

**Как привести к себе клиентов, не потратив на это  
миллионы**

**Умешь, саночки возить, умей и  
кататься!**



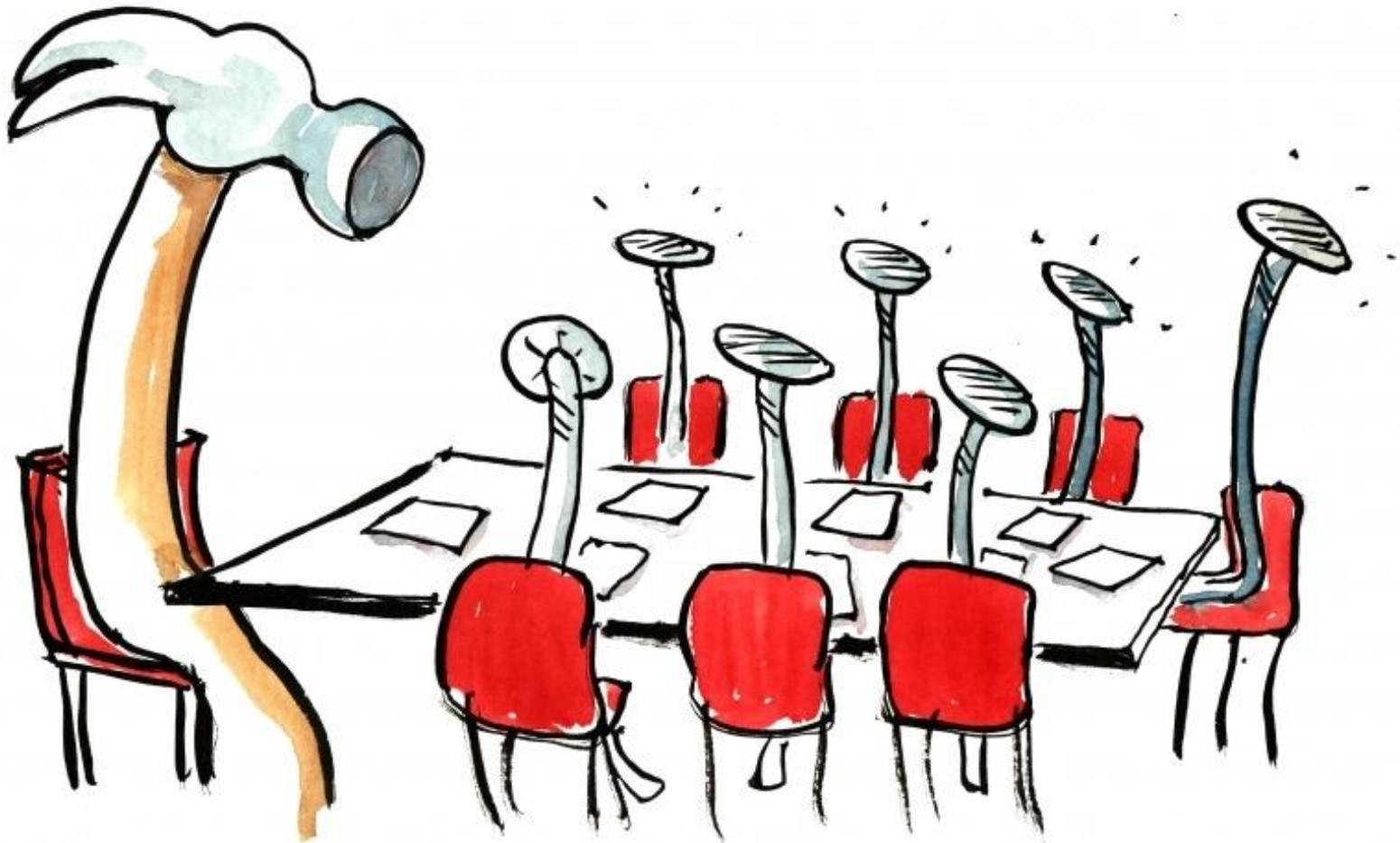
# Где искать клиентов?

Информационно-коммуникативные каналы непопулярные в SEO-среде, зато известные вашим клиентам

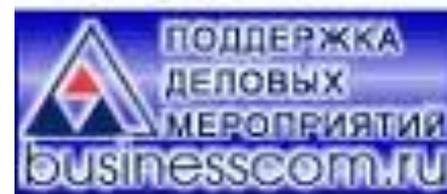


# ЦА

Люди, принимающие решения об обращении к услугам интернет-маркетологов.



# Порталы и интернет-издания



# Печатные издания



Деловые издания для профессионалов:

1. «Рекламодатель»
2. «Промышленный маркетинг»
3. «Новости маркетинга»
4. «Новости менеджмента»
5. «Маркетинг и маркетинговые исследования»,
6. «Интернет-маркетинг»,
7. «Маркетинговые коммуникации»
8. «На стол руководителю»
9. «Практика интернет-маркетинга»
10. «Генеральный директор»

# Конференции и мероприятия

## Профильные



## Отраслевые



## Онлайн



# Внутренние ресурсы

**Мастер-классы и вебинары для  
привлечения новых клиентов**



**Раскрученные мероприятия  
+ свои**

**Корпоративные блоги**



**Уникальные материалы  
цитируются**

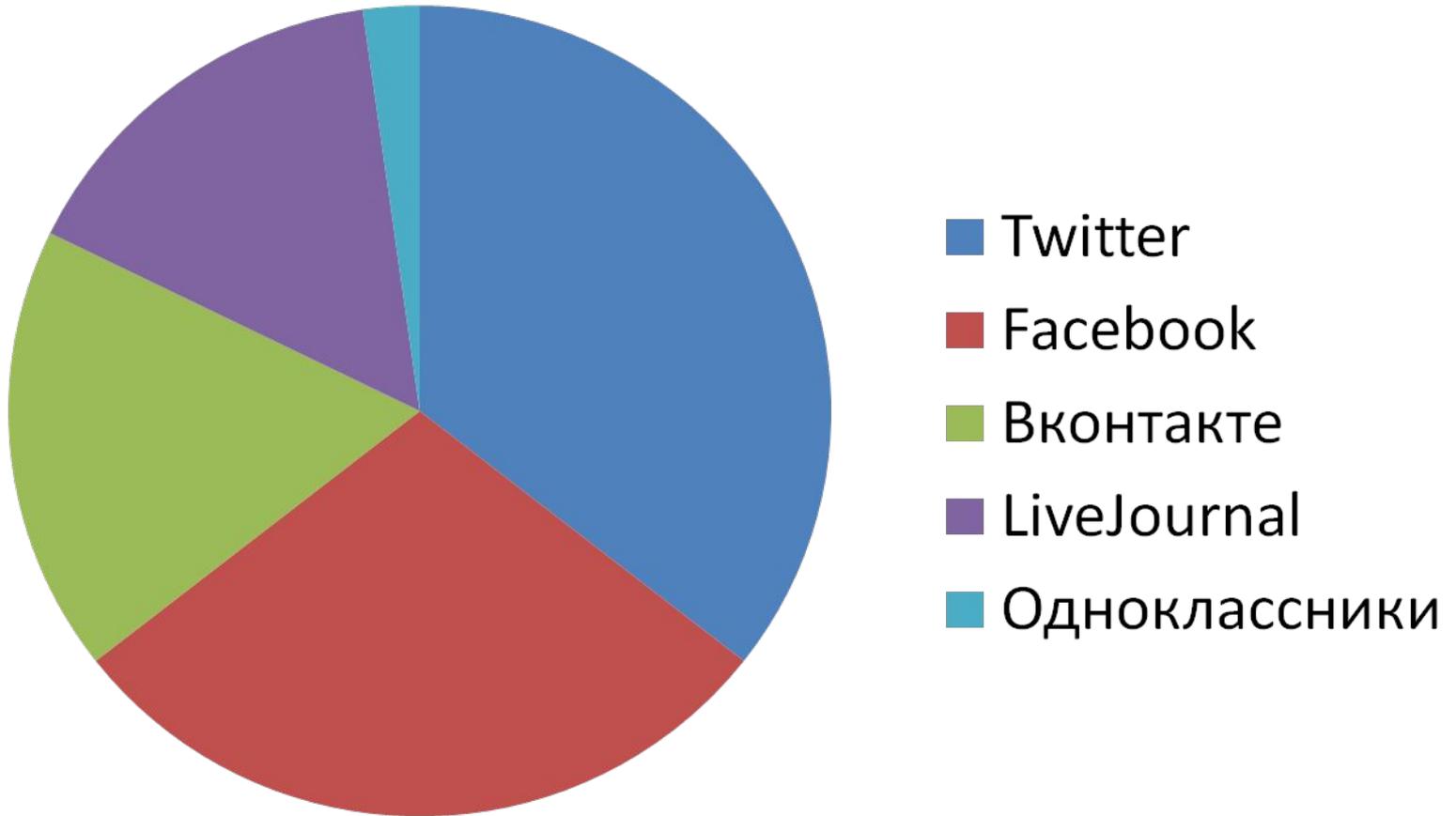
***Блоги сотрудников***



**Положительный образ  
компании + рекрутинг**

**Вы уже в SMM? Тогда мы идем к вам!**

## Аккаунты SEO-компаний



# ОНИ ЖИВЫЕ!

30 % -  
НОВОСТИ  
КОМПАНИИ

30% -  
НОВОСТИ  
ОТРАСЛИ

30 % - фан



Фотографии с корпоративных аккаунтов компаний РБС, Ingate и ITCU group

# Тройной наезд - вас заметили! Рейтинги SEO-компаний



# Эффективность

## INGATE

Данные за период с июня по август 2011 г.

- **Ktoprodvinul.ru (5 место):** 264 перехода - 8 заявок.
- **СМС Magazine.ru (15 место):** 112 переходов - 2 заявки.
- **Рейтинги Seonews.ru (3 место):** 687 переходов - 9 заявок.

**Итог: 19 заявок за 3 летних месяца**

## КОРПОРАЦИЯ РБС

- **Рейтинги SEOnews**  
3% конверсия
- **СМСmagazine.ru**  
6% конверсия
- **ktoprodvinul.ru**  
3 % конверсия.

# Изменения позиций за 2009-2011 года

1 МЕСТО



2 МЕСТО



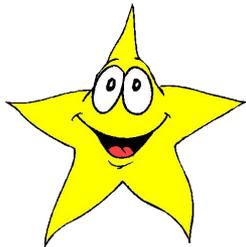
3 МЕСТО



4 МЕСТО



5 МЕСТО



# Результаты реализации комплексной стратегии продвижения Demis Group\*

**Количество новых PR-площадок (тематические порталы, рейтинги, печатные СМИ, онлайн СМИ, пресс-релизные сайты и т.д.):**

- 2007-2009 гг.: около 60 площадок
- 2010 год: **293 площадки, прирост: +388%**
- I кв.-2011: **84 площадки, прирост (по сравнению с I кв.-2010): +14%**

**Количество целевых PR-публикаций (статьи, пресс-релизы, интервью, экспертные мнения и т.д.) :**

- 2007-2009 гг.: около 90 публикаций
- 2010 год: более 600 PR-публикаций, прирост: +574%
- I кв.-2011: 163 публикации, прирост (по сравнению с I кв.-2010): +12%

- **Количество PR-переходов (PR-трафик) – без учета контекстных и прочих кликов:**
- - 2009 г.: **1115 переходов с PR-площадок** (по данным счетчика LiveInternet)
- - 2010 г.: **9618 переходов с PR-площадок, прирост: +736%**
- - I кв.-2011: **2625 переходов, прирост (по сравнению с I кв.-2010): +9%**

**\*По данным Demis Group**

**ЭТО РАБОТАЕТ!**

# Беспрецедентная акция



# Благодарю за внимание!



Марал Гаипова  
Специалист по связям с  
общественностью  
[mg@seonews.ru](mailto:mg@seonews.ru)  
Тел: +7 (495) 960-65-87

SEONEWS.RU - поисковый маркетинг  
<http://www.seonews.ru/>