

Internetes honlap üzleti értékesítésének lehetőségei – marketing terv (www.XXXXXX.hu)

I. A honlap értékelése és áttekintése reklám-marketing és üzleti értékesítési szempontok figyelembevételével:

A honlap szakmai tartalmát ebben az értekezésben nem vizsgáljuk, kizárólag az értékesíthetőség szempontjai alapján teszünk észrevételeket. A kimagaslóan értékes szakmai tartalom üzleti értékesítésének lehetőségeit vizsgáljuk, melyhez elengedhetetlen a honlap mint termék piacképességének vizsgálata. A honlap az értékesítés tárgya, önmagát kell eladnia, hiszen a reménybeli vásárlók ezt a terméket kívánják üzletileg hasznosítani. Az üzleti hasznosítás feltétele a használhatóság és a tartalom egysége. A szakmai beltartalom kimagasló, a használhatóság azonban hagy kívánnivalókat hagy maga után.

A nyitó oldal nem felhasználóbarát, nem látszik hová is érkeztünk és a kereső kérdések mire is vonatkoznak. Célszerű lenne egy bemutató oldal közbeiktatása, a laikus (továbbiakban fizetős nem szakmabeli felhasználó!) számára. Az átlag halandó számára nem közismert szakmai kifejezések az értékesíthetőséget gátolják, hiszen a későbbiekben vázolt célközönség a tartalom lefordított, átlagos látogató, turista, kiránduló számára érthető és egyértelmű tartalmat tud felhasználni vállalkozásába, honlapjába üzleti nyereség és reklám szempontjából beépíteni. Erre hajlandó pénzt áldozni és a mélyebb szakmai, tudományos értékek számára nem játszanak szerepet.

A súgó funkció kiemelkedően jó, és vele párhuzamosan segíti az értékesíthetőséget a megrendelés gomb alatt található anyag is, mely a további felhasználóknak nyújt segítséget. Sajnos a gomb elnevezése megtévesztő, hiszen itt a továbbhasznosításhoz szükséges információk találhatóak, melynek üzleti hasznosítás szempontjából kiemelt helyre kellene kerülni. Ezt szeretnénk eladni, de megrendelés gombot szinte senki sem fog nyomni addig ameddig nem tudja, mit kezdhet a felülettel. Így nem találja meg, mit értékesítünk, mik a lehetőségek. Sajnos a behívott oldalról a főmenübe nincs visszatérés, a gombok által behívott felületek nem új ablakba jelennek meg, a látogató egyszerűen inkább kilép, mint próbálkozzon a visszalépéshez alkalmas gomb megtalálásával.

A látogatók többsége laikus, egy honlapon általában nem gyakorlott számítógép felhasználók, hanem amatőrök keresnek legtöbbször. Az értékesítésnél az oldalt remény szerint majd beépítő vásárlók ezeket a szempontokat figyelembe veszik.

Az oldalakon elhelyezett Google kereső megtévesztő, nem az oldalban keres, a látogatót messze röpteti a felülettől. A saját kereső első próbálkozásra nem igazán működik, kísérletezni kell vele, ha nem ismerjük a keresés és a kérdések szerkezetét, logikáját. Az alkalmi látogató ezt nem ismeri, nekem is tizedik próbálkozásra sikerült információt kapni a kereső segítségével, az sem egészen az volt, mint amire kíváncsi voltam ezen érdemes lenne finomítani. Az értékesítés menetének első lépcsője a honlap kipróbálása, a saját, ismert tájégyesség, település adatainak lekérése. Ezt nem profi számítástechnikusok, hanem üzletemberek, önkormányzati dolgozók teszik majd meg.

Kiemelkedően előnyös a portál bővítésének folyamatos lehetősége, a feltölthetőség biztosítása. Lelkes helytörténészek, lokálpatrióták számára amennyiben biztosítható a kontrollált, moderált feltöltés, adatszolgáltatás a felület szakmai tartalma és üzleti értéke jelentősen nőhet, úgy, hogy a bővítés, aktualizálás nem kerül az üzemeltető számára egy fillérbe sem. Ennek a lehetőségnek a megteremtése és felügyelete azonban odafigyelést és folyamatos ellenőrzést igényel. Az aktivitás reklámeszközökkel, facebookos kampánnyal fokozható, a fizetős partnerek érdekét szolgálja, így ők is bevonhatók a bővítésbe, saját érdekszférájuk területén.

A honlap felületén nincsen kialakítva szponzoráció és reklámozás céljára hasznosítható felület. Ezen célszerű lenne változtatni, hiszen bevételi lehetőségtől esünk el ennek hiányában. Turisztikai céllal itt elhelyezhetőek lennének hirdetések akciók, last-minute ajánlatok, szálláslehetőségek, csere és fizetős bannerek.

A fenti kisebb hiányosságok a kereskedelmi hasznosítás megkezdése előtt kiküszöbölhetőek és korrigálhatóak. Fő szempont, hogy ne a szakmai komoly beltartalmat helyezze előtérbe, hanem a laikus felhasználást segítse.

Meg kell azonban jegyezni, hogy amennyiben a portál ingyenesen látogatható minden korlátozás nélkül, akkor bárki behivatkozhatja ingyen, az értékesítés nem jöhet szóba. Az ingyenes tartalomért senki sem fog fizetni. Célszerű lenne a hozzáférést ingyenes és fizetős tartalmakra bontani, valamint az oldalon a felhasználókat regisztráltatni, hiszen a látogatók közül kerülhetnek ki első sorban a jövő fizetős felhasználói. A kialakított címlista segíthet az értékesítésben.

II. Az üzleti értékesítés célcsoportja:

A honlap tartalma a települések és tájegységek sok szempontú értékeit veszi számba és mutatja be. A tartalom első sorban idegenforgalmi szempontból lehet vonzó a területen érdekelt vállalkozók számára. Hasznosításban érdekelt lehet a helyi önkormányzat és egy-egy település vállalkozói közössége is, mely a helyi forgalom növelésében érdekelt.

Akkor ha, a helyszínen több a látnivaló, érdekesség, esély van a nagyobb létszámú turista megjelenésére és azok, ha tovább maradnak, valószínűleg többet is költenek az adott helyen. A központilag összegyűjtött tudományosan szerkesztett portál ebben segítséget nyújthat.

Célcsoport tehát:

1. Önkormányzatok
2. Szálláshelyek
3. Éttermek, Wellness szállodák, egészségcentrumok
4. Turizmushoz köthető szolgáltatók (utazási irodák, rendezvényszervezők, stb.)
5. Helyi, regionális fesztiválok
6. Ezzel kapcsolatos országos vállalkozások (biztosítók, bankok, mobil és Internet-szolgáltatók)

A célcsoport természetesen ki kell, hogy egészüljön a laikus, nem üzleti célú felhasználókkal, hiszen a honlap értékesíthetőségének alapfeltétele a látogatottság, mely a piaci versenyben alapvető kérdés az értékesítés során. A honlap értékesítésének fő szempontja kell, hogy legyen az, hogy létezéséről minél többen tudjanak. Ha nem tudják, hogy van, nem keresik, mert nem tudják, hogy hol keressék és miért. Az értékesítés első lépése a legszélesebb körű tájékoztatás és népszerűsítés kell, hogy legyen. Ehhez felhasználható például a facebook, internetes hírlevél küldése is, melyek költségtakarékos módon alkalmazhatóak. A hírlevelek kiküldését internetes kutatás előzheti meg, a tájegység, vagy település területén működő lehetséges partnerek egy részének felderítésére. Célszerű az önkormányzatokkal is kialakítani ebből a célból egy együttműködést, az adatszolgáltatás során segítő kollégák bevonásával.

Újszerű megközelítés lehet az önkormányzatok, helyi helytörténettel, folklórral foglalkozó szervezetek bevonásával indított „verseny” meghirdetése a beltartalom bővítésére és a helyi népszerűsítés elősegítésére. Ehhez szponzor bevonása is lehetséges, a díjazás és reklámozás támogatására

III. A portál értékesítésének lehetséges módozatai:

Az értékesítés több irányból kezdődhet el és egymással párhuzamosan több szálon is futhat. A legköltségtakarékosabb megoldás az internetes értékesítés, melyre a portál már jelen állapotában is kísérletet tesz. Másik lehetőség az értékesítési hálózat kialakítása, ez azonban sokkal költségesebb és fáradtságosabb azonban hatékonyabb, hiszen a portál látogatottsága jelenleg nem nagy. A hálózat kialakítása során lehet építeni a honlap során eddig alkalmazott munkatársakra, környezetükre és ismereteikre.

A két módozat párhuzamosan is futhat. Az alább felsorolt termékek értékesítése mindkét módon elképzelhető. Az értékesítés szervezeti technikai részleteit egy másik fejezetben fogjuk megvizsgálni.

Az értékesíthető termékek az alábbi részekre bonthatók:

- A honlap reklámfelületének értékesítése
- A honlap beltartalmának másodlagos hasznosítása
- A honlap beltartalmának üzleti tartalommal történő bővítése (üzleti alapon)
- A regisztrált látogatók adatbázisaként történő felhasználása (pl. hírlevél és aktualitások küldése számukra, fizetős tartalommal)

III./1. A honlap reklámfelületének értékesítése

A honlap egyes felületeinek reklám céljából történő értékesítése során alapvető követelmény a látogatottság növelése és egy magas látogatói szám igazolása. A hirdetők ennek figyelembevételével döntenek a hirdetésük elhelyezéséről. Egy sokak által látogatott honlapra bármilyen hirdető szívesen áldoz pénzt.

A látogatottság növelésének módja vagy saját költségkeret terhére reklám, vagy a már korábban említett internetes lehetőségek a hírlevél és facebook, vagy más honlapokkal történő társulás és együttműködés. Ilyen partnerek lehetnek a kereskedőket, szálláshelyeket, éttermeket minősítő honlapok, vagy turisztikai információkkal foglalkozó internetes megjelenések, blogok, internetes médiák.

Az ezekkel történő együttműködés első körben nem jelent árbevételt, hiszen segítségükkel várjuk a kattintások számának növekedését. Várhatóan a megállapodások ingyenes együttműködésről szólnak majd. Nagy előny azonban a népszerűsítés költségkímélő módja. A lehetséges partnerek felkutatása internetes böngészés feltételez és a megkeresés során személyes közreműködés nem hagyható ki.

A reklámfelület értékesítése során az alábbi elemek beépítésére kerülhet sor a portálon:

- **Banner**

Csere alapján is megjelenhet, fontos, hogy az átvezetés során új ablakot nyissunk, hogy a saját portálról ne küldjük el a látogatót, a visszalépéshez biztosítsunk nyitott oldalt.

- **Hirdetés**

Fontos, hogy az oldalon belül nyíljon ki, akár előreugró ablak formájában, akár külön oldalként. A látogatót ha zavarja kiikszeli. A tartalom rövid kell legyen, hogy a sok információ ne vigye tovább az olvasót másik lapra.

- **Videó**

Rövid reklámfilmek bejátszására van lehetőség, mely tematikusan kapcsolódik a portálhoz. Természetesen van az a pénz, amennyiért a tematikus kapcsolatot lazábban lehet kezelni.

Kiváló lehetőséget jelentenek marketing - értékesítési szempontból a helyi fesztiválok, wellnes,- és többszillagos hotelek, kiemelten magas színvonalú éttermek. Itt érdemes lenne bevonni a területen érdekelt pénzintézeteket és mobilszolgáltatókat, biztosítókat is.

- **Játék, szavazás**

A portált színesíti, a látogatottságot növeli, a barangolókat a honlapon tartja. Ezzel az eszközzel a felület üzemeltetője is élhet, de üzleti céllal értékesítésre is van lehetőség. Lehet szavazni mindenre, pl. a legjobb étteremre megyénként, vagy a legszínvonalasabb szálláshelyre, kiváló kocsmára stb. A listára, amiből választani lehet természetesen fizetős alapon lehet felkerülni. A szavazás témája és lehetősége természetesen külső érdeklődő számára is értékesíthető, ez esetben csak a felületet biztosítjuk, a tartalom a fizetős kuncsaft feladata. Hasonló módon működik a játék funkció, ez esetben a nyereményekről és a játék kialakításáról a megbízó gondoskodik, az üzemeltető a felületet, pl. egy előre ugró ablakkal biztosítja.

A fenti termékek a portál tulajdonosától nem igényel jelentős programozói munkát a termékek anyagait a megrendelők biztosítják, amennyi nem van lehetőség üzleti alapon azok fejlesztésére és programozására árat képezni.

A fentiekben taglalt elemek és termékek a portál értékét növelik. Minél több ilyen elem található rajta, annál több partner érzi szükségét azok megrendelésének. Sok esetben ezeket a működtető első időben akár ingyenesen is befogadja, hogy a jelentkező partnereknek látható, működő referenciát és jelentős érdeklődést tudjon felmutatni.

III/2. A honlap beltartalmának másodlagos hasznosítása

Amennyiben a szakmai tartalom értékesítését is célul kívánjuk kitűzni, úgy tudomásul kell venni, hogy a portálon belül található kimagasló szakmai tartalom üzleti hasznosításának alapfeltétele az, hogy a tartalom egy része csak fizetős felhasználók számára lehet elérhető: Az elérhetőség korlátozott szinten, esetleg méretben korlátozva, vagy kereső kérdések szűkítésével legyen csak a véletlen látogató számára hozzáférhető. Ha bárki bármihez hozzáfér, akkor nincs mit megfizetni. A honlapot, vagy annak bármely oldalát bárki behivatkozhatja és annak tartalma a saját portáljáról elérhető. Igaz ezzel a látogatóját átirányítja erre a honlapra, de ez csak áttételesen jelent üzleti hasznot.

Másik lehetőség, ha a szűkebb tájegységi vagy települési információkat tartalmazó részleteket önállóan, kiemelve, csomagként értékesítjük. Ez feltételez szakmai háttérrel az értékesítéshez. Amennyiben ezek a részletek a portálon amúgy is előállíthatóak, ismét nincs értékesítésre mód. Ez esetben nincs termék. Ennek áttekintése és értékelése szakmai feladat. A közcélú és értékesítési funkciók szétválasztása az üzemeltető feladata és döntése kell, hogy legyen.

A beltartalom hasznosításának fontos eszköze a regisztráció kialakítása. A szakmai tartalom böngészőinek (elérhetőségének) rögzítése a későbbi értékesítés alapeleme lehet.

Az így begyűjtött adatbázis alapján internetes vagy direkt marketinges eszközökkel az adatbázis tagjai megkereshetőek. A címjegyzék a honlap hírlevelének alapja lehet, mely tartalmazhat reklámhordozókat, amikért a partnerek már fizetnek. Minél nagyobb a hírlevél partnereinek száma, annál nagyobb az értékesíthetősége, a hírlevél felületének értéke.

A beltartalom bővítése a már korábban említett eszközök felhasználásával, valamint a még később ismertetett eszközökkel elengedhetetlen. Az üzleti partnerek saját környezetükre keresnek rá legelőször. Ahol a beltartalom hiányos vagy gyenge, ott kereskedelmi értékesítésre kisebb az esély. Az értékesítésben érdekelt üzletkötők számára fontos feladat lehet a helyi információk pontosítása és bővítése.

A szakmai tartalom hasznosítása várhatóan kis egységekben szűkebb területeken érdekelt vállalkozók bevonásával lesz lehetséges, az értékesítési hálózat felállítása és bővítése során erre tekintettel kell lenni. Akár az internetes DM levelek kiküldése, akár személyes kapcsolatfelvétel során a legjobban fedett és legjobban feldolgozott területekkel kell kezdeni az értékesítést.

A szakmailag kiemelkedő tartalom hasznosítása során tekintettel kell arra lenni, hogy az átlagos halandó számára érhető kifejezéseket, fogalmakat kommunikáljunk. Az értékesítés során, ha két mondatban bárki számára érhetően nem tudjuk megfogalmazni, mire jó ez az adatbázis, akkor a harmadik mondatra már nincs szükség, a telefonos vonalat bontják, az e-mailt törlik. Az értékesítés hatékonysága akár üzletkötőkkel, akár internetalapú értékesítéssel számolunk, ezen fog múlni. A tudományos igényesség és az üzleti érdek itt kettéválik.

A szakmai beltartalom mellett a reménybeli termékvásárlók a honlap egészének dinamizmusát fogják vizsgálni és értékelni. A helyi információkat jól, esetleg jobban ismerik, ők a tőlük távol lévő lehetséges üzleti partnereiket és látogatóikat szeretnék bevonni. E termék értékesítése során is sajnos elsődleges szemponttá fog válni a látogatottság növelése.

III/3. A honlap beltartalmának üzleti tartalommal történő bővítése (üzleti alapon)

A szakmailag jól felépített belső tartalom helyi szinten bővíthető a területhez kapcsolódó tájértékeken túl az ott működő vállalkozások megjelenítésével is. Egy-egy helyi vállalkozó számára üzleti alapon fontos lehet, hogy a megjelenített térképjelek között az Ő vállalkozása is jelenjen meg, mint a terület specialitása. Bízunk abban, hogy a portált felkereső látogatók a fontosabb jellegzetességek megtekintése, meglátogatása során vállalkozását is felkeresi. Amennyiben erre lehetőséget biztosítunk, úgy bevételi forrásra is sikerül szert tenni.

A mikro-, kis-, és középvállalkozások általában helyhez kötöttek, egy adott területhez, tájegységhez, helységhez kötődnek. A területet felkereső látogatók számára kívánnak szolgáltatásokat nyújtani. Reklám – marketing szempontból számukra a tájegységhez kötődő információk, ha sok emberhez eljuttathatóak, a saját üzleti érdekeiket támogatják.

A kialakítandó értékesítési struktúra számára az ilyen irányú lehetőség plusz üzletkötési lehetőséget teremt. A helyi vállalkozások bevonása a rendszerbe üzleti alapon úgy, hogy a megjelenésért fizessenek a pénzbevételeken túl másik előnnyel is bír. Ez az előny a portál beltartalmának pontosítása, bővítése.

A működő vállalkozások a környék adta turisztikai és tájegységi jellegzetességeket eddig is felhasználták saját reklámtevékenységük kapcsán. Díjazás ellenében adott „admin” funkció esetén érdekeltté válhatnak abban, hogy a saját összegyűjtött ismeretanyagukat közzétegyék, az oldal szakmai tartalmát bővítsék úgy, hogy fizetnek is érte. Ezzel, tekintettel arra, hogy a feltöltés üzleti érdekeiket is támogatja, ingyenes adatszolgáltatókat nyerhetünk. Ezen a csatornán bővíthető a háttéranyag helyi mondákkal, szokások leírásával, a jellegzetes pontokhoz tartozó történetekkel és adatokkal, fotókkal, videó felvételekkel.

Ezek, a fentebb ismertetett lehetőségek mind a portál értékét növelhetik úgy, hogy anyagi ráfordítást és befektetést nem igényelnek az üzemeltetőtől. A fenti módszerrel egy önbővítő, és magától növekedő honlap működtetésére kerülhet sor.

Az üzleti, fizetős pontok megjelenítése során lehetőséget kell teremteni a vállalkozás bemutatására, legalább olyan formán, hogy a pont neve mellett megjelenik a szolgáltató honlapcíme, esetleg fotója, logója.

Az értékesítést végző internetes, vagy üzletkötői hálózat a potenciálisan szóba jöhető partnereket főleg ezek alapján tudják felkeresni. Az üzleti ajánlat fő vezérmotívuma lehet, hiszen helyi és országos ismertséget ajánlhatunk a fizetős ügyfeleknek. A területi vállalkozások bemutatását vélhetően a helyi önkormányzatok, szakmai és civil szervezetek is támogatnák.

Ilyen partnerek lehetnek az XXXXX, XXXX, XXXX, XXX, XXXX, XXXXX, stb. Ezek megjelenítésére is lehet mód, hiszen a területhez kapcsolódóan dolgoznak, a tájegység üzleti részét képezhetik.

Az ő fel és megkeresésük a potenciális ügyfelek elérését is segítheti, információ, adatbázis forrásként működhetnek, valamint a népszerűsítésben is részt vehetnek, előadások és rendezvények során. Ez a tevékenység inkább szervezői munkát, mint tőkét és költséget igényel.

A beltartalom bővítésére már korábban említett módon szponzorok bevonásával, verseny, nyereményjáték, mozgalom indítható ezen a területen, melybe a helyi iskolák, helytörténeti csoportok, lokálpatrióta szervezetek is bevonhatók. Díj lehet az is, hogy a jól teljesítő szervezeteket ingyenesen jelenítjük meg a honlapon (Pl. XXX, XXXX, XXXX, XXXX, stb.).

A helyi szintű szóbeli propaganda ingyenes, de ennek ellenére rettentően hatékony. Az üzleti ajánlatokat kiválóan készíti elő, hosszasan ébren tartja az érdeklődést, a területen érdekelt szolgáltatók, vállalkozók figyelmét felkelti és ráirányítja a portál értékeire. A személyes kapcsolatok segítségével fejleszthető a címlista, segítheti a facebook kampányt, segíti az üzletkötők tevékenységét. Személyes kapcsolatok segítségével helyi címlisták, adatbázisok érhetőek el, és vonhatók be az értékesítési, ajánlati körbe, saját adatbázisba.

Fontos, hogy a potenciális vevő jelöltek, és a már regisztrált ügyfelek számára időszakos visszacsatolást teremtsünk, a bővítésekről, új üzleti partnerekről, fejlesztésekről tájékoztassuk őket. Ezek főleg helyi szinten érdekesek. A konkurencia, ha megjelenik az oldalon, ösztönzőleg hat a többi hasonló vállalkozás megjelenésére is. Nem szeretnének lemaradni, illetve kimaradni. Ha neki megéri, biztos van benne üzleti lehetőség. Ilyen meg gondolásból szoktak egy-egy vezető vállalkozást akár ingyenesen is elhelyezni „csalinak” a portálokon.

III/4. A regisztrált látogatók adatbázisként törénő felhasználása (pl. hírlevél és aktualitások küldése számukra, fizetős tartalommal)

Az eddig ismertetett elképzelések mind építenek a folyamatos kapcsolattartásra és az adatbázis gyűjtésére, felhasználására. Minden internetes vállalkozás törekszik a portáljára látogató böngészők elérhetőségének rögzítésére és az általa így legálisan gyűjtött (a

látogató saját döntése alapján adja meg elérhetőségét), adatbázis, címlista hasznosítására. Aki már látta a portált, az lehet ügyfél, ha nem akkor azért ajánlhatja ismerőseinek, de legalább -ha van miért-, többször visszatérhet és növelheti a látogatottsági mutatókat. Bármelyik változat üzletileg hasznos az üzemeltetőnek, segíti az üzletkötést, akár személyes, akár internetes értékesítés esetén.

Az aktualitásokat tartalmazó hírlevél tartalmazhat fizetett reklámot, támogathatja a fizetős ügyfeleket azzal, hogy felhívja a figyelmet megjelenésükre, és ösztönözhet saját üzleti ajánlattal arra, hogy az eddig passzív felhasználó, érdeklődő fizetős ügyfélle váljon. A hírlevélre érkező visszajelzések alapján az üzletkötők, akár internetes formában is realizálhatják a megrendeléseket, reagálhatnak a megkeresésekre, személyes kapcsolatot létesíthetnek a potenciális jelöltekkel.

A hírlevél felépítése során gondolni kell arra, hogy az internetes olvasó néhány másodpercet szán egy-egy E-mailés levél elolvasására, áttekintésére. Az első néhány mondat alapján dönt az X (törlés) és a legördítés (tovább olvasom) mellett. Ez azt jelenti, hogy a hírlevelet valóban érdekes hírrel kell kezdeni, röviden tömören fogalmazni megszűrt és lényeges információkat kell adni, és a portálhoz kapcsolódó bővebb információk helyeket kell ajánlani. Erre kiválóan alkalmas egy facebook oldal, vagy a portálon létrehozott aktuális információkat tartalmazó felület.

A hírlevél kell, hogy tartalmazza az üzleti ajánlatunk tömörített változatát, elérhetőséget, ügyfélszolgálati kapcsolatot (ezek lehetnek üzletkötők).

Érdemes a hírlevélhez valamilyen akciót kötni. Ez lehet helyi versenyfelhívás, akciós üzleti ajánlat, facebook posztolás, újabb jelentős előfizetők, szponzorok megjelenése, bekapcsolódása, helyi, regionális konferencia, bemutató stb. Fontos, hogy lehetőséget teremtsünk az olvasó számára valamilyen aktivitás kifejtésére, esetleg a levél továbbítására, más felület (a portál, vagy a facebook oldal) megnyitására, további információk kérésére E-mailon, vagy személyesen.

Fontos megjegyezni, hogy a III. pontban vizsgált és elemzett lehetőségek együtt, és egymásra épülve hathatnak. Ezek alkalmazás és használata nélkül hosszabb távon az üzleti értékesítés nem valósítható meg. Az elemek egyértelműen az értékesítést készítik elő és támogatják, ezek nélkül sem internetes eladás, sem ügynöki hálózat kiépítése nem képzelhető el.

Az értékesítés alapja, hogy eljussunk a potenciális vevőkhöz, érdeklődésüket ébren tartsuk és ösztönözzük őket a további vásárlásra, szponzorálásra. Ehhez elengedhetetlen a folyamatos kapcsolattartás, és a portál, honlap, állandó népszerűsítése.

Az üzleti értékesítésre szánt internetes felületek elkészítésénél ezeket, a szempontokat legalább olyan fontossággal veszik figyelembe, mint a keresőkre történő optimalizálást és a kulcsínt.

IV. Üzletkötés és értékesítés szervezeti formái

A portál fentebb felsorolt üzletileg értékesíthető elemeinek értékesítésére az alábbi lehetőségeket lehet választani:

- Üzletkötői hálózat felépítése
- Internetes értékesítés
- Internetes és hálózati értékesítés párhuzamosan

Az értékesítés során tisztában kell azzal lenni, hogy alapfeltétel a portál ismertségének fokozása. Az értékesítés során a belső kimagasló szakmai tartalom csak másodlagosan fog megjelenni. A hirdető a tapasztalatok szerint első körben a látogatottság alapján hajlandók hirdetési díjat fizetni! Ezen javíthat, puhíthat a kialakított személyes kapcsolatrendszer, hiszen a honlap ajánlása, akár -szakmai alapon is- segítheti az üzletkötést.

Az üzletkötésben érdekeltek számára olyan háttérrel kell biztosítani, hogy esélyük legyen a termékek értékesítésére. A háttér a megfelelő szakmai és technikai segítséget feltételezi, valamint a portál tartalmának részletes pontos ismeretét, a honlap kezelő felületének profi alkalmazását. Ez egy rövid felkészítéssel érhető el. Ez mindkét változat esetén elengedhetetlen.

Az üzletkötők számára reális bevételi lehetőség reményét kell felvázolni, a jutaléknak fedeznie kell a megjelenő költségeiket és természetesen ezen felül plusz bevételt kell teremtenie. Kalkulálni kell azzal, hogy az üzletkötések egy része meghiúsul, ebben az esetben azonban az üzletkötő költségeit a megkötött üzletekből kívánja kompenzálni. A sikertelenség, kevés bevétel miatt kieső üzletkötők pótlása idő és jelentős pénzvesztés.

Mindhárom változat működtetése esetén elengedhetetlen egy „vezető” üzletkötő beiktatása, aki a teljes értékesítést felügyeli, koordinálja és ellenőrzi. Ő a háttér ügyfélszolgálati feladatokat is elláthatja, számlázási és ajánlattételi jogköröket kaphat, az elszámolásokat intézheti, valamint a megkötött szerződések alapján intézheti a hirdetések, stb., portálra történő felkerülését.

Várható, hogy több szakmai megkeresést kap telefonon, E-mailban, melyek a honlap tartalmának más portálba történő beépítésére, hirdetések megjelentetésére vonatkoznak. Az ezekre adott gyors és pontos reakció elősegíti az értékesítést, sőt e nélkül üzleti bevételekre nem nagyon van mód.

IV./1. Üzletkötői hálózat felépítése

A pont bevezetőjében említett alapszabályok természetesen érvényre kell, hogy jussanak. Az üzletkötő saját pénzét fekteti be az üzletkötésbe, természetesen nyereségre törekszik. A hálózat kiépítését tehát a legjobban lefedett, szakmailag optimálisan előkészített tájegységeken és helységeken kell elkezdeni. Fontos szabály, hogy az üzletkötők területét egyértelműen határoljuk be, így nem lehet két üzletkötő között személyes üzleti konfliktus.

Egy-egy üzletkötő optimális mozgásterület kb. 30 km-es kör. Ez gépkocsival, esetleg villamossal, busszal bejárható. A kisebb terület csökkenti az ügynök költségeit, így az értékesítésből befolyó jövedelemnek az a része, mely a működtetőnél marad, nagyobb lehet, vagy az értékesítés díjtétele elfogadhatóbbá válik.

Az üzletkötésnél érdemes azokat bevonni első körben, akik a honlap létrehozásában részt vettek, önkormányzati és vállalkozói, valamint civil körökben kapcsolatokkal rendelkeznek. Ők a III. pontban foglaltak minden elemét ismerhetik és alkalmazhatják. Amennyiben „admin” joggal rendelkeznek pénzügyileg is érdekeltek a portál minden elemének bővítésében. Nagy előny, hogy jelentősebb szakmai előképzést nem igazán igényelnek.

Az üzletkötői hálózat bővítése során lehetőség van a személyes ismeretségen alapuló „beszerzés” mellett internetes és hirdetéses toborzásra is. A toborzás során jelentkezőket ki kell oktatni a szakmai ismeretekre, fel kell készíteni az üzletkötésre, szerződést kell velük kötni és természetesen az általuk megkötött szerződések mintáját is át kell adni.

A megkötött szerződések kiszámlázásánál eldöntendő, hogy az ügynök személyesen saját nevében számlázzon, vagy a számlázás központilag történik, és az üzletkötővel az alapján kerül sor havi rendszerességgel az elszámolásra, a jutalék kifizetésére. Ehhez belső szabályozás, ügyrend kialakítása szükséges. Nem mindegy, hogy az üzletkötő saját nevében, megbízás alapján, vagy a működtető nevében annak képviseletében köt szerződést.

Az árak és a jutalék összegének kialakítása az üzemeltető feladata és felelőssége, erre üzleti terv készítése a legcélszerűbb. A terv elkészítését hasznos, ha megelőzi egy olyan kutatás, mely a hasonlóan működő szervezetek, értékesítők árszintjét és jutalék szintjét felméri. Ez segít abban, hogy a megkeresett ügyfelek számára tett ajánlat reális legyen, ha összehasonlítják más ajánlattal, akkor az inkább a kedvezőbb tartományba kerüljön. A kutatás az Internet segítségével is végezhető.

Az üzletkötők munkáját minden reklám segíti. Számukra lehetőséget kell teremteni, és szorgalmazni kell a helyi rendezvényeken, összejöveteleken történő megjelenést, azzal a céllal, hogy a portál tartalmát és az ezzel kapcsolatos üzleti lehetőségeket bemutassák.

Az ügynöki hálózat bővítésének fontos bázisa lehet, a helyi hagyományokkal, történelemmel foglalkozó tanári, könyvtárosi réteg, és a hagyományörző civil szervezetek aktivistái. Hivatalból a terjesztést támogathatják a helyi önkormányzatok és vállalkozói szervezetek is. E szervezetekkel kialakított személyes és esetleg szerződéses kapcsolat plusz aktivisták bevonását eredményezheti.

Ebben az esetben a működtető nem jutalékkal, hanem beltartalmi információk bővítésével „fizethet” (mely egyébként érdeke). Az árbevétel így realizálható, de jutalék nincs, és az oldal szakmai értéke ingyenesen nő!

A megfelelő szakmailag is felkészült értékesítési hálózat kialakítása hosszadalmas, és időigényes feladat nem kevés energiát köt le. Hatékony működéséhez legalább fél- egy év kell. Megfelelő pénzügyi és szerződéses háttérrel, folyamatos felügyeletet igényel, pénzügyi kontrolling nélkül működésképtelen. Ez a tevékenység is, mint minden üzleti vállalkozás a befektetéssel (pénz, idő, energia, tudás) kezdődik.

Alkalmazása gyors árbevételt és profitot nem eredményez, kialakítása azonban kb. egy év elteltével stabil bevételi forrást eredményezhet.

IV./2. Internetes értékesítés

Az értékesítés az Internet adta távkereskedelem alapján működtethető. A hálózat felhasználásával elküldött hírlevelek, üzleti ajánlatok facebook-os posztolások és reklámok felhasználásával, valamint a begyűjtött adatbázisok bevetésével DM levelekkel bombázzuk a potenciális partnereket.

Az üzletkötés postán, E-mailban, faxon történik, az adatok reklámanyagok az interneten kerülnek továbbításra mindkét irányba. A fizetés módja átutalással kezdődhet, majd később bankkártyás fizetés és telefonos fizetés is bekerülhet a rendszerbe. Ez természetesen később a portál átalakítást és ilyen területen működőkkel szolgáltatói szerződések megkötését is igényli.

Az értékesítéshez a portálon letölthető árlistát (minden lehetőségre kiterjedően, lásd III. pont), szerződésmintát, folyamatos elérhetőséget (ügyfélszolgálatot) kell megjelölni, hiszen az ügyfél személyes kapcsolatba a működtetővel csak így léphet. A portállal kapcsolatos mindennemű, szakmai, pénzügyi, technikai információ ez esetben ezen a csatornán kell és lehet eljuttatni a reménybeli megrendelőkhez. Ez esetben a honlap az üzletkötő, a megrendelő azonnal látja és kipróbálhatja a felületeket. Ez hátrányt jelenthet, ha a látogatottság kicsi és semmilyen hirdetés, felhasználó, reklám nem látható, ha a szakmai tartalom gyenge, vagy nem érhető könnyen el. Előnyt jelent, ha az előzőben említettek ellenkezője az igaz. Internetes értékesítés során a tapasztalat többet nyom a latba, hiszen személyes kapcsolat, üzletkötő híján a meggyőző szöveg, ráhatás kimarad.

Az üzleti ajánlatok népszerűsítése során itt is jelentős szerepet kaphatnak és feltétlenül fontosak azok a civil és önkormányzati kapcsolatok melyeken keresztül és segítségükkel az internetes ajánlatainkat, reklámunkat, ki tudjuk küldeni, címlistájukat, továbbítási lehetőségeiket be tudjuk vonni az értékesítési körbe.

IV. Internetes és hálózati értékesítés párhuzamosan

A két értékesítési rendszer nem zárja ki egymást, párhuzamosan is működtethető. Természetesen a működés során a két rendszer elemi között üzleti érdekelttség miatt feszültségek léphetnek fel. Az internetes értékesítés az egész országra kiterjed, az üzletkötő lokálisan dolgozik. Azonos ügyfelet mindkettő elérhet, ez esetben vita keletkezhet. Ennek előzetes tisztázása és rendezése az üzemeltető feladata. A szerződésekben pontosítani kell a hatásköröket és az illetékességet.

A hatékonyságot javíthatja, ha saját területén az üzletkötő az internetes értékesítésre is lehetőséget kap, ebben az esetben természetesen az általa kiküldött ajánlatokra a válaszok, hozzá kell, hogy beérkezzenek, a szerződést, és az adminisztrációt neki és rajta keresztül kell elvégezni.

A két rendszer működtetése ismét feltételezi egy központ erős felügyelet meglétét. Fontos, hogy minden egyes üzleti megkeresés, ajánlat címlista egy helyen, a működtetőnél rögzítésre kerüljön. A nem realizált üzleti kapcsolatokat időről-időre felül kell vizsgálni, a nem szerződött potenciális partnereket ismételt ajánlatokkal kell felkeresni, számukra hírlevelet küldeni, hiszen a hírlevélben elhelyezett reklámok, ajánlatok értéke azok darabszámával nő.

Bármely értékesítés alkalmazása esetén szükséges a honlapon az elérhetőség adatainak karbantartása, az üzletkötők, hatáskörletük, valamint az internetes ügyfélszolgálat elérhetőségének megjelölése, megadása. Biztos és azonnali háttér információ, kapcsolat hiányában az üzletkötésre hajlandó partnerek 60-80 százaléka eláll az üzlettől, és később nem tér vissza ajánlatkérésre, elfelejti, lebeszéli magát.

V. Facebook mint támogatás és kapcsolatteremtés

Az internetes világ kapcsolatépítésének egyik kiemelkedő lehetősége a már működő és tömegeket megmozgató közösségi portálok, melyeken keresztül előre kalkulálhatatlan emberhez, partnerhez lehet eljuttatni üzenetet. Ennek felhasználása egy portál értékesítésének kezdetén elengedhetetlen. Minél több egyénhez juttatjuk el a honlap értékeit és nézetjük meg velük, annál nagyobb az esély, hogy üzleti partnerekre leljünk. Az egyének mögött vállalkozók, önkormányzati alkalmazottak, civil szervezetek vezetői és aktivistái, vállalkozói szövetségek, köztisztviselők alkalmazottjai, vezetői találhatók meg.

Ha megnyerjük őket, hogy saját partnereikkel osszák meg az információt és ajánlják a honlapot, esetleg kérjük partnereiket, hogy küldjék tovább a híret és ajánlják saját partnereiknek is legalább a megtekintést, rövid idő alatt több ezer, tízezer helyre juttathatjuk el az általunk favorizált információt.

A honlap támogatására célszerű facebookos oldal létrehozása. Ez ingyenes. Működtetése komoly apparátust nem igényel, feladata a portálra terelni a látogatókat.

A facebook felhasználása azonban időszakos aktivitást igényel. Az ide felhelyezett és továbbküldött anyagoknak időnként havonta egy-két alkalommal célszerű megjelenni a közösségi portálon, aktivitást jelentve. Az itt megjelentetett üzleti ajánlatok, újdonságok közzétételekor figyelni kell arra, hogy ez nem üzleti hálózat, itt az érdekességekre figyelnek. Célszerű egy-egy tájegység, helységekkel kapcsolatos érdekességekre, új információkra, fotókra alapozni a híreket. Tudatos tevékenység esetén ez rendszeresen segítheti az üzletkötők helyi munkáját, kapcsolódhat rendezvényhez, fesztiválhoz, évfordulóhoz, stb.

Az esetlegesen így begyűjtött látogatók adatainak regisztrálása visszahathat az értékesítés teljes menetére.

A portál nézettségi mutatóinak növekedése magával viszi az értékesíthetőség és az értékesítés árának növekedését is. Mindez nem kerül pénzbe, nem kell reklámra, hirdetésre fizetni, nem használjuk a telefont, és nem herdáljuk a benzint. Költségtakarékos és hatékony.

VI. Ajánlott és bevonható kapcsolatok, nemzetközi, külföldi értékesítés

Banner és linkcsere alapon bevonható honlapok és portálok közül néhány ajánlat:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

A honlap népszerűsítésében segítséget nyújthatnak, esetleg barter alapon:

- XXXX
- XXXX
- XXXX
- XXXX
- XXXX

A nemzetközi hálózatban történő értékesítés lehetősége fennáll, ebben az esetben a teljes értékesítés idegen nyelvet jól beszélő munkatársakra kell, hogy épüljön. A teljes ajánlati anyag és szerződésminta el kell, hogy készüljön legalább angol nyelven. Ez azonban komolyabb anyagi és szellemi befektetést igényel, első lépésben nem célszerű ezt megvárni. Lehetőség van azonban arra, hogy ebben az irányban külső befektető bevonásával párhuzamos üzleti, értékesítési hálózat alakuljon.

VII. Összegzés

A portál értékesítésre és üzleti hasznosításra alkalmas. A fenti üzleti terv megvalósításával a tartós fenntarthatóság és fejlesztés külső anyagi eszközök bevonásával megvalósítható. A javasolt átalakítások és igazítások az értékesíthetőséget növelik, a pénzügyi bevételek mielőbbi realizálását segítik. Az üzleti hasznosítása egy portálnak könnyebb, ha már a fejlesztés során, a honlap alap kialakításakor erre törekednek, de egy komoly és színvonalas tartalommal bíró internetes felület bármikor bevonható az üzleti szektorba. A bevezetés és pénzügyi realizálás nem gyors, szellemi és esetleg nem nagy összegű további anyagi befektetést igényel, mely megtérülése rövidtávon egy-két év távlatában valósulhat meg.

Budapest, 2012. augusztus 06.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Csapó György', is written over a horizontal line.

Csapó György
stúdióigazgató

Kos és Bika Reklámstúdió
www.kosesbika-reklam.hu
Kosesbika@t-online.hu
06-20-9376-600