

Oslovenie klientov počas karantény



Mnohé prevádzky museli obmedziť svoju podnikateľskú činnosť alebo zatvoriť, z dôvodu bezpečnostných opatrení proti šíreniu koronavírusu. Z nášho [prieskumu](#) vyplýva, že podnikatelia čelia poklesu objednávok. Riešením pre niektorých malých a stredných podnikateľov môže byť prechod do online priestoru. Rady experta ako môže kamenná prevádzka prejsť do e-shopu, nájdete [v tomto článku](#). Pandémia, presun do online priestoru v mnohých prípadoch urýchlila, v niektorých zase ukázala jeho potenciál pre udržanie biznisu nad vodou.

Malé, lokálne značky môžu ťažiť práve zo svojej autenticity. Základným kameňom autenticity je ukázať, že za Vaším biznisom stoja živí ľudia. Dnes viac než kedykoľvek predtým môžu podnikatelia ukazovať svoju „ľudskú tvár“. Nástup novej éry H2H alebo Human to Human, kde je biznis komunikácia nahradená komunikáciou ľudí pandémie COVID-19 len urýchlila.

Autentická komunikácia na e-shope a jeho komunikačných kanáloch môže mať rôzne podoby:

- v podobe fotiek z „backstage“ kam sa bežne ľudia nemajú možnosť pozrieť
- pripomenúť váš podnikateľský príbeh, ukázať ľudskú tvár
- ukážka procesu tvorby alebo prípravy jedla, kytice, obrazu...
- workshopy, DIY návody, tipy a triky
- spolupráca s ďalšími lokálnymi podnikateľmi

Ak ste už podnikanie do online priestoru preniesli, pozrite si ako osloviť klientov v prípade, že ste [vzdelávacia firma](#), [gastro prevádzka](#), [kvetinárstvo](#).

Autor: Analytik, konzultant a obchodník, ktorý sa už viac ako 10 rokov venuje digitálu so zameraním na biznis plány klientov. Pomáha klientom s ich riešeniami na mieru, firemnými prezentáciami, produktovými webmi, e-shopmi a propagáciou projektov.

Zdroj: <https://www.npc.sk/sk/podnikanie-v-koronakrizе/oslovenie-klientov-pocas-karanteny/>