

PŘÍPADOVÁ STUDIE

**Za oponou B2B marketingu služeb:
Co v praxi funguje a jak na to**

ZADÁNÍ

- **Firma:**
Služby jako řemen

CÍLE

- **Akvizice nových zákazníků:**
Nyní 2-3 poptávky = 10-5 / měsíc = 30% kontrakt
= 3-5 kontraktů
- **Budování brandu v cílové skupině**

SPOLUPRÁCE

- **Tvorba dlouhodobé marketingové strategie**
- **Realizace marketingových aktivit
s aktivním přispěním vedení a obchodního týmu**



Tvorba marketingové strategie

Zákazník/potřeba/produkt

CÍLOVÁ SKUPINA:

- Firmy od 5 do 200 zaměstnanců
- Vybrané obory a zaměření
- Majitel firmy
(od 5 do 5 zaměstnanců),

Výkonný ředitel,

Obchodní ředitel
(od 50 do 200 zaměstnanců)
- Hodnocení zákaznických skupin A-D: určení relevantnosti
- Potřeba - co zákazník řeší, typické otázky, problémy, námitky (obchodník, firma)

PRODUKT/SLUŽBA

- Produkt/služba
definice, USP, copy
- Cena, marže
- Užití
jednorázová, opakující se
- Zde služba pro B2B
- Průměrná hodnota zakázky:
60 000–100 000 Kč měsíc
- Frekvence/průměrná doba spolupráce
2–3 roky

Komunikační mix / potenciál

ZVOLENÝ KOMUNIKAČNÍ MIX:

- Web a organická návštěvnost
- PPC do doby než zafunguje organická
- LinkedIn tvorba cílové skupiny (sítě)
- LinkedIn tvorba obsahu (stěžejní síť)
- Facebook – text, články
- YouTube, TikTok, Instagram – fotky, videa

- Telemarketing na jinak nedosažitelné kontakty
- Seeky.cz (vytěžení telefonicky, skrze LinkedIn)
- Poptávky.cz (chtěli zachovat, testujeme)
- Oborové živé akce
- Obsah viz Publikační plán

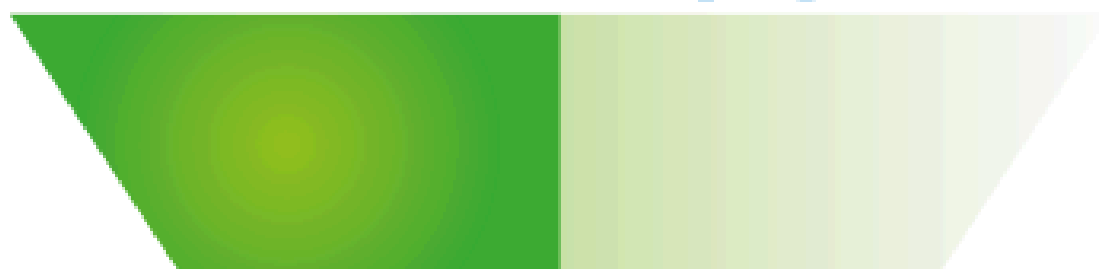
Komunikační mix / potenciál

DOSAŽ



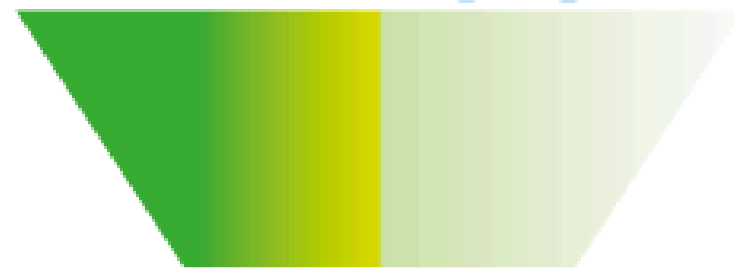
Kolik potenciálních zákazníků jsme schopni daným kanálem zasáhnout?

REAKCE (%)



Kolik ze zasažených pot. zákazníků zareaguje na sdělení/komunikaci (prostor pro zlepšení)?

AKCE (%)



Kolik z reagujících učiní požadovanou akci (zde domluvení setkání)?

KONVERZE (%)



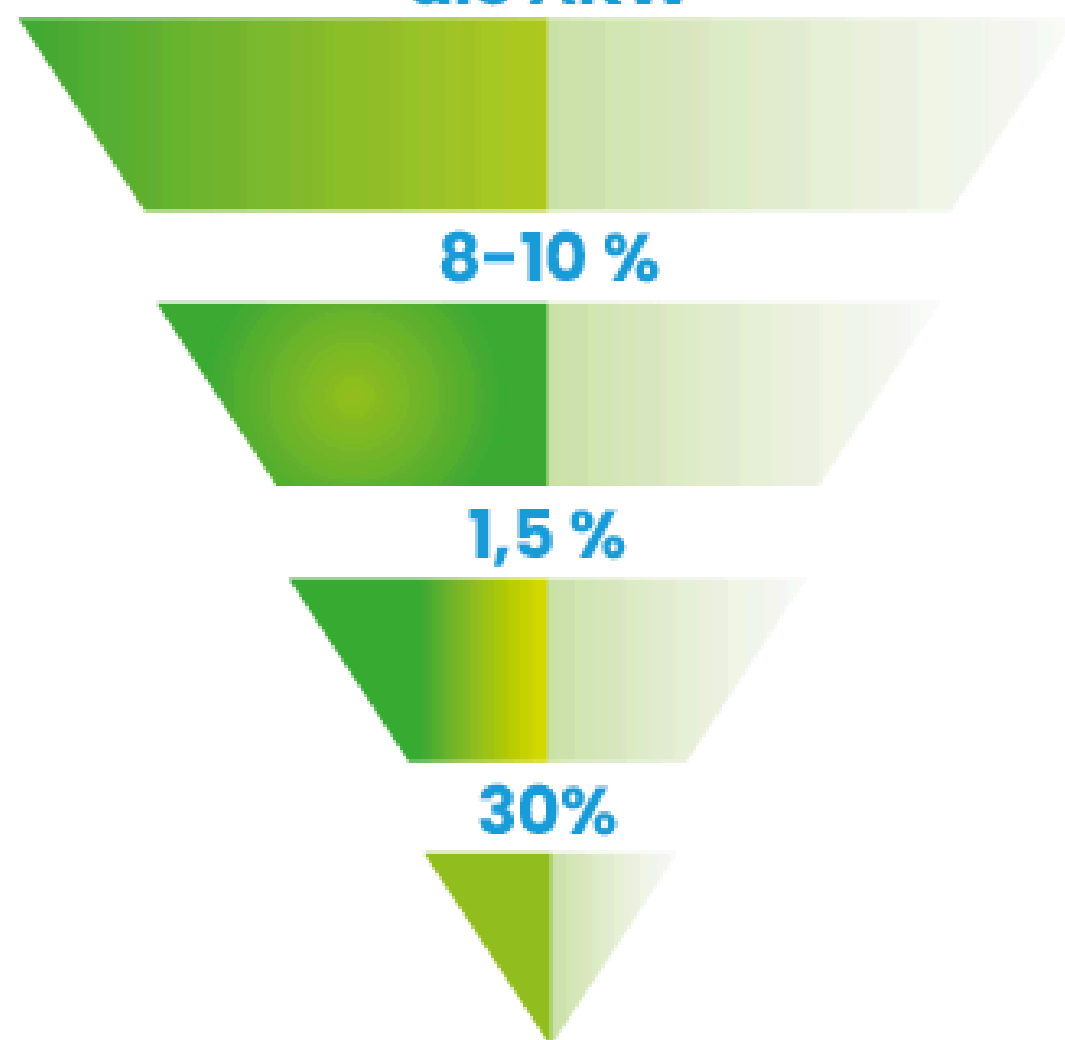
Z kolika poptávek se stane kontrakt?

V každé fázi se dá dosáhnout zlepšení.

Komunikační mix/potenciál

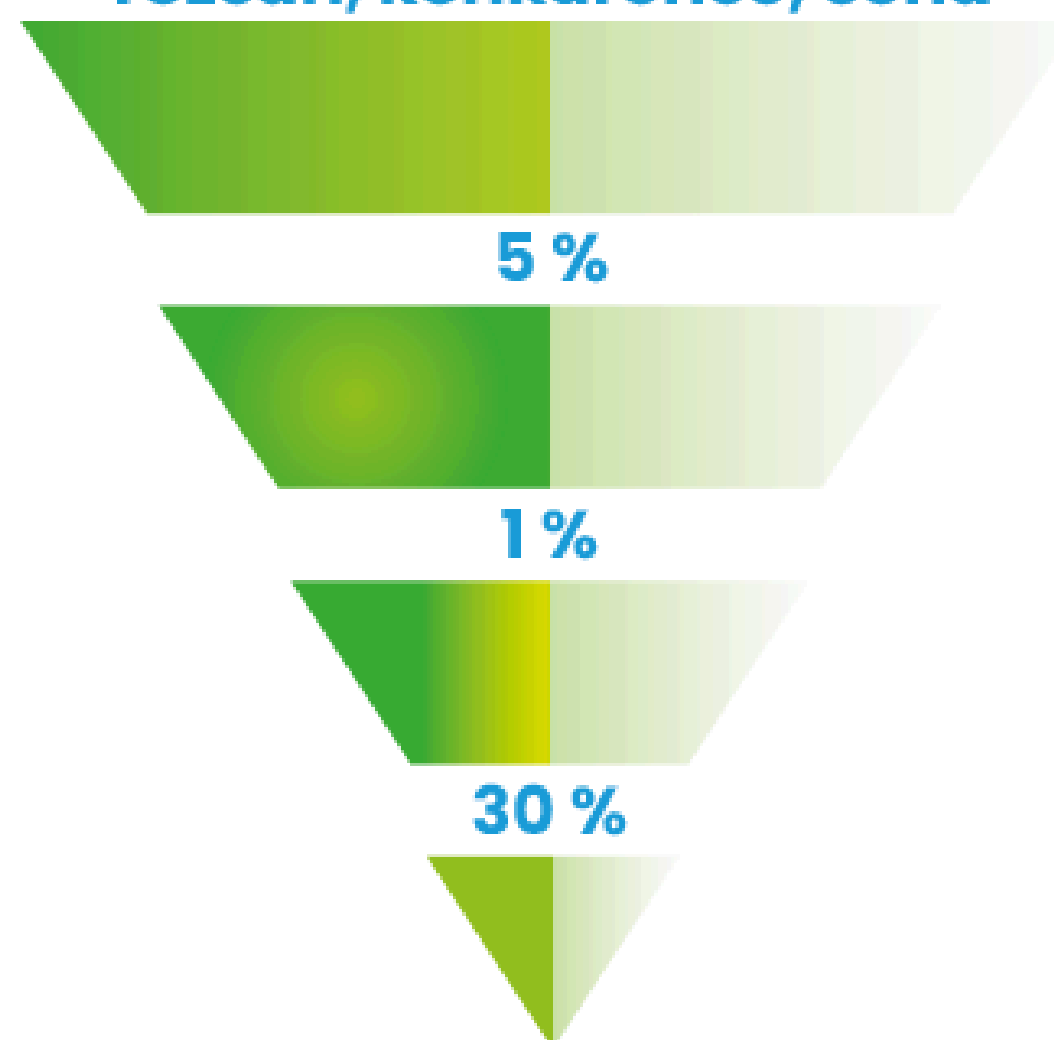
ORGANICKÁ VYHLEDÁVÁNÍ

dle AKW



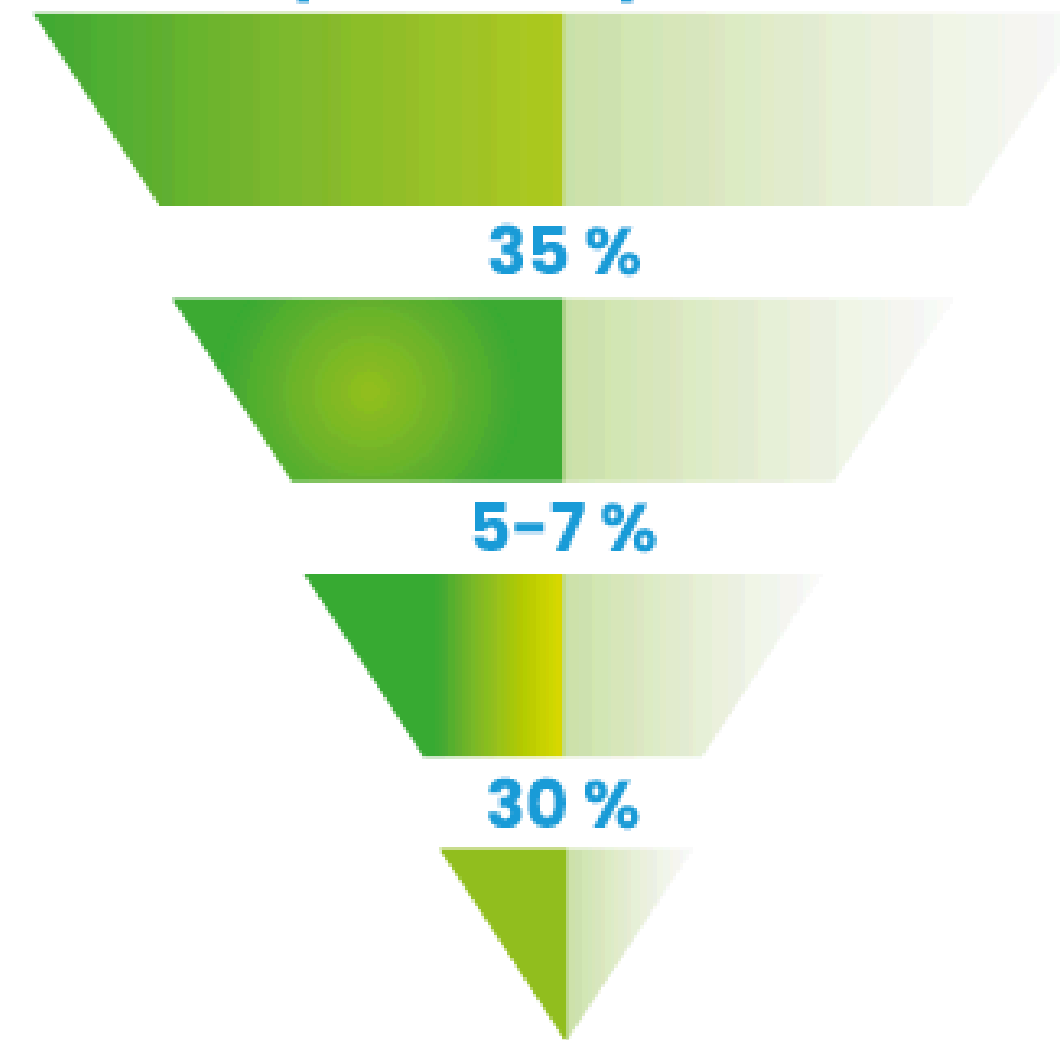
PPC

rozsah, konkurence, cena



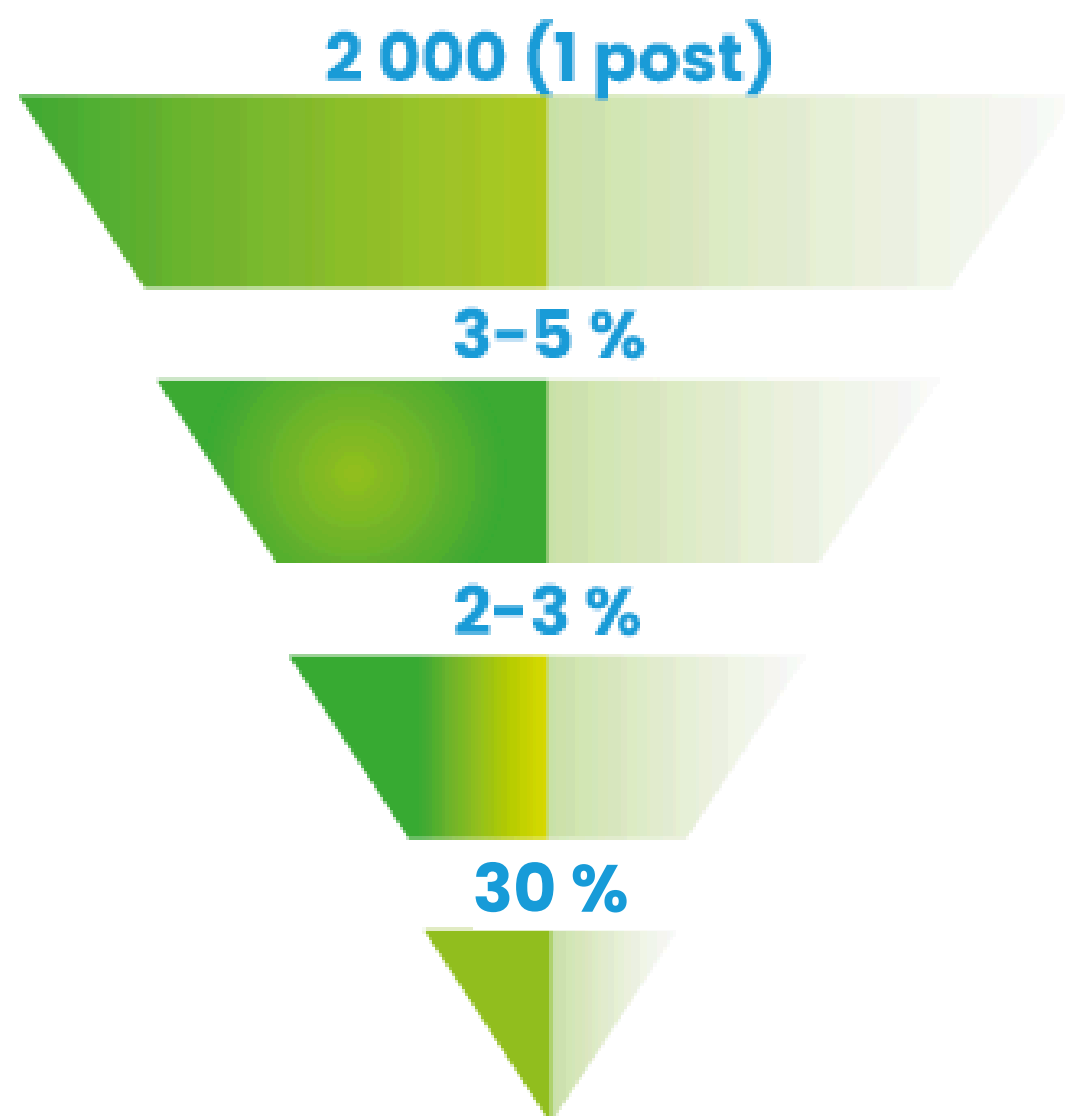
LINKEDIN SÍŤ

obor, lokalita, velikost,
pracovní pozice

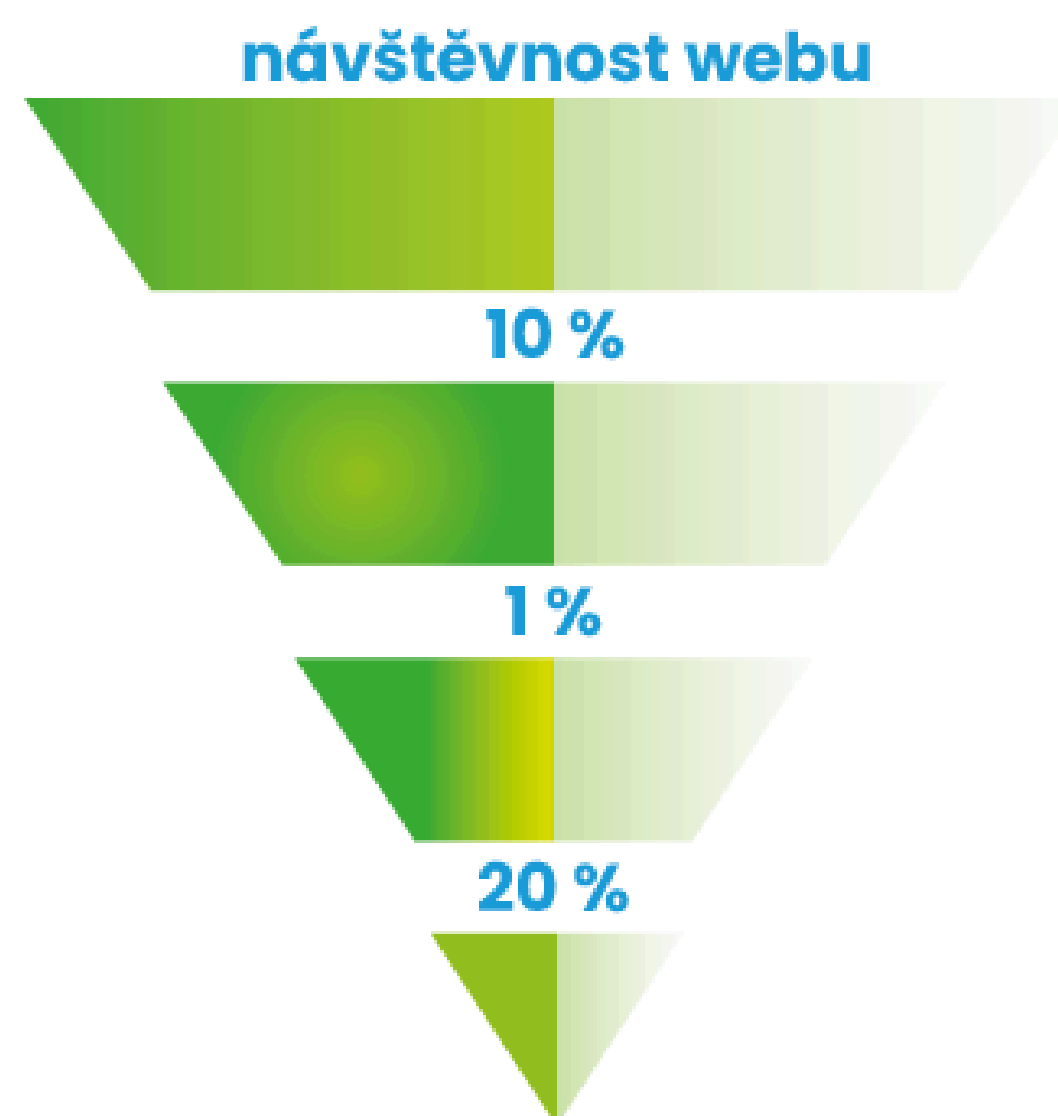


Komunikační mix/potenciál

LINKEDIN OBSAH



SEEKY

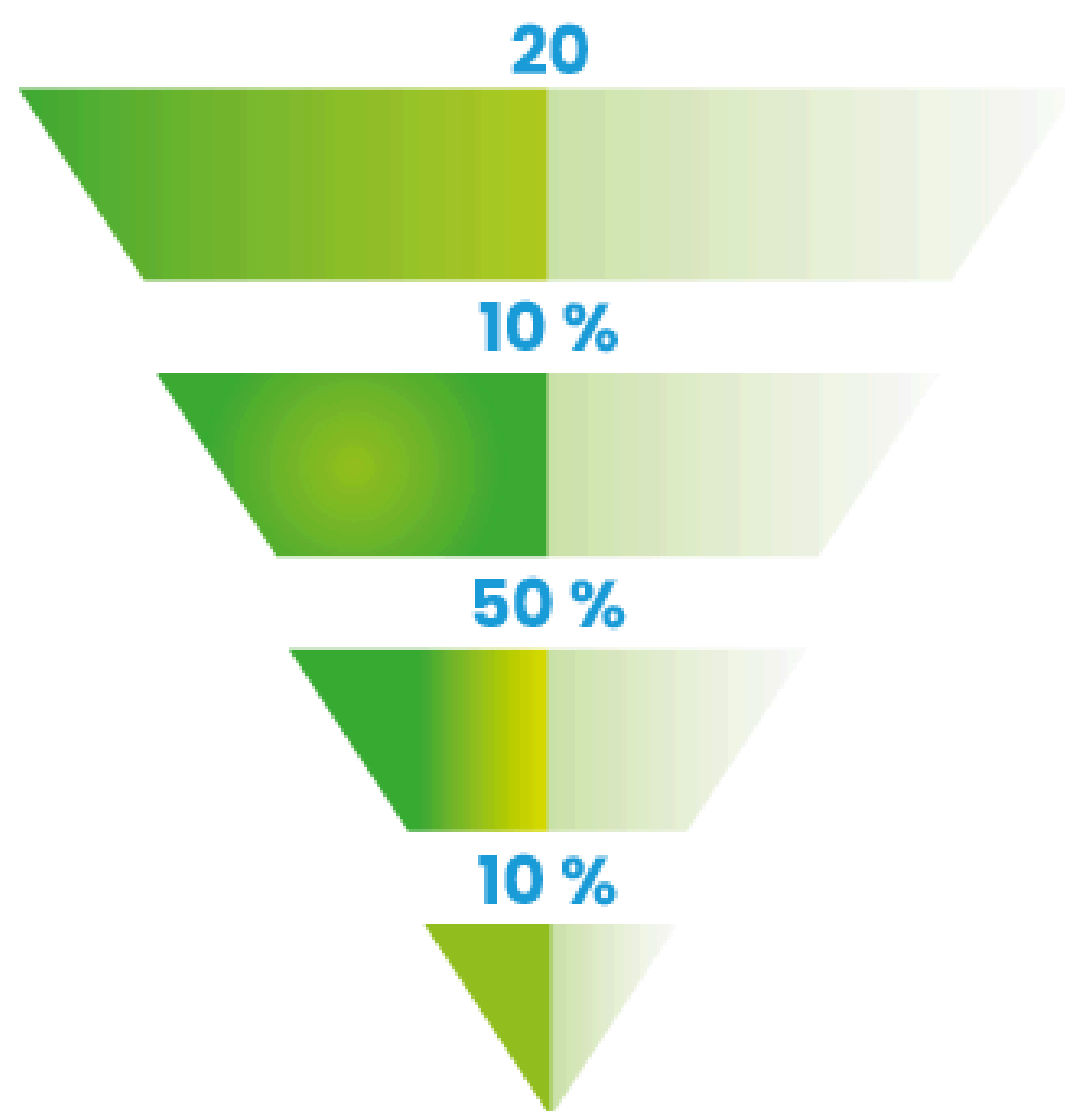


TELEMARKETING

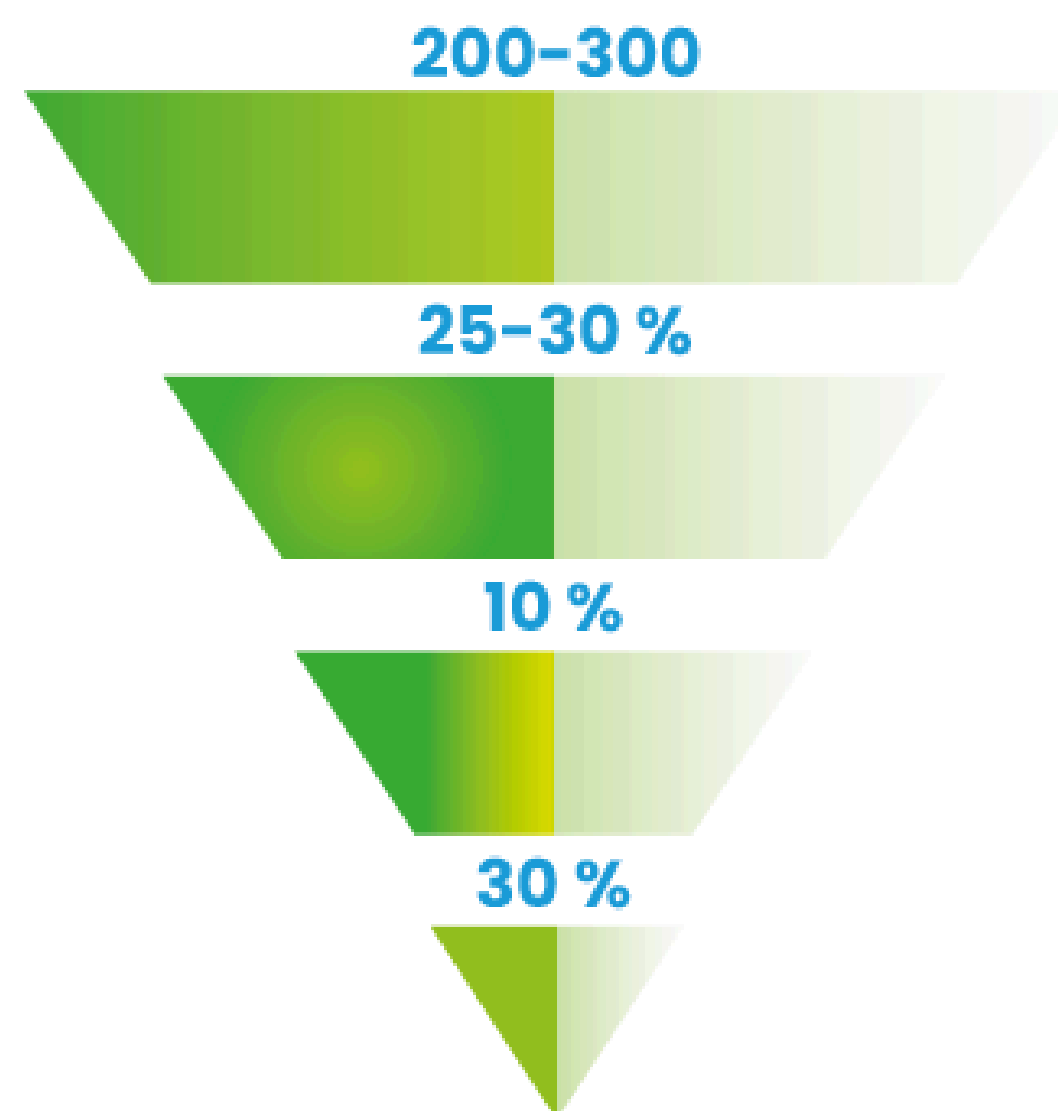


Komunikační mix/potenciál

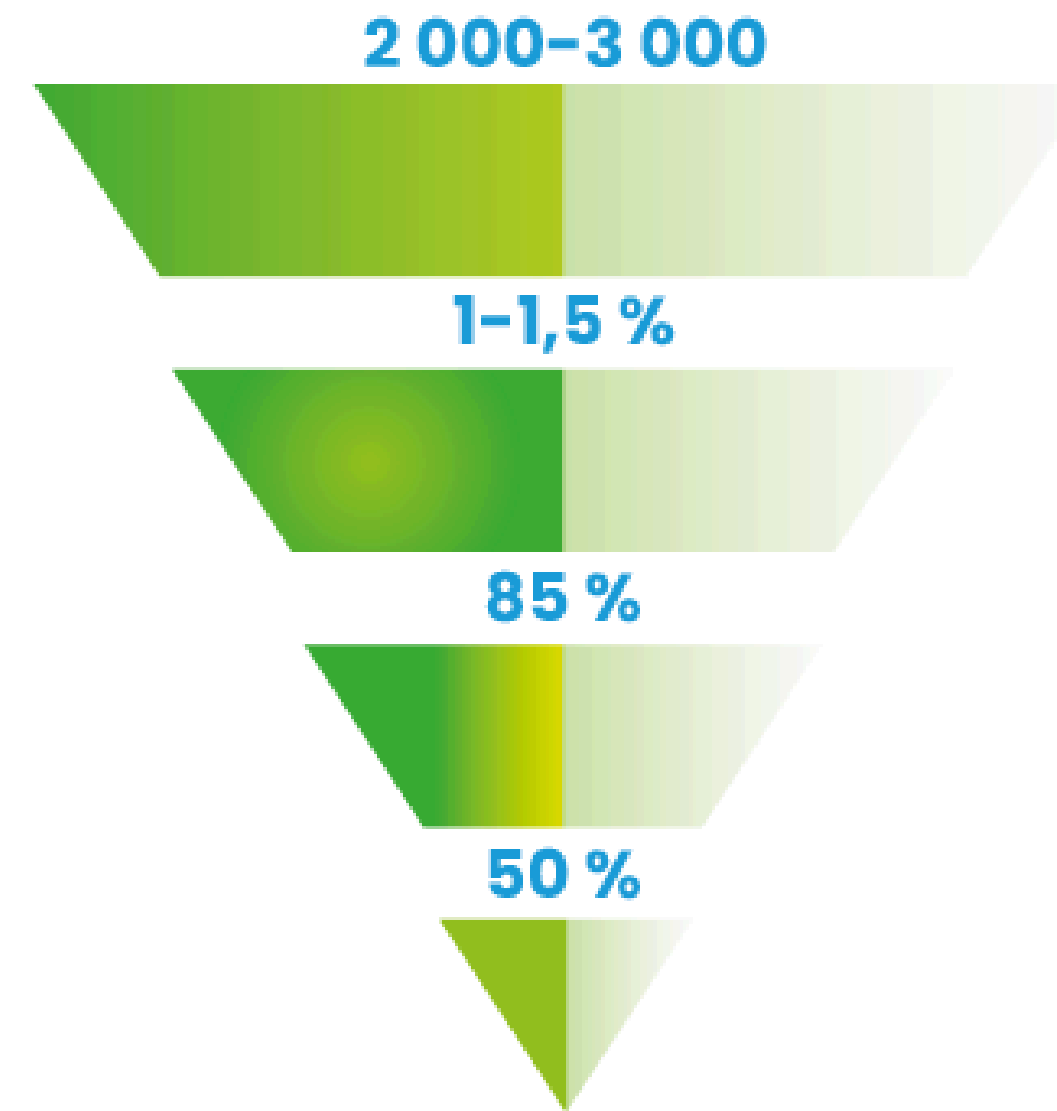
Poptávky.cz



ONLINE VYSÍLÁNÍ



ŽIVÁ SETKÁNÍ



V každém kanálu se dá dosáhnout výrazného zlepšení – obsah, kreativa, čas. Vytrvat a testovat!

Publikační/obsahový plán

- Obchodník nosí „problémy“, námitky, současná témata, dlouhodobá témata.
- Marketér je zpracovává do formy, testuje co rezonuje a pouští je „ven“.

- Co budeme v daném kanálu komunikovat?
(web, blog, sítě, e-mail, PPC, telemarketing...)
- Jaké témata rezonují?
(obchodník)

- Jaké formáty použijeme?
(posty, články, videa, case studies, rozhovor, online vysílání, živé setkání, telefonát, dopis....)

- Sezónnost?
- AKW
- Situace na trhu?

Akční plán/termíny /rozpočet/odpovědnost

- Co budeme každý měsíc dělat?
- Kdo bude odpovědný?
- Kdy se to bude dělat?
- Kolik času nás to bude stát?
- Kolik peněz nás to bude stát v rozpočtu?
- Kolik jsou rozpočty třetích stran?
- Jak to budeme měřit?
- Kdy to budeme vyhodnocovat?

**A stále dokola zlepšujeme,
nahrazujeme, přesunujeme,
vylepšujeme – vytrváme!**

Akční plán/termíny/rozpočet/odpovědnost

AKTIVITY MĚSÍČNĚ/ČTVRTLETNĚ

- 2 články na blog (AKW)
- 1 případová studie nebo webinář
- PPC na slova, kde nejsme nahoře:
Vyhledávačka
- LinkedIn
2 profily
Rozšiřování sítě a 400 osob
- LinkedIn, Facebook
8 postů, 4 videa, 2 články
- YT, TikTok, Instagram
4 videa, 4 posty
- Telemarketing
100 kontaktů, které nejsou
k dispozici jinde (interní obchodníci)
- Živá akce
1 x 4–6 měsíců

TERMÍNY

- 1.–4. týden v měsíci



ODPOVĚDNOST A ČASOVÁ NÁROČNOST

- 50 hodin marketér
- 4 hodiny klient – obsahy, webinář, videa
- 2 hodiny klient, obchodník, marketér – report

ROZPOČTY

- Marketér cca 50 000 Kč (interní či externí)
- LinkedIn 3 000 Kč
- PPC 5 –10 000 Kč

Metriky

KOMUNIKAČNÍ KANÁL	METRIKY	NÁSTROJE
Organika	Hledanost, proklik, cena za proklik, konverze	Collabim.cz, Google Analytics, Search konzole
PPC	Zobrazení, proklik (CTR), cena (CPA) konverze	Sklik, AdWords, Google Analytics
LinkedIn budování sítě	Oslovení, připojení, cena (CPA), konverze	LinkedIn profil, Sales Navigator
LinkedIn obsah	Zásah (zobrazení), akce (reakce, komentář, zpráva), cena (CPA) konverze	LinkedIn profi statistiky
Události online i živé akce	Počet pozvaných, registrovaných, účastníků, konverzí	Registrační formuláře web i jiné místo, včetně štítků

Metriky/reporting










KONTAKT	ZDROJ	PŘÍLEŽITOST	ZDROJ	KONTRAKT	ZDROJ
Počet kontaktů/ leadů	Web, reference, LinkedIn, telemarketing, živá akce, webinář, ...	Počet rozjednaných zakázek	Web, reference, LinkedIn, telemarketing, živá akce, webinář, ...	Počet kontraktů	Web, reference, LinkedIn, telemarketing, živá akce, webinář, ...

Vyhodnocení aktivit v B2B je vždy záležitost spolupráce obchodu a marketingu.

Metriky

KOMUNIKAČNÍ KANÁL	METRIKY	NÁSTROJE
Telemarketing	Počet kontaktů, počet spojení, setkání, kontrakt	CRM
Seeky	Počet kontaktů, využitelnost kontaktů, kontakt, konverze	Seeky, CRM
Ostatní obchodní aktivity		Zejména CRM

Interpretace výsledků

ZDROJ	POPTÁVKY	KONTRAKTY	ÚSPĚŠNOST	
Web (organika) + PPC	37	7	18 %	 posílit
LinkedIn	18	5	26,7 %	 posílit
Reference	6	4	65 %	 posílit
Telemarketing	33	2	7 %	 optimalizovat
Webinář a živá akce	8	2	25 %	 posílit
Poptávky.cz	12	0	0 %	 utlumit
CELKEM	40 - 60/107 	12 - 20/20 	14,32 % 	optimalizovat

Výsledky od 8. do 12.
měsíce spolupráce.

Potřebujete marketingovou strategii?

Rádi pomůžeme. Napište nám na
Jana@malamarketingova.cz