

E-biznes. Relacje z klientem.

Autor: Patrycja Kierzkowska

Ludzkie relacje w handlu elektronicznym

- Skuteczny newsletter
- Blog w Twojej firmie
- Nowoczesna obsługa klienta
- Optymalne wykorzystanie autorespondera
- E-biznes, który zarabia

Złota era newslettera

Witamy serdecznie,

Dziś mamy dla Ciebie coś niezwykle interesującego. Chcielibyśmy zwrócić na to Twoją uwagę. Właśnie ukazała się książka Patrycji Kierzkowskiej "E-biznes. Relacje z klientem".

To wyjątkowa publikacja na rynku. Pokazuje ona, jak w praktyce wygląda obsługa klienta i prowadzenie sklepu internetowego w Polsce. Każdy chce mieć taki sklep, ale nikt nie wie, jak go prowadzić!

W książce znajdziesz mnóstwo porad z zakresu obsługi klienta, budowania stron internetowych "pod klienta" oraz zwiększania zamówień. Zobacz, jak za pomocą jednego genialnie napisanego newslettera można sprzedać niewyobrażalną ilość towaru. Niemożliwe? A jednak! Autorka od 2003 roku zajmuje się marketingiem oraz obsługą klienta w sklepach internetowych i doskonale wie, jak to zrobić.

Teraz Ty też możesz się tego nauczyć.

Pozdrawiamy,
Grupa Wydawnicza Helion SA

Patrycja Kierzkowska to młody wilk internetu. Trenerka i propagatorka doskonałej obsługi klientów w firmach zajmujących się handlem elektronicznym. Twórczyni niezapomnianych newsletterów. Autorka fascynującego bloga o e-biznesie. Właścicielka kilku znanych serwisów internetowych. Dziennikarka, pasjonatka nowoczesnych technologii. Studentka pedagogiki. Jeśli masz jakieś pytania, pisz na adres: poczta@shrew.pl.

A teraz otwórz książkę.

Spis treści:

Wstęp (11)

1. Rozgrzewka (13)

- Do kogo adresowana jest ta książka? (13)
- Co to jest newsletter? (14)

- Dlaczego tyle miejsca poświęcam newsletterowi? (16)
- Po co nam newsletter? (16)
 - Argument 1. Budujemy bazę klientów (16)
 - Argument 2. Inicjuje się relację zamiast informacji (18)
 - Argument 3. Sprzedaż konkretnej pozycji idzie w górę (19)
 - Argument 4. Sprzedaż w ogóle idzie w górę (20)
 - Argument 5. Budowanie i podtrzymywanie (21)
- Dlaczego autor książki ma czasami inną wizję niż wszyscy wokół? (21)
- Czyli newsletter to coś więcej niż marketingowa oferta? (22)
- Jaka jest skuteczność newsletterów? (23)
- Dlaczego większość przykładów dotyczy książek? (23)
- Dlaczego zwracasz się do mnie jak do faceta? (24)
- Obsługa klientów dla opornych (24)
 - Mit 1. Każdy może pracować przy obsłudze klienta (25)
 - Mit 2. Szkolenia są niepotrzebnym wydatkiem (25)
 - Mit 3. Klient nie musi być "dopieszczony" (26)
 - Mit 4. Im mniej pracowników, tym lepiej (26)
 - Mit 5. Dobra obsługa to wyuczone reguły (27)
 - Psychologia społeczna to podstawa (27)
 - NLP tak, ale z głową (27)
 - Bądź sobą (29)
 - Bądź elastyczny (29)
 - Doradzaj, nawet jeśli nic nie sprzedasz (30)
 - Doradzaj, radząc się innych (30)
 - Nie śpiesz się w budowaniu relacji (31)

2. Zapis na newsletter (33)

- Rejestracja czy newsletter? (33)
- Jakie zbierać dane? (34)
 - Ale o co chodzi? (34)
 - Zapytajmy o imię... (36)
 - Niekoniecznie o nazwisko... (38)
 - Zapytajmy o płeć... (39)
 - Telefon - odpada... (40)
 - Adres domowy - samobójstwo... (41)
 - Ankieta - tak, jeśli tylko chcesz stracić klientów... (43)
 - Rejestracja - puknij się w głowę! (44)
 - Może format? (45)
 - Przykładowy newsletter - można (46)
 - Ptaszki, kółeczka czy listy rozwijane? (46)
 - Przycisk "wyślij"... (48)
 - ...i "usuń" (49)
 - Mały, zgrabny, użyteczny formularz (50)
- Jak się zbłąźnić w oczach klientów? (51)
- Inne dziwactwa (51)
- W którym miejscu strony umieścić formularz? (52)
 - Kilka słów o naszych oczach (52)
 - Góra strony (55)
 - Dół strony (55)

- Lewa część strony (56)
 - Prawa część strony (56)
- Jak zwiększyć liczbę zapisów na newsletter? (56)
 - Okienko (57)
 - Niespodzianka (58)
 - Daj coś za darmo (60)
 - Zniżki, rabaty (62)
- Akceptuję regulamin (62)

3. Potwierdzenie zapisu (63)

- Prosić o potwierdzenie? (63)
- Jak powinno wyglądać potwierdzenie? (64)
 - Temat (65)
 - Treść (65)
 - Informacja na stronie (67)
- A jak zwykle wygląda potwierdzenie? (68)

4. Powitanie (69)

- Jak powinno wyglądać powitanie? (69)
- Jak powitać najlepiej? (70)
 - Analiza treści (72)

5. Jak pisać dobre newslettery? (75)

- Format (75)
 - Grafika niewidoczna (76)
- Nadawca (78)
 - Ozdobniki w polu nadawcy (79)
 - Administrator napisał... (80)
- Temat (81)
 - Ozdobniki w temacie (83)
 - Re: coś tam (84)
- Treść (84)
 - Uwagi ogólne (84)
 - Idąc po bluzkę, potknęłam się o stanik (86)
 - Uwaga na święta (87)
 - Megaoferta (88)
 - Skandal (88)
 - Mam dla Ciebie prezent (89)
 - Państwo, czyli Wy (89)
 - Bierząco chojny chutnik (90)
 - Poszarpaniec (91)
 - Linki w treści (92)
 - Dwie wersje wszystkich listów (93)
- Długość (93)
- Dzień wysyłki (94)
- Regulamin (95)
- Osoba pisząca newsletter (96)

- Przywiązanie do osoby, a nie do firmy (98)
 - Płeć konsultanta (99)
- Emotikony i inne (100)

6. Raportowanie (103)

- Usuwamy nieaktywne adresy (103)
- Analiza skuteczności (106)

7. Inne wykorzystanie autoresponderów (109)

- Informacje podstawowe (109)
- Jak nie korzystać z autorespondera? (110)
- Wielokrotny autoresponder (112)
- Bezpłatne kursy e-mailowe (112)
- Urodziny lub imieniny klienta (115)
- Bezpłatne raporty, e-booki, prezenty (116)
- Prezent musi być oryginalny (118)
- Zamówienie zostało wysłane (119)
- Narzędzia do rozsyłania (121)

8. Wypisanie z newslettera (123)

- Dlaczego ludzie się wypisują? (123)
- Nie komplikuj (125)
 - Na stronie (125)
 - Radio (125)
 - Przycisk lub link (126)
 - Lista (126)
 - Osobny formularz (127)
 - Logowanie (127)
- W stopce (127)
- Nie mogę Pani wypisać... (129)

9. Blog, newslettery - a może dwa w jednym? (131)

- Ale jaki blog? (131)
- Po co blog? (131)
- Platforma (132)
- Kilka uwag o treści (132)
- Komentarze? Koniecznie! (136)
- Szara rzeczywistość (137)
- Argumenty za połączeniem bloga i newslettera (138)
- Argumenty przeciw połączeniu (138)

10. Dział kontaktowy w firmie (141)

- Niewłaściwy odbiorca e-maila (141)
 - Dlaczego oni w ogóle do mnie piszą? (142)
 - Sześć podstawowych reakcji (144)

- Rozpatrzmy te sytuacje, ale już na przykładzie (144)
- Kiedy nie przesyłam dalej? (147)
- Jeśli pomyłki zdarzają się często... (147)
- Jak powinien wyglądać dział kontaktowy? (147)
 - Ciekawe, gdzie jest dział kontaktowy? (148)
 - Ciekawe, kto tu pracuje? (149)
 - Tu pracuje Marek (150)
 - Różne konfiguracje (151)
 - Ładnie rozpisane (152)
 - Zbyt ogólnie (153)
 - Bardzo ładnie, ale niestandardowo (154)
 - Uwagi (155)
 - Wnioski (155)
- Jaki adres dla pracownika? (156)
 - Imienne (156)
 - Działowe (157)
 - Jeden dla wszystkich (158)

11. Odpisywanie na e-maile (159)

- Jak odpisujesz na e-maile? (159)
- Nie dostałeś e-maila (163)
- Inne problemy (164)
 - 24 godziny (165)
 - Mali aferzyści (165)
 - SOD i SOA (166)
 - Jesteś grupą docelową... (167)
 - Pomylisz się - wynagradzaj to (168)
 - Odpowiadaj z głową (170)

12. Inne formy obsługi klienta w e-biznesie (173)

- Wyszukiwarka (173)
- FAQ (177)
- Skype kontra telefony (178)
- Komunikator (179)

13. Czy to się opłaca? (183)

- Czy warto inwestować w obsługę klienta? (183)
- Pracownicy i oprogramowanie (183)
- Marketing szeptany (184)
 - Każdy klient jest ważny (184)
 - Nigdy nie wiesz, na kogo trafiasz (184)
 - Nowe kontakty (185)
 - Dziś nic nie kupi, jutro sprzedasz pół magazynu (187)
 - Rzadko kupi, a poleci całej rodzinie (187)
 - Reasumując (188)
- Gadżety (188)
- Odsyłaj klienta do konkurencji, a klient wróci do Ciebie (189)

- Pan chce pralkę (190)
- Chciałbym stronę WWW... (190)
- Pani Ewa szuka książki (191)
- Efekt (192)
- Podsumowanie akcji (193)

Dodatek (195)

- Książki (195)
- Książki elektroniczne (e-booki) (195)
- Strony WWW (196)

Skorowidz (197)