Семинар для клиентов и партнеров «Текарт» 29 ноября 2012

# КАК ПЛАНИРОВАТЬ И УПРАВЛЯТЬ ИНВЕСТИЦИЯМИ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ? СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

**Никулин Илья** маркетинговая группа «Текарт»

Research Advert Promo PR Web Design Photo Branding



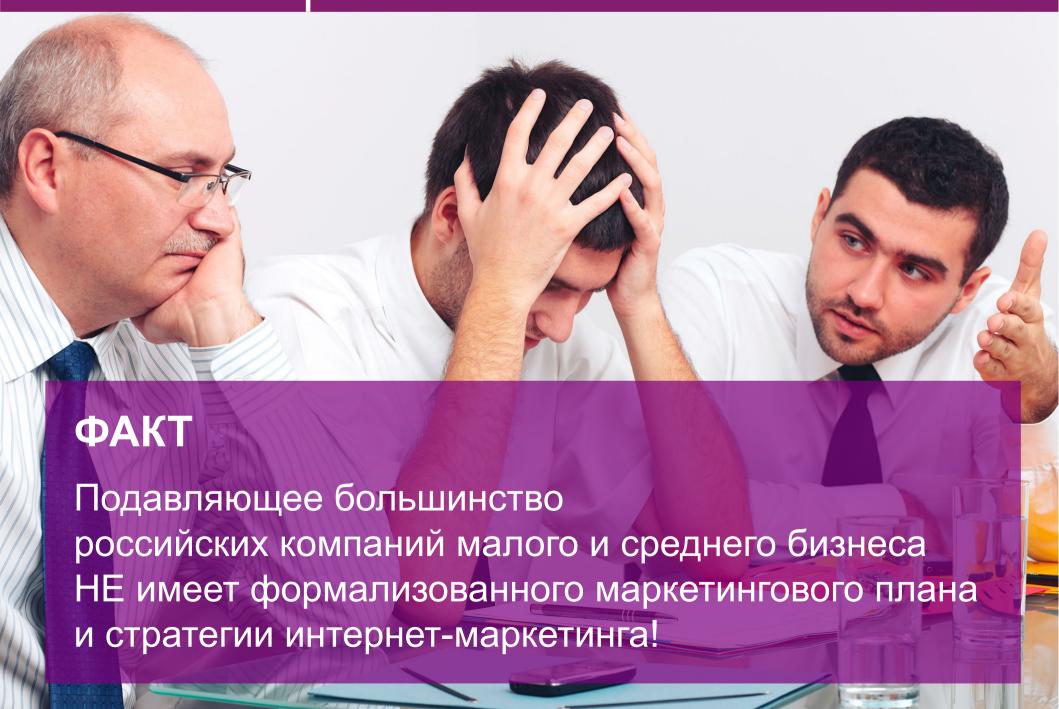
## ВОПРОС К ЗАЛУ №1

Есть ли в вашей компании документ, определяющий стратегию продвижения в интернете или план работ на 1-2 года вперед?

that they shall y







#### истории из жизни

- 1. Поздний старт интернет-магазина сканеров и плоттеров. **2008**
- 2. Позиции или клиенты? **2007**
- 3. Обманчивая лидогенерация. 2011
- 4. Эффективный автопилот. **2004-2011**
- 5. Стратегия продвижения для... менеджера банка?! **2011**
- 6. Горячий ноябрь **2012**

ты

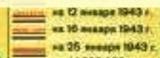


### СТРАТЕГИЯ —

общий, недетализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели.

В общем понимании СТРАТЕГИЯ — это иерархия целей, последовательное достижение которых, начиная с нижних уровней, приводит к достижению цели самого верхнего уровня. Быть стратегом — значит уметь выстроить такую иерархию, которая с минимальными затратами ресурсов (время, силы, деньги и проч.) приведет к достижению цели (или целей) верхнего уровня. Задачей стратегии является эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели. Стратегия достигает основной цели через решение промежуточных тактических задач по оси «ресурсы-цель».

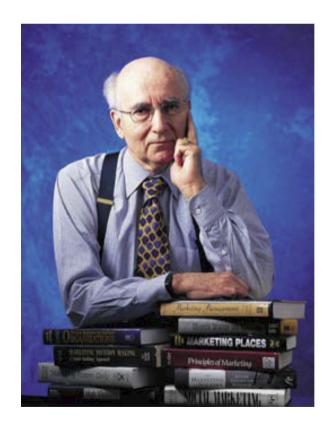






#### МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Ма́ркетинговая страте́гия — часть общей стратегии компании, процесс планирования и реализации различных маркетинговых мероприятий, которые подчинены достижению поставленных перед компанией целей:



- увеличение объёма продаж,
   количества клиентов, оборота;
- увеличение прибыли;
- увеличение доли рынка;
- лидерство в своем сегменте;
- вывод на рынок новых продуктов и технологий.

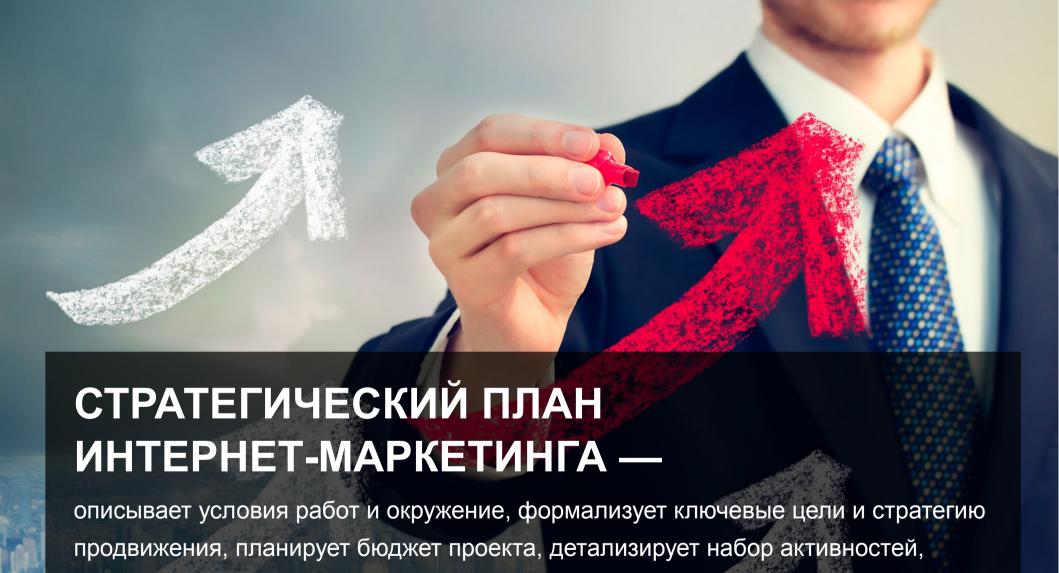


график их применения, ответственных исполнителей, а также регламентирует

рабочие встречи, схему отчетности и алгоритм корректировки хода работ.







#### Контент:

#### Корпоративный сайт Интернет-магазин Online-каталог

Промо-сайт Целевые страницы Мобильные версии Адаптация контента для Web

инфографика Создание специализированного контента

Рекламные материалы и сообщения Графический креатив

видео Подкасты пресс-релизы RSS



#### Каналы продвижения:

- eCRM + eMail-маркетинг
- Поисковая оптимизация и продвижение (органика; SEO)
- Контекстная реклама (РРС)
- Отраслевые интернет-ресурсы и СМИ
- Общетематические торговые площадки
- Продвижение в социальных сообществах (SMM)
- Медийная реклама + специальные акции



#### Виды работ/ активностей:

- Планирование, координация и управление проектом
- Анализ посещаемости, анализ конкурентов
- Создание и/ или адаптация контента
- Регулярные/ ежедневные мероприятия по регистрации аккаунтов и размещению информации;
- Эпизодические маркетинговые мероприятия
- Медиапланирование и управление РК
- Консультациии
- Подготовка предложений по развитию
- Оптимизация конверсии
- Автоматизация процессов интернетмаркетинга
- Учет маркетинговой информации в БД
- Рабочие встречи и отчетность



## СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА. ЭТАП 1

Понимание рынка, стратегии клиента, окружения





#### Выбор инструментария. Приоритеты

Мониторинг аналитики и конкурентов

Медийная реклама

Работа с тематическими ресурсами

## Разработка и развитие веб-сайтов

Копирайтинг

Поисковое продвижение

Аналитические и консалтинговые

Нестандартные РК компоненты

SMM

Контекстная реклама

PR, Advertorial

Email-маркетинг

Контроль отделов продаж

## СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА. ЭТАП 3

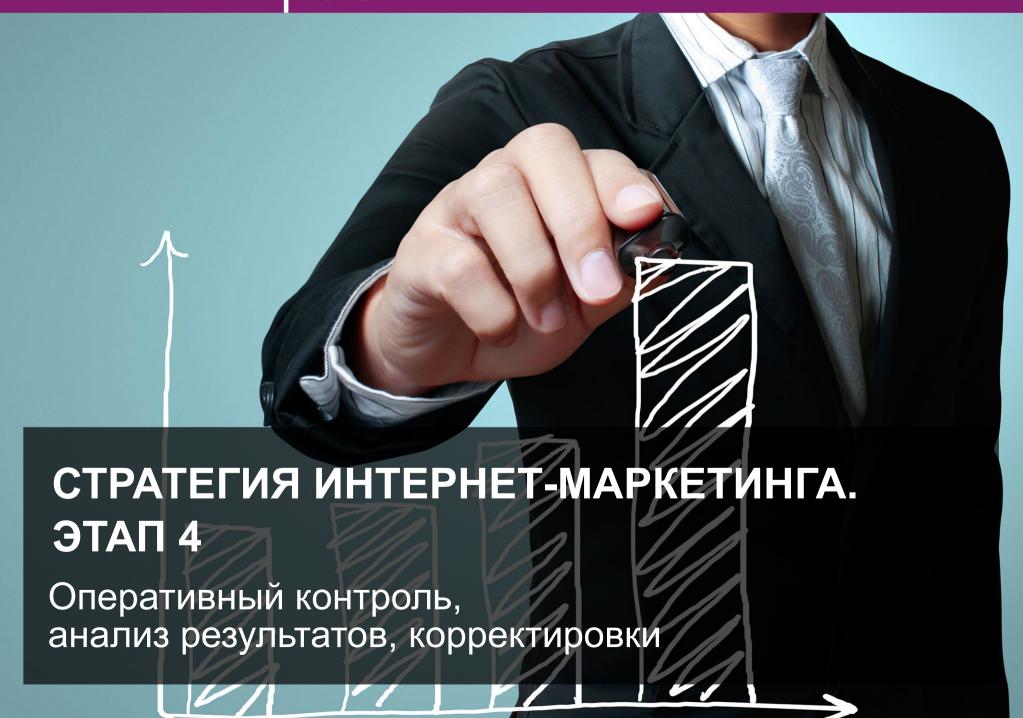
#### **KPI**

#### Сегментация:

каналы продвижения, товарные группы/ направления бизнеса, география, время, соцдем.

#### Группы:

Посещаемость
Качество трафика, конверсия, usability
Дружественность поисковым машинам
Имидж
Объем работы, контент
Консалтинг





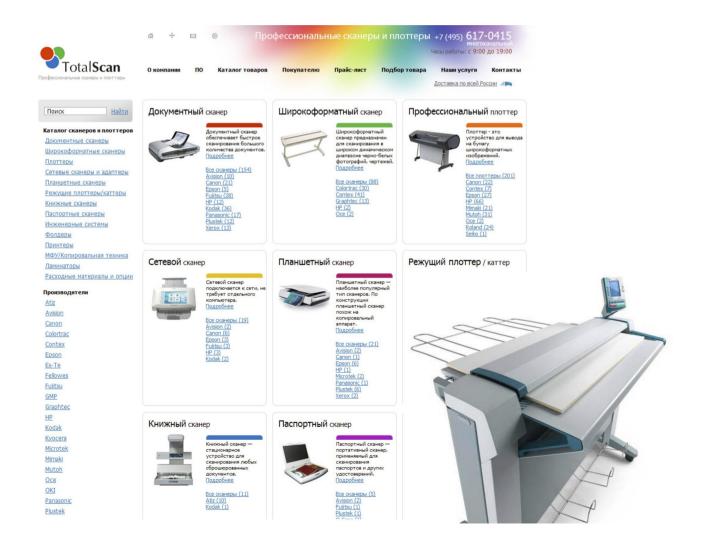
## DITCH WITCH (www.ditchwitch.ru) 2007

Производитель ГНБ и другой техники для подземной прокладки коммуникаций



## TOTALSCAN (www.totalscan.ru) 2008

Интернет-магазин профессиональных сканеров и плоттеров



## «НИКЕЛЬКА», «НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ» (www.nickelca.ru) 2005 Детский проект



## WEDDINGTRAVEL (www.wedding-travel.ru) 2004

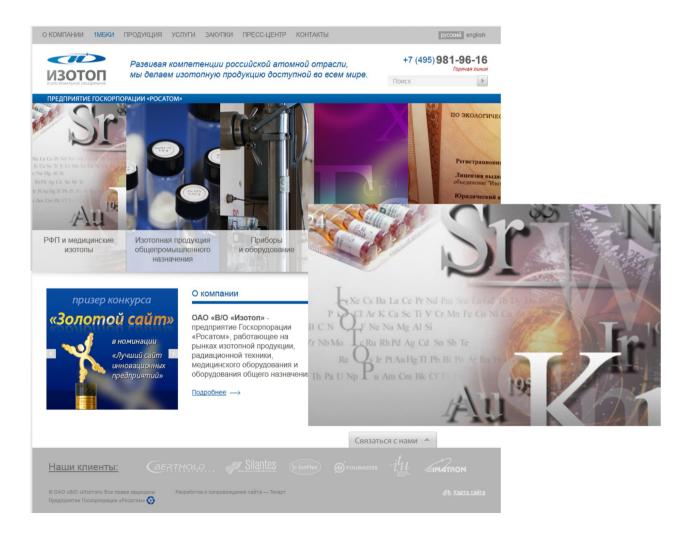
Свадебные и романтические путешествия по всему миру





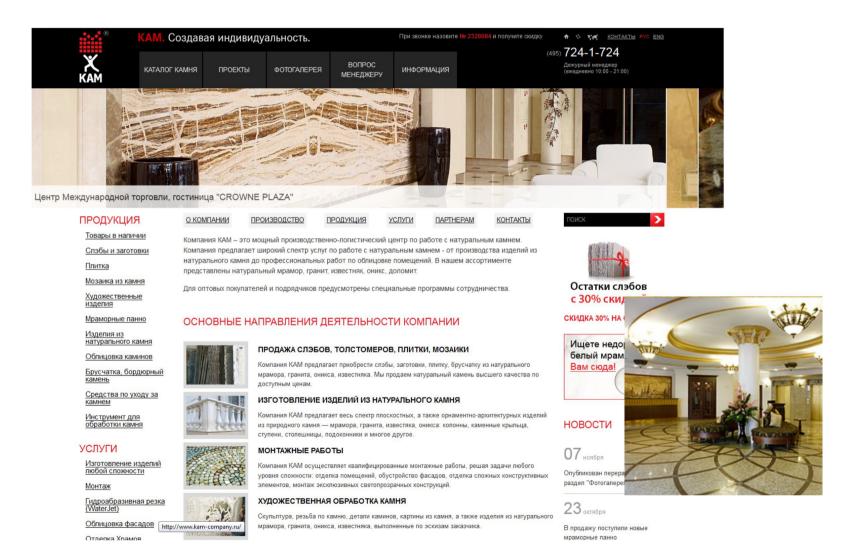
## «ИЗОТОП» | POCATOM (www.isotop.ru) 2012

Производство изотопной продукции, радиационной техники, медицинского оборудования



## KAM (http://www.kam-company.ru/)

Производственно-логистический центр по работе с натуральным камнем



Показатель/месяц	01.2010	02.2010	 12.2010	Итог:
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

## САМЫЙ ПРОСТОЙ ПЛАН ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА





### Techart Стратегическое планирование интернет-маркетинга 24/26

			Optimization_zorz		маркетинго	вая группа	J .		71 100											<b>_</b>		
1		Общи	е показатели																			
2													2012									
3				Априль	Man	Икиъ	Vicina	Aurycr	Сентибры	Октибры	Нохорь	Дихибрь	Shraspa 4	Perpana	Мирт	Априль	Mun	Иснь	Mone	Auryct	Сентибрь (	Эктибр
4			MOOTL CARTS	8176	TZTE	Tess	7365	529.	7955	9022	272-	2046	8038	10755	11517	245	10765	12222	11792	13227	13795	176
- 6			mail.nu (nocemmanie) (veinieme). (nocemmanie)	7954	7252	7652	7402	8427	8055	8029	9527	8883	7542	10505	11455		10527	12222	11699	12200	12708	176
7			coode analytica (вборлютно уникальные проетители )	7034	6222	6545	6524	T243	7136	7845	7916	7306	6455	5357	9211	7505	9160	9557	79597	10768	11225	148
-8			Рекорд вкадневной посещвенности (посетители, <u>mail.ru)</u> График на сайт без рекламы <sup>н</sup>	455 6556	455 5275	454 5555	410 5345	442 6995		539 7643	542 7527	73 T	439 7587	9233	10520	532 5932	9005	725 9041	8252	724 9205	2505	121
10			редин на сел ова респана Респананий трафик"	1295	112	1807	1054	1442		1221	1700	1340	255	1575	535		1529	2223	3437	2995	3595	45
-11																						
-14	5		о вудитории Соотношение ээт/эрст (тей.пд)	9,74	9.21	8.95	9.79	9.32	8.76	9.22	8.6	9,17	8,79	9.81	10.3	9.61	8,7	9,12	8,98	8.85	8.53	
12			Do. appears caccos" (seek.)	2,8	2,7	2,6	2,9	2,8		2,7	2,5	2,8	2,7	2,9	2		2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	- 2
15			Просматры №2 стрвниц" (%)	61,6	61,7	62,3	51,4	61,9		62,2	61,4	61,8	60,9	64,2	64,6		60,9	62,4	61,3	60,8	62,4	60
-19	$\vdash$	- 1	Toxeserens orxesoe (cooole analytics, %)	47,84	42,42	45,44	45,05	47,42	45,45	45,14	45,51	45,52	46,55	42,91	42,45	45,97	47,77	45,19	45,73	45,95	44,82	45,
18	1	Помоков	ое продвижение																			
10	匸		Toroxosuit rpeginic (no Google <u>Analytica</u> )	576	522	5236	5506	6042		656	7165	TOSS	T045	952	9525	8420	TSTE	5537	5054	5937	9053	114
- 49			Fandar Soogla	2853 1862	2595 1549	2955 1355	3113 1562	3453 1714		2454 2247	2504 2225	3453 2191	2550	4294	4544 2218	4055 2551	3493	2527	2544	4252 2777	4252 2572	55
-53	,		Rambler	171	157	194	1302	122		104	148	108	176	157	176		125	126	25	124	110	1
_23			Multru	343	267	225	252	295		349	430	402	504	T20	827	695	723	756	691	551	506	6
-42		Officery	овязь о оайта																			
-56			R OSRSE O ODRITO Dengoc karanona	9	23	11	0	2	20	7	11	12	12	16	18	18	18	12	14	11	10	
27			(онверсия поседівености" в запросы каталога (%)	0,08	0,22	0,14	0,00	0,02	0,25	0,08	0,12	0,14	0,15	0,15	0,16	0,19	0,15	0,11	0,12	0,08	0,07	0,
- 28		- 1	Ла нес с рекламы	0	2	2	0	0	2	0	1	0	0	1	6	0	0	0	1	- 1	2	
-37		-	Обратная саязь	7	11	6		1	7	6	11	9	ē	16	19	12	8	8	8	8	3	
-35			(онверсия поседувености" в обратную связь (%)	0,09	0,15		0,01	0,01	0,09	0,07	0,12	0,10	0,08	0,15	0,17	0,13	0,07	0,01	0,07	0,06	0,07	0,
-39	$\vdash$		Из нест с рекламы	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1		0	0	0	1	1	0	
38			Обратный зарнок												6	11	9	10	9	8	T	
-39			Сонверсия поседувености" в обратную связь (%)												0,01	0,12	0,08	0,08	0,08	0,08	0,05	0,
-24		- '	/в нес с реклапы												0	0	0	- 1	0	2	0	
-42			Crars rpegcrasmenes LETO	5	T	6		2	8	5	9	8	8	13	10		4	1	10	2	6	
43			(онверсия поседівености" в звявки «Стать представителени (fr	0,08	0,10	0,08	0,00	0,02	0,10	0,08	0,09	0,09	0,10	0,12	0,09	0,09	0,04	0,01	0,09	0,02	0,04	0,
48			/в нес с рекламы	1	0	3			1	0		Ü		,			1		1	1		
49			Songoc c ceitra www.leicatyle.ru	15			20	21	14	8	24	18	18	22	15		14	14	13	16	24	
-54			(онверсия поседувености" в заявки «Волдос с свята» (%) Ла них с рекламы	0,19	0,19	0,20	0,21	0,25	0,17	0,07	0,25	0,20	0,23	0,21	0,13	0,18	0,13	0,11	0,11	0,12	0,18	0,
-52				1																		
_53			/точеть детали												T	11	11	8	8	14	8	_
-24			(онверсия поседрвеность)" в звязки «Уточнить детали» (%) Ла них с рекламы			заказа на сайт	•								0,08	0,12	0,10	0,07	0,07	0,11	0,04	a,
-56					TTIOURNS																	
-57			Запись на селинар	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	T	0	0	0	0	0	0	
7			(онверсия поседвеность" в запись на сенинар (%)	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0,08	0	0	0	0	0	0	
_71			Болдос дизвійнеду												1	2	2	0	2	2	1	
-44	,		Сонверсия поседівености" в звявки «Вопрос дизвійнеру» (%) Ла ню: с рекламы												0,01	0,03	0,03	0,00	0,03	0,02	0,01	a,
1/2			a con a galactera														u u		-			
_75			from ottps://www.	22	55	35	21	26		24	35	47	44	75	77	81	65	54	65	62	63	
49			Итого обращений с рекламы Итого конверсия посец веклостий в обращения (NV)	0.40	0.76	0.50	0.25	0.31	2	0.21	0.55	0.53	0.56	0.72	2 0 61	0.55	0.60	0.44	0.50	9	0.40	0
770000000000000000000000000000000000000														77								
- 69			БОЛЕЕ ДЕ		لجهد																	
- gr									7, 1												- 11	
82				<b>4</b> 7 /	-71						741										į į	
83			STO	77187	24812	(220)	2424	30400	77887	24212	71710	27383	24266	23770	29090	30760	20509	72704	38283	27120	71.07	
84			comena LETO	27132	25	52	43	37	2500	54	41	22	34	47	93			42	00	63	2	
			el trativia	174			129			145	156	129	149	227	265		190	172	169	125	103	
86	2	Passan	ние материалов																			
- 88		-																				
_90			Работа с отраслевыми порталами	100			103		110	90	72	22	6.	71	85		TZ	65	65	65		
-81	,		Работа с пресо-релизами Статъм	0	1 0		2	1	1	1		1		1 0	2	2		1	1	7		
-34				U	u u	u u	u u	- 4		1	u		v	u	- 1	u u	1	1	1	Г		

## КАК ЗАЩИТИТЬ ИНВЕСТИЦИИ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ. ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ.

- 1. Согласование целей и плана интернет-маркетинга с фактическим маркетинговым планом.
- 2. Привлечение профессионалов к постановкам задач и выбору путей их решений.
- 3. Ответственный выбор подрядчиков (многофакторные тендеры с учетом специфики задачи, внешний консалтинг).
- 4. Детальная формализация активностей в интернет (планы, технические задания, KPI).
- 5. Регулярный аудит работ (внешний и внутренний).
- 6. Регулярные рабочие советы с подрядчиками анализ результатов, корректировка работы.
- 7. Стратегическое отношение и приоритет органическому интернет-маркетингу.
- 8. Комплексный подход (синергия, уменьшение рисков)



## никулин илья,

генеральный директор маркетинговой группы «Текарт»

nikulin@techart.ru www.techart.ru www.facebook.com/ilya.nikulin

Research Advert Promo PR Web Design Photo Branding