

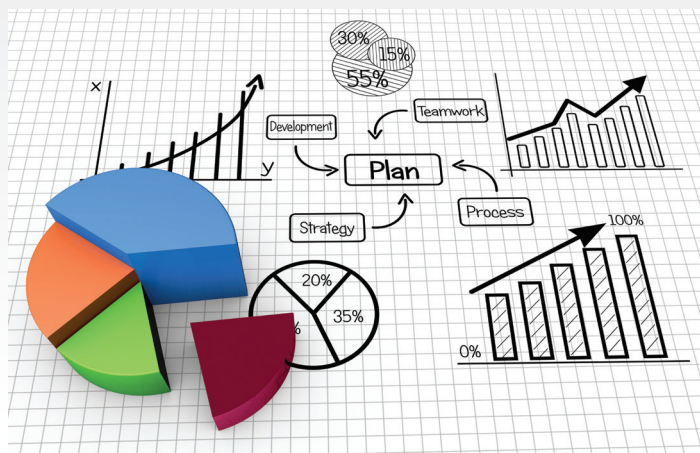
Referenční příběh e-shopu Autodily-Jama.cz Marketingové služby

Firma Marek Zvolánek od roku 1995 poskytuje kvalitní služby v oblasti servisu osobních a dodávkových vozů a zabývá se prodejem autodílů ve vlastní prodejně v Bílině. Ve svém působení je velice dobře zavedená a má své stálé zákazníky.

V září 2016 pan Zvolánek spustil nový e-shop autodily-jama.cz, který byl realizován na platformě Reflex Automotive od společnosti eStudio.cz Hradec Králové.

Cílem bylo prosadit se v prodeji autodílů pomocí on-line distribučního kanálu.

Pan Zvolánek intuitivně cítil v on-line prodeji velký potenciál, ale současně i potřebu opřít se o pomoc odborníků při stanovení obchodní strategie. Počáteční absence strategie způsobila složitější rozjezd provozu e-shopu.



Pan Zvolánek si uvědomoval 3 dominantní potřeby:

- Stanovit strategii firmy, zejména východiska pro obchodní činnost a její procesy.
- Učinit účinná opatření pro zvýšení efektivity e-shopu.
- Opřít se o spolehlivého marketingového partnera v dlouhodobé podpoře provozu e-shopu.

Během rutinní komunikace se společností eStudio.cz, uvedené potřeby zmínil a specialisté společnosti zareagovali nabídkou podpory v oblasti marketingu, která obsahovala služby jak strategického marketingu, tak i navazujícího on-line marketingu.

Realizovaná pomoc obsahovala 4 na sebe navazující služby:

Workshop „Východiska pro optimalizaci marketingové filosofie“

- Byly představeny možnosti strategického marketingu při snaze zásadního ovlivnění obchodních výsledků společnosti pana Zvolánka.
- Klient byl seznámen s pojmy, nástroji a procesy strategického marketingu.

Marketingový audit

- Na základě 30 otázek byla sestavena Konfrontační matice, která definovala:
Core Business, cílové skupiny, konkurenční výhodu a rizika pro úspěšný prodej

Byly zpracovány výsledky auditu

- Slovní interpretace Konfrontační matice
- Metodická doporučení pro PRODUKTOVOU politiku
- Metodická doporučení pro CENOVOU politiku
- Metodická doporučení pro DISTRIBUČNÍ politiku
- Metodická doporučení pro KOMUNIKAČNÍ politiku, zejména odvozená sdělení vyjadřující brand a konkurenční výhody pro konkrétní cílové skupiny

Byl vypracován akční plán operativního on-line marketingu

Na základě závěrů marketingového auditu jsme navrhli akční plán operativního on-line marketingu. Při realizaci jsme kladli důraz na komunikaci konkurenčních výhod a podporu brandu zákazníka. Navrhli a realizovali jsme následující aktivity:

- Podpořili jsme brand a zefektivnili jsme komunikaci s cílovými skupinami použitím hlavní konkurenční výhody a odvozených sdělení.
- Posílili jsme pozice e-shopu ve vyhledávacích díky cílenému zaměření obsahu.
- Použitím správných sdělení v PPC reklamě se nám podařilo přivést nové návštěvníky.
- Zajistili jsme rozšíření databáze e-mailů, jako základ pro rozesílání infomailů a pomohli jsme odeslat první infomail.
- Zvýšili jsme viditelnost produktů a počet prokliků ze srovnávačů zboží díky optimalizaci dat odesílaných z e-shopu.
- Pomohli jsme založit doplňkové produkty a kategorie se zaměřením na správné SEO.
- Průběžně pečujeme o efektivní fungování internetové reklamy.

Pan Zvolánek hodnotí služby strategického a operativního on-line marketingu takto: „Výsledky strategického marketingu mě obohatily a poskytly mi nový pohled na firmu, přičemž závěrečná východiska se projevila ve zlepšení výsledků e-shopu. Po každém kroku v takto nastaveném on-line marketingu se projevilo zlepšení. Průběžně se daří zvyšovat i to nejdůležitější a tím je obrat e-shopu. V období slabších měsíců se daří udržet trend z měsíců silnějších, což mě těší, protože dříve tam byl znatelný propad. Spolupráce s eStudio.cz mě znovu utvrdila, že mám spolehlivého partnera, kterého jsem hledal.“