



# DIGITAL MARKETING & SALES 2016

# TIME4MOBI.PL

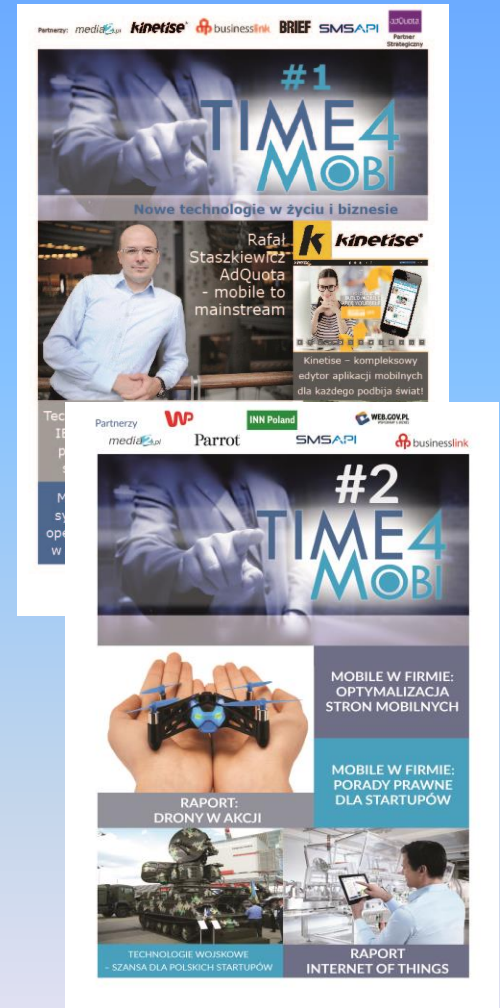
SALES/ MARKETING B2B

E-COMMERCE

LEADY SPRZEDAŻOWE

CONTENT MARKETING

PR/ E-PR



# NISKA EFEKTYWNOŚĆ TRADYCYJNYCH MEDIÓW



- Tylko 18% reklam TV generuje efektywne ROI
- 90% użytkowników przełącza reklamę



- Wysoki koszt reklamy prasowej
  - Reklama w prasie codziennej żyje 1-2 dni
  - Reklama w magazynie print szybko traci aktualność



- Stały 4-5 % spadek efektywności w skali roku
- 50-50% użytkowników zmienia stację radiową w trakcie emisji bloku reklamowego

# Co dzieje się w trakcie jednej minuty w Internecie?



## Oszalałający wzrost w przyszłości



# SMARTFON/ TABLET / ONLINE – ZAWSZE I WSZĘDZIE



39% ludzi używa smartfona w trakcie wizyty w łazience



81% używa do przeglądania mobilnego Internetu



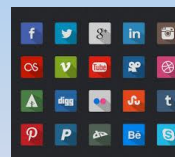
30% w trakcie oglądania TV



48% do oglądania video



22% używa smartfona w trakcie przeglądu prasy



65% na potrzeby social media

# DIGITAL vs. E-COMMERCE

**54% szuka  
merchanta**



**74% pobiera  
kupony rabatowe**



**49% porównuje  
ceny**



**74%  
konsumentów  
dokonuje  
zakupu**

# INTEGRACJA DZIAŁAŃ W KANAŁE DIGITAL



# DIGITAL MARKETING DZIAŁA

**Pomaga w pozyskaniu nowego klienta**

**Wpływa efektywnie na znajomość marki**

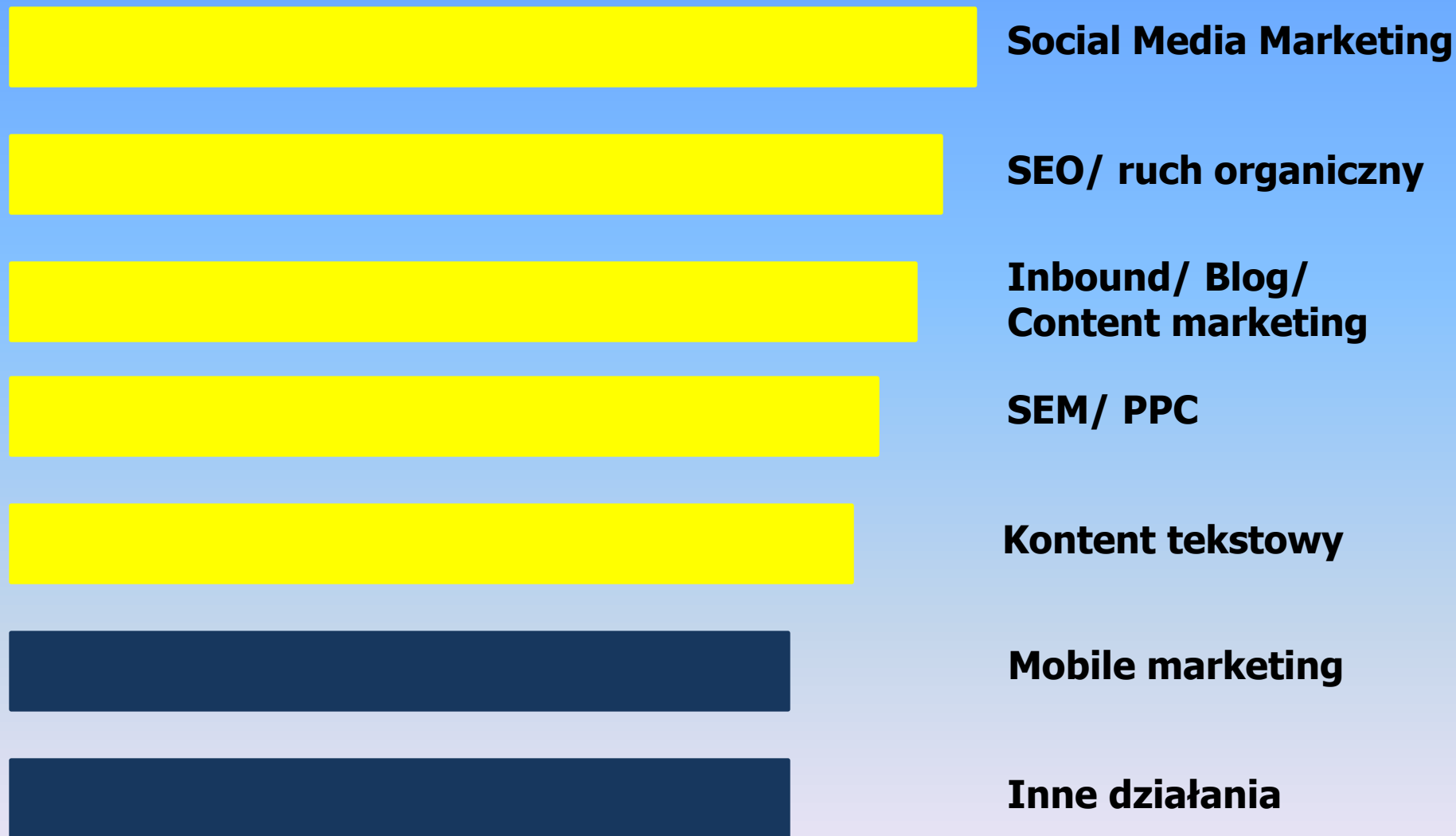
**Wspiera generowanie leadów sprzedażowych**

**Wpływa na wzrost liczby kont (np. model SaaS)**

**Pomaga w realizacji zdefiniowanych celów strategicznych**



# PRIORYTYZACJA DZIAŁAŃ DIGITAL MARKETING\*



\* Precyzyjna strategia ustalana jest zgodnie z indywidualnymi potrzebami firmy

Na podstawie: Demand Metric 2015

# STRATEGIA DIGITAL MARKETING W AKCJI



**E-mailing**



**Content management**



**Analityka online/  
mobile**



**CRM**



**Business Inteligence**



**Marketing  
automation**



**Pozyskiwanie  
leadów**

# EFEKTY DZIAŁAŃ W KANALE DIGITAL

**Blog  
firmowy  
Działania  
social  
media**

**Wzrost  
znajomości  
marki**

**Firmowy  
E-book  
Raporty  
rynkowe  
Webinary**

**Research**

**Case study  
Demo  
serwisu  
Testimonial**

**Porównanie  
oferty**

**Opis  
produktu  
Big Data  
Analiza**

**Decyzja o  
zakupie**

**Interakcja w  
social media  
Zachęta do  
zakup**

**Rekomendacja  
Zakup**

**ZAPRASZAM DO WSPÓŁPRACY!**

**Dariusz Adamczyk**



**+48600285055**



**[dadamczyk@time4mobi.pl](mailto:dadamczyk@time4mobi.pl)**

**<http://time4mobi.pl>**