

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Marketing internetowy

mgr Yauheniya Barkun

**Politechnika Białostocka**  
**Wydział Inżynierii Zarządzania**  
 13 listopada 2021 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

1

## Plan spotkania



1. Istota marketingu internetowego
2. Produkt i klient w marketingu internetowym
3. Instrumenty marketingu internetowego
4. Pojęcie marketingu wirusowego
5. Opracowanie i prezentacja własnej koncepcji marketingu wirusowego

<https://userscontent2.emaze.com/images/d5e9af3b-4aad-4745-b4d8-471fd740e1ba/e697756b-902b-4efd-b0fa-b404734d7ad3.png>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Zdaniem Państwa,

## Co to jest Internet?



[https://www.benchmark.pl/testy\\_i\\_recenzje/internet-domowy-na-co-zwrocic-uwage-przy-wyborze.html](https://www.benchmark.pl/testy_i_recenzje/internet-domowy-na-co-zwrocic-uwage-przy-wyborze.html)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

3

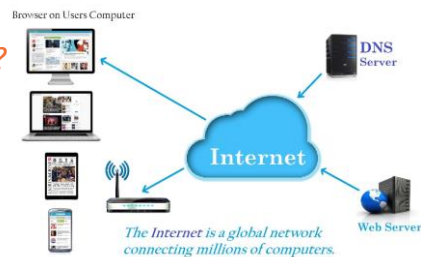
## Co to jest Internet?

To ogólnosiwiatowa sieć połączeń pomiędzy komputerami

*Dla czego ludzie korzystają z Internetu?*

- zakupy przez sieć,
- komunikacja z osobami w dowolnym miejscu na Ziemi,
- obsługa kont bankowych,
- załatwienie spraw urzędowych,
- studia,
- gry
- praca
- itp.

<https://www.benchmark.pl/aktualnosci/co-to-jest-internet.html>



<https://informationq.com/about-the-internet/>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

4

Zdaniem Państwa,

## Co to jest marketing?



<https://kdigimind.com/wp-content/uploads/2021/01/khai-niem-marketing-la-gi.jpg>

5

## Co to jest marketing?

**Marketing** - koncepcja funkcjonowania przedsiębiorstwa, w którym **punktem centralnym są potrzeby klienta** (ich rozpoznanie oraz zaspokojenie poprzez zaoferowanie właściwego produktu/usługi).

Mirostaw Moroz, 2018



<https://complace.pl/blog/wp-content/uploads/2020/10/Marketing-mix-7P-410x1024.jpg>

6

## Pojęcie marketingu internetowego



### Marketing Internetowy = e-marketing

**E- marketing** - prowadzenie działań ukierunkowanych na zaspokojenia potrzeb klienta za pośrednictwem **mediów elektronicznych** (*serwisów internetowych, aplikacji mobilnych, urządzeń smart*)

**E- marketing** - działania przedsiębiorstwa prowadzone za pośrednictwem **Internetu**, które mają na celu:

- promowanie produktów i usług
- sprzedawanie produktów i usług
- budowanie relacji z klientem



<https://dmsales.com/app/uploads/co-to-jest-marketing-internetowy-cover.png>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

7

## Klient tradycyjny a e-konsument



**E-konsument** (*nazywany także nowym konsumentem*) jest określany jako osoba, która wykorzystuje Internet w poszczególnych (niekoniecznie we wszystkich) fazach procesu zakupu.

E-konsument:

- ma te same potrzeby,
- zaspokaja potrzeby tymi samymi produktami,
- musi korzystać z Internetu
- ma dodatkowe źródła pozyskiwania informacji: strony internetowe, blogi, porównywarki cen
- duże ryzyko związane z otrzymaniem produktu niezgodnego z oczekiwaniami
- wysoki zasięg oddziaływania opinii pozakupowej na decyzje innych



<https://wojciechrudzki.pl/wp-content/uploads/2018/09/konsument-zakupy.jpeg>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

8

## Oczekiwania a rzeczywistość



Store No. 80796

<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQRWqlmVdoits55E-squMqz55pJ7PSAWJ84A&usqp=CAU>



[https://img.besty.pl/images/406/43/4064372\\_000.jpg](https://img.besty.pl/images/406/43/4064372_000.jpg)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

9

## Produkt w internecie



**Produkty można umownie podzielić na takie o cechach, które można w łatwy sposób opisać i udostępnić w Internecie (*digital attributes*),**

jak np. cena, pojemność dysku twardego, rozdzielczość ekranu oraz **produkty o cechach, które opisać i zmierzyć znacznie trudniej (*non-digital attributes*),**

jak np. miękkość materiału, połyskliwość, stopień, w jakim but jest dopasowany do stopy klienta.



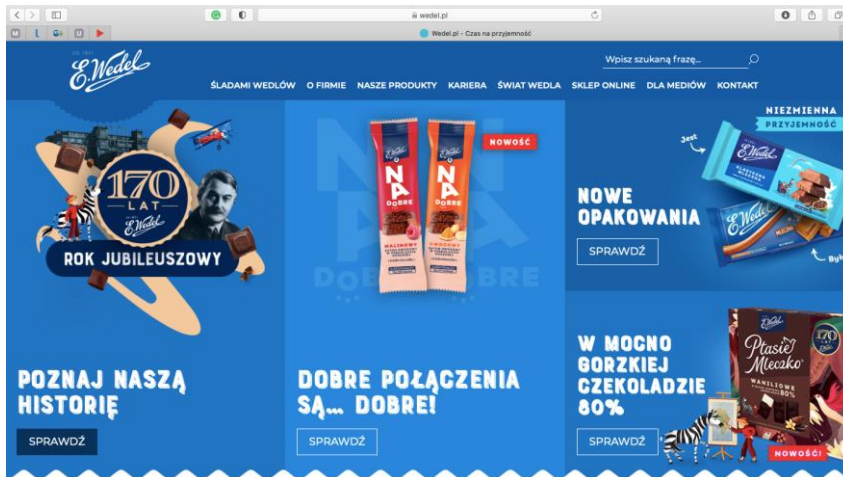
<https://kartony24.eu/userdata/public/assets/akcesoria-do-pakowania/wypelniacze.png>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

10

## Instrumenty e-marketingu. Strona internetowa WWW

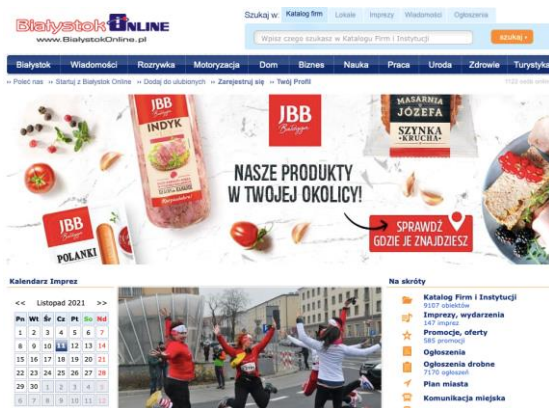


EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

11

## Instrumenty e-marketingu. Banery (reklama odstłonowa)



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

12

# Instrumenty e-marketingu. Pozycjonowanie w wyszukiwarce



**Kup: mleczna czekolada kup online**

<b>CZEKOLADA CZERUPAJĄCA MLECZNA</b> 5.99 zł Karmelita.pl	<b>Czekolada mleczna 100g</b> 16.90 zł Bestki Chocolate.pl	<b>Czekolada mleczna Belgijka 5kg</b> 24.90 zł Biat.pl	<b>CZEKOLADA MLECZNA 33% Mleko 75 g</b> 18.50 zł greenhouse.pl	<b>Callebaut B23V mleczna czekolada Belgijka 1 Skg</b> 123.90 zł Siatka Czekolada.pl	<b>GRIZLY Belgijka mleczna czekolada mleczna Arriba 500 g</b> 18.27 zł Grizzly.pl	<b>Ciemna czekolada mleczna Gólfy 100g</b> 19.90 zł Klucznopieczal.pl	<b>Meybona Czekolada mleczna 500 g</b> 8.48 zł Bee.pl	<b>Zest Czeki Free</b> 39.9 zł Slic.pl
---	--	--	--	--	---	---	---	--

**EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY** | **WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL**

13

# Instrumenty e-marketingu. E-mail marketing



**BoboVita**

W drugim półroczu życia Twoje dziecko nie rośnie tak intensywnie, jak w pierwszym. Jednak nadal ważne jest, aby regularnie kontrolować wzrost i wagę dziecka. Służą do tego m.in. siatki centylowe.

**Sprawdź nasze wskazówki!**

- Siatki centylowe**  
Jak prawidłowo ocenić rozwój dziecka? [Sprawdź](#)
- Kaszki ryżowe BoboVita**  
Dlaczego ryż w kaszkach BoboVita pochodzi wyłącznie z Turcji? [Przejdź](#)
- Warzywa w diecie malucha**  
Jak kształtować prawidłowe nawyki żywieniowe? [Sprawdź](#)
- Kontynuacja rozszerzenia diety maluszka**  
Jak wprowadzać kolejne posiłki uzupełniające? [Przejdź](#)
- Doradcy BoboVita**  
Masz pytania dotyczące żywienia niemowląt? Napisz, zadzwoń lub wejdź na czat. [Skontaktuj się](#)

**Od: [www.relaksacja.pl](mailto:www.relaksacja.pl) <biuro@relaksacja.pl>**

**Temat: (sekret)**

Do: **Artur Macierowski**

Od dziś jest dostępny "program spełniający marzenia" :)

Serio.

Całkowita nowość w Polsce program który tworzy za Ciebie wizualizacje i filmy motywacyjne.

W kilka minut możesz stworzyć własne video dopasowane do Ciebie jak suknia albo garnitur szyty na miarę.  
-> [Zobacz wyniki działania programu](#)

Pewnie nigdy nie promowałbyś takiej metody gdyby nie to że osobiście ją sprawdziłem i przekonałem się że po prostu działa. Działa tak dobrze że praktykowanie jej stało się częścią mojego dnia.

Miałem możliwość używania programu już od wczesnych wersji testowych i od czasu rozpoczęcia używania spełniły się dwa moje marzenia. Zajmuje 2 minuty dziennie.

[Wizualizuj Czegośkolwiek Pragniesz i Obserwuj jak Twoje Marzenia się Spełniają](#)

Całość opart jest na metodzie visual motor rehearsal opracowanej przez Denisa Waitley'a. Jest to metoda stosowana w NASA i używana również przez amerykańskich olimpijczyków. Używał jej również Adam Małysz. Została mocno popularyzowana przez książkę i film The Secret. W wielkim skrócie jest to realizacja tak zwanego prawa przyciągania. Czyli to na czym się skupiasz tego masz więcej. Wygląda prosto ale jest to potężne narzędzie. Po szczegóły zapraszam na stronę.

Znajdź nas na: [Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#)

**EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY** | **WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL**

14

# Instrumenty e-marketingu. Reklamy wideo



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

15

# Instrumenty e-marketingu. Marketing w mediach społecznościowych

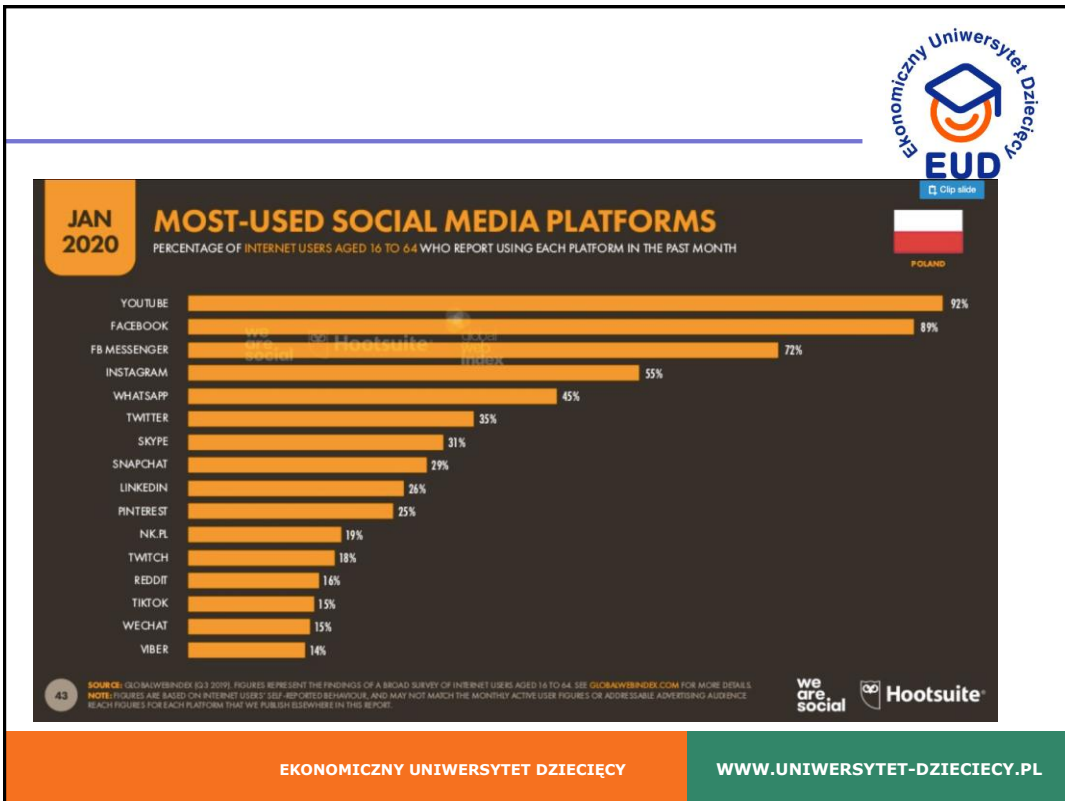


EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

16





17

# Instrumenty e-marketingu. Influencer marketing

**15 najlepszych influencerów dla dzieci w 2020 roku**

**Influencer #1: The Axel Show ( @theaxelshow )**

*Obraz przez Instagram*

W Axel Show występuje Patrick (ojciec) i jego dwójka dzieci. Najstarszy syn, Axel, jest czysto gwiazdą „show”. Od czasu do czasu jeden z przyjaciół Axela dołącza do wideo.

W każdym filmie ojciec i dzieci bawią się razem. Czasami testują nowe zabawki. Innym razem po prostu dzielą się swoją dziecięcą wyobraźnią ze światem. Możesz znaleźć Patricka i Axela na YouTube (ich głównym portalu społecznościowym), Instagramie i Facebooku .

**Influencer #14: Anastasia ( @amcprincessana )**

*Obraz przez Instagram*

Anastasia jest znaną na Instagramie księżniczką AMC AMC, AMC to skrót od „Arthrogryposis Multiplex Congenita”, co jest nazwą schorzenia, na które cierpi od urodzenia. Choroba Anastazji uniemożliwiła jej korzystanie z wielu wspólnych aktywności fizycznych wśród dzieci w jej wieku.

Niemniej jednak radosna osobowość księżniczki Any i piękne treści nie tylko promują pełne miłości życie rodzinne, ale także zwiastują świadomość niepełnosprawnych dzieci i rodziców, którzy się nimi opiekują. Anastasię można znaleźć na Instagramie, Facebooku i YouTube .

<https://www.affde.com/pl/top-kid-influencers-of-2021.html>

**EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY** [WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL](http://WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL)

18

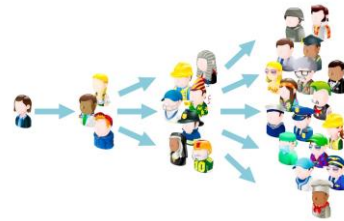
## Pojęcie marketingu wirusowego



Pojęcie **marketingu wirusowego (viral)** wywodzi się od formy w jakiej informacja się rozprzestrzenia.

Cel - dotrzeć do jak największej liczby końcowych adresatów w jak najkrótszym czasie.

Idea marketingu wirusowego polega na wykreowaniu na tyle ciekawego elementu treści (tekst, infografika, zdjęcia, wideo), który na zasadzie efektu kuli śnieżnej zacznie powiększać swoją objętość mierzoną zasięgiem.



[https://e-partnerzymarketingowi.pl/wp-content/uploads/2014/02/Depositphotos\\_11860617\\_m.jpg](https://e-partnerzymarketingowi.pl/wp-content/uploads/2014/02/Depositphotos_11860617_m.jpg)

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

19

## Przykład marketingu wirusowego



<https://www.youtube.com/watch?v=qIVDxL2lgN4&t=55s>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

20

## Przykład marketingu wirusowego



<https://www.youtube.com/watch?v=uN-Pv2bwhfI>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

21

## Pojęcie marketingu wirusowego. Sposoby na tworzenie wirusowych treści



1. **Emocje.** Dzielimy się rzeczami, które wywołują emocje
2. **Historie.** Ludzie to naturalni opowiadacze historii i chcą się nimi dzielić
3. **Waluta społeczna.** Udostępniamy rzeczy, które stawiają nas w dobrym świetle
4. **Wyzwalacze.** Informacje łatwe zapadające w pamięć
5. **Wartość praktyczne.** Ludzie udostępniają informację, które są w stanie wykorzystać
6. **Powszechność.** Im coś jest bardziej powszechne, tym bardziej ludzie chcą to naśladować.

Źródło: sprawny marketing



<https://cdnen.postfity.com/pl/wp-content/uploads/2020/09/Untitled-design-6-1.png>

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

22

## Zadanie w grupach



### Opracować koncepcję marketingu wirusowego

1. Proszę podzielić się na 4-5 osobowe grupy
2. Wybrać dowolny produkt lub usługę (gra, jogurt, szkoła tańca itp.)
3. Zastanowić się, kto jest grupą docelową (klientem) danego produktu
4. Zaprojektować kampanię promocyjną wybranego produktu dla wyznaczonej grupy docelowej
5. Za pomocą jakiego instrumentu e-marketingu ta reklama będzie udostępniana?
6. Przedstawić Państwa pomysł (**w paru zdaniach**)

**Czas na opracowanie – 20 minut**

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

23



## Dziękuję za uwagę!



y.barkun@pb.edu.pl

<https://pl.dreamstime.com/zółty-duży-uśmiech-emotikon-z-dużymi-zębami-ilustracja-zóltego-wielkiego-uśmiechu-projekt-wyzolowany-na-bialo-image196916703>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

24