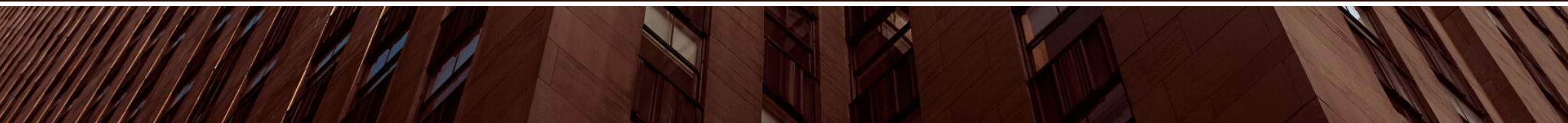




**NA WSTĘPIE DZIĘKUJĘ CI ZA ZAUFANIE
I POBRANIE MOJEGO ZUPEŁNIE
DARMOWEGO PORADNIKA
POKAZUJĄCEGO JAK ZROBIĆ
SKUTECZNĄ REKLAMĘ W FIRMACH Z
SEKTORA BUDOWLANEGO.**



Nazywam się **Mariusz Habrzyk** . Pomagam pozyskiwać klientów w szeroko zwanym sektorze budowlanym. Jestem specjalistą digital marketingu, który z chęcią rozwija małe, średnie jak i duże przedsiębiorstwa. Wdrażam projekty, konsultuję, prowadzę warsztaty i szkolenia, wydaję produkty. Musisz wiedzieć jedno, jestem perfekcjonistą. Jestem bezpośredni, nieustannie podnoszę poprzeczkę sobie i innym, chce przeżyć swoje życie w służbie idei, w którą wierzę. Moim celem jest rozwój i pomoc w ekspansji Polskich przedsiębiorstw. Wierzę w to, że Ty i Twoja firma zasługujecie na więcej.



KIM JESTEM?



Poradnik został stworzony z myślą o takich branżach jak:

- Architekt wnętrz. W tym również projektanci wnętrz.
- Właściciele firm wykończeniowych. Między innymi zajmującymi się: kompleksowymi remontami, wylewkami, tynkami, elektryką itp.
- Właściciele salonów meblowych
- Właściciele salonów z parkietami, deskami oraz panelami
- Właściciele hurtowni budowlanych
- Właściciele firm zajmujących się produkcją okien oraz drzwi
- Inwestorzy budowlani, sprzedaż nieruchomości, najem.
- Wiele wiele innych związanych z sektorem budowlanym

Ale, od początku..

Dlaczego zajmuje się szeroko rozumianą promocją i pozyskiwaniem klientów w branży budowlanej?

Po pierwsze znam się na branży, co daje mi przewagę nad konkurencją a zarazem świetne pole do popisu przy tworzeniu skutecznych kampanii reklamowych.

Po drugie co ważniejsze uważam, że branża jest zaniedbana pod względem reklamowym i estetycznym w internecie. No dobra ale dlaczego jest to tak ważne?

Twój potencjalny klient jak i pracownik z nowego, młodego pokolenia sprawdza i wyszukuje informacje w internecie. Społeczeństwo staje się coraz bardziej zdystansowane a co za tym idzie trzeba być obecnym w ogólnie rozumianych Social Mediach. Ludzie są zabiegani, łatwiej i szybciej jest wpisać w wyszukiwarkę pożądane hasło i znaleźć potencjalnego wykonawcę usługi.

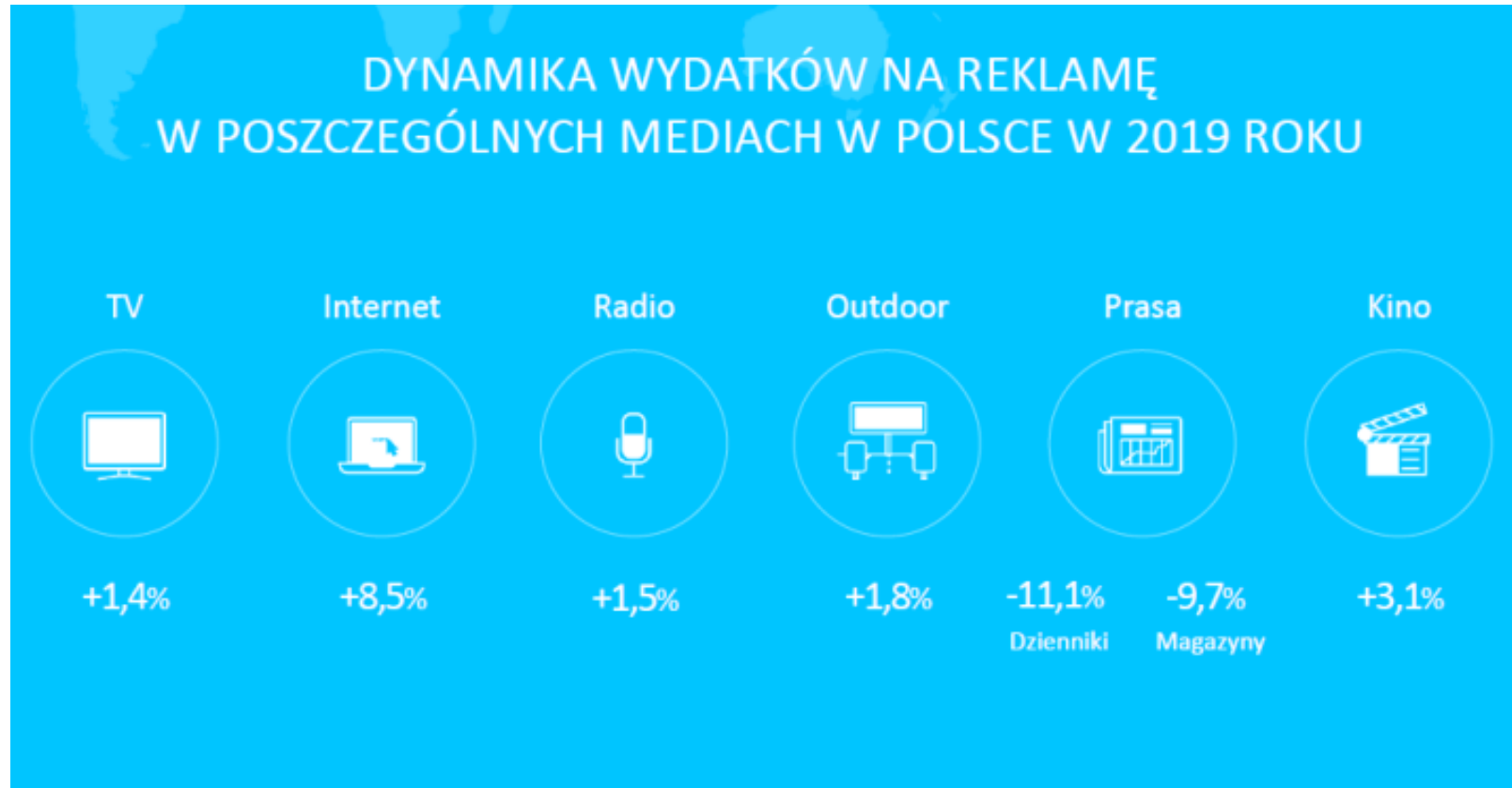


**ZNASZ OSOBĘ KTÓRA NIE
PRZEGLĄDA CODZIENNIE
INTERNETU NA SMARTFONIE?**

Tutaj jest Twój klient. Bądź tam gdzie i on jest.

NADAL NIE JESTEŚ PRZEKONANY DO REKLAMY W INTERNECIE?

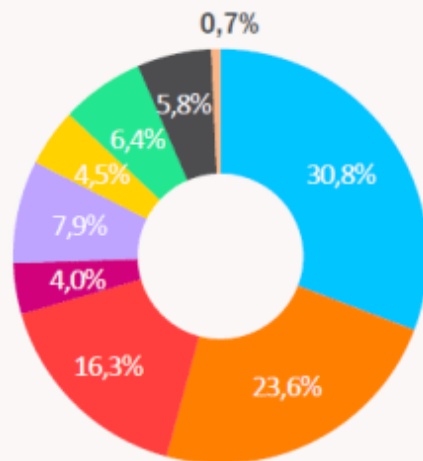
Zobacz poniższe grafiki:



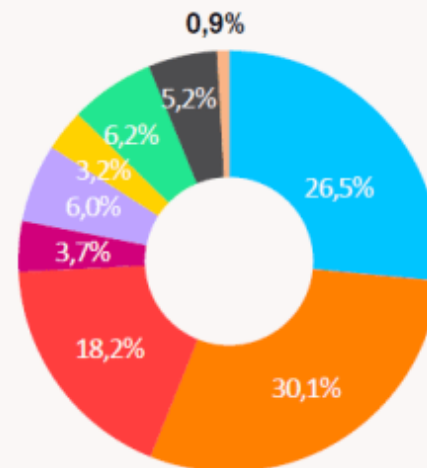
PRZEGLĄD RYNKU GLOBALNEGO

UDZIAŁ MEDIÓW W GLOBALNYCH WYDATKACH NA REKLAMĘ (%)

2018



2021



■ Telewizja ■ Internet/display ■ Internet/paid search ■ Internet/ogłoszenia ■ Dzienniki ■ Magazyny ■ Outdoor ■ Radio ■ Kino

Źródło: Zenith

Przydatne Wskazówki

-jakość strony docelowej

Im Twoja strona www wygląda profesjonalniej i klient czuje się na niej “bezpieczniej” w większej ilości przypadków wybiera konsultację telefoniczną czy wizytę w sklepie stacjonarnym. Niestety spora część obecnych firm nie posiada zachowanych chociażby 60% standardów jakości. Nic więc dziwnego, że tak wiele działalności zamyka się już w pierwszym roku istnienia. Poniżej znajdziesz kilka uwag, które możesz wprowadzić do swojej już istniejącej strony bądź zaimplementować w nowym projekcie:

- Strona musi być responsywna, czyli można ją otworzyć przy użyciu komputera jak i mobilnych urządzeń przy zachowaniu jakości.



-Czcionka musi być klarowna i przejrzysta.

*to jest bardzo zły
przykład!!*

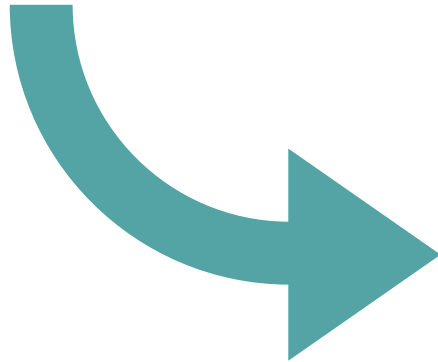
-Używaj powszechnie dobrze sprzedających kolorów na przyciskach wzywających do akcji(np. do wykonania telefonu). Świetnie sprawdzają się kolory takie jak: pomarańczowy, zielony bądź czerwony. Wybieraj ciepłe kolory.



-Dodaj zakładkę “blog” gdzie pozwolisz odnaleźć siebie potencjalnym klientom z organicznych wyników wyszukiwania jak i będziesz mógł kierować płatne kampanie reklamowe na konkretne artykuły. Im więcej problemów swoich klientów rozwiązesz tym większą więź zbudujesz. Blog bardzo często pełni też funkcję strony lądowania przy tworzeniu reklamy płatnej i kierowaniu jej na artykuł, który pozwala rozwiązać problem potencjalnego klienta.



-Pokazuj wyniki swoich prac. Klienci często chcą widzieć efekt “przed” i “po”.
Jest to wyznacznik Twojej pracy i potwierdzenie kwalifikacji.



-Napisz coś o swojej firmie, misji i celu. Każdy chce choć trochę poznać osobę, której zapłaci za usługę. Dobrym pomysłem będzie krótki film pokazujący właściciela i efekty wykonanej pracy. Jeśli kamera powoduje, że się stresujesz skorzystaj z pisemnej prezentacji, która powinna zawierać:



**PRZEDSTAW SIĘ- IMIĘ I
NAZWISKO**



**ROZWIŃ CO TOBĄ KIERUJE,
JAKI MASZ CEL W TYM CO
ROBISZ**



**PRZEDSTAW SWOJĄ
BRANŻĘ, ZAWÓD**



OPIS TWOJEGO BIZNESU



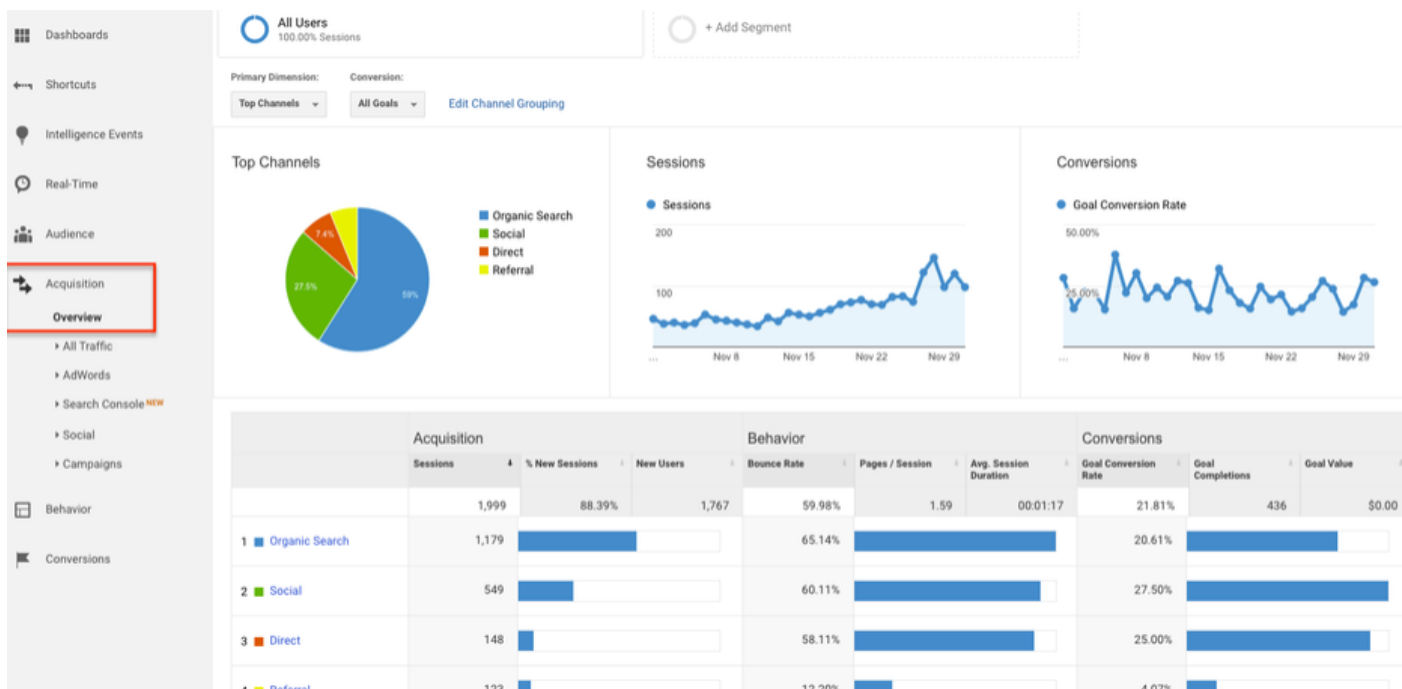
**WYKONAJ PROFESJONALNE
ZDJĘCIE**

-Zbuduj więź i daj coś zupełnie za darmo. Tak jak ja daję Tobie ten poradnik tak Ty możesz spróbować: promocji dla stałych klientów, wysłać darmowy katalog wykonanych zleceń, wykonać poradę odnośnie remontu. Wszystko to co w oczach przyszłego klienta zrobi z Ciebie eksperta. Daj próbkę swoich możliwości i pokaż, że Twoje usługi pomagają ludziom.



-Zainstaluj podstawowe wtyczki umożliwiające śledzenie ruchu w swojej witrynie internetowej. Między innymi: Google Analytics oraz Facebook Pixel.

Dzięki Google Analytics będziesz miał wgląd w zachowania klientów na Twojej stronie czyli np: jak szybko opuszczają witrynę, z jakich zakładek przechodzą do kolejnych, będziesz znał ich płeć czy miejsce zamieszkania. Będziesz mógł mierzyć ilość konwersji, źródło pozyskania ruchu i wiele innych.



Natomiast dzięki Pixelowi Facebook'a będziesz mógł uruchomić remarketing, czyli zaczniesz wyświetlać reklamę do użytkowników, którzy już byli w Twojej witrynie internetowej. Dzięki tej strategii bardzo często zwiększamy sprzedaż o ponad 30%!

Pixel to nic innego jak kod, który posiadasz bądź będziesz posiadał na Twoim firmowym fan page'u. Podany kod wklejamy na witrynę internetową. Kampanie uruchomienie reklamy nadzorujesz w menadżerze reklam Facebook'a.



Przydatne Wskazówki

-opinie w internecie

Prowadząc swój firmowy fanpage, instagram, wizytówkę w google moja firma czy stronę www, warto poprosić klientów o wystawienie opinii. 94% osób sprawdza i wyszukuje opinie jeśli ma skorzystać z danej usługi. Im droższa jest usługa tym więcej dowodów słuszności klient poszukuje. Nawet jeśli już postanowił, że skorzysta z Twojej pomocy to i tak wykona telefon sprawdzając czy na pewno istnieje:)

Tak już po prostu mamy. Od jakiej kwoty zaczyna się telefon kontrolny (bo tak go nazywam)? Zwykle od cen wyższych niż 1000zł czyli w większej ilości usług budowlanych trzeba kierować klienta na rozmowę telefoniczną bądź odwiedzin w firmie.

Wiedzieliście o tym?



Przydatne Wskazówki

-Oferta handlowa musi być ofertą persfazyjną

Wiele firm odpowiadając na zapytania klientów, wysyła od 1 do 5 zdań uznając, że zachowuje się właściwie. W Polsce jest nadal niewiele osób, które potrafią stworzyć taką ofertę. Jest jednak pewien ciąg zdarzeń, który musi być w niej zawarty. Między innymi:

- Ciekawy i wyróżniający nagłówek

- Opis problemu- pobudza ciekawość

- Nagłówek- ważny postulat, dobrze znany ludziom z autopsji

- Opis problemu-->pokaż rozwiązanie problemu swojego klienta

- Produkt- przedstawienie produktu w sposób nietuzinkowy

- Oferta→ dodaj do oferty coś czego nie daje konkurencja. Może wycena do 24 godzin? Zniżka na materiały? Darmowy pomiar?

Zachowując taką kolejność pisząc ofertę sprzedażową, zwiększamy swoją szansę aż o 40%!



Wiesz co jest w tym fajne? Ofertę tworzymy raz i jeśli jest skuteczna, pozostawiamy ją na długi czas w użyciu firmy. To jest właśnie jeden z procesów, który zdecydowanie musisz opanować.

PODSTAWOWE BŁĘDY W MYŚLENIU WŁAŚCICIELI FIRM W BRANŻY BUDOWLANEJ

Często słyszę, że moi znajomi którzy prowadzą działalności w branży budowlanej narzekają na swoich klientów. Odpowiadam wtedy zawsze jednym zdaniem: "Zmień ich na lepszych". Wiesz jak reagują?

Są zdziwieni i nie wiedzą co odpowiedzieć. Problem jest już na samym początku, wiele firm szuka klientów na siłę nie inwestując w reklamę. Niech zgadnę i Ty jesteś pechowcem, że co któryś klient ciągle marudzi chociaż obniżyłeś stawkę? No więc właśnie po co ją obniżałeś skoro uważasz, że Twoja praca jest warta więcej?



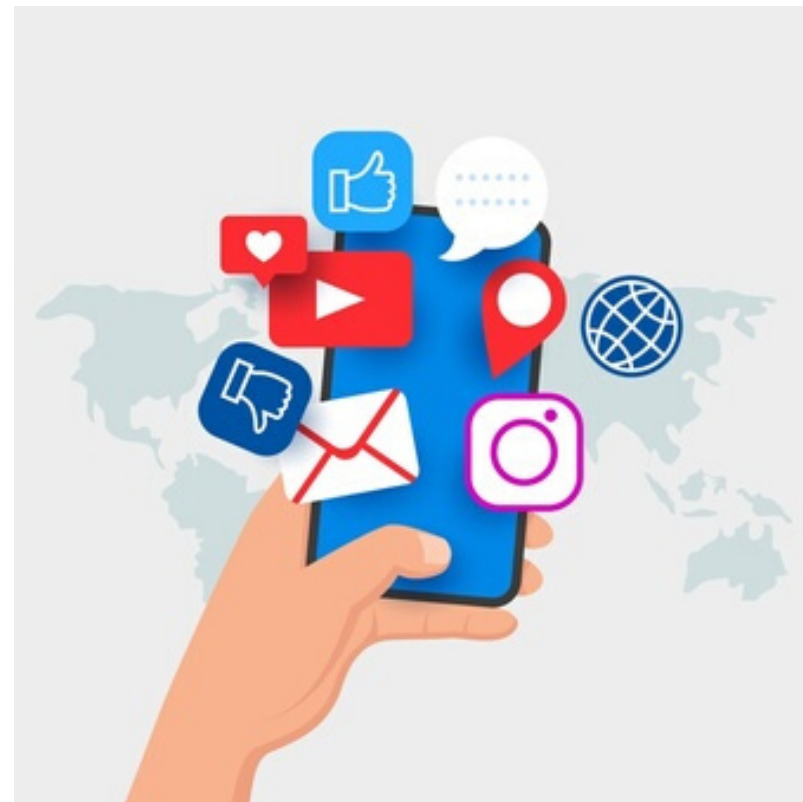
OKREŚL PROFIL IDEALNEGO KLIENTA

Nie jesteś dla wszystkich tak jak każdy klient nie jest dobry dla Ciebie. Jeśli to zrozumiesz, zaczniesz tracić mniej czasu na zapytania, które z doświadczenia wiesz, że się nie powiedą. Nie możesz być dobrym klientem dla inwestora który chce zrobić jak najtaniej remont kawalerki na najem czy zająć się produkcją i montażem mebli u kogoś kto oczekuje absurdalnie taniej usługi. Może nie jesteś tym projektantem, który powinien obniżyć stawkę o 40zł za m2 bo klient mówi, że i tak nie potrzebuje tej usługi? Myślę, że już wiesz co chcę Ci przekazać.



MARKETING, KTÓRY ZMIENI WSZYSTKO!

W dzisiejszych czasach wcale nie jest tak łatwo sprzedać usługę bądź produkt. Pojawiło się narzędzie zwane Social Mediami. Przypuszczałeś na początku lat 2000, że firmy wynajmujące kasety wideo zastąpi aplikacja o nazwie “netflix”? Co by było gdyby jej właściciel wtedy właśnie postanowił przenieść część swojej firmy do internetu? Wielu wybitnych właścicieli firm z różnych sektorów nie wytrzymało zmiany czasów. Im dłużej stoisz w miejscu tym bardziej się cofasz.





Nie jest inaczej w branży sprzedaży. Jeszcze kilka lat temu wystarczyło kierować reklamę na stronę internetową bądź stronę lądowania i oczekiwać na telefon z zapytaniem o wykonanie usługi.

Starsze modele sprzedaży wyglądało tak:

Wyświetlenie produktu/usługi → sprzedaż

Skuteczność powyższego modelu w zależności od odnogi segmentu branży budowlanej spadła. W jednym fachu drastycznie w innym zaś jeszcze daje pozory utrzymywania się na rynku.

STARY MODEL KTÓRY STOSUJE NADAL WIĘKOŚĆ FIRM

PRODUKT



**REKLAMA:
GOOGLE ADS - NA SŁOWA
KLUCZOWE**




SPRZEDAŻ

Game Changer

NOWOCZESNE SPOSOBY POZYSKIWANIA KLIENTÓW, KTÓRE POLECAM I TOBIE

1. Poznaj swojego klienta. Dowiedz się jakie problemy możesz dla niego rozwiązać. Poznaj wyszukiwane przez niego hasła. Określ jego dane demograficzne jak wiek, płeć, zainteresowania, miejsce zamieszkania.
2. Uruchom reklamę na zasięg w każdym dostępnym kanale reklamowym. Google Ads, Facebook Ads, Instagram. Sprawdzaj kreacje reklamowe oraz slogany. Personalizuj je tak aby koszt za wyświetlenie bądź kliknięcie był jak najniższy.
3. Powyższa reklama powinna kierować ruch na bloga z ciekawym artykułem oraz możliwością poznania Ciebie i Twojej firmy. Postaraj się o podarowanie czegoś w zamian za zostawienie adresu e-mail. Może poradnik, "jak znaleźć dobrą ekipę remontową?" Na tym etapie 90% osób opuszcza stronę po kilkunastu sekundach. Większość osób uważa, że straciło pieniądze próbując tak reklamować swoją usługę.



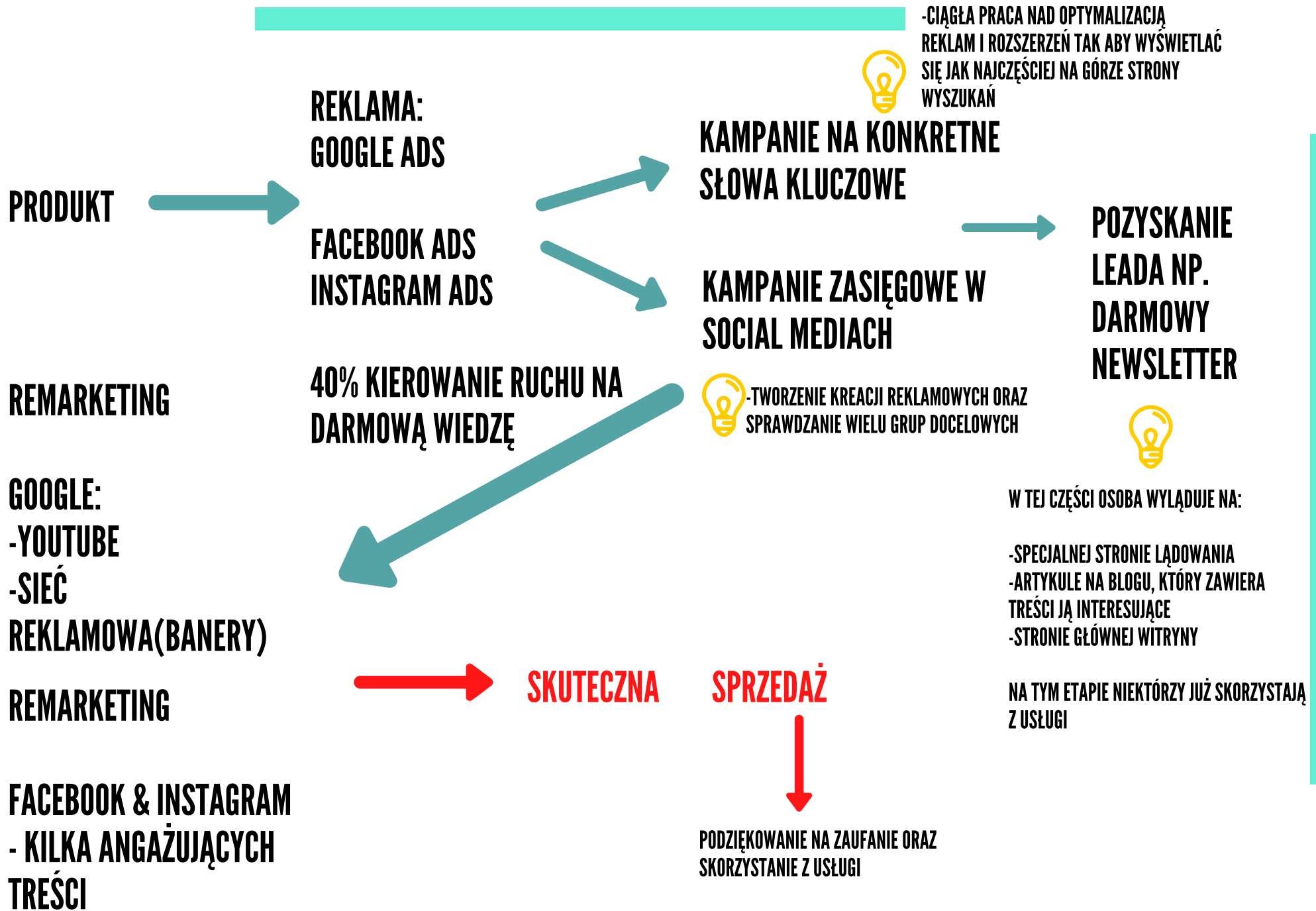
4. Teraz wykorzystując remarketing, stwórz kreacje reklamowe dla osób, które odwiedziły Twoją witrynę. Pokaż im np. film w którym przedstawiasz efekty pracy w swojej firmie, opinie klientów. Postaraj się zbudować więź i rozpoznawalność. Po tym etapie kieruj następny komunikat jako sprzedażowy np. ze specjalną zniżką 5%., darmowej konsultacji.

5. Ostatni etap jest tym, z którego nie korzysta za wielu. Jest to moment w którym powinienes podziękować klientowi za to, że zaufał właśnie Tobie. Dodać go do listy znajomych na facebook'u. Skomentować czasami post. Pamiętaj, że polecenia to świetny i darmowy sposób na powrót bądź pozyskanie nowej osoby w Twojej branży.

Na grafice wygląda to następująco:



NOWSZY MODEL



TROCHĘ PROSTSZE PRZEDSTAWIENIE SCHEMATU:



Google Ads



PODSUMOWANIE

**JAK WIDZISZ ISTNIEJE
WIELE FORM ORAZ METOD
SPRZEDAŻY.**

**PAMIĘTAJ, ŻE JEDYNE CO
JEST STAŁE W REKLAMIE
W BRANŻY BUDOWLANEJ
TO- ZMIENNA!**

**ZACZNIJ OD PROSTYCH
MODELI I STARAJ SIĘ
ROZBUDOWYWAĆ WRAZ Z
NOWYMI
UMIEJĘTNOŚCIAMI
MARKETINGOWYMI**

**MIERZ I ANALIZUJ EFEKTY
SWOJEJ SPRZEDAŻY.
DZIĘKI TEMU ZNAJDZIESZ
KOSZTOWNE BŁĘDY.**

PODSUMOWANIE

JEŻELI PODOBA CI SIĘ MOJE
PODEJŚCIE ORAZ CHCIAŁBYŚ
SKORZYSTAĆ Z MOJEJ POMOCY PRZY
POZYSKIWANIU
KLIENTÓW, PROWADZENIU SOCIAL
MEDIÓW CZY BUDOWANIU SWOJEJ
MARKI

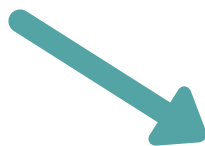


ZADZWOŃ I OMÓWMY TWÓJ BIZNES
TERAZ!

531 692 541



WYŚLIJ ZAPYTANIE ODNOŚNIE
WSPÓŁPRACY NA ADRES EMAIL:
MARIUSZHABRZYK@GMAIL.COM



POBIERAJĄC PORADNIK ZOSTAWIŁEŚ
EMAIL. SPOKOJNIE NIE BĘDĘ CIĘ
SPAMOWAŁ. OTRZYMASZ DARMOWE
INFORMACJE O NOWYCH WPISACH

PRAWDOPODOBNIENIE WYŚWIETLĘ CI SIĘ
W REKLAMIE REMARKETINGOWEJ-
BĄDŹ CZUJNY! MÓJ PIXEL FACEBOOKA
JUŻ MA CIĘ W ZASOBACH



PAMIĘTAJ CZAS TO PIENIĄDZ



BĄDŹMY W KONTAKCIE

Z chęcią pomogę wznieść Twój biznes na wyżyny możliwości



KONTAKT:

EMAIL: MARIUSZHABRZYK@GMAIL.PL

TELEFON: 531 692 541

