



MARKETING

DESATERO Komorové poradny



Co očekávat od marketingu v roce 2022?

Jedna věc se v marketingu nezmění ani v roce 2022. Důvěra ve značku očima zákazníka zůstane nejdůležitější hodnotou a „trendem“ i nadále. S přibývajícím množstvím marketingové komunikaci na všech platformách naopak nabývá na významu.

1

Influenceri i pro B2B

Budovat důvěru prostřednictvím influencerů začne v letošním roce dávat smysl pro velké množství B2B společností. Nepředstavujme si za tím jen influencersy pro teenagery, ale například influencersy jako lokální restaurace a bary, barbery, atd. Tedy služby, které sledují i jiní majitelé firem.

2

Ochrana soukromí přinese omezení

Oproti divokému západu sledování uživatelů v USA se Evropská unie velmi snaží držet věci na uzdě. Omezování sledování uživatelů, kdy si každý uživatel o svém sledování napříč weby rozhoduje sám a tedy nemusí souhlasit s trackingem, dlouhodobě omezi možnosti přesného cílení online marketingu. Bude se tedy cílit opět obecněji. O to důležitější bude vychytaná message a vizuál reklamy.

3

Strategické myšlení díky AI

Za posledních 8 let se mnoho věcí v online marketingu změnilo. Algoritmy za marketéry vypočítají, komu je vhodné reklamu ukázat a umí utratit rozpočty efektivněji. S dalším postupem umělé inteligence budou již algoritmy schopny i správně vybrat napříč médii, kde bude reklama efektivnější. Na marketérech tedy bude, jak celou kampaň vymyslí, jak na sebe kampaně budou navazovat a další, převážně strategické přemýšlení.

4

Earned media a word of mouth

S čím dál více přeplněným online světem a reklamou na každém kliku lidé ztrácí důvěru ve značky a jejich reklamy. O to více si své místo zaslouží ti, kteří si svou prací pozornost médií zaslouží (Earned media), tedy za článek / referenci nezaplatí. Stejně tak kvalitní doporučení od zákazníků nabírá na důležitosti. Každý radší jdeme do kina na doporučení od kamaráda, než přemýšlet kolik z referencí na film je opravdu relevantních.

5

Mobilní weby a nakupování

To, že většina uživatelů dnes již přistupuje na webové stránky přes mobilní zařízení, o tom již bylo napsáno mnoho. Nakupování přes mobilní telefony se ale vkrádalo do uživatelského chování pozvolně. Nové možnosti plateb a prodeje přes Facebook a další aplikace vše rapidně mění. Mobilní nakupování zde bude a je potřeba se mu přizpůsobit.

6

Více možností – ztenčí zacílení

S rozšiřující se nabídkou pro inzerenty, kam svou reklamu v online světě umístíte se situace stává méně a méně přehlednou. Dobrá rada je nedělat od všeho trochu. Vyberte si kanály, které se pro Vás nejvíce hodí a držte je. Zákazník si zvykne vaši reklamu vidat a nebude z ní překvapen. Kromě toho to budou kanály, které máte vyzkoušené a budete na nich efektivnější. Experimentovat s novými možnostmi je potřeba, ale berte je pro marketingovou strategii pouze jako experimenty.

7

Video marketing

Video marketing vládne poslední roky světa. Ale i zde se posouváme. Youtube již není pro každého, platforma se zprofesionalizovala, videa jsou natočená profesionální technikou s profesionálním ozvučením. Světu budou ale v roce 2022 vládnout krátká videa a to jednak jako stories na Facebooku a Instagramu, tak na TikToku, jehož uživatelé již nejsou jen teenageři.

8

Aktuální témata

Dělat marketing, který reflektuje aktuální politická témata, státní svátky a oslavy, sportovní úspěchy atd., bude pořád v kurzu. Je to něco, kde lze získat zajímavý dosah, a vysokou zapamatovatelnost reklam.

9

Live streaming

Stejně jako v minulém roce – live streaming je něco, co uživatele láká a rádi jej sledují. Je možné jej dělat na mnoha platformách, chce to opět vybrat tu správnou, stejně jako správnou frekvenci živých vysílání. Využijte k tomu různé zajímavé příležitosti ve firmě.

10

Kvalita zákaznické péče

Kdybyste se měli zaměřit jen na jednu věc, která zaručeně zlepší vaši pozici na trhu, pak je to kvalita zákaznické péče. Zkuste si sepsat všechny okamžiky, kdy se zákazník setká s vašimi zaměstnanci, produktem nebo službou a najděte vylepšení pro všechna tato „setkání“.



KONTAKT NA ODBORNÍKA:

Ing. Jaroslav Korčák | CEO & FOUNDER MoAdvertising
jk@moadvertising.cz
+420 721 778 890

Klub marketingu a reklamy

Jhk.cz