

# Zintegrowany Program Modernizacji Branży Tekstylnej i Odzieżowej Województwa Łódzkiego

## E-promocja



KAPITAŁ LUDZKI  
CZŁOWIEK – NAJLEPSZA INWESTYCJA



Centrum Badań i Innowacji  
PRO-AKADEMIA



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY





# Treści

- Wprowadzenie
- Podobieństwa i różnice między promocją tradycyjną a e-promocją
- Mailing i newslettery
- Reklama internetowa (graficzna i tekstowa)
- Portale społecznościowe
- Blogi i mikroblogi
- Innowacyjne rozwiązania
- Podsumowanie

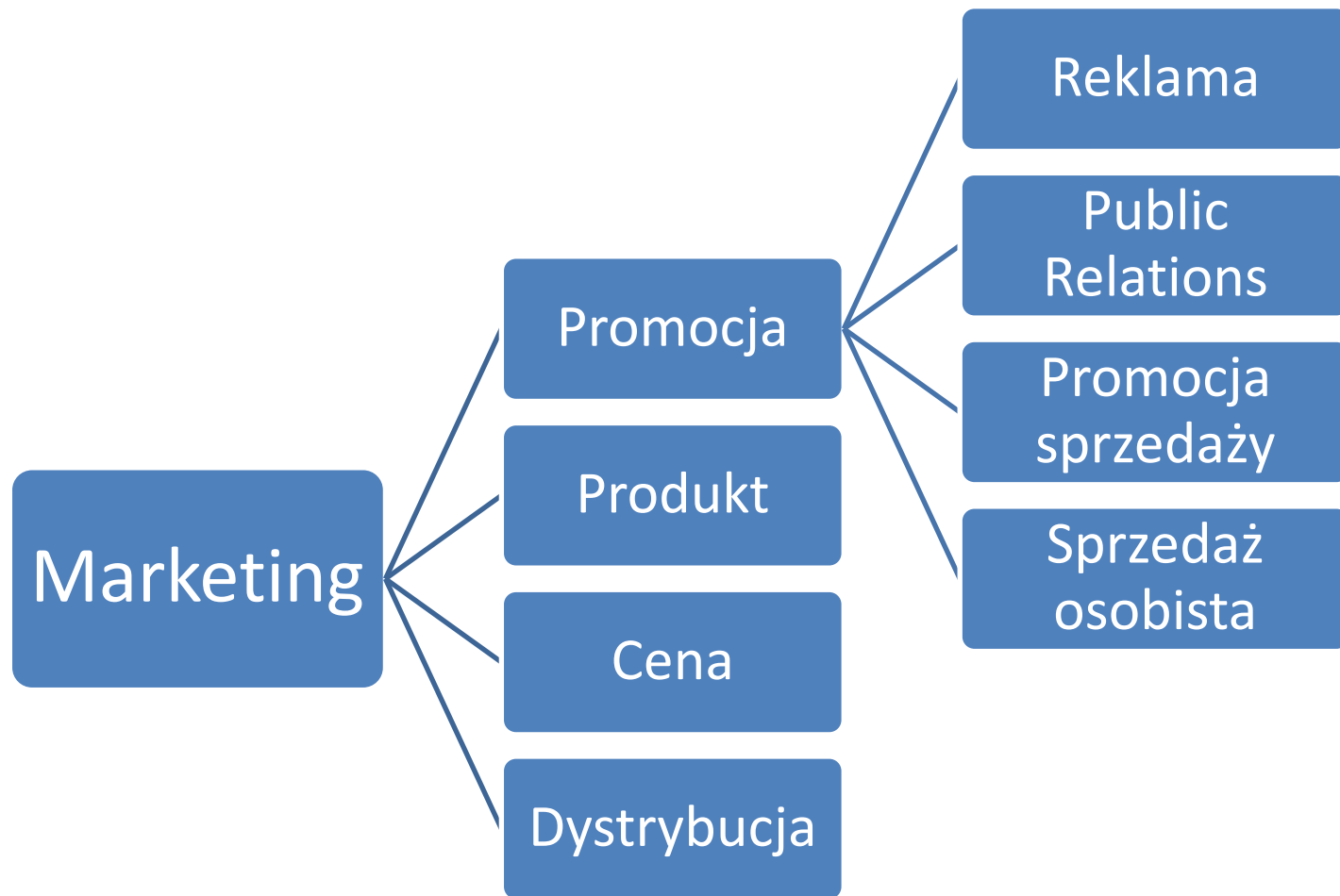
# Współczesny człowiek / klient

- Globalizacja
- Kultura instant
- Ograniczony czas
- Orientacja „mieć”
- DIY (Do-It-Yourself)
- Indywidualizm a kolektywizm
- Dynamiczny rozwój Internetu
- Szum informacyjny



Źródło zdjęcia:  
FreeDigitalPhotos.com  
Autor: Boians Cho Joo Young

# Marketing a promocja...



# Po co stosuje się promocję?

☐ Aby zwiększyć sprzedaż

☐ Aby więcej zarobić

☐ Aby nawiązać kontakt z Klientem

☐ Aby zbudować relację z Klientem

Cele:  
sprzedażowe  
lub  
wizerunkowe

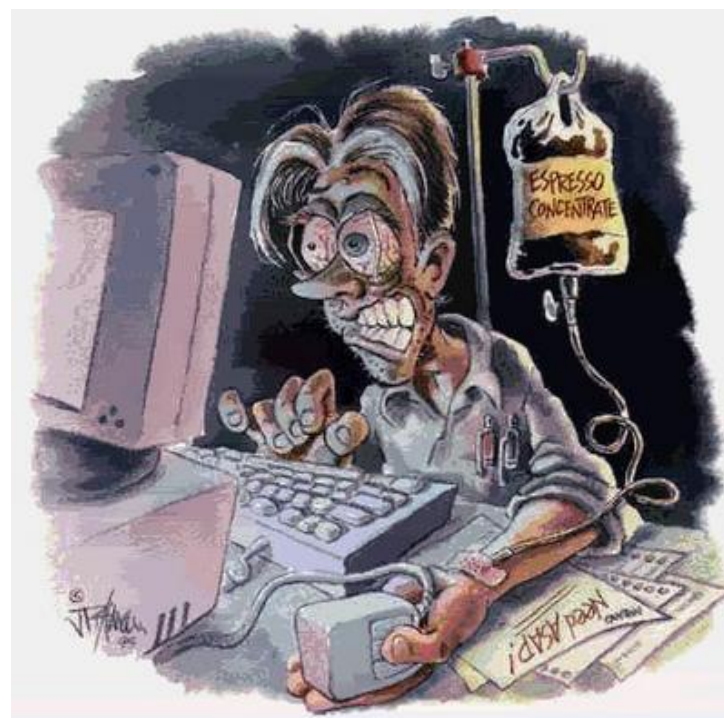
Koszt  
**pozyskania**  
Klienta jest **10**  
**razy wyższy**  
niż jego  
utrzymanie.

1. Strategia kosztowa
2. Strategia „agresywna”
3. Strategia „zrównoważona”

## Promocja tradycyjna



## Promocja internetowa





# Mailing i newslettery

- Nadawca
  - Odbiorca
  - Temat
  - Treść
  - Częstotliwość
  - Format i inne
  - Aspekty prawne (spam)
- 
- [Jak stworzyć kampanię..?](#)
  - [Na co jeszcze zwrócić uwagę..?](#)



Źródło zdjęcia:  
FreeDigitalPhotos.com  
Autor: Stuart Miles

# Case Study: mailing 1/2

**GORTEKS**  
LINGERIE DE FEMME

BIUSTONOSZE FIGI KOSZULKI GORSETY AKCESORIA BIELIZNA ANTYBAKTERYJNA WYPRZEDAŻE



facebook ZOSTAŃ FANEM >

RAPORT OPINEO.PL: 100% KLIENTÓW POLECA NASZ SKLEP!

List został przesłany przez **GORTEKS** sp. z o.o. sp. k., Al. Jana Pawła II 79C, 15-704 Białystok

NIP: 5423114251 ; REGON: 200246918 ; KRS: 0000320021

Sąd Rejonowy w Białymstoku XII Wydział Gospodarczy

Rain or shine, we have it covered! Shop summer style here >  
If you are unable to see the message below, click here to view.

**isme** www.isme.com 0844 811 8112

Home About Us News Events Home & Fashion Electronics Gaming & PC Beauty Gifts & Jewellery Tech Games

## Celebrate Summer RAIN OR SHINE

Let sunny shades lift your mood with this playful palette of summer essentials and practical pieces that will keep you looking stylish whatever the weather

Shop all Summer Pastels Style >

**SUNNY DAY STYLE**  
Shop Sunny Day Style >

GET THE LOOK...  
TOTAL OUTFIT COST **£99**  
**£33**  
FOR 3 MONTHS 3 PAYMENTS  
NO INTEREST WITH TAKE 3  
Shop the outfit >

**SUNNY INTERVAL SAVOURS**  
Shop Sunny Interval Savours >

GET THE LOOK...  
TOTAL OUTFIT COST **£120**  
**£40**  
FOR 3 MONTHS 3 PAYMENTS  
NO INTEREST WITH TAKE 3  
Shop the outfit >

**GET OVER OVERCAST**  
Shop Get Over Overcast >

GET THE LOOK...  
TOTAL OUTFIT COST **£148**  
**£49.33**  
FOR 3 MONTHS 3 PAYMENTS  
NO INTEREST WITH TAKE 3  
Shop the outfit >

**RAINY DAY READY**  
Shop Rainy Day Ready >

South Single  
Branched  
Midi Mac  
£35

Savory Short  
Branched  
Mac  
£39

South Pipert  
Classic  
Mac  
£45

## Father's Day

SUNDAY 16TH JUNE

We've something special for every type of Dad, take a look now and make his day with the perfect present.

Shop all Father's Day Gift Ideas >

Visit our website [www.isme.com](http://www.isme.com)

This email was sent to you by Isme. To ensure delivery to your inbox (not bulk or junk folders), please add [isme@isme.com](mailto:isme@isme.com) to your address book.

If you want to unsubscribe from marketing emails please click [here](#).

STAY SAFE, STAY SECURE. We never ask for your personal account details by email.

Please allow up to 28 days for prizes and requests sent through these links. Requests not sent through these links are in danger of being misdirected.

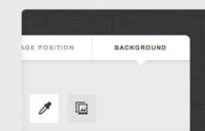
Credit is provided, subject to credit, by Shop Direct Finance Company Limited. Registered office: Ardree Innovation Centre, Park Lane, Tottenham, Middlesex, L31 3L. Credit services provided by Shop Direct Home Shopping Limited. Registered office: First Floor, Shyneys House, Spoke Road, Spoke, Liscard, L35 1AB.



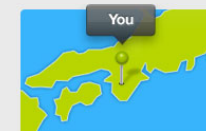
Hey Elliot!

It's not often that we send out emails, but there's been quite a lot going on over at [Prevue](#) that we thought you'd be interested in.

In addition to launching our [new website](#), [blog](#) and [signup page](#) - we've got some other cool new stuff to share...



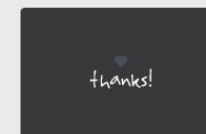
**Fullscreen & Editor**  
View your Prevues in our new streamlined view, which now comes with our [improved editor](#)



**Your City**  
[Update your city](#) to be informed of events, jobs or meet-ups in your local area. [Read more](#)



**Knowledge Base**  
We've written [50+ articles](#) to help you use Prevue - everything from uploading basics, to RSS



**Thank You!**  
Thanks to everyone who [shared!](#) With your help we're proud to now have over 6,000 members

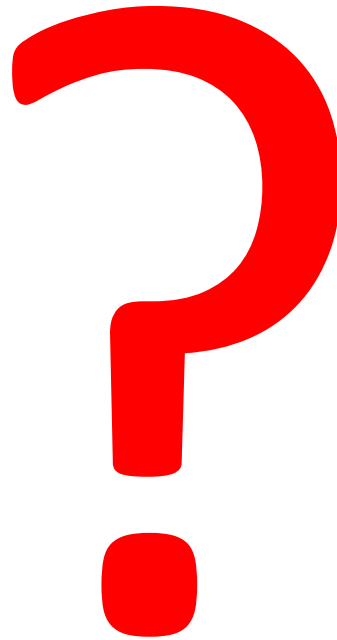
Tweet Like

Not interested? [Unsubscribe](#) or [update your settings](#)

TM / © Prevue, 2011



# Case Study: mailing 2/2





# Reklama w Internecie

- Reklamy typu push i pull
- Słowa kluczowe
- Treść reklamy
- Landing page, konwersja i inne
- Profilowanie grup docelowych
- Sieć partnerska a wyszukiwarka
- Rozliczenia: CPC (Cost-Per-Click), CPT (Cost-Per-Tousand), CPM (Cost-Per-Mile), CPA (Cost-Per-Action)

# Reklama graficzna 1/2

- **Tradycyjny banner** - (rozmiar: **468x60** pikseli) – wersje: tradycyjna, rozwijana, pływająca. Może zawierać elementy statyczne, animowane, jak i interaktywne. Prostokąt, najczęściej umieszczany na górze potrtalu. Stosowany w newsletterach.
- **Billboard** - (tzw. **magabanner**, rozmiar: **750x100**pikseli) - wersje: tradycyjna, rozwijana, pływająca. Prostokąt, na górze portalu. Charakteryzuje się dużą ilością kliknięć.
- **Standardowy skyscraper** (tzw. **banner pionowy**, rozmiar **120x600** pikseli). Umieszczany po prawej stronie portalu. Wywodzi się z billboardu.
- **Wide skyscraper** - (rozmiar: **160x600** pikseli) – wersje: tradycyjna, rozwijana, pływająca. Rozszerzona postać skyscrapera, o większej powierzchni.
- **Button** - (rozmiar najczęściej: **120x90** pikseli) – wersje: tradycyjna, rozwijana, pływająca. To niewielka reklama, najczęściej w formie prostokąta lub kwadratu. Umieszczany nierzadko przy bocznej nawigacji portalu. Zajmuje mniej miejsca niż tradycyjny banner, nie przeszkadza w przeglądaniu strony.
- **Banner śródtekstowy** - (tzw. **box śródtekstowy**, śródtekst, w różnych rozmiarach.) Nierzadko pojawia się między akapitami treści lub po prawej stronie portalu. Rozdziela treść wiadomości zamieszczanych na stronie. Zalicza się do bardziej agresywnych przekazów.

# Reklama graficzna 2/2

- **Toplayer** - brak ściśle zdefiniowanego formatu; wyświetlany najczęściej nad zawartością witryny. Często ma postać animacji z dźwiękiem. Często wykonany w technologii flash. Zaliczany do agresywnej reklamy, ponieważ przerywa kontakt użytkownika z portalem. Stosowany coraz rzadziej, często wypełnia cały ekran. Połączony hiperłączem z serwisem nadawcy reklamy.
- **Stitial** - (tzw. **intermedia** lub **mediabreak**). Występuje w dwóch formach: interstitial i superstitial. To pełnoekranowa forma reklamy z animacją, która pojawia się w momencie przechodzenia internauty między portalami lub stronami.
- **Brandmark** - brak ściśle zdefiniowanego formatu; emitowany nad treściami zawartymi na stronie. Może pojawiać się w różnych miejscach strony, ma możliwość maksymalizacji, minimalizacji oraz zamykania animacji. Można go przemieszczać w obrębie okna przeglądarki. Maksymalny rozmiar: **336×280** pikseli, może być przeglądany w formatach: jpeg, gif, html, flash, gif.



wakacje 2013



Internet

Grafika

Mapy

Wiadomości

Więcej ▾

Narzędzia wyszukiwania

Okolo 41,400,000 wyników (0,17 s)

Reklamy związane z: **wakacje 2013** ⓘ

**Wakacje - Porównaj Oferty 120 Biur Podróży - Wakacje.pl**

[www.wakacje.pl/](http://www.wakacje.pl/)

Gwarancja Najniższej Ceny !

Wakacje w Egipcie 2013 - Niezapomniane wczasy w Grecji - Top 10 w Tunezji

**Travelplanet.pl - Wczasy i Wakacje 2013**

[www.travelplanet.pl/Last-Minute](http://www.travelplanet.pl/Last-Minute)

Rezerwuj tak, jak lubisz. Sprawdź!

Super Last Minute - All Inclusive - Wypoczynek + zwiedzanie - Autokarowe

**Wakacyjne Last Minute - 1001 Pomysłów Na Niezwykłe Wakacje**

[www.travelist.pl/\\_Wakacje](http://www.travelist.pl/_Wakacje)

Teraz Nawet 67% Taniej. Sprawdź!

**Wakacje 2013 oferty • Wczasy FIRST MINUTE Lato 2013 - wycieczki**

[www.wakacje2013.net.pl/](http://www.wakacje2013.net.pl/) ▾

Już teraz dostępne są propozycje wyjazdów na sezon **wakacje 2013**. Można m. in. ...  
można je znaleźć pod zakładką o nazwie „Wczasy FIRST MINUTE Lato 2013.

Reklamy ⓘ

**Wczasy 2013**

[www.manorhouse.pl/](http://www.manorhouse.pl/)

48 628 70 61

Niezapomniany pobyt pełen atrakcji.  
Tylko teraz w promocji!

**Wakacje 2013 Super Ceny**

[www.experttravel.pl/](http://www.experttravel.pl/)

Bezpieczne i udane **wakacje**.  
Grecja Hiszpania Bułgaria Turcja

**Wakacje z Niemiec**

[www.dreamtours.pl/](http://www.dreamtours.pl/) +1

**Wakacje z Niemiec** są tańsze!  
Niskie ceny, pewni organizatorzy

**Wakacje 2013**

[lastminute.travel7.pl/](http://lastminute.travel7.pl/)

**Wakacje 2013** Last Minute 40 % taniej



Popularne w YouTube

- Muzyka
- Sport
- Gry

KANAŁY DLA CIEBIE

- euronews knowledge
- AbstrachujeTV
- NewAbraTV - kabarety w...
- Truthloader
- wardegasa

Przeglądaj kanały

Zaloguj się, by  
dodać kanały do  
przewodnika i  
otrzymać ciekawe  
rekomendacje.

Zaloguj się »



PLAY

Abonament

TY TEŻ PRZEJDŹ DO PLAY  
I WYBIERZ SWOJĄ FORMUŁĘ

Wybierz FORMUŁĘ i rozmawiaj ze wszystkimi



Zamknij reklamę



**Sprzedali się. Znowu. Komentarz do komentarzy do parodii reklamy Coca-Cola.**

użytkownik: AbstrachujePLUS 51 546 wyświetleń 18 godz. temu



**PODZIEL SIĘ SZCZEROSCIAŁ. Parodia reklamy Coca-Cola**

użytkownik: AbstrachujeTV

729 567 wyświetleń 1 dzień temu



**Hukos / Cira ft. Zeus, Z.B.U.K.U - Widzę, spływam (prod. L PRO,**

użytkownik: steprecordspl

56 739 wyświetleń 18 godz. temu



**Flash mob of the University of Economics in Katowice**

użytkownik: UEKatowice

136 880 wyświetleń 1 dzień temu

Rozrywka



**Die Monster Uni Zeichenkurs mit Kelsey**

14 470 wyświetleń 2 dni temu



**AdBuster - konfrontacja Farmio (bez jaj) + zagadka**

385 558 wyświetleń 2 dni temu



**Police Trainer (SA Wardega)**

2 519 313 wyświetleń 3 dni temu

Muzyka



**Kamaliya - I'm Alive - Official Video**

użytkownik: kama...

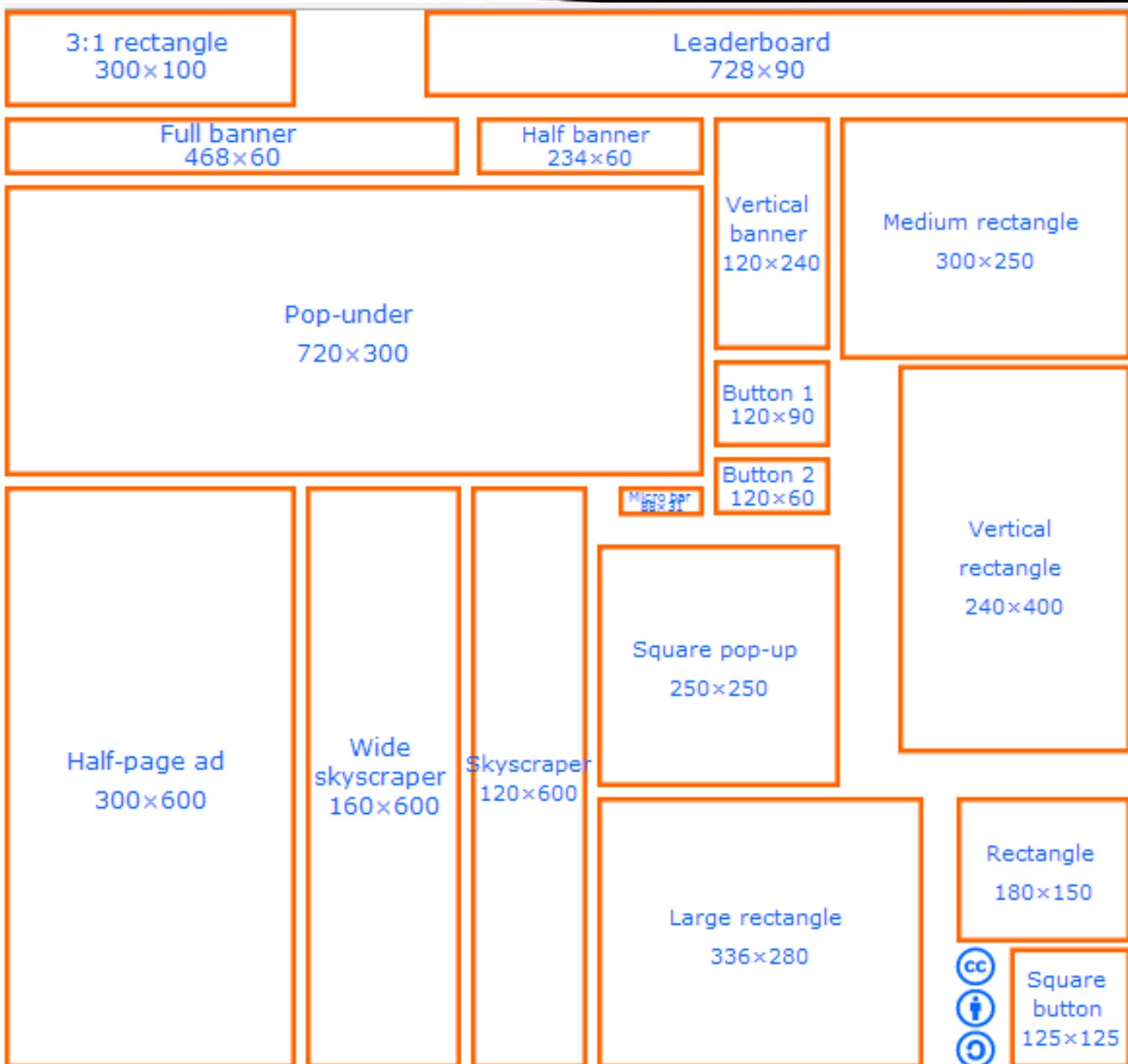


**Robin Thicke - Blurred Lines ft. T.I., Pharrell**

użytkownik: Robi...



**MACKLEMORE &**



Źródło zdjęcia:  
<http://upload.wikimedia.org>



# Reklama – jak to zrobić..?

- W skrócie
- W praktyce

# Case study: reklama



# Social Media (media społecznościowe)

- Portale społecznościowe
- Blogi i mikroblogi
- Wikis





# Portale społecznościowe

- Wymiana informacji (Infotainment)
- Rekomendacja
- Przenoszenie życia realnego do świata wirtualnego
- Budowanie relacji (i czerpanie z nich zysków)
- Syndrom FOMO
- Reklama w portalu społecznościowym – typy konwersji

- <http://www.facebook.com>

- <http://www.youtube.com/dashboard>



Źródło zdjęcia:

<http://pozycjoner.blogujacy.pl>

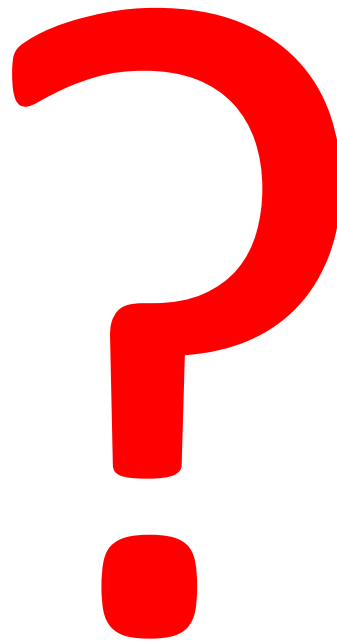
# Case study: portale społecznościowe

Nazwa	Lubi to (osób)	Mówi o tym (osób)	Adres
H&M	14.989.935	188.111	<a href="https://www.facebook.com/hm">https://www.facebook.com/hm</a>
ZARA	18.652.416	87.379	<a href="https://www.facebook.com/Zara">https://www.facebook.com/Zara</a>
Vogue	4.100.784	75.877	<a href="https://www.facebook.com/vogue">https://www.facebook.com/vogue</a>
Chanell	7.818	91	<a href="https://www.facebook.com/pages/Chanell/180928475270080?fref=ts">https://www.facebook.com/pages/Chanell/180928475270080?fref=ts</a>
Serce i Rozum	1.944.152	23.637	<a href="https://www.facebook.com/serceirozum?fref=ts">https://www.facebook.com/serceirozum?fref=ts</a>

# Blogi i mikroblogi

- Cel prowadzenia a cel czytania bloga
- Rodzaje publikowanych treści
- Blog  $\neq$  strona firmowa
- Blog wewnętrzny a blogi zewnętrzne
- Tworzenie treści – osoby, terminy, komentarze
- [www.blogger.com](http://www.blogger.com)
- [www.twitter.com](http://www.twitter.com)
- <http://www.makelifeeasier.pl/>

# Case study: blogi i mikroblogi





# Innowacje...

- Viral marketing, czyli marketing wirusowy
- Guerilla marketing, czyli marketing partyzancki
- Po co i dlaczego..?
  - Buzz
  - Świadomość marki
  - Rachunek prawdopodobieństwa





**PRZYKŁADY...**




# Case study: działania innowacyjne

- [Reklama 1](#)
- [Reklama 2](#)
- [Reklama 3](#)
- [Reklama 4](#)




## Działać kompleksowo, czyli e-komunikacja 360 stopni

- Case Study: [Answear.com](http://Answear.com)
- Problem: wprowadzenie nowej marki do Internetu
- Pomysłodawca: Krzysztof Bajolek
- Cele: zbudowanie dobrze rozpoznawalnej marki sklepu odzieżowego



## E-komunikacja 360 stopni 1/4


- Rozwiązania na stronie www:
  - Pełna dostępność oferowanego towaru
  - Maksymalnie uproszczone procedury zakupu (bez rejestracji, logowanie przez Facebook Connect), zwrotu i wymiany.
  - Przyjazne wyszukiwarki, rozbudowane filtry, podział na kategorie
  - Profesjonalny visual merchandising (seria zdjęć packshotowych, gotowe stylizacje, filmiki z wybiegu)
  - Szczegółowe opisy (w tym skład materiałów)
  - Precyzyjne tabele rozmiarów.



## E-komunikacja 360 stopni 2/4

- Rozwiązania na stronie www:
  - Szeroki wachlarz możliwości kontaktu z konsultantami.
  - FAQ na stronie
  - Button „SALE” na pierwszej stronie
  - Zakładka „Outlet”
  - Natychmiastowa prezentacja pełnej oferty
  - Wyprzedaże promowane sezonowo
  - Cotygodniowy newsletter z informacjami o okazjach i ofertach specjalnych
  - Zapisanie się daje dostęp do „Vip Sale” i rabatu powitalnego (30zł)





## E-komunikacja 360 stopni 3/4

- Dalsze rozwiązania:
  - Dystrybucja..? Przesyłka – 9,90zł lub gratis
  - Aktywny kanał na youtube.com
  - Konkursy... np.: NajmodniejszeButy.pl (zdjęcia, dużo nagród, uproszczenie zasad)
  - Mailing i newslettery
  - Reklama w wyszukiwarkach i sieci partnerskiej (Model PPC)
  - Integracja z Facebookiem



SIMPLE<sup>®</sup>  
CREATIVE PRODUCTS



Lata 60. w nowoczesnym wydaniu. Teraz jeszcze więcej produktów w lepszych cenach

SPRAWDŹ »



DIESEL

Papa Jeans  
LONDON

G-STAR RAW

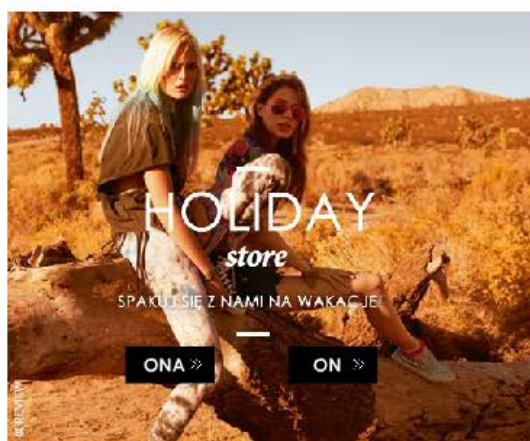
Desigual

MANGO

Calvin Klein Jeans

CONVERSE

HILFINGER  
DENIM



SPAKUJ SIĘ Z NAMI NA WAKACJE!

ONA »

ON »



Bielizna dla niej i dla niego

BO NIGDY NIE WIESZ,  
JAK SKOŃCZY SIĘ DZIEŃ ;)

ONA »

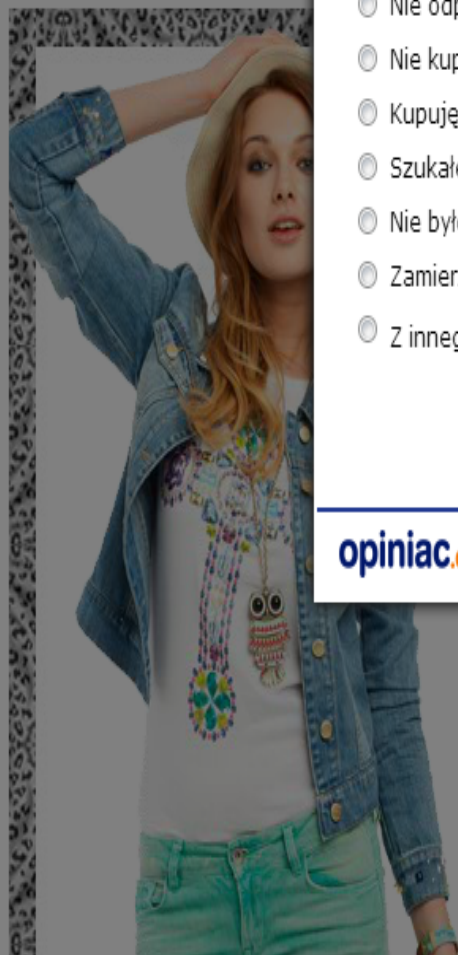
ON »





answear.club Najlepiej lojalnie

ONA | ON | MARK



answear.com  
UNLIMITED FASHION STORE



Zapraszamy do anonimowego wypełnienia ankiety, która pomoże usprawniać nasze strony.

**Widzimy, że zdecydowałeś/ąs się opuścić ANSWEAR.com bez dokonania zakupów.  
Pomóż nam się zmieniać na lepsze i odpowiedz dlaczego:**

- ☐ Nie znalazłem żadnego interesującego mnie produktu
- ☐ Nie odpowiada mi poziom cen w sklepie
- ☐ Nie kupuję ubrań i butów w internecie
- ☐ Kupuję w innych miejscach
- ☐ Szukałem tylko inspiracji
- ☐ Nie było mojego rozmiaru
- ☐ Zamierzam tu wrócić i być może coś kupię
- ☐ Z innego powodu. Jakiego?

Zakończ ankietę

opiniac.com [O nas](#) | [Polityka prywatności](#)

Zaloguj | Załóż konto

prod. za 0,00 zł | Schowek: 0

Stan konta ANSWEAR.Club: 0 zł

nazwy lub kodu produk



do  
-40%

# 50

WYBIERZ I WYGRAJ NAJMODNIEJSZĄ PARĘ BUTÓW !

## PAR BUTÓW DO WYGRANIA CO MIESIĄC !!!

NAGRODY ZAPEWNIĄ **answer.com**

♀ BUTY DLA NIEJ

♂ BUTY DLA NIEGO

**BRONX**



Baleriny

f Udostępnij

WYBIERAM

**Pepe Jeans**  
LONDON



Baleriny

f Udostępnij

WYBIERAM

**PUMA**



B. Karlie Ballet

f Udostępnij

WYBIERAM

**melissa**



B. M. Marine

f Udostępnij

WYBIERAM

**melissa**



B. M. Marine

f Udostępnij

WYBIERAM

**melissa**



Baleriny Ultragirl

f Udostępnij

WYBIERAM





Wygodne czy Sexy? Wybierz i wygraj jedną z 50 par:  
[http://bit.ly/najmodniejsze\\_buty](http://bit.ly/najmodniejsze_buty)



# Newsletter...

- [Mailing i newslettery](#) - wykorzystanie








# Reklamy a społeczności

- [Reklama 1](#)
- [Reklama 2](#)



## E-komunikacja 360 stopni 3/3

- Rezultat:
  - Firma 2011 roku w Internecie
  - Nagroda Retail Marketing Awards dla najlepszego sklepu w branży mody



# **PODSUMOWANIE I PYTANIA**



Dziękuję za uwagę.

Beata Gotwald