

Budowanie grupy docelowej w internecie

ebiznes.org.pl – przedsiębiorca w internecie

Publikację możesz dowolnie rozpowszechniać.

Warunkiem jest tylko pozostawienie jej w niezmienionej postaci.

autor: [Tomek Urban](#)

<i>Wstęp</i>	2
Sam sobie napisz!	2
<i>Przynależność to ludzka potrzeba</i>	2
Przynależność	2
Eksplozja indywidualizmu	3
Czym w takim razie jest budowanie społeczności internetowej?	4
<i>Spoleczność internetowa</i>	4
Bariery wejścia - niedostępność	4
Wojny czas, może połączyć nas	6
Cel – rywalizacja – ideał	7
Spoleczność zapożyczona	7
Przejęcie już prawie istniejącej społeczności	8
Znaki szczególne	9
Radosna Twórczość - zaangażowanie	10
Spoleczność dla kontaktów - Grupy interesu	11
Bariery wyjścia – niezapominajki	12
<i>Zaprojektuj własną społeczność</i>	13
Przykład:	14
Arkusz do wypełnienia:	16

Wstęp

Sam sobie napisz!

Skoro czytasz tą publikację, zapewne jesteś zaawansowanym internautą, a co z tym idzie masz kilka ulubionych stron, witryn www, które regularnie odwiedzasz kilka znanych Ci serwisów, zastanawiałeś się dlaczego? **Dlaczego do jednych serwisów wracasz, a do innych nie?**

Przynależność to ludzka potrzeba

Przynależność

Internet jest miejscem gdzie istnieje, żyje człowiek, a więc miejscem gdzie może realizować, spełniać swoje potrzeby. Potrzeby, a w zasadzie ich realizacja w teorii piramidy Abrahama Masłowa stanowią podstawę do wszelkiej motywacji by żyć, by funkcjonować. Jedną z wymienionych przez tego psychologa potrzeb jest potrzeba przynależności, życia społecznego. Objawia się ona przede wszystkim w dążeniu do przezwyciężenia samotności, budowaniu intymnych stosunków, eliminowaniu obcości, budowaniu więzi, przynależności do grupy jak i dążeniu do kreowania własnych grup.

*Piramida Masłowa

http://pl.wikipedia.org/wiki/Hierarchia_potrzeb

W psychologii społecznej wyróżniono dwa rodzaje grup: grupy pierwotne i grupy wtórne. Pierwotne grupy to ludzie z którymi wiąże nas bliskie, czasem nawet intymne związki, przyjaciele, rodzina. Grupy wtórne to np. przedstawiciele tego samego narodu, tego samego miasta, tego samego wyznania, tej samej partii politycznej, kibice sportowi, fani tego samego zespołu muzycznego, ludzie zainteresowani podobnym tematem (np. biznes, turystyka,

zdrowie, bogactwo) lub też zwyczajnie ludzie, którzy ubierają się w podobny sposób.

Każda z tych grup stanowi dla jej pojedynczych członków własną grupę odniesienia, czyli grupę posiadającą członków, cechy, wartości i wzorce zachowań, które jednostka stara się odwzorowywać. Jednostka taka powinna reagować na dane sytuacje, tak jak reszta społeczności tego od niej oczekuje, by przypadkiem nie popaść w konflikt z pozostałymi członkami grupy.

Eksplozja indywidualizmu

W nowoczesnym e-świecie gdzie indywidualizm własnych poglądów, coraz bardziej bierze górę nad tradycyjnym społecznym myśleniem. Coraz trudniej jest sprawić by odpowiednia grupa docelowa wyodrębniona tradycyjnym myśleniem: płeć, wiek, miejsce zamieszkania, dochód, itp. Zachowywała się w dany przewidywalny sposób.

***Grupa docelowa**

http://pl.wikipedia.org/wiki/Grupa_docelowa

Osoba 20- letnia może być postrzegana jako starszy inteligentny człowiek, podczas gdy starsza osoba może udawać dziecko. To tylko skrajne przypadki, lecz uważam, że coś w tym jest, nie widzimy z kim mamy doczynienia w internecie. Wszystkie nasze doświadczenia wizualne i emocjonalne związane z innymi osobami w przypadku internetu zawodzą... Dlatego też należy zwrócić uwagę na inne aspekty .

Przedstawiam Ci tutaj alternatywne podejście do „*grupy docelowej*” na potrzeby **e-biznesu**. Nie wyodrębniaj własnej grupy docelowej, ale ją **stwórz!**

Od kilku lat obserwuję jak i uczestniczę w internecie, w różnych przedsięwzięciach. Niektóre z nich upadają inne natomiast odnoszą sukces. Te co odniosły sukces charakteryzują się jednym... **Mają swoją społeczność.**

Nie dzielenie ludzi na grupy, ale stworzenie jednostkom możliwość zaistnienia w danej grupie, stało się podstawą sukcesu wielu przedsięwzięć internetowych. Własna społeczność stała się doskonałym miejscem na reklamę i promocję, zarówno swoich jak i pozostałych produktów i usług związanych z danym tematem.

Czym w takim razie jest budowanie społeczności internetowej?

Wiedza i doświadczenie posiadane przez ludzkość jest na tyle wielka, że nie ma aktualnie możliwości by każdy wiedział to samo i tyle samo. Każdy natomiast może mieć indywidualne podejście do danej sprawy, inne zainteresowanie jak i inne postrzeganie różnych spraw. Właśnie to indywidualne podejście, przy pomocy kilku narzędzi, można wykorzystać do zbudowania własnej społeczności.

Wracając do sedna sprawy **budowanie społeczności internetowej**, to po prostu próba zaspokojenia **potrzeby przynależności** jednostki. To próba nakłonienia do realizacji tej potrzeby, przy pomocy tego, a nie innego serwisu internetowego.

Do takiego obrotu sprawy potrzeba będzie kilka rzeczy, którymi zajmę się w dalszej części tej publikacji: pomysł na społeczność internetową, narzędzia do jej promocji i realizacji, zarządzanie – administracja nad społecznością.

Społeczność internetowa

Gotowego pomysłu nie dam ;) choć mam ich kilka. Nakreślę jednak kilka aspektów na które powinieneś zwrócić uwagę, zastanawiając się nad projektowaniem własnej społeczności.

Bariery wejścia - niedostępność

Kojarzy mi się z filmów taka sytuacja: jest gang i jest osoba, która chce do niego należeć, aby mogła stać się członkiem tej grupy musi przejść inicjację. Inicjacją najczęściej jest jakieś zadanie do wykonania itd.

Spółeczność może stworzyć wokoło siebie bariery wejścia, tak by nie każdy mógł stać się jej członkiem. Tak by istniały pewne mniej lub bardziej skomplikowane zasady nabycia członkostwa dotyczące całej grupy.

Z jednej strony takie zachowanie to stosowanie reguły niedostępności, w ludziach z poza grupy budzi się pragnienie by stać się jej członkami. Coś jest niedostępne to budzi naszą ciekawość, bliższą chęć zaznajomienia się z tą rzeczą. Z drugiej zaś strony bariery wejścia budują silniejsze poczucie przynależności już istniejących członków do grupy. Przynależność do niedostępnej społeczności może budzić w jej członkach poczucie statusu, wyróżnienia z tłumu.

Najprostszym wykorzystaniem tej reguły, jest po prostu ograniczenie odbiorców serwisu do pewnej grupy, np. serwis tylko dla matek w ciąży, tylko dla kobiet czy też choćby dla właścicieli rowerów górskich. Samo to ograniczenie sprawia, że osoby do których serwis jest skierowany, poczują się wyróżnione, mające dostęp do czegoś co jest dla innych jednostek niedostępne.

Można zwyczajnie zadbać o to, by zapewnić różny poziom dostępności do informacji na stronie, czy też do możliwości wypowiedzenia się. Ustawienie dostępu do strony oznacza na przykład to, że użytkownik aby coś przeczytać, napisać na stronie nie będzie mógł tego zrobić anonimowo, będzie natomiast zmuszony do podania hasła, e-mail czy też innego kodu.

W praktyce różnie się to stosuje, znam kilka serwisów informacyjnych, które udostępniają całość informacji (np. całość artykułu, dodatkowy plik do artykułu) pod warunkiem podania tylko adresu e-mail, który znajduje się na liście mailingowej (zmuszają do zapisu na listę mailingową). Spotkałem się również z rozbudowaną wersją tego poziomu dostępu, było to przedstawienie alternatywnego dostępu płatnego (hasła otrzymanego płatnym SMS-em), gdzie

wobec takiej alternatywy, każdy chyba każdy wybierze bezpłatny zapis na listę mailingową.

Inne moim zdaniem doskonale wykorzystanie tej reguły możesz znaleźć w ofercie tego serwisu. <http://ebiznes.org.pl/kurs/> - artykuły jak i członkostwo w forum są kreowane na niedostępną tajemnicę sukcesu. Aby ją poznać trzeba zwyczajnie zapłacić.

Wojny czas, może połączyć nas

Co bardziej łączyło komunistów: umiłowanie władzy do ludu czy wrogi imperialista? Co by to nie było, władze za wszelką cenę próbowały zjednoczyć społeczeństwo we wspólnej walce.

Wróg zawsze jednoczył, czemu w internecie miałoby być inaczej? Kto i co może być wrogiem? Wrogiem może być choćby jakaś na przykład choroba, otyłość, lenistwo, uzależnienie z każdego i wszystkiego można zrobić wroga... wystarczy tylko odpowiednio argumentować zarzuty. A wszystko po to by trafić do odpowiedniego odbiorcy który przyjmie tego wroga za swojego.

Przypomniała mi się ostatnia kampania reklamowa pewnego radia, w której za wroga zrobili sobie 'plastikową muzykę'. W planie zapewne było zebranie nowych słuchaczy - członków społeczności, którzy byli wrogami tzw. 'plastiku'. Przypatrz się słuchającym 'ciężkiej muzyki', zawsze wierni swoim zespołom, a co ich łączy? - jedną z tych rzeczy jest wrogość wobec tzw. 'komercyjnej muzyki' co też zostało sprytnie wykorzystane.

Inną już bardziej internetową grupą mającą wroga są użytkownicy programów takich jak linux, mozilla, którzy za wroga upatrzyli sobie inne popularne komercyjne oprogramowanie.

Cel – rywalizacja – ideał

Tutaj podobnie jak w przypadku poszukiwania wroga, skupiamy członków wokół wspólnego celu. Może to być np. odpowiednia wysportowana sylwetka, lub perfekcja w znajomości jakiegoś języka. Wspólny cel, wspólny ideał też jednoczy.

Ważnym aspektem tutaj poruszonym jest wzajemna rywalizacja, opiera się na niej większość gier – zabaw internetowych. Skierowanych nie tylko do młodszego pokolenia, ale do wszystkich. Ludzie lubią się porównywać, ten ma więcej, ten ma mniej. To tak jakby wyznacznik zaangażowania, wyznacznik doskonałości i umiejętności. Dlatego też wykorzystuje się tu jako narzędzie wszelakiego rodzaju statystyki, rankingi i porównania.

Rywalizacja choć nie dosłownie, często wykorzystywana jest w serwisach, gdzie członkowie społeczności mogą coś przedstawić np. galerie zdjęć, zbiory wierszy. Gdzie do umieszczonej treści istnieje możliwość oceny jak i komentowania.

Każda jednostka dąży do znalezienia swojego miejsca w grupie, stara się umiejscowić w pewnym jej miejscu. Grupa jako całość stanowi dla niej wzorzec do naśladowania w różnych aspektach. To czy jednostka stanie się wzorcem czy też sama będzie do niego dążyć, zależy tylko i wyłącznie od tego jak inni ją będą postrzegać.

Społeczność zapożyczona

Spotkałeś się może kiedyś z nieoficjalnym fanklubem jakiegoś znanego zespołu muzycznego? Taki fanklub to po prostu grupa osób, których połączyło uwielbienie do podobnej muzyki. Dlaczego powstał? - dlatego, że ktoś nie zainteresował się by dołączyć tych ludzi do oficjalnego fanklubu zespołu, a być może nawet taki nie istnieje.

Gdy istnieje zainteresowanie wokół jakiegoś tematu, a nie istnieje oficjalne miejsce gdzie można połączyć zainteresowanych tym ludzi, powstaje szansa na zbudowanie społeczności. Szansa, w której idea, czy też jak w tym przypadku zespół muzyczny jest partnerem, współpracownikiem, a wręcz naganiaczem członków do społeczności.

Gdzie szukać takich niesformalizowanych społeczności? Jedną z metod jest adaptacja do wersji elektronicznej już sformalizowanej społeczności istniejącej bez internetu. Można również szukać pomysłów za granicą, jeśli znasz jakiś język poszukaj wokół jakiego tematu gromadzą się ludzie w innym kraju, spróbuj przenieść do naszej rzeczywistości, jeżeli oczywiście coś podobnego jeszcze u nas nie istnieje. Doskonałym tutaj przykładem są różne trendy, np. hippisi, które rozprzestrzeniają się ponad granicami, tworząc osobne 'lokalne' grupy.

Cały sekret tkwi w innym spojrzeniu na świat, w dostrzeżeniu luki, która jest szansą na budowę społeczności. Jedną z metod jest po prostu twórcze rozglądnięcie się po otoczeniu.

Sam np. buduje taką społeczność wokół Kreatywności
<http://kreatywnosc.witryna.org>

Tematem, ideą takiej grupy może być dosłownie każdy i wszystko co nas otacza, choćby ostatnio osławiony 'Chuck Norris'. Na <http://grono.net> znalazłem przykładowo prawie 2 tyś. ludzi skupionych wokół tematu 'obierania ptasiego mleczka z czekolady', tyle osób to robi, to i też znalazła się osoba, która pomyślała by te osoby jakoś połączyć ze sobą.

Przejęcie już prawie istniejącej społeczności

Internet bardzo ułatwia stworzenie społeczności, praktycznie każdemu. Grupę, listę dyskusyjną, wątek na forum może założyć prawie każdy, nie wymaga to większej wiedzy ani też umiejętności.

Stąd też jedna rada. Rozejrzyj się po różnych dyskusjach internetowych, zobacz w których tematach uczestniczy dużo osób, które wzbudziły duże zainteresowanie. Następnie wykorzystaj to, tworząc stronę internetową o tym, o czym toczyła się dyskusja.

Znaki szczególne

Widziałeś zapewne kiedyś Indianina na filmie? Co takiego w nich charakterystycznego? Otóż każdy z nich należy do jakiegoś plemienia, dla laików Indianin to Indianin, ale między sobą potrafią oni rozpoznać Siouxa, Apacza i wiele innych przynależności plemiennych.

Symbole które jednoczą plemiona, przetrwały i do naszych czasów, nie chodzi tylko o stroje ludowe, poszczególnych grup. Przykładem symbolu i rytuału łączącego więcej osób, a mniej rzucającego się w oczy, może choćby na przykład krzyżyk, czy też inny znak noszony na szyi.

Obecnie i ta sfera potrzeb przynależności ulega marketingowi, dawne herby rodzime są zastępowane przez metkę na ubraniu, czy też na przykład osławione trzy paski. Kwestią czasu pozostaje tylko, kiedy więcej dzieci będzie rozpoznawać logo McDonalda, bardziej niż chrześcijański krzyż.

Znaki charakterystyczne nobilitują ludzi do zbiorowości, do stania się grupą. Nie muszą być one widoczne, są nimi także określone wzorce zachowań, określone podejście do danej sprawy. Zbiorowość taka staje się dla jednych wrogiem, dla drugich grupą własną, a dla innych natomiast ambicją, chęcią przynależności. Z naszego punktu widzenia wszystkie te cechy są pożądane. Pierwsza zapewnia darmowy rozgłos, druga członków, a trzecia jeszcze bardziej nobilituje członków.

Znaki szczególnie często wykorzystuje się wewnątrz już istniejącej społeczności. Np. nobilitując pewnych jej członków. W internetowym wydaniu często można spotkać coś takiego na forach internetowych, gdzie użytkownikom przypisuje się różne rangi, czy też inny status np. moderatora.

Doskonałym natomiast przykładem na wykorzystanie znaków szczególnych do zrzeszenia wielu stron internetowych jest np strona: <http://toplista.pl> na której tworzone są toplisty wokoło wielu tematów. Gdzie każda lista zrzesza wiele osób wiele stron, które umieściły button - link do toplisty, który to jest znakiem szczególnym tej strony.

Na podobnej zasadzie działają wszystkie konkursy na strony www itd. które w rezultacie końcowym promują również organizatora konkursu nie tylko zwycięzców.

Radosna Twórczość - zaangażowanie

Znowu mam wizję państwa socjalistycznego, gdzie za wszelką cenę próbuje się wmówić człowiekowi, że pracuje dla dobra ogółu. Gdzie jednostka wnosi własny wkład w kształtowanie się społeczności.

W praktyce polega to na zezwoleniu członkom społeczności na zrobienie czegoś, z czego będą inni członkowie korzystali. Podkreślanie niektórych działań jako czynionych dla dobra grupy. Choćby napisanie wiersza skierowanego do Polaków. Czy też wspólne uczestnictwo w jakiejś akcji, czyli tworzenie historii grupy.

Tworzenie dla grupy, stanowi podstawę reguły zaangażowania. Angażując się w daną społeczność sami zaczynamy czuć jej argumenty, odczuwamy coraz większe emocje związane z grupą, staje się ona częścią nas.

Człowiek działa konsekwentnie, gdy raz zgodzi się z daną rzeczą, potem broni swojej racji. Patrząc na to z perspektywy budowania społeczności należy nakłonić jednostkę do pierwszego udziału w jakimś działaniu na rzecz grupy. Efektem takiego działania, jest budowa podstawy zaangażowania emocjonalnego: 'tak przyczyniłem się do rozwoju tej grupy, jestem jednym z jej twórców'.

W praktyce na stronach internetowych wykorzystuje się do tego takie narzędzia jak księgi gości, możliwość komentowania, czy też tak jak np. u mnie forum internetowe: <http://forum.ebiznes.org.pl/>

Społeczność dla kontaktów - Grupy interesu

Kolejnym motywatorem dla którego ludzie przystępują do społeczności internetowych są kontakty z innymi ludźmi. Można nawet spotkać miejsca gdzie jest to głównym celem, choćby np. serwisy randkowe. Na podobnej zasadzie działają również serwisy skupiające grupy ekspertów z różnych dziedzin.

Obecnie najpopularniejszym narzędziem budowania społeczności wokoło kontaktów jest forum internetowe, listy dyskusyjne zapewne ze względu na prostotę implikacji.

najpopularniejszy darmowy skrypt forum internetowego
<http://www.phpbb.com/>

W przypadku budowania społeczności dla kontaktów trzeba pamiętać o kilku rzeczach. Taką społeczność trzeba od kogoś zacząć, nikt nie będzie szukał kontaktów tam gdzie nikogo nie ma! Stąd na samym początku działania serwisu opartego na kontaktach dobrze jest specjalnie w tym celu zaprosić kilka osób, choćby na samym początku znajomych, współpracowników, rodzinę (a nawet siebie – zawsze można stworzyć sztuczną dyskusję między sobą występującym w różnych rolach).

Kolejnym narzędziem budowania społeczności internetowej dla kontaktów jest organizowanie tzw. "spotkań w realu", zjazdów, konferencji czy też choćby nawet wypadów na piwo. Praktykowane są zarówno bardzo formalne spotkania jak i zupełnie na luzie, wszystko zależy od społeczności.

Społeczność dla kontaktów najczęściej tworzy się wokół jednego wybranego tematu, najpopularniejsze tematy to oczywiście zdrowie, edukacja, muzyka, praca-pieniądz i kontakty towarzyskie. Jednakże równie wartościową społeczność, a wręcz czasem bardziej cenioną marketingowo można stworzyć wokół bardziej niszowych tematów. Innymi słowy im mniej podobnych społeczności tym bardziej członkowie będą zaangażowani w jej tworzenie, nawet kosztem mniejszej ich ilości.

Bariery wyjścia – niezapominajki

Przyjąłem założenie, że za rezygnację z członkostwa w danej społeczności internetowej traktujemy zaprzestanie odwiedzania danego serwisu. Dlatego też stosujemy niezapominajki, czyli czynności i narzędzia które nie pozwolą zrezygnować z danej społeczności, które będą wzbudzały zaangażowanie i zainteresowanie serwisem na nowo. Innymi słowy narzędzia będące barierą wyjścia z danej społeczności.

Najprostszym takim narzędziem jest e-mail. Przypominamy się tam gdzie najczęściej użytkownik zagląda, poprzez newsletter czy też e-zin. Wysyłając przypomnienia o istnieniu naszego serwisu. Na szczególną uwagę zasługuje tu modny ostatnio wielokrotny autoresponder, który pozwala zautomatyzować prawie całkowicie wysyłanie e-maili do użytkowników.

pierwszy polski wielokrotny autoresponder

<http://ebiznes.org.pl/freebot/>

Spełniającymi podobną funkcję do newslettera narzędziami mogą być komunikaty wysyłane na komunikator internetowy, jak i też informacje w opisie

komunikatora. Czy też kanał RSS serwisu, który informuje o nowościach na danej stronie www.

przykładowy kanał RSS

<http://ebiznes.org.pl/ebiznes.xml>

Kolejną niezapominajką o społeczności, może być konieczność wykonywania raz na jakiś czas jakiejś czynności. Na przykład udział w konkursie wymagający logowania się co jakiś czas. Podobną zasadę zastosowano w wirtualnym państwie <http://sarmacja.org/>, gdzie raz na jakiś czas trzeba się wyżywić (polega to na zalogowaniu się i wykonaniu kilku czynności).

Inną barierą wyjścia z danej społeczności, może być utrata już zbudowanego dorobku. Bariera ta jest ściśle związana z regułą zaangażowania, nie chcemy stracić tego na co poświęciliśmy już dużo czasu, dlatego też nie rezygnujemy z członkostwa z danej społeczności. Doskonałym przykładem może tu być serwis <http://grono.net/>, który bazuje na budowaniu własnej listy znajomości, bazy własnych kontaktów. Zastosowano w nim zarówno barierę wejścia, aby się dostać trzeba otrzymać zaproszenie jak i też silnie zaakcentowaną barierę wyjścia. Wraz z rezygnacją tracimy wszystkie "znajomości" (kontakty), jak i też informacje o urodzinach znajomych (przypominajki) rozsyłane na email.

Jeśli chcesz dołączyć do <http://grono.net/> wyślij do mnie email admin@ebiznes.org.pl wpisując w temacie grono, a w treści swój email, imię i nazwisko.

Zaprojektuj własną społeczność

Pamiętaj nie ma konkretnego przepisu, do każdego przypadku trzeba podejść z osobna. Nie polecam również zapoznawania użytkownika ze wszystkimi aspektami bycia członkiem społeczności jednocześnie. Warto wprowadzać i przedstawiać zmiany krok po kroku i badać ich skuteczność osobno dla danego przykładu.

Przykład:

Przykład do wykorzystania: <u>Serwis o oszczędnościach jakie mogą poczynić małe firmy dla małych firm</u> <u>mala-firma.pl</u>	
Bariery wejścia	Ograniczamy dostęp tylko dla właścicieli małych przedsiębiorstw (do 10 pracowników), dodatkowo jednorazowa opłata aktywacyjna (opłata będzie dla nas warunkiem weryfikacji, a dla firmy będzie kosztem, gdzie przy okazji pokażemy jak się z niego rozliczyć).
Wojny czas, może połączyć nas	Wrogiem społeczności jest ZUS, US i inne instytucje państwowe, które stoją na drodze przedsiębiorcy i na których można zaoszczędzić.
Cel – rywalizacja – ideał	W wortalu będzie możliwość zadawania pytań jak i też możliwość odpowiadania na nie. Każdorazowo osoba która zadała pytanie będzie oceniała odpowiedzi na nie, które udzielili inni użytkownicy. Dzięki temu stworzymy ranking ekspertów (na podstawie ilości przyznanych punktów), którzy odpowiadają na pytania. Ludzi najwyżej w rankingu planujemy od czasu do czasu nagradzać.
Społeczność zapożyczona	Kampania reklamowa rozdawanie ulotek przedsiębiorcom w wymienionych urzędach państwowych, gdzie idą załatwiać swoje sprawy.
Przejęcie już prawie istniejącej społeczności	Planujemy regularne uczestnictwo w dyskusjach internetowych na temat prowadzenia biznesu, podatków, gdzie będziemy podszywać się za anonimowego przedsiębiorcę któremu pomógł nasz serwis, przykładowa treść wypowiedzi: „odpowiedź na to pytanie znalazłem w serwisie tym a tym”, „zadałem to samo pytanie w tym serwisie jako odpowiedź otrzymałem”, „byłem kiedyś na szkoleniu organizowanym przez (tu nazwa) tam mówili że”.
Znaki szczególne	Zorganizujemy konkurs na najlepszy pomysł na e-biznes, gdzie kandydować będą strony zgłoszone przez użytkowników wortalu. Każda ze zgłoszonych stron będzie musiała wkleić znaczek (button) na swoją stronę, po którego naciśnięciu

	<p>przeniesie użytkownika na naszą stronę.</p> <p>Dodatkowo planujemy wykreować nową tradycję urodzinową, co roku od rejestracji w serwisie wysyłamy użytkownikowi prezenty - gadżety z naszym logiem – wartością dodaną identyfikującą użytkownika z naszym serwisem (kubki na kawę, długopisy itd.), którymi to gadżetami będzie się mógł identyfikować.</p>
Radosna Twórczość - zaangażowanie	<p>Każdemu użytkownikowi damy możliwość komentowania artykułów, uczestnictwa w forum, zadawania i odpowiadania na pytania (możliwość zadawania pytań, rozpoczynania wątków będzie odpłatna, samo uczestnictwo w już otwartej dyskusji bezpłatne). Dodatkowo darmową opcją wortalu będzie stworzenie darmowej e-wizytówki własnej firmy w postaci małej strony internetowej w subdomenie naszej firmy: nazwa-firmy.mala-firma.pl</p> <p>Dodatkowo by wzbudzać zaangażowanie planujemy w ramach uczestnictwa raz w miesiącu przeprowadzać jedną lekcję z zakresu podatków, księgowości lub e-biznesu w systemie e-learning. Użytkownik co miesiąc otrzymuje dostęp do kolejnej lekcji, trudniej wtedy zrezygnować z uczestnictwa gdy już się ma za sobą kilka lekcji.</p>
Spółeczność dla kontaktów - Grupy interesu	<p>Na sam początek działalności wybierzemy się indywidualnie do kilku firm oferując darmowy dostęp do serwisu w zamian za udział w początkowych dyskusjach. Celem tego będzie kreacja aktywnego serwisu.</p> <p>Raz na tydzień będziemy organizować CZAT, zapraszając do dyskusji jakąś interesującą osobę np. przedstawiciela Urzędu skarbowego.</p> <p>Raz do roku będziemy organizować zjazd-konferencje, dla członków naszej społeczności.</p>
Bariery wyjścia – niezapominajki	<p>Cotygodniowy newsletter z nowinkami prawnymi dotyczącymi prowadzenia firmy.</p>

Arkusz do wypełnienia:

Adres i krótka charakterystyka twojej strony	
Bariery wejścia	
Wojny czas, może połączyć nas	
Cel – rywalizacja – ideał	
Spółeczność zapożyczona	
Przejęcie już prawie istniejącej	

społeczności	
Znaki szczególne	
Radosna Twórczość - zaangażowanie	
Społeczność dla kontaktów - Grupy interesu	
Bariery wyjścia – niezapominajki	

Powodzenia w działaniach !

***Zapraszam na newsletter na mojej stronie, na który
rozsyłam bezpłatny kurs Ebiznes Krok Po Kroku.***

[Ebiznes.org.pl](http://ebiznes.org.pl)

Pozdrawiam, Tomek Urban - precelik

<http://precelik.witryna.org>