



NOWOCZESNY
MARKETING

W BRANŻY INŻYNIERYJNEJ

facebook

KOMUNIKACJA
W CZASIE
RZECZYWISTYM

WIDEOMARKETING

Google

DATA MINING

CONTENT
MARKETING

MOBILE

CZĘŚĆ **3**

PORADNIK

SZANOWNI PAŃSTWO,

Cieszę się ogromnie, jeżeli czytacie te słowa, ponieważ oznacza to, że dotarliście do naszego kwartalnika i rozpoczynacie właśnie lekturę jego kilku ostatnich stron. Miło mi.

Konsekwentnie, jak w dwóch poprzednich częściach, postaram się dostarczyć Wam, drodzy Czytelnicy, odrobiny inspiracji i informacji, które, mam nadzieję, będą początkiem Waszych przemyśleń, a następnie działań marketingowych w szeroko rozumianej branży inżynierskiej.

W dwóch poprzednich wydaniach przybliżałem Państwu następujące zagadnienia:

- Internet dla biznesu
- Wideomarketing
- Targi, konferencje, wystawy
- Content Marketing
- Prasa
- Prezentacje multimedialne

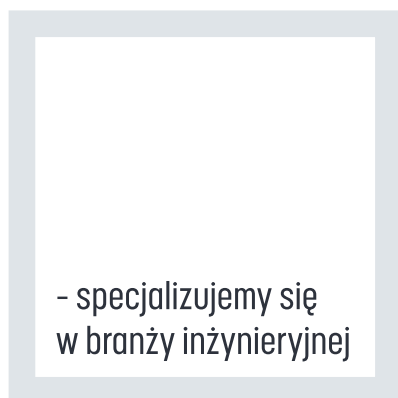
W TRZECIEJ CZĘŚCI CHCIAŁBYM ZAINTERESOWAĆ WAS NASTĘPUJĄCYMI KWESTIAMI:

- **SOCIALMEDIA DLA BIZNESU,**
- **SERWIS INTERNETOWY,**
- **FILM – W 3 OPCJACH.**

Podobnie jak za każdym razem, zapraszam do kontaktu, jeżeli będę mógł pomóc Państwu w marketingowych rozważaniach lub działaniach.

Jeżeli coś jest dla Was niejasne, chcecie coś wyjaśnić lub po prostu podzielić się opinią, zapraszam – piszcie śmiało na adres: tomek.lucek@inzynieria.com

Tomek Łucek
Dyrektor marketingu i sprzedaży
Wydawnictwo INŻYNIERIA sp. z o.o.



wydawnictwo
INŻYNIERIA

GRUPA

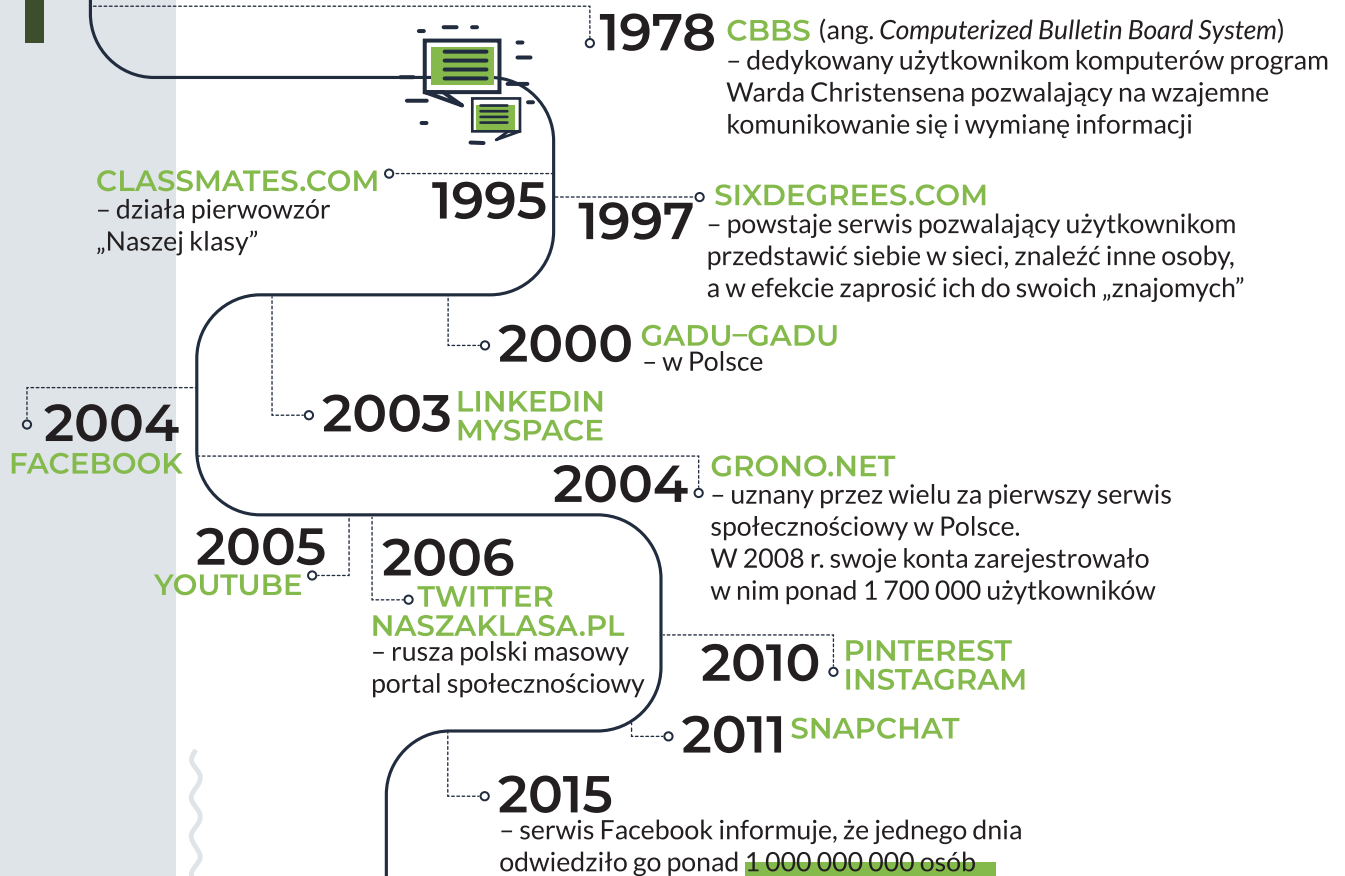
new
IDEA
HOUSE

Q QUALITY
STUDIO

SOCIAL MEDIA DLA BIZNESU

A na początku był...?

Od czego zaczęła się historia dynamicznie rozwijających się mediów społecznościowych?



DLACZEGO?

DLACZEGO WARTO ROZWAŻAĆ OBECNOŚĆ MAREK BIZNESOWYCH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH?

- Warto być tam, gdzie są „wszyscy” i pokazywać się licznym odbiorcom
- Media społecznościowe to szansa na realny dialog i wymianę opinii z internautami – to jedna z ich podstawowych funkcji
- Możemy zbierać dane i informacje od osób, z którymi się komunikujemy
- Przy zastosowaniu odpowiednio zaprojektowanych działań możemy realnie zwiększać kontakt odbiorców z naszą marką, angażując ich do ciekawej komunikacji i współdziałania
- Nie wprost i nienachalnie, ale jednak możemy w mediach społecznościowych wspierać decyzje zakupowe lub wybory naszych odbiorców
- Możemy wpływać i kształtować opinie



SOCIAL MEDIA DLA BIZNESU

MUST HAVE

DLA KAŻDEJ
FIRMY DZIAŁAJĄCEJ LUB PLANUJĄCEJ ROZPOCZĘCIE DZIAŁAŃ
W SOCIAL MEDIA

CONTENT

– musi być ciekawy, angażujący i zróżnicowany. Należy zaplanować i realizować swoisty mix komunikacyjny, stale go optymalizując i uatrakcyjniając. Dzięki temu możemy liczyć na nagrodę w postaci „szerów”, „lajków” i „udostępnień”.

LOJALNOŚĆ

– należy tak planować strategię obecności w mediach społecznościowych, aby dawać „powody do powrotu” naszym odbiorcom. Mają oni setki czy tysiące możliwości wyboru w sieci i powinni być „namawiani” do stałej relacji z naszą marką. Poradniki wydawane w częściach, konkursy i promocje wymagające obecności na profilu, cykle i premiery ciekawych treści w określone dni tygodnia itp.

BUDŻET

– nie ma dzisiaj skutecznej działalności w „społecznościówce” bez kosztów. Portale zarabiają na naszych reklamach i bez wydatków na promocję treści i naszych stron ich stały rozwój jest w zasadzie niemożliwy lub zbyt rozłożony w czasie. Z drugiej strony otrzymujemy zazwyczaj bardzo precyzyjne i pomocne narzędzia w formie „managerów reklam”, dzięki którym precyzyjnie możemy wydawać nasze środki.

OBSŁUGA

- stała
- profesjonalna
- dedykowana.

DŁUGOTERMINOWY PLAN

– media społecznościowe to nie reklama przygotowana w ciągu dwóch tygodni i opublikowana w czasopiśmie, o której potem można zapomnieć. To proces ciągły i rozwojowy. Zmieniają się również same media, a więc i działania w nich powinny aktualizować się w czasie.

SEO

– dobre pisanie treści w tym obszarze wspiera pozycjonowanie.

SPÓJNOŚĆ DZIAŁAŃ NA WIELU OBSZARACH

– planuj, rozdzielaj, łącz i rządź. Z głową i ciekawie. Film na YouTube, zapowiedź na FB, artykuł na blogu, aktualność na www, a zdjęcia na Instagramie.

Wszystko razem „zamieszaj” i podgrzewaj aż do uzyskania maksymalnych zasięgów!



Agencja Marketingowa
New Idea House
– specjalizujemy się
w obsłudze firm
z branży inżynierskiej

SERWIS INTERNETOWY

9

KWESTII, O KTÓRYCH WARTO PAMIĘTAĆ,
BUDUJĄC LUB PROJEKTUJĄC
NOWY FIRMOWY SERWIS INTERNETOWY

- 1. STRUKTURA SERWISU**
– przemyślany plan + logiczne rozłożenie treści. Bez planu się nie uda.
- 2. NAWIGACJA**
– połącz sensownie działy i podstrony. Nie kończ treści „ślepyimi zaułkami”. Podpowiadaj kolejne informacje. Nawiguj po serwisie, by dostarczyć więcej treści użytkownikom.
- 3. USER EXPERIENCE/DOŚWIADCZENIE UŻYTKOWNIKA**
– sprawdź u fachowców lub w dostępnych badaniach, co jest cenne dla internautów. Pamiętaj, nie budujesz serwisu dla siebie, ale dla użytkowników. Poznaj ich.
- 4. TREŚĆ/CONTENT**
– ciekawa, unikatowa, stale aktualizowana, pisana pod SEO.
- 5. MOBILNOŚĆ**
– jeżeli nie budujesz dedykowanego rozwiązania, przygotuj serwis w technologii RWD (ang. *Responsive Web Design*).
- 6. INTERAKCJA**
– „uzbrój serwis” w narzędzia do zbierania informacji od swoich gości – formularz kontaktowy, chatbot, ankieta, adres e-mail, wtyczki do mediów społecznościowych.
- 7. MIERZ I ANALIZUJ**
– na początek uruchom i działaj w Google Analytics.
- 8. DOMENA**
– wybierz właściwie. Dopasuj do siebie. Zakup różne rozszerzenia dla tej samej domeny. Pomyśl o prostocie.
- 9. AKTUALIZUJ I ROZWIJAJ**
– przypomnij sobie, co pomyślałeś, kiedy na odwiedzanej stronie internetowej zobaczyłeś „ostatnią aktualność” opublikowaną przed rokiem.

Projekty i realizacja serwisów internetowych
Zapytaj o promocyjną cenę - serwisy już od 2 900,00 zł netto!

Zaplanujemy, zoptymalizujemy i poprowadzimy
Twój kanał na YouTube, profil na Facebook lub LinkedIn
Kompleksowo, profesjonalnie, skutecznie

nih.com.pl

TEMAT REALIZACJI FILMÓW TYM RAZEM CHCIAŁBYM PORUSZYĆ Z NIECO INNEJ STRONY. NIE W FORMIE PORADNIKA, „JAK ZROBIĆ DOBRY FILM”.

POSTARAM SIĘ POKAZAĆ TRZY RÓŻNE ZASTOSOWANIA DLA TEGO RODZAJU KOMUNIKACJI.

FILM W 3 OPCJACH

ZANIM JEDNAK OPISZĘ TRZY OPCJE ANONSOWANE W TYTULE TEJ CZĘŚCI PORADNIKA, POSTAWIĘ PIĘĆ TEZ, BEZ KTÓRYCH NIE MA SENSU (MOIM ZDANIEM) DAJSZA LEKTURA.

1. Filmy wykonywane „samodzielnie” z komórek przez amatorów – „odpadają”
2. Film musi mieć swój cel
3. Wideo to przyszłość komunikacji w Internecie (pisałem o tym w 1 części poradnika „Wideomarketing online”)
4. Tylko dobre i profesjonalne filmy mają sens
5. Film = obraz + dźwięk + napisy i animacje



Agencja Foto-Wideo
Quality Studio
- specjalizujemy się
w obsłudze firm
z branży inżynierskiej

FILM W OPCJI

1

EDUKACJA

Oferujesz produkty lub usługi, które Twoi klienci lub odbiorcy powinni lepiej poznać? Zaproś ich do serii filmików instruktażowych. Przedstaw zalety swoich produktów, pokaż, jak powstają, naucz widza ich używać. Internauci chcą oglądać, a jeżeli dodatkowo mogą się czegoś pożytecznego dowiedzieć, to zwiększasz szanse na sukces swojej komunikacji. Dobrze i atrakcyjnie przygotowany materiał wideo pozwoli Ci na budowanie wizerunku eksperta.

FILM W OPCJI

2

POKAŹ KONKRETY

„Jeden obraz jest wart więcej niż tysiąc słów” – mówi chińskie przysłowie. Nie opowiadaj o swoich sukcesach, nie mów o wdrożeniach i realizacjach – pokaż je w formie ciekawego filmu. Prawdziwa lokalizacja, maszyny, pracownicy, produkty, fabryka, siedziba... Do tego ciekawy montaż, profesjonalne zdjęcia, kilka „przebitek” z drona, licencjonowana muzyka w tle i napisy informujące o konkretnych związanych z obrazem wideo. A potem – umieść film na stronie, wgraj na YouTube, zaprezentuj go klientowi podczas prezentacji, włącz na ekranie na stoisku targowym.

FILM W OPCJI

3

MINIMOVIES

Planuj i produkuj minifilmiki. Zaproś do współpracy profesjonalistów. Zaplanujcie cały dzień na budowie lub w fabryce. Nakręćcie sporo dobrego materiału. Wykorzystajcie różne techniki – od klasycznych ujęć z kamery, przez widok z drona, slow motion, zdjęcia poklatkowe... Zbierz cały materiał i podziel na kilkanaście krótkich, ciekawych filmików, które będziesz mógł wykorzystać przez kilka miesięcy np. w mediach społecznościowych, o których mowa była już na początku tego poradnika. Myśl, twórz, zaskakuj odbiorców. Film to produkt, który może być czasami bardziej dokumentalny, a innym razem komediowy.

Zaplanujemy, zoptymalizujemy i poprowadzimy
Twój kanał na YouTube, profil na Facebook lub LinkedIn
Kompleksowo, profesjonalnie, skutecznie

ZAUFALI NAM



GRUPA



WYDAWNICTWO INŻYNIERIA SP. Z O.O.
UL. SAMUELA LINDEGO 14, 30-148 KRAKÓW

DZIAŁ MARKETINGU:
MARKETING@INZYNIERIA.COM
+ 48 698 608 005