

Digital-маркетинг.  
Клиенты из интернета  
от старта  
до повторных продаж

Устинов Александр  
– управляющий партнёр JetStyle



Что такое Digital?



Чем он отличается  
от «обычного»  
маркетинга?

Обычный –  
офлайновые  
инструменты  
и носители

# Преимущества

Привязка к точкам продаж

Ощущение глянца

Создание имиджа

# Недостатки

Сложность подсчёта

эффективности

Высокая стоимость

Плохая сегментация



# Digital-маркетинг

Решения для  
браузеров, мобильных  
устройств  
и любых других  
коммуникационных  
платформ



# Преимущества

Таргетирование

Интерактивность

Аналитика

Управление повторными  
продажами

# Недостатки

Работает не на все группы

покупателей

Меньше работает на имидж

Покупатель может ответить



ИСПОЛЬЗОВАТЬ

оба

ИНСТРУМЕНТА

# Практическое применение

У кого из вас есть  
действующий  
интернет-магазин?

У кого из вас есть  
офлайн-бизнес и  
интернет-магазин?

Как вы продвигаете  
свой интернет-  
магазин?

СКОЛЬКО ИЗ ВАС  
МОЖЕТ СКАЗАТЬ,  
СКОЛЬКО ПРОДАЖ  
И ДЕНЕГ ПРИНОСИТ  
КАЖДЫЙ  
ИНСТРУМЕНТ?



**80% магазинов  
не могут ответить  
на этот вопрос**

У кого офлайн-  
бизнес и нет  
интернет-магазина?

Как вы продвигаете  
свой офлайн-  
бизнес?

**Кто из вас считает  
стоимость  
продажи с каждого  
инструмента?**

**Практически никто  
не делает такого  
анализа**

Что делаем мы?

Рассмотрим  
реальные кейсы

Интернет-магазин



# Интернет-магазин продуктов питания (FMCG)

Цель: повысить количество заказов  
с минимальными затратами и  
увеличить повторные продажи

# Интернет-магазин – как полноценный бренд

# Интернет-магазин снаряжения для экстремальных видов спорта (B2C)

Цель: повысить количество заказов  
с минимальными затратами и  
увеличить повторные продажи

Когда офлайн-бизнес  
хочет создать интернет-  
магазин

Больше примеров  
в кулуарах



Спасибо!

Мы готовы ответить  
на вопросы!

УСТИНОВ

Александр

[avi.ustinov@gmail.com](mailto:avi.ustinov@gmail.com)

8 922 036 13 66