Přišli se podívat.

Naším cílem je tyto lidi **zaujmout.**

STDC model



Think

Lidé, kteří řeší použití produktů.

Hledají informace o službách, hodnotí alternativy a porovnávají dostupná řešení.

Naším cílem je **nabídnout těmto lidem relevantní informace**, které jim mohou pomoci s rozhodováním.

STDC model



Do

Lidé, kteří přicházejí na web kvůli nákupu nebo využití nějakou službu.

Naším cílem je **přesvědčit** je, že chtějí nakoupit u nás, a umožnit jim to tak, aby to bylo co nejjednodušší.

STDC model



Care

Obecně lidé, kteří u nás již nějaké peníze utratili.

Lze je ale definovat různě, třeba lidé se 2 a více transakcemi.

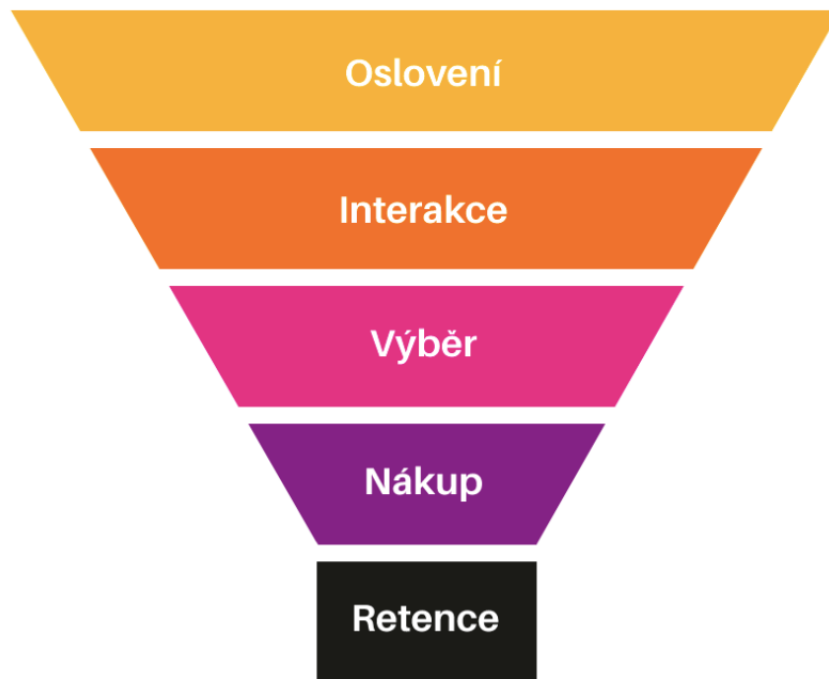
Naším cílem je o uživatele **pečovat a přimět je k dalším transakcím.**



Nákupní proces

- Dále si ukážeme, jak přizpůsobit komunikaci nákupnímu procesu na konkrétním příkladě
- Použijeme tzv. Funnel neboli trychtýř, kdy princip je stejný jako u předešlých příkladů, jen jednotlivé fáze jsou jinak pojmenované, jejichž účel je následující:
 - **Oslovení** - Oslovit nové potenciální zákazníky
 - **Interakce** - Přimět lidi k interakci – návštěva webu
 - **Výběr** - Představit produkty a detaily produktů
 - **Nákup** - Přimět k nákupu
 - **Retence** - Pečovat o zákazníka za účelem opakovaného nákupu
- Bližší rozbor jednotlivých fází bude následovat na dalších slidech

Nákupní proces - funnel





Nákupní proces - kanály

- Pro působení na zákazníka v jednotlivých fázích nákupního procesu firmy používají (většinou) placené kampaně na různých kanálech, kdy každý z nich má specifické možnosti, společně ale mají to, že vedou zákazníka na web, konkrétně:
 - 1) **Sociální síť (FB/IG)** - sdílení fotek, videí nebo článků s textovým popisem, možnost cílit dle zájmů, demografie, geografie, rodinného stavu, zaměstnání, interakce s obsahem nebo remarketingu (můžeme cílit na lidi, kteří byli na webu nebo napsali komentář k příspěvků na FB / IG)
 - 2) **PPC reklamy** - dělíme na search (vyhledávací kampaně), display (bannery) a produktové kampaně
 - a) **Search** - kampaně cílené na vyhledávání klíčových slov, obsah: textové reklamy
 - b) **Display** - bannerové / video (YouTube) kampaně, možnosti cílení cca stejné jako u sociálních sítí
 - c) **Produktové kampaně** - kampaně zaměřené na konkrétní produkty z katalogu na e-shopu
 - 3) **E-mailing** - kampaně pomocí e-mailů zaslané lidem, kteří poskytli kontakt (zákazníci nebo zájemci o produkt), možnost rozdělit lidi dle pohlaví, zakoupeného produktu, doby od nákupu atd.



Nákupní proces - příklady obsahu

Facebook

MASTERSPORT.cz
19. 10. 2022 11:00 · 🌍

S motivací ke cvičení vám mimo jiné pomůže nové sportovní náčiní! 🍌

Mrkněte na náš e-shop, kde si z široké nabídky fitness potřeb vyberou i ti nejnáročnější sportovní nadšenci. 🏋️‍♀️

www.mastersport.cz



PPC Search

Ad · www.toptax.cz/účetní/kancelář : 607 034 888

TOPTAX.cz | Ručíme za správnost účetnictví

Přes 20 let zkušeností v oboru. O vaše finance se postará více než 20 zaměstnanců TOPTAX. TOPTAX innovations a.s. je váš spolehlivý partner v oblasti financí. Kontaktujte nás. Vedení účetnictví, 20 let zkušeností v oboru. Daňová evidence. Účetní a daňová kancelář. Služby: Vedení účetnictví, Daňová evidence, Externí zpracování mezd, Vedení mzdové agendy, Ekonomické...

Vedení účetnictví

Vedení účetnictví a daňové evidence
Rešení na míru pro každého klienta

O nás

Máme 20 let zkušeností v oboru
Účetní a daňová kancelář z Ostravy

Účetní poradenství

Rychlá nebo hloubková kontrola
Přezkoumání stavu účetnictví a daní

Mzdové účetnictví

Mzdové účetnictví a personalistika
Úplná starost o mzdy a legislativu

PPC Display



Ozone Arrow černo-šedo-fluo žlutá M
Akce
2 299 Kč

MOTOZEM
MOTOCYKLY | PŘÍSLUŠENSTVÍ | DÍLY






REKLAMA

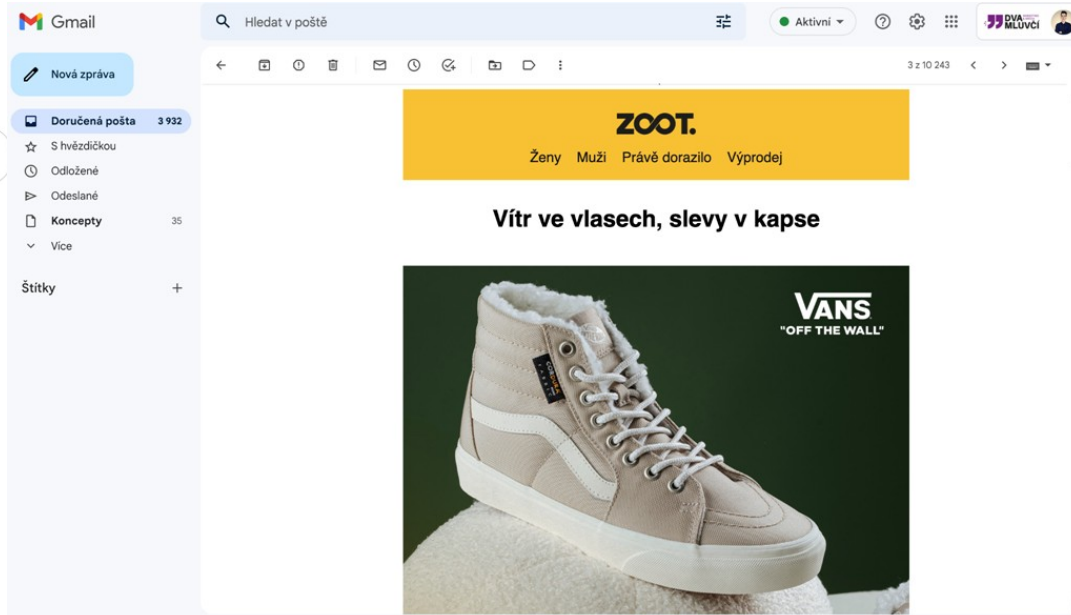
Nákupní proces - příklady obsahu



Produktové reklamy na Google

Ads · Shop kopačky nike

 <p>Kopačky Nike Zoom Mercuri... CZK 2,499 11teamsports.cz +CZK 99.00 s...</p> <p>By Smarketer</p>	 <p>Kopačky Nike Zoom Mercuri... CZK 7,029 11teamsports.cz Free shipping</p> <p>By Smarketer</p>	 <p>Nike - Kopačka na různé... CZK 1,105.16 €45.47 Nike Oficiální +CZK 121.53 ...</p> <p>By Producthero</p>	 <p>Kopačky Nike Zoom Mercuri... CZK 2,299 11teamsports.cz +CZK 99.00 s...</p> <p>By Smarketer</p>	 <p>Kopačky Nike Mercurial... CZK 6,934 11teamsports.cz Free shipping</p> <p>By Smarketer</p>
---	--	---	--	---



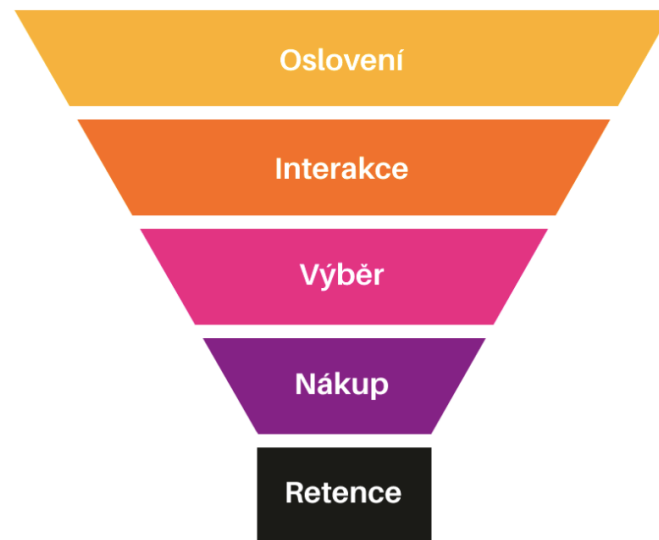
The image shows a Gmail interface on the left and an email from ZOOT on the right. The Gmail interface includes a search bar, a 'Nová zpráva' button, and a list of folders: 'Doručená pošta' (3 932), 'S hvězdičkou', 'Odložené', 'Odeslané', 'Koncepty' (35), 'Více', and 'Štítky' (+). The email from ZOOT has a yellow header with the ZOOT logo and navigation links for 'Ženy', 'Muži', 'Právě dorazilo', and 'Výprodej'. The main content of the email features the headline 'Vítr ve vlasech, slevy v kapse' and a large image of a tan Vans sneaker with white laces and a white sole. The Vans logo and 'OFF THE WALL' slogan are visible in the bottom right corner of the sneaker image.

E-mailing - newsletter

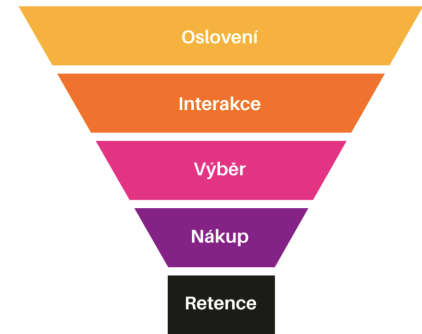


Nákupní proces

Nyní si ukážeme konkrétní rozbor jednotlivých fází nákupního proces, jejich cíle, kanály, obsah a metriky, pomocí kterých se měří výsledky.



Nákupní proces - Oslovení



1. Oslovení

Cíl primární: Oslovit nové potenciální zákazníky

Cíl sekundární: Tvorba publik - lidé, kteří měli interakci s reklamami – na tyto lidi můžeme cílit reklamu

Kanály: Placené kampaně na FB/IG, obsahová síť PPC, YouTube

Cílení: Geografie, demografie, zájmy, tematické weby (PPC obsahová síť)

Metriky: Dosah, zobrazení reklamy, zhlédnutí videa, interakce

Efektivita: cena za 1000 oslovených lidí / 1000 zobrazení reklamy, za přehrání videa, za interakci

Obsah: atraktivní foto / video v kontextu produktu, výzvy k interakci, představení firmy, obecné benefity firmy / produktu

Obsah pro fázi oslovení



MotoZem

10. 10. 2022 16:08 · 🌐

Máme tady nějaké motorkářky? 🇷🇺
Nestyďte se a dejte o sobě vědět. 😊

Pro motoženy máme na e-shopu celou sekci a na prodejnách samozřejmě taky. ❤️

CZ: bit.ly/CZ_ZENY

SK: bit.ly/SK_ZENY



Total reach	41 849	i
Total reach (unique)	41 755	i
Reactions	455	i
Comments	267	i
Shares	5	i
Post clicks	6 841	i
Engagement	7 568	i
Engaged users	4 469	i
Engagement rate	10,68%	i

Obsah pro fázi oslovení



MotoZem

5. 10. 2022 17:14 · 🌐

Co si takhle udělat malou přehlídku motorek? 😊
Když bude v komentářích aspoň 100 strojů, tak pro vás uděláme soutěž.



Total reach	84 868	i
Total reach (unique)	83 445	i
Reactions	532	i
Comments	2 003	i
Shares	14	i
Post clicks	9 303	i
Engagement	11 852	i
Engaged users	7 899	i
Engagement rate	9,31%	i

Obsah pro fázi oslovení



MASTERSPORT.cz

9. 11. 2022 11:00 · 🌐

Kdo by netoužil po domácí posilovně, které vám zaručí maximální soukromí, své stroje a možnost cvičit, kdykoliv si zamanete. 🦋

Pokud nad pořízením vlastního fitka uvažujete, v našem článku vám poradíme, jak jej vybavit. 😊

www.bit.ly/DOMACI_POSILOVNA ➔



MASTERSPORT.cz

19. 10. 2022 11:00 · 🌐

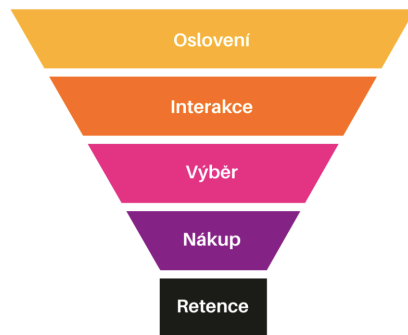
S motivací ke cvičení vám mimo jiné pomůže nové sportovní náčiní! 🦋

Mrkněte na náš e-shop, kde si z široké nabídky fitness potřeb vyberou i ti nejnáročnější sportovní nadšenci. 🙄

www.mastersport.cz



Nákupní proces - Interakce



1. Interakce

Cíl primární: Přimět lidi k interakci – návštěva webu

Cíl sekundární: Tvorba publik pro remarketing

Kanály: Placené kampaně na FB/IG, vyhledávací síť PPC, srovnávače (Heuréka)

Cílení: Interakce s reklamami, vyhledávací výrazy, hledané produkty

Metriky: Návštěvy, míra okamžitého opuštění, cena za kliknutí, míra prokliku na odkaz

Obsah: konkurenční výhody, představení produktů, textové reklamy

Obsah pro fázi interakce



MotoZem

26. 4. 2022 18:47 · 🌐

Česká značka Street Racer si zakládá na precizním zpracování a každý model je vyšperkovaný do posledního detailu. 😊

Přesvědčte se sami 🏍️ bit.ly/StreetRacer_GPR



Total reach	21 805	
Total reach (unique)	20 287	
Reactions	277	
Comments	1	
Shares	5	
Post clicks	2 089	
Engagement	2 372	
Engaged users	1 615	
Engagement rate	7,41%	

Obsah pro fázi interakce



MASTERSPORT.cz

24. 10. 2022 11:00 · 🌐

Dejte si navíc se zátěžovou vestou, která váš trénink zefektivní a posune zase o level výš! 💪

A nezapomeňte, že až do zítřka můžete využít naší akce na DOPRAVU ZDARMA, tak omrkněte, co máme nového. 👁️

www.bit.ly/ZÁTĚŽOVÁ_VESTA



MoonChocolate

Sponsored · 🌐



Ochutnejte unikátní čokoládové měsíční kameny. 🍫

Dovážíme je přímo z mléčné dráhy, ale mizí rychlostí světla, tak si je nenechte ujít. 🌌



moonchocolate.eu

Měsíční kameny |
MoonChocolate

Shop now



Obsah pro fázi interakce

Ad · www.toptax.cz/účetní/kancelář : 607 034 888

TOPTAX.cz | Ručíme za správnost účetnictví

Přes 20 let zkušeností v oboru. O vaše finance se postará více než 20 zaměstnanců TOPTAX. TOPTAX innovations a.s. je váš spolehlivý partner v oblasti financí. Kontaktujte nás. Vedení účetnictví. 20 let zkušeností v oboru. Daňová evidence. Účetní a daňová kancelář. Služby: Vedení účetnictví, Daňová evidence, Externí zpracování mezd, Vedení mzdové agendy, Ekonomické...

Vedení účetnictví

Vedení účetnictví a daňové evidence
Řešení na míru pro každého klienta

O nás

Máme 20 let zkušeností v oboru
Účetní a daňová kancelář z Ostravy

Účetní poradenství

Rychlá nebo hloubková kontrola
Přezkoumání stavu účetnictví a daní

Mzdové účetnictví

Mzdové účetnictví a personalistika
Úplná starost o mzdy a legislativu

Nákupní proces - Výběr

3. Výběr

Cíl primární: Představit produkty a detaily produktů

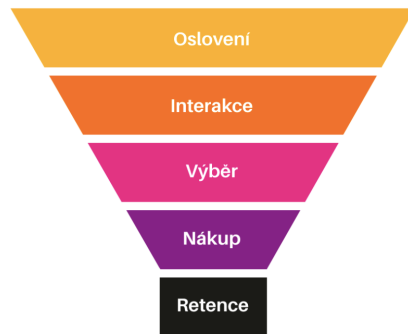
Cíl sekundární: Tvorba publik pro dynamický remarketing

Kanály: Web, placené kampaně na FB/IG, remarketing PPC

Cílení: Návštěvníci webu / konkrétních stránek (1-180 dní)

Metriky: Počet zobrazení produktu, doba na webu, počet stránek

Obsah: Produktové info, výroba, suroviny, info o nákupu (cena, doba dodání)





Obsah pro fázi výběr

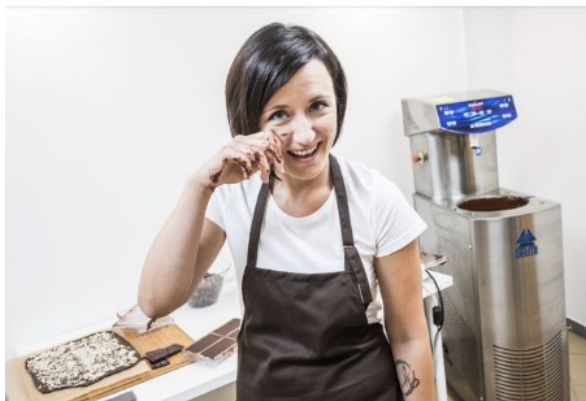


MoonChocolate

Sponsored · 🌐



Výroba čokolády není žádná brnkačka. O tom by vám mohla naše Zuzu vyprávět. 🥰
Všechny boby z pytle ručně přebíráme, abychom dosáhli té nejvyšší kvality. 🤪



moonchocolate.eu

**Vesmírná čokoláda |
MoonChocolate**

[Learn more](#)



MotoZem

7. 10. 2022 17:15 · 🌐

Podzim přináší nižší teploty, déšť a horší viditelnost, ale my se nedáme! 🙌

Máme pro vás výběr bund s reflexními prvky a termo vložkou, tak mrkněte na e-shop nebo se stavte na některou z prodejen. 🤪

CZ: bit.ly/BUNDY_PODZIM

SK: bit.ly/BUNDY_JESEN





Obsah pro fázi výběr

NOVINKA

TIP

VYROBENO V ČR



Přenosné hřiště ACTIVE SQUARE EASY

Multifunkční přenosné hřiště ACTIVE SQUARE FULL je svou variabilitou vhodné nejen pro komplexní posilovací trénink, ale taky pro zavěšení dětských prvků typu houpačka. Tím vytváří **aktivní prostředí vhodné pro celou rodinu.**

PŘENOSNÉ / KOTVENÉ

Zvolte variantu



Zvolte variantu

Značka: WOclub

od 59 990 Kč

od 49 578,51 Kč bez DPH

Kategorie: Přenosné ACTIVE

Záruka: 2 roky

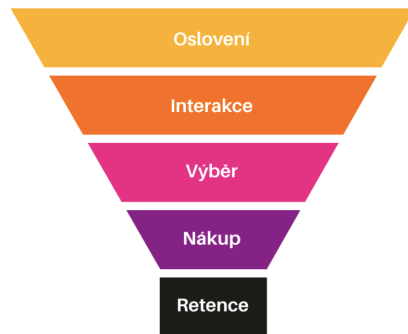
 Tisk

 Zeptat se

 Hlídat

 Sdílet

Nákupní proces - Nákup



4. Nákup

Cíl primární: Nákupy, tržby

Cíl sekundární: Získání kontaktu např. Pro e-mailing

Kanály: Web, dynamický remarketing (FB,IG, PPC)

Cílení: Návštěva konkrétních produktů

Metriky: Transakce, tržby, cena za transakci, podíl nákladů na tržbách (PNO)

Obsah: Produkty, podpora prodeje – slevy, doprava zdarma, dárek k nákupu

Obsah pro fázi nákup



MotoZem

Sponsored (demo) · 🌐

Hledáte vybavení na motorku? Na našem e-shopu najdete celou řadu ověřených produktů. 🏍️



Pás na nádrž Yamaha
XV 750/1100 Virago...
1,099 Kč

Shop now



Kožená rolka na
motorku...
799 Kč

Shop now

Kož
mot
799

👍 Like

💬 Comment

🔗 Share



XXX Lutz

Sametová sleva

**+11%
ON TOP**

17%
téměř na vše!

Zjistit více

Platí do 20. 11. 2022.

1) Více na xxxlutz.cz



Obsah pro fázi nákup



-20%



Kozačky Clarks

2 969,00 Kč

ZJISTĚTE VÍC

 eobuv.cz

REKLAMA



Ozone Arrow černo-šedo-fluo žlutá M

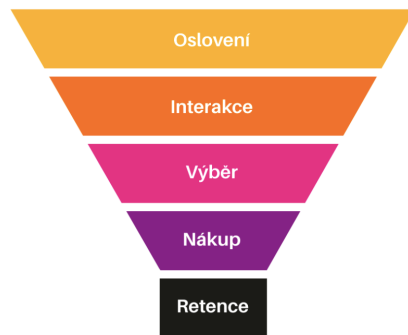
Akce

2 299 Kč

 MOTOZEM
občasně / příslušenství / díly

REKLAMA

Nákupní proces - Retence



5. Retence

Cíl primární: Opakovaný nákup

Cíl sekundární: Získání recenze

Kanály: E-mailing, placené kampaně FB/IG, obsahová síť PPC (neefektivní)

Cílení: E-maily zákazníků (Ize použít i pro cílení na FB/IG), event nákup (FB/IG, PPC) – díky sledovacím kódům na webu můžeme cílit na ty, kdo nakoupili

Metriky: Otevření e-mailu, opakované nákupy, míra retence, náklady na kampaně

Obsah: Newslettery, akce, novinky, atd.

Opakovaně nakupující tvoří zpravidla jen minoritní podíl transakcí a tržeb – klíčem k růstu je akvizice nových zákazníků!

Obsah pro fázi nákup



The screenshot shows a Gmail interface with a search bar at the top containing "Hledat v poště". The left sidebar lists folders: "Nová zpráva", "Doručená pošta 3 932", "S hvězdičkou", "Odložené", "Odeslané", "Koncepty 35", "Více", and "Štítky +". The main content area displays an advertisement for Zoot. The ad has a yellow header with the Zoot logo and navigation links: "Ženy", "Muži", "Právě dorazilo", and "Výprodej". Below the header is the headline "Vítr ve vlasech, slevy v kapse" and a large image of a tan Vans sneaker with white laces and a white sole. The Vans logo and "OFF THE WALL" slogan are visible in the top right corner of the shoe image.

Obsah pro fázi nákup



Michaela Staňková ▸ Diamantové svíčky

4 April · 🌐



Překvapení k 18. narozeninám z Diamantové svíčky... Děkujeme 😊



Fery Velik 🌟 recommends MotoZem.

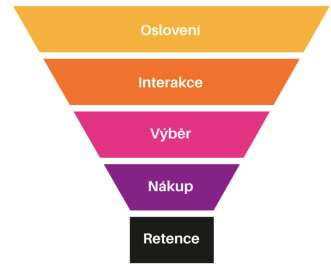
16 July · 🌐



Super výběr, ochota obsluhy na jedničku. Příště zas jen Motozem 🏍️👍👍👍



Úkol



1. Vyberte si e-shop
2. Pro jednotlivé fáze napište, jaký kanál, cílení a obsah použijete a jak budete měřit výsledky – **stačí vždy jeden kanál**
3. Oslovení - jak budete cílit – demografie, zájmy, témata
4. Interakce - na jaké vyhledávací výrazy budete cílit?
5. Výběr - jaké informace o produktu budete komunikovat?
6. Nákup - jakými výhodami motivujete zákazníky?
7. Retence - co bude v newsletteru?
8. Zkuste odhadnout rozpočet pro jednotlivé fáze?
9. Obsah reklam můžete nakreslit na papír