

ОСНОВЫ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА

СТРУКТУРА И ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ
БИЗНЕСА


ВВЕДЕНИЕ

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) — практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основная цель — получение максимального эффекта от потенциальной


Для эффективного продвижения бизнеса необходимо начать с понимания сущности самого бизнеса, его особенностей и составляющих. Именно они формируют основные критерии дальнейшего развития: будь то дизайн, рекламные площадки или специальные акции.



БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ

1. Определения стратегии
 2. Подготовка площадки (сайта)
 3. Генерации трафика и заявок
 4. Аналитики
 5. Работы с клиентами (Лояльность и стимуляция)
- 

СТРАТЕГИЯ СОСТОИТ ИЗ:

1. Изучения конкурентов
 2. Определения позиционирования товара и ниши:
 - анализа продукта и его цены
 - анализа целевой аудитории
 1. Определения основных источников трафика и взаимосвязей между ними:
 - понимание площадок
 - понимание инструментов
 - понимание триггеров принятия решений
- 

СТРАТЕГИЯ: ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Анализ продукта

В маркетинге продукт — это товар или услуга, которую можно предложить для рынка, и которая будет удовлетворять потребности потребителей. Продукты делятся на материальные и нематериальные (услуги).

Что за продукт? Для он чего? При каких условиях он необходим?

Понимание сущности и особенностей продукта позволяет понять круг лиц, которым он может быть интересен и ситуации, в которых продукт будет пользоваться спросом.

**ПРОДУКТ ФОРМИРУЕТ ЦЕЛЕВУЮ
АУДИТОРИЮ, ПЛОЩАДКИ И МЕТОДЫ**

Анализ целевой аудитории

Целевая аудитория (ЦА) - это группа людей, объединённых общими признаками, или объединённой ради какой-либо цели или задачи.

Кому могут быть интересны эти услуги? При каких условиях?

Что важно для этих людей?

Исходя из понимания особенностей продукта мы можем определить аудиторию, которой он будет интересен, выделить детали поведения или триггеры влияющие на принятие решения о покупке исключительно для этой аудитории.

СТРАТЕГИЯ: ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

Анализ площадок и инструментов продвижения

*Где ваша целевая аудитория будет искать ваш товар?
Есть ли смежные или сопутствующие категории товаров и услуг?*

На данном этапе нам необходимо понимать, какие направления продвижения нашего товара будут приоритетными. Где обитает наша ЦА, когда максимально заинтересована в совершении нужных нам действий, сколько времени ей необходимо на принятие решений.

СИСТЕМА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Перед нами стоит задача привлечения клиента на сайт (либо другую площадку), где мы реализуем продажу наших товаров или услуг, и преобразование в лид.

Лид (lead, целевой лид) — потенциальный клиент, тем или иным образом прореагировавший на маркетинговую коммуникацию.

Реакцией может быть просмотр определенной страницы, переход по нужной нам ссылке или же заполнение формы на сайте. В зависимости от цели, которую мы преследуем.



СИСТЕМА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Юзабилити - удобство использования, (англ. usability — дословно «возможность использования», «полезность»)

Сайт должен отвечать на все вопросы ЦА, на него попавшей. Пользователь должен оперативно находить контакты, формы обратной связи, формы заказа и т.д. Все необходимые элементы взаимодействия, предусмотренные стратегией. Чем проще для пользователя совершение необходимого нам действия, тем лучше.

Кнопкой СТА (Call To Action) называется графический элемент целевой страницы, призывающий к определенному действию.

**ИМЕННО СТА КНОПКИ ГЕНЕРИРУЮТ
ЛИДЫ**

ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ

Сбор лидов на сайте может осуществляться через разные точки входа. Их можно разбить:

1. По целям сбора контактной информации через формы:
 - Заказ (расчеты стоимости, бронь, корзины и т.д.)
 - Вопрос (бесплатная консультация и т.д.)
 - Подписка (емайл, соц. сети и т.д.)
 - Комментирование

ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ

2. По точкам ввода информации:

- Формы сайта (заказ, подписка и т.д.)
- CallBack (поп-ап форма обратного звонка, при попытке уйти, пересечении конкретного блока, истечении времени и т.д.)
- Онлайн чат (интеграция с icq и т.д.)

Иногда формы с разными заголовками, но одинаковыми полями могут оказывать на клиента разное психологическое воздействие.


ЛИДОМ МОЖЕТ БЫТЬ ЛЮБОЙ
ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ, ВСТУПИВШИЙ С
ВАМИ В КОММУНИКАЦИЮ

АНАЛИТИКА

Аналитика является неотъемлемой частью эффективного продвижения, т.к. позволяет понять, какие из инструментов работают эффективно, а какие нуждаются в доработке.

Аналитику имеет смысл изучать в разрезе каждого источника трафика.

Для этого чаще всего используются следующие инструменты:

1. Воронка продаж
 2. А-Б тесты (Сплит - тесты)
 3. Метки UTM
 4. Целевой звонок (Подмена номера)
 5. Вебвизор
- 

СОБИРАЕМ СТАТИСТИКУ ДЛЯ

АНАЛИТИКИ

- Яндекс Метрика и Гугл Аналитика (источники, цели и utm)
- Сторонние общие сервисы (Roistat, сервисы для соц. сетей)
- CMS сайта, интеграция с CRM
- Собственные данные сторонних плагинов

Базово рассчитываем :

- Количество
- Затраты
- ROI (return of investment) коэфф. доходности с учетом вложений
- Стоимость каждого типа лида по каждому источнику

ПРИМЕР СТАТИСТИКИ



Из них **2** ое совершили покупку

Затраты в рамках кампании: 2000 руб.

Прибыль с продажи: 1500 руб.

Посетителей: 100 человек

Конверсия в покупку: $2/100 = 2\%$


Стоимость лида: $2000/2 = 1000$ руб.

Прибыль: $2 * 1500 = 3000$ руб.

ROI = (3000 - 2000)/2000 = 50%

коэффициент возврата инвестиций

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ И ИНСТРУМЕНТЫ

- Поисковые системы, органическая выдача
 - Контекстная реклама в поисковых системах
 - Таргетинг по аудиториям (РСЯ и КМС)
 - Ретаргетинг
 - Таргетинг в соц. сетях (тизеры и сообщества)
 - Медийная (баннерная) реклама
 - Рекламные email рассылки
 - Подписки на новости, создание полезного контента
 - Размещение на тематических площадках
 - Сарафанное радио
 - и многие другие источники трафика
- 



ПОИСКОВЫЕ СЕТИ: ОРГАНИЧЕСКАЯ ВЫДАЧА

Яндекс



игрушки из дерева



Поиск Картинки Видео Карты Маркет Новости Переводчик Музыка Е



 **Деревянные игрушки** 100% качество / wildberries.ru
Игрушки для малышей **Игрушки для девочек** **Игрушки для мальчиков** SALE
[wildberries.ru/Деревянные-игрушки](#)  реклама
Качественные деревянные **игрушки**. Бесплатная доставка по всей России!
Более 12 лет на рынке · Новые коллекции 2018 · 1000 пунктов самовывоза
★★★★★ Магазин на Маркете

контекстная реклама

 **Игрушки из дерева** | Каталог - Санкт-Петербург
[votonia.ru](#) > [catalog/igrushki-iz-dereva/](#) 
Чтобы выбрать развивающие **игрушки из дерева**, которые понравятся малышу, исходите из его возраста и увлечений. [Читать ещё >](#)




органическая выдача 1

 **Деревянные игрушки из дерева** магазин...
[igrushka-spb.ru](#) > [category/derevyannye-igrushki/](#) 
творчество из дерева. VIGA дерево. Adex деревянные игрушки. ...
Игрушки из мультфильмов. Зонтики. Корзина для игрушек. [Читать ещё >](#)



органическая выдача 2

ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО SEO ВАЖНО:

1. семантическое ядро (распределение по страницам, иерархия)
 2. внутренняя оптимизация (заголовки, метатеги)
 3. релевантность страниц (соответствие ожиданиям пользователя)
 4. уникальность контента
 5. регулярная обновляемость контента
 6. трастовость самого ресурса и ресурсов с внешними ссылками
 7. юзабилити сайта
 8. отсутствие ошибок (500, 404)
 9. низкий процент редиректов (перенаправлений с одной страницы на другую)
- 

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Реклама в поисковой выдаче, реализуемую через Яндекс Директ и Google Adwords. Данные объявления будут показываться не только в этих поисковых системах, но и в поисковых системах партнерах.

Основными характеристиками объявления в поисковой системе являются:

- CTR - (синоним — кликабельность, от англ. click-through rate)
- CPC - (от англ. cost per click — цена за клик)
- Количество показов
- Количество переходов
- Ключевое слово

Контекстная реклама

Яндекс

деревянные игрушки



Поиск Картинки Видео Карты Маркет Новости Переводчик Музыка

Деревянные игрушки 100% качество / wildberries.ru
Игрушки для малышей **Игрушки для девочек** **Игрушки для мальчиков** SALE
wildberries.ru/Деревянные-игрушки **реклама**
Качественные **деревянные игрушки**. Бесплатная доставка по всей России!
Более 12 лет на рынке · Новые коллекции 2018 · 1000 пунктов самовывоза
★★★★★ Магазин на Маркете

Развивающие игрушки. Деревянные игрушки. :: :: Главная ...
<https://wood-toys.ru/>

Компания предлагает большой выбор деревянных и развивающих игрушек, конструкторы и кубики, пазлы, подарочные игрушки. Мы предлагаем ...

Игрушки для любимых непосед | огромный выбор

Реклама www.my-shop.ru/

От бюджетных до брендовых, на любой вкус и кошелек в интернет-магазине

Удобства: Быстрая доставка, Удобная оплата, Система скидок, Постоянные распродажи

Доставка · Скидки · Акции магазина · Оплата

Купить деревянные игрушки в интернет магазине Детский Мир

Реклама www.detmir.ru/

Товары для детей в Детском мире! Большой выбор. Распродажи. Акции.

Удобный каталог · Бонусная программа · Оптимальные цены · Пункты выдачи по всей РФ

Типы: Игры и игрушки, Товары для малышей, Одежда и обувь, Питание

Игры и игрушки · Конструкторы LEGO City · Lego Star Wars · Игрушки для развития · Творчество

Пеналы · от 39,90 Р · Яркие и вместительные · Ещё

Вместе с деревянными игрушками часто ищут

Показы объявлений осуществляются по ключевым словам, при создании объявления рекламодатель указывает ставку СРС. Показ осуществляется на базе аукциона $CTR * CPC$ между всеми рекламодателями по данному ключевому слову.

Объявления могут размещаться сразу под строкой поиска, справа от выдачи и внизу.

РСЯ И КМС

Джинсовые платья от Witt
Хочешь обновку? Только сейчас бесплатная доставка и -10% на все товары. Не пропусти!
witt.ru

Деревянные Кубики и Дуги от 400 руб
Качественные, экологически чистые развивающие игрушки из дерева и не только!
sneginiki.ru

Купить мультипекарь
Универсальная минипекарня REDMOND М614 за 1490 руб. До 40 приборов в одном.
multivarka.pro

"Chariots Speed Pipes" - Хит игрушек!
Миллионы детей в восторге от этих гонок! Хит 2018 года! Скидка -53%. Успейте купить!
ontrend-shop.ru

Другой формат платной рекламы в Яндекс и Google.

Данные сети позволяют выбрать пользователей и площадки по определенным тематикам или интересам. И показывать ваше объявления только тем, кто максимально в нем заинтересован.

Используется отдельно и для ретаргетинга.

SMM - СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

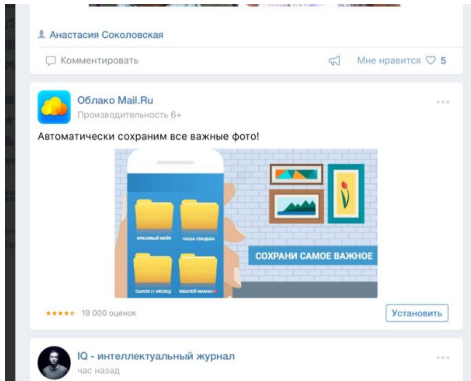
Современные социальные сети позволяют получить много личной информации, которая способствует эффективным продажам.

Например, мы можем настроить таргетированную рекламу по пользователям определенного пола, возраста, с конкретными интересами, или состоящим в определенных сообществах, периодически бывающих или живущих в нужной нам геолокации.

Рекламу мы можем разместить сбоку на ПК версии или в новостной ленте, между постов от друзей.



SMM - СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



- Реклама в социальных сетях может быть:
1. Тизерная (картинка с текстом сбоку)
 2. В конкретном сообществе (пост делается через администрацию группы)
 3. В новостной ленте у пользователей, с определенными характеристиками

SMM - СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Группы в соц. сетях также размещают полезный тематический и около тематический контент.

Важно размещать рекламные посты не чаще 4-5 информационных. Для подписчиков рекомендуется делать особые привилегии на заказ (мотивирует вступать в группу). Не стоит делать меню, ведущее на страницы сайта. Место под меню лучше выделить для навигации по группе или же для информации об акциях и УТП. Главное - взаимодействие с подписчиками - ответы на вопросы, самостоятельное проведение опросов и т.д.

ГРУППА ДОЛЖНА БЫТЬ ПОЛЕЗНОЙ

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ

Поисковые системы (органический трафик):

- долго, требует больших сил и постоянной работы, может быть дорого на начальных этапах
- + бесплатный, "вечный" трафик, лояльность посетителей

Реклама в поисковых системах:

- может быть дорого и непредсказуемо, стоит делать отдельные страницы "посадки"
- + эффект здесь и сейчас, быстрые продажи

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ

Реклама в соц. сетях:

- платная, краткосрочная
- + гибкие настройки аудиторий

Ведение социальных сетей:

- трудозатратно, постоянная поддержка
- + бесплатная лояльная аудитория



ПРИМЕРЫ



"Лесные звери"

600 руб.

Добавлено 25 сен 2017

151 просмотр



Написать...

★★★★★ 1 отзыв К сравнению В избранном

Тип Деревянный конструктор
Пол Унисекс, Унисекс
Возраст ребенка От 3 лет
Материал Дерево
Тематика Животные и птицы
Перейти к описанию

Все товары Томир

196 ₺

✓ Курьер доставит

Добавить

1 балл обладат

Продукт и его особенности:

Ручная работа

2д формат

для развития моторики и

узнавания животных

правдивость материала

красиво, хорош в подарок

нерегулярная покупка

СПЕЦИФИКА

Больно при ударе, больно наступать, обгрызается -
микробы

Экологический - эко, модно

ЦА: Среднестатистическая мама вероятно предпочтет
пластиковый, деревянному, тк проще в мытье и
безопаснее.

Современные мамы обратят внимание на эко
конструктор, т.к. он милый, красивый и экологичный.
Т.е. Современные мамы (йога. вегетарианство, фитнес
и т.д.)

СОСТАВЛЯЕМ ПОРТРЕТ



Мария, 26 лет, увлекается велоспортом, считает, что пластик убивает планету, активно пишет в соц. сетях, постит фото ребенка в инстаграмме. Пытается перевести мужа на вегетарианскую пищу.



Катерина, 30 лет, предпочитает классические методы воспитания ребенка, считает, что смартфоны плохо влияют на детскую психику.

ПЛОЩАДКИ

Проигрываем по цене, по сравнению с фабричными. В прямом сравнении предпочтут их.

Отмечаем поисковые сети и контекстную рекламу.

Экологичность и визуальный контент - надо тестировать виды медийной рекламы РСЯ и КМС. Категория интересов: дети, конструктор, экология. Или реклама на площадках про деревянные конструкторы с акцентом на ручной труд.

Красочность и тренд - соц. сети. Реклама по конкурентам, группам активных мам и т.д.



АЛЬТЕРНАТИВЫ

Аналогичные товары, но с другой ЦА:

- брелки на сумки и ключи
- украшения (серьги, кулоны)
- елочные игрушки
- прищепки для записей
- магнитики
- значки
- и т.д.

Другая ЦА и особенности при тех же технологиях!

Регулярные продажи. (Праздники, дни рождения...)

ВОПРОСЫ

1. Что сейчас еще актуально кроме интернета?
2. С чего лучше начать, а какие инструменты требуют уже некоторого опыта?
3. Что возможно освоить самому в короткий срок и с минимальными издержками?

ЕЩЕ ВОПРОСЫ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!