



МАРКЕТИНГОВАЯ ГРУППА "ТЕКАРТ"

Илья Никулин,
директор по развитию

Новые услуги

WWW.TECHART.RU

Консалтинг и

стратегическое

планирование интернет-маркетинга



Содержание

0. Вступление.
1. Консалтинговые услуги. Предметные области.
2. Маркетинг. Маркетинговый план.
3. Интернет-маркетинг.
4. Форматы консалтинговых услуг (1-16).
5. Стратегическое планирование интернет-маркетинга.

Консалтинговые услуги

Бизнес-консалтинг – профессиональные услуги для корпоративных клиентов, направленные на оптимизацию и повышение эффективности бизнеса.

УПРАВЛЕНИЕ ИТ ФИНАНСЫ И НАЛОГИ ИНВЕСТИЦИИ КАДРЫ ЮРИСПРУДЕНЦИЯ ...
экология охрана труда экономическая безопасность маркетинг ...
... интернет-маркетинг ...

Исследования и аналитика

Гипотезы и прогнозирование

Планирование и консультирование

Участие в управлении и реализации



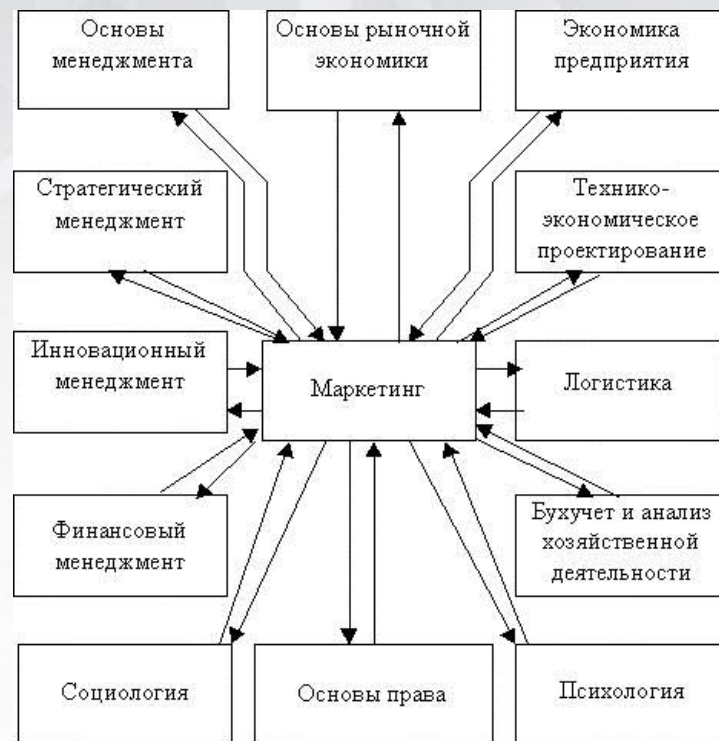
Маркетинг

Маркетинг - система управления предприятием, предполагающая тщательный учёт процессов, происходящих на рынке, для принятия хозяйственных решений.

Основные функции маркетинга:

изучение спроса, вопросов ценообразования, рекламы и стимулирования сбыта, планирование товарного ассортимента, сбыта и торговых операций, деятельность, связанная с хранением, транспортировкой товаров, управлением торгово-коммерческим персоналом, организацией обслуживания потребителей.

Маркетинговый план — часть общего бизнес-плана, документ, формализующий цели и задачи маркетинга, а также и все активности, направленные на их достижение, сроки, бюджет и ответственных исполнителей



Интернет-маркетинг

Интернет-маркетинг - часть общего процесса маркетинга, система мероприятий (marketing mix), направленная на анализ коммерческой среды и продвижение компании, ее бизнеса с использованием возможностей интернета, комплекс мероприятий по привлечению целевой аудитории на сайты компании и конвертации ее в клиентов и партнеров.

- проектирование и разработка веб-сайтов
- кабинетные исследования
- мониторинг конкурентов
- имиджевое продвижение и pr
- поисковый маркетинг
- интернет-реклама
- продвижение в сообществах
- email-рассылки
- вирусный маркетинг
- ...

4.1 Маркетинговый аудит сайта

Несколько тысяч страниц выпали из индекса!?

Трафик отличный, но количество звонков падает!?

Нас забанили! За что?

Позиции в поисковой выдаче сайта резко упали после последнего апдейта!

Мы - самые крутые на рынке, почему посещаемость сайтов конкурентов выше!?

Для продвижения мы сделали все, что знали. Что еще посоветуете!?

У нас на сайте все также, как у конкурентов, но нас нет в топе!?

Мы заказываем разработку новой версии сайта. Укажите ошибки существующей!

Посещаемость нашего сайта не растет так, как аудитория рунета!?

Сделали красивый сайт в известной студии, а к нам заходят 10 человек в день!

Мы попали под фильтр – что делать?

Постоянно меняем оптимизаторов, а результатов нет!

Нам кажется, что на сайт гонят «левый» трафик – как проверить?

...



4.2 Расширенный аудит сайта

- Насколько эффективно мы вообще используем интернет?
- Отвечает ли подача информации на наших сайтах запросам посетителей?
- Какой информации не хватает нашим потенциальным клиентам?
- Может нам вообще сайт переделать?
- Нам нужен один большой сайт или несколько маленьких?
- Проанализируйте наш бюджет на продвижение в интернете! Нам нужен оптимальный медиаплан с учетом всех возможных инструментов!
- Какие есть «фишки», которые мы можем использовать на сайте?
- Формируем бюджет на следующий год, что мы можем сделать для продвижения в интернете?
- Не совпадают мнения руководства, отдела маркетинга, отдела продаж, авторитетной дизайн-студии... на текущий сайт! Хорош ли он на самом деле?
- Как «выжать» еще больше заказов из текущей посещаемости?
- ...



4.3 Usability-анализ

Как можно увеличить конвертацию «посетитель->клиент»?

Почему у нас очень высокий показатель отказов?

Наш сайт уже очень большой и даже нам самим уже сложно в нем ориентироваться. Насколько сложно посетителю найти товар?

На какие показатели конвертации нужно ориентироваться?

Добавили функцию интернет-магазина, но клиенты продолжают звонить по телефону!



4.4 Проектирование интернет-представительства

У нас новый бизнес, и мы уверены, что интернет может дать хорошую отдачу - спроектируйте интернет-магазин!

Несколько лет сайт не обновлялся - требуется анализ нашей деятельности и ТЗ на переработку сайта!

Сейчас один сайт обслуживает несколько направлений деятельности нашего холдинга - нужен единый документ - план создания группы сайтов!

Несколько лет мы активно наполняем и развиваем сайт в режиме текучки - пора остановиться и продумать новую структуру сайта!

У нас есть команда разработчиков, которая недорого и хорошо сделает сайт, но им нужно детальное ТЗ!

Надо ли делать отдельный сайт для корпоративной информации?

Надо ли делать отдельные сайты для региональных представительств?

...

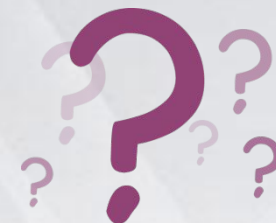


4.5 Проектирование маркетинговой БД

Шеф потребовал собирать всю информацию о нашей работе в интернете и регулярно отчитываться!

Сейчас мы храним информацию (затраты, посещаемость, позиции, заказы, РК, отраслевые порталы, пресс-релизы...) в xls-файлах, но это не подходит для быстрого формирования различных форм отчетов?

Нам не подходит учет маркетинговых показателей по сумме всех направлений, хотим анализировать эффективность интернет-маркетинга в разрезе 5 основных групп товаров!



4.6 Анализ конкурентов

Вчера только появились на рынке, а посещаемость сайта уже выше нашей!

Можете ли оценить бюджет "на интернет" наших конкурентов?

Мы думаем над переработкой сайта - нужен общий анализ сайтов наших ближайших конкурентов.

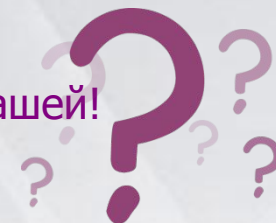
Руководитель отдела маркетинга требует ежемесячный отчет об активностях конкурентов!

У конкурента на сайте 1000 товарных позиций – что у него есть на складе, что продает в действительности?

Количество звонков сократилось – может мои цены хуже?

Думаем расширить ассортимент – можете ли проанализировать, что продают конкуренты?

...



4.7 Разработка плана интернет-маркетинга

После последнего апдейта seo-подрядчик просит повысить бюджет на ссылки, пора диверсифицировать интернет-маркетинг – чего можно достичь другими методами, нужен план мероприятий для продвижения!

Надоело каждый месяц с "чистого листа" обсуждать задачи и бюджет на продвижение!

Ежемесячно тратим приличные деньги на рекламу в интернете, но не представляем пути своего развития и целей, к которым идем!

Мы берем в штат интернет-маркетолога – для него необходимо разработать первоначальный план.

Руководство затребовало план работ, бюджет на несколько месяцев вперед и прогноз результатов по продвижению сайта.

Директор доволен продажами «через интернет», готов выделить дополнительный бюджет, но требуется план и обоснование.



4.8 Медиапланирование

Мы понимаем, какие скидки получает рекламное агентство при размещении нашей рекламы. Разработайте медиаплан, а дальше мы сами будем вести рекламу.

Нам нужен анализ возможных каналов для размещения рекламы, их эффективность и примерный план работы с ними на несколько месяцев - далее мы самостоятельно будем работать, основываясь на вашем документе!

Нам кажется, что наше рекламное агентство выдает не самый лучший результат, но отчеты выглядят красиво и убедительно - сколько будет стоить разработка (только) альтернативного медиаплана, чтобы мы могли разобраться в ситуации?

При работе с контекстной рекламой нам необходимо использовать несколько сотен объявлений. Сколько стоит выполнить первоначальную настройку РК, которую далее подхватит наш штатный маркетолог?

С некоторыми площадками мы можем работать по бартеру – надо оценить их реальные возможности.



4.9 Разработка eCRM

Нам необходимо учитывать все контакты, которые получаем «через интернет». Нужно ТЗ на создание системы для последующей работы с этими посетителями!

Мы серьезно задумались о повторных продажах. Дайте предложение по структуре хранения данных, отчетах, регламенту работы и механизмах последующих коммуникаций.

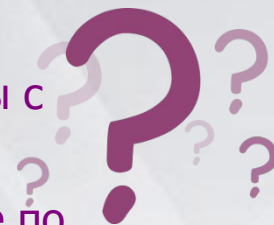
В нашей компании уже есть CRM-система, но в нее не попадают данные из интернета – не успеваем «руками» заносить. Нужна отдельная структура для работы с интернет-аудиторией и варианты интеграции с текущей системой.

Нам надо напоминать о себе, повышать лояльность клиентов – как это сделать?

Текучка менеджеров отдела продаж – хотим прозрачности их общения со своими клиентами, хотим не терять контакты.

Все наши «офф-лайновые» клиенты используют интернет, хотим упростить работу с ними, создав «личные кабинеты».

...



А ТАКЖЕ...

- 4.10 Анализ информационного поля в интернете.
- 4.11 Ассортиментный анализ.
- 4.12 Внешний аудит качества интернет-услуг.
- 4.13 Подбор подрядчиков, проведение тендеров.
- 4.14 Регламент использования корпоративной айдентики
- 4.15 Настройка отчетности Google.Analytics.
- 4.16 Бизнес-план интернет-магазина.

...



5. Планирование интернет-маркетинга

5.1 Понимание рынка, стратегии клиента, окружения.

5.2 Определение целей и стратегии продвижения в интернете. Система сбора данных. Форматы отчетности. Бюджет.

5.3 Определение инструментария. Приоритеты.

5.4 Оперативный контроль. Анализ результатов. Корректировка.

Самый простой план интернет-маркетинга

Показатель/месяц	01.09	02.2009	...	12.09	Итого:
Посещаемость	8 000	9 000		20 000	
- в т.ч. поисков.	4 000	4 500		12 000	
- в т.ч. реклам.	1 500	1 600		2 600	
Бюджет, Круб.	100	120		120	1 400
- в т.ч. - SEO	60	60		70	780
- контекст.	20	25		20	260
- Яндекс.маркет	10	10		12	150
Пресс-релизы, шт.	2	3		3	30
Статьи, шт.	2	2		2	24
Обращения, всего:	400	500		800	6500
Продажи	40	50		120	850



МАРКЕТИНГОВАЯ ГРУППА "ТЕКАРТ"

Илья Никулин,
директор по развитию

Спасибо за внимание!

WWW.TECHART.RU

Дополнительные вопросы можно
прислать -
nikulin@techart.ru

Маркетинговая группа «Текарт»
www.techart.ru



Маркетинговая группа "Текарт"