

Каналы продвижения

К основным каналам продвижения продуктов в сети относятся:

1. SEO
2. SMM
3. Контекстная реклама
4. Таргетированная реклама
5. Email-маркетинг
6. Мессенджер-маркетинг
7. Контент-маркетинг
8. Продвижение через СМИ

Использовать сразу все каналы продвижения, равно как и заикливаться на одном, неэффективно. Хорошо изучив преимущества каждого направления и место локализации своей ЦА, лучше остановиться на двух-трех вариантах, параллельно тестируя другие.

1. SEO

Оптимизация — это вывод сайта на первые позиции в поисковиках, с помощью подбора ключевых слов, а также улучшения его архитектуры: навигации, структуры страниц и разделов. Плохая организация элементов ресурса существенно снижает его юзабилити и делает бесполезным для пользователей.

2. SMM

Соцсети открывают массу перспектив для продвижения компании, от возможности постить фото продуктов до проведения промо-акций, конкурсов и розыгрышей. Но чтобы заинтересовать пользователей, нужен визуально и содержательно интересный контент, который захочется ежедневно видеть в ленте.

3. Email-маркетинг

Не навязчивая, хорошо продуманная и полезная email-рассылка — это эффективный инструмент для привлечения новых и удержания постоянных клиентов. С помощью этого канала продвижения, можно рассказать об интересных новостях компании, поделиться экспертным контентом (инструкциями, обзорами, советами) или пригласить на распродажу. Главное, чтобы письма были полезными, а не напоминали обычный спам. Идеальная рассылка учитывает не только личные предпочтения получателя, но и время, удобное для просмотра сообщений.

Грамотная стратегия email-маркетинга помогает:

Конвертировать новых покупателей в постоянных клиентов.

Поддерживать интерес сформированной клиентской базы.

3. Email-маркетинг

Не навязчивая, хорошо продуманная и полезная email-рассылка — это эффективный инструмент для привлечения новых и удержания постоянных клиентов. С помощью этого канала продвижения, можно рассказать об интересных новостях компании, поделиться экспертным контентом (инструкциями, обзорами, советами) или пригласить на распродажу. Главное, чтобы письма были полезными, а не напоминали обычный спам. Идеальная рассылка учитывает не только личные предпочтения получателя, но и время, удобное для просмотра сообщений.

Грамотная стратегия email-маркетинга помогает:

Конвертировать новых покупателей в постоянных клиентов.

Поддерживать интерес сформированной клиентской базы.

4. Контекстная реклама

Интернет-реклама, возникающая в ответ на запрос пользователя, помогает покупателю находить нужный продукт, а предпринимателю предлагать свои товары и услуги заинтересованной аудитории. Для настройки контекста не нужна поисковая оптимизация, главное, чтобы сайт исправно работал.

5. Таргетированная реклама

Таргетинг — это демонстрация рекламных объявлений пользователям, отвечающим заданным характеристикам. Таргет настраивается под определенные параметры: возраст, интересы, локацию и т. д.

Благодаря высокой степени персонализации таргетированная реклама обеспечивает:

Прямое воздействие на аудиторию, заинтересованную в продукте.

Приток клиентов, готовых совершить покупку.

Снижение расходов за счет точных параметров настройки.

6. Мессенджер-маркетинг

Мессенджеры — это эффективный канал для продвижения продуктов с обширным функционалом. С их помощью можно обрабатывать заказы клиентов, информировать об акциях и делать рассылки, даже не прибегая к email-маркетингу. А Telegram позволяет создать канал бренда, на котором можно делиться интересным контентом и размещать ссылки на корпоративный сайт, тем самым генерируя трафик. Продвижение Telegram-канала не приведет к мгновенному росту продаж, но будет постепенно вовлекать ЦА.

Мессенджер-маркетинг помогает:

Увеличить охват ЦА.

Упростить операционные процессы за счет удобного функционала.

Мгновенно распространять информацию среди лояльной аудитории.

7. Контент-маркетинг

Полезные и уникальные материалы существенно повышают узнаваемость и экспертность компании, превращая контент-маркетинг в эффективный канал для продвижения товаров и услуг.

8. Продвижение через СМИ

Комментарии и экспертные публикации в профильных изданиях создают позитивный имидж компании. Кроме того, публикации в медиа увеличивают охват ЦА, приносят трафик в долгосрочной перспективе и вполне могут стать бесплатным каналом продвижения.

Правда, чтобы появляться в СМИ на безвозмездной основе, нужен интересный контент и грамотно выстроенная коммуникация с журналистами. Найти общий язык с редакциями помогает сервис Pressfeed, через который можно оперативно откликаться на журналистские запросы и получать публикации в СМИ бесплатно.