



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Networking-ul este cea mai rapida si usoara modalitate de a obtine informatii.

Inseamna sa vorbești cu ceilalți despre afacerea ta, sa afli despre afacerea lor, sa descoperi interese comune si sa stabilești fie noi oportunitati de afaceri, fie noi parteneri de afaceri sau chiar noi prieteni.

MARTI, 26 IANUARIE 2021

Ora: 16.00, 17:00, 18:00, 19:00

Locatia: Centrul Regional de Consiliere Business

Adresa: Municipiul Craiova, judetul Dolj.

Agenda intalnirii:

- ❖ Inregistrarea participantilor
- ❖ Sesiune de prezentare a produselor/serviciilor fiecarui participant
- ❖ PROMOVAREA UNUI PRODUS-STRATEGII SI TACTICI CREATIVE
- ❖ Sesiuni de networking 1 to 1
- ❖ Networking liber

Ce castigi daca participi la INTALNIRI DE NETWORKING:

- afli ce inseamna recomandarile calificate
- iti prezinti afacerea in fata potentialilor clienti si/ sau parteneri
- inveti din experiente de business din multe domenii de activitate
- incepi sa contruiești relatii pe termen lung

www.antreprenoriaturban.ro



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

26 Ianuarie 2021

Promovarea unui produs -strategii si tactici creative

Promovarea unui produs este intotdeauna un experiment, pentru ca poti sa combini o multime de elemente si "substante" si contexte pentru a ajunge la un rezultat.

Vrei sa iti cresti business-ul? Mai jos prezentam cateva strategii si tactici creative pentru dezvoltarea propriei afaceri

1. Creeaza campanii pentru promovarea produselor

- Oferă un **discount special** pentru cei care vin din Facebook / Facebook Ads
 - Organizează un **Flash Sale pe Story** (Instagram si Facebook) ce va fi valabil 24 de ore
 - Oferă **transport gratuit pentru cei care vin din campania de email sau din newsletter**
 - Oferă un **cod de reducere ca dovada de multumire** doar pentru cei care au cumparat cel putin odata de la tine
 - Oferă un **beneficiu special pentru cei din grupul tau de Facebook** – daca ai (consultanta, cadouri, preview etc.)
 - Oferă **afiliatilor un discount special** pe care sa il promoveze, cu mentiunea ca poate sa le creasca numarul de vanzari si, in consecinta, numarul de comisioane castigate
- Indiferent pe ce canal faci campania, asigura-te ca reducerile oferite sunt intotdeauna limitate de un timp cat mai scurt (1 ora – maximum 48 de ore).

2. Foloseste testimoniale / continut generat de clienti

Oamenii cumpara mai mult cand vad ca produsul a mai fost incercat si validat de altii. De ce? Pentru ca au siguranta ca produsul este asa cum le spui tu si ceilalti clienti care l-au cumparat. Scapa de cateva obiectii comune inainte de cumparare: daca e teapa, daca produsul e intr-adevar bun, daca arata asa cum trebuie, daca e functional, daca nu isi pierde banii etc.

- Aduga **testimoniale de brand si produs in pagina de home** a magazinului
- Atrage recenzii la **fiecare produs vandut** (le poti trimite un email clientilor prin care sa le ceri sa faca asta)
- Aduga testimoniale in **pagina de finalizare comanda** (si un link spre pagina cu testimoniale in partea de sus)
- Permite oamenilor sa iti ofere **recenzii pe pagina de Facebook** si raspunde la fiecare, pozitiv sau negativ, multumind sau rezolvand problemele acolo unde e cazul
- Urmareste **testimoniile din Google**

www.antreprenoriaturban.ro



- Creeaza-ti o **alerta pe Google** pentru a verifica mentiunile de brand (articole noi, pareri adaugate, comentarii etc.)
- Cere-le oamenilor sa isi **distribuie experienta pe rețelele de socializare** folosind un hashtag (pentru a fi mai usor de gasit)
- Urmareste **materialele publicate de clienti despre brandul tau** (imagini, texte, video-uri), cere-le consimtamantul si foloseste acest continut in campaniile de promovare
- Foloseste **extensia de recenzii in reclamele** de pe Google Search

3. Creeaza continut pe blog

Continutul text este, daca te implici putin, poate cea mai ieftina si cea mai eficienta metoda sa convingi oamenii sa faca o actiune dorita. Si o tehnica exceptionala sa faci promovarea unui produs.

De aceea am recomandat intotdeauna un blog de companie sau, cel puțin, o lista cu cateva articole evergreen, de baza.

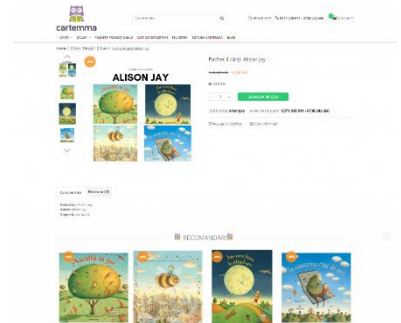
- Creeaza-ti un blog de companie, pe un **subdomeniu** "blog.magazinultau.ro"
- Incepe sa scrii, de preferat **pe baza unei strategii**
- Publica **povestea firmei tale**, motivatia din spate, echipa
- Publica **tutoriale** prin care ii inveti pe urmaritori sa iti foloseasca produsele
- Publica **povesti** despre produsele tale (pot fi chiar intamplari de-ale clientilor)
- Creeaza **serii** (merg bine la tutoriale, pe anumite categorii etc.)
- Fa un articol cu **tehnica skyscraper** – gaseste cel mai bun continut pe un subiect interesant legat de industria ta (sa aiba si multe backlink-uri) / creeaza un continut si mai tare / cere-le surselor de backlink-uri sa trimita link-uri catre continutul tau mai relevant.
- Creeaza **tutoriale** video pentru cele mai populare produse pe care le vinzi (produsele vedeta)
- Foloseste **video-uri de prezentare** / tutorial in paginile de produs si paginile importante din site-ul tau



4. Creeaza pachete de produs

Pachetele de produs functioneaza bine in sezon (de exemplu, inainte de sarbatori), pentru cei care cauta reduceri, dar si pentru clientii nehotarati, care nu vin in site neaparat chititi sa cumpere doar un anumit produs.

- Include intotdeauna macar un **produs cu o marja buna in pachet**, pentru a te asigura ca nu pierzi bani





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- Creeaza pachete care **pot fi cumparate doar impreuna** ("pure bundling")
- Oferă clienților posibilitatea de a-si **crea propriile pachete**
- Folosește pachetele pentru a-ti **promova produsele noi**, sau invers, produsele cu stocuri care se misca greu
- Creeaza si promoveaza **pachete in preajma evenimentelor care atrag clientii** (Craciun, Paste, pachete pentru viitori miri, pachete pentru viitorii parinti, pachete pentru iubitorii de.... [completeaza cu orice vrei])
- Fii extrem de atent la **stocuri** cand promovezi pachete. Asigura-te ca esti in stare sa faci fata comenzilor, daca te trezesti cu un varf de vanzari de pachete (ai toate produsele pachetului disponibile)

5. Organizeaza campanii Flash Sale

Oamenii iubesc reducerile. De cele mai multe ori, isi schimba obiceiurile de cumparare la 180 de grade odata ce dau cu ochii de o oferta de vanzare. Cumpara mai mult.

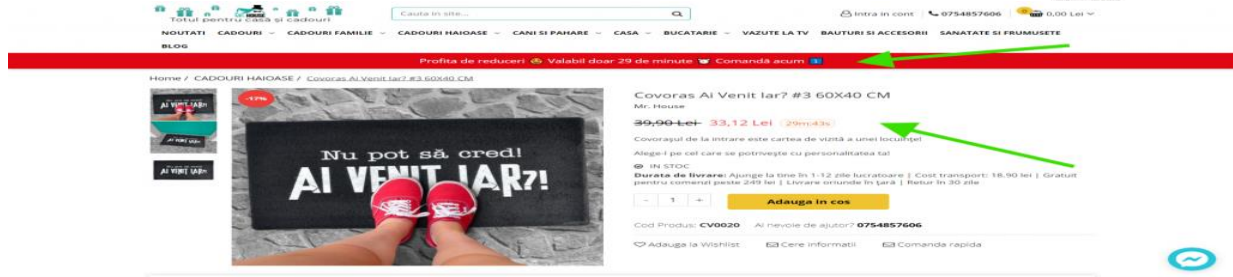
- Intotdeauna sa ai un **scop pentru Flash Sale** (sa atragi clientii existenti, sa scazi stocul unor produse mai putin populare, sa aduci noi adrese in baza de date etc.)
- Alege cu grija **momentul in care faci Flash Sale**; o astfel de campanie trebuie sa aiba un timp limita bine stabilit, nu o poti lasa cateva zile la rand.
- **Nu organiza Flash Sales prea des**, altfel isi pierd din impact
- Daca faci un Flash Sale pentru a atrage **clienti noi promoveaza produse populare**, cu o marja mica catre clientii concurentilor tai. Sau promoveaza produsele scumpe de sezon pentru a misca stocurile. Sau ofera codul de reducere Flash Sale unui nou abonat (poate fi trimis automat, la abonare)
- Daca faci un Flash Sale pentru a atrage **clientii existenti, stabileste produsele la reducere dintre cele cu mult trafic dar un volum mic de vanzari**. Sau promoveaza produsele selectate doar in fata celor care au dat dovada de interes in trecut. Sau promoveaza codul de reducere intr-un email de recuperare al cosului.
- Organizeaza un **Flash Sale pentru early-birds** (daca faci teasing pentru lansarea unui produs nou), sau pentru clientii speciali (de obicei cei fideli)
- Promoveaza campania Flash Sale printr-un **hello bar cu numaratoare inversa**, afisat pe site



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020



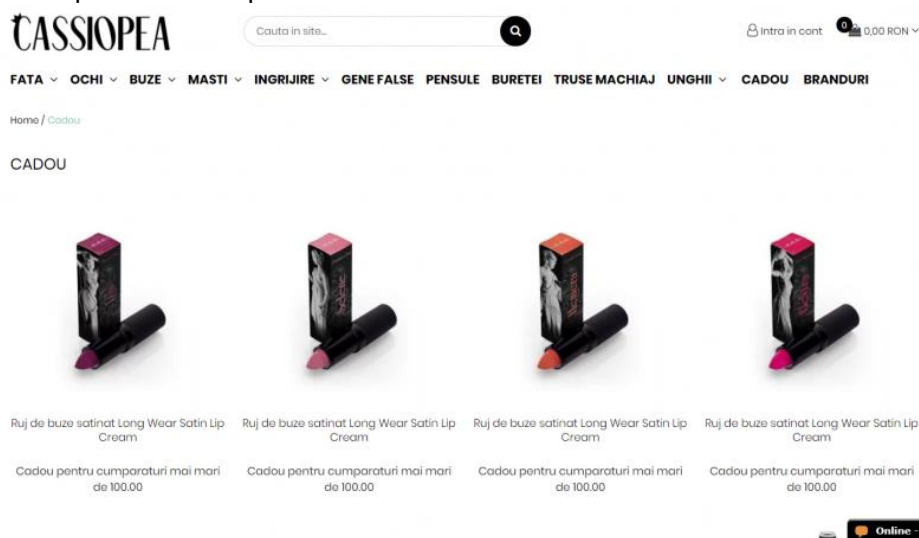
6. Adauga produse cadou in colet

Cel mai usor e sa vinzi clientilor fideli, care au cumparat cel puțin odata din magazinul tau.

Si cum iti fidelizezi clientii? Li impresionezi si le depasesti asteptarile.

Iar asta poti sa o faci prin mai multe metode, inclusiv adaugarea de produse cadou in colet.

- Alege **cadouri reprezentative pentru brandul tau**, dar cu o valoare mica (nu trebuie sa fie scumpe, pentru a fi bine primite)
- Alege daca vrei sa ii spui din pagina de produs / cos ca o sa primeasca si un cadou sau lasi surpriza sa fie descoperita de catre client
- Pe langa cadou, adauga o **scrisoare de multumire** – poate fi aceeași pentru toti dar poate fi personalizata cu semnatura ta sau semnatura celui care se ocupa de impachetarea coletului respectiv
- Incearca sa oferi un **cadou util**, pe care oamenii sa il foloseasca in viata de zi cu zi – asa brandul tau va ramane in mintea lui si va atrage atentia cunoscutilor lui, care il vad folosind produsul respectiv



7. Promovarea unui produs prin campanii de sezon

Campaniile legate de un eveniment sau sezon, cu termen limitat, au intotdeauna impact.

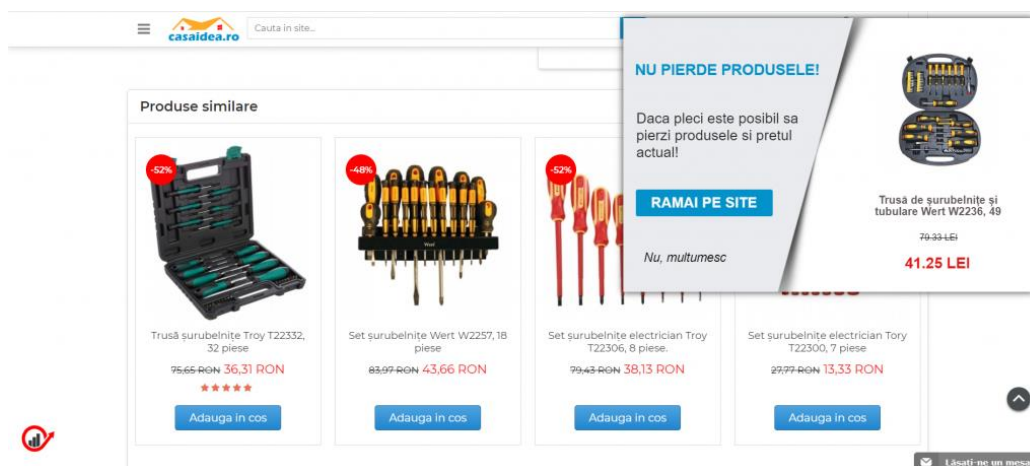
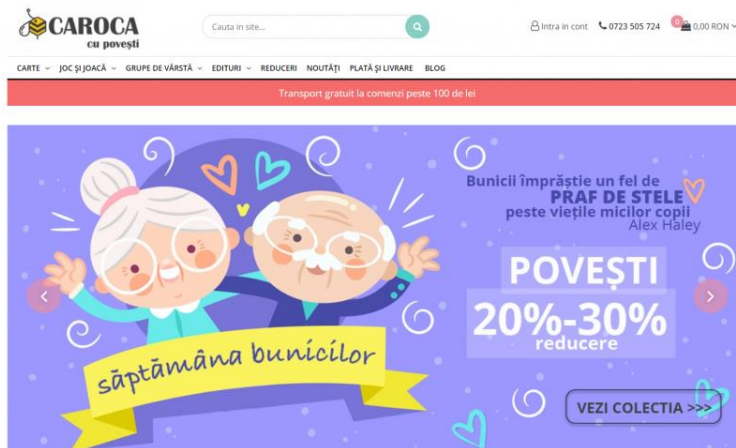
www.antreprenoriaturban.ro



De ce? Pentru ca raspund asteptarilor si obiceiurilor de cumparare formate in timp. De exemplu, de Craciun toti alergam dupa cadouri, decoratiuni si alimente. De ziua mamei, florariile si magazinele de cadouri vand la greu.

La inceputul toamnei incepi sa sortezi hainele din dulap, sa faci loc pentru haine mai groase, noi.

- Pregateste **campaniile de sezon din timp**, mai ales cand e vorba de campanii majore (de exemplu, Black Friday)
- Creeaza **continut de sezon**, care sa sprijine reducerile si sa trezeasca interesul clientilor (ghiduri, articole, video-uri, teasing, bannere, postari etc.)
- Alege **tacticile de vanzare in functie de sezon** (de exemplu, pentru sarbatorile de iarna merg foarte bine produsele bundle, pentru vara campanii de precomanda cu colectiile noi)
- Intotdeauna **limiteaza promotiile** – foloseste numaratoare inversa, hello bar, pop-up-uri
- In campaniile de sezon, **retargeteaza oamenii care ti-au vizitat site-ul in ultimele 6 luni** sau chiar mai mult (in functie de tipul produsului)
- Foloseste-te de aceste sezoane pentru a **lansa produse noi / un brand nou**





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

8. Foloseste o “capcana” – Vinde mai intai un produs mai ieftin, si atrage o vanzare mai mare catre acelasi client

Aici cel mai bine te ajuta un funnel care sa ghideze automat clientul de la produsul cu pret mic catre vanzarea mai consistenta.

- Actioneaza rapid: cand clientul descarca un material (un ghid, o lista, alt tip de material educativ), in pagina de multumire arata-i o oferta pentru un produs ieftin.
- Poate fi si un landing page cu produse legate de materialul descarcat, dar care au pret scazut.
- Fa follow up pe email dupa prima comanda si pregateste omul pentru o vanzare mai mare
- Trimite-i un email cu oferta pentru produsele mai scumpe, ca idee de cross-sell pentru ce si-a comandat prima data.

Acest tip de oferta functioneaza pe principiul ca odata ce ti-a dat o suma de bani, omul va avea incredere data viitoare sa cumpere tot de la tine, chiar daca e vorba de o suma mai mare.

Promovarea unui produs poate presupune o multime de tactici si abordari. Iar asta iti deschide in fata un intreg univers de posibilitati.

Bibliografie: <https://www.gomag.ro/blog/promovarea-unui-produs-in-site/>