

**МАРКЕТИНГОВЫЙ
КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ**

www.techart.ru

КЕЙСЫ: СТРАТЕГИИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ РЕШЕНИЯ КОНКРЕТНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧ

Анна Ларина
Проект-менеджер МГ «Текарт»

05 / 12 / 2014

Research

Promo

Branding

Design

PR

Photo

Web

Advert



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных
маркетинговых задач

3 КЕЙСА

1

Вывод бренда
на рынок

2

Борьба с негативом
и формирование
репутации компании

3

Увеличение первичных
и повторных продаж
интернет-магазина





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



Клиент: QTECH, российский разработчик
телеkomмуникационного оборудования

Старт работ: 2006 год

ЦА:

- компании-интеграторы;
- системные администраторы крупных компаний;
- лица, принимающие решения по закупкам техники
крупных компаний



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Задачи проекта:

- Популяризация бренда и формирование лояльности к нему
- Переориентация существующего спроса с брендов-конкурентов на QTECH





Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

1. Максимальное наполнение контентом сайта

- Текст «О компании»
- Описания всех товаров в каталоге
- Обзоры продукции
- Статьи «Решения»
- Новости
- FAQ

The screenshot displays a website layout with several key sections:

- Header:** Shows a navigation bar with links like "Начало", "Компания", "Продукция", "Решения", "Новости", "FAQ", and "Контакты".
- Left Sidebar:** A sidebar titled "FAQ" containing a list of frequently asked questions related to network equipment and solutions.
- Product Page:** A detailed page for the "QSW-2800" product. It includes:
 - A large image of the device.
 - A "Общее описание" (General description) section.
 - A "Технические характеристики" (Technical characteristics) section.
 - A "Архитектура решения" (Solution architecture) diagram showing the internal structure of the QSW-2800.
 - A "Вопросы и ответы" (Questions and answers) section with a list of questions and their answers.
 - A "Шасси" (Chassis) section listing components like Multilayer switches SDH, Concentrators and interfaces, Optical equipment for central multi-point transmission, IP phones, and ADSL modems.
- Footer:** Includes a "По вопросам приобретения оборудования обращайтесь в отдел продаж" (For equipment purchase inquiries, contact the sales department) section with an email address "sales@ctech.ru" and a "ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ" (Ready-made solutions) section.



Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

2. Размещение контента на сторонних ресурсах

1. Пресс-релизы

2. Новости, статьи, обзоры на отраслевых ресурсах

3. Консультирование на тематических ресурсах и форумах

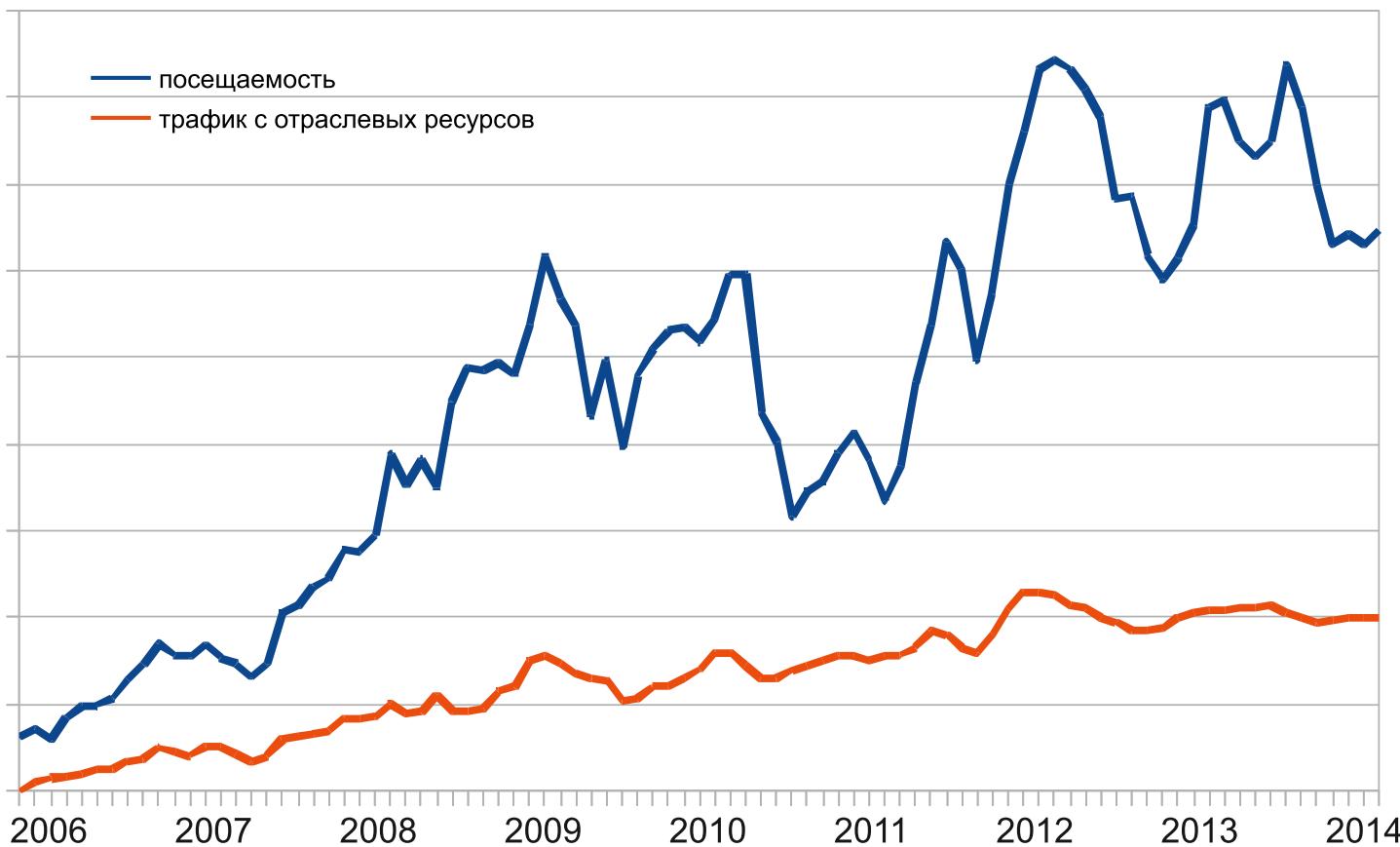
4. Работа с отзывами и мнениями

The screenshot shows a web browser window with multiple tabs open. The main tab displays an article from the website ferra.ru. The article is titled 'Обзор IP-телефона QTECH QVI-P2' (Review of the QTECH QVI-P2 IP phone). The text discusses the phone's features, such as its ability to work with the 'Smart Home' system and its support for Wi-Fi. Below the text is a large image of the QTECH QVI-P2 IP phone. To the right of the main content, there is a sidebar with various links, including 'Новости', 'Обзоры', 'Видео', 'Как купить', and 'Вопросы'. At the bottom of the page, there is a section titled 'Ссылки' (Links) with several hyperlinks to other articles and reviews.



КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

Трафик с отраслевых ресурсов





Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

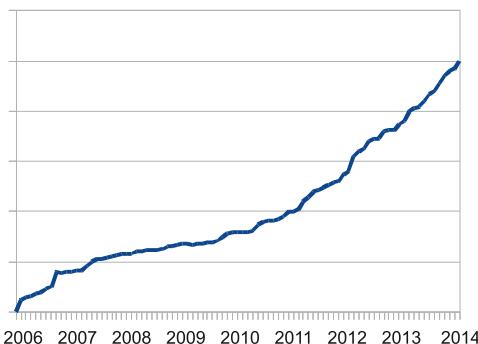
КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

3. Рассылка

- приветственное сообщение

2-3 раза в месяц:

- новости компании
- анонсы статей и обзоров
- ответы на вопросы,
поступившие за неделю



16.11.2006

Новости

Решение QTECH по обеспечению доступа к сети Интернет в области образования

Компания QTECH представила ряд решений для проекта «Обеспечение доступа к сети Интернет образовательным учреждениям Российской Федерации», реализуемого в рамках приоритетного национального проекта «Образование».

- Решение для подключения на скорости до 2 Мбит/сек
- Решение для подключения на скорость до 7,7 Мбит/сек
- Решение для подключения большого количества абонентов
- Энергосберегающее решение

Решение для подключения на скорость до 2 Мбит/сек

Решение для подключения на скорость до 2 Мбит/сек основано на базе [концентратора интерфейсов QTECH серии QFC-140](#). Данный концентратор представляет собой функционально замкнутое решение для объединения удаленных сетей Ethernet с помощью транспортных сетей РоНИС/GHn. Для подключения абонентов используется стандартный разъем RJ45 поддерживаякий интерфейс IEEE802.3. Подключение к транспортной сети осуществляется по линии E1. Поддерживается установка скорости передачи данных с шагом 16Кб в диапазонах ИКМ-30 и ИКМ-31, предусмотрены также прозрачные режимы передачи пакетов и поддержка VLAN.

Концентратор может быть выполнен как в настольном варианте, так и виде модуля устанавливаемого в однослотовые, четырехслотовые либо шестидвадцатислотовые винты. Во всех вариантах исполнения поддерживается быстрая конфигурирование с помощью ОП-переключателей. Питание может осуществляться от сетей переменного и постоянного тока.

Схема подключения:

```
graph LR; Client[Client] --- Ethernet[Ethernet]; Ethernet --- OFC[OFC-048]; OFC --- TDM[TDM]; TDM --- PRI[PRI/PRI]; PRI --- Server[Server]
```

Решение для подключения на скорость до 7,7 Мбит/сек

Высокоскоростное решение основано на базе [инновационного мультиплексора QTECH серии QFC-100](#). Мультиплексор использует четыре линии E1 для передачи трафика Ethernet и может быть выполнен как в виде настольного варианта,



Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

4. SMM

- Facebook
- Twitter
- Блог компании
- Кнопки для шаринга на сайте

*10 752 руб (производитель указывает цену в рублях)

Приобрести

ПОДПИСКА НА НОВОСТИ

Подпишитесь на рассылку новостей. Вы будете 4-6 раз в месяц получать профессиональные обзоры сетевого оборудования QTECH, практические готовые решения для организации сетей связи, информацию о новинках и специальных акциях компании.



Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

5. Полиграфия



/ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

открытки, сувенирная продукция,
дизайн упаковки, майки и т. п.



/ 6 ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КАТАЛОГОВ, ЛИСТОВКИ



/ 3 ВЕРСИИ ДИЗАЙНА САЙТА

также 2 англоязычные версии и
статичная версия сайта для записи на CD



/ ДИЗАЙНЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА САЙТА

баннеры, обработка фото продукции,
тематические оформления сайта



/ ДИЗАЙН РЕКЛАМНЫХ МОДУЛЕЙ ДЛЯ СТОРОННИХ РЕСУРСОВ



/ ОФОРМЛЕНИЕ СТЕНДОВ ДЛЯ ВЫСТАВОК

СВЯЗЬ-ЭКСПОКОММ , CeBIT



Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

6. Платный контент

- Контекстная реклама
- Баннерная реклама
- Реклама в рассылках отраслевых ресурсов
- Размещение обзоров продукции на отраслевых ресурсах

Поиск | Помощь | Карты | Маркет | Новости | Словари | Блоги | Видео | Картинки | «айдя»

Яндекс
Нашлось
6 млн ответов

Поиск: сетевое оборудование

■ в национальной версии ■ в Москве

Найти

купить что это такое отмена б/у фото

Все объявления

IT Портр Сетевого Оборудования НР Удобный фильтр, вывод товаров с описаниями, характеристиками и ценами.

Адрес: г. Москва, ул. Черкизовская

Сетевое оборудование QTECH Сетевое оборудование: маршрутизаторы, коммутаторы, модемы и качество.

Адрес: г. Москва, ул. Чистые пруды

Продажа сетевого оборудования Решения Помощь Помощь Помощь

Покупайте у нас: гарантия, сервис, доставка по всей России. Спец. цены!

Адрес: г. Москва, ул. Чистые пруды

Характеристики, фотографии и цены на продажа с доставкой по Москве... Сетевое оборудование Сетевое оборудование пользуется огромной популярностью среди пользователей как небольших домашних, так и крупных официальных сетей.

Адрес: г. Москва, ул. Чистые пруды

W Сетевое оборудование — Википедия Сетевое оборудование — устройства, необходимые для работы компьютерной сети, например: маршрутизаторы, коммутатор, концентратор, патч-панель и др. Можно выделять активное и пассивное сетевое оборудование.

Адрес: г. Москва, ул. Чистые пруды

© Сетевое оборудование и телекоммуникационное оборудование QTECH... Контакты Продукция Вопросы к автору Документация Решения QTECH (Мытц) – инновационная российская компания, производитель телекоммуникационного и сетевого оборудования, оборудования доступа в IP телефонии.

Телефон: +7 (495) 757-33-11

Адрес: г. Москва, ул. Рубцовская, 26 стр. 1

qtech.ru

Рекомендовать объявление по запросу «сетевое оборудование» — 9 576 показов в месяц.

сетевое оборудование в карточках

Рекомендовать объявление по запросу «сетевое оборудование» — 9 576 показов в месяц.

сетевое оборудование в карточках

QTECH мир доступнее

Ваш успех в эпоху перемен!

Отечественная компания нового поколения. Инновационные технологии в сфере телекоммуникаций. Разработка комплексных сетевых решений.

М уплотнение

Разработка и производство оборудования сетей.

WWW.QTECH.RU | +7 (495) 797-33-11

QTECH

РОССИЙСКАЯ ИННОВАЦИОННАЯ КОМПАНИЯ. Разработка и производство оборудования сетей. Комплексные системы решений. Единое программное обеспечение.

+7(495) 797-3311 | WWW.QTECH.RU

12/48



Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

7. Спецпроекты: «Тема месяца»



IP телефония – что это такое?

IP телефония становится всё более популярным способом общения в современном мире. Однако, четкое понимание того, что она собой представляет, имеют лишь немногие. В данной статье описывается технология IP телефонии и принципы ее работы; устройства, необходимые для передачи сигнала; плюсы и минусы технологии; перспективы развития IP телефонии в России.

Новости об IP оборудовании

Подборка наиболее интересных новостей об IP телефонии в России и мире.

- [10.08.2007 VoIP-оператор впервые получил прибыль](#)
- [26.07.2007 Мировой рынок VoIP за год вырос в три раза](#)

Все новости

IP оборудование в каталоге

Оборудование QTECH, используя которое вы сможете организовать IP телефонию

Оборудование VoIP

- [IP телефоны](#)
- [Шлюз VoIP QVI-1104](#)
- [Шлюз VoIP QVI-1108](#)
- [Шлюз VoIP QVI-1116](#)
- [Шлюз VoIP QVI-1132](#)

Коммутаторы для операторских решений

- [QSW-2500 A \(8-8-16-24 порта\)](#)
- [QSW-2900 \(QinQ Selective, ERRP < 200 ms\)](#)
- [QSW-3500 \(OSPF, 2Rate3Color\)](#)



Кейсы: стратегии контент-маркетинга для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

7. Спецпроекты: White paper

- Проблема
- Решение
- Преимущества решения
- Расчеты (экономическая эффективность)
- Примеры из реальной практики
- Призыв к действию

QTECH
МНУ БЛЮЗИНКС

Технология CWDM

Введение

Была сформирована способность волоконно-оптических линий связи (ВОЛС) передавать с помощью различных методов константное излучение отдельные частоты передачи с целью интеграции с различными технологиями. В настоящий момент существует множество различных методов передачи с целью интеграции с различными технологиями.

Таким образом, существует множество методов передачи данных волокна оптического волокна для высокоскоростной передачи, но с 70-х годов 20-го века, для высокоскоростной передачи данных волокна оптического волокна для высокоскоростной передачи, а также технологии WDM, которые в дальнейшем были введены в практику передачи данных.

Сеть WDM (волокно-диапазонный) очень затратительна в плане оборудования и для ее создания необходима специальная технология передачи данных оптическими волокнами (WDM). Сеть WDM, включая данные, имеет более высокую стоимость.

Сравнение

Сравнение оптической технологии передачи данных различных видов сетей передачи. В таблице 1 приведены наиболее распространенные виды передачи:

Тип	ИК (ИК)	ФОД (ФОД)	ФОД (ФОД)
Максимальная длина	20 км	10 км	10 км
Минимальная длина	20 км	10 км	10 км
Максимальный диапазон	20 км	10 км	10 км
Минимальный диапазон	20 км	10 км	10 км
Средний диапазон	20 км	10 км	10 км
Погрешность	±0,001%	±0,001%	±0,001%

График

График CWDM характеризует достаточно ярко выраженный пиковый спектр (20 км до 25-м), что обеспечивает более длительную передачу данных с дальнейшим снижением погрешности излучения. Это позволяет использовать различные способы для излучения сигнала или различные методы приема излучения. В CWDM случае такие технологии, как DFB лазеры или фотодиоды, так и транзисторы.

Ширина в CWDM-спектре излучения для большинства методов передачи.

На более высоких частотах более слабый излученный сигнал более яркий, что делает его более ярким.

График излучения по частоте показывает, что для излучения на длине волны 1300 нм, излучаемое излучение является горизонтальным зерном (НЧ зерно).

График

График излучения излучения излучения.

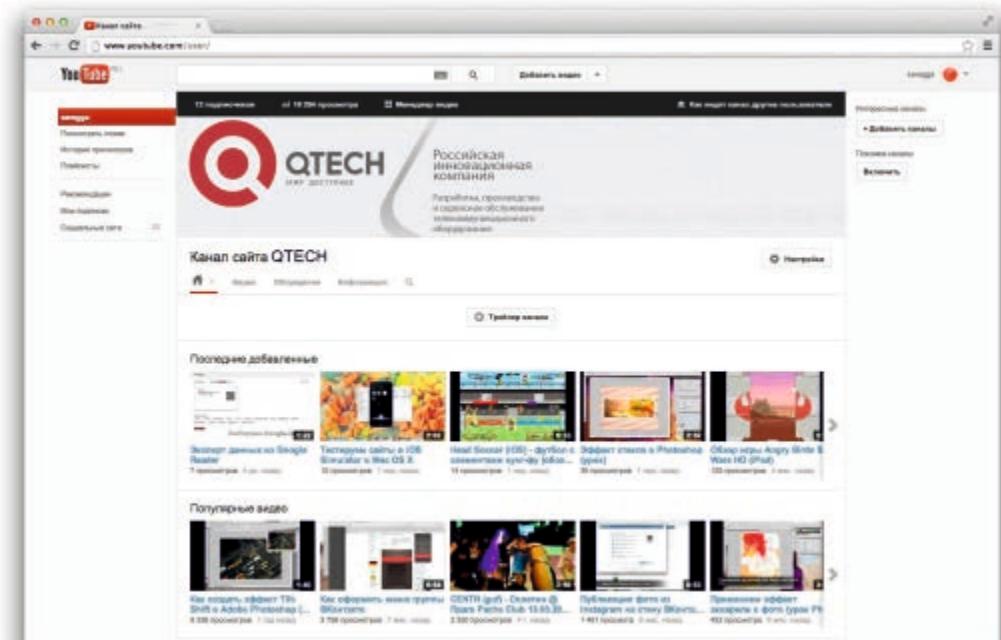


Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. СТРАТЕГИЯ

7. Спецпроекты:

- Вебинары
- Спонсорство и брендирование порталов
- Видео для размещения на сайте и видеохостингах
(канал на Youtube)



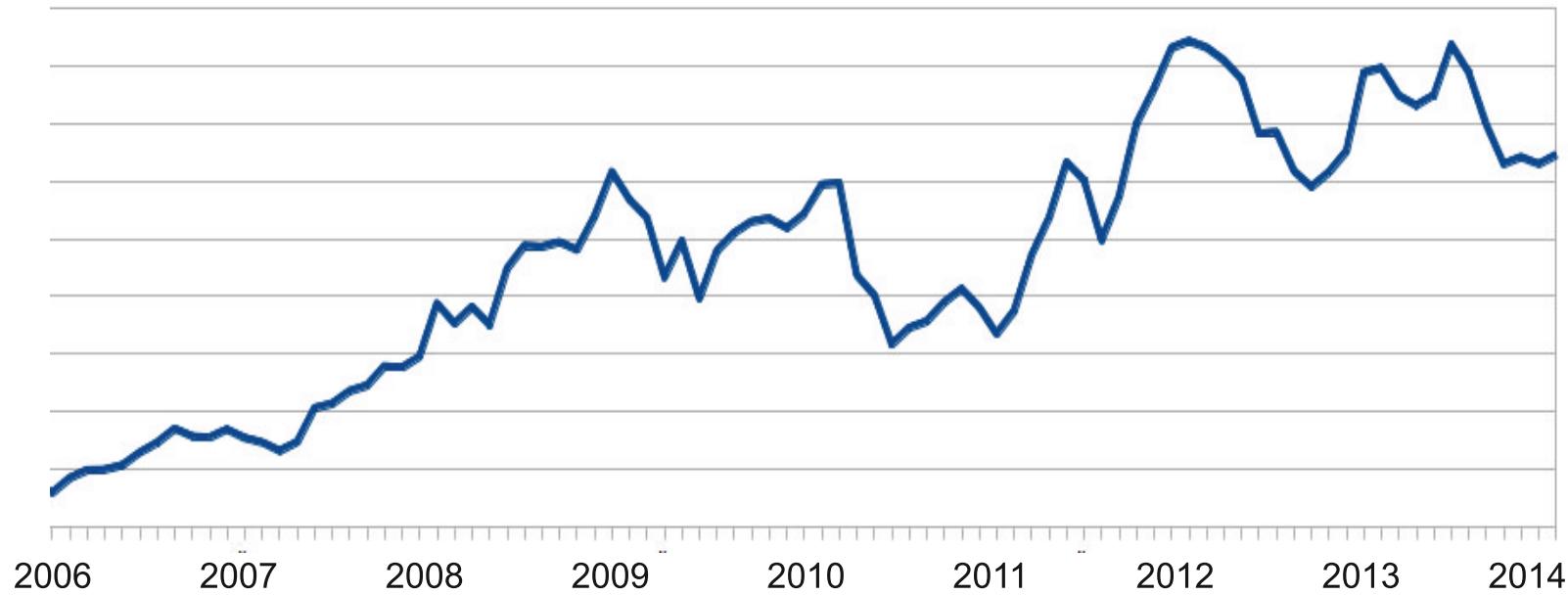


Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. РЕЗУЛЬТАТЫ

Посещаемость сайта

Рост трафика на сайт более, чем в **10** раз



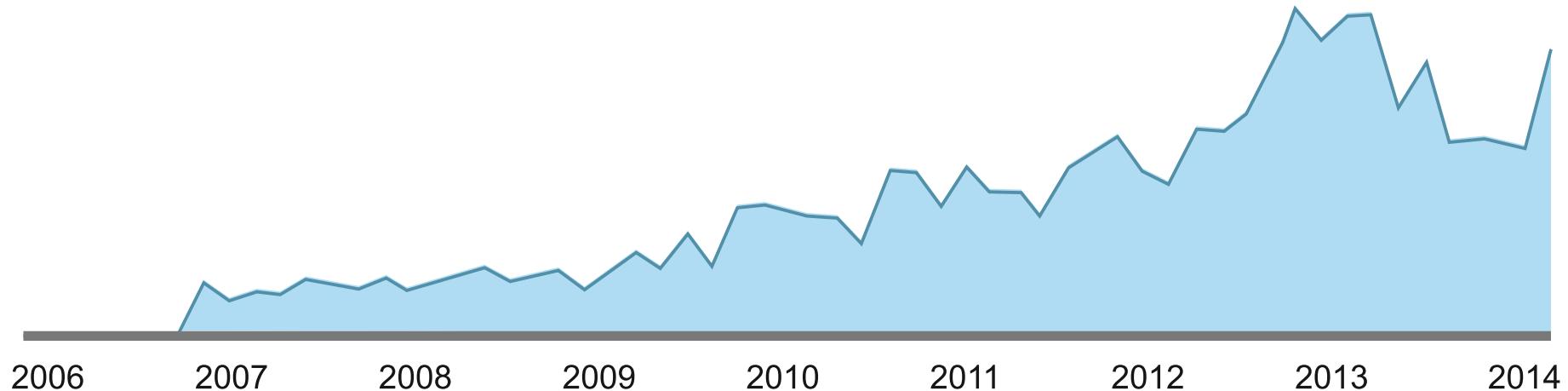


Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. РЕЗУЛЬТАТЫ

Посещаемость сайта

Рост бесплатного трафика по запросу «qtech» в **10** раз

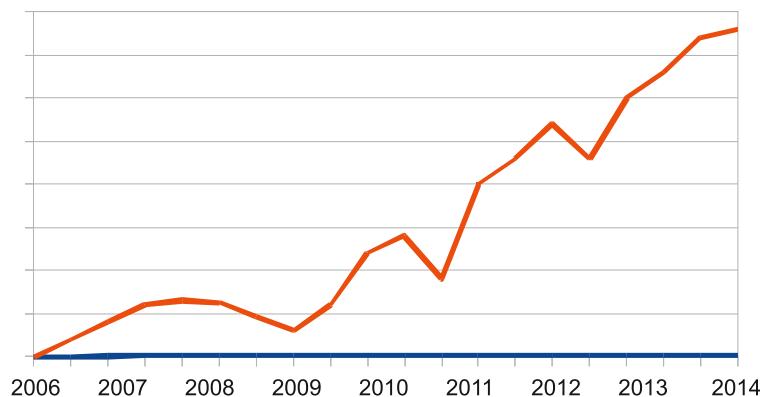




Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 1. ВЫВОД БРЕНДА НА РЫНОК. РЕЗУЛЬТАТЫ

Рост частотности запроса «QTECH» по wordstat.yandex.ru



Количество документов, найденных по запросу «QTECH»:

- в Яндекс — 110 тыс.
- в Google — 415 тыс.



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ КОМПАНИИ





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Клиент: компания N, дистрибутор товаров FMCG

Проблема: большое количество негатива в интернете
в связи с реорганизацией компании
и сменой руководства



КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Негатив касался:

- персоналий компании
(и агрегировался сотрудниками)
- условий сотрудничества
(и агрегировался дилерами
и партнерами)

Негатив размещался: на сайтах о работе и вакансиях



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Задачи проекта:

Краткосрочная: устранение текущего негатива

Долгосрочная: целенаправленное формирование положительного имиджа компании и продукции



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

1. Первоочередные мероприятия

1. Формирование нового сегмента семантического ядра — запросов, которые могут использовать пользователи для поиска компании
2. Формирование списка ресурсов, на котором размещен негатив
3. Удаление негативных отзывов
4. Размещение положительной/нейтральной информации
5. Поисковое продвижение этих страниц



Результат — через 1-3 месяца



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

1. Освещение работы с сотрудниками компании

- корпоративное обучение
- вакансии
- стажировка для студентов
- мероприятия тимбилдинга





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

- 2. Размещение информации о благотворительной деятельности**





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

3. Проведение стимулирующих акций





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

4. Участие компании в конкурсах и рейтингах





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

5. Работа с различными авторитетными ресурсами в интернете

- Интервью с первыми лицами в интернет-СМИ
- Сотрудники компании — консультанты и спикеры
- Присутствие компании на сайтах профессиональных ассоциаций
- Ведение колонки на тематических порталах





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

6. Группы в социальных сетях, блог компании





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

7. Работа с сайтом компании

Раздел «Карьера»:

- Работа в компании
- Карьерный рост
- Вакансии
- Студентам
- HR-контакты
- Информация о сотрудниках компании, их работе, карьерном росте
- Информация об образовательных проектах





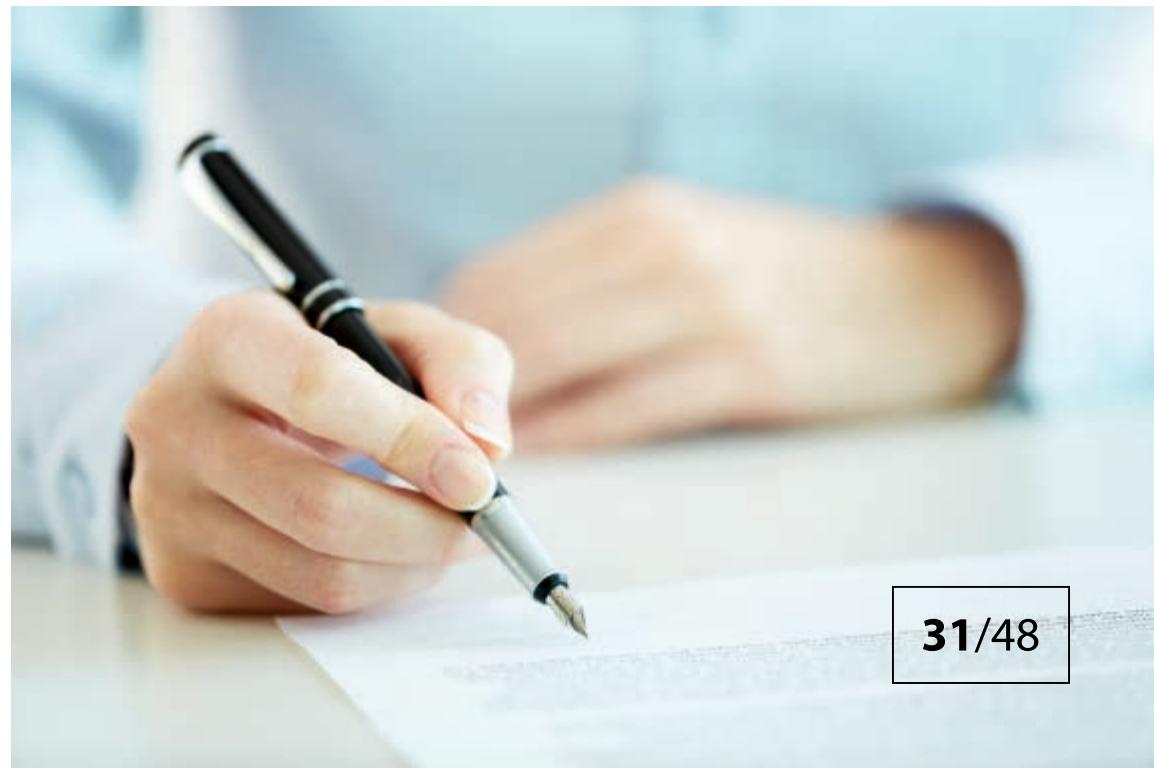
Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

7. Работа с сайтом компании

Раздел «Отзывы»





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

7. Работа с сайтом компании

Раздел «Пресс-центр»:

- Пресс-релизы
- Новости компании
- Контакты для СМИ
- Публикации из корпоративных изданий
- Публикации о компании в СМИ
- Медиабанк
- Презентации компании





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

2. Комплексная программа по формированию и поддержанию положительного имиджа компании

7. Работа с сайтом компании

Функционал «Прямая связь
с генеральным директором»

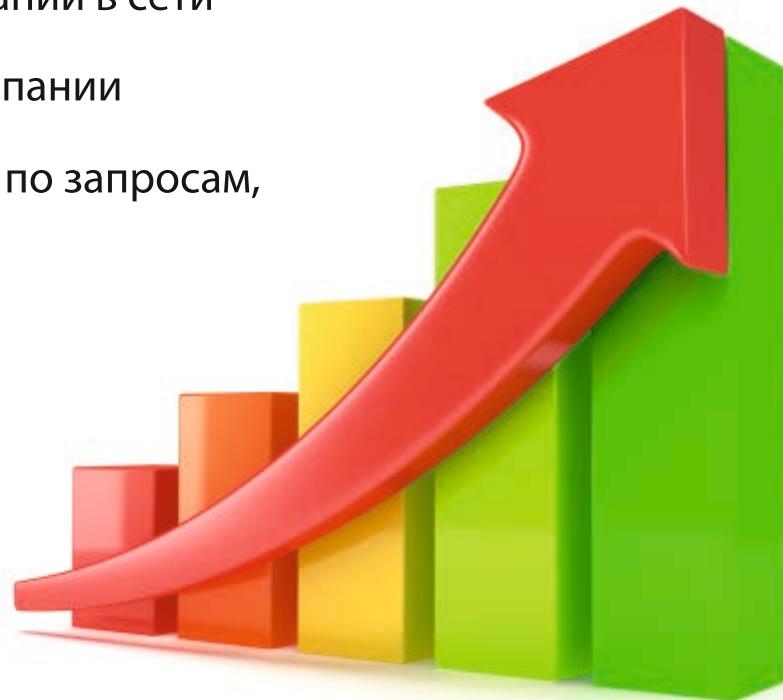




КЕЙС 2. БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИИ. СТРАТЕГИЯ

Численные метрики:

- рост числа упоминаний названия компании в сети
- рост числа внешних ссылок на сайт компании
- рост числа поискового трафика на сайт по запросам, связанным с названием компании
- рост качества трафика сайта
- рост числа подписчиков на аккаунты компании в социальных сетях





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПЕРВИЧНЫХ И ПОВТОРНЫХ ПРОДАЖ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Клиент:
интернет-магазин
развивающих книг
и игрушек

The screenshot shows a website for a children's educational store. At the top right, there is a phone number +7 (495) 228-54-02, a shopping cart icon with 'Корзина товаров' (0 шт. / 0 руб.), and links for 'Главная' and 'Карта сайта'. The main banner features a young girl thinking, with the text 'Научи ребенка считать!' (Teach your child to count!). Below the banner, there is a section titled 'Книги' (Books) with four categories: 'Художественная литература' (Literature), 'Дошкольное обучение' (Preschool education), 'Первые книги малыша' (First books for babies), and 'Познавательная литература' (Educational literature). A sidebar on the left has buttons for 'Задать вопрос' (Ask a question) and 'Найти акции' (Find promotions). The bottom right corner contains the page number '36/48'.



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Цели:

- Поднять количество он-лайн продаж
- Поднять количество повторных он-лайн продаж
- Увеличить частоту покупок
- Увеличить средний чек

Краткосрочная стратегия (5 месяцев)



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Текущее состояние:

- Трафик: 10 000
- Коэффициент конверсии сайта: 0,8%
- Средний чек: 950 рублей



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

1. Сегментация целевой аудитории и определение потребностей каждого сегмента





Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

Молодые женщины с детьми

1. Текстовые описания товаров
2. Информация об экологичности и безопасности
3. «Развивающее назначение»

The screenshot shows a website with a wooden background theme. At the top, there is a navigation bar with links: О МАГАЗИНЕ, ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КАТАЛОГ ТОВАРОВ (highlighted in green), КОНТАКТЫ, ДОСТАВКА, ОПЛАТА, НОВОСТИ, СТАТЬИ, and Поиск.

On the left side, there are three vertical buttons: 'ЗАКАЗ ВЫПРОС' (with a question mark icon), 'НАЙТИ' (with a magnifying glass icon), and 'ВЫБОР' (with a checkmark icon).

The main content area features several categories:

- Книги:** Художественная литература, Дошкольное обучение, Первые книжки малыша, Познавательная литература, Детский фэнтези.
- Игрушки:** Деревянные конструкторы (Лего, домики, кукольный театр), Мягкие игрушки, Музыкальные игрушки, Для вымывания игр, праздничное и конкурсное, Настольные игры, Народные игрушки, Для обучения счету, Детские наборы игрушек, Для развития мелкой моторики.

Возраст: От рождения до 1 года, От 1 до 3 лет, От 3 до 6 лет.

Пол: ~

Product Detail Page (highlighted by a magnifying glass):

Кубики "Цифры" 12 шт (SKU: 1111-3)

Возрастная группа: От 3 до 6 лет
Пол ребенка: Все
Развивающее назначение: Конструктор
Функциональные свойства: Простота
Материал: Деревянные
Размер: Коробка: 17 см * 13 см * 4 см
Масса: 380 гр
Цена: 150 руб.
Отзыв товара есть
Доставка и самовывоз возможны в любой регион.

Описание: Кубики с буквами русского или английского алфавита, которые были популярны в нашей детстве, помогут мальчику узнать буквы и соединять из них первые слова. Деревянные кубики с цифрами познакомят при обучении начальное счета. Хорош это, деревянные кубики с картинками можно затратить использовать как конструктор — спроектировать домики, башни и крепости — фантазия ребенка не будет ограничена ничем. Такие игры развивают пространственное мышление мальчика, совершенствуют фантазию. Ребенок учится использовать математику в жизни, а также получает

Личный отзыв: Замечательный строительный набор - в наборе 12 кубиков. Можно спроектировать домик с картинками можно затратить использовать как конструктор — спроектировать домики, башни и крепости — фантазия ребенка не будет ограничена ничем. Такие игры развивают пространственное мышление мальчика, совершенствуют фантазию. Ребенок учится использовать математику в жизни, а также получает

40/48



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

Другие частные заказчики

1. Отзывы
2. Возрастная группа

The image shows a website interface with two main sections highlighted by numbers:

- Section 1 (Left):** A feedback form titled "Добавьте отзыв" (Add review) with fields for name, email, rating, and text area. It includes a "Отправить" (Send) button and a "Помощь" (Help) link.
- Section 2 (Right):** A product page for "Кубики 'Цифры' 12 шт" (Wooden Number Blocks 12 pieces). The page features:
 - A sidebar with categories: Книги (Books), Игрушки (Toys), Возраст (Age), and Пол (Gender).
 - A detailed product description: Артикул: 1111-3, Возрастная группа: От 3 до 6 лет, Пол ребенка: Все, Развивающее назначение: Конструктор, Функциональные свойства: Порядок, Изделия: Деревянные, Размер коробки: 17см*13см*4 см, Вес: 380 гр.
 - A large image of the product: 12 wooden cubes with numbers and symbols.
 - A price of 150 руб. and a "В корзину" (Add to cart) button.
 - A magnifying glass icon pointing to the product image.
 - An "Описание" (Description) section with text about the blocks being suitable for children from 3 to 6 years old, their use as a constructor, and their educational value for learning numbers and symbols.
 - A "Личный отзыв" (Personal review) section with a placeholder text: "Замечательный строительный набор - в наборе 12 кубиков. Можно спроектировать даже сложную цифру с картинками и можно запросто использовать как конструктор — спроектировать домики, башни и крепости — фантазия ребенка не будет ограничена никем. Такие кубы развязывают пространственное мышление мальчиков, совершенствуя фантазию. Ребенок учится использовать лучшие таланты: логику для логики, воображение для фантазии, мелкую моторику для конструирования".

Page Number: 41/48



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

ШКОЛЫ И ДЕТСКИЕ САДЫ

1. Минимальная стоимость закупки
2. Скидки юридическим лицам

The screenshot shows a website for children's educational products. At the top, there are navigation links: О МАГАЗИНЕ, ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КАТАЛОГ ТОВАРОВ, КОНТАКТЫ, ДОСТАВКА, ОПЛАТА, НОВОСТИ, СТАТЬИ, and ПОИСК. Below the header, there are three main categories: Книги, Игрушки, and Возраст. The Игрушки category is highlighted. A sidebar on the left has buttons for ЗАБЫТОЕ ВОПРОС and ИДЕИ АКЦИИ. The main content area shows a product page for "Кубики 'Цифры' 12 шт". The product image is circled in black. To the right of the image, there is detailed product information: Деревянные конструкторы, Фирма: Томик, Артикул: 1111-3, Возрастная группа: От 3 до 6 лет, Пол ребенка: Все, Рекомендованное назначение: Конструктивные, Функциональные свойства: Простые, без подвижных деталей, Материал: Деревянные, Размер коробки: 70мм*130мм*4 см, Масса: 300 г. Below the product details, there is a section for Юридическим лицам with a green button labeled "Добавить отзыв" and a link to "Все фото товара (1)". The bottom of the page features a "Описание" section with a large amount of text about the product's features and benefits, and a "Похожие товары" section.



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

1. Формирование уникального торгового предложения

Основные преимущества магазина

Принцип работы магазина

Честность и порядочность по отношению к покупателям

Цены на товары - не завышаются

Приобретая книги в нашем магазине, вы можете быть уверены, что получите качественные книги

По книгам производится строгий отбор по качеству

Строгое отбор по качеству

Приобретая книги в нашем магазине, вы можете быть уверены, что получите качественные книги

Книги

Игрушки

Возраст

От рождения до 5 лет

От 1 до 3 лет

От 3 до 6 лет

Пол

Девочки

Мальчики

43/48



КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

3. Формирование привлекательных сниппетов

- Подключение YML-файла – для уточнения сниппета в Яндексе
- Добавление в Яндекс.Справочник адреса и телефона
- Быстрые ссылки для повышения конверсии

"Томик" | Кубики "Цифры" 12 шт | ... - магазин...

catalog/games/numbers-12-tomik/ ▾

Кубики с буквами русского или английского алфавита, которые были популярны и в нашем детстве, помогут малышам узнать буквы и составить из них первые слова. Деревянные кубики с цифрами незаменимы при освоении навыков счёта.

от 150 руб.

Доставка: Москва от 250 руб.

Интернет магазин развивающих детских книг и игрушек - ...

Магазин ... предлагает широкий ассортимент качественных и полезных книг и игрушек в Москве для детей любых возрастов. Наш интернет-магазин развивающих игрушек реализует только безопасную продукцию...

+7 (495) ... · ежедн. 10:00-20:00

9 Московская обл., Одинцовский р-н, Одинцово, ...

Адрес на карте

Интернет магазин развивающих детских книг и игрушек - ...

Магазин ... предлагает широкий ассортимент качественных и полезных книг и игрушек в Москве для детей любых возрастов. Наш интернет-магазин развивающих игрушек реализует только безопасную продукцию...

Книги Игрушки Детям до года От 1 до 3 лет От 3 до 6 лет



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

4. Мерчендайзинг

Размещение товаров на разводящей странице раздела каталога

Блок «Это может вам понравиться»

Блок «Вместе с этим товаром покупают»

The screenshot shows a product page with two main sections:

- С этим товаром покупают** (Products bought with this item):
 - Такие разные животные** (For reading by adults to children) - featuring various animals.
 - Такие разные птицы** (For reading by adults to children) - featuring various birds.
 - "Смотрю, Играю, Узнаю", 70 развивающих карточек для занятий с детьми от 0 до 3 лет. Набор № 1** (For reading by adults to children) - featuring cards for children aged 0-3 years.
 - Такие разные цветы** (For reading by adults to children) - featuring various flowers.
- Это может вам понравиться** (This may appeal to you):
 - Images of various animals, birds, and flowers.



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

5. E-mail маркетинг

- **сразу** после получения контакта — техническое письмо
- в течение **10 минут** — благодарность за регистрацию, скидка на первую покупку, Топ5 товарных предложений
- через **день** — краткий дайджест продукции, акции, товар дня
- через **2 дня** — предложение вступить в группы в соцсетях, полезная статья, акции, товар дня
- через **7 дней** и далее каждые 10 дней — полезная статья, акции, товар дня



Кейсы: стратегии контент-маркетинга
для решения конкретных маркетинговых задач

КЕЙС 3. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ. СТРАТЕГИЯ

	До	После
Трафик	10 000	12 000
Коэффициент конверсии сайта	0,8%	1,2%
Средний чек	950 рублей	1250 рублей



МАРКЕТИНГОВЫЙ
КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ

www.techart.ru

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!
ПОЖАЛУЙСТА,
ЗАДАВАЙТЕ
ВОПРОСЫ.**

Анна Ларина

Проект-менеджер МГ «Текарт»

(495) 790-7591

info@techart.ru

www.techart.ru

<http://twitter.com/techart/>

<http://www.facebook.com/techartgroup>