

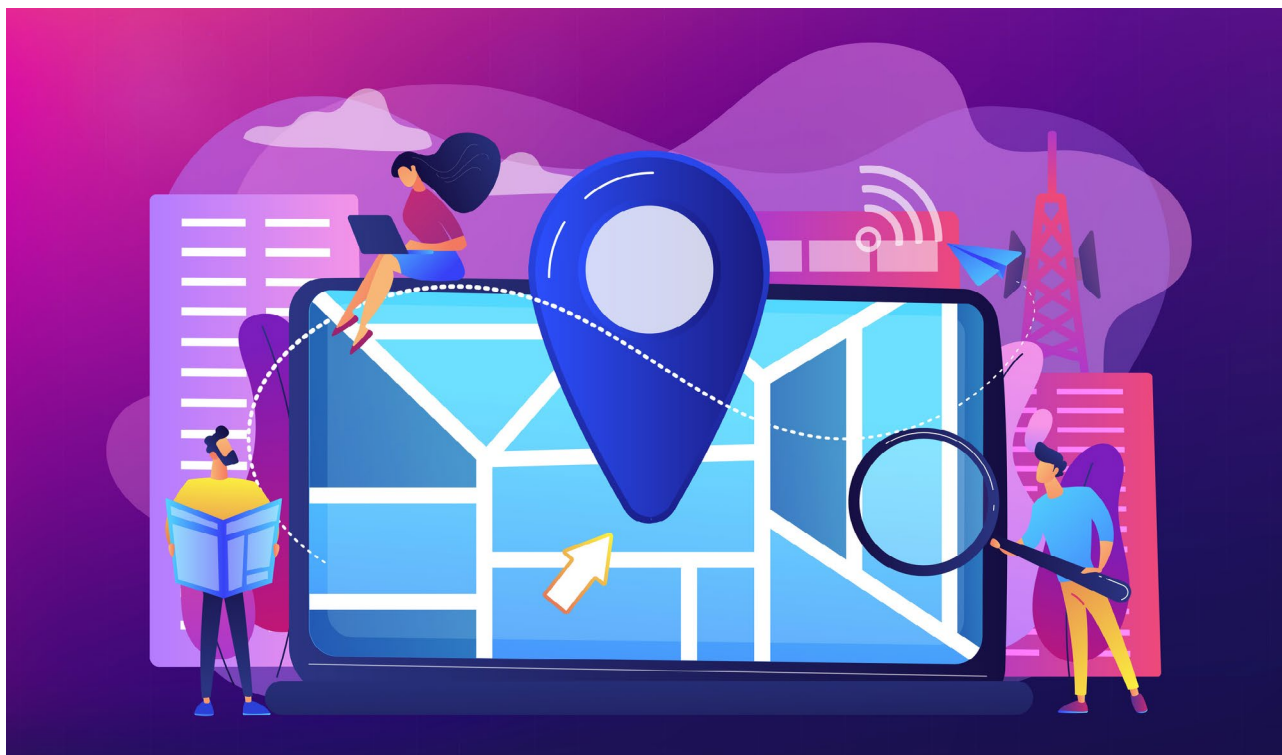
Jak promować firmę na lokalnym ryнку?

Przewodnik dla przedsiębiorców



Spis treści

1. Dlaczego warto promować firmę na mapie lokalnego biznesu?	3
1.1. Jak promować firmę na lokalnym rynku?	4
2. Jak zbudować widoczność, czyli dlaczego wizytówka w Google Moja Firma to podstawa?	6
3. Jak wzmacniać wizerunek i rozpoznawalność w sieci?	11
3.1. Dlaczego warto mieć wizytówkę w wartościowych katalogach firm?	11
3.2. Jakie zalety ma reklama banerowa?	16
4. Jak zadbać o dobrą opinię w Internecie?	19
4.1. Jak opinie wpływają na wizerunek?	19
4.2. Jak zdobywać opinie i rekomendacje?	20
5. Jak zbudować pozycję eksperta w Google i docierać do klientów?	25
5.1. Jak działać słowem – artykuły poradnikowe z Twojej branży	26
5.2. Jak działać obrazem – pokazy zdjęć na YouTube	32
6. Jak angażować i budować relacje z klientami?	37
6.1. Promocja w mediach społecznościowych	37
7. Jak pozyskiwać kontakty i zwiększać sprzedaż?	40
7.1. Platformy produktowe i usługowe	40
7.2. Aukcje internetowe	42
8. Mocna pozycja Twojej firmy na lokalnym rynku	44



1. Dlaczego warto promować firmę na mapie lokalnego biznesu?

Jeśli prowadzisz firmę, z pewnością zastanawiasz się, jak docierać do klientów. Dziś ogromne możliwości daje promocja w sieci. Czy wiesz, że **prawie 50% zapytań w wyszukiwarce Google to zapytania lokalne**¹? Dlatego szczególnie istotna powinna być promocja na mapie lokalnego biznesu. Co się na nią składa?

Jeśli jeszcze nie podjąłeś żadnych kroków, przede wszystkim powinieneś zadbać o obecność w Internecie. Obecność w sieci to bezpieczeństwo dla rozwoju firmy. **96% użytkowników szukających konkretnej firmy, produktu, usługi zaczyna od Google**². Możesz sobie wyobrazić, co się stanie, jeśli klient nie znajdzie żadnej informacji o Twojej firmie w wyszukiwarce. Z pewnością odczuje rozczarowanie, a Ty nie wzbudzisz zaufania do swojej marki.

Prawie **50%**
zapytań
w wyszukiwarce
Google to zapytania
lokalne

1. [15 Local SEO Statistics Every Business Owner Should Know in 2021 \(safaridigital.com.au\)](https://safaridigital.com.au)
2. [Search Engine Market Share Poland | StatCounter Global Stats](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Niezbędnym elementem budowy zaufania w oczach klientów jest także **dbanie o dobry wizerunek**. Nie wystarczy po prostu być w sieci. Trzeba się jeszcze dobrze prezentować i zadbać o rozpoznawalność na lokalnym rynku. Istotne są tu zarówno rzetelne i na bieżąco aktualizowane informacje o firmie, jak i opinie klientów, a także budowanie długotrwałych relacji.

1.1. Jak promować firmę na lokalnym rynku?



Zastanawiasz się, od czego zacząć? Przede wszystkim musisz wiedzieć, że promocja firmy na lokalnym rynku składa się z szeregu działań, które wzajemnie się uzupełniają. Jeden element wpływa na kolejny i dopiero połączenie wszystkich pozwala zbudować mocną pozycję w sieci i docierać do klientów w okolicy. Co musisz zrobić?

Buduj widoczność

Pierwszym krokiem jest założenie **wizytówki w Google Moja Firma**. Wykorzystaj wizytówkę, aby zwiększać widoczność na lokalne zapytania w wyszukiwarce i mapach Google.

Wzmacniaj wizerunek i rozpoznawalność

Pomoże Ci w tym prezentacja w polecanych **katalogach firm**. Wykorzystaj wartościowe dla Google serwisy internetowe, aby budować pozytywny wizerunek Twojej firmy oraz wzmacniać jej rozpoznawalność na lokalnym rynku. W przyciąganiu zainteresowania pomoże także **reklama banerowa**.

Dbaj o dobrą opinię w sieci

Wykorzystaj marketing rekomendacji. W pozyskiwaniu dobrych opinii pomogą m.in. wizytówka w Google Moja Firma, obecność w sprawdzonych katalogach firm, zdobycie profesjonalnych certyfikatów czy aktywne działania w mediach społecznościowych.

Buduj pozycję eksperta i docieraj do klientów

Działaj słowem i obrazem. Marketing treści to skuteczny sposób na budowanie wizerunku eksperta w Twojej dziedzinie i zdobywanie zaufania.

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

Angażuj i buduj relacje

Bądź aktywny w Social Mediach i buduj zaangażowanie. Zadbaj o utrzymywanie stałych relacji z klientami i nawiąż kontakt z nowymi – informuj ich na bieżąco o jakości swoich produktów i usług.

Pozyskuj kontakty i zwiększaj sprzedaż

W tym celu skorzystaj z możliwości, jakie dają platformy produktowe i usługowe, a także aukcje internetowe. Platformy sprzedażowo-zakupowe (nazywane z ang. marketplace) to dodatkowe źródło pozyskiwania wartościowych kontaktów od osób gotowych do kupna czy współpracy.

Chcesz poznać więcej szczegółów? Zapraszamy do lektury naszego e-booka, w którym przyglądamy się każdemu z działań i wnikliwie je omawiamy.





2. Jak zbudować widoczność, czyli dlaczego wizytówka w Google Moja Firma to podstawa?

Zastanawiasz się, czym właściwie jest wizytówka Google Moja Firma? Czy ma coś wspólnego z tradycyjną, papierową wersją? Rzeczywiście pełni podobne funkcje, jednak... daje o wiele więcej możliwości! Przeczytaj, jak wygląda i jakie korzyści daje jej posiadanie.

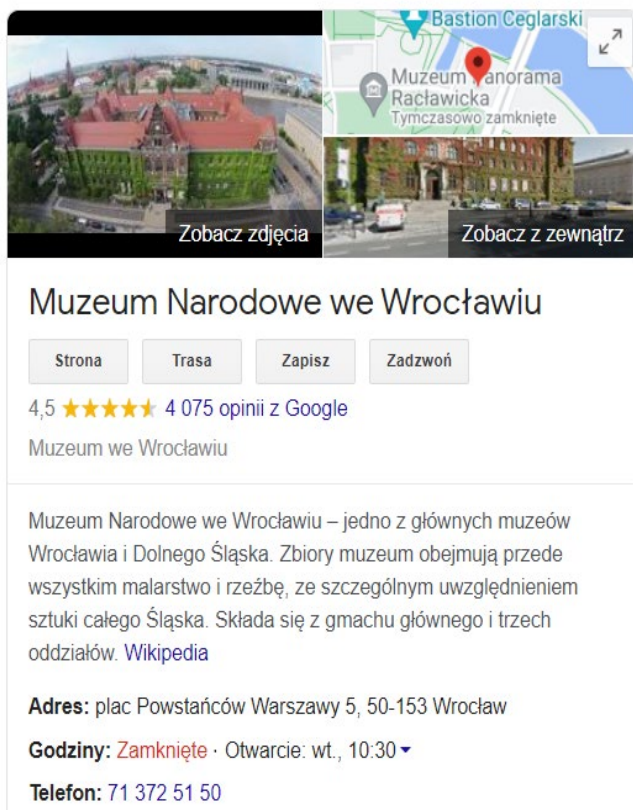
Czym jest wizytówka Google Moja Firma?

Google Moja Firma (ang. **Google My Business**, skrót **GMB**) to wyjątkowo pomocne narzędzie. Wizytówka GMB pozwala pokazać informacje o Twojej firmie jak na dłoni – dane dostępne są od razu w wyszukiwarce oraz na mapach Google. To bardzo ważne, ponieważ dziś użytkownicy chcą jak najszybciej dotrzeć do potrzebnych im informacji. Klient może już z pozycji wyników szybko **sprawdzić telefon, godziny otwarcia**, a nawet zapoznać się z **opiniami**.

Jak wygląda wizytówka Google Moja Firma?

Wizytówka Google Moja Firma wyświetla się po prawej stronie wyników wyszukiwania w formie ramki. Użytkownik otrzyma taki wynik, gdy wpisze w wyszukiwarkę dokładną nazwę firmy. Może zapoznać się ze zdjęciem, sprawdzić najważniejsze informacje, a nawet zadzwonić (na urządzeniach mobilnych szybki kontakt umożliwia przycisk „Zadzwoń”).

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców



Muzeum Narodowe we Wrocławiu

Strona Trasa Zapisz Zadzwoń

4,5 ★★★★★ 4 075 opinii z Google

Muzeum we Wrocławiu

Muzeum Narodowe we Wrocławiu – jedno z głównych muzeów Wrocławia i Dolnego Śląska. Zbiory muzeum obejmują przede wszystkim malarstwo i rzeźbę, ze szczególnym uwzględnieniem sztuki całego Śląska. Składa się z gmachu głównego i trzech oddziałów. [Wikipedia](#)

Adres: plac Powstańców Warszawy 5, 50-153 Wrocław

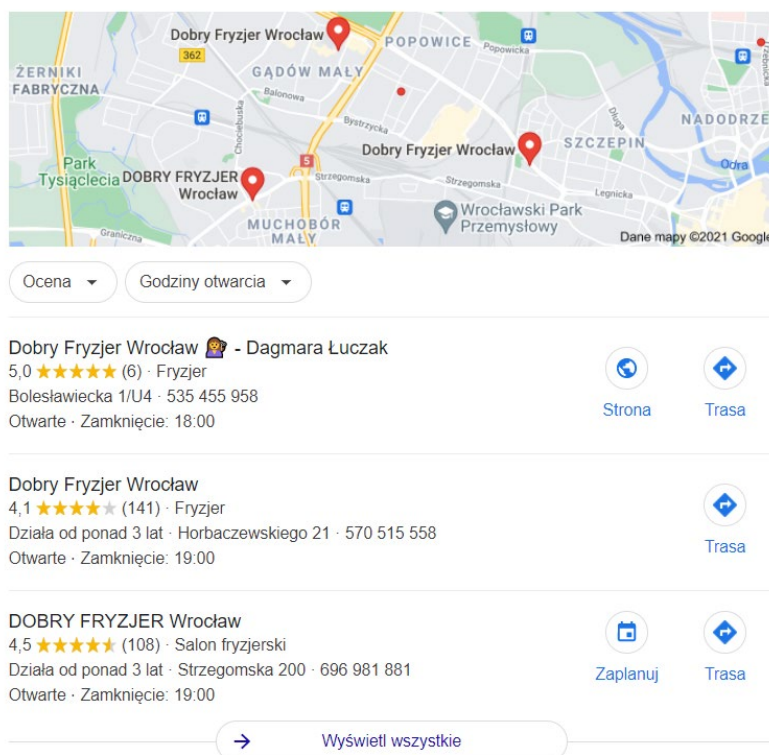
Godziny: Zamknięte · Otwarcie: wt., 10:30 ▾

Telefon: 71 372 51 50

Źródło: Google, wyniki dla „Muzeum Narodowe Wrocław”

Co daje wizytówka w Google Moja Firma?

Wizytówka Google Moja Firma to podstawa do promowania Twojej działalności w sieci. Na jakie korzyści możesz liczyć?



Ocena Godziny otwarcia

Dobry Fryzjer Wrocław 🧑‍🦱 - Dagmara Łuczak
5,0 ★★★★★ (6) · Fryzjer
Bolesławiecka 1/U4 · 535 455 958
Otwarte · Zamknięcie: 18:00

Dobry Fryzjer Wrocław
4,1 ★★★★★ (141) · Fryzjer
Działa od ponad 3 lat · Horbaczewskiego 21 · 570 515 558
Otwarte · Zamknięcie: 19:00

DOBRY FRYZJER Wrocław
4,5 ★★★★★ (108) · Salon fryzjerski
Działa od ponad 3 lat · Strzegomska 200 · 696 981 881
Otwarte · Zamknięcie: 19:00

→ Wyświetl wszystkie

Źródło: Google, wyniki dla „fryzjer Wrocław”

Klient nie zna jeszcze Twojej firmy, ale szuka usługi? Tu również z pomocą przychodzi Google Moja Firma. Gdy użytkownik wpisze frazę ogólną, np. „Fryzjer Wrocław”, otrzyma listę wizytówek na mapie. Zwykle są to trzy najbardziej trafne wyniki w jego najbliższej lokalizacji.

Nawet gdy użytkownik wprowadzi samą nazwę usługi, Google na podstawie jego lokalizacji podpowie firmę w jego najbliższej okolicy. Zadbaj, by trafił właśnie do Ciebie.

Co musisz zrobić? Postaw na aktualną wizytówkę!

Bądź widoczny w wyszukiwarce Google

Zastanawiasz się, gdzie klienci szukają informacji? W kwietniu 2021 **prawie 96% wszystkich wyszukiwań w polskim Internecie odbyło się za pomocą wyszukiwarki Google**³. Jeśli więc chcesz zwiększyć widoczność w wyszukiwarce i mapach Google, nie może zabraknąć tam Twojej firmy! Koniecznie zadбай o obecność w Google Moja Firma.

Wspieraj pozycjonowanie Twojej firmy na zapytania lokalne

Twoi klienci szukają usług w najbliższej okolicy. **Prawie 50% zapytań w wyszukiwarce Google to zapytania lokalne**⁴. Jeśli prowadzisz małą lub średnią firmę i nie wdrożysz podstawowych działań związanych z lokalnym SEO, możesz stracić pozycję na prawie połowę wszystkich wyszukiwań w Google!

SEO lokalne – zestaw działań optymalizacyjnych, których celem jest zbudowanie wysokiej pozycji strony w wyszukiwarce na zapytania związane z konkretnym regionem, najczęściej miastem.

Posiadanie wizytówki Google Moja Firma wspiera pozycjonowanie lokalne. Nie możesz przegapić swojej szansy, tym bardziej że z roku na rok „lokalność” zyskuje na sile. Według danych Google **wyszukania „lokalizacja” + „firma” wzrosły o ponad 80%** w ciągu ostatniego roku⁵.

65%
wyszukiwań
kończy się
na pierwszej
stronie Google

Zwiększ szansę, by klient trafił właśnie na Twoją firmę

Gdy masz wizytówkę w Google, zwiększasz prawdopodobieństwo, że to właśnie na Twoją firmę trafi potencjalny klient – a nie do konkurencji. Pamiętaj, **65% wyszukiwań kończy się na pierwszej stronie Google**⁶. Musisz więc zadbać o to, by klient natychmiast po wpisaniu nazwy dostał informacje o Twoim biznesie.

3. [Search Engine Market Share Poland | StatCounter Global Stats](#)

4. [15 Local SEO Statistics Every Business Owner Should Know in 2021 \(safaridigital.com.au\)](#)

5. [The latest local shopping trends \(blog.google\)](#)

6. [40+ Google Search Statistics for 2021 | 99firms](#)

Bądź widoczny na mapach Google

Wskaż drogę do Twojej firmy milionom klientów – już ponad 10 milionów Polaków korzysta z Google Maps⁷. Co ciekawe, aż **86% osób wykorzystuje Mapy do znajdowania lokalnych sklepów i firm**⁸. Posiadanie wizytówki umożliwia łatwą nawigację do celu. Daj się znaleźć dzięki aktualnej wizytówce w Google i wspieraj lokalne pozycjonowanie.

90%
konsumentów
szuka recenzji
online przed
wyborem usług
lokalnych

Zdobywaj zaufanie i buduj wizerunek

Według Google firmy ze zweryfikowaną wizytówką są **dwa razy częściej uznawane przez użytkowników za godne zaufania**. To podstawa, jednak wizytówka daje jeszcze większe możliwości – klienci mogą dodawać opinie o firmie.

Dlaczego to takie ważne? Prawie **90% konsumentów szuka recenzji online przed wyborem usług lokalnych**⁹. Firmy, które nie mają rekomendacji, wzbudzają podejrzenie. Pozytywne opinie od zadowolonych klientów zdecydowanie wzmacniają zaufanie i są potwierdzeniem, że Twoja oferta jest wartościowa.

Docieraj do nowych klientów

Aktualna i zweryfikowana wizytówka Google Moja Firma to dodatkowe źródło pozyskania nowych klientów. Także tych korzystających z urządzeń mobilnych, czyli telefonów i tabletów.

Czy wiesz, że aż **78% lokalnych wyszukiwań na urządzeniach mobilnych kończy się zakupem offline, czyli zakupem w tradycyjnym sklepie**¹⁰? Dlatego koniecznie daj klientowi wygodny dostęp do Twojej oferty na telefonie (by w każdej chwili mógł się z nią na spokojnie zapoznać) i wskaż mu drogę na mapach Google.

78% lokalnych
wyszukiwań na
urządzeniach
mobilnych kończy
się zakupem
w tradycyjnym
sklepie

7. [Poland: leading map websites 2019 | Statista](#)

8. [15 Local SEO Statistics Every Business Owner Should Know in 2021 \(safaridigital.com.au\)](#)

9. [Tamże](#)

10. [Tamże](#)

Co wpływa na pozycję wizytówki?

Na pozycjonowanie wizytówki w wyszukiwarce i mapach Google, tak jak w przypadku strony internetowej, składa się wiele czynników. To właśnie na ich podstawie Google określa odpowiednią pozycję dla Twojej wizytówki w Google na dany zestaw fraz.

Co wpływa na pozycję Twojej wizytówki?

- Trafność – czyli, jak bardzo wizytówka firmy oraz zawarta w niej treść pasuje do wyszukiwanego słowa kluczowego.
- Odległość – czyli, jak daleko znajduje się użytkownik wyszukujący oferowane przez firmę produkty lub usługi.
- Aktualizacja – czyli, jak często są podawane nowe informacje lub aktualizowane treści.
- Rozpoznawalność – czyli, jak bardzo firma jest już rozpoznawalna na dane słowo kluczowe.

Właściwie nie masz wpływu tylko na jeden czynnik, czyli odległość. Pozostałe wymagają Twojego działania. Jeśli chcesz wzmocnić rozpoznawalność i popracować nad trafnością, **zadbaj o lepszą widoczność w wyszukiwarce** i pozyskaj pozytywne opinie.

Pamiętaj, samo założenie wizytówki to dopiero pierwszy krok. Kluczowe jest jej **regularne aktualizowanie**.

Nie sztuką jest założyć Google Moja Firma. Sztuką jest prawidłowo to zrobić, a następnie w skuteczny sposób zarządzać treściami. Tylko w ten sposób **zwiększysz widoczność na lokalnym rynku** i wyprzedzisz konkurencję w pozyskiwaniu nowych klientów.

Jeśli szukasz pomocy, skorzystaj z naszych usług Lokalnego Marketingu Internetowego. W ramach obsługi Google Moja Firma założymy wizytówkę oraz będziemy zarządzać informacjami o Twojej firmie. Zadbamy o **regularną aktualizację oraz wzrost rozpoznawalności** Twojej firmy w Internecie na lokalnym rynku.



3. Jak wzmocnić wizerunek i rozpoznawalność w sieci?

Walka o rozpoznawalność to często walka o być albo nie być w internetowym gąszczu ofert. Na szczęście jest kilka sprawdzonych sposobów na wzmocnienie wizerunku i rozpoznawalności firmy. Sprawdź, w jaki sposób możesz wyprzedzić konkurencję.

3.1. Dlaczego warto mieć wizytówkę w wartościowych katalogach firm?

Obecność w katalogach firm to kolejny ważny element promocji firmy w sieci. Internetowe wizytówki z jednej strony informują o Twojej działalności, a z drugiej za pomocą tekstu i obrazu promują Twoją markę. Sprawdź, czym są katalogi firm i dlaczego warto do nich dołączyć właśnie teraz.

Czym są katalogi firm?

Katalogi firm to miejsca w sieci, w których prezentowane są wizytówki firm. Specjaliści od marketingu nazywają je wizytówkami NAP od angielskiego Name, Address, Phone, czyli nazwa firmy, adres i numer telefonu.

Klasyczny wpis w katalogu firm zawiera podstawowe informacje o działalności, takie jak nazwa i dane kontaktowe (adres siedziby, numer telefonu, adres e-mail), a także linki do strony internetowej i profili w mediach społecznościowych.

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

The screenshot shows a business listing on the PanoramaFirm.pl website. At the top, there is a search bar with the text 'Produkt/firma/usługa...' and 'Lokalizacja'. Below the search bar is a map showing the location of the business. The business name is 'J K Salon Urody Jakub Kociszewski'. The services listed are 'Strzyżenie damskie, męskie i dziecięce' and 'Fryzjerzy i salony fryzjerskie'. The address is 'ul. Mozarta 10, 02-763 Warszawa Mokotów, mazowieckie'. There is a 5.0 star rating with 9 reviews. Below the rating are three buttons: 'strona www', '535 077...', and 'napisz email'. At the bottom of the listing, there are links for 'Galeria', 'Kontakt', 'Informacje', 'Opinie i oceny', and 'Słowa kluczowe'.

Źródło: [PanoramaFirm.pl](https://panoramafirm.pl)

Jednak wartościowe bazy firm dają znacznie większe możliwości.

Obecnie w profesjonalnych katalogach publikowane są interaktywne prezentacje, z obszernym opisem firmy, jej produktów i usług, wzbogacone o zdjęcia, filmy i artykuły, a także mapa pokazująca dokładną lokalizację siedziby. Umieszcza się tam również słowa kluczowe, które pozwolą internautom łatwiej odnaleźć firmę. Co więcej, klienci po dokonaniu zakupu lub skorzystaniu z usługi mogą wyrazić opinię i wystawić ocenę oferty lub obsługi.

The screenshot shows a business listing on the BiznesFinder.pl website. The business name is 'Studium Języków Obcych Lingua Jolanta Hodura'. There is a 5.0 star rating with 11 reviews. The services listed are 'Szkoły języków obcych' and 'Kursy języków obcych dla firm i młodzieży'. The address is '42-200 Częstochowa, Jasnogórska 6 (woj. śląskie)'. The hours are 'Dziś: 10:00 - 17:00'. Below the listing, there is a phone number '34 361 2...', a website 'www.lingua.edu.pl', and an email icon. There is also a button 'Aktualizuj dane'. To the right of the listing is a map showing the location of the business.

Źródło: [BiznesFinder.pl](https://biznesfinder.pl)

Jak widzisz – to sporo informacji i elementów. Dla uporządkowania – wypunktujmy.

Profesjonalna wizytówka NAP zawiera:

- nazwę firmy i adres,
- numer telefonu i adres e-mail,
- adres strony WWW firmy,

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

- linki do mediów społecznościowych (Facebook, Instagram itp.),
- numer NIP i REGON,
- opis firmy oraz jej produktów/usług,
- artykuły,
- logo firmy,
- godziny otwarcia (jeśli działasz stacjonarnie),
- galerię zdjęć i filmy promujące Twoją działalność,
- mapę z dokładną lokalizacją siedziby,
- słowa kluczowe dot. Twojej działalności.

Wszystkie te elementy sprawiają, że Twoja firma zyskuje miejsce w sieci, w którym w atrakcyjny i różnorodny sposób może prezentować swoją ofertę.

Ale to nie wszystko.

Jakie korzyści daje obecność w katalogach firm?

Obecność w katalogach firm to (poza wizytówką Google Moja Firma) kolejne skuteczne źródło pozyskiwania nowych klientów.

Okazuje się, że ponad 50% osób kontaktujących się telefonicznie z firmami znalezionymi w katalogach firm (biznesfinder.pl, panoramafirm.pl i pkt.pl) decyduje się na zakup lub usługę.

Wizytówka w wartościowych katalogach firmy to:

- atrakcyjna promocja Twojej oferty,
- rozpoznawalność na lokalnym rynku,
- wzmocnienie widoczności w sieci,
- kreowanie pozytywnego wizerunku marki,
- zwiększenie zaufania wśród klientów i wyszukiwarek,
- budowanie wizerunku eksperta w branży.

Nawet niewielka firma dzięki katalogom firm może zostać zauważona! Interaktywne wizytówki znacznie poprawiają widoczność Twojej marki w sieci. Zyskujesz tzw. linki zewnętrzne, które wspierają działania SEO.

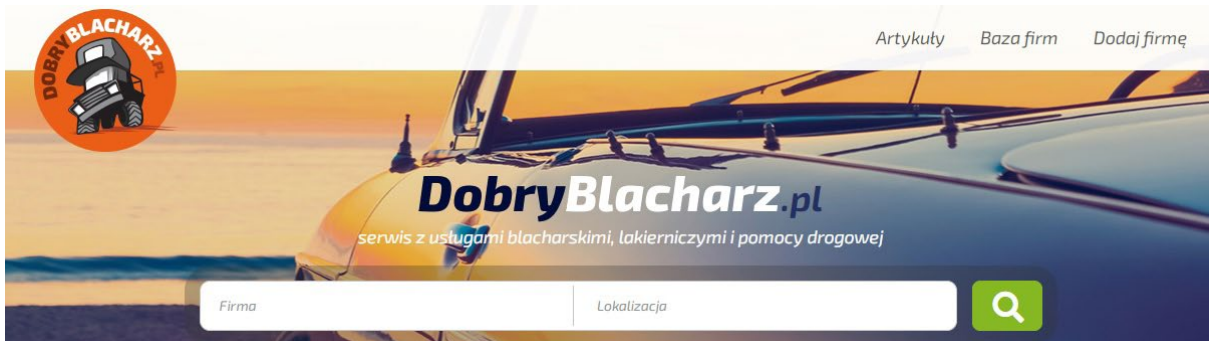
SEO (ang. Search Engine Optimization) – wszystkie działania, których celem jest walka o jak najlepszą pozycję danej strony w wynikach wyszukiwania. Polega m.in. na optymalizacji strony zgodnie z działaniem algorytmów Google oraz budowaniu zaufania i autorytetu w sieci.

Ponadto dzięki pozytywnym opiniom klientów masz szansę zyskać uznanie wśród lokalnej społeczności i wyprzedzić konkurencję.

Kiedyś powodzeniem cieszyła się „poczta pantoflowa”, teraz jej rolę przejęły wirtualne komentarze klientów. Jak pokazują statystyki, znaczna większość internautów uznaje oceny innych użytkowników za wiarygodne źródło informacji o firmie.

Czym są branżowe katalogi firm?

Poza ogólnymi katalogami firm istnieją również katalogi branżowe. W takich miejscach prezentują swoje oferty firmy związane z konkretną branżą – np. budownictwo.pl, restauracja.pl, dobryblacharz.pl czy upominkuj.pl.



Źródło: Dobryblacharz.pl

Obecność w branżowych katalogach firmy to uzupełnienie działań z zakresu SEO i dodatkowe wsparcie w pozyskiwaniu nowych klientów zainteresowanych konkretną ofertą.

Wartościowe katalogi firmy, czyli jakie?

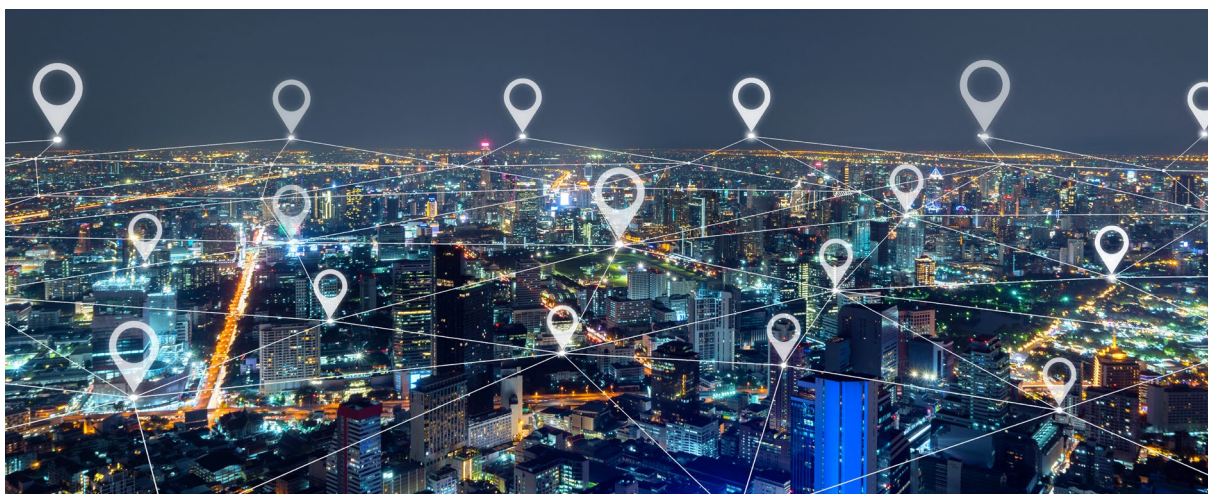
W Internecie znajdziesz całą masę wirtualnych katalogów. Jednak nie wszędzie warto umieszczać dane swojej firmy. **Tylko sprawdzone i godne zaufania adresy są dobrze odbierane przez algorytmy wyszukiwarek.**

Warto postawić na te katalogi, które oferują wiele możliwości i mają rozbudowaną bazę kontaktów (istnieją długo na rynku). Wówczas masz pewność, że obecność w danym katalogu wspiera Twoją widoczność w sieci.

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

Dlatego na pytanie: czy warto mieć wizytówkę w katalogach firm? Odpowiedź brzmi: TAK, ale tylko w tych wybranych.

Aby mieć pewność, że Twoja wizytówka będzie odpowiadała dzisiejszym standardom i znajdzie się w odpowiednim katalogu – skontaktuj się ze specjalistami, którzy od lat zajmują się marketingiem internetowym. Dzięki ich doświadczeniu nie popełnisz błędu, a Twoja obecność w wirtualnym świecie będzie procentować w rzeczywistości.



Jak poprawić pozycję swojej wizytówki?

Jeśli już masz wizytówkę, możesz wzmocnić jej widoczność. Wystarczy, że skorzystasz z wyróżnienia typu TOP Link, Link Premium lub Sponsor branży. Wtedy Twoja firma znajdzie się na szczycie ogólnopolskich lub wojewódzkich wyników wyszukiwania.

Jak to wygląda w praktyce? Na przykład: gdy oferujesz usługi transportowe, Twoja firma będzie wyświetlać się wysoko na takie hasła jak: „firma transportowa”, „transport”, „przewóz” itp.

Wysoka pozycja w wynikach wyszukiwania w katalogach firm znacznie zwiększa prawdopodobieństwo, że to właśnie z Twojej oferty skorzysta użytkownik.

Wyróżnienia pozwalają na lepszą widoczność w gąszczu podobnych ofert. To cenne szczególnie dziś, gdy coraz więcej firm skutecznie intensywną promocję w sieci.



3.2. Jakie zalety ma reklama banerowa?

Z reklamami banerowymi spotykamy się codziennie podczas przeglądania Internetu. Są wirtualnymi odpowiednikami tradycyjnych, ulicznych banerów. Mimo upływu czasu reklama banerowa online wciąż jest jednym z najpopularniejszych sposobów na pozyskiwanie klientów i promocję marki. Dowiedz się, dlaczego!

Czym są reklamy banerowe?

Reklama banerowa to grafika, która wyświetla się na stronie internetowej. Po kliknięciu przekierowuje użytkownika na stronę główną firmy lub oferty. Zaliczana jest do reklam typu Display, czyli reklam graficznych. Jej przeciwieństwem są reklamy tekstowe.

Banery mogą występować w wersji nieruchomej (jako obraz) lub ruchomej (jako animacja).

Celem reklamy banerowej jest przede wszystkim generowanie ruchu na stronie, promowanie pozytywnego wizerunku marki i wzmacnianie jej rozpoznawalności.

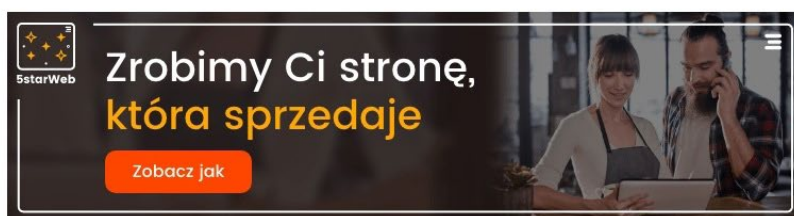
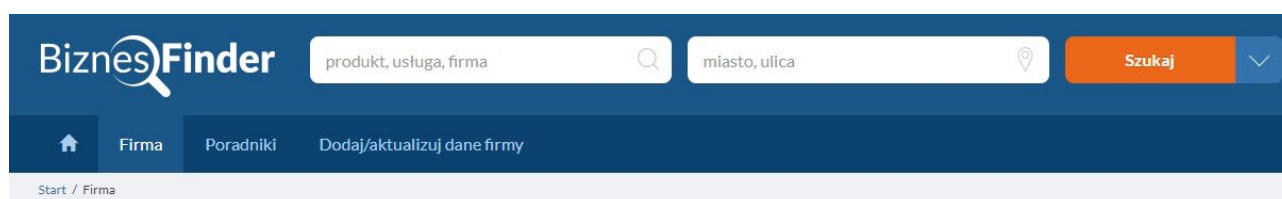
Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Dobrze przygotowana reklama banerowa:

- przyciąga uwagę,
- wzbudza zainteresowanie,
- zachęca do kontaktu.

Świetnie sprawdza się, gdy chcesz wypromować nowy produkt lub usługę albo rozpowszechnić akcję specjalną (np. sezonowa wyprzedaż).



Baner oferty [5starWeb](#).

Źródło: [BiznesFinder.pl](#)

Jak wykorzystać reklamę banerową?

Reklama banerowa przyciąga uwagę, intryguje. Dlatego jest skuteczna w pozyskiwaniu nowych klientów. Im częściej internauci będą widzieć logo Twojej firmy, tym lepiej je zapamiętają. Dzięki temu **wzbudzisz zaufanie i skrócisz dystans pomiędzy Twoją marką a potencjalnym klientem**. Okazuje się, że ponad 1/3 wszystkich wydatków reklamowych w Internecie przeznaczana jest na reklamy banerowe.

Warto wspomnieć o możliwościach, jakie daje wykorzystanie sieci Google Display Network. Sieć reklamowa Google została tak pomyślana, aby pomagać firmom w dotarciu do właściwych odbiorców. Na podstawie statystyk **banery internetowe można kierować do konkretnej grupy docelowej**. Zawężasz grono odbiorców, dzięki temu zwiększasz skuteczność.

Przykład: reklama części samochodowych nie wyświetla się przypadkowym użytkownikom, tylko tym, którzy wyszukują w sieci produktów związanych z motoryzacją.

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Jeśli chcesz wykorzystać możliwości tekstowych i graficznych banerów, wybierz nasze usługi Marketingu Internetowego. Banery linkowane są do wizytówki firmy. Zadbamy, by Twoja wizytówka, niczym bumerang, podążała za klientami.

Żeby kampania banerowa okazała się skuteczna, powinna zostać zaprojektowana przez specjalistów, którzy wiedzą, w jaki sposób zachęcić użytkowników do interakcji. Tylko wtedy masz gwarancję, że baner spełnia swoją funkcję i pracuje na Twoją korzyść.

A o jakich korzyściach mowa? Podsumujmy.

Reklama banerowa:

- intryguje i zachęca do kontaktu z Twoją firmą,
- przyciąga nowych klientów zainteresowanych Twoją ofertą,
- utrwala wizerunek Twojej marki w pamięci użytkowników,
- pozwala na atrakcyjne promowanie nowych produktów.



4. Jak zadbać o dobrą opinię w Internecie?

Jeśli prowadzisz swój biznes, na pewno chcesz pozyskiwać dobre opinie od zadowolonych klientów. Pamiętaj, że rekomendacje w Internecie są dla niezdecydowanych użytkowników wiarygodnym źródłem informacji o firmie. Konsumenci, zanim dokonają wyboru, sprawdzają opinie w sieci, zwłaszcza w Google, w popularnych katalogach firm czy Social Mediach. Dowiedz się, co zrobić, by zdobywać pozytywne oceny i komentarze.

4.1. Jak opinie wpływają na wizerunek?

Opinie klientów to jeden z czynników, który w znacznym stopniu wpływa na wizerunek marki. Dlaczego są one tak ważne? Otóż z badań wynika, że klienci częściej decydują się na zakup produktów lub skorzystanie z usług, jeśli znaleźli wcześniej pozytywne recenzje na ich temat. Aż **84% konsumentów przyznaje, że opinie w Internecie mają dla nich duże znaczenie przy podejmowaniu decyzji zakupowych**¹¹. Nie ma więc wątpliwości, że jako właściciel firmy powinieneś zadbać o to, by w sieci znalazły się dobre opinie na temat Twojego biznesu.

11. [Raport z badania przeprowadzonego przez PBS na zlecenie UOKiK](#)

84%
konsumentów
przyznaje, że opinie
w Internecie mają dla
nich duże znaczenie przy
podejmowaniu decyzji
zakupowych

Klient jest zazwyczaj przekonany, że skoro wszyscy inni są zadowoleni z produktu lub usługi, to zapewne on też będzie. Jeśli wszyscy coś polecają, to przecież znaczy, że musi być to dobre. Mówi o tym wykorzystywana w marketingu zasada social proof, czyli społecznego dowodu słuszności. Klient sugeruje się opiniami większości i na ich podstawie podejmuje decyzje zakupowe.

Można więc śmiało stwierdzić, że **recenzje online są dla potencjalnych klientów jednym z najbardziej**

rzetelnych źródeł wiedzy o danej ofercie. Ludzie potrafią im zaufać tak, jak ufają rekomendacjom od rodziny czy przyjaciół, oraz dużo bardziej niż np. specjalnie przygotowanym tekstom sprzedażowym na stronie internetowej firmy.

Rekomendacje klientów są więc wyjątkowo istotne, gdyż:

- budują zaufanie do marki i wpływają na wzrost sprzedaży,
- dzięki pozytywnym opiniom firma staje się bardziej rozpoznawalna, zyskuje lepszy wizerunek, jest wiarygodna w oczach odbiorców i postrzegana jako ekspert w danej branży,
- im więcej pozytywnych opinii ma dana firma, tym większe prawdopodobieństwo, że nowi klienci skorzystają z jej usług lub kupią jej produkty.

Zastanów się, której marce bardziej zaufasz – takiej, która ma przychylne opinie w Internecie, czy takiej, o której nikt jeszcze nic nie napisał lub ocenił ją wyłącznie w negatywny sposób?

4.2. Jak zdobywać opinie i rekomendacje?

Wiesz już, dlaczego opinie klientów w Internecie są tak ważne. Wykorzystaj więc do promocji własnego biznesu marketing rekomendacji, którego celem jest pozyskanie pozytywnych opinii od swoich konsumentów. Zastanawiasz się, w jaki sposób zdobywać od nich takie opinie? Otóż możesz to zrobić za pomocą kilku niezbędnych narzędzi, o których przeczytasz w dalszej części tego materiału.

Google Moja Firma

Dlaczego warto zdecydować się na założenie wizytówki w Google Moja Firma? Otóż daje ona możliwość budowania grona zaufanych klientów, którzy skorzystali już z oferty i mogą wystawiać oceny w postaci gwiazdek (od 1 do 5) i dodawać opinie w formie komentarzy. Gdy będziesz mieć zweryfikowaną wizytówkę, Twoi klienci

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

będą zostawiać Ci recenzje, które będą widoczne dla każdego. Twoim zadaniem zaś powinno być odpowiadanie na owe recenzje. W ten sposób wejdiesz w interakcję z klientami, zbudujesz z nimi więź oraz pokażesz swój profesjonalizm i to, że nie boisz się krytyki i zależy Ci na zadowoleniu swoich klientów.

Co ważne, **opinie użytkowników wpływają na lokalną widoczność firmy w Google**. Treści recenzji są pozycjonowane w wynikach wyszukiwania. Dzięki temu, jeśli w komentarzu padnie np. nazwa produktu, który sprzedajesz, Google weźmie to pod uwagę i użytkownikom, którzy szukają tej właśnie frazy, wyświetli się w wynikach wyszukiwania Twoja firma. Czynnikiem rankingowym jest także liczba pozytywnych recenzji oraz ich długość.

Opinie w Google Moja Firma cieszą się dużym zaufaniem internautów, gdyż właściciel wizytówki nie może ich moderować ani wyłączyć. Tworząc wizytówkę, warto mieć więc świadomość, jak bardzo opinie w Internecie potrafią zmienić postrzeganie firmy przez otoczenie. Należy więc dbać o swojego klienta i umiejętnie zabiegać o pozytywne oceny.

Nazwa firmy

5,0 ★★★★★ 45 opinii



Nick klienta

Lokalny przewodnik · 16 opinii · 75 zdjęć

★★★★★ 4 miesiące temu

Bardzo miła i profesjonalna obsługa. Auto naprawę było potrzebne "na wczoraj" i tak też zostało naprawione. Bardzo dziękuję za pomoc.

👍 Podoba mi się

Odpowiedź właściciela 4 miesiące temu

Dziękujemy za opinie Panu. Pozdrawiamy serdecznie i zapraszamy .



Nick klienta

Lokalny przewodnik · 19 opinii · 5 zdjęć

★★★★★ 4 tygodnie temu

Dziekuje za pomoc w tak krotkim czasie . Bardzo polecam

Przykład opinii klientów w [Google Moja Firma](#)

Wizytówki w katalogach firm

Opinie i rekomendacje od klientów możesz zdobywać także dzięki wirtualnej wizytówce swojej firmy.

Twoja firma może mieć swoją wizytówkę w popularnych katalogach firm, takich jak [panoramafirm.pl](#), [biznesfinder.pl](#) czy [pkt.pl](#). Specjaliści przygotowują ją tak, aby była atrakcyjna dla odbiorców, a oferta była opisana zgodnie ze standardami

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

SEO. Wizytówka NAP pozytywnie wpłynie na widoczność Twojej firmy w Internecie i zapewni jej wyższą pozycję w wyszukiwarce. W ten sposób zyskasz szansę na zdobycie nowych klientów oraz pozyskiwanie od nich opinii.

Pamiętaj, że **rekomendacje w znanych serwisach sprawiają, że firma jest lepiej postrzegana przez potencjalnych klientów i wzbudza ich zaufanie**. Opinie te są skutecznym sposobem na budowanie pozytywnego wizerunku i zachęcają do skorzystania z oferty.

PanoramaFirm pf

Produkt/firma/usługa... | Lokalizacja

Galeria | Kontakt | Informacje | **Opinie i oceny** | Słowa kluczowe

Opinie Napisz opinię

★★★★★ 9

5.0 (9 opinii) napisz opinię

E ★★★★★ 2021-05-25 Zgłoś naruszenie
Potrafią wykonać nawet skomplikowaną fryzurę. Polecam stuprocentowo.

K ★★★★★ 2021-03-03 Zgłoś naruszenie
Miła atmosfera, niewysokie ceny. Do tego panie naprawdę szybko się uwijają z obcinaniem.

R ★★★★★ 2021-01-09 Zgłoś naruszenie
W innych salonach fryzjerskich był problem, bo syn bardzo nie lubi być obcinany. Tutaj jednak atmosfera i podejście są wyjątkowe i obyło się bez jakichkolwiek problemów.

Przykład opinii klientów w serwisie [Panorama Firm](#)

Certyfikat Profesjonalisty

Jak jeszcze można zbudować wiarygodność swojej firmy i pozyskać pozytywne opinie na jej temat? Z pomocą przychodzi firmowa wizytówka ze specjalnym Certyfikatem Profesjonalisty. Firma wyróżniona certyfikatem podkreśla swoje duże doświadczenie. Klienci dzięki temu uważają ją za eksperta w danej dziedzinie.

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

Chcesz pokazać klientom, że jesteś liderem na lokalnym rynku? Zadbaj o to, by Twoja firma znalazła się w serwisie [aleRanking.pl](https://aleranking.pl) i była oznaczona właśnie Certyfikatem Profesjonalisty. Taka rekomendacja sprawi, że będziesz o krok przed konkurencją i łatwiej przekonasz do siebie nowych klientów. Otrzymasz nie tylko atrakcyjną i w pełni uzupełnioną wizytówkę, która jest skuteczną reklamą Twojej działalności w Internecie, ale będziesz też wyświetlać się na najwyższych pozycjach jako ekspert w swojej branży. Dla klientów będzie to znak, że warto skorzystać z Twoich usług.



Certyfikat Profesjonalisty w serwisie [aleRanking.pl](https://aleranking.pl)



Social Media

Kolejnym miejscem, w którym warto kreować wizerunek swojej firmy i pozyskiwać rekomendacje, są media społecznościowe. Nic dziwnego, że coraz więcej marek wykorzystuje Social Media do promocji swoich produktów czy usług. Za ich pośrednictwem mogą bowiem docierać do coraz szerszego grona odbiorców i zdobywać ich zaufanie.

Serwisy społecznościowe to dla klientów idealna przestrzeń do dzielenia się opiniami. Jeśli chcesz więc zdobywać nowe rekomendacje i oceny, zadbaj o obecność na Facebooku. Twoja firma nie musi mieć nawet swojego konta. Wystarczy, że skorzystasz z usług Marketingu Internetowego i w ten sposób zadbasz o swoją obecność w mediach społecznościowych. W ramach usługi możesz promować firmę na fanpage'u z inspiracjami [PomysłyNa](#), na którym publikujemy posty wraz z linkiem do artykułów. Dzięki temu trafisz do szerszego grona osób zainteresowanych praktycznymi poradami.

Warto zaznaczyć, że zadowoleni klienci często też promują produkty i usługi firm na swoich profilach, polecają znajomym lub wspominają o nich na tematycznych grupach dyskusyjnych. W ten sposób pomagają przedsiębiorstwom budować ich rozpoznawalność, wiarygodność i silną pozycję na rynku.

Dzięki obecności w Social Media możesz łatwiej zdobyć zaufanie klientów i prowadzić z nimi komunikację. Publikując regularnie treści, zbudujesz zaangażowaną społeczność, z którą nawiążesz trwałą relację. Poza tym będziesz docierać też do nowych osób, które widząc rekomendacje innych użytkowników, szybciej przekonają się do Twojej oferty.



5. Jak zbudować pozycję eksperta w Google i docierać do klientów?

Czy wiesz, że odbiorca w czasie krótszym niż 5 sekund może ocenić atrakcyjność publikowanych przez Twoją firmę treści?¹². Mówi nam to wiele o roli wszelkich publikacji w sieci. Content Marketing jest sposobem na zwiększenie widoczności biznesu w sieci.

Merytoryczne i interesujące artykuły oraz grafiki czy filmy wideo na portalach społecznościowych, które opisują Twoją działalność, mogą z czasem sprawić, że zyskasz status eksperta w danej branży oraz przekonasz do siebie nowych klientów i wyszukiwarkę Google. Tak skoordynowane działania stworzą silną i stabilną markę Twojej firmy w Internecie.

Content Marketing (marketing treści)

- wszelkie działania oparte na regularnym tworzeniu i dystrybucji atrakcyjnych oraz wartościowych tekstów. Celem strategii jest pozyskanie i utrzymanie zdefiniowanej grupy odbiorców, która będzie skłonna podejmować działania przynoszące firmie zysk.

12. [Databox: Benchmarking Average Session Duration](#)

5.1. Jak działać słowem – artykuły poradnikowe z Twojej branży

75,4% internautów najczęściej wykorzystuje sieć do wyszukiwania informacji na temat towarów i usług¹³. Nie bez powodu więc treści na stronach WWW stały się najważniejszym kanałem komunikacyjnym firm z ich odbiorcami. Obecnie jednak już nie tylko przyjazna użytkownikom i wartościowa dla wyszukiwarki witryna jest źródłem wiedzy o marce oraz jej usługach. Wspomniane zadania realizują również artykuły contentowe publikowane na zewnętrznych portalach. Treści angażujące potencjalnych klientów firmy wzmacniają Twój wizerunek.

75,4%
internautów najczęściej wykorzystuje sieć do wyszukiwania informacji na temat towarów i usług

Twój obraz w Internecie, czyli artykuły wizerunkowe

Chcesz zaprezentować się szerokiemu gronu odbiorców? Zaczynaj pojawiać się w różnych miejscach sieci. Świetnym rozwiązaniem są artykuły wizerunkowe, których celem jest dotarcie do jak największej grupy potencjalnych klientów. Z tej popularnej formy reklamy korzystają zarówno większe, jak i małe oraz średnie przedsiębiorstwa. Wartościowe i napisane w sposób merytoryczny materiały przynoszą wiele korzyści.

Celem unikalnych i wysokiej jakości treści wizerunkowych jest uświadomienie potencjalnym klientom ich potrzeb oraz wskazanie gotowego rozwiązania w postaci prezentacji Twojej firmy. Wpisy eksponują atuty, przewagę nad konkurencją, wyjątkowość, a nawet konkretną cechę lub funkcjonalność. **Za pomocą artykułów możesz kształtować spójny wizerunek przedsiębiorstwa i budować dobrą reputację.** Opisują one bowiem działalność marki w oparciu o wartości, którymi kieruje się w codziennej działalności. Jakość obsługi, doświadczenie oraz kwalifikacje zatrudnianych pracowników to cechy, na których skupia się ta forma komunikacji.

13. [Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 r.](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

The screenshot shows the PanoramaFirm website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'PanoramaFirm pf' and links for 'Reklamuj się u nas', 'Dodaj firmę', and 'Zaloguj się'. Below this is a search bar with the text 'Produkt/firma/usługa...' and 'Lokalizacja'. The main menu includes categories like 'BIURO', 'BUDOWNICTWO', 'DOM I OGRÓD', 'DZIECI', and 'FINANSE I UBEZPIECZENIA'. The featured article is titled 'Sposób na za ciasne obuwie skórzane w zakładzie szewskim Mieczysława Pulwickiego' with a date of '2021-04-29'. The article includes a photo of a hand holding a brown leather shoe. To the right, there are three smaller article teasers: 'Sukienki na wiosnę 2021 – jakie fasony będą w modzie?', 'Sprzedaż odzieży używanej – co oferuje hurtownia Agoramix?', and 'Grodziska Spółdzielnia Malwa-'. The article text discusses shoe fitting issues and mentions the 'zakład szewski Miroslawa Pulwickiego'.

Przykładowa realizacja: [artykuł wizerunkowy w panoramafirm.pl](https://artykul.wizerunkowy.w.panoramafirm.pl)

Według badań, **aż 84% użytkowników oczekuje publikowania przez marki treści, które bawią, dostarczają rozwiązań oraz tworzą wydarzenia i doświadczenia**¹⁴. Prezentowanie firmy za pośrednictwem artykułów wizerunkowych jest więc odpowiedzią na potrzeby odbiorców.

Przedstawianie ciekawostek, informacji oraz momentów, które miały wpływ na rozwój przedsiębiorstwa zbliża klientów do biznesu i zwiększa ich zaufanie. Szczególną rolę w tym aspekcie odgrywają branżowe porady, które wskazują na wysokie kompetencje. Jest to również dobra platforma do przekazania idei, którymi kieruje się Twoja firma. **Pamiętaj, że znajomość marki ma swoje odzwierciedlenie w decyzjach zakupowych konsumentów.**

Promocja marki i oferty, czyli artykuły tematyczne

Celem Content Marketingu jest nie tylko dotarcie do grona internautów, którzy najczęściej wykorzystują sieć do śledzenia informacji na temat towarów czy usług, ale i użytkowników, którzy poszukują porad oraz wskazówek. Narzędziem są zaś

14. [Digital 22: The state of inbound marketing](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców



artykuły tematyczne dotyczące marki, które pozwalają dotrzeć i zakorzenić się w świadomości potencjalnych klientów oraz rozwiązać ich problemy. Później, gdy będą oni wybierać konkretne produkty, to pomyślą o Twojej firmie. Tworząc ciekawe i rzetelne treści, **budujemy również pozytywny wizerunek marki wśród odbiorców.**

Skuteczne teksty tematyczne odnoszą się przede wszystkim do aktualnych oraz atrakcyjnych tematów i zawierają informacje, które interesują odpowiednią grupę docelową. Są powiązane ze specyfiką Twojej działalności, koncentrują się na określonym zagadnieniu i odpowiadają na potrzeby odbiorców. Oznacza to, że obok merytorycznych danych pojawiają się w naturalnym kontekście wzmianki o marce. Poprzez materiały dzielisz się wiedzą i budujesz w ten sposób wizerunek firmy jako specjalisty.

Publikacja artykułów odbywa się w konkretnych serwisach i odpowiednich kategoriach. Dzięki temu treści docierają do osób, które są już wstępnie zainteresowane daną tematyką. Wspomniane działania przyniosą wiele korzyści pod względem targetowania. **Linki prowadzące z portali do firmowej strony są oceniane przez Google jako wartościowe, co prowadzi do wzrostu autorytetu Twojej witryny w wyszukiwarce.** Jeżeli content będzie odpowiadał na pytania zadawane przez użytkowników, to uzyska wyższe pozycjonowanie i zwiększy ruch na platformie.

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

BiznesFinder produkt, usługa, firma miasto, ulica Szukaj

[Firma](#) [Poradniki](#) [Dodaj/aktualizuj dane firmy](#)

Start / Poradniki / Moda i styl / Jakie naprawy butów i galanterii skórzanej możemy wykonać?

Materiał Partnera



Jakie naprawy butów i galanterii skórzanej możemy wykonać?

Moda i styl

Sklepy obuwnicze oferują produkty wykonane z różnych materiałów. Znajdziemy tu tworzywa sztuczne, tkaniny czy też skórę ekologiczną. Najlepszym rozwiązaniem, które zapewni wygodę noszenia i chodzenia, jest obuwie ze skóry naturalnej. Decydując się jednak na jego zakup, musimy liczyć się z dużymi kosztami. Warto zatem wiedzieć, jakiego rodzaju napraw dokonuje zakład szewski.

Naprawa butów skórzanych

Dobry szewc podejmie się regeneracji butów, które są w stanie beznadziejnym. Lepiej jednak nie doprowadzić do takiej sytuacji i należy dbać o stan naszego obuwia skózanego. Jest to wdziczny materiał, ale wymagający – potrzebuje stosowania odpowiednich preparatów oraz metod w pielęgnacji. Jeśli jednak nasze skórzane buty ulegną zniszczeniu, na przykład w wyniku uszkodzenia mechanicznego lub ulegną poważnemu zabrudzeniu, powinniśmy udać się do zakładu szewskiego.

Skóra zapewnia naszym stopom nieporównywalny komfort, ale nie jest łatwa w obróbce. Konieczne jest tu użycie odpowiednich środków oraz profesjonalnych narzędzi szewskich. Do najczęściej przeprowadzanych napraw obuwia należą:

- wymiana fleków, zelówek, obcasów czy stulek;
- rozciąganie obuwia – stosowane w przypadku pantofli, kozaków i cholewek butów;
- pęknięcia na spodach i skóry przy podeszwach;
- wymiana klamerek;
- poszerzanie, zwężanie, skracanie, przedłużanie cholewek.

Do zakładu takiego jak Mieczysław Pulwicz Pracownia Obuwia możemy udać się również, gdy konieczne jest czyszczenie lub

Przykładowa realizacja: [artykuł tematyczny w biznesfinder.pl](#)

Wpisy o charakterze tematycznym publikowane na zewnętrznych serwisach to również efektywny sposób zwiększenia rozpoznawalności marki w Internecie. Odbiorcy mogą w ten sposób pozyskać nie tylko informacje o samej firmie, ale także o świadczonych przez nią usługach i produktach. Treść zachęca użytkowników do odwiedzenia Twojej strony i skorzystania z proponowanej oferty. Dodatkowo w artykułach pojawiają się linki przekierowujące do biznesowego serwisu. Są one nowym źródłem ruchu oraz wartościowym czynnikiem pod pozycjonowanie.

Kategorie:

- Artykuły papiernicze
- Artykuły spożywcze i trafika
- Biuro i firma
- Budowa i remont
- Dom i ogród
- Dziecko
- Elektronika
- Finanse i ubezpieczenia
- Gastronomia
- Informatyka i telekomunikacja
- Instytucje publiczne i pozarządowe
- Kultura i rozrywka
- **Moda i styl**
- Motoryzacja
- Nauka i edukacja
- Nieruchomości
- Przemysł
- Rolnictwo i leśnictwo
- Sklepy
- Sport i rekreacja
- Transport i logistyka
- **Turystyka**
- Uroda i odnowa biologiczna
- Usługi specjalistyczne
- Weterynaria i zwierzęta
- Zdrowie i opieka

Przeczytaj także



Dlaczego warto nosić buty ze skóry?



Czy buty ze skóry czasem się rozciągają?

Bądź specjalistą w danej dziedzinie, czyli artykuły eksperckie

Przejrzysta forma, odpowiednio dobrane słowa kluczowe i wszelkie graficzne wyróżniki stanowią podstawę każdego dobrego tekstu sprzedażowego. Na ich tle wyróżniają się artykuły eksperckie, które oprócz sposobu przekazu koncentrują się na fachowej i merytorycznej zawartości. Stanowią fundament działań Content Marketingu. Są rewelacyjną promocją dla Twojej firmy, która występuje w roli fachowca i znawcy określonej tematyki. Treści mogą dotyczyć zjawisk zachodzących w branży, oferowanych usług czy produktów oraz historycznych procesów i perspektyw.

64% managerów uważa artykuły eksperckie za najskuteczniejsze narzędzie do budowania pozycji eksperta w branży

Najważniejszą korzyścią wynikającą z tej formy marketingu treści jest kreowanie marki na specjalistę w danej dziedzinie. To ważny element każdej kampanii sprzedażowej. Fakt ten potwierdzają statystyki – **dla 64% managerów taka forma komunikacji to najskuteczniejsze narzędzie budujące pozycję eksperta w branży.** Merytoryczne i wyczerpujące tematykę teksty przekazują wiedzę oraz informacje, które mają wpłynąć na czytelnika w określony sposób. Artykuły eksperckie wyjaśniają ważne kwestie i rozwiewają wątpliwości. Utrwalają wizerunek Twojej marki jako autorytetu w świadomości odbiorców.

Unikalne treści budują zaufanie do marki, jej relację z klientami oraz wpływają na pozyskiwanie nowych odbiorców. Eksperckie wpisy nie są jednak cenione wyłącznie przez użytkowników sieci. Stworzone zgodnie z zasadami SEO są również widoczne dla robotów Google. Wyszukiwarka pozytywnie ocenia wysokiej jakości teksty oraz wartościowe linki. Dzięki publikacji artykułów na zewnętrznych serwisach firmowa strona WWW uzyska wyższą pozycję w wynikach wyszukiwania, a Twój biznes dotrze do większej liczby potencjalnych klientów na lokalnym rynku.

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Produkty Usługi Artykuły Dodaj firmę Zaloguj


pkt>pl Produkt, usługa, miasto, ulica

Start » Artykuły » Turystyka i podróże » Co zrobić, aby pobyt w hotelu był udany?

Kategoria: Turystyka i podróże ☰ pokaż wszystkie

Materiał Partnera

Co zrobić, aby pobyt w hotelu był udany?



Niezależnie od celu naszego przyjazdu, pobyt w hotelu powinien być przyjemnością. Zależy to jednak nie tylko od samej obsługi obiektu, ale również nas samych. Nie ma znaczenia, do ilu gwiazdkowego miejsca noclegowego się wybieramy, w każdym obowiązują nas podobne zasady zachowania. Aby uniknąć nieoczekiwanych sytuacji, warto już przy dokonywaniu rezerwacji zwrócić uwagę na kilka podstawowych kwestii. O tym i pozostałych wytycznych piszemy w poniższym artykule.

Rezerwacja terminu i przyjazd

Wybierając miejsce noclegowe, należy dokładnie zapoznać się z ofertą konkretnego obiektu. Pod uwagę należy wziąć nie tylko cenę, ale również standard – z czym też będzie wiązać się wyposażenie pokoi – lokalizację, zaplecze gastronomiczne, możliwość zabrania ze sobą zwierzęcia, udogodnienia dla rodzin z dziećmi. Te ostatnie są niezwykle istotne, jeśli podróżujemy z niemowlętami lub nieco starszymi podopiecznym. W takim przypadku dobrze, gdy na terenie hotelu znajduje się na przykład sala bądź plac zabaw, a w pokoju na przykład łóżeczko, przewijak lub dostawka. Niektóre z miejsc oferują specjalne **pakiety rodzinne**, dzięki którym możemy sporo zaoszczędzić na przykład na pobycie w strefie SPA, restauracyjnym menu czy też korzystaniu z innych atrakcji. Często tego rodzaju oferty są także kierowane do par bądź pań w ramach damskiego wyjazdu.

Zapoznajmy się także z regulaminem, zwłaszcza pod kątem ewentualnego anulowania rezerwacji czy też przedłużenia pobytu. Wiedza na ten temat z pewnością pozwoli zaoszczędzić wiele nerwów. W zasadach hotele szczegółowo opisują, z jakich konkretnie pakietów można zrezygnować i w jakim terminie, aby nie ponosić dodatkowych kosztów. W dobie cyfryzacji, a w tym także możliwości załatwiania wszystkich formalności online, **odwołanie swojego przyjazdu nie powinno sprawić wiele trudności**. Będzie z pewnością bardziej opłacalne, aniżeli niestawienie się na miejscu, co wiąże się z pobraniem opłaty przez hotel. Dokonując rezerwacji, warto także poinformować obsługę o godzinie swojego przyjazdu, jeśli będzie ona wcześniejsza aniżeli rozpoczynająca dzień hotelowy. Pamiętaj, że na każde opóźnienie należy się mu liczyć, a my musimy być na miejscu zgodnie z zapisami.

Przykładowa realizacja: [artykuł ekspercki w pkt.pl](#)

Już ponad 80% polskich firm wykorzystuje marketing treści do promocji wizerunku w sieci. Dołącz do tej grupy i zbuduj obraz swojej marki w Internecie. Artykuły eksperckie, tematyczne i wizerunkowe sprawią, że zyskasz opinię rzetelnego wykonawcy oraz specjalisty w swojej dziedzinie. Wsparcie dla tak uzyskanego wizerunku otrzymasz poprzez dobrane do Twojego biznesu miejsca publikacji treści.

Warto przeczytać



Jak spędzić urlop w Gdańsku?

Gdańsk należy do miast chętnie odwiedzanych przez turystów. Oferuje liczne i różnorodne atrakcje zarówno dla par...



Jakie rodzaje pokoi oferuje dla gości Hotel Amber?

Podróż służbowa lub w celach wypoczynkowych wymaga wcześniejszej rezerwacji noclegu. Wybrany pokój powinien odpowiadać...



Dlaczego warto wybierać hotel ze strefą SPA?

Coraz więcej nowoczesnych hoteli decyduje się nie tylko na ofertę pokoi i wyżywienia dla swoich gości, ale również daje...



Dla kogo przeznaczone są specjalne pakiety przygotowane przez dobre hotele?

W renomowanych hotelach poszczególne pokoje oraz atrakcje dopasowywane są do konkretnych oczekiwań gości. Z tego...



Rodzinny pobyt nad morzem – dlaczego warto wybrać nowoczesny hotel?

Poszukiwanie miejsc noclegowych nad morzem może być prawdziwym problemem. Szczególnie, gdy dotyczy to rodzinnego wypadu...



Jakie wydarzenia organizować można w salach konferencyjnych dobrych hoteli?

Nowoczesne hotele to obecnie już nie tylko pokoje dla gości, ale także dostęp do przestronnych sal konferencyjnych....

Wyszukaj firmy z branży

▼ Hotele

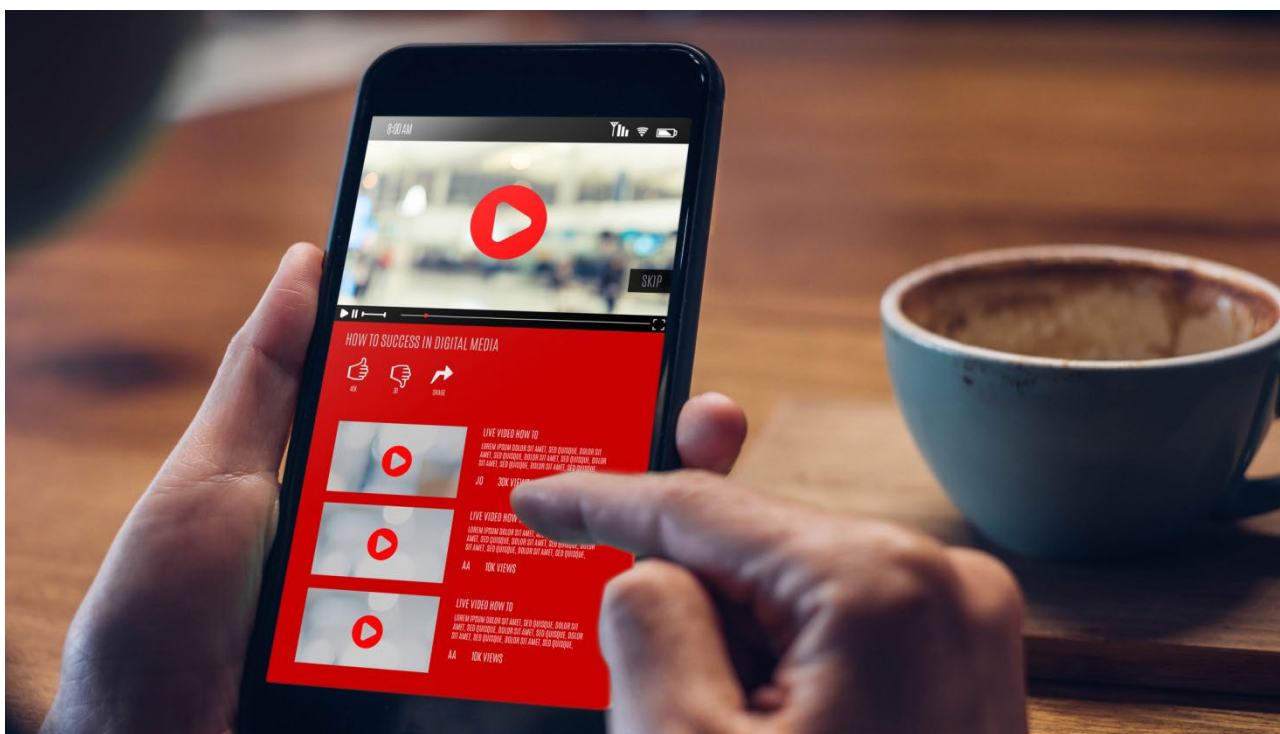
Poradniki



Turystyka i podróże

Content Marketing na lokalnym rynku to:

- lepsza widoczność Twojej strony WWW w wyszukiwarce Google,
- większy ruch na firmowym portalu i zakres dotarcia do nowych klientów,
- wsparcie działań z zakresu SEO,
- podniesienie poziomu zaufania konsumentów i świadomości marki,
- budowanie wizerunku eksperta w danej branży.



5.2. Jak działać obrazem – pokazy zdjęć na YouTube

Wiesz już, że marketing treści należy do kluczowych elementów strategii komunikacyjnych współczesnych firm. Warto więc poznać również potencjał video contentu. Z roku na rok reklama w formie graficznej lub video zyskuje bowiem na popularności. Staje się jednym z najważniejszych narzędzi służących dotarciu do klienta. Niech przemówią statystyki:

- 86% firm wykorzystuje video jako narzędzie marketingowe,
- **93% marketerów, którzy używają video, twierdzi, że jest to ważna część ich strategii komunikacyjnej w sieci,**
- 41% – o tyle od 2016 roku wzrosła liczba marek, które traktują video jako formę kontaktu z odbiorcami¹⁵.

15. [Wyзов: Video Marketing Statistics 2021](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

Skąd taka popularność Video Marketingu? Przede wszystkim wynika to z nadmiaru informacji i bodźców występujących obecnie w Internecie. Z tego powodu uwaga użytkowników skupia się na pojedynczym komunikacie nie dłużej niż kilkanaście sekund. To czas, w którym masz szansę dotrzeć do potencjalnego klienta! Dlatego też warto sięgnąć po formy video.



Pokaż, powiedz, zaprezentuj się, czyli zalety video contentu

Kampanie oparte na marketingu video mogą realizować różne cele – zaczynając od działań stricte promocyjnych, poprzez wartość edukacyjną i informacyjną aż po efekty viralowe. Wszystko to można przekazać w dowolnej formie oraz postaci: animacji, webinarów, materiałów filmowych czy pokazów zdjęć skupionych w jednym płynnym przekazie. **Najlepszą platformą i najchętniej używaną przez marketerów dla tej formy contentu stał się YouTube.**

Chcesz wykorzystać możliwości promocji, jakie daje YouTube? Nie musisz zakładać swojego konta. Wykorzystaj moc znanych kanałów z dużą liczbą subskrybentów, np. [PKTplVideo](#) lub [PFVideo](#). Przygotowaniem i publikacją filmów na tych kanałach zajmują się specjaliści Marketingu Internetowego.

Platforma uważana za jedną z największych przestrzeni dla materiałów video ma już niemal tak duży zasięg, jak wyszukiwarka Google. Z YouTube korzysta ponad miliard internautów na całym świecie. Z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że w tej grupie znajdują się również klienci Twojej firmy. Co możesz zyskać dzięki inwestycji w interaktywne treści video? Oto najważniejsze korzyści:

I. Pozytywny wpływ na decyzje zakupowe konsumentów

Choć zaskarwienie sobie uwagi internautów jest obecnie nie lada wyzwaniem, to Video Marketing znacząco to zadanie ułatwia. Wzrost zaangażowania użytkowników może z czasem sprawić, że staną się oni klientami Twojej oferty. Zastanawiasz się, jak wpłynąć na decyzje zakupowe odbiorcy poprzez video?

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców

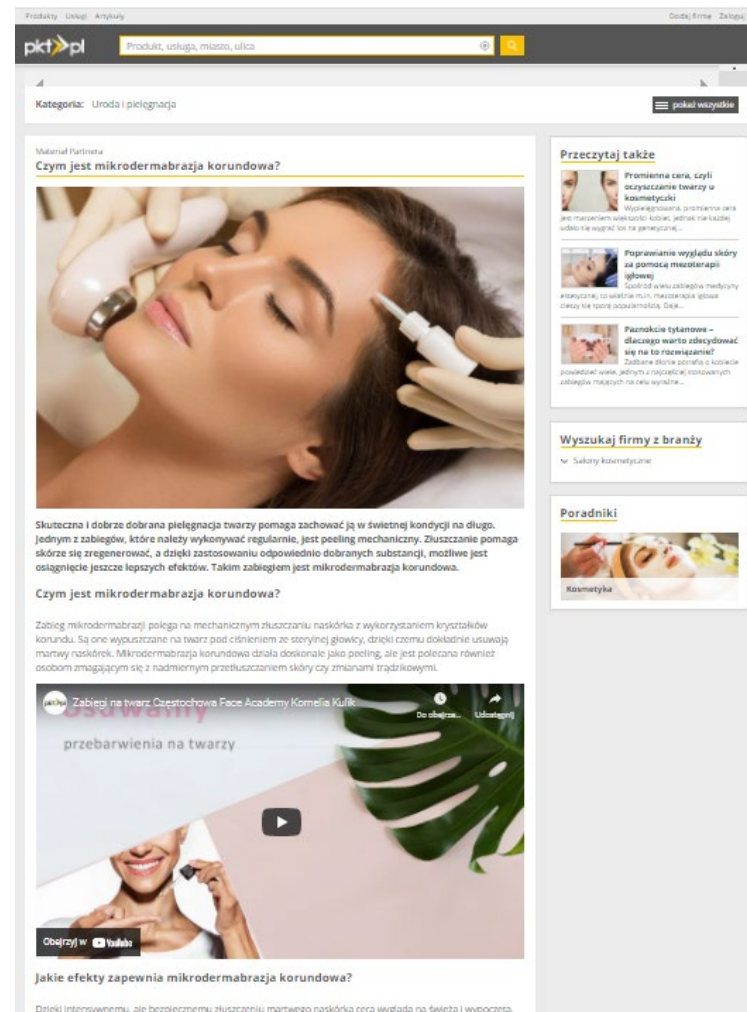
Satysfakcjonujący efekt możesz uzyskać dzięki filmom promocyjnym. Świetnym rozwiązaniem jest opublikowanie na YouTube pokazu zdjęć na temat firmy, który wraz z odpowiednim podkładem muzycznym prezentuje najważniejsze atuty Twoich produktów i usług. Pamiętaj, że jeden film na tej platformie ma większą efektywność sprzedażową niż 365 postów na Facebooku!

Przygotowanie pokazu warto zlecić firmom specjalizującym się w tego typu usługach. Gdy skorzystasz z usług Marketingu Internetowego, otrzymasz pokaz zdjęć Twojej firmy z podkładem muzycznym. Dzięki temu w atrakcyjny sposób zaprezentujesz atuty oferty i przyciągniesz uwagę obrazem oraz dźwiękiem. Nadal nie wierzysz w skuteczność video contentu? Niech więc przemówią kolejne statystyki – **aż 84% osób twierdzi, że do zakupu towaru przekonało się, oglądając film marki**¹⁶. Nie zmarnuj tego potencjału.

II. Zwiększona rozpoznawalność marki

Czy wiesz, w jaki sposób klienci chcieliby pozyskiwać informacje o Twoich produktach i usługach? Według statystyk najczęściej badanych, bo aż 69% stwierdziło, że najchętniej obejrzałoby krótki film. Dla porównania tylko 18% wolałoby przeczytać artykuł tematyczny czy post, aby dowiedzieć się więcej na temat oferty¹⁷.

Filmy promocyjne stanowią bardzo skuteczną formę reklamy. Umieszczone na YouTube zwiększają szansę na dotarcie firmowych treści do dużego grona odbiorców – odnośniki do video na tym portalu pojawiają się w wynikach wyszukiwania Google. Równie efektywną opcją jest promowanie oferty w formie interaktywnych materiałów w wartościowych serwisach dla wyszukiwarki. Jest to doskonale narzędzie do wspierania działań z zakresu SEO na lokalnym rynku.



The screenshot shows a website interface for 'pkt.pl' with a search bar and navigation menu. The main content area features an article titled 'Czym jest mikrodermabrazja korundowa?' with a video player. The video player shows a woman receiving a facial treatment. Below the video, there is text describing the procedure and its benefits. To the right of the video player, there are several sidebar widgets: 'Przeczytaj także' (Read also) with links to related articles, 'Wyszukaj firmy z branży' (Search for companies in the industry) with a dropdown menu, and 'Poradniki' (Guides) with a link to 'Kosmetyka' (Cosmetics).

Przykładowa realizacja: [video content na pkt.pl](#)

16. [Wyzowl: Video Marketing Statistics 2021](#)

17. [Tamże](#)

Obraz przekazuje więcej informacji, oddziałuje na emocje i odwołuje się do indywidualnych skojarzeń. Systematycznie publikowane atrakcyjne pokazy zdjęć z opisami przystosowanymi do wymogów Google stają się dla klientów źródłem informacji o Twojej firmie oraz produktach i usługach, które są dostępne w ich miejscowościach. Tym samym podnosisz świadomość marki oraz poziom zaufania konsumentów.

III. Pozyskiwanie klientów i wizerunek firmy jako eksperta w branży

84%
marketerów twierdzi,
że video pomogło im
w generowaniu
potencjalnych
klientów

Poprzez tworzenie wysokiej jakości treści na YouTube można bardzo szybko zbudować społeczność wokół swojej marki. Niewielkie materiały video, spójny format, autentyczność i wartościowa treść to elementy, które zwiększają lojalność klientów. W końcu platforma stanowi drugą po Google wyszukiwarkę i jest wykorzystywana jako kanał do kontaktu z internautami. Bądź tam, gdzie Twoi odbiorcy poszukują informacji!

Postaw na filmy wizerunkowe, które pokażą użytkownikom sieci Twoją firmę. W ten sposób zbudujesz do niej zaufanie na lokalnym rynku. Pokażesz wartości i priorytety, jakimi się kierujesz oraz genezę marki, jej najważniejsze filary czy siedzibę. Ta forma contentu jest doskonałym narzędziem promocyjnym – **84% marketerów twierdzi, że video pomogło im w generowaniu potencjalnych klientów**¹⁸. Ty też skorzystaj z tej szansy i zbuduj kampanie w sieci wraz z usługą Marketingu Internetowego.

Pamiętaj, że atrakcyjne połączenie obrazu i słowa może również edukować odbiorcę. Merytoryczne interaktywne treści na YouTube i w wartościowych dla Google serwisach zaprezentują firmę jako specjalistę w danej dziedzinie. Internauta zyskując wiedzę i rozwiązanie problemów, jednocześnie zdobywa zaufanie do marki. Wizerunek eksperta na lokalnym rynku umocni się dzięki unikalnym artykułom wizerunkowym oraz materiałom tematycznym, w którym podkreślona zostanie atrakcyjność rynkowa Twojej oferty.

18. [Wyzowl: Video Marketing Statistics 2021](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku? Przewodnik dla przedsiębiorców



YouTube PL Szukaj

NEFRETETE day spa

Salon spa Nefretete

to spokojne i relaksujące miejsce w Radomiu, w którym na nowo odnajdziesz swoje piękno.

0:11 / 1:19

Pakiety spa masaż zabiegi kosmetyczne Radom Nefretete Day Spa

200 398 wyświetleń • 29 paź 2018

112 57 UDOSTĘPNIJ ZAPISZ ...

PKTpiVideo 6,48 tys. subskrybentów

SUBSKRYBUJ

Przykładowa realizacja: [YouTube PKTpiVideo](#)

Jak widzisz video content to skuteczne narzędzie marketingu internetowego. Według statystyk **aż 85% ludzi chciałoby zobaczyć więcej filmów od marek w 2021 roku**¹⁹. Skorzystaj z tej szansy! Pokazy slajdów i interaktywne treści to sposób na zainteresowanie internautów, zdobycie zaufania klientów, wzmocnienie nowoczesnego wizerunku firmy, prezentacja Twojego biznesu i wsparcie działań z zakresu SEO na lokalnym rynku.

19. [Wyzowl: Video Marketing Statistics 2021](#)



6. Jak angażować i budować relacje z klientami?

Jeśli prowadzisz własny biznes, z pewnością zależy Ci na zdobywaniu nowych klientów. Jednak jeszcze ważniejsze jest zyskanie stałych, lojalnych odbiorców Twojej oferty. Nie jest to możliwe bez wytworzenia między firmą a konsumentami długotrwałych relacji, opartych na wzajemnym zaufaniu i cały czas podtrzymywanych poprzez kontakt w Social Mediach.

6.1. Promocja w mediach społecznościowych

Mimo że podstawowym celem mediów społecznościowych nadal jest rozrywka, portale typu Facebook czy Instagram coraz częściej wykorzystywane są do promocji firm.

Prowadzenie komunikacji w Social Mediach może przynieść Twojej firmie korzyści na wielu płaszczyznach, nie tylko tej finansowej. Dzięki komunikacji w sieci możesz dotrzeć do nowych klientów, pozyskać kontakty biznesowe czy zwiększyć sprzedaż.

To właśnie Internet często jest pierwszym punktem styku z marką – na portalach społecznościowych klienci szukają informacji o firmie, opinii na temat jakości jej usług i rozwiązania ewentualnych problemów.

Czy wiesz, że według raportu Digital 2021: Poland w styczniu 2021 roku z Internetu w Polsce korzystało 31,97 mln osób, a z mediów społecznościowych – 25,9 mln? To zdecydowanie więcej, niż połowa (68,5%) populacji naszego kraju (37,82 mln)!

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Statystyczny Polak w wieku 16–64 lata spędza w Internecie 6 godzin i 44 minuty na dobę, w tym 2 godziny w mediach społecznościowych. Wśród użytkowników Social Mediów prym wiedzie YouTube – korzysta z niego 92,8% użytkowników. Za nim plasuje się Facebook (89,2%) oraz Instagram (60,6%).²⁰

Jako największe zalety marketingu w mediach społecznościowych wymienia się między innymi:

- bezpośredni kontakt z odbiorcą,
- duży zasięg informacji,
- możliwość pozyskania nowych klientów,
- duża grupa potencjalnych odbiorców publikowanych treści,
- szybkość rozprzestrzeniania się informacji,
- możliwość budowania relacji z klientem i lojalnej społeczności,
- budowanie pozytywnego wizerunku firmy w sieci.

Wśród polskich użytkowników Social Mediów najpopularniejsze platformy to:

YouTube – 92,8%
Facebook – 89,2%
Instagram – 60,6%

Media społecznościowe dają niepowtarzalną możliwość kreowania pozycji eksperta na rynku. Poprzez spójne i konsekwentne prowadzenie profilu możesz zdobyć autorytet i zaufanie u swoich odbiorców.

Dzięki obecności w mediach społecznościowych dowiesz się, co klienci myślą o Twojej firmie. Będziesz miał też szansę zbudować z nimi długotrwałą relację poprzez prowadzenie dyskusji, publikację angażujących treści i rozwiązywanie pojawiających się problemów.

Jeśli Twoje posty będą przyciągać uwagę, zostaną udostępnione dalej, a to sprawi, że dotrą do większej liczby odbiorców – również tych, którzy jeszcze nie znają Twojej firmy. Obecność na Facebooku, LinkedIn czy Instagramie da Ci również możliwość prowadzenia kampanii reklamowych.

W styczniu 2021 roku w Polsce z Internetu korzystało **31,97 mln** osób, z mediów społecznościowych – **25,9 mln.**

20. [Digital in Poland: All the Statistics You Need in 2021 – DataReportal – Global Digital Insights](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Jakie portale możesz wykorzystać do promowania swojego biznesu?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- YouTube
- Tik Tok
- LinkedIn

Aby działania w mediach społecznościowych przyniosły efekty, **musisz być konsekwentny i publikować regularnie**. Nie masz własnego fanpage'a na Facebooku? To nie problem!

Wcale nie musisz zakładać fanpage'a firmy – możemy zająć się promocją za Ciebie, jeśli skorzystasz z usług Marketingu Internetowego. Przygotowany przez nas post z ofertą Twojej firmy może pojawić się na fanpage'u [@PomysłyNa](#), dzięki czemu będziesz mieć okazję zaprezentować się w sieci społecznościowej.

Prowadzisz firmę budowlaną? Napišemy unikalny artykuł promujący produkty i usługi Twojej firmy, opublikujemy go na stronie [budownictwo.pl](#) a następnie przygotujemy post, który pojawi się na fanpage'u [@Budownictwo.pl](#).



7. Jak pozyskiwać kontakty i zwiększać sprzedaż?

Internet daje duże możliwości, jeśli chodzi o prowadzenie działalności biznesowej. Również sprzedaż usług i produktów może odbywać się za pomocą wielu kanałów, np. platform usługowych i produktowych. Im kanałów sprzedaży jest więcej, tym więcej potencjalnych klientów Twojej firmy – a więc również większy zarobek.

7.1. Platformy produktowe i usługowe

Marketplace to swego rodzaju internetowy rynek, na którym możesz sprzedawać swoje towary. Jest to platforma, na której swoje oferty wystawiają różne firmy. Dla Ciebie może być to **dotatkowe źródło kontaktów do osób zainteresowanych kupnem, usługami i współpracą z Twoją firmą.**

W sieci można znaleźć wiele różnych platform produktowych i usługowych. Różnią się one między sobą charakterystyką i warunkami, na jakich można prowadzić na nich sprzedaż. Niektóre są częścią innych serwisów, zarówno sprzedażowych, jak i społecznościowych.

Marketplace może być zarówno formą wirtualnej tablicy z ogłoszeniami, jak i posiadać usystematyzowany proces sprzedaży, podczas którego wszystko przebiega na ściśle określonych warunkach.

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Dlaczego warto sprzedawać na platformach produktowych i usługowych?

- **Już 73% internautów robi zakupy online**, jak wynika z raportu E-commerce w Polsce 2020, przygotowanego przez Gemius²¹.
- Systematycznie publikowane treści zaprezentowane w wartościowych dla Google serwisach aktywnie wspierają działania z zakresu SEO na lokalnym rynku.
- Marketplace to kolejny kanał sprzedaży i możliwość dotarcia do użytkowników, którzy jeszcze nie znają Twojej firmy i jej produktów.
- Obecność na marketplace to działanie, które ma największy wpływ na zwiększanie sprzedaży – blisko **40% e-sklepów wystawia swoje produkty na aukcjach i e-platformach**²².
- Zaletą sprzedaży na platformach tego typu jest również łatwość jej wdrożenia i obsługi zamówień oraz niskie koszty uruchomienia sprzedaży.

Marketplace to idealny sposób na rozszerzenie działalności w przypadku e-sklepów, które w ten sposób mogą zyskać dużą liczbę potencjalnych klientów. Dzięki platformom tego typu możesz również zwiększyć rozpoznawalność marki i budować jej wizerunek.

Brak konieczności inwestowania w stworzenie strony internetowej ze sklepem i dostęp do nowoczesnych rozwiązań technologicznych sprawiają, że jest to idealne rozwiązanie nawet dla przedsiębiorców, którzy dopiero rozpoczynają swoją działalność sprzedażową w sieci.

Z jakich platform możesz skorzystać?

- Allegro
- Marketplace pkt.pl
- Favore.pl
- Morele.net
- Facebook Marketplace
- Ceneo
- Google Merchant Center

Już **73%**
internautów
robi zakupy
online

21. [Gemius, Raport E-commerce w Polsce 2020](#)

22. [Marketplaces: The Evolving Landscape – Part 1 of 2 – MarkMonitor](#)

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Swoje produkty i usługi możesz umieścić na marketplace.pkt.pl i favore.pl. Są to miejsca, w których kupujący mogą przeglądać oferty, porównać warunki sprzedaży, przejść na stronę e-sklepu lub zadzwonić do firmy, aby sfinalizować transakcję.

Jeśli masz własny sklep internetowy, w ramach usługi Marketingu Internetowego pobierzemy treści przy pomocy XML bezpośrednio z e-sklepu i udostępnimy je na naszej platformie sprzedaży online. Korzystasz z Ceneo lub Google Merchant Center? XML w tym formacie możesz wykorzystać na marketplace.pkt.pl, aby uzyskać dodatkowe miejsce dystrybucji dla Twoich produktów.

Jeśli z kolei sprzedajesz w tradycyjny sposób lub świadczysz usługi, otrzymasz unikalne opisy prezentujące atuty Twoich produktów lub usług oraz publikację kart Twoich produktów i usług na platformie.



7.2. Aukcje internetowe

Serwisy aukcyjne to jedno z najpopularniejszych form promocji i marketingu dla firm prowadzących działalność handlową w sieci. Stanowią one nieodzowny element strategii omnichannel, czyli sprzedaży wielokanałowej. Pozwalają docierać do **osób poszukujących towarów w różnych miejscach i tym samym – maksymalizować zysk ze sprzedaży.**

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Z roku na rok popularność portali aukcyjnych rośnie. To jednoznaczna informacja dla sprzedawców – warto się tam pojawić, ponieważ strony te przyciągają coraz większą liczbę klientów. Zaletą platform tego typu jest:

- szeroki asortymentów produktów,
- łatwość porównywania i filtrowania ofert sprzedażowych,
- programy lojalnościowe i programy mające na celu ochronę kupujących.

Aukcje zaczynają się od określonej ceny minimalnej, która może być następnie podwyższona w miarę postępującego licytowania. W licytacji zwycięża użytkownik, który zgłosi najwyższą cenę za przedmiot – pod warunkiem, że nie jest ona niższa, niż ustawiona przez sprzedawcę cena minimalna. Portale aukcyjne umożliwiają również sprzedaż natychmiastową.

Jednym z największych i najpopularniejszych serwisów aukcyjnych w Polsce, za pośrednictwem którego kilka milionów użytkowników prowadzi działalność handlową, jest Allegro.



8. Mocna pozycja Twojej firmy na lokalnym rynku

Wiesz już, że na promocję firmy składa się szereg działań. Jeśli chcesz wzmocnić swoją pozycję na lokalnym rynku, musisz założyć firmową wizytówkę w Google Moja Firma oraz w wartościowych katalogach firm. Rozpoznawalność w sieci pomogą Ci zdobyć także reklamy banerowe. Pamiętaj, by budować pozytywny wizerunek firmy. Zadbaj o dobre opinie w Internecie na temat Twojego biznesu i buduj pozycję eksperta w Google za pomocą artykułów poradnikowych czy pokazów zdjęć na YouTube.

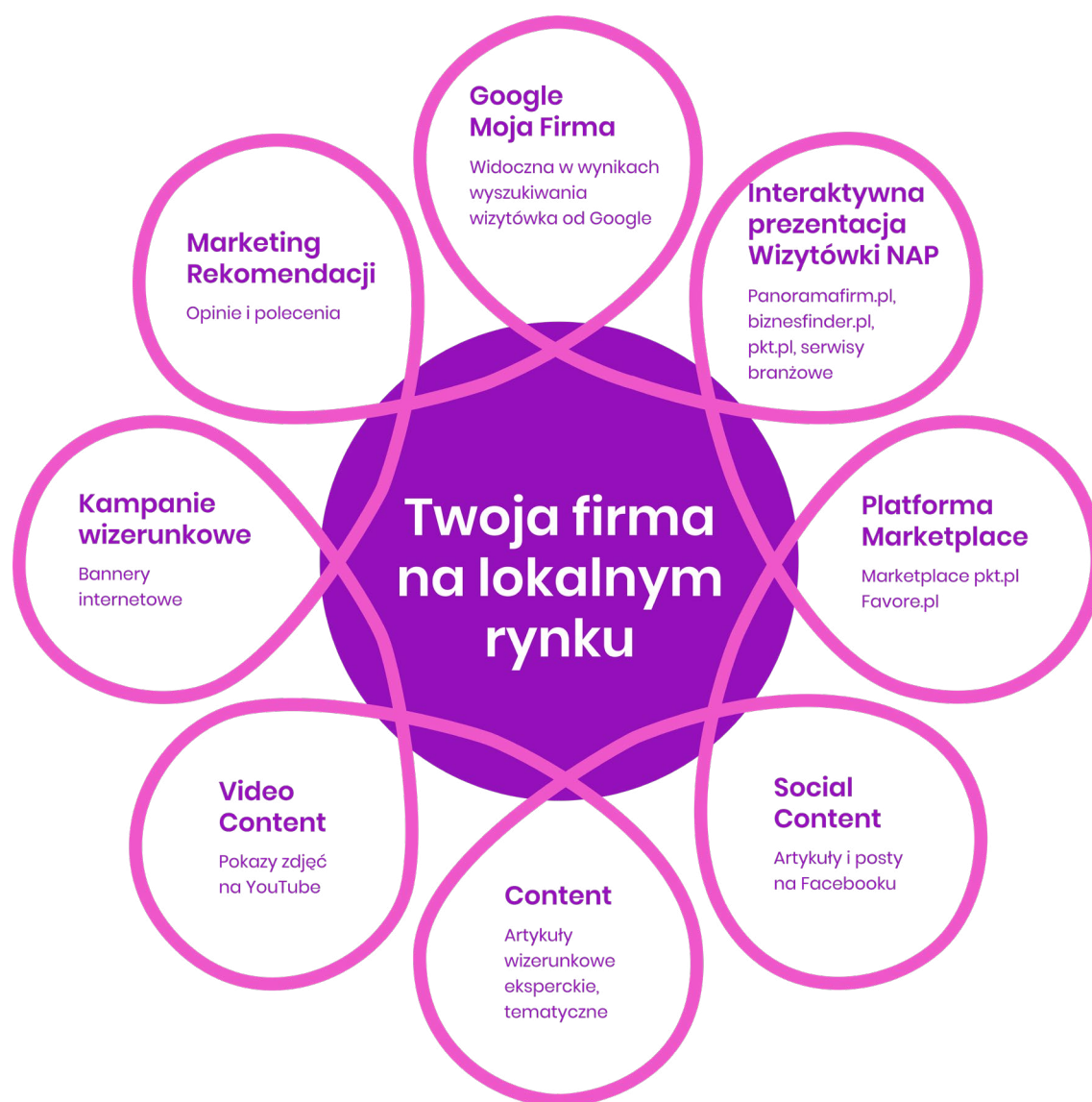
Jeśli chcesz zwiększyć sprzedaż swoich produktów lub usług, wykorzystaj do tego platformy produktowe i usługowe, takie jak marketplace pkt.pl czy favore.pl. Nie zapominaj też, że oprócz zdobywania nowych klientów, równie ważny jest stały kontakt z obecnymi. Nawiązywanie z klientami trwałych relacji, opartych na zaufaniu umożliwi Ci aktywność w mediach społecznościowych.

Wiemy, że dziś nikt nie ma na to wszystko czasu. Powierz więc te zadania specjalistom, którzy w ramach usług Marketingu Internetowego wszystkim zajmą się za Ciebie.

Jak promować firmę na lokalnym rynku?

Przewodnik dla przedsiębiorców

Firmowe wizytówki opracowywane i publikowane w ramach działań Marketingu Internetowego dla naszych klientów przyciągają użytkowników i generują wartościowy ruch. Przykładowo, w nieco ponad rok wizytówka może osiągnąć łącznie nawet 638 392 odsłon i wyświetleń w serwisach pkt.pl, biznesfinder.pl, panoramafirm.pl oraz Google Moja Firma. Chcesz dołączyć do grona naszych zadowolonych klientów? Zapraszamy do współpracy!





Zadbamy o działania Twojej firmy w Internecie

Wspieramy małe i średnie przedsiębiorstwa oferując usługi budowania widoczności firmy w sieci, pozyskiwania wartościowego ruchu na stronę i zdobywania klientów z Internetu poprzez:

- pozycjonowanie w wyszukiwarkach
- projektowanie i obsługę stron WWW
- projektowanie i obsługa sklepów internetowych
- marketing treści i videomarketing
- e-mail Marketing
- obsługę firmowych kanałów Social Media
- reklamę Google Ads i Facebook Ads

Zadbamy o działania Twojej firmy w Internecie

Skontaktuj się z nami

www.wenet.pl

© 2021 WeNet Group S.A.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie całości lub fragmentów niniejszej publikacji bez zgody autora surowo zabronione.