

Az internetes jelenlét és az online marketing jelentősége a kis –és középvállalkozások számára

Tapasztalataim alapján elmondható, hogy a KKV szektor jelentős része még mindig nem fordít elég figyelmet az online jelenlétre. Nagyon sok cégnek még mindig nincsen saját weboldala, saját „.hu”-s domainje (cégnév.hu), igen gyakran még a legnépszerűbb kereső, a cégek számára ingyenesen elérhető felületeket sem használják ki.

Miért probléma ez?

A vásárlóink és a leendő partnereink az újabb kutatások szerint, túlnyomó többségben az internetes keresők segítségével keresnek terméket vagy szolgáltatást. Ez ma már nem csak a fiatalabb korosztályra jellemző, köszönhető az okos telefonok térhódításának.

Az alábbi okok miatt rendkívül fontos egy cég internetes jelenléte.

Elérhetőség bővítése: Az interneten való jelenlét lehetővé teszi, hogy a vállalkozást és a termékeket vagy szolgáltatásokat bővebben megismerjék a leendő vásárlók, ráadásul kényelmesen bármikor és bárholnan.

Költséghatékonyság: Az online marketing sokkal költséghatékonyabb, mint a hagyományos offline marketing eszközök használata. A keresőszolgáltató általi hirdetések vagy a közösségi média hirdetések kifejezetten célzottak lehetnek, így a vállalkozásnak csak az érdeklődő felhasználókért kell fizetnie. Ez segíthet abban, hogy az üzenet pontosan azokhoz az emberekhez jusson el, akik valóban érdeklődnek az adott termék vagy szolgáltatás iránt.

Versenyképesség növelése: A konkurenciával való versenyben az online jelenlét és az online marketing előnyt jelenthet a vállalkozás számára. Egy jól kidolgozott weboldal és egy hatékony online marketing stratégia segíthet a vállalkozásnak kiemelkedni a tömegből. Ezért is fontos felülvizsgálni a meglévő honlapunkat, mert a keresőmotorok több száz algoritmus és a mesterséges intelligencia segítségével profilozzák az oldalunkat. Amennyiben megfelelő technológiát használunk (mobilbarát oldal, megfelelő betöltődési sebesség, stb.) és az oldalunkon naprakész, releváns információk találhatóak, akkor egyre előrébb sorolj a rendszer az weboldalt.

Mérések és analitika: Az online marketing eszközei lehetővé teszik a vállalkozás számára, hogy pontosan nyomon kövesse a kampányok teljesítményét. Ennek köszönhetően könnyen meghatározható, hogy melyik stratégia működik a legjobban, és mely területeken érdemes továbbfejleszteni a vállalkozás online jelenlétét.

A fentiekből egyértelműen kiderül, hogy nem elég elkészíteni egy weboldalt, az hogy hatékonyan működjön gondozni kell folyamatosan. Az első benyomást a weboldalunk minősége adja. Az elérhető információk, a gazdag tartalom, a könnyű kezelhetőség pedig a felhasználói élményt növeli, ami a vásárlási kedvet erősíti.

Bemutatok néhány marketing eszközt, amivel erősíthetjük az online térben elfoglalt pozíciónkat.

- Keresőmotor optimalizálás (SEO): Az SEO segítségével a vállalkozás megjelenhet a keresőmotorok organikus találatai között, így növelve a weboldal látogatottságát és az online láthatóságot.
- Keresőmarketing (SEM): A keresőmarketing lehetővé teszi a vállalkozásnak, hogy hirdetéseket jelenítsen meg a keresőmotorokban. Ez lehetővé teszi a célzott reklámozást és a potenciális ügyfelek elérését. Tehát pontosan tudjuk definiálni a célcsoportunkat, így csak azon felhasználóknak jelenik meg a hirdetésünk, akik megfelelnek az előre beállított feltételeknek (nem, életkor, lakhely, hobbi, családi állapot, gyermekek száma és életkora, stb.).
- Társadalmi média marketing: A közösségi média platformokon való jelenlét és aktív részvétel lehetőséget ad arra, hogy a vállalkozás kommunikáljon az ügyfelekkel, építse a közösséget és reklámozza a termékeket vagy szolgáltatásokat.
- E-mail marketing: Az e-mail marketing segítségével a vállalkozás közvetlenül kommunikálhat az ügyfelekkel, például különféle kampányok és promóciók révén értesítéseket küldhet nekik. Vigyázzunk, mert a jogszabály előírja, hogy külön fel kell iratkoznia az ügyfélnek a hírlevélre és bármikor leiratkozhat róla, tehát minden elküldött e-mailben kell lennie egy hivatkozásnak, amire klikkelve megteheti azt az ügyfél.
- Tartalommarketing: A tartalommarketing lehetőséget ad arra, hogy a vállalkozás értékes és releváns tartalmakat készítsen, például blog bejegyzéseket, videókat vagy infografikákat, amelyek segíthetnek az ügyfelek tájékoztatásában.
- Affiliate marketing: Az affiliate marketing során a vállalkozás együttműködik más weboldalakkal vagy influenszerekkel, akik promótálják a termékeket vagy szolgáltatásokat, cserébe jutalékot kapnak az eladásokért vagy az átirányított forgalomért.

Ez csak néhány példa a kis- és középvállalkozások számára elérhető online marketing eszközökre. Fontos megérteni az egyes eszközök előnyeit és alkalmazási területeit, valamint kihasználni azokat a legjobb eredmények elérése érdekében. Az online marketing már egy önálló szakmává nőtte ki magát, tehát ha komolyabban szeretnénk a vállalkozásunkat belevetni az éterbe, akkor érdemes szakértő, erre a területre specializálódott céget felkeresni.

Hajdara Gábor