

Razvoj trženja portala informiran.si



Boris Kozlevčar
Inform d.o.o.

Kako zaznati priložnost

- Inovativna ideja?

1 ideja/teden

1 dobra ideja/mesec

1 res dobra ideja/leto

IDEJA ≠ POSEL f(švica&iznajdljivosti)

- Posnemanje ideje – prenosi z razvitejšega trga

PRAVO - karkteristike

- Področje/dejavnost, ki je v tehnološkem razvoju zaspalo
- Pravno znanje - upravljanje ozke skupine ljudi (odvetnikov, pravnikov)
- Prihodnost ?
razvoj tehnologij, ki bodo omogočala pretok znanja v uporabniške module ter povezljivost komplementarnih storitev in personalizacija storitev

Kaj je infomiran.si

- slovenski spletni center za izdelovanje **pravnih** dokumentov, **državnih** obrazcev in **občinskih** vlog on-line

Output

- individualno izdelan pravni ali upravni dokument
- informiranje o pravicah, dolžnostih in postopkih povezanih z dokumentom

Komu je namenjen infomiran.si

mali podjetniki, mala in
srednje velika podjetja

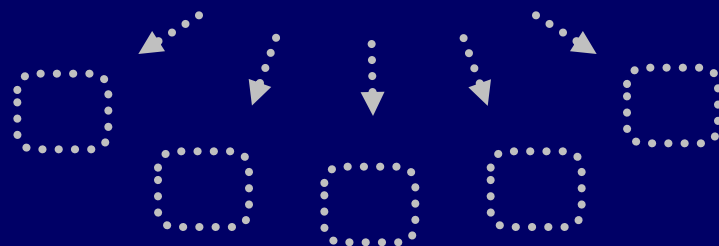
fizične osebe,
gospodinjstva

informiran.si

najem zmogljivosti

franšizni partnerji v svetu

državna uprava, velika in
srednje velika podjetja



Ciljna publika

- Mali in srednji pravni subjekti – 60%
- Fizične osebe - 35%
- Državna podjetja in velika podjetja – 5%



Dodana vrednost - koristi

za
potrošnike

- **dostopnost (časovna in cenovna)**
- **kvaliteta**
- **jasni postopki**

za
strokovnjake

- **večje št. kupcev**
- **večkratna prodaja enote dela**
- **podjetniško angažiranje**

Za potrošnike

(fizične osebe, SME, pravni oddelki)



- **Dostopnost**
 - 24/7
 - hitra izdelava
 - 10% cene odvetniške tarife (lahko hiba – percepcija kvalitete)
 - izogib fizičnim stroškom (prevozni, storitve)
 - neprecenljivo – živci in prosti čas
- **Kvaliteta**
 - in-time ažuriranje
 - najboljši strokovnjaki
 - preprečevanje napak
 - interaktivno vodenje z nasveti in navodili
 - Individualizacija (personalizacija)
- **Jasni postopki**
 - Individualizirano informiranje o postopkih in obveznostih
 - interaktivnost



Dodana vrednost

- **Znižanje neposrednih stroškov** (cena dokumenta)
- **Znižanje posrednih stroškov** (interaktivno informiranje, vodenje pri izdelavi, ni potnih, telefonskih, provizijskih stroškov, preverjena kvalitetna izdelava)
- **Prihranek časa** (hitra dostopnost, hitra plačila)
- **Enostavnost pridobivanja dokumentov in informacij**
- **Pravna varnost** (realno-časovna ažurnost in posodabljanje sistema)



Strokovnjaki (zunanji sodelavci)

VIRTUALNA MREŽA

KDO SO:

- avtorji e-obrazcev
- uredniki

HONORAR:

- provizija pri realiziranem poslu

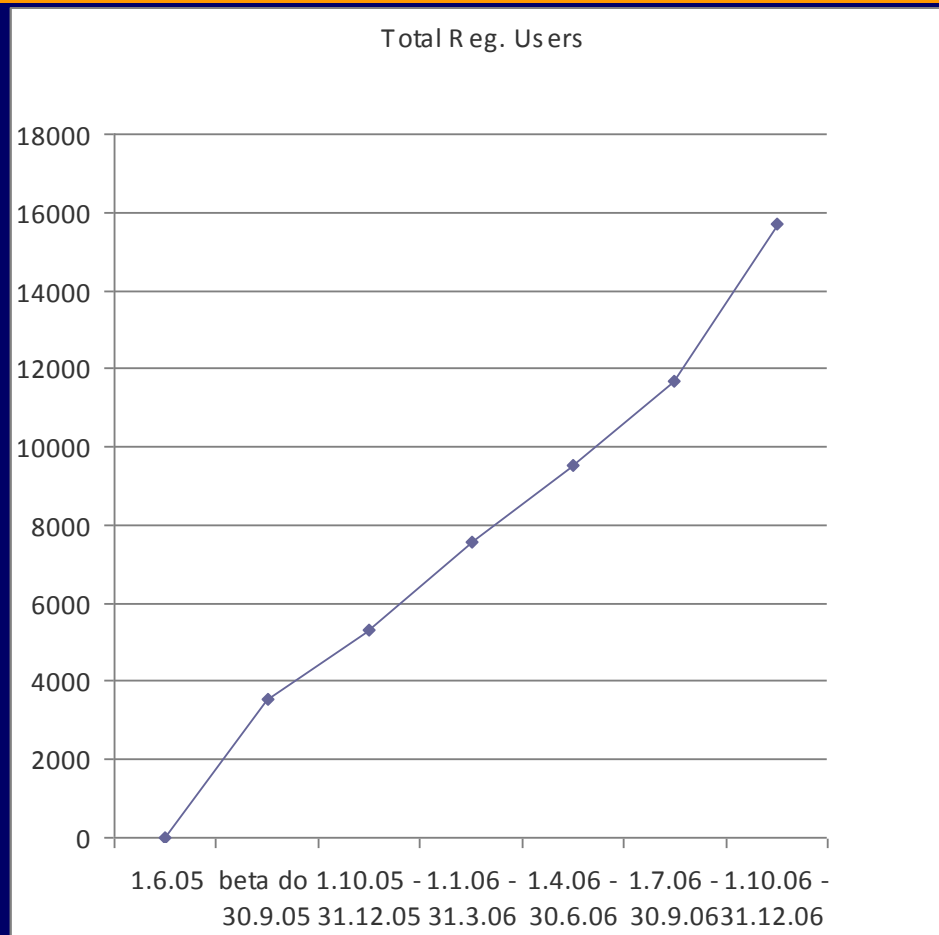
POSLEDICE:

- kvaliteta izdelka
- nižje tveganje
- selektiven sistem (kasneje tudi samoregulativen)
- podjetnost (dodatna brezplačna promocija)

Statistika portala infomiran.si

št. obiskovalcev / mesec	64.000
št. reg. uporabnikov	13. 600
št. avtorjev	126
Ciljno rangiranje v iskalniki (avg.)	1. (1,03)

Statistika portala infomiran.si



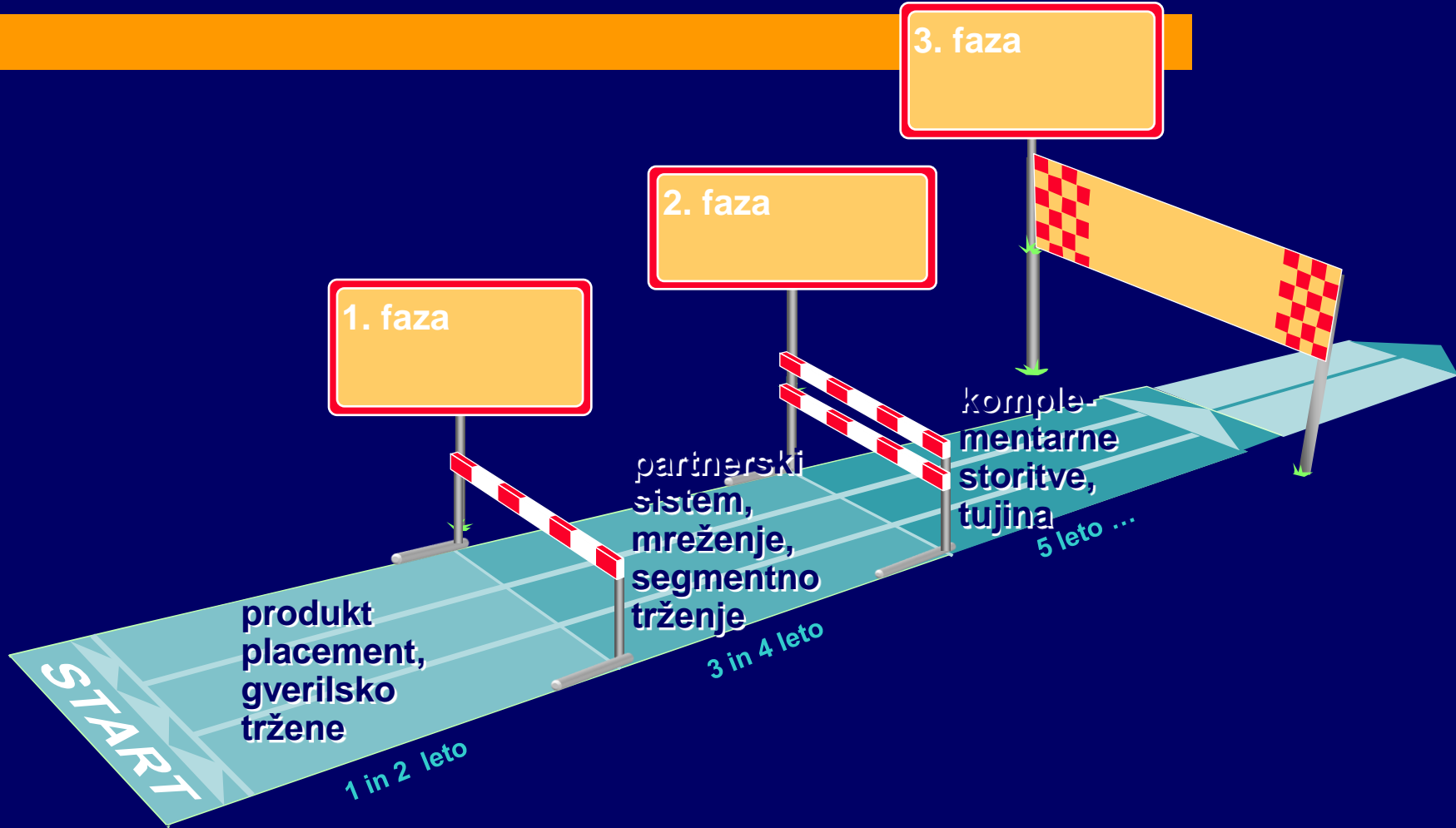
Konkurenca

(percepcija s strani potrošnikov)



- **založbe**, ki izdajajo zbirke fiksnih obrazcev
- **odvetniki**
- pravni in poslovni **svetovalci**
- **državna uprava**

Evolucija trženja



1. faza

produkt placement, gverilsko tržene

1 in 2 leto

2. faza

partnerski sistem, mreženje, segmentno trženje

3 in 4 leto

3. faza

komplementarne storitve, tujina

5 leto ...

Trije ključni elementi pri izdelavi storitve

**Zaupanje –
kvaliteta
(fizični
dokazi)**

**Plačilo
(enostavnost
in hitrost)**

**Svetovalna
Podpora**

Fizični dokazi

- vizualni vzorec dokumenta
- predvideni čas izpolnjevanja
- vizualni prikaz korakov pridobivanja storitve (na 1. koraku se že nahaja)
- mnenja uporabnikov
- priporočila uporabnikov in združenj uporabnikov (GZS, OZS)
- podpora e-upravi
- št. registriranih uporabnikov
- obisk portala

Primer planiranja in sledenja učinkom



“Pravilnik o zavarovanju osebnih podatkov” P=22.500 SIT

- **Analiza trga**
tržni potencial: 140.000 pravnih oseb in s.p.-jev
definiranje primarnega ciljnega segmenta: direktorji SME in s.p.
- **Opredelitev ciljev**
št. prodanih doc: 1% (1.400)
sinergijski učinki: št. novo reg. up. 3.000
- **Izbira kanalov promocije**
sponzorirane besede: najdi.si, matkurja.com, google.com
revije: Podjetnik, Kapital
bannerji: Finance, partnerski portali
mailing: partnerski portali 50.000 naslovov (1% odziv)=500
lasten: 13.000 (1,5% odziv)=205
- **Dnevna analiza rezultatov:**
primer-najdi.si:
1500 klikov = 84.000 SIT
-> 15 nakupov = 337.500 SIT
-> izplen = +x (pozitiven) =>nadaljujemo
- **Prilagajanje plana trženja**

Strukturirano načrtovanje trženja past, ki se lahko zrcali v nižji učinkovitosti

- togost plana trženja (ni potrebne dinamike prilagajanja) – klasični model lahko odpove, ker je prezahteven za malo podjetje
- spremljanje rezultatov (težko, najlažje na spletu), ugotavljanje rentabilnosti in reagiranje -> velik poudarek na osebni percepciji učinka

Marketinga se lotevamo DRUGAČE, kot je napisano v "učbenikih".

Kanček logike, ščepec drznosti in 1dl dobre anticipacije pelje do odličnih učinkov.

boris.kozlevcar@inform.si

INform d.o.o.