

BIZNES W SIECI #10

**TWÓJ SKARB:
WEJŚCIA
BEZPOŚREDNIE**



**JAK NOKAUT.PL DBA
O WEJŚCIA BEZPOŚREDNIE**



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

BIZNES W SIECI odc. 10:

Bezcenne wejścia bezpośrednie - czy są dla Ciebie ważnym źródłem ruchu?

Co wspólnego ma YouTube z np. Onetem, z Facebook'iem czy z Google'm? Tę wspólną cechą jest to, że ruch internautów na te serwisy jest przede wszystkim ruchem bezpośrednim. I dlatego dzisiaj rozmawiamy o jednej z najbardziej wartościowych rzeczy, jakie może posiadać każdy biznes w sieci – o ruchu bezpośrednim.

Ruch bezpośredni

Zacznijmy od tego, czym jest ruch bezpośredni. Ruch bezpośredni jest ruchem, w którym internauci trafiają na naszą stronę, bezpośrednio wpisując do paska przeglądarki adres naszej domeny. Dzięki temu bezpośrednio trafiają na naszą stronę. Pewną specyficzną formą ruchu bezpośredniego jest sytuacja, kiedy internauta wpisuje ten adres do wyszukiwarki. Jest to coraz częstsza praktyka, bo m.in. przeglądarka Chrome czy przeglądarka Safari zunifikowały pola - obecnie jest tylok jedno pole do wpisania słowa kluczowego do wyszukiwarki lub też do wpisania domeny. Powiem trochę później o tym, czym się różnią te dwa podejścia.



Grzegorz Mogilewski

<http://blog.mogilewski.pl>

Zatem pytanie brzmi: dlaczego ruch bezpośredni jest taki wartościowy? Przede wszystkim dlatego, że jest darmowy. Nie musicie Państwo nikomu za niego płacić - ani Facebook'owi, ani Google'owi, ani żadnemu innemu reklamobiorcy.

Z drugiej strony, ruch bezpośredni powoduje, że omijacie wszystkie inne strony, wszystkie inne huby Internetu. Ruch bezpośredni pozwala Wam być niezależnym od Onetu, od Google'a, od Facebook'a. Nie interesuje Was, czy Google podniósł ceny, czy też Facebook zmienił mechanizm wyliczania Edge Rank. Ruch bezpośredni, według badań m. in. firmy Forrester, odpowiada również za dużą część transakcji online.

Jak się okazuje badanie, które zostało niedawno opublikowane (kwiecień 2012r.) – 30% transakcji online jest realizowana przez klientów powracających za pomocą wejść bezpośrednich. A zatem, jest o co walczyć.

Pytanie, które się pojawia jest proste: **w jaki sposób zwiększyć ilość wejść bezpośrednich na naszą stronę?**

Zacznijmy od początku. W momencie, kiedy powstaje nasza strona - nikt o niej nie wie. Nie mamy na niej żadnego ruchu. Nie tylko z wejść bezpośrednich, po prostu nie mamy żadnego.

Pierwszym zadaniem, jakie stoi przed nami, jest skierowanie na naszą stronę ruchu, niezależnie od tego, jakie źródło wybierzemy.

Ale drugim zadaniem, znacznie ważniejszym jest spowodowanie, aby internauta, który już raz wszedł na naszą stronę, miał powód, aby wrócić. Jednym z najważniejszych zadań, jest spowodowanie, aby internauta uznał, że nasza strona jest dla niego wartościową. Aby uznał, że chce na nią wracać. Bez tego, żadna strategia, niezależnie od tego, o jakim źródle ruchu mówimy, nie zadziała.

Pamiętajmy, musimy zbudować w oczach internauty wartość.

A trzecie zadanie, to umożliwić mu powrót bezpośredni na naszą stronę w najprostszy i najłatwiejszy sposób. Zatem: jak to zrobić?

Zacznijmy od wartości. Wszelkie badania pokazują, że istnieje związek pomiędzy popularnością strony w Internetu, powrotami z wejść bezpośrednich, a częstotliwością nowych treści, które pojawiają się na tej stronie. Jeśli chcemy mieć powracających użytkowników – również z wejść bezpośrednich – powinniśmy mieć serwis, na którym jest



Grzegorz Mogilewski

<http://blog.mogilewski.pl>

dużo treści. Ale jakich treści? Mówiliśmy na jednym z ostatnich spotkań – a wszystkie nasze spotkania są dostępne na moim blogu: blog.mogilewski.pl - mówiliśmy o tym, że najważniejszą rzeczą w biznesie online jest znać problemy naszych klientów. I nasza strona powinna te problemy rozwiązywać. A zatem, proszę Państwa, dużo treści rozwiązujących problemy naszych klientów, do tego często aktualizowanych.

Następnym krokiem jest ułatwienie internaucie powrotu. Jakie mamy przestrzenie, na które powinniśmy zwrócić głównie uwagę?

Pierwszą jest domena. Domena jest to nasz adres w Internecie. I upraszczając, domena powinna być łatwa do zapamiętania. Powinna być również łatwa do przekazania komuś innemu. A zatem, raczej powinna być krótka. Powinna być prosta do zapamiętania, nie powinna zawierać trudnych znaków.

Kolejna przestrzeń: cały świat offline powinien być „obrandowany” naszą stroną internetową. A zatem proszę Państwa, Państwo siedzący teraz przed telewizorami, proszę wyjąć wizytówki ze swoich wizytowników - swoje własne i sprawdzić, czy każda ma adres strony? Ci z Państwa, którzy nie mają, mają pracę domową do zrobienia. Każdy katalog, każda publikacja, każdy billboard powinien zawierać odnośnik do strony internetowej.

Kolejna rzecz – wykorzystujmy nowe technologie. To, co Państwu pokazuję, to jest tzw. QRCode - znaczek wydrukowany chociażby na Państwa wizytówce, po zeskanowaniu smartfonem skieruje przeglądarkę internetową na Państwa stronę internetową.

Ale jest proszę Państwa jeszcze jeden mechanizm, który jest bardzo efektywny w kontekście zwiększenia liczby wejść czy ilości wejść bezpośrednich, a mianowicie zamiast starać się, aby internauta wchodził na naszą stronę, możemy sami dotrzeć do jego serca, czy też do różnych urzędzeń, czy też miejsc, bliskich jego sercu. I tak na przykład, jeżeli często mamy nową zawartość publikowaną na naszym serwisie internetowym, powinniśmy ułatwić dostęp do tego internaucie za pomocą czytnika RSS.

Kolejna rzecz, bardzo ważna. Powinniśmy skłonić internautę do tego, aby zapisał się na newsletter naszej firmy. Co oznacza również, że powinniśmy mieć bardzo wartościową zawartość tego newsletter'a, jeśli chcemy, żeby internauta odbierał od nas tę pocztę.



Grzegorz Mogilewski

<http://blog.mogilewski.pl>

Kolejna rzecz, która staje się coraz popularniejsza. Coraz częściej firmy budują własne aplikacje na smartfony, dzięki którym, naprawdę potrafią być blisko serca swoich klientów (oczywiście powracających klientów i oczywiście powracających bezpośrednio na serwisy czy też na treści naszej firmy).

I na koniec, proszę Państwa, ten ruch trzeba badać. Tak, jak rozmawialiśmy wielokrotnie, jeżeli czegoś nie mierzymy, nie jesteśmy w stanie tego poprawić.

Należy bacznie obserwować, co pokazuje Google, w momencie kiedy wpisujemy nazwę naszej domeny lub nazwę naszej firmy do wyszukiwarki (oczywiście naszej strony), ponieważ również może się tam pojawić reklama naszej konkurencji.

Teraz chciałbym zaprosić Państwa na rozmowę z Wojtkiem Czerneckim, Prezesem Zarządu grupy Nokaut S.A., która jest właścicielem jednej z największych porównywarek cenowych w Polsce – Nokaut.pl.

Zapytam go o to: jak tak duże serwisy jak Nokaut.pl radzą sobie z wejściami bezpośrednimi. A może one nie są wcale dla nich takie ważne? Zapraszam już po przerwie.

Masz pytanie, wątpliwość, lub po prostu Ci się spodobała treść?
Skomentuj na blogu: <http://blog.mogilewski.pl/tvn-cnbc-biznes-w-sieci-odc-10-bezcenne-wejscia-bezposrednie/>



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

BIZNES W SIECI odc. 10:

Jak zadbać o ruch bezpośredni na dużym serwisie?

Gość: Wojciech Czernecki (Nokaut.pl)

Więcej informacji o gościu znajduje się [tutaj](#)

GM: Witam po przerwie. Moim gościem jest Wojciech Czernecki, Prezes Zarządu grupy Nokaut S.A., właściciela jednej z największych porównywarek cen w Polsce – Nokaut.pl.

Wojtku, powiedz mi, jak to wygląda z perspektywy dużego serwisu, dużego portalu: czy wejścia bezpośrednie są dla Was również tak istotnym źródłem ruchu?

WCz: Witam serdecznie. Wejścia bezpośrednie, tak. Myślę że dla każdego dużego serwisu to wisienska na torcie w całym ich ruchu internetowym.

GM: Powiedz mi, mniej więcej... czy możesz zdradzić, chyba że nie chciałbyś tego mówić, jak dużo internautów przychodzi do Was w ruchu bezpośrednim?

WCz: W ramach ruchu bezpośredniego musimy szerzej uwzględniać jakby całe spektrum obecności, świadomości marki internautów. Nawet taki serwis jak Facebook.com, gdzie wydawałoby się, że wszyscy wchodzi bezpośrednio, ma kilkadziesiąt procent wejść z Google'a. I podobnie jest w naszym przypadku, gdzie bardzo dużo ludzi wchodzi do nas nie tylko bezpośrednio, ale np. wpisuje w Google'u Nokaut i po znalezieniu nas w Google'u bezpośrednio wtedy do nas wchodzi. To nie jest do końca takie bezpośrednie



Grzegorz Mogilewski

<http://blog.mogilewski.pl>

wejście, ale można powiedzieć, że to jest takie pół-bezpośrednie, ponieważ my nie płacimy za takiego użytkownika, ale on tak jakby świadomie szukał nas i znalazł nas w narzędziu, którego de facto używa na co dzień do przeglądania Internetu, bo w przypadku Google'a mówimy, że to nie jest już tylko miejsce, gdzie reklamujemy swoją firmę, swój brand, ale tak naprawdę Google stał się sposobem korzystania ludzi z Internetu, tak? I jako firma, która chce dotrzeć ze swoimi usługami, produktami do swoich klientów, dla nas bardzo ważną rzeczą jest dystrybucja. Dystrybucja czyli bycie tam, gdzie są nasi klienci. Nasi klienci na co dzień korzystają z portali internetowych, właśnie z Google'a, ale też korzystają ze smartfonów. I jedną rzeczą, o której wspominałeś, bardzo ważną dla nas przyszłościowo, jest rozwój aplikacji mobilnych, które intensywnie rozwijamy.

GM: Już się możecie pochwalić bardzo fajną aplikacją. Opowiedz trochę o niej.

WCz: Tak, mamy dwie aplikacje. Mamy Nokaut Skaner, jest to aplikacja na smartfony, polegająca na tym, że możemy pójść do sklepu z telefonem komórkowym, skanować ceny w supermarketach, hipermarketach i sprawdzać, o ile taniej możemy kupić ten sam produkt w sklepie internetowym. Docelowo będą tam oczywiście nie tylko ceny ze sklepów internetowych.

Drugą naszą aplikacją, którą wypuściliśmy na rynek bardzo niedawno jest Nokaut24. Jest to aplikacja na tablety, dostępna na tablety firmy Apple, na tablety z systemem Android oraz na – i to jest nowość, w zasadzie od dzisiaj – na Windows 8. I ta aplikacja umożliwia, również porównywanie cen, robienie zakupów dla ludzi, którzy intensywnie korzystają z tabletów (widzimy, że ich popularność tabletów dynamicznie rośnie).

GM: Czyli, jednym słowem, użytkownik, który już raz dotarł serwis, to jako użytkownik powinien zostać skonwertowany, mówiąc brzydko, chociażby na aplikację, na smartfonie czy też na tablecie, po to, żebyście już bezpośrednio później Wy do niego wracali, tak?



Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

WCz: Tak. Jeżeli klient jest zadowolony z produktu, który używa, z produktu, który kupił, został dobrze obsłużony, to wtedy ma możliwość wejścia bezpośrednio do nas. Poprzez właśnie aplikacje mobilne. I to właśnie smartfony umożliwiają. Możemy zainstalować się na pulpicie każdego użytkownika.

GM: A powiedz mi, czy również staracie się wysyłać jakieś komunikaty za pomocą aplikacji na smartfonie bezpośrednio od Was do użytkowników?

WCz: Tego jeszcze nie robimy, natomiast dla nas strategicznie istotne jest utrzymywanie stałej komunikacji z naszymi użytkownikami - mamy ich trzy miliony miesięcznie, to jest bardzo duża grupa różnych osób. To, co robimy, to chociażby działania PR'owe. Jako doradcy zakupowi staramy się zaznaczyć swoją obecność w mediach poprzez różnego rodzaju publikacje, w których tak naprawdę doradzamy ludziom, co tak naprawdę dzisiaj kupuje się w Internecie, co warto kupować w Internecie...

GM: Również w mediach pozainternetowych?

WCz: Również w mediach pozainternetowych.

GM: Czyli jest to też przykład starania się doprowadzenia internauty do nas za pomocą odnośnika, pewnie wydrukowanego w prasie, prawda?

WCz: Dokładnie tak, jest to działanie nastawione stricte na budowanie świadomości naszej marki, a efektem budowania świadomości marki, po części są właśnie wizyty bezpośrednie.

GM: A powiedz mi Wojtku, jeszcze chciałbym zapytać o tę sytuację, w której internauta wpisuje do Google'a chociażby nokaut.pl - czy często się zdarza, że Wasza konkurencja wykupuje reklamę w AdWords na takie słowo? Jest to przecież możliwe.



Grzegorz Mogilewski

<http://blog.mogilewski.pl>

WCz: Jest to nie do końca możliwe. To znaczy jest to możliwe technicznie, natomiast z drugiej strony warto zadbać o to, żeby po wpisaniu słowa, właśnie np. nokaut, faktycznie nasza marka, dana marka, której właścicielem jesteśmy, żeby po prostu była na tym pierwszym miejscu, tak? Oczywiście nasza konkurencja może podkupić nam słowa kluczowe, no to już jest kwestia relacji z konkurencją, tak samo my możemy de facto podkupować słowa od konkurencji.

GM: Jest to ogólnie jedną z wielu praktyk w biznesowych. Google na to pozwala. Nie pozwala wyświetlić nazwy Nokaut w reklamie, ale pozwala reklamować na nazwę Nokaut, więc byłem ciekaw jak to wygląda.

WCz: Ważne jest żeby, jeżeli nastawiamy swój biznes na promowanie brandu, żeby zastrzec swoją nazwę handlową w urzędzie.

GM: Czyli jednym słowem, każda inna firma, również mniejsza powinna to zrobić. Co dzięki temu zyskuje?

WCz: Dzięki temu zyskuje ochronę swojego znaku towarowego. Może promować go szeroko w Internecie, może chronić się przed takimi działaniami, które tu zasugerowałeś. Czyli przed nieuczciwą konkurencją, która może przechwytywać w nieuczciwy sposób klientów.

GM: A powiedz mi, czy śledząc trendy rynkowe, czy obserwujesz, że ilość wejść bezpośrednich, w tym całym "torcie" wszystkich wejść, wzrasta czy maleje z czasem?...

WCz: To się zmienia w kontekście „mobile’u” czyli wchodzimy w świat, gdzie ludzie coraz częściej korzystają ze smartfonów, coraz częściej korzystają z aplikacji, które już mają zainstalowane. To są wejścia bezpośrednie, więc one rosną. Z drugiej strony, jeśli chodzi o Internet, bardzo dużo osób, w zasadzie większość z nas, jako stronę główną ma



Grzegorz Mogilewski

<http://blog.mogilewski.pl>

ustawione Google, gdzie tak naprawdę wygodniej jest np. wpisać „nokaut” w Google’u niż wpisać w pasek „www.nokaut.pl”, tak?

Proszę Państwa, jak widzicie, wejścia bezpośrednie to jest tylko fragment większej strategii zdobywania ruchu. Z drugiej strony z naszej rozmowy też wynika, że warto zadbać o to, aby nasz znak, nazwa naszej domeny była prawnie zastrzeżona. Zapraszam już za tydzień, kolejny wtorek, 19:30 TVN CNBC.

Masz pytanie, wątpliwość, lub po prostu Ci się spodobała treść?
Skomentuj na blogu: <http://blog.mogilewski.pl/tvn-cnbc-biznes-w-sieci-odc-10-leszek-czernecki-opowiada-o-ruchu-bezposrednim-serwisu-nokaut-pl/>