

# Тезисы

(рунет)

2000 год

Ведущие СМИ

**ЧГТРК**, Восточный экспресс,

**СТС Челябинский**

**рабочий**, Вечерний Челябинск...

2010 год

Ведущие СМИ

Вести ЮУ, 31 канал, Восточный  
экспресс, 74.RU, URA.RU,  
Уралполит.RU, Доступ1.RU

# Проникновение интернета

2009 год

УрФО - **31%**

Москва - 59%

# Проникновение интернета

В Челябинске по разным данным до

300.000

пользователей интернета

# Тренды

Региональные СМИ США полностью уходят в интернет, крупнейшие книгоиздатели переходят на цифровой формат

Мобильные устройства и платформы выходят на первый план

Ежегодно запускаются и закрываются сотни интернет площадок

Растут скорости, исчезает лимит трафика, снижается его стоимость

Развивается мобильный интернет

Интернет становится частью геополитического влияния

# Прирост количества рекламодателей контекстной рекламы

2009 год

УрФО - 86%

Москва - 39%

Лавинообразный рост  
сопровождается отсутствием  
инструментов и, как  
следствие крайне низким  
количеством успешных  
проектов



Инвестиции в  
интернет площадки  
равны инвестициям  
в традиционный  
бизнес

# Задачи

Подготовка площадки,  
основных сервисов  
и базовых инструментов  
продвижения

# АПД

## Плюсы:

1. Разработан сайт и основные сервисы.
2. Проведены работы по продвижению в поисковых системах (*search engine optimization*).

## Минусы:

1. Морально устаревший дизайн и структура.
2. Не эффективный интернет-маркетинг.
3. Раздробленность интернет площадок.

# Задачи

1. Реорганизация сайтов.
2. Корректировка структуры и дизайна.
3. Разработка и реализация программы продвижения.

# Возможности

1. Шаблоны используемой платформы.
2. Использование социальных сетей (Social media optimization и Social media marketing)
3. Использование федеральных площадок.
4. Использование традиционных средств продвижения.

# Необходимое уточнение

Интернет платформа является лишь частью единой системы маркетинговых коммуникаций и ее развитие напрямую зависит от эффективности общей маркетинговой политики компании.