ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ.
Настоящее и возможное будущее

Михаил Козлов

Ашманов и партнеры

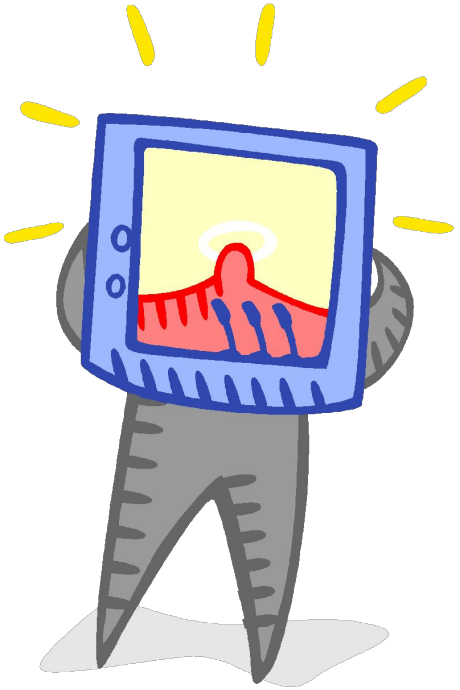
Москва, 22 ноября 2005 г.
Конференция **«Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в Интернете»**
Михаил Козлов, руководитель отдела интернет-маркетинга компании «Ашманов и Партнёры»

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.



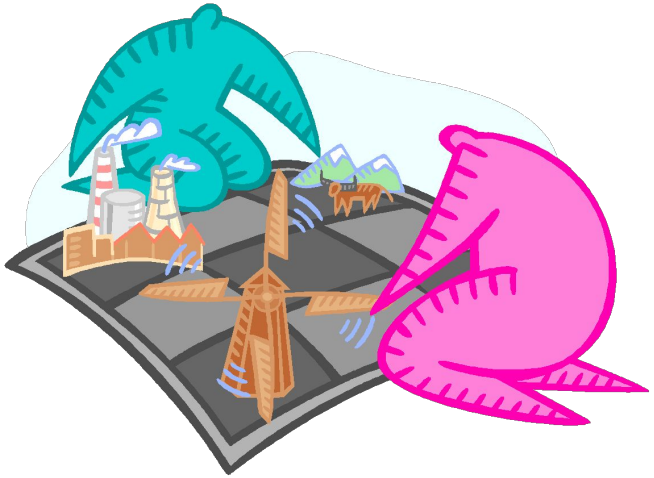
* Далее - ПМ

ИНСТРУМЕНТЫ ПМ

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

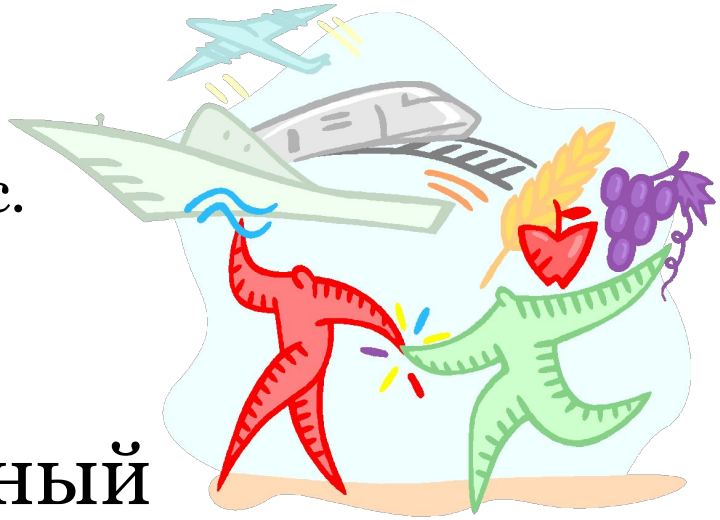
РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ

- 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.

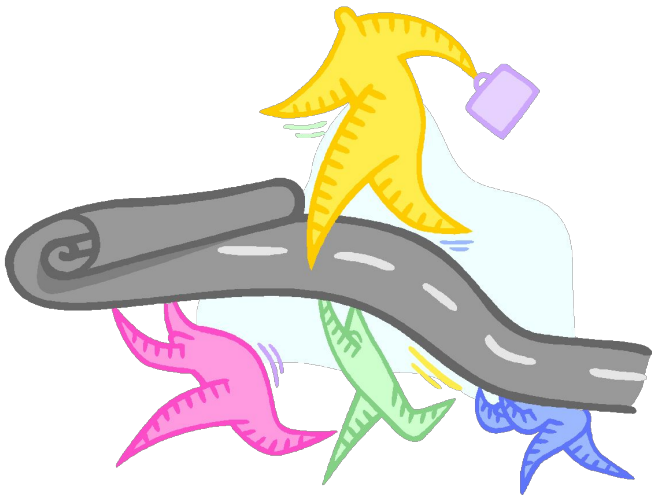


ПРИВЛЕЧЕНИЕ ТРАФИКА

- 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.



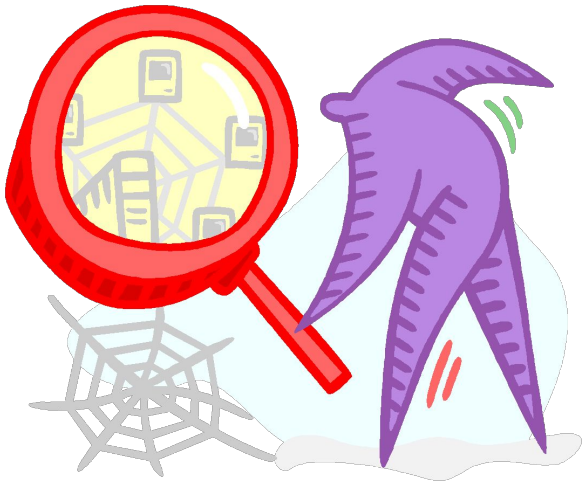
РЫНОК ПМ

- 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.

Ашманов и партнеры

(095) 975-0-978

Интернет-консалтинг

АУДИТ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ

Программное обеспечение

Вопросы?
Пишите Михаилу Козлову
на msk@ashmanov.com