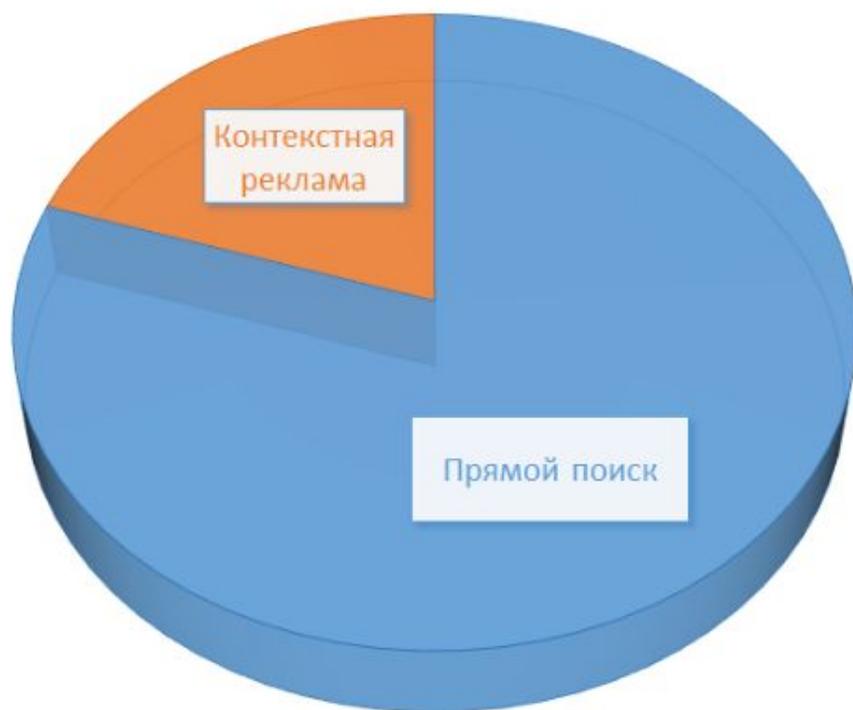


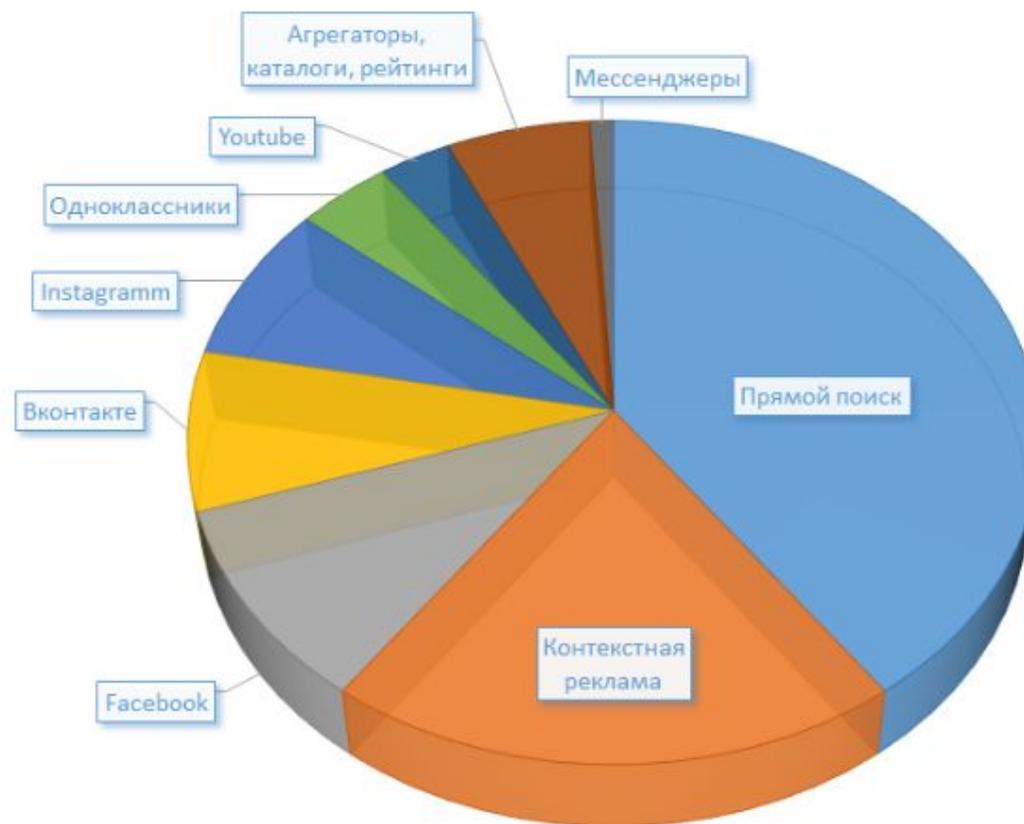
Каналы трафика клиентов и рекламы

В последние несколько лет количество возможных каналов коммуникаций с аудиторией сильно увеличилось, соответственно и целевая аудитория распределена по ним.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРАФИКА 3-5 ЛЕТ НАЗАД



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРАФИКА В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ



В результате рассмотренных процессов, появляются такие понятия, как мультиканальность и омниканальность.

□ Как использовать?

Смысл понятия «омниканальность» заключается в том, что рекламные каналы гораздо эффективнее использовать не по отдельности, независимо, а в синергии — то есть один рекламный канал усиливает эффект другого. Например, это можно использовать для формирования нового спроса и лояльности потенциальных клиентов — в социальных сетях, или через e-mail маркетинг потенциальным клиентам доносить полезную не продающую информацию о продукте или услуге, чтобы в дальнейшем формировать новый спрос или увеличить конверсию по взаимодействию с прямой продающей рекламой.

Основные каналы привлечения трафика на сайт

Сформированный спрос — люди, которые готовы прямо сейчас купить Ваш товар или услугу. Несформированный — это потенциально заинтересованные люди, которые не находятся в процессе поиска или выбора в данный момент времени. Вторичный спрос — это люди, которые уже были на Вашем сайте

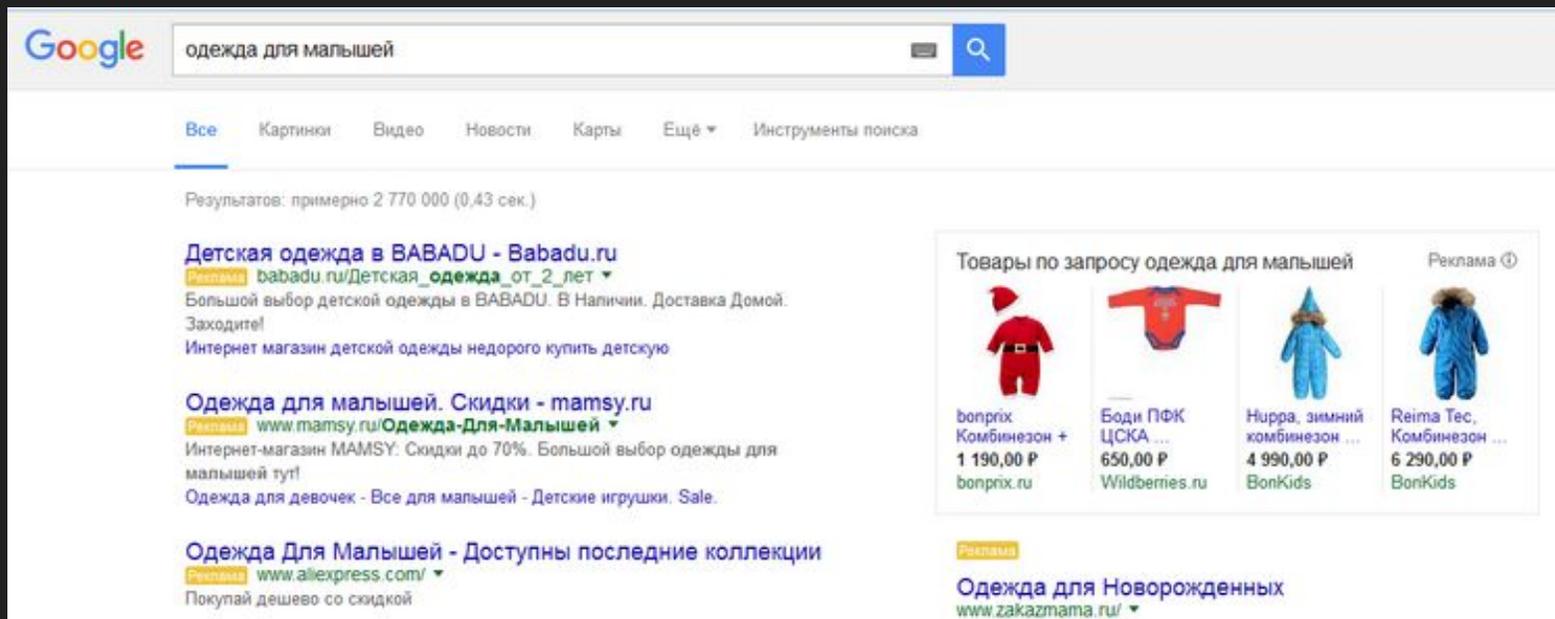


Поисковое продвижение (SEO)

- В настоящее время, понятие поискового продвижения сайта является комплексным — в него входит много различных направлений: техническая оптимизация, юзабилити, работа с контентом, внешними источниками, социальными факторами, репутацией компании в сети и так далее. Общая цель работ по данным направлениям — рост позиций в поисковой выдаче, увеличение видимости сайта.
- В целом можно сказать, что необходимо развивать сайт по всем направлениям, делать его качественным и полезным для посетителей, контент наиболее разнообразным, а трафик дифференцировать по различным каналам — в таком случае поисковая система будет ставить его на высокие позиции.
- Как правило, в долгосрочной перспективе SEO является наиболее рентабельным и устойчивым каналом привлечения, но имеет особенности — относительно длительный срок развития и сложность прогнозирования.

Контекстная реклама

- Яндекс Директ и Google Adwords. Много трафика, высокая конкуренция, часто клики слишком дорогие. Совет, как в SEO, расширять количество запросов.



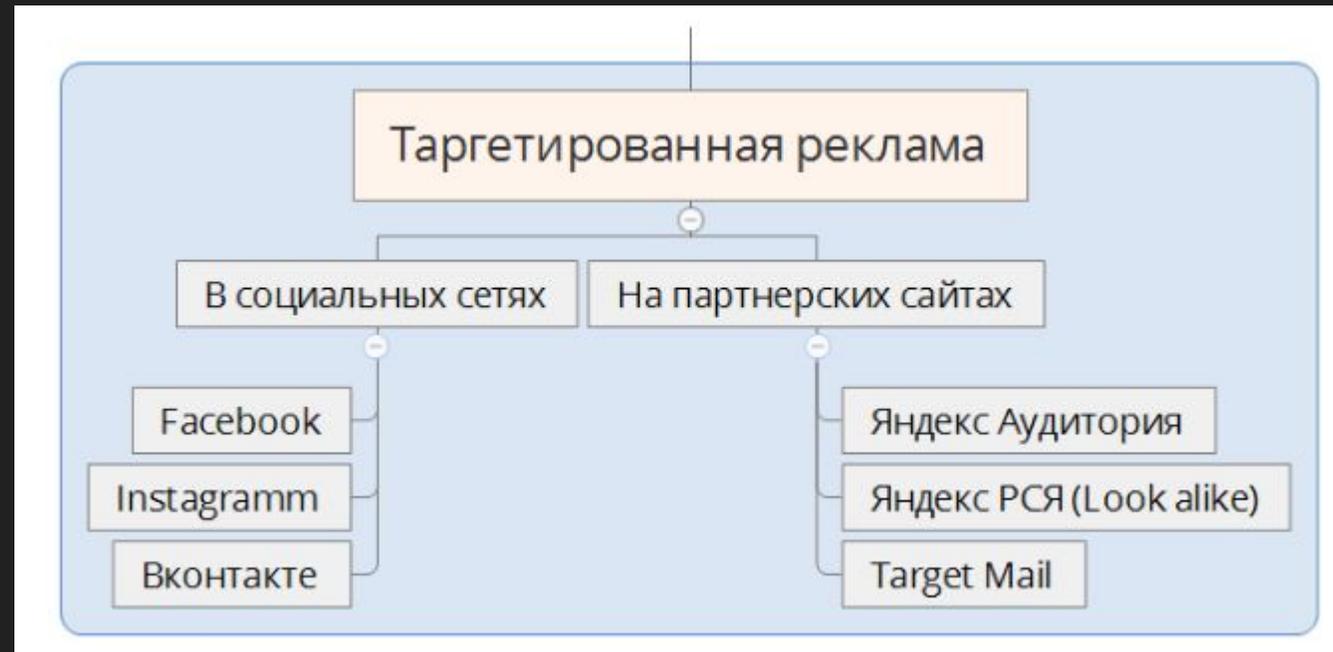
Данный вид рекламы способствует наиболее быстрому привлечению целевого трафика, так как рекламу видят посетители с прямым спросом в данный момент времени, а также разработать и запустить рекламные кампании можно достаточно быстро. Есть возможность использовать периодически — по мере необходимости.

Привлечение клиентов с помощью интересного и полезного им контента:

- Блог компании со статьями на профессиональные темы
- Канал на YouTube с обучающими видео
- Публикации и комментарии к статьям в тематических СМИ
- Статьи в онлайн-СМИ и коллективных блогах
- Аудиоподкасты на профессиональные темы
- Подготовка аналитики, отчетов на основе исследований
- Тесты (gistroll.com)
- Распространение электронных книг, руководств

Таргетированная реклама

- Таргетированная реклама — это такой формат, когда мы задаем определенные характеристики аудитории, которые позволяет нам конкретная рекламная система, и показываем объявления выбранному сегменту аудитории.
- Все рекламные системы собирают данные о своих пользователях, на основе этих данных появляется возможность выделить сегменты аудитории и показывать рекламные сообщения только им.



Ретаргетинг

- Ретаргетинг — это инструмент позволяет показывать рекламные сообщения посетителям, которые уже были у нас на сайте и выполнили определенное действие или обладают интересующими нас характеристиками.
- Как это работает?
- Мы можем рассмотреть всю аудиторию, которая была у нас на сайте и выделить сегменты с определенными свойствами, например — пол, возраст, демография, интересы, устройство входа, время посещения сайта и т.п., а так же мы можем задать различные цели — действия, которые посетители нашего сайта выполнили или наоборот не выполнили. Выделив подходящие сегменты, мы можем настроить рекламные кампании так, чтобы объявления показывались именно этим людям. Показывать объявления можно на различных площадках, но если сгруппировать в целом — есть реклама на сайтах и в социальных сетях



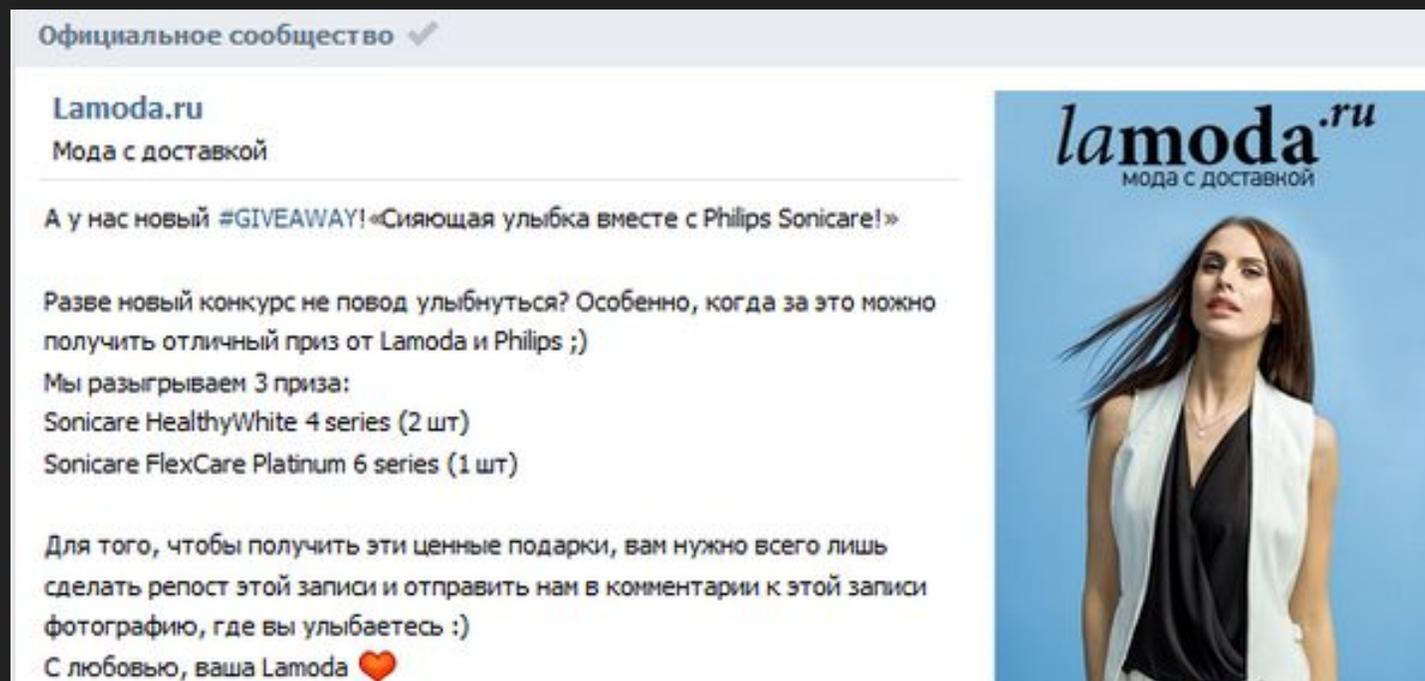
Реклама в группах соц.сетей

- Прямая реклама в тематических группах. Повышает узнаваемость интернет-магазина.

The screenshot shows a social media group interface. At the top, it displays '31420 записей' and 'предложить новость'. The main post is from 'Секреты красоты' and contains an advertisement for 'Bella-Интернет-магазин модной женской од...'. The ad text includes: 'Как встретишь Новый Год ✨🌲, так его и проведешь! 😊', 'Поэтому каждая девушка старается в новогоднюю ночь быть самой красивой 🌟, самой привлекательной и очаровательной! 🌹👍', 'Выбирай себе самое красивое платье! 🌹', 'Свыше 2500 моделей одежды.', 'Новинки КАЖДУЮ НЕДЕЛЮ! 📩 http://vk.com/albums-53762281', 'Доставка курьером и почтой по РФ 🚚', 'Постоянные СКИДКИ, АКЦИИ, ПОДАРКИ! 🎁', and 'По всем вопросам пишите менеджеру vk.com/id286066265'. On the right side, there is a 'Подписчики' section with 2 591 320 подписчиков and a 'Ссылки' section with 7 страниц, listing 'Fashion - мода и стиль' and 'Интерьер и Декор'.

Свои аккаунты в соц.сетях

- Сначала привлекаем в группу, а потом уже переход на сайт. Группа не обязательно о интернет-магазине, а о близкой проблеме.

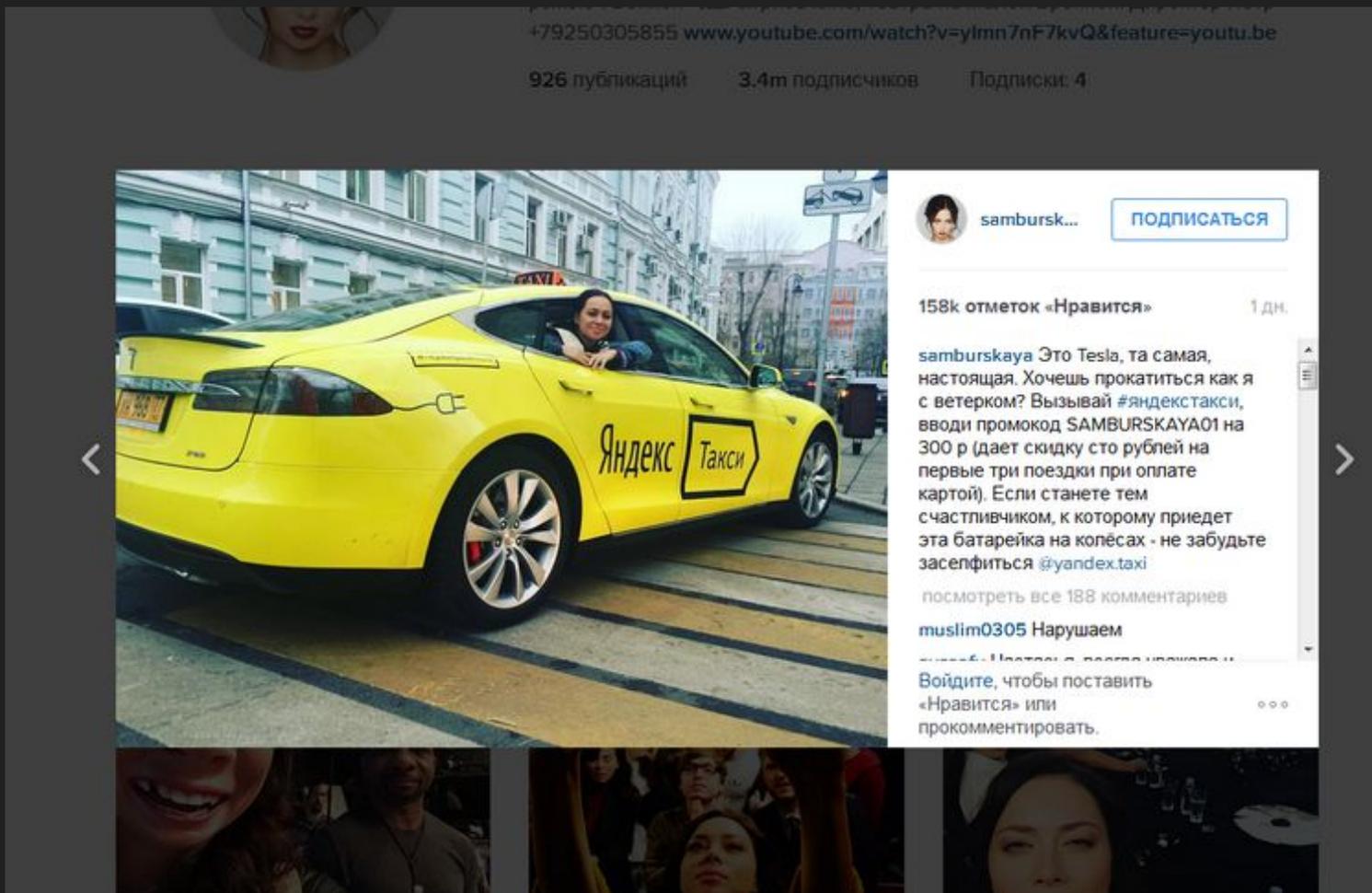


Реклама в блогах

- Реклама у топовых блогеров – Варламов, Артемий Лебедев, Сергей Доля и др. Дорого, но с широким охватом. Повышение узнаваемости, продажи – вторичны. Сработает на покупку при интересной акции. В первую очередь для интернет-магазинов, чьи товары не ищут через поиск (новый или малоизвестный товар на рынке).
- Другой вариант – искать нишевых блогеров, если такие существуют.

Рекламный пост у лидера мнений в соц.сетях

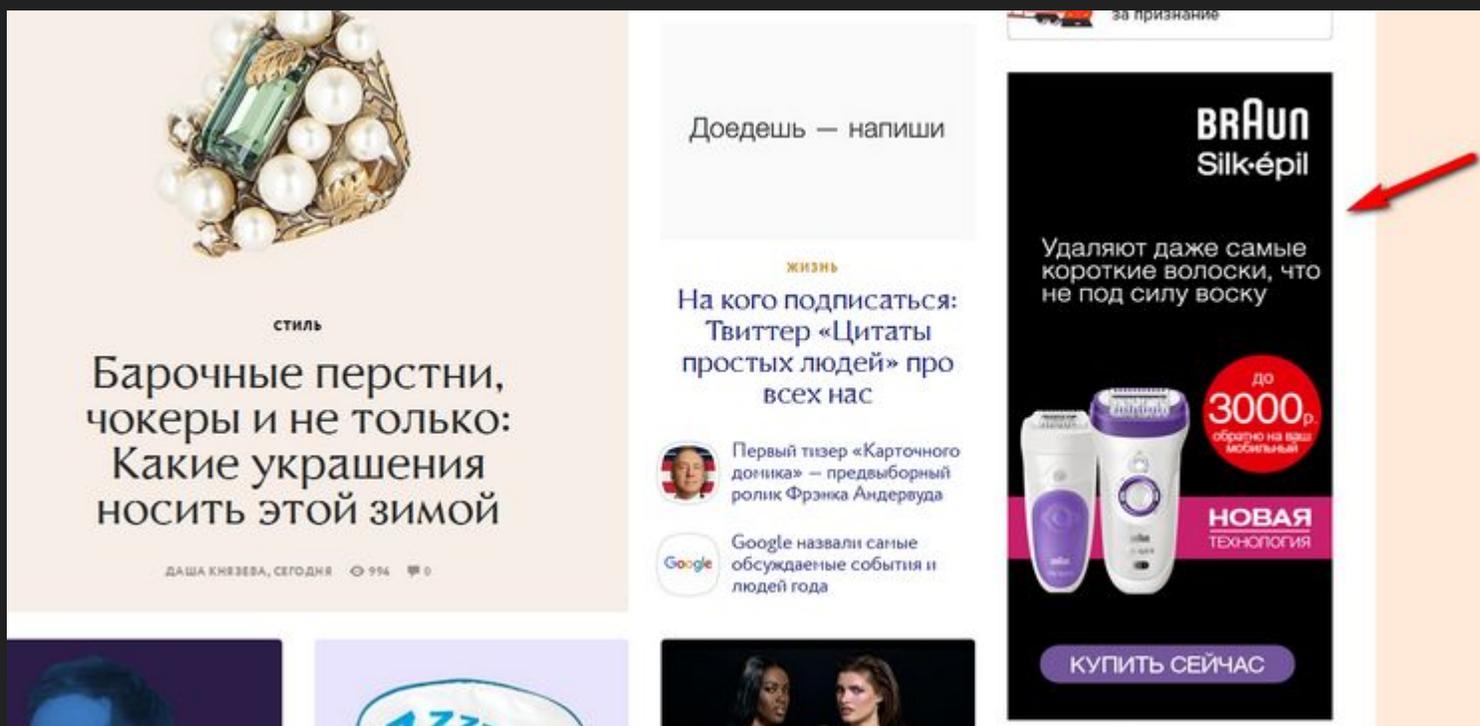
- Авторитетный пользователь рассказывает о интернет-магазине / продукте, как он им воспользовался.



The screenshot shows an Instagram post from the user 'samburskaya'. The main image is a bright yellow Tesla Model S parked on a city street. The car has 'Яндекс Такси' (Yandex Taxi) branding on its side. A woman is leaning out of the driver's side window. The post has 158k likes and was posted 1 day ago. The caption reads: 'samburskaya Это Tesla, та самая, настоящая. Хочешь прокатиться как я с ветерком? Вызывай #яндекстакси, вводи промокод SAMBURSKAYA01 на 300 р (дает скидку сто рублей на первые три поездки при оплате картой). Если станете тем счастливичком, к которому приедет эта батарейка на колесах - не забудьте заселиться @yandex.taxi'. Below the caption, there are comments from 'muslim0305' and a prompt to like or comment.

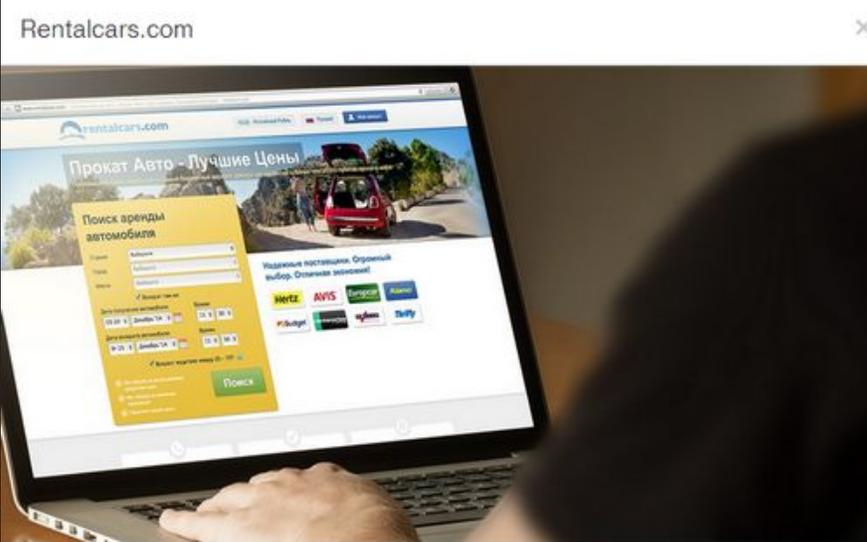
Медийная реклама

- Все виды медийной рекламы: фулскрин, баннеры, перетяжка в шапке сайта и др. Работает в первую очередь на имидж, а не на продажи.



Партнерская программа

- Пример – скидки при оплате картой Тинькофф. Информация об этом доступна в кабине пользователя банка.
- Призы за участие



Rentalcars.com

Прокат Авто - Лучшие Цены

Поиск аренды автомобиля

Выбор даты: 09.03 - 12.03

Выбор города: Москва

Выбор модели: Hatchback

Выбор класса: Economy

Выбор опций: Полный страховочный пакет

Выбор компании: Hertz, Avis, Europcar, Alamo, Budget, Sixt, Europcar, Alamo, Budget, Sixt

Ренталкарс.ком: 5% на 1-ю покупку

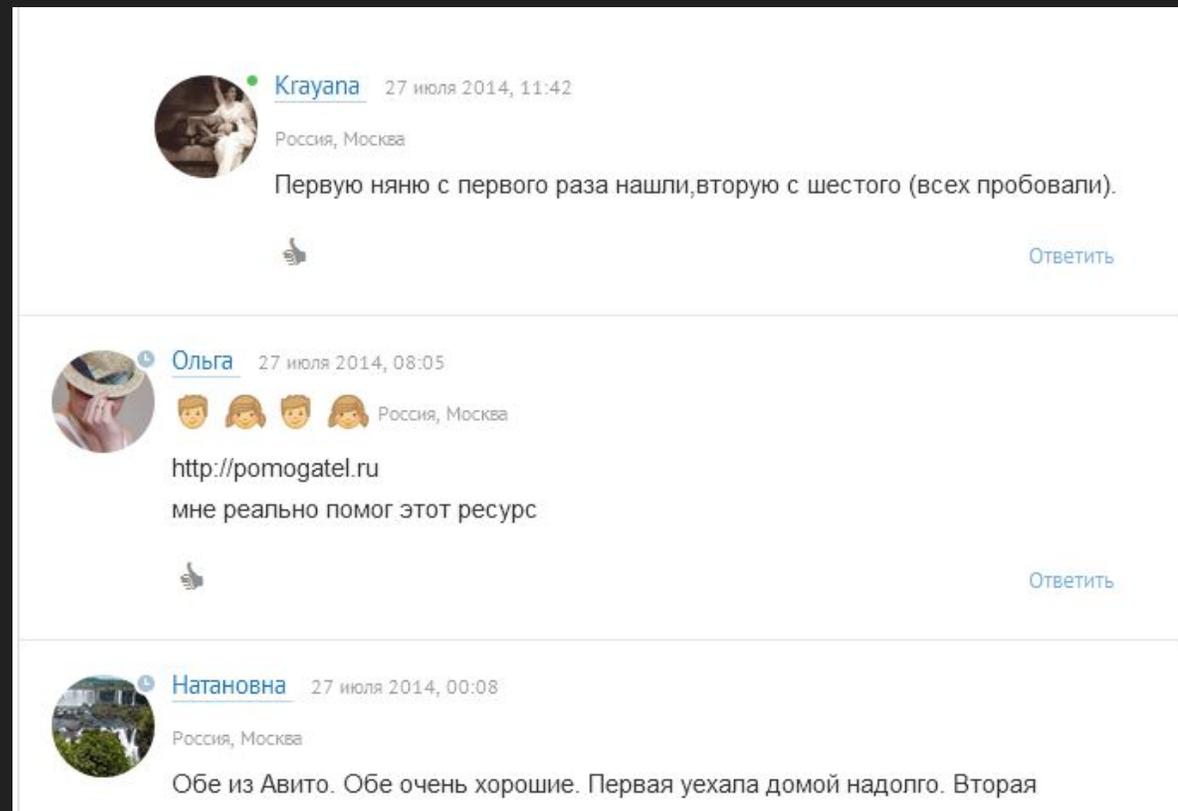
Рentalcars.com - бронирование аренды авто по всему миру. Никаких сборов за пользование картами. Бесплатное бронирование, моментальное подтверждение. Бронируйте онлайн. При покупке от 500 руб.

СРОК АКЦИИ: 31 марта - 30 августа 2015

САЙТ: <http://www.rentalcars.com/Home.do?affiliateCode=tcstarget>

Крауд-маркетинг

- Участие в обсуждении, упоминание бренда и проставление ссылок на форумах и сообществах.



The screenshot shows a forum thread with three posts. Each post includes a user profile picture, name, location, date and time, and the text of the post. The first post is by 'Krayana' from Moscow, dated July 27, 2014, at 11:42. The second post is by 'Ольга' from Moscow, dated July 27, 2014, at 08:05, and includes a URL and a thumbs-up icon. The third post is by 'Натановна' from Moscow, dated July 27, 2014, at 00:08.

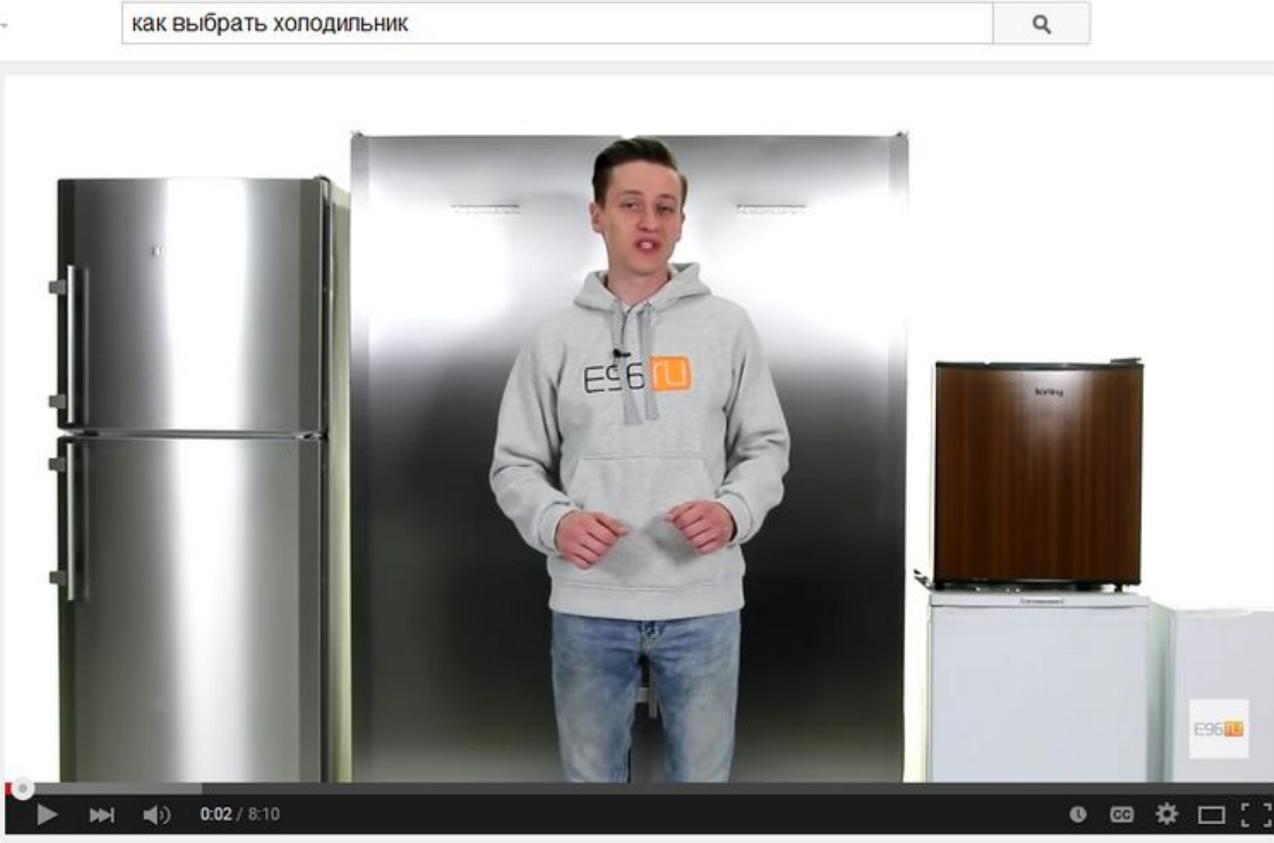
Krayana 27 июля 2014, 11:42
Россия, Москва
Первую няню с первого раза нашли,вторую с шестого (всех пробовали).
👍 [Ответить](#)

Ольга 27 июля 2014, 08:05
👤 👤 👤 👤 Россия, Москва
<http://pomogatel.ru>
мне реально помог этот ресурс
👍 [Ответить](#)

Натановна 27 июля 2014, 00:08
Россия, Москва
Обе из Авито. Обе очень хорошие. Первая уехала домой надолго. Вторая

Видеоканал на Youtube

как выбрать холодильник



Как выбрать холодильник? Какой лучше купить?

E96.ru
Subscribe 6,678

28,730

Спонсирование и партнёрство

- Станьте спонсором экспедиции, фотоконкурса, мероприятия. За это на вас поставят ссылку и логотип, упомянут в отчете о событии.

СММ

Маркетинг в социальных сетях так же не ограничивается созданием собственной группы:

- Прямые продажи
- Масс-фоловинг
- Продажи через группу
- Свое сообщество
- Реклама в сообществах
- Мониторинг упоминаний ключевых фраз в социальных медиа
- Акции, конкурсы, розыгрыши
- Собственные купонаторы для социальных сетей

Форумы, Q&A

- Практически бесплатный канал продвижения, с которым мало кто умеет полноценно работать:

- Общение, ответы на вопросы

- Партизанские методы, скрытый маркетинг

практически бесплатный канал продвижения, с которым мало кто умеет полноценно работать:

- Общение, ответы на вопросы

- Партизанские методы, скрытый маркетинг

Каналы, которые мы можем

ВКонтакте

Instagram

Facebook

Pinetres

Twitter

Радио

Интернет-телевидение

Блог

Гостевой постинг

Флаеры

Выставки

Нетворкинг

Аск, Спрашивай, Емайл.ответы

Публичные выступления

Ютуб

Кейсы (истории довольных покупателей)

Местные группы

Вебинары

Страница/обсуждение отзывов

Распространение вещей с лого бренда

ИСПОЛЬЗОВАТЬ

Вывод

- В первую очередь, мы рекомендуем описать Вашу целевую аудиторию, понять — какими каналами она пользуется, разобраться — какой вид спроса Вас интересует, и в зависимости от этого выбирать рекламные каналы. Вообще рекламных каналов в интернете гораздо больше, чем мы рассмотрели сегодня, именно поэтому перечисленные выше и являются основными — подходят для большинства сфер деятельности и ЦА.
- В качестве стратегии оптимально начинать работу с построения хорошего фундамента для SEO — разработки качественного сайта, подготовки уникального и интересного контента, заботой о репутации в сети. Это начало, которое будет постепенно давать Вам стабильную динамику, если Вы все делаете правильно.
- После того, как налажена работа по SEO, мы рекомендуем по очереди запускать и тестировать дополнительные платные рекламные каналы — контекстную рекламу, таргетированную рекламу и ретаргетинг.