

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.