

## Skuteczna promocja firmy w Internecie

### Krótko o nas

NETCENTRICA jest młodą, dynamicznie rozwijającą się firmą usługową działającą na rynku IT i telekomunikacyjnym. Od początku istnienia stawiamy na wdrażanie najnowszych technologii zgodnych ze światowymi tendencjami i standardami. Działalność na pograniczu dwóch różnych, ale pokrewnych rynków daje nam możliwość dostarczenia naszym klientom unikalnych rozwiązań.

Oferowane przez nas usługi informatyczne obejmują tworzenie oprogramowania na indywidualne zlecenie klienta, głównie aplikacji internetowych i bazodanowych, projektowanie strony WWW, pozycjonowanie i marketing w wyszukiwarkach i portalach.

Nasza oferta usług telekomunikacyjnych obejmuje tworzenie systemów obsługi infolinii, rozwiązania Call-Center dla małych i średnich firm, programowanie centralk PBX, systemy IVR, tanią telefonię internetową VIP i oprogramowanie billingowe.

### Dlaczego my?

Kładziemy szczególny nacisk na jakość i innowacyjność wykonywanych przez nas usług. Staramy się, aby nasi klienci mieli poczucie, że dobrze zainwestowali każdą złotówkę, a uzyskana przewaga technologiczna pozwoliła wyprzedzić im konkurencję.

Wszystkie powierzone nam projekty realizowane są przez osoby zawodowo związane z informatyką lub telekomunikacją, magistrów i inżynierów ze specjalistycznym wykształceniem kierunkowym – to bardzo ważne w dobie zalewania rynku przez oferty osób "przyuczonych" do zawodu.

Mamy nadzieję, że wysoką jakością i przystępnymi cenami uda się nam nawiązać owocną i długotrwałą współpracę.

Zapraszamy do zapoznania się z naszą ofertą zawartą na dalszych stronach broszury.

## Dlaczego warto promować się w Internecie?

*„Jeżeli nie ma Cię w Google, to nie istniejesz” – Bill Gates*

Internet jest wysoce skutecznym miejscem promocji produktów i usług firm działających praktycznie we wszystkich gałęziach gospodarki. Potwierdzeniem tego stwierdzenia mogą być proste fakty: w 2006 roku wydatki reklamodawców na promocję w Internecie przekroczyły 300 milionów złotych, liczba internautów w Polsce stale rośnie i w chwili obecnej przekracza 10 milionów osób. Systematyczna popularyzacja tanich łączy szerokopasmowych powoduje średni przyrost liczby internautów na poziomie około 12% rocznie. Taka rzesza użytkowników sieci przekłada się wprost na wyniki firm promujących swoje usługi i produkty online – w roku 2006 obroty w sektorze handlu i usług przekroczyły 3,1 mld złotych stanowiąc już 1% obrotów detalicznych w Polsce.

W świetle tych danych należało by raczej zadać pytanie:

### **Czy stać Cię na to, żeby nie promować się w Internecie?**

W chwili obecnej nie ma innej możliwości a reklama w Internecie nie jest już ekstrawagancją firm z sektora nowych technologii, tylko jednym z podstawowych narzędzi budowania marki i nawiązywania nowych kontaktów z klientami.

Nie bez znaczenia jest też fakt, że umiejętnie prowadzone działania promocyjne w Internecie mogą być o wiele bardziej efektywne kosztowo w stosunku do działań podejmowanych w tradycyjnych mediach. Wynika to z faktu możliwości lepszego dostosowania treści reklamowej do poszczególnych grup odbiorców i form przekazu reklamowego.

Precyzyjne targetowanie, czyli kierowanie odpowiednich treści do wybranych osób powoduje, że reklama staje się wielokrotnie bardziej skuteczna od emitowanej masowo. Tylko w Internecie można określić tak wąskie kryteria i szczegółowe warunki emisji reklamy, jej umiejscowienia, formy, treści czy profilu socjologicznego odbiorców, aby zapewnić dostarczenie przekazu dokładnie do tych osób, na których zależy reklamodawcy.

Dzięki precyzyjnemu docieraniu do wybranych odbiorców można lepiej wykorzystać budżet przeznaczony na promocję, co jest nie bez znaczenia w wypadku małych i średnich przedsiębiorstw, które nie dysponują wielomilionowymi kwotami.

## Nasza oferta

Bazując na kilkuletnim doświadczeniu w promocji serwisów internetowych firm z różnych branż możemy zaoferować skuteczną i kompleksową obsługę w tym zakresie:

- Analiza potrzeb Klienta
- Określenie celów biznesowych, którym służyć ma promocja firmy w Internecie
- Rozpoznanie rynku i konkurencji
- Opracowanie strategii promocji
- Określenie grup odbiorców przekazów reklamowych
- Wybór miejsc, formatów, nośników i sposobów emisji reklam
- Instalacja zaawansowanego systemu statystyk odwiedzin strony Internetowej
- Umieszczenie reklam w bezpłatnych katalogach i serwisach branżowych
- Umieszczenie i zarządzanie emisją reklam płatnych
- Analiza skuteczności poszczególnych form reklamy: eliminacja nieskutecznych, wzmacnianie najlepszych
- Analiza wskaźników biznesowych: ROI, CPC, CTR
- Raporty okresowe zawierające szczegółowe wyniki działań promocyjnych i poniesionych nakładów finansowych z podziałem na typy i umiejscowienie reklam

## Zakres działań promocyjnych

- Reklama w katalogi i strony branżowych lub tematycznie związanych z działalnością reklamodawcy lub profilem zainteresowań grupy docelowej
- Reklama w portalach i wortalach
- Reklama na forach i grupach dyskusyjnych
- Reklama w porównywarki produktów i usług
- Treści reklamowe w serwisy opiniotwórcze i zawierających recenzje produktów lub usług
- Wyniki zapytań do wyszukiwarek internetowych i katalogów stron
- Sieci reklam kontekstowych
- Mailing do wyselekcjonowanych grup docelowych
- Programy partnerskie i afiliacyjne

## Formaty reklamy

- Tekstowa – boksy reklamowe, linki i artykuły sponsorowane, mailing
- Graficzna – bannery, zdjęcia
- Animacje – animacje GIF, interaktywne animacje Flash
- Promocyjne materiały Video
- Nośniki niestandardowe – product/service placement w grach online, e-zinach, blogach

## Skuteczność marketingu internetowego

Zaawansowane metody targetowania i analizy skuteczności prowadzonych kampanii pozwalają bardzo skutecznie zarządzać procesem promocji. Dostępne on-line, aktualizowane w czasie rzeczywistym statystyki umożliwiają szybkie wprowadzanie zmian i reagowanie na sposób odbioru reklamy przez klientów. Zarządzanie kampaniami w sposób skuteczny i efektywny wymaga zaangażowania czasu i specjalistycznej wiedzy w tym zakresie.

### Możliwe sposoby targetowania

- Kraj, region, miasto – tzw. geotargetowanie
- Język używany przez grupę docelową
- Profil społeczny: wiek, płeć, wykształcenie, zawód, zainteresowania
- Targetowanie behawioralne – kierowanie reklam na podstawie analizy zachowań
- Parametry techniczne – np. szybkość/rodzaj łącza internetowego, system operacyjny, przeglądarka internetowa, rozdzielczość ekranu

### Rodzaje rozliczeń z reklamobiorcami

Skuteczność reklamy w Internecie wiąże się też z elastycznym podejściem reklamobiorców co do sposobu rozliczeń za emisję i obsługę reklam. Na szczególne wyróżnienie zasługuje fakt, że większość przekazów płatna jest w modelu PPC (Pay Per Click, płatność za kliknięcie), czyli tylko w wypadku kiedy reklama zainteresuje potencjalnego klienta.

- PPC (Pay per Click) – płatność za kliknięcie przez klienta w reklamę, odnośnik zazwyczaj prowadzi do strony internetowej reklamodawcy
- PPC (Pay per Call) – nowy model rozliczeń wprowadzony ostatnio przez największe polskie portale. W wynikach wyszukiwania skojarzonych z danym słowem kluczowym wyświetlany jest boks reklamowy zawierający slogan i numer telefonu np. numer typu 0800/0801. Osoba dzwoniąca pod podany na stronie numer zostanie automatycznie połączona z ustalonym wcześniej numerem telefonicznym reklamodawcy. Rozliczenie następuje wyłącznie za zrealizowane połączenia telefoniczne, brak opłat za wyświetlanie reklamy
- CPM (Cost per mille) – współczynnik stosowany w wypadku płatności za liczbę emisji reklamy, oznacza koszt za dotarcie do 1000 klientów
- CPC (Const per Conversion) – stosowany w wypadku programów partnerskich i afiliacyjnych, oznacza koszt ponoszony przez reklamodawcę w wypadku wystąpienia konwersji czyli zaistnienia określonej, pożądanej przez niego reakcji odbiorcy reklamy np. dokonanie zakupu w sklepie on-line lub rejestrację na stronie internetowej reklamodawcy (podanie danych osobowych). Koszt konwersji jest prowizją reklamobiorcy i może stanowić procent od wartości zawartej transakcji lub stałą ustaloną kwotę.

## Model współpracy

Stosujemy przejrzysty sposób rozliczeń: klient zlecający nam promocję swojej firmy w Internecie ponosi następujące koszty:

1. Opłata jednorazowa za przeprowadzenie procesu analizy potrzeb i celów oraz opracowanie strategii promocji
2. Opłata za emisję reklam przez wybranych reklamobiorców
3. Prowizja od wartości wyemitowanych w danym okresie rozliczeniowym reklam stanowiąca nasze wynagrodzenie z tytułu zarządzania kampaniami

Nasza firma pośredniczy we wszystkich kontaktach a także rozliczeniach z reklamobiorcami. Klient określa minimalną i maksymalną wysokość środków przeznaczonych na promocję w danym okresie rozliczeniowym lub całym czasie obowiązywania umowy. Pozwala to dopasować formy reklamy do posiadanych przeznaczonych na nią funduszy. Należności za wyemitowane reklamy i opłata za zarządzanie kampaniami pobierana jest w cyklach miesięcznych na podstawie wystawionej faktury VAT. Rozliczenia z nowymi klientami wykonywane są na zasadzie przedpłaty.

Miesięczne koszty emisji reklam	Opłata za obsługę
500–1.000 zł	30%
1.000–2.000 zł	25%
2.000–5.000 zł	20%
5.000–10.000 zł	15%
powyżej 10.000 zł	do negocjacji

Kwoty i stawki netto. Jednorazowa opłata startowa uzależniona jest od charakterystyki branży i indywidualnych potrzeb Klienta.

### Gwarancja skuteczności – płatność tylko za efekty

Przed rozpoczęciem emisji reklam na stronach internetowych Klienta instalowany jest system analizy statystyk odwiedzin. Na podstawie zebranych przez system danych przygotowany zostanie raport zawierający informacje o liczbie odwiedzin przed rozpoczęciem działań promocyjnych. Dopiero po zgromadzeniu danych początkowych (zazwyczaj 7 dni), rozpoczynamy działania promocyjne. Po zakończeniu okresu rozliczeniowego przedstawiamy raport z uzyskanych efektów.

Gwarantujemy zwiększenie liczby odwiedzin na stronie w stosunku do okresu poprzedzającego rozpoczęcie działań promocyjnych. Jeżeli cel nie zostanie osiągnięty, to nie pobieramy żadnej opłaty.