

# Obsahová strategie plisati.cz

Produkt, Typický klient, USP

Obsahový marketing

UX webu Homepage (landing page)

Obchodní model, konverze, zdroje návštěv

## Typický klient, USP

### **Produkt:**

- výroba plastových obalů a víček
- specifické vlastnosti:
  - podvíčka pro zajištění primární těsnosti (vysoká odolnost proti pronikání vzdušné vlhkosti)
  - odtrhávací proužek pro zajištění záruky originality
  - materiály s potravinářským atestem

### **Typický klient:**

- obchodní a výrobní společnost ve farmaceutickém a potravinářském průmyslu, velké a středně velké, malé, začínající?
- klienti mají vysoké nároky na(?):
  - potravinářský ATEST
  - vizuální kvalitu a čistotu zpracování
  - rychlé dodávky
  - spolehlivost a kvalita (ISO)
  - cena?
  - jiné související služby?

### **USP (jedinečné prodejní argumenty) - PROČ MY**

- jsou to zásadní informace, vedoucí k obchodu před porovnáním cenové výhodnosti:
  - certifikace pro farmaceut a potravn. průmysl
  - libovolný tvar
  - velmi krátké dodací lhůty
  - ISO 9001:2016 - standard výroby
  - kvalita a čistota vstupních surovin
  - kontrolované, bezprašné prostory

# Obsahový marketing

## 1) Obsahové bloky úvodní strany (landing page)

- Grafický blok (slidy) = image produktu / první dojem produktové foto (nejlépe finální produkty, studiové foto)  
claim:

„Špičkové obaly pro Vaše produkty“  
vhodné pro farmaceutický, potravinářský  
a kosmetický průmysl“

- Blok USP - jedinečné prodejní argumenty (Proč my)
- Blok Úvod - text o firmě - vize, hodnoty, poslání (3-5vět)
- Blok Reference (loga významných klientů)
- Kontaktní formulář / kalkulace
- Blok patička

### Grafické vizuály :

- žena z farmaceutického průmyslu (bílý plášť, brýle s produktem na dlani)
- samotný produkt (bílá lahvička)  
nebo přímo finální produkt (prodejní s komerčním potiskem)

# Struktura a navigace webu

Hlavní menu:

## **Produkty**

- LAHVIČKY S NARÁŽECÍM UZÁVĚREM
- LAHVIČKY SE ŠROUBOVACÍM UZÁVĚREM
- LAHVIČKY VYSOKÉ
- DÓZY
- ČTYŘHRANNÉ DÓZY

## **O nás**

- profil firmy
- zákaznický servis
- volná místa
- politika společnosti
- kontakt

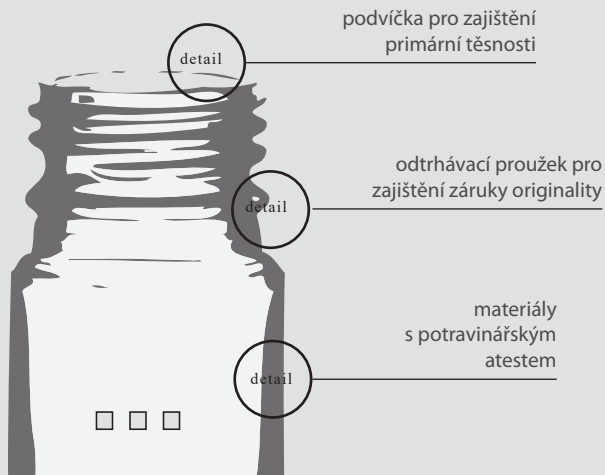
## **Kvalita**

- technologie a výroba
- certifikáty
- čisté prostory

## ŠPIČKOVÉ OBALY PRO VAŠE PRODUKTY

vhodné pro farmaceutický,  
potravinářský a kosmetický  
průmysl

**KATALOG PRODUKTŮ**



### Obaly s vysokou kvalitou zpracování a přesností



CERTIFIKACE



LIBOVOLNÝ TVAR



KVALITA A ČISTOTA  
VSTUPNÍCH SUROVIN



ČESKÝ VÝROBEK



RYCHLÉ Dodací LHŮTY

KONTAKT

### Kontaktujte nás

Máte dotazy ohledně technologie, volné kapacity nebo skladových zásob?

OBAL NA ZAKÁZKU,  
NEBO SI VYBERETE Z NAŠICH  
SKLADOVÝCH ZÁSOB?

Prozákaznický text o možnostech výroby, technologie materiály,  
minimálním množství, ostatní dodavatelské podmínky ve  
zkratce. uvedený konkrétní osoba, která poradí apod.

Ing. Pavel Novák, technolog 777 123 456  
Yveta Nováková, obchodní manažerka 777 234 899

Text

E-mail

telefon

**ODESLAT**

GDPR

always on top

### Významní klienti / Reference

Loga klientů systémového řešení, případně včetně osobního hodnocení

#### Produkty

LAHVIČKY S NARÁŽECÍM UZÁVĚREM  
LAHVIČKY SE ŠROUBOVACÍM UZÁVĚREM  
LAHVIČKY VYSOKÉ  
DÓZY  
ČTYŘHRANNÉ DÓZY

#### Onás

profil firmy  
zákaznický servis  
volná místa  
politika společnosti  
certifikáty

Mapa

# Obchodní model, konverze, zdroje návštěv

## Obchodní model webu:

Jedná se o produktový web BTOB s transakcí v offline, hlavní strategií webu bude maximalizovat konverze na HP, která bude zároveň přistávací stránkou PPC kampaně.

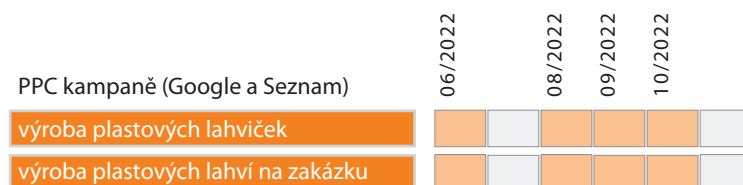
1 typ konverze = vyplnění poptávkového formuláře

2 typ konverze = získání LEADu na základě poskytnutí obsahu (referenční e-book) pro email marketing / schůzka / prodej

## Zdroje návštěv

Organic = obsah pro organic bude na webu statický / event. může být doplňován v rámci blogu (nové produkty / ref / tech)

kampaně PPC = podpora nejsilnějších KS na Googlu (výroba plastových lahvíček, ap.)



...