

Budoucnost online marketingu? Nákup či akce skrze jedno kliknutí!

Setkáváme se s tím každý den nejen jako marketéři, ale i jako zákazníci. Všechno chceme mít nejlépe do pár vteřin zařízené a nedej bože, aby nás něco vyrušilo při nákupu nebo při hledání původně hledané záležitosti. Taky se Vám to stalo, že jste něco začali hledat a po chvíli jste to zapomněli, protože Vás odlákala nějaká zajímavá reklama, nabídka nebo odkaz od kamaráda na Facebooku? A to je právě to, čím se intenzivně zabývají vývojáři v největších korporacích jako je Google, Facebook, Apple nebo Amazon.

Tihle všichni vědí, že podnětů, které nás zrazují od nákupu nebo učinění vysněné „konverze“, je opravdu mnoho, a tak se snaží neustále zjednodušovat cesty, jak nejen udržet uživatele na svých platformách, ale také na nich vydělat a zároveň zvyšovat firmám tržby.

Příkladů je mnoho. Facebook například nyní předal preferovaným vývojářům k testování novou platformu na získávání tzv. leadů – jedná se o Lead Ads. Cíl této platformy je naprosto jednoduchý. Pokud jste někdy vytvářeli kontaktní nebo anketní formuláře, víte, jak důležité je promyslet, co vše od uživatelů můžete chtít a co už je moc (co už vám nevyplní). Díky této novince však můžete nechat svého fanouška zahlásit se k odběru newsletteru skrze dva kliky. Facebook totiž disponuje velkými daty, které vám rád přenechá a pokud uživatel Facebooku toto odsouhlasí, získáte jejich údaje velmi snadno. Díky tomuto systému se předpokládá nejen zvýšení konverze, ale i objemu dat, které vám uživatel předá ke zpracování.

A co na to ostatní sociální sítě? Ty rozhodně nespí. Z kraje června Pinterest oznámil, že začíná testovat prodejní „Pin“, který umožní uživatelům Pinterestu nakoupit přímo v aplikaci, aniž by ji bylo nutné opustit. Facebook ve svém Instagramu naopak vidí velký potenciál pro budování značek a proto chce postupně zavést to, co dominuje právě na mateřském Facebooku – call to action tlačítka, jako jsou nákupní, instalační či přihlašovací. Apple už nějaký ten pátek chce, abychom nepoužívali žádné údaje a platili pomocí otisku a Google nově testuje supertlačítko, které by bez nutnosti vyplňování velkého množství dat zajistilo požadovanou konverzi – tedy nákup. Cíl je jasný – tyto platformy, které jsou dost velké na to, aby dokázaly přilákat velké množství partnerů, se snaží uzavírat systémy pro zvyšování vlastních opakovaných tržeb z reklam nebo plynoucí ze sdílení zajímavých nákupních dat s třetími stranami. Právě na zmiňovaném Facebooku je vidět, že se snaží postupně zpeněžit každý zajímavý nápad.

Co to znamená pro firmy?

Pro firmy a značky jsou všechny tyto zprávy velmi pozitivní. Třetí strany se totiž snaží co nejvíce zjednodušit procesy pro zvyšování konverzí a tím i jejich tržby. Facebook a ostatní se navíc nebojí sdílet zajímavá data o uživateli, čímž se otevírají marketérům nevídané možnosti pro lepší cílení a hlavně jasně obhájitelné využití nákladů. Firmy navíc mohou těžit z toho, že tyto data mají právě z daných platforem, a na Facebooku či Googlu bude následné bránění své pozice. Firmy se ale musí na tuto revoluci začít postupně připravovat a optimalizovat své působení na internetu i pro zákazníky s mobilními zařízeními. Ti budou totiž do budoucna tvořit většinu všech nákupů.

Co to znamená pro uživatele?

Pro uživatele mají tyto inovace dvě strany dopadů. Ta pozitivní pro vás uživatele je, že se už nebudete muset mořit vyplňováním neresponzivních formulářů jednotlivých firem či zdaluhavě procházet desítky stránek pro učinění objednávky, ale budete mít možnost vše pohodlně ovládat pár tlačítky pro všechny oblasti. Negativních najdeme asi více. Mezi zásadní patří například to, že si musí uživatelé ještě více chránit své soukromí skrze nastavení platforem, ochranou hesel, klikat pouze na bezpečné odkazy a hlavně detailně pročítat, co komu dáváte za informace a data.

Vojtěch Lambert, ředitel LCG New Media

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG 360° CONSULTING:

LCG 360°Consulting je poradenská společnost specializující se na restrukturalizace a rozvoj firem v oblastech řízení, finančního řízení, obchodu a marketingu. Společnost LCG sdružuje od roku 1998 zkušené manažery z nejrůznějších oborů, které spojuje jednotná vize poskytování poradenských služeb. Na rozdíl od řady jiných poradenských společností garantujeme našim klientům dosažení stanovených cílů. Vyvinuli jsme proto unikátní metodu 360° CONSULTING, kterou tvoří pět základních pilířů: ANALÝZA, STRATEGIE, IMPLEMENTACE, DELEGACE, PODPORA. Hlavními aspekty unikátní metody 360° CONSULTING jsou řízení změn v souvislostech a orientace na výsledek. Standardní analytické a strategické poradenství rozšiřujeme o naši aktivní účast při řízení změn a součinnost při následném zajištění udržitelnosti dalšího rozvoje podnikání. V každé fázi projektu tak klient má k dispozici tým odborníků s odpovídající specializací.

Konzultanti LCG mají dlouholeté zkušenosti s revitalizacemi společností, finančním poradenstvím, restrukturalizačními programy, zvyšováním podnikatelské výkonnosti, s optimalizací vnitřních procesů či tvorbou a implementací dlouhodobých a krátkodobých strategií. Vždy se snažíme zajistit pro naše klienty udržitelný a dlouhodobý hospodářský růst.
