

ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ. Настоящее и возможное будущее

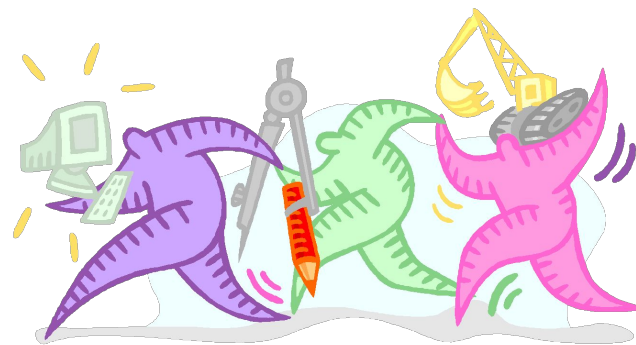
Михаил Козлов



Москва, 22 ноября 2005 г.
Конференция «**Поисковая оптимизация
и продвижение сайтов в Интернете**»
Михаил Козлов, руководитель отдела интернет-
маркетинга компании «Ашманов и Партнёры»

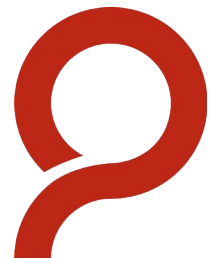
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

- Привлечение посетителей
- Удержание/конверсия посетителей.
- Повторные контакты и контракты



ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ*

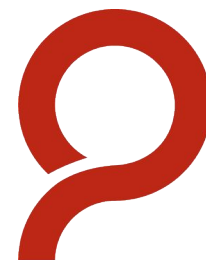
- Привлекает новых посетителей.
- Не отвлекает от текущей деятельности.
- Наименее раздражительный вид рекламы.



* Далее - ПМ

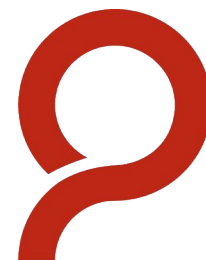
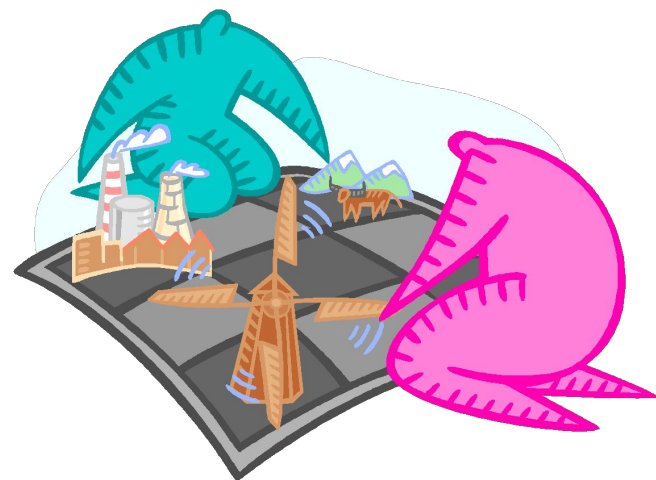
ИНСТРУМЕНТЫ ПМ

- Реклама в поиске
(Яндекс.Директ, Бегун, AdWords).
- Поисковая оптимизация.
- Контекстная реклама
(Бегун, AdSense, Рорер, Яндекс.
Директ).
- Платное включение
(каталоги, товарные поисковики).



РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

- Отталкиваться от целей сайта.
- Изучать запросы.
- Следить за конкурентами



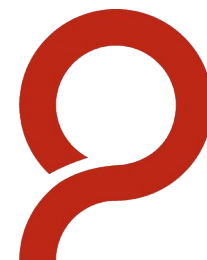
ПРОДАЖИ СЕЙЧАС

- Запросы: транзакционные.
- Активное применение товарной рекламы (Яндекс.Маркет, Рамблер-Покупки и др.).
- Использование чужих брендов дает ограниченный результат.



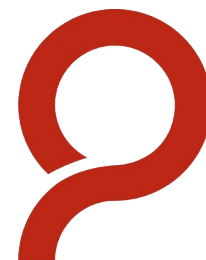
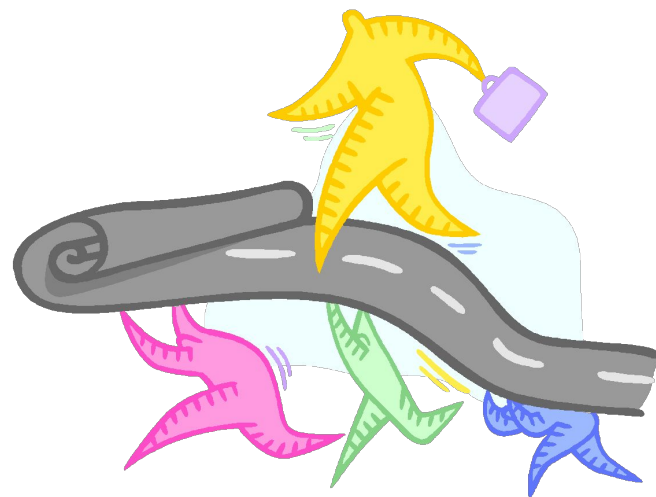
ПРИВЛЕЧЕНИЕ ТРАФИКА

- Запросы: информационные.
- Использование чужих брендов дает положительный результат.



ЦЕЛИ PR И GR

- Запросы: бренды, имена топ-менеджеров.
- Контекстная реклама – в стиле общей РК.
- Использование чужих брендов возможно, но не всегда.



РЫНОК ПМ

- В России – цифра не известна.
- В США и Канаде – \$4 млрд*.
- Прогнозируется рост и в 2005 и в 2006.



* Источник – опрос SEMPO, конец 2004 г.



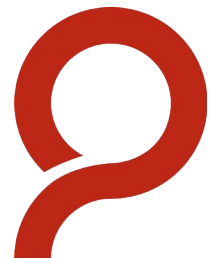
УГРОЗЫ ДЛЯ SEO

- Поисковый спам и борьба с ним.
- Персонализация поиска.
 - ✓ Персональный поиск.
 - ✓ Локальный поиск.
 - ✓ Настройки критериев релевантности.



КУДА БЕЖАТЬ

- Контекстная реклама.
- Интернет-консалтинг (ROI, юзабилити, техническая совместимость и пр.).
- Партнерский маркетинг.



Интернет-консалтинг

АУДИТ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ

Программное обеспечение

Вопросы?

**Пишите Михаилу Козлову
на msk@ashmanov.com**