



Wydział Psychologii
Uniwersytetu Warszawskiego



SmartNet
Research & Solutions

Skuteczne sposoby budowania lojalności w Internecie

Dr Jan Zając

(Uniwersytet Warszawski i SmartNet Research & Solutions)



O czym powiem?

Dlaczego warto interesować się społecznościami internetowymi?

Jak funkcjonują społeczności?

Jak wykorzystać je dla własnego programu?

Jak stymulować zaangażowanie w sieci?

Skupię się na możliwościach wykorzystania społeczności online przez firmy sprzedające przede wszystkim poza Internetem, na rynkach detalicznych

Społeczności w Internecie

Serwisy społecznościowe (SNS):

Nasza-Klasa, Facebook, itp.

Kariera: Goldenline, Linked In

Blogi

Mikroblogi (np. Twitter, Blip)

Fora i grupy dyskusyjne

Czaty

Komunikatory (np. Gadu-Gadu, Skype)

Serwisy z multimediami



Życie społeczne w Internecie

Podtrzymywanie kontaktów i relacji

Zazwyczaj znajomi spoza Internetu

Dowiadujemy się, co robią nasi znajomi

Podtrzymujemy relacje - także z marką

Odnajdywanie starych znajomych

Nawiązywanie nowych znajomości i randki

Zabijanie nudy, ciekawość

Dyskusje, wyrażanie opinii

Korzystanie z Internetu

Z Internetu korzysta ok. **52%** dorosłych Polaków – ok. **17 mln** osób (15-75 lat)

Częściej osoby wykształcone, młodsze i zamożne

W ostatnich latach wzrost o 5-7 pkt proc. rocznie

Szybszy przyrost: wsie i osoby w wieku 35-44 lat
– nadrabianie zaległości (Diagnoza Społeczna, 2009)

Wciąż potencjał wzrostu:

W kilku krajach korzysta ok. 90% populacji; w kilkunastu ponad 70% (InternetWorldStats, 2010)

37% internautów zamieszcza własne treści w Internecie (DLink Technology Trend, 2009)

Zasięg społeczności online

81% internautów odwiedziło serwisy społecznościowe...

... w tym **51%** regularnie (Diagnoza Społeczna, 2009)

Jest to 3. najpopularniejsza aktywność w Internecie, po przeglądaniu stron i e-mailu

Dodatkowo inne formy komunikacji:

79% korzystało z komunikatorów

60% z czatów

53% z forów lub grup dyskusyjnych

22% czytało blogi

Zasięg społeczności online (2)

Nasza-klasa: **11-13 mln** użytkowników mies.

(real users Megapanel PBI / Gemius oraz dane portalu)

19 serwisów i grup z kategorii społeczności ma w Polsce **ponad 1 mln** użytkowników mies. (real users; Megapanel PBI / Gemius, styczeń 2010)

Znajomość marki Nasza-klasa:

(Dlink Technology Trends, 2009)

Spontaniczna: 71% internautów, 41% populacji

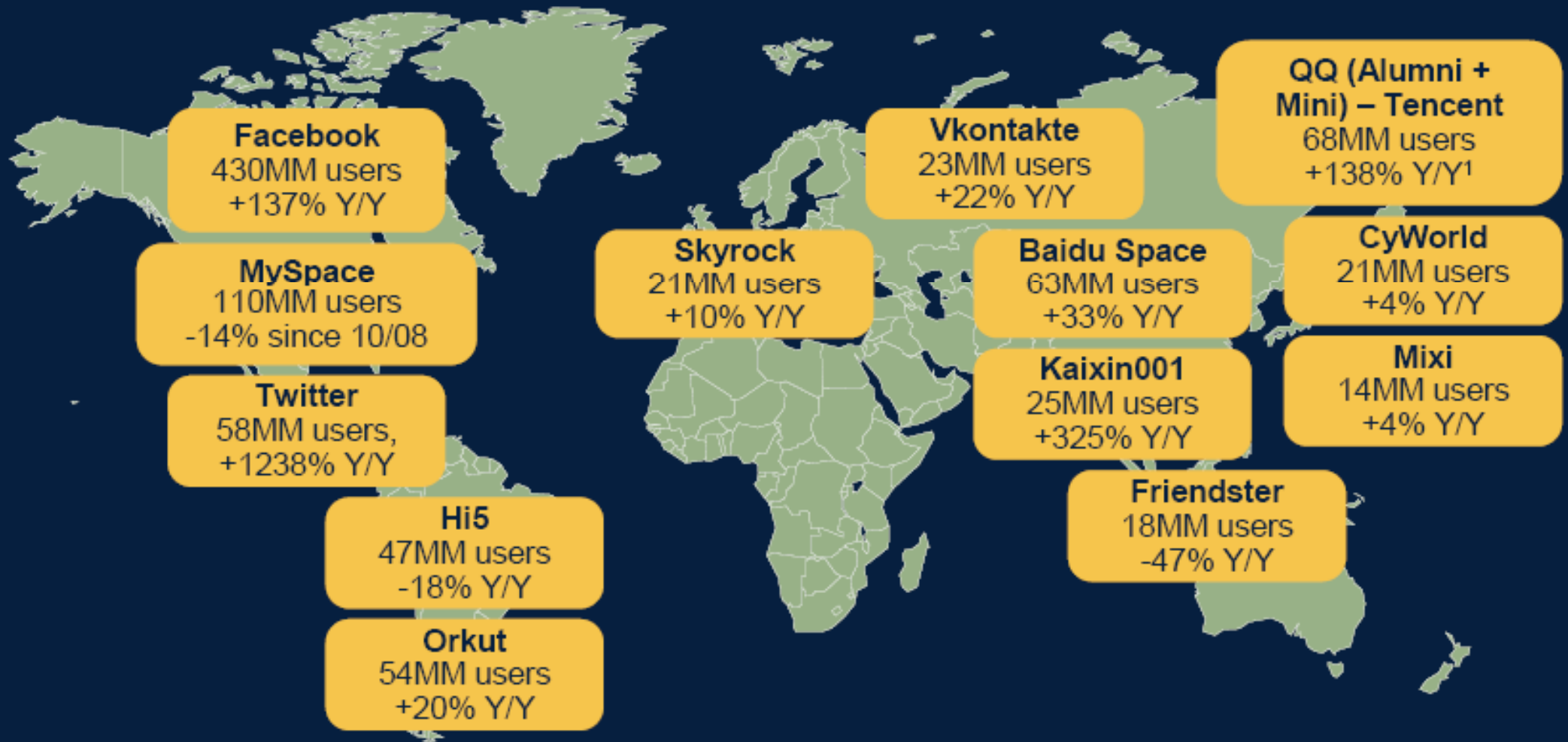
Wspomagana: 94% internautów, 62% populacji

Social Networking

Global Phenomenon, Facebook Leading, Though Many Regional Strongholds

Global Social Networking Web Sites*

830MM Unique Users, +20% Y/Y; 188MM Total Minutes, +25% Y/Y, 10/09



Note: *Global social networking websites exclude application-based networks such as IM networks. 1) QQ.com social networks (Tencent properties) Y/Y growth since 1/09, data unavailable prior to 1/09 for QQ.com Mini. Usage stats are 'unique visitors', per comScore global 9/09, may differ materially from company-disclosed 'registered accounts' stats. Other notable social networks include Windows Live Profiles, 56.com, Deviantart, Digg, Buzz Media, and Bebo.

Dlaczego społeczności online?

Twoi Klienci już tam są (albo zaraz będą)

Dyskusja o produktach i tak się toczy

Nowe mechanizmy, zwłaszcza sieciowe

W tym rozpowszechnianie informacji

Przyciągnięcie do strony WWW – dodatkowy

kontakt z marką, ekspozycja informacji

Wizerunek marki – nowoczesność, dialog

Premia wynikająca z pierwszeństwa w sektorze

Lojalność oparta na relacji dwustronnej

Vivat Google!

Oto co dostajemy po wpisaniu w Google `a wyraz "polskapresse":

Google polskapresse

Szukaj w internecie Szukaj na stronach kategorii: język polski

Sieć Pokaż opcje... Wyniki

Wyniki obejmują Twoje notatki SearchWiki dla wyszukiwania polskapresse. Udostępnij

Polskapresse Watchdog blog

Ciekawe czy ktoś policzy straty na wizerunku koncernu , bo wiadomo że B. padł ofiarą sw przeszłości oraz rozgrywki wewnątrz Polskapresse. ...
polskapresse.blogspot.com/ - Kopia -

[Zakładka]

Polskapresse Watchdog blog: Kancelaria Prezydenta a Polskapresse

20 Lis 2009 ... Skrzętnie poprawiane są i usuwane niezbyt miłe dla tej gazety i koncernu Polskapresse wpisy. Przyznajemy, że przemawia przez nas złość, ...
polskapresse.blogspot.com/.../kancelaria-prezydenta-polskapresse.html - Kopia -

[polskapresse blog]

Polskapresse Sp. z o.o.

Od stycznia bieżącego roku nastąpiła zmiana na stanowisku dyrektora marketingu łódzkiego oddziału Polskapresse, wydawcy „Polski Dziennik Łódzkiego” i ...
[Kontakt](#) - [Dzienniki regionalne](#) - [O firmie](#) - [Reklama](#)
www.polskapresse.pl/ - Kopia - [Podobne](#) -

Polskapresse Sp. z o.o. - Biuro Zarządu Polskapresse

Biuro Zarządu Polskapresse. ul. Domaniewska 41, budynek Saturn 02- 672 Warszawa (22) 201 44 00. Fax (22) 201 44 10 sekretariat@polskapresse.pl ...
www.polskapresse.pl/kat/77.html - Kopia - [Podobne](#) -

Pokaż więcej wyników z www.polskapresse.pl

Polskapresse – Wikipedia, wolna encyklopedia

antypolskapresse(at)gmail(dot)com

WARTO POCZYTAĆ

Blog Brukowiec Story

Związek Zawodowy Dziennikarzy i

Pracowników Mediów Regionalnych

Fiatowiec blog

AntyTVN

ARCHIWUM BLOGA

▼ 2010 (25)

▶ marzec (11)

▶ luty (5)

▼ styczeń (9)

Vivat Google!

Co PT Czytelnik sądzi o

Siewiorku

Zasada, czyli kwas

Refleks czy układzik

Aspekt uboczny: Aktywności społecznościowe bywają wysoko pozycjonowane w wyszukiwarkach
Przypadek: Krytyczny blog wyżej w Google niż strona firmy Polskapresse

(<http://polskapresse.blogspot.com/2010/01/vivat-google.html>, 28.01.2010)

Mechanizmy społeczności

Oparte na sieciach społecznych – wielki potencjał rozprzestrzeniania informacji

Częste relacje spoza Internetu - zaufanie

Autoprezentacja użytkowników – określanie się także przez marki i produkty

Prywatność użytkowników:

Dostępne dane do targetowania

Ale to bardzo drażliwy temat...

Aktywność 24/7, „społeczność nie śpi”

Sieci w społecznościach

Dostajemy informacje o tym, co robią nasi znajomi w serwisie, w tym, że:

Dołączyli do fanów marki / firmy

Wypowiedzieli się na jej temat,

Wzięli udział w jej konkursie, itp..

Za pośrednictwem naszych zwolenników docieramy także do ich znajomych

Często ponad 100 kontaktów użytkownika

Niektórzy – 500-1000 obserwujących

Użytkownicy stają się nośnikami przekazu

Basic Information

Sex: Male
 Hometown: Warszawa, Poland
 Relationship Status: Married

Contact Information

Email: 

Education and Work

College: uniwersytet warszawski

Pages



Chio



Szymon Majewski Show



Edward ącki Onlajn



We Want iTunes Store in Poland

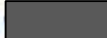


Momint: Video Production For New Media

Ja chcę na wakacje!!! ×

Wpisujcie gdzie chcielibyście teraz być. Wrzućcie zdjęcia. Pomóżcie innym znaleźć najlepsze miejsce na wakacje.

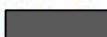


25 (25)

Michał  is a fan.

Become a Fan

gastronauci.pl ×

Oceniamy Restauracje

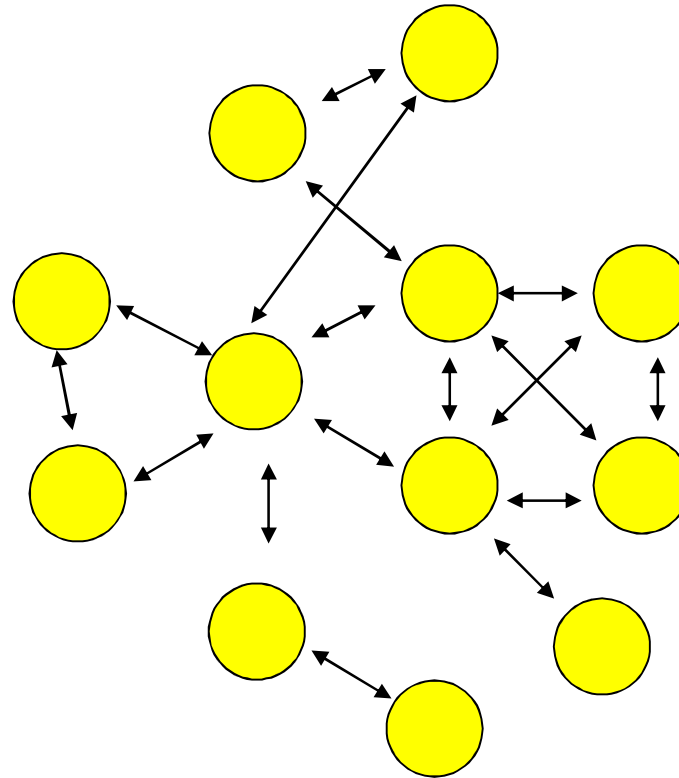
Michał , Michał  and Michał  are fans.

Become a Fan

More Ads

Przykłady z serwisu Facebook

Efekty sieciowe (1)

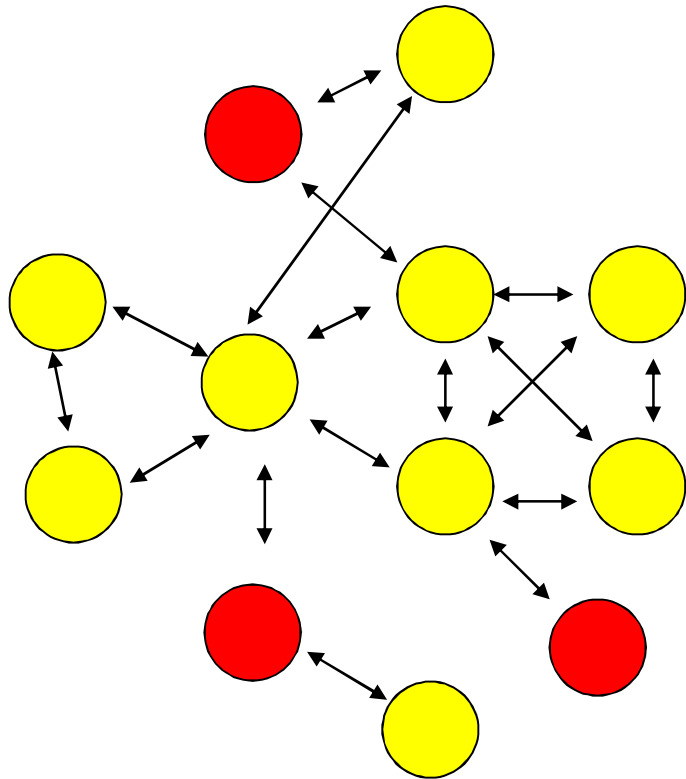


Schematyczna sieć społeczna

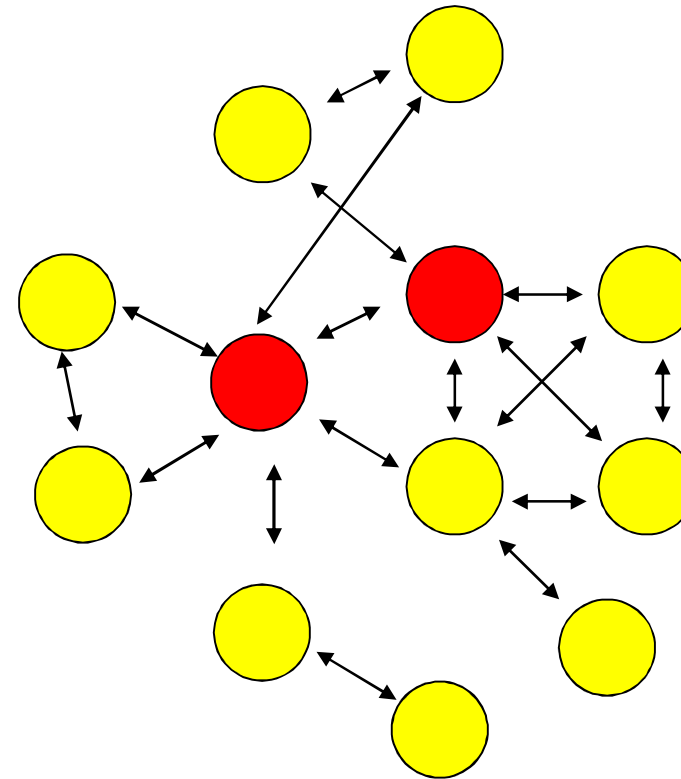
Kółka (węzły) – to ludzie

Strzałki - relacje między nimi, np. znajomość

Efekty sieciowe (2)

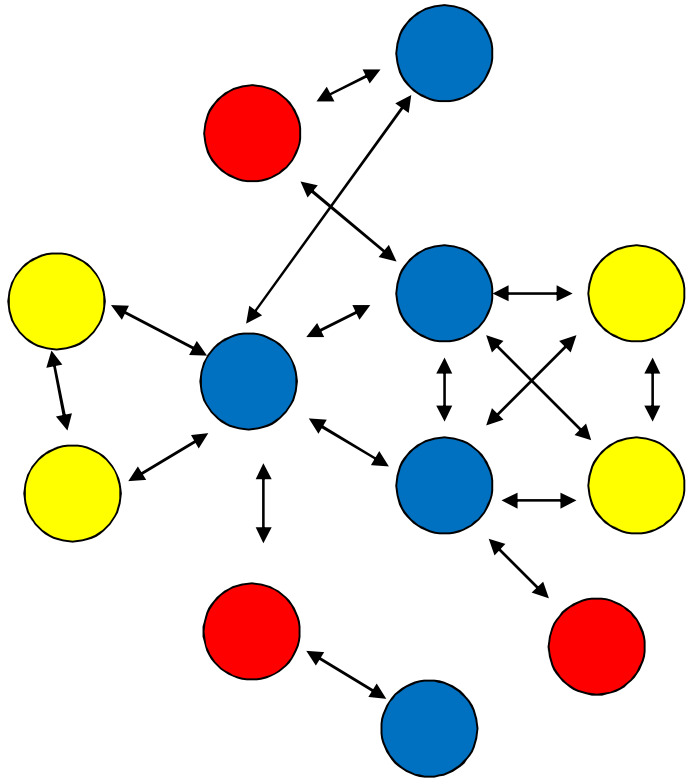


Mamy 3 **fanów**



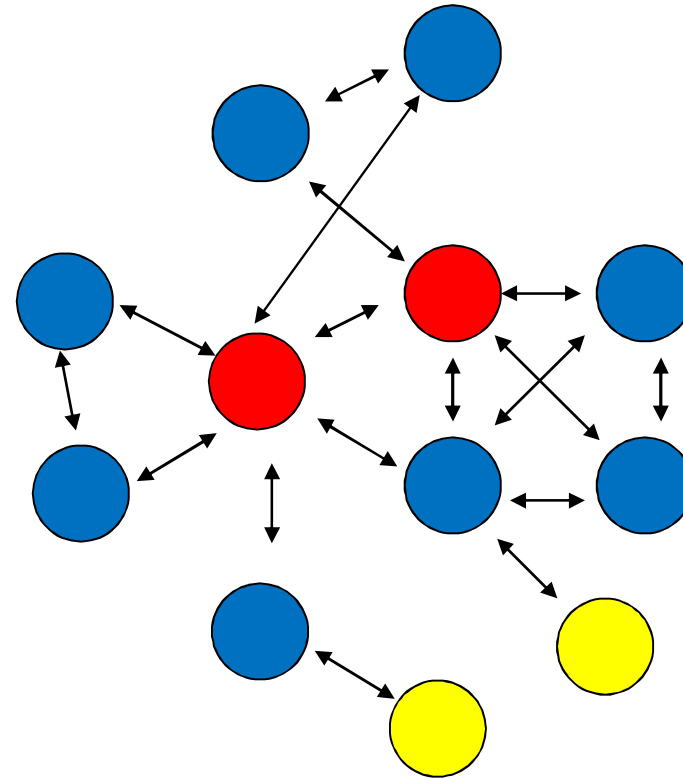
Mamy 2 **fanów**

Efekty sieciowe (3)



Mamy 3 **fanów**, mających łącznie 5 **znajomych**

Potencjalnie docieramy do 67% (8/12) całej sieci



Mamy 2 **fanów**, mających łącznie 8 **znajomych**

Potencjalnie docieramy do 83% (10/12) całej sieci

Ciekawostka - serwis społecznościowy wokół marek

MyBrandz beta

login sign up sharez contest all brandz

Connect

STEP ONE: WHICH BRANDZ ARE YOU?

CATEGORY

WELCOME

THIS IS NOT THE OFFICIAL WEBSITE OF BRANDS.

THIS IS THE WEBSITE OF **BRANDZ LOVERS.**

CHOOSE YOUR FAVORITE BRANDZ, SIGN UP AND SHARE THE LOVE.

SIGN UP NOW or [login.](#)

Draw your name in it!

X kongres Programy Lojalnościowe, Kraków 2010 Jan Zajac

Uniwersytetu Warszawskiego

RESEARCH & SOLUTIONS

Programy lojalnościowe w handlu internetowym

Szansa na konkurencję inną niż cenowa...

- ale zazwyczaj tylko system punktowy

Łatwa dostępność danych

Programy multipartnerskie dla wielu sklepów i usług, np. PayBack, WebMiles (GER), itd.

Problem prywatności i danych

Specjalne oferty dla stałych klientów

Działania z wykorzystaniem danych

Np. sklep z soczewkami kontaktowymi - przypomnienia mailem o terminie zmiany

Lojalność 2.0 dla firm spoza sektora internetowego

Budowa własnego serwisu i wykorzystanie infrastruktury istniejących społeczności

Komunikaty do klientów

Dodatkowe informacje o marce, konkursach, promocjach, ambasadorach marki, itd.

Komunikaty od klientów:

Wpisywanie kodów

(program lojalnościowy czy tylko punktowy?)

Czy coś więcej – uwagi, rekomendacje, informacja zwrotna, wymiana opinii?

Jakie rozwiązanie?

Własna witryna programu

Może być kosztowna, lecz daje pełną kontrolę

Obsługa: dedykowani pracownicy czy outsourcing?

Można skorzystać ze strony w obrębie serwisu

Wykorzystanie istniejącej infrastruktury i kompetencji, ale brak pełnej kontroli

Przy ograniczonych środkach lub „na próbę”

„Cudze” serwisy można wykorzystywać do:

Zdobywania ruchu

Interakcji z użytkownikami

Pięć przypadków

1. Program punktowy z aukcjami
2. Interakcje w serwisie społecznościowym przy użyciu strony marki (*tzw. fanpage*)
3. Dedykowana aplikacja konkursowa
4. Konkursy związane z lojalnością
5. Interakcje w innych rodzajach społeczności

Zapunktowani: punkty online



łączymy **punkty**
dzielimy **nagrody**
mnożymy **przyjemności**



» Zaloguj się
» Zarejestruj się

Wpisz nowy kod

Wpisz kod z nakrętki Coca-Cola, Coca-Cola light lub Fanta. (butelki 1L, 1,75L lub 2L).

Uwaga, kody z nakrętek opakowań 1 litrowych z etykietą świąteczną mają wartość 2 punktów. Akcja Świąteczna trwa do wyczerpania asortymentu.

» [zobacz produkty objęte programem](#)

Uwaga! Niewykorzystane punkty wprowadzone 12 m-cy temu i wcześniej ulegają kasowaniu...» [więcej informacji](#).

O co chodzi?

- 1** Spraw przyjemność rodzinie i **kup dużą Coca-Colę**
[zobacz produkty objęte programem](#)
- 2** **Wpisuj kody** spod nakrętek na tej stronie
- 3** Dostajesz 1 lub 2 punkty (1L = 1pkt, 2L = 2pkt).
Zbieraj punkty i Wybieraj nagrody

» [pełne zasady](#)

» [zarejestruj się](#)



Partnerzy

» [Zobacz więcej](#)

Już za **5 punktów**
możesz doładować konto za

simplus



Nagrody za punkty - wybierz swoją

» [Zobacz warunki](#)

← **10 PLN** zniżki na cały asortyment
Pocztę Kwiatową - Zniżka 10 PLN
2 pkt

10 PLN zniżki na cały asortyment
Kokole.pl - Zniżka 10 PLN
10 pkt

20 PLN zniżki na cały asortyment
Kokole.pl - Zniżka 20 PLN
20 pkt

→

Facebook: fanpage



The screenshot shows the Facebook profile of 'Mały Głód'. The profile picture is a yellow character with a red beret and a green shirt with 'mały głód' written on it. The page has a 'Become a Fan' button and navigation tabs for Wall, Info, Photos, Discussions, Boxes, and Inwazja! (with a right arrow). A search filter icon is visible in the top right.

Mały Głód Become a Fan

Wall Info Photos Discussions Boxes Inwazja! >>

Filters

Bartosz Baki Krupa NIE POKONASZ NAS MAŁY GŁODZIE !!
22 minutes ago · Report

Patrycja Razik jesteście z Tobą Bakuś :))
13 minutes ago · Report

Mały Głód

Who? What?
4 new photos
about an hour ago · Share

36 people like this.
View all 13 comments

Wojciech Antczak Głodomir donosi, iż Harry'ego widziano ostatnio w Go-Go "Głodovica" ...
19 minutes ago · Report

Magdalena Zajac haha :)
10 minutes ago · Report

Mały Głód Sojusznicy! Coś dziwnego wisi w powietrzu. Harry zniknął, fani rumia jak zahipnotyzowani a teraz podrzucono mi foty podejrzanego starca

Suggest to Friends

Skala mojej INWAZJI wciąż się powiększa, codziennie przejmuję nowe tereny. Moi małogłodowi żołnierze wkrótce opanują cały Wasz kraj.

Nie straszni mi Głód Bustersi!

Mobilizujemy siły, odzyskamy Głodnego Harry'ego!

Information

Birthday:
March 24, 2010

Fans

6 of 48,528 fans See All

Facebook: konkurs-aplikacja

The image shows a Facebook advertisement for a contest titled "KONKURS 3 KROKI DO WYGRANEJ" (Contest 3 Steps to Victory). The contest is sponsored by Burger King and Heineken. The rules are: 1. Upload a photo or project of your tattoo, 2. Show it to friends and collect votes, 3. Win a 10x Heineken Music Open'er Festival ticket. The ad features a large image of a person's back with a tiger tattoo. Below the main image are buttons for "ZOBACZ GALERIĘ" (View Gallery) and "WEŹ UDZIAŁ" (Participate). At the bottom, there is a section for "NAJPOPULARNIEJSZE" (Most Popular) with five small images of various tattoos. The right side of the image shows a portion of the Facebook interface with several ads, including "Help me please" (a dog), "Your City, Your Rules" (Social City game), and "Zarabianie Online" (Online Earning).

facebook Search Home Profile Account

KONKURS 3 KROKI DO WYGRANEJ

1. Wrzuć zdjęcie lub projekt swojego tatuażu • **2.** Pokaż znajomym, zbieraj głosy • **3.** Do wygrania 10x Heineken Music Open'er Festival

Masz znajomych z tatuażem? [Powiedz im](#) o Konkursie!

ZOBACZ GALERIĘ **WEŹ UDZIAŁ**

NAJPOPULARNIEJSZE

Create an Ad
Help me please X
Give me a home in Zoo World!
Like
Your City, Your Rules X
SocialCity is the fastest growing game on Facebook. Play now!
Like
Zarabianie Online X
JEDYNY I WYJĄTKOWY:
PONAD 300€ DZIENNIE
Zarobić do 500 € dziennie. Skuteczne i darmowe metody. Zarabiaj sam od zaraz!
Become a Fan
More Ads

Profil mBanku na Blip.pl



mBank

kokpit rss

mBank

IMIĘ I NAZWISKO mBank
LOKALIZACJA Łódź, Polska
WWW <http://www.mBank.pl>

mBank rozpoczął działalność 26 listopada 2000 roku jako pierwszy internetowy bank w Polsce. tel. 042 6300 800, 0801 300 800.

Środa, 24 marca 2010

14:37 W nocy z soboty 27 na niedzielę 28 w godz. 1 (starego czasu) - 4 (nowego czasu) nastąpi przerwa w dostępie do #mBank'u, karty będą działały mbank.pl (s)



12:23 Ulepsz serwis #mBank'u! Wypełnij ankietę! Ankieta dla indywidualnych Klientów: mbank.pl (s) Ankieta dla Klientów biznesowych: mbank.pl (s)

10:52 [blip] Zapraszam do zapoznania się ze stanowiskiem #mBank'u w tej sprawie: polecambank.pl (s) Komunikat z 16 lutego 2010r.

10:18 Wypełnij ankietę online-ulepsz serwis mBanku! Ankieta dla indywidualnych Klientów: mbank.pl (s) Ankieta dla Klientów biznesowych: mbank.pl (s)

Archiwa

2009

Maj

Czerwiec

Lipiec

Sierpień

Wrzesień

Październik

Listopad

Grudzień

2010

Styczeń

Luty

Marzec

Obserwowani



Forum w serwisie mBanku



PRZEWODNIK | FORUM | BLOG | WITRYNA

szukaj OK

OFERTA INDYWIDUALNA

OFERTA FIRMOWA

mRACHUNKI | mLOKATY | mKARTY | mKREDYTY | mINWESTYCJE | mEMERYTURA | mUBEZPIECZENIA | mTELEFONIA | mZAKUPY

mBank / Forum

Twój profil



ZALOGUJ

załóż

Kategorie



Wszystkie

Bankomat

Bezpieczeństwo

Biuletyny

eKARTA

eKONTO

eMAKLER

eMAX

eMAX +

Forum

GSM

Użytkownicy

Forum

WĄTKI

SZUKAJ

UŻYTKOWNICY

POMOC

ZASADY

Zanim zdecydujesz się na własną publikację postaraj się, by Twój wątek zaciekał innych użytkowników Forum i zapoznaj się z kilkoma praktycznymi [wskazówkami](#)

ZALÓŻ NOWY WĄTEK

Kategoria	Wszystkie	Autor	Data utworzenia
		Kategoria	Data ostatniego ▲
	Nowy eMakler.	Knesset [eMAKLER]	18-03-10 21:11 24-03-10 21:58
	Ulepsz serwis mBanku..	Ancyk_M [mBank]	24-03-10 15:31 24-03-10 21:46
	Wysokość raty - możliwość ...	bledos [Kredyt gotó...]	23-03-10 15:23 24-03-10 20:46
	PIN offline and still no word about CZ and ...	bojler [Karty]	23-03-10 21:16 24-03-10 20:40
	Kredyt hipoteczny w Euro mBank vs Multi	zdzichu500 [mPLAN]	23-03-10 20:39 24-03-10 19:56
	Potrzebna funkcjonalność w serwisie ...	czaro [mPLAN]	24-03-10 19:45 24-03-10 19:45

Logowanie

Bezpieczeństwo

Demo

Zostań Klientem

-- wybierz wniosek -- OK

Zobacz katalog produktów

Przeczytaj koniecznie

Jak uzyskać KREDYT samochodowy w mBanku?

Fundusze rynku pieniężnego alternatywą dla tradycyjnych lokat.

Czym jest PIN online a czym PIN offline?

Social media mix

Własna strona internetowa – pełna kontrola

Serwisy społecznościowe (*dalej*)

Blog – dłuższe komunikaty

Mikroblog – krótkie, szybkie komunikaty oraz „zajawianie” innych wydarzeń

Multimedia, np. kanał w YouTube

Forum – konieczne moderowanie

Czat / komunikator – raczej kontakt ze sprzedawcami i wsparciem technicznym

Wsparcie z serwisów

Usługa dla biznesu – specjalna strona

Duży wpływ na wygląd i funkcjonowanie

Użytkownicy demonstrowają znajomym
przynależność

Serwis Facebook - duże możliwości:

Fanpage: bezpłatne, ale w szablonie serwisu

Aplikacje: dają szersze możliwości komunikacji i
designu; specjalne oprogramowanie

Można użyć serwisu do informacji,
konkursów i promocji, przenosząc ruch na
własne strony

Crowdsourcing i ewangeliści

Ewangeliści marki i „pretorianie” – bliższa relacja, tańsze R&D, pozyskanie ekspertów

Wersje Beta i beta-testerzy

Nie tylko firmy technologiczne...

Wykorzystanie mądrości zbiorowej

Świadomi prosumenci, gotowi do współtworzenia

Ważne zwłaszcza w przypadku produktów skomplikowanych

Problem „szpiegów” konkurencji

Pięć wskazówek

1. Podstawą własna strona internetowa
2. Wykorzystaj popularność i infrastrukturę istniejących serwisów
3. Świadomie używaj różnych kanałów komunikacji online
4. Komunikacja dwustronna – duży potencjał, duże wymagania
5. Przemysł – po co wchodzisz do Internetu?
Co chcesz osiągnąć?



Wydział Psychologii
Uniwersytetu Warszawskiego



SmartNet
Research & Solutions

Dziękuję za uwagę!

Dr Jan Zając

jzajac@snrs.pl

*Zaktualizowana prezentacja jest dostępna na stronie
www.snrs.pl w sekcji Aktualności*

