



Internet Marketing для «СЛОЖНЫХ» товаров и услуг

Юлия Завилейская
SVP, Integrated Communications

28 октября 2008 года



Несколько фактов о «сложных» услугах и не только

- Покупатель активен – покупает, когда «надо»
- Длинный цикл продаж
- Особенности поколений: какие источники о товарах и услугах используют



Marketing Communications

- Реклама
- Direct marketing
- Sales promotions
- Брошюры
- PR
- Спонсорство
- Мероприятия: специализированные выставки
- **Internet marketing: SEO, Интернет-реклама, newsletters**



А работает ли интернет?

- DataArt – разработка заказного ПО.
www.dataart.com – на пике 25% оборота получены от клиентов пришедших с сайта
- Как мы купили машину
- Как коллега купила квартиру
- А как вы покупаете туристические поездки?



Интернет-маркетинг

- Веб-сайт
- SEO – Search Engine Optimization – оптимизация для поисковых систем
- Интернет-реклама: CPC (Cost per click)
- Newsletters



Веб-сайт: подготовка

- Сформулировать задачи
- Выявить стейхолдеров – заинтересованных
- Продумать процесс работы с (Leads) запросами с сайта
- SEO – долгосрочная инвестиция



Веб-сайт: создание

- Постановка задачи
- Подготовка материалов
- Дизайн: должен отвечать задачам (пример dataart.com, нельзя быть слишком, или когда мы были как Microsoft)
- Помнить про поисковые машины – «они не люди»



Работа с интернет-маркетингом

- Обработка контактов с сайта – процесс поддержки продаж
- Контакты с сайта – даже если не сейчас, то в будущем может стать продажей (CRM)
- Newsletters – не дайте себя забыть
- SEO – долгосрочная инвестиция
- Online-реклама как инструмент борьбы с сезонными спадами и/или активизации продаж



Вопросы?

Спасибо за внимание!

Успехов!

Юлия Завилейская

jul@dataart.com