

Секция совместной разработки IV: Рост цифровых продаж & электронной коммерции

Давайте поговорим о цифровых продажах и электронной коммерции

1. Чем является электронная коммерция для вашего предприятия?

2. Зачем инвестировать в цифровые продажи и электронную коммерцию? Какой рост продаж вы ожидаете от цифровых платформ? (определите количество! Например, увеличение на XXX штук ежедневно? В неделю? В месяц?)

3. Есть ли у вас устойчивое подключение к интернету для внедрения ваших стратегий цифровых продаж? Каковы условия подключения? Достаточно ли пропускной способности для загрузки контента и выполнения транзакций онлайн-продаж?

4. Использование техник моделирования цифровых продаж и электронной коммерции для расширения масштабов бизнес-плана

а. Вы будете работать в сфере B2B? B2C? C2C? и т.д.

5. Нужен ли вам вебсайт? Или достаточно страницы в Фейсбуке? Ваши онлайн транзакции простые или сложные?

а. составьте список транзакций вашего предприятия, которые вы планируете проводить онлайн (например, продажа продукта категории А* (возможно, товара, который легко упаковывать и не требующего индивидуализации? Например, готовой одежды)

6. Есть ли у вас бюджет на создание и поддержку вебсайта? (то есть, деньги на разработку, хостинг, управление вебсайтом?) Если бюджета нет и если ваши транзакции простые, начинайте свою стратегию электронной коммерции со страницы в Фейсбуке.

Создайте проект цифровых продаж и электронной коммерции для вашего бизнеса

Шаг 1: Как создавать страницу в Фейсбуке?

1. Каков образ вашего бренда? Как вы планируете транслировать его постоянно посредством вашей страницы в Фейсбуке?

а. На вашем фото в профиле? (есть ли у вас логотип? Если да, хорошо ли он отражает ваше предприятие?)

б. В информации о предприятии? (Что бы вы хотели, чтобы люди изначально знали о вашем бизнесе?)

в. В контактной информации? Местоположении?

г. Какова ваша история? (Есть ли она у вас? Что вдохновило вас на открытие этого предприятия?)

2. Каковы цели вашей страницы в Фейсбуке? (например, страница для создания общей информированности? Новостей? Бронирования? Сэмплинга?) Есть ли у вас работающая кнопка «призыв к действиям»?

3. Каково ожидаемое влияние на узнаваемость бренда? Как вы планируете повышать осведомленность о вашем бренде на цифровой платформе? Как вы будете отслеживать результаты?(например, по количеству новых лайков? Подписчиков?)

4. Знаете ли вы вашу аудиторию как свои пять пальцев? Сколько типов аудиторий/покупателей у вас есть? Знаете ли вы их поведение? Как вы планируете строить с ними связь/коммуникацию (например, тон, язык, визуальные материалы и т.п.)?

Шаг 2: Правила создания контента

1. У вас уже есть контент-план? (см. шаблон и пример заполнения ниже)

Дата	Тема	Формат	Визуальные материалы	Тип материала	Текст
Хх/хх/хх	Продвижение или новый продукт	История	2 покупателя сидят вместе и рядом стоят три ваших самых популярных десерта, затем идет продающая фраза «Купи один, получи второй бесплатно»	Видео	Возьми с собой друга и отпразднуй начало нового месяца, купив один #десерт и получив второй бесплатно – мы надеемся, что твой месяц будет сладким! #спецпредложение #названиемагазина

2. Соотносится ли ваш визуальный ряд и текст с образом вашей страницы?
3. Вызывают ли ваши посты желание действовать? (созданы ли они таким образом, чтобы вызвать ту реакцию, которую вы хотели получить от аудитории?)
4. Проверьте дважды: соотносится ли ваш контент с целями бизнеса и целевой аудиторией? Отсутствие связи может привести к слабой активности подписчиков.
5. Посты, которые вы запланировали, фокусируются на свежем, личном и/или значимом контенте?

Шаг 3: Создание контента и эффективные стратегии вовлечения

1. Следуете ли вы правилу «трех секунд»?
2. Вы выкладываете фото высокого качества? А видео?
3. Ваш КРЕАТИВ СООТВЕТСТВУЕТ вашим задачам? ПРАВИЛЬНАЯ коммуникация? ПРАВИЛЬНЫЕ люди? ПРАВИЛЬНОЕ время?
4. Правильно ли вы организуете/обрабатываете свои МАТЕРИАЛЫ? (например, говоря о фотоматериалах – можете ли вы легко найти то, что снято давно, для повторного использования или обработки?)

5. Оптимизированы ли ваши запланированные посты под просмотр через мобильные устройства?

6. ТВОРЧЕСТВО В РАМКАХ БЮДЖЕТА: Вы можете подготовить все необходимое для съемки вашего продукта:

- a. Недорогой трипод с крепителем для телефона (удостоверьтесь, что он подходит для вашего телефона)
- b. Лампочки на прищепке или любой другой источник белого света (настольные лампы тоже подойдут). Или вы можете использовать сильный естественный свет.
- c. Цветная бумага или задник для создания кадра.
- d. Пластина из пенопласта для отражения света.
- e. Самоклеющаяся пленка для размещения на досках для создания интересных кадров.
- f. Скачайте приложения Boomerang, Layout или Hyperlapse.
- g. Продукт, который будем снимать!

7. Есть ли приближающееся событие/я, которое/ые могут быть интересны вашей аудитории/покупателям?

8. Есть ли у вас продукты, которые вы можете продемонстрировать и продавать через Фейбук? Готовы ли фото для вашего магазина? Хорошо ли продумана ваша ценовая политика? Готов ли к работе ваш ответственный за онлайн деятельность?

Узнайте больше – Дополнительные источники информации

Grow Your Business in 30|60|90|

(Зайдите в ваш аккаунт в Фейсбуке, чтобы получить доступ к контенту)

Готовы расширять свой бизнес? Приобретите навыки, необходимые для продвижения вашего бизнеса вперед посредством Фейсбука и Инстаграма. Вы найдете курсы, разбитые на уровни, которые соответствуют потребностям вашего бизнеса. Пройдите эти курсы за 30, 60 или 90 дней. Обратите внимание, что некоторые курсы на данный момент доступны только на английском.



 <p>Базовый уровень Начните работу с семейством сервисов и приложений Facebook.</p>	<p>30 дней Вы создали страницу для своего бизнеса. Пришло время продемонстрировать присутствие бренда. Привлеките больше людей, создавая отличный контент, который позволит вам быть замеченными и расскажет историю вашего бизнеса.</p>
 <p>Средний уровень Определите бизнес-цель, которую можно измерить</p>	<p>60 дней Вы применили инструменты и выяснили, что работает, а что нет. Теперь продолжайте работу по установлению контактов с нужными людьми и достижению ваших целей.</p>
 <p>продвинутый уровень таргетинг на особые аудитории</p>	<p>90 дней Вы являетесь опытным маркетологом по работе в Фейсбуке и Инстаграме. Поднимите ваши навыки на новый уровень.</p>