

# E-commerce i marketing internetowy

Autor: Maciej Leonard Żybula  
03.10.2019 r.



**Materiał opracowany przez Warmińsko-Mazurską Izbę Rolniczą.**

**Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.**

**„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.**

Materiał współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

social  
art

360 interactive

# Zaufali nam



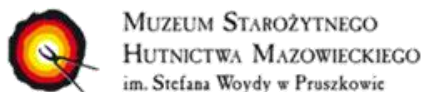
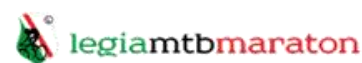
# Zaufali nam



Cytrynówka  
podlaska



Miasto  
Stołeczne  
Warszawa



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

**01**

**E-commerce**

# Co to jest E-commerce?



**E-commerce** – to pojęcie pochodzące z języka angielskiego, które oznacza e-handel, czyli handel elektroniczny.

Polega na zawieraniu transakcji związanych z działalnością gospodarczą, które są realizowane za pomocą nowoczesnych rozwiązań technologicznych i telekomunikacyjnych.

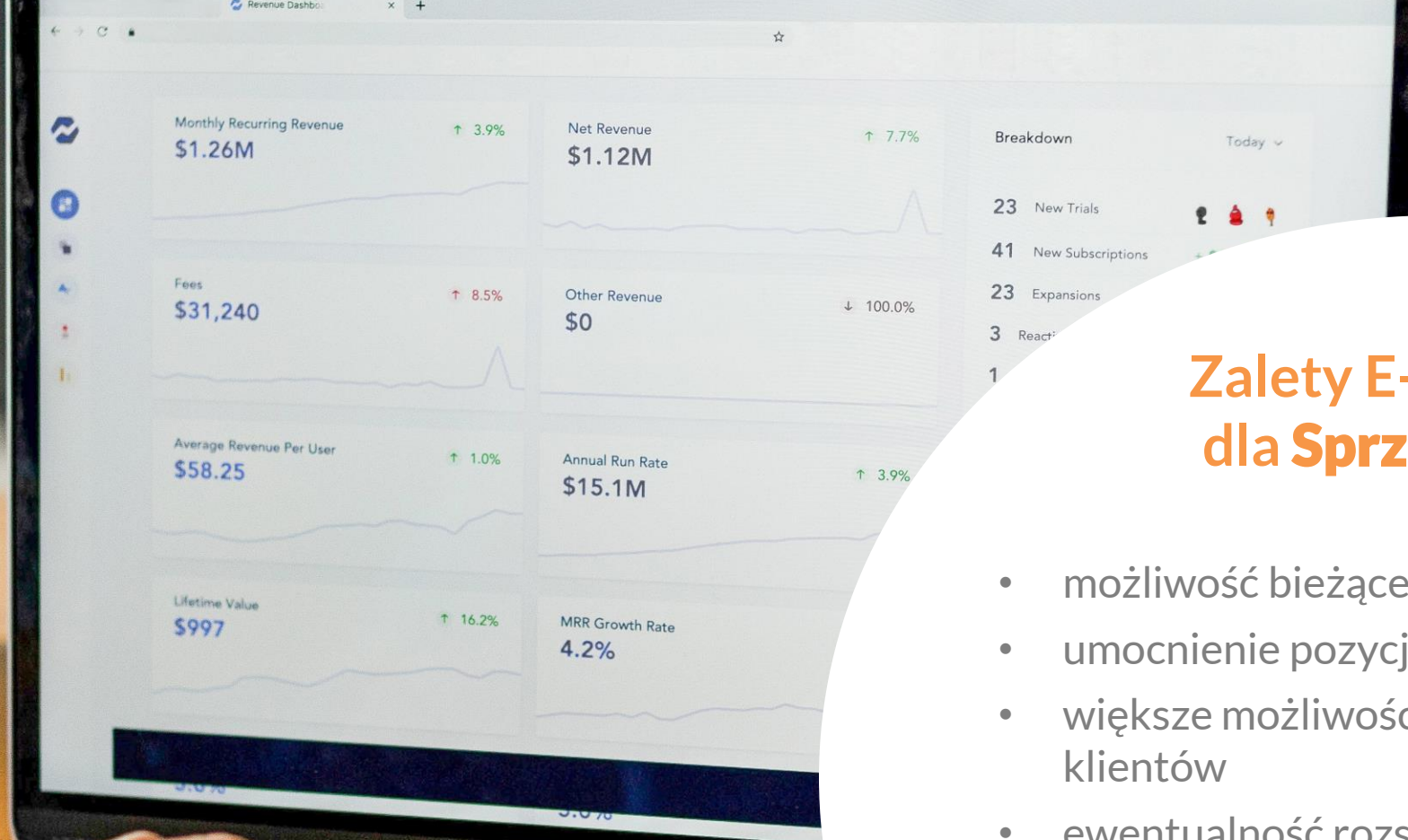
Najbardziej spopularyzowaną formę E-Commerce stanowią sklepy internetowe.





## Zalety E-commerce dla Klienta

- dostępność do sklepów z całego świata nie wychodząc z domu
- oszczędność czasu
- porównanie cen
- dostęp do szczegółowych opisów produktów
- kontrola wydatków (opcja koszyk)
- filtrowanie produktów zgodnych z oczekiwaniami
- zapoznanie się z ofertą bez ograniczeń czasowych
- dodatkowe benefity (niższa cena, specjalne promocje)



## Zalety E-commerce dla Sprzedającego

- możliwość bieżącego aktualizowania oferty
- umocnienie pozycji marki na rynku
- większe możliwości pozyskania nowych klientów
- ewentualność rozszerzenia swojej działalności poza granice rynku lokalnego
- zmniejszenie kosztów, które są związane z zatrudnieniem kadry pracowniczej, czy kosztownego utrzymania produktów sprzedaży



## KORZYŚCI DLA CIEBIE



SZYBKA  
DOSTAWA



PEŁNA OFERTA  
W JEDNYM MIEJSCU



ZAKUPY BEZ  
WYCHODZENIA Z DOMU



ŚWIEŻE PRODUKTY  
NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI



SPECJALNE  
PROMOCJE



## Jak zrobić E-zakupy



Zapoznaj się z pełną ofertą  
w Internecie i zrób zakupy,  
nie wychodząc z domu.



Wykorzystaj swój czas  
dokładnie tak, jak chcesz.



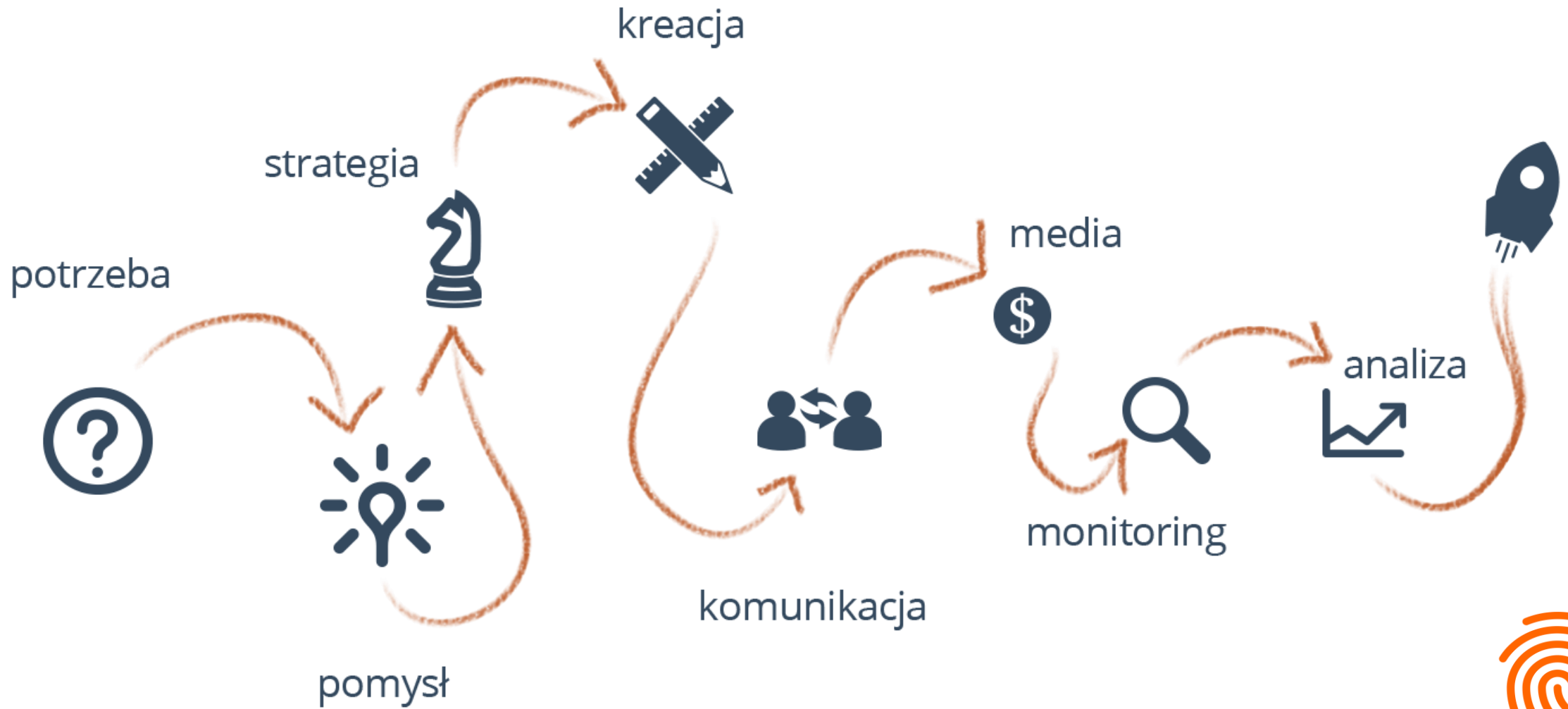
Świeże produkty najwyższej  
jakości dostarczymy prosto  
pod Twoje drzwi!



**02**

**Promocja w internecie**

# Proces



# Strategia

- Analiza rynku i konkurencji
- Cel/cele
- Grupa docelowa
- Narzędzia i kanały promocji
- Harmonogram



ulica ekologiczna 

WWW.ULICA EKOLOGICZNA.PL

BIOFRESA

*zdrowie z natury*



LOKALNY  
ROLNIK.PL

## Analiza rynku i konkurencji

Analiza rynku i konkurencji to identyfikacja i monitoring otoczenia biznesowego marki pod kątem działań komunikacyjnych. Poznanie strategii, narzędzi i kanałów komunikacji konkurencji pozwala przewidywać jej cele.

To kluczowy krok w przygotowaniu strategii komunikacji marki.





## Grupa docelowa

Grupa, do której głównie skierowany jest komunikat, reklama lub produkt. Szczególnie w reklamie ważne jest dobre określenie grupy docelowej.

Kanały i narzędzia promocji określamy na podstawie zdefiniowanej grupy docelowej.





## Narzędzia promocji

### Google AdWords

System reklamowy Google, pozwalający na wyświetlanie linków sponsorowanych w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki Google i na stronach współpracujących w ramach programu Google AdSense.

### Media Społecznościowe:

Serwisy internetowe, umożliwiające wzajemną komunikację Użytkowników oraz wymianę multimedialnych treści.







## Narzędzia promocji

SEO – pozycjonowanie w wynikach organicznych

Blog / Content marketing

Vlog

Współpraca z ambasadorami / influencerami /  
celebrytami

Marketing szeptany

Aplikacje mobilne

Reklama na serwisach tematycznych  
(portale internetowe np.: WP, Onet.pl, Newsweek,  
Gazeta.pl itd. )



03

**Google AdWords**

# Google AdWords



- Pozycjonowanie pod słowa kluczowe w wyszukiwarce **(SEM)**
- Banery internetowe **(Google Display Network)**
- Remarketing

CEL: Budowa ruchu w witrynie + dodatkowo reklama wizerunkowa (obraz)





żywność ekologiczna



Wszystko Grafika Mapy Wiadomości Zakupy Więcej Ustawienia Narzędzia

Okolo 12 100 000 wyników (0,61 s)

### Targi Żywności Ekologicznej | BIOEXPO Warsaw 11-13.10.2019

**Reklama** [www.bioexpo.pl/](http://www.bioexpo.pl/)

Weź udział w największych Targach **Żywności** i Produktów **Ekologicznych** BIOEXPO Warsaw! Poznaj producentów i dystrybutorów **ekologicznej żywności**. Dowiedz się więcej. **STARTUP.**

**Odbierz zaproszenie**

Weź udział w targach  
Zarejestruj się!

**Zostań wystawcą**

Wzmocnij swoją pozycję na rynku  
Zarejestruj się!

### Sklep ze Zdrową Żywnością | Biofresa.pl

**Reklama** [www.biofresa.pl/](http://www.biofresa.pl/)

**Ekologiczne** kosmetyki i certyfikowane suplementy Biofresa. Oferujemy szeroki wybór **ekologicznych**, naturalnych i certyfikowanych produktów. Naturalne Kosmetyki. Suplementy Diety Premium. Certyfikowana **Żywność**. Typy: Zdrowa **Żywność**, Kosmetyki Naturalne. [Zdrowa Żywność](#) · [Kosmetyki Naturalne](#) · [Suplementy Diety](#) · [Eko Środki Czystości](#)

Zobacz: żywność ek...

Sponsorowane ⓘ



**Woreczki wielorazowe - ZESTAW DUŻY - 5 sztuk - SakwaBag**

**64,99 zł**  
[naturalne.bio](http://naturalne.bio)  
+7,90 zł za wysyłkę  
Przez: Google



**Zero Waste zestaw Eko Woskowijki do żywności**

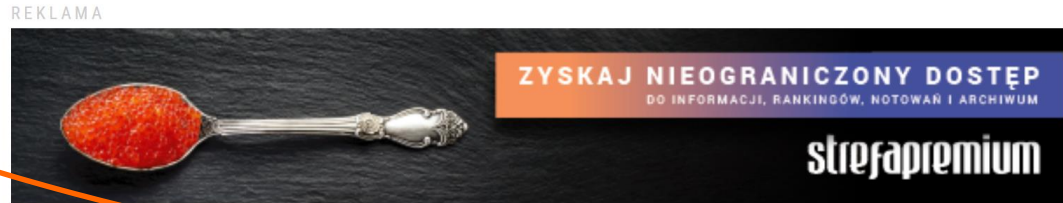
**74,98 zł**  
[Allegro](http://Allegro)  
+8,99 zł za wysyłkę  
Przez: Google

**SEM** Pozycjonowanie pod słowa kluczowe w wyszukiwarce (płatna reklama)



Tagi:

- rolnictwo ekologiczne
- projekt rozporządzenia
- PROW 2014-2020



Ministerstwo Rolnictwa przygotowało projekt rozporządzenia zmieniającego rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania pomocy finansowej w ramach działania „Rolnictwo ekologiczne” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020.

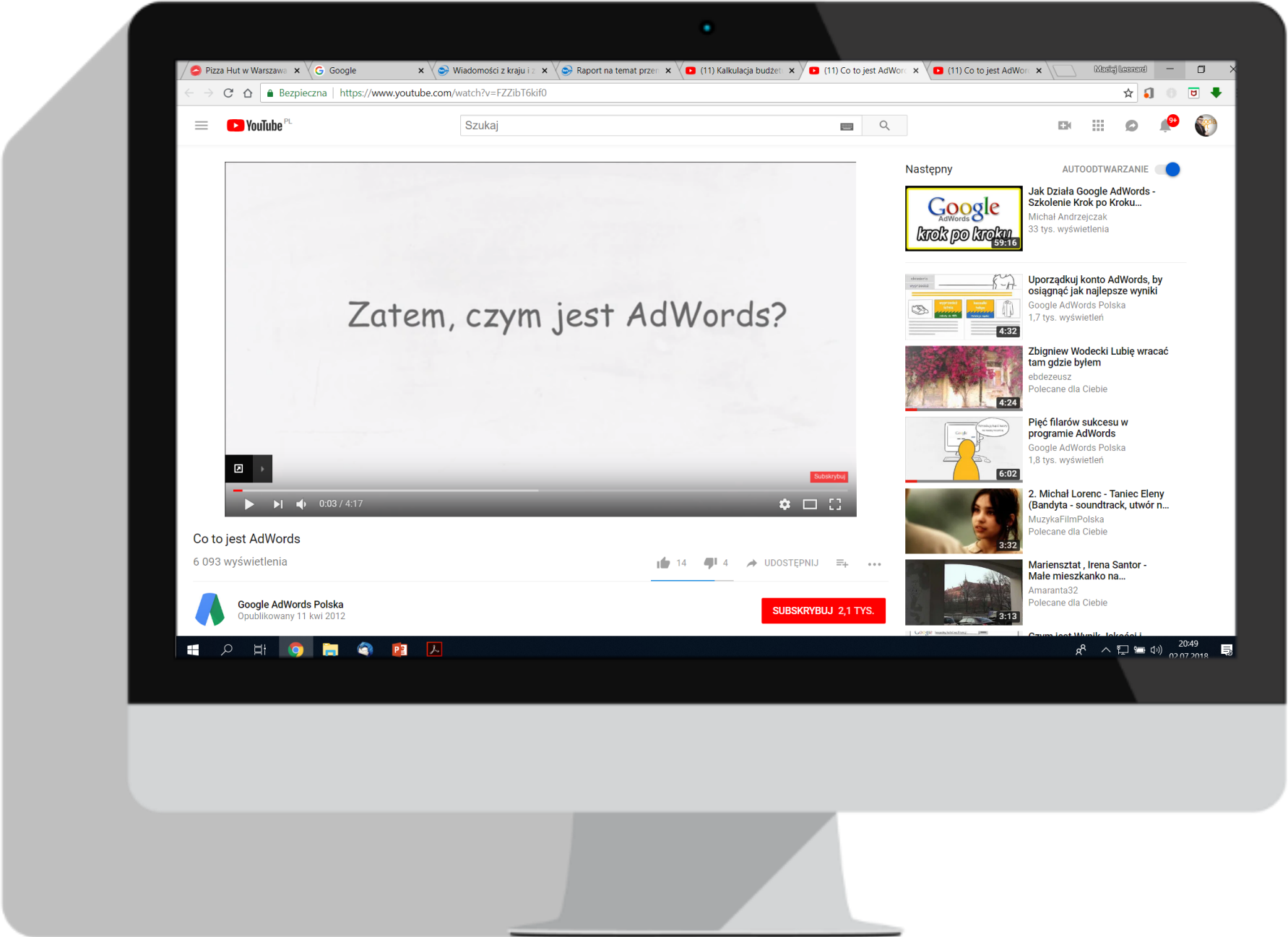
Jak podano, zmiany wynikają z doświadczeń, chęci uproszczeń oraz „doprecyzowania zasad weryfikacji powiązania płatności ekologicznych z produkcją”.

Powiązanie z produkcją będzie wymagało podawania we wniosku o przyznanie płatności nie tylko wybranego wariantu, ale gatunku uprawianej rośliny. Będzie też możliwość zadeklarowania uprawy wielogatunkowej z podaniem uprawianych gatunków – w tych uprawach nie można będzie jednak zadeklarować niektórych upraw (np. roślin na zielony nawóz czy dwuletnich).

Weryfikacja wytworzenia produktu ma dotyczyć gatunku uprawianego na danej działce rolnej.

Dotychczasowy warunek wytworzenia produktu ma być wymogiem (a nie warunkiem kwalifikowalności) z sankcją wsteczną (tj. za lata poprzedzające stwierdzenie danego uchybienia) na poziomie 1 proc. (dla upraw wielogatunkowych sankcja ma być proporcjonalna do liczby





**04**

**Media Społecznościowe**

# Media Społecznościowe



- Bieżąca komunikacja z konsumentami
- Reklama wizualna (obraz, video, tekst, dźwięk)
- Ruch do witryny (sprzedaż)
- Obsługa Klienta (opinie, recenzje)

CEL: Budowa wizerunku + sprzedaż + relacje





JAN  
2019

# SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCES

A COMPARISON OF THE TOTAL ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE\* OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

Clip slide

TOTAL ADVERTISING  
AUDIENCE ON FACEBOOK  
(MONTHLY ACTIVE USERS)



17.00  
MILLION

FEMALE 52%  
MALE 48%

TOTAL ADVERTISING  
AUDIENCE ON INSTAGRAM  
(MONTHLY ACTIVE USERS)



6.80  
MILLION

FEMALE 58%  
MALE 42%

TOTAL ADVERTISING  
AUDIENCE ON TWITTER  
(MONTHLY ACTIVE USERS)



934.0  
THOUSAND

FEMALE 32%  
MALE 68%

TOTAL ADVERTISING  
AUDIENCE ON SNAPCHAT  
(MONTHLY ACTIVE USERS)



3.80  
MILLION

FEMALE 58%  
MALE 41%

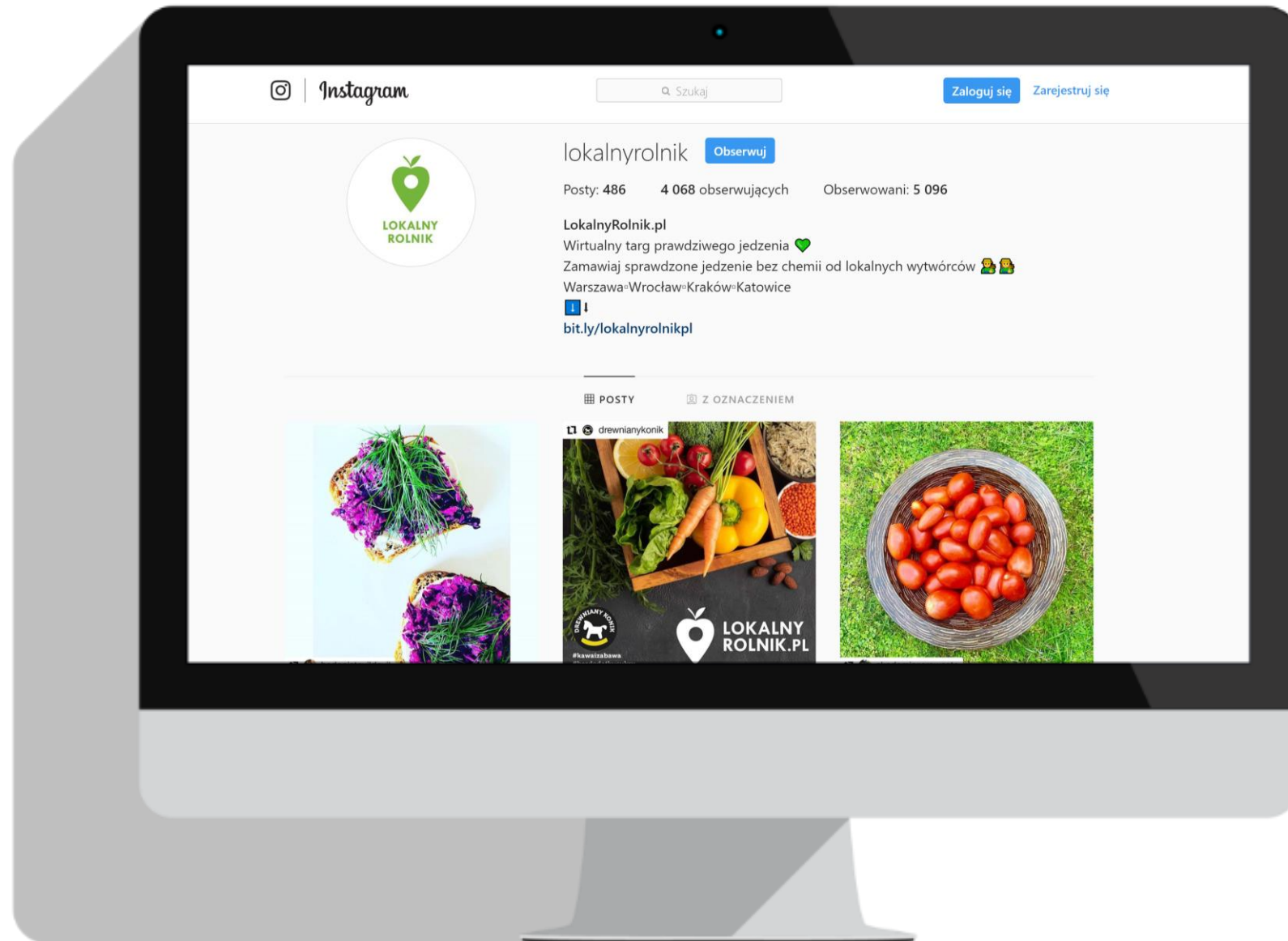
TOTAL ADVERTISING  
AUDIENCE ON LINKEDIN  
(REGISTERED MEMBERS)



3.30  
MILLION

FEMALE 48%  
MALE 52%

# Instagram – ekspozycja produktów



# Facebook – precyzyjna reklama

The screenshot displays the Facebook Ads targeting interface. The location is set to Poland, with a map showing the country's outline. The potential reach is highlighted as 1,400,000 people. The estimated daily reach is 720-2,100 people. The target audience is defined by age (18-65), gender (Women), and interests (Organic food). The text 'Żywność ekologiczna' is highlighted in an orange box.

**Lokalizacje** | Wszyscy w tej lokalizacji

Polska

**Polska**

Uwzględnij | Zaczynij pisać, aby dodać więcej lokalizacji | Przeglądaj

Mecklenburg-Vorpommern | Berlin | Poland | Świętokrzyskie Voivodeship | Czechia

**Wiek** | 18 - 65+

**Płeć** | Wszyscy | Mężczyźni | **Kobiety**

**Języki** | Podaj język...

**Wielkość grupy odbiorców**

Grupa docelowa wybrana przez Ciebie jest dość szeroka.

Potencjalny zasięg: 1 400 000 osób

**Szacowane wyniki dzienne**

Zasięg | 720 – 2,1K

Dokładność szacunków zależy od takich czynników, jak dane z poprzednich kampanii, wprowadzony budżet i dane rynkowe. Liczby określają orientacyjnie możliwe wyniki przy danym budżecie, ale są jedynie szacunkowe i nie gwarantują wyników.

Czy te wartości szacunkowe były pomocne?

**Szczegółowe opcje** | Uwzględnij osoby, które pasują do

**tagertowania** | Zainteresowania > Jedzenie i napoje > Jedzenie

**Żywność ekologiczna**



# Facebook – precyzyjna reklama

The screenshot displays the Facebook Ads targeting configuration interface. It is divided into several sections:

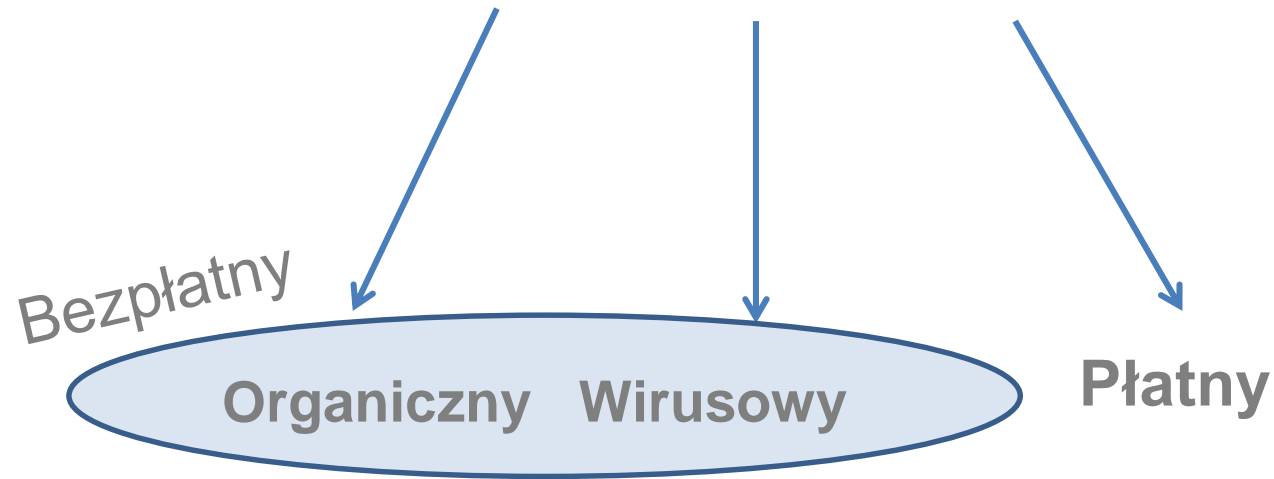
- Lokalizacje:** Shows the target location as "Olsztyn, Warmian-Masurian Voivodeship" with a radius of "+ 40 km". A map below shows the geographic area. A red box highlights the text "Potencjalny zasięg: 20 000 osób".
- Wielkość grupy odbiorców:** Includes a gauge chart with "Zawężona" (narrowed) and "Ogólna" (general) indicators. A note states "Grupa odbiorców została zdefiniowana." Below this, a red box highlights "Potencjalny zasięg: 20 000 osób".
- Szacowane wyniki dzienne:** Shows "Zasięg" (Reach) as "739 - 2,1K" with a corresponding progress bar.
- Demographics:** Includes filters for "Wiek" (Age: 18 - 65+), "Płeć" (Gender: Wszystkie, Mężczyźni, **Kobiety**), and "Języki" (Languages).
- Szczegółowe opcje tagertowania:** Shows "Uwzględnij osoby, które pasują do" (Include people who fit) with the interest "Żywność ekologiczna" (Organic food) highlighted in a red box.



05

Media

## Rodzaje zasięgów:



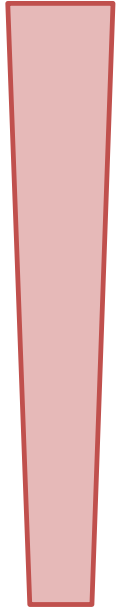
**Zasięg organiczny** to całkowita liczba pojedynczych, niepowtarzających się osób, do których przekaz dotarł w wyniku bezpłatnej dystrybucji.

**Zasięg płatny** to całkowita liczba pojedynczych, niepowtarzających się osób, do których przekaz dotarł w wyniku reklamy (opłaconej).

**Zasięg wirusowy** to całkowita liczba pojedynczych, niepowtarzających się osób, do których przekaz dotarł w wyniku dalszej dystrybucji przez innych Użytkowników.



## Zasięg płatny umożliwia:



**Określenie grupy docelowej** – bez stosowania płatnych reklam, nasze treści będą docierały do przypadkowych osób (znajomych, w różnym wieku, z różnych miejsc).

**Budowanie pożądanego zasięgu/ruchu do strony** - bez stosowania płatnych reklam, nasze treści będą docierały do max 5-7% populacji naszego fanpage'a. **Liczba fanów nie oznacza, że nasze treści dotrą do tych osób.**



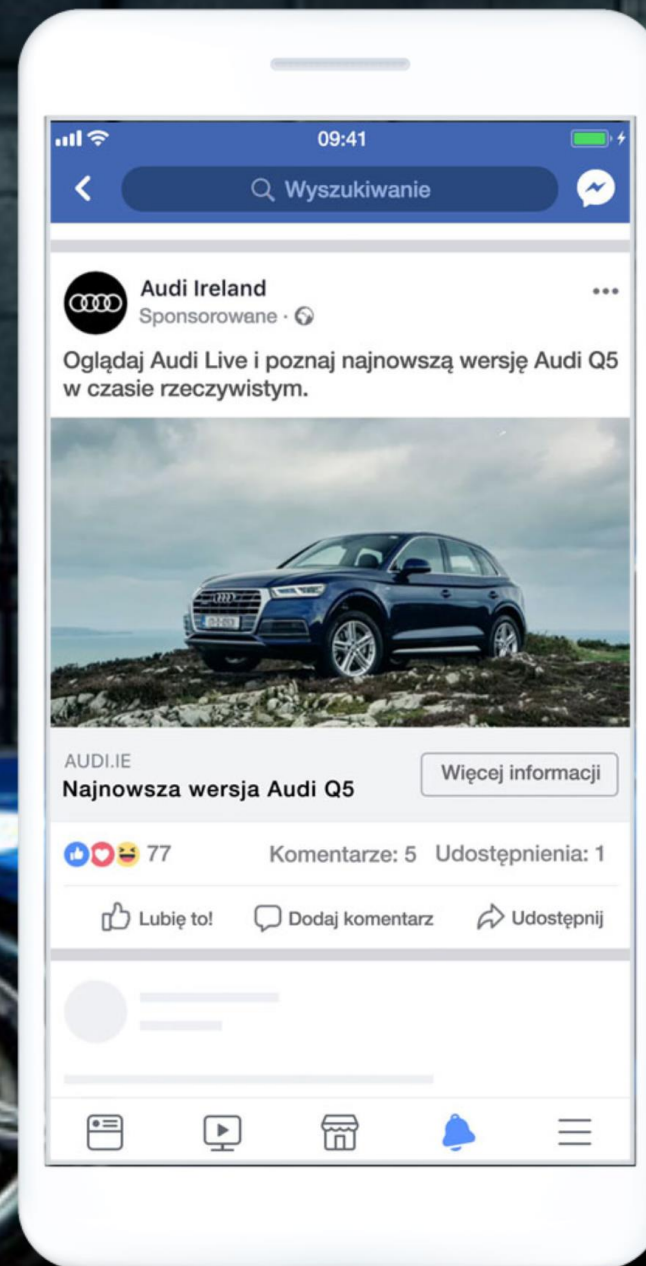
**Korzystanie z pełni możliwości reklamowych mediów społecznościowych oraz Google.**



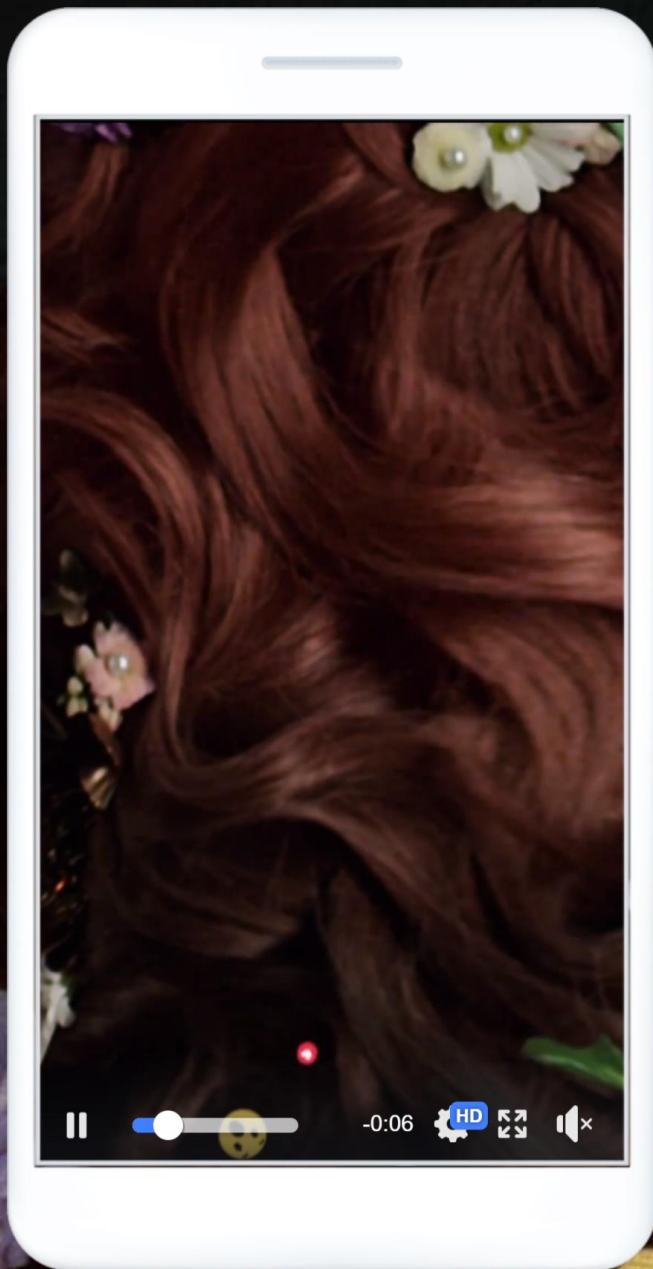
## Zdjęcie

Reklamy w formie zdjęcia to zrozumiały i prosty format przeznaczony do prezentowania atrakcyjnych zdjęć z ciekawymi opisami. Pokaż, kim jesteś i co robisz – możesz to zrobić przy użyciu zdjęć lub ilustracji w wysokiej jakości.

Dowiedz się więcej o reklamach w formie zdjęć







## Film

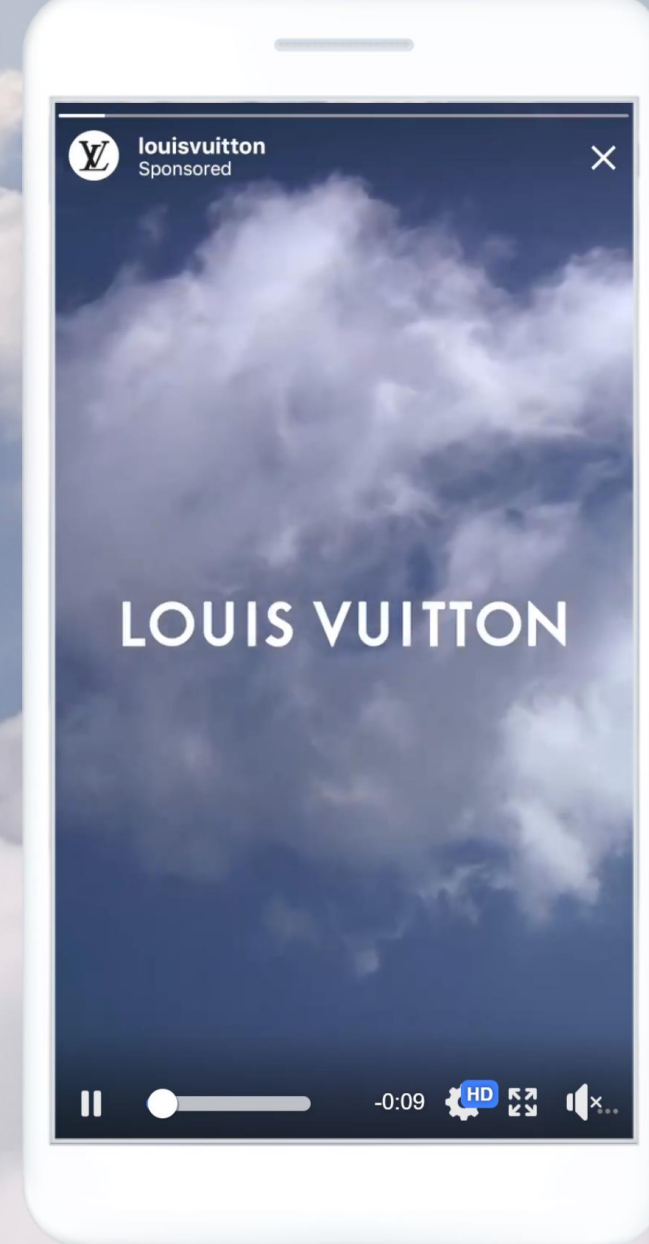
Opowiedz o firmie za pomocą obrazu, dźwięku i ruchu. Reklamy wideo są dostępne w różnych długościach i stylach – od krótkich reklam przygotowanych na potrzeby Aktualności odtwarzanych w drodze po dłuższe filmy, które ogląda się na kanapie.

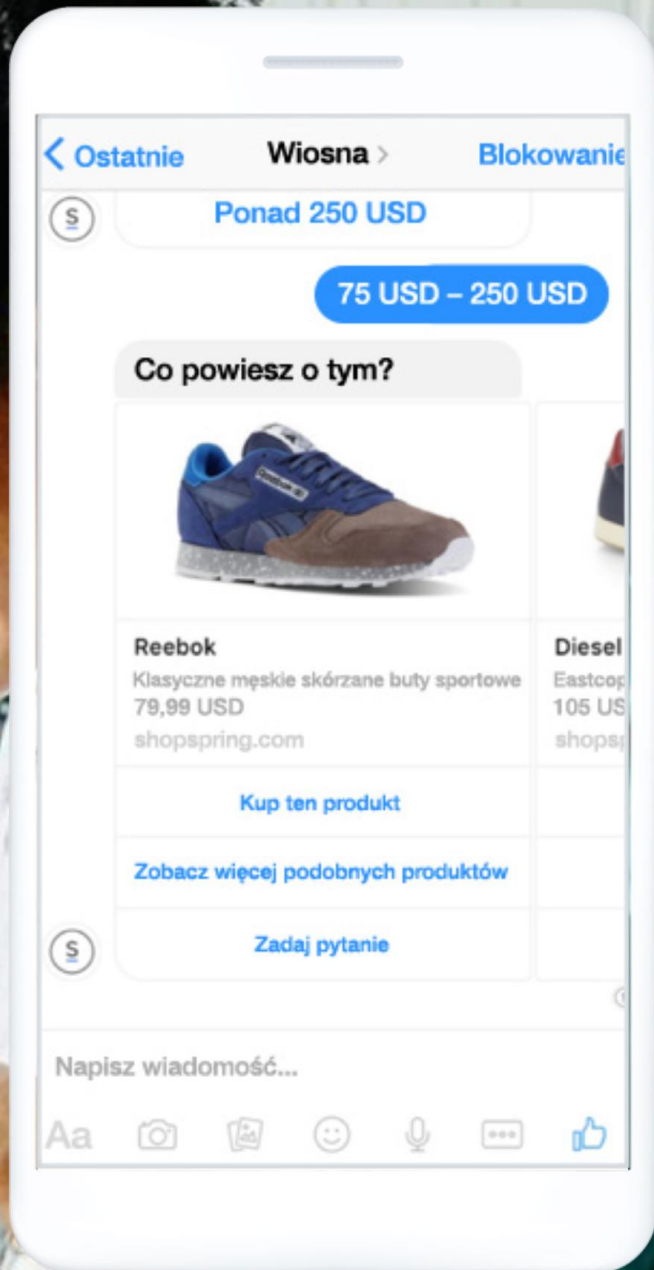
[Dowiedz się więcej o reklamach wideo](#)

## Zdarzenia

Stories to elastyczny pełnoekranowy format, przy użyciu którego można zaprezentować treści w atrakcyjny sposób. Odwołaj się do pasji odbiorców i zainspiruj ich do podjęcia działania na urządzeniach mobilnych.

[Dowiedz się na temat reklam w Stories](#)





## Messenger

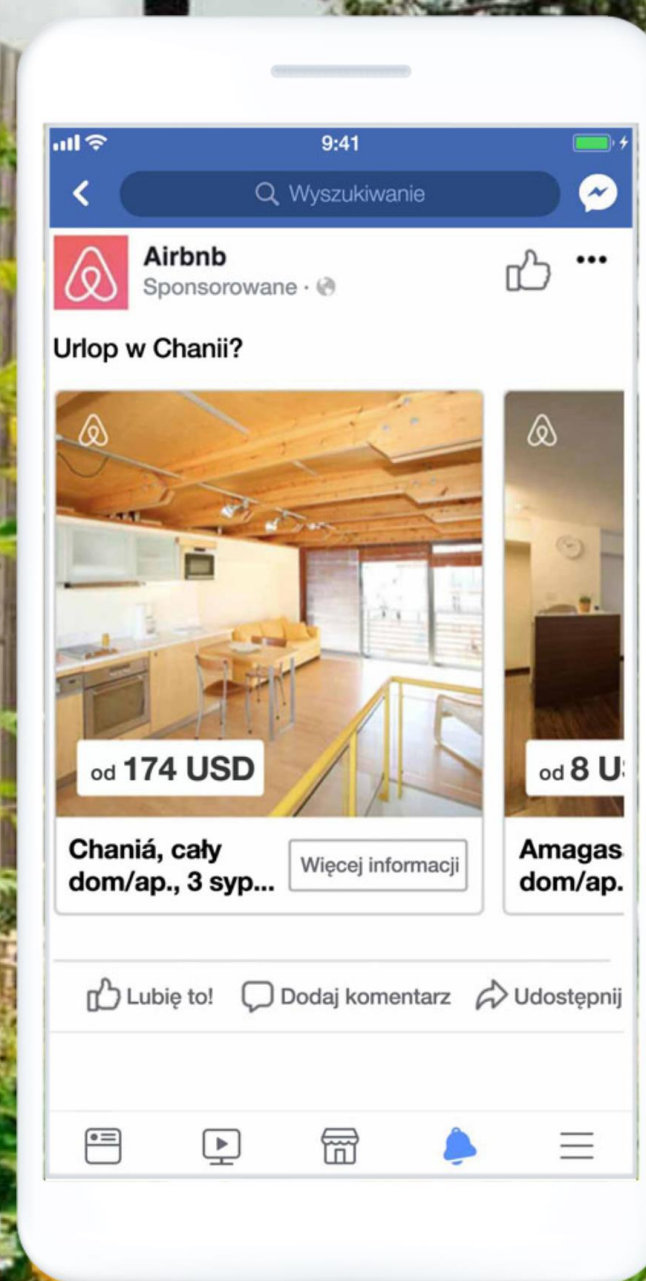
Reklamy w Messengerze umożliwiają rozpoczynanie konwersacji z firmą. Zadbaj o osobisty charakter kontaktów z aktualnymi i potencjalnymi klientami; dodaj też do reklam interaktywne lub automatyczne funkcje.

Dowiedz się więcej o reklamach w Messengerze

## Karuzela

Format karuzelowy umożliwia zaprezentowanie w jednej reklamie nawet dziesięciu obrazów lub filmów – każdego z oddzielnym linkiem. Wyróżnij oferowane produkty lub opowiedz o marce na kolejnych kartach karuzeli.

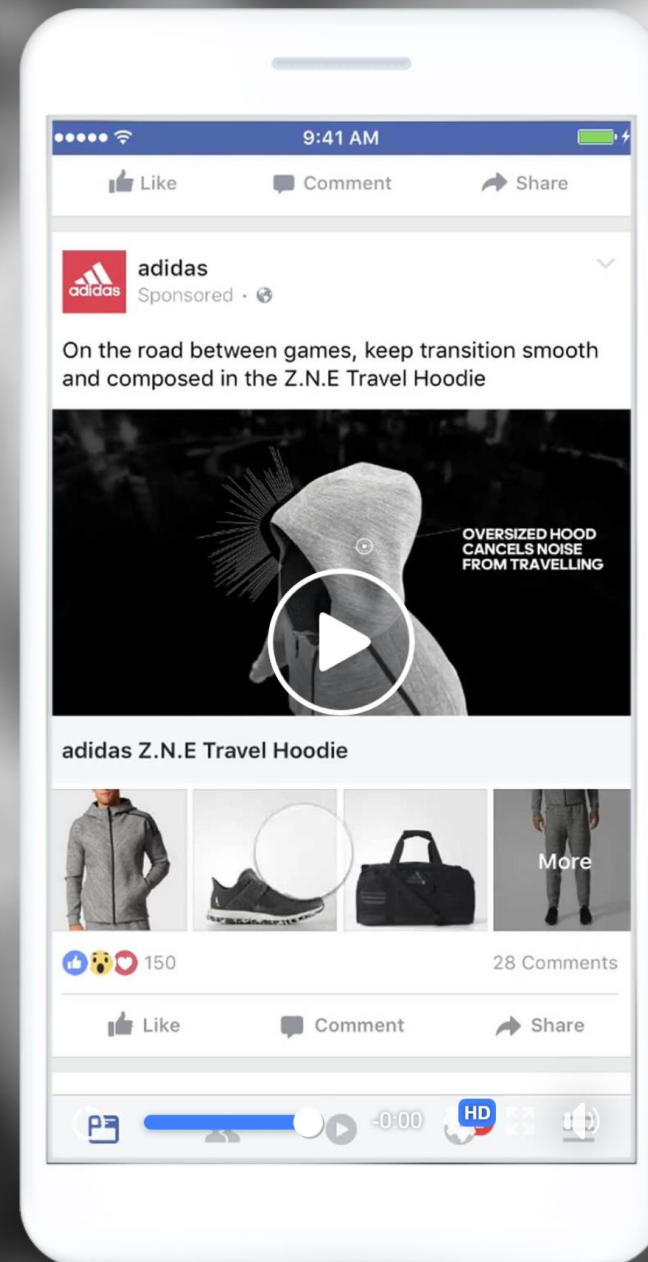
Dowiedz się więcej o reklamach  
karuzelowych



## Kolekcja

Reklamy w formie kolekcji umożliwiają odkrywanie, przeglądanie i kupowanie produktów z oferty. Po dotknięciu reklamy odbiorca może uzyskać więcej informacji na temat wybranego produktu, a wszystko to w szybko wczytującym się środowisku.

Dowiedz się więcej o reklamach w formie kolekcji



Dziękuję za uwagę!

social  
art



**Maciej Leonard Żybula**  
Prezes Social Art  
maciej.zybula@socialart.pl  
+48 501 522 127

**Social Art**  
Genewska 29, 03-940 Warszawa  
biuro@socialart.pl  
+48 22 514 07 00



Zawartość niniejszego dokumentu stanowi własność intelektualną Social Art. Wszelkie prawa do jej wykorzystania są zastrzeżone na rzecz Social Art zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. nr 24, poz. 83 ze zmianami) oraz ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. nr 47 poz. 211).