



«Интернет-маркетинг. Реестр методик и инструментария», 01.03.2009

Никулин Илья, директор по развитию Promo.Techart

www.techart.ru, nikulin@techart.ru

Доклад имеет две основные цели. Первая - по возможности детально раскрыть нашим клиентам многообразие всех инструментов комплексного интернет-маркетинга, которые применяют специалисты "Текарт". Вторая - вовлечь клиентов и партнеров группы в процессы определения стратегии и тактики совместных проектов интернет-маркетинга. Для клиентов, период сотрудничества которых насчитывает не один год, полезно провести аудит и переоценку применяемого инструментария.

Доклад в тезисном виде суммирует методы и инструменты, которые в разной степени для различных проектов используются нашими специалистами для продвижения клиентов в интернете.

Для классификации методик можно применить различные подходы, при этом отдельный инструмент зачастую может быть отнесен к нескольким блокам или стратегиям. Настоящий доклад можно рассматривать как попытку создать "полный реестр" инструментов комплексного интернет-маркетинга.

Предварительная и аналитическая работа

Кабинетные маркетинговые исследования в интернете, сбор аналитических материалов.

Анализ сайтов и маркетинговых стратегий конкурентов.

Разработка стратегии присутствия в интернете, проектирование сайта группы сайтов.

Проектирование БД для учета маркетинговой информации, форм отчетности.

Формирование семантического поля и ядра бизнес-проекта (частотность запросов; качество для бизнеса; «продающие» и «имиджевые запросы»).

Выработка стандартов безопасности и управления почтовыми ящиками (адреса, группы, редиректы), шаблонов писем, стандартов ведения и хранения переписки.

Разработка веб-сайтов и формирование контента

Дизайн, разработка, сопровождение, развитие сайтов.

Отдельные сайты для узких сегментов аудитории, событий, направлений.

Написание авторского контента для развития информационных сообщений сайта.

Постоянное наращивание контента; от маркетинговых к информационным сообщениям.

Проектирование акций, событий, спец-предложений, ориентированных на интернет-аудиторию.

Перевод сайта (или части) на иностранные языки.

Создание версий сайта для мобильных пользователей (pda).

Использование систем тегов.

Создание RSS-каналов, экспорт через специализированные RSS-агрегаторы.

Использование мультимедийных видов контента — видео-презентации, подкасты.

Разработка приложений для броузера — «виджеты», «тулбары».



eCRM

Использование экстранет-систем для создания персонифицированных каналов взаимодействия с клиентами и партнерами.

Использование БД состоявшихся контактов для отправки индивидуальных и общих сообщений (праздники, акции и спец-предложения, предложения на основе сделанных ранее покупок и т.д.).

Проведение опросов.

E-Mail-маркетинг

Прямые (direct) e-mail рассылки коммерческих предложений и рекламных сообщений.

Формирование носителей регулярной корпоративной информации - новости, дайджесты, обзоры, газеты т.п.

Формирование БД подписчиков (подписка на сайте, формы обратной связи, переписка, вопросы, продажи и т.д.).

Размещение и продвижение корпоративных рассылок в общедоступных сервисах (subscribe.ru, mail.ru)

Коммерческое увеличение аудитории рассылки (БД подписчиков подходящего профиля)

Почтовый спам

Работа с тематическими интернет-ресурсами

Регистрация, размещение, актуализация информации о компании.

Публикация новостей, событий.

Размещение каталога товаров, прайс-листов, новинок, спецпредложений, фотогалерей и т.п.

Публикация авторских статей.

Размещение рекламных сообщений на электронных досках объявлений.

Мониторинг электронных тендеров, размещение заявок.

Спонсорская и экспертная поддержка мероприятий.

Размещение информации на общетематических порталах

Он-лайн бизнес-справочники («желтые страницы»).

Размещение информации на wiki-ресурсах (например, wikipedia).

Размещение прайс-листов на универсальных торговых площадках и сервисах сравнения цен (Yandex.Market).

Интернет-реклама

Разработка креатива и рекламных носителей.

Медиапланирование.

«Имиджевая» и «продающая» реклама.

Контекстно-зависимая реклама.



Медианосители: текст, графика, анимация, видео.

Реклама на виджетах и в сервисах мгновенных сообщений.

Рекламные статьи.

Контроль и корректировка хода кампании, оценка эффективности.

Продвижение в сообществах

Создание сообществ на собственных ресурсах.

Организация и экспертная поддержка собственных форумов.

Проведение опросов, коммуникация с их участниками, публикация результатов.

Реклама и информационные сообщения в социальных сетях и тематических почтовых рассылках (с учетом профилей участников).

Официальные ответы и комментарии в специализированных форумах и блогах.

«Партизанский/ скрытый» маркетинг.

Имиджевое продвижение и PR

Подбор целевых площадок, формирование картотеки контактов и требований СМИ.

Экспертные комментарии, интервью, статьи, аналитика по профилю деятельности.

Формирование, размещение и рассылка СМИ пресс-релизов по наиболее значимым событиям.

Участие (и лоббирование) в интернет-конкурсах, рейтингах и т.п.

Разработка и проведение конкурсов.

Продвижение информации о спонсорских, благотворительных и социальнонаправленных проектах.

Поисковое продвижение по именам лидеров.

Продвижение документов с положительной информацией на чужих сайта.

Мониторинг и противодействие негативной информации.

Интеграция сообщений кадровой службы с продвижением бренда (employment branding).

Корпоративный блог.

Спонсорская и информационная поддержка выставок, событий, некоммерческих интернет-проектов.

Поисковая оптимизация (SEO) и продвижение в поисковых системах

Изучение алгоритмов поисковых машин.

Контроль и улучшение корректной и выгодной индексации сайта роботами поисковых систем - устранение ошибок, настройка откликов сервера и т.п.

Корректировка и развитие «семантического поля».

Проектирование/ корректировки информационной и ссылочной структуры веб-сайтов.

Оптимизация текстов.

Тематический обмен ссылками.



МАРКЕТИНГОВАЯ ГРУППА "ТЕКАРТ"

Россия, 109004, г. Москва
Телефон/Факс: +7 (095) 790-7591
<http://www.techart.ru>
<http://www.promo-techart.ru>

Установка внешних ссылок на ресурсах со свободным добавлением.

Использование возможностей «регионального поиска» (localsearch).

Покупка внешних ссылок.

Создание «дорвеев», сетей «псевдосайтов», «клоакинг».

Продвижение в «среде Google» (гипотеза)

Использование микроформатов.

SiteMap-протокол.

Привязка в GoogleMaps.

Panoramio.

Покупка трафика и партнерские программы

Разное

Вирусный маркетинг.

Событийный маркетинг.

Он-лайн игры.

Usability-инжинеринг

Анализ трафика, поведения посетителей сайта (системы статистики, логи, Google.Analytics).

Анализ поисковых запросов на сайте.

Технические средства анализа пользовательских свойств сайта, проведение фокус-групп.

Сбор и анализ отзывов посетителей.

Рекомендации по доработке и развитию и сайтов.

Итоги, «обратная связь»

Качественный и количественный анализ посещаемости, моделей поведения посетителей.

Анализ продаж и сопоставление с маркетинговыми активностями.

Анализ поисковых запросов на собственных сайтах.

Анализ эффективности интернет-канала продаж методом «тайный покупатель».

Сбор отзывов в интернете о собственном бренде, товарах, услугах.