

# Интернет-маркетинг

06 Октября 2009

Николай Белоусов

# О чем вам будет рассказано

- Переходим на цифру
- С чего нужно начинать работу в сети
- Какими инструментами обладает интернет-маркетолог
- Что должен уметь хороший интернет-маркетолог
- Как измерять эффективность интернет-рекламы
- Пример использования инструментария

Пара цифр  
250 миллионов человек  
говорят на русском языке

55 миллионов из них уже в  
сети

# Беларусь



Население ~ 10 млн. человек

В сети ~ 3 млн. человек

Мир меняется

Вы уже в  
курсе,  
правда?



# Люди все больше в сети


И совершают осознанные действия:

- Покупают и сравнивают товары и услуги в сети
- Используют поисковые машины
- Читают блоги
- Смотрят видео
- Обмениваются мнением, в том числе о вашей продукции
- Посещают социальные сети
- Живут...


# Что для вас присутствовать в сети?

Иметь сайт?


БЕЛОРУССКИЙ ПРОМЫШЛЕННЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ СЕРВЕР Последнее обновление: 5 Октября, 2009 г.



**БЕЛАРУСЬ  
ПРОМЫШЛЕННАЯ**  
WWW.BEL-SHOP.COM



Каталог  
производителей и фирм **БЕЛАРУСЬ  
ПРОМЫШЛЕННАЯ**



Размещение информации  
Сделать стартовой  
Добавить в избранное  
Карта сайта  
Всего: 2578 позиций

**Промышленная Витрина Республики Беларусь**

Информация: о проекте - регистрация - миссия Bel-Shop.com  
Документы: цены - товары - услуги

ОБЪЯВЛЕНИЯ | СПРАВОЧНИКИ | КАТАЛОГ ОРГАНИЗАЦИЙ | ЦЕНЫ | ПАРТНЕРЫ | ТЕНДЕРЫ | КОНТАКТ

**Каталог продукции**

- ▶ Тракторы МТЗ
- ▶ Запчасти МТЗ
- ▶ Автомобили МАЗ
- ▶ Автомобили БелАЗ
- ▶ Техника МЭКТ
- ▶ Техника МоАЗ
- ▶ Прицепная техника
- ▶ Сельхозтехника
- ▶ Бульдозеры-экскаваторы
- ▶ Дорожная техника
- ▶ Экскаваторы
- ▶ Коммунальная техника
- ▶ Подъемные краны
- ▶ Погрузчики-экскаваторы
- ▶ Погрузчики
- ▶ Шины
- ▶ Двигатели ММЗ
- ▶ Станки

**Информация**

- ▶ Прайс-листы
- ▶ Официальные дилеры Минского тракторного завода (МТЗ)
- ▶ Официальные дилеры Минского автомобильного завода (МАЗ)
- ▶ Запчасти и запчасти к технике МАЗ

На нашем сервере открылась **промышленная доска объявлений**. Она рассчитана как на белорусский потребителей и поставщиков так и на ближнее и дальнее зарубежье.

Внеся свою организацию в наш **КАТАЛОГ ФИРМ** вы сможете **размещать прайс-листы и продукцию** на своей странице в рамках сервера Беларусь Промышленная!

**Продукция предприятий РБ**

Подробные технические характеристики, условия поставки и оплаты, цены и фотографии. Вся информация от реальных производителей, подтвердивших свои данные.

<p><b>Продукция МТЗ</b></p> <p>Универсально-пропашные трактора, Трактора общего назначения, Малогабаритные трактора, Мотоблоки и минитрактора, Лесные машины, Специализированные машины, Запчасти и товары народного потребления, Плуги, Металлургическое производство</p>	<p><b>Продукция МЭКТ</b></p> <p>Самосвалы, Тягачи, Шасси, Автомобили, Прицепы и полуприцепы, Автобетоносмесители</p>
<p><b>Продукция МАЗ</b></p> <p>Бортовые автомобили, Седельные тягачи, Шасси, Самосвалы, Лесовозы, Сортиментовозы, Полуприцепы, Прицепы, Автобусы, Троллейбусы, Краны</p>	<p><b>Продукция МоАЗ</b></p> <p>Автобетоносмесители, Бульдозеры, Катки, Погрузчики, Скреперы, Тягачи, Автопоезда, Самосвалы</p>
<p><b>Продукция БелАЗ</b></p> <p>Карьерные самосвалы, Самосвалы повышенной проходимости, Дорожно-строительная техника, Погрузчики, Транспорт для обслуживания карьеров и дорог, Транспорт для металлургического производства, Машины для обслуживания аэропортов, Автоприцепы, Тяжеловозы, Товары народного потребления, Дилеры БелАЗа, Сервис-центры</p>	<p><b>Продукция ММЗ</b></p> <p>Двигатели ММЗ, Запасные части, Турбокомпрессоры, Газовые компрессоры, Насосы водяные, Насосы масляные, Насосы шестеренные, Фильтры, Генераторы, Стартеры, Двигатели пусковые</p>

Реклама на сервере

  
**Запчасти к МТЗ, тракторы, спецтехника, садовая техника**  
**Минск (017) 297-41-41**  
**(017) 297-42-42**  
**Москва (495) 580-63-74**  
**(495) 580-63-74**  
[www.belagro.com](http://www.belagro.com)

Каталоги 3/4 на CD



Новые полные электронные каталоги запасных частей тракторов МТЗ, техники МАЗ и БелАЗ, МЭКТ, АМКАДОР, двигателей ЯМЗ и др. на CD. Назначения для предприятий и организаций, занятых в сфере ремонта, обслуживания; для продавцов и поставщиков запасных частей.  
[Подробнее>>>](#)

# Начнем с чистого листа





# Целевые группы в сети

- Клиенты
- Партнеры (дистрибьюторы)
- Сотрудники
- Журналисты
- Лидеры мнений (блогосфера)
- Инвесторы

# Цели

- Продажи
- Знание бренда
- Лояльность клиентов
- Формирование мнения

# Задачи, решаемые в сети

- продажи (электронная коммерция, интернет-магазины)
- информирование потенциальных потребителей и стимулирование продаж в офлайне (например, тракторы)
- лояльность потребителей (программы лояльности + персонифицированные коммуникации)
- поддержка пользователей
- управление репутацией

# Инструментарий

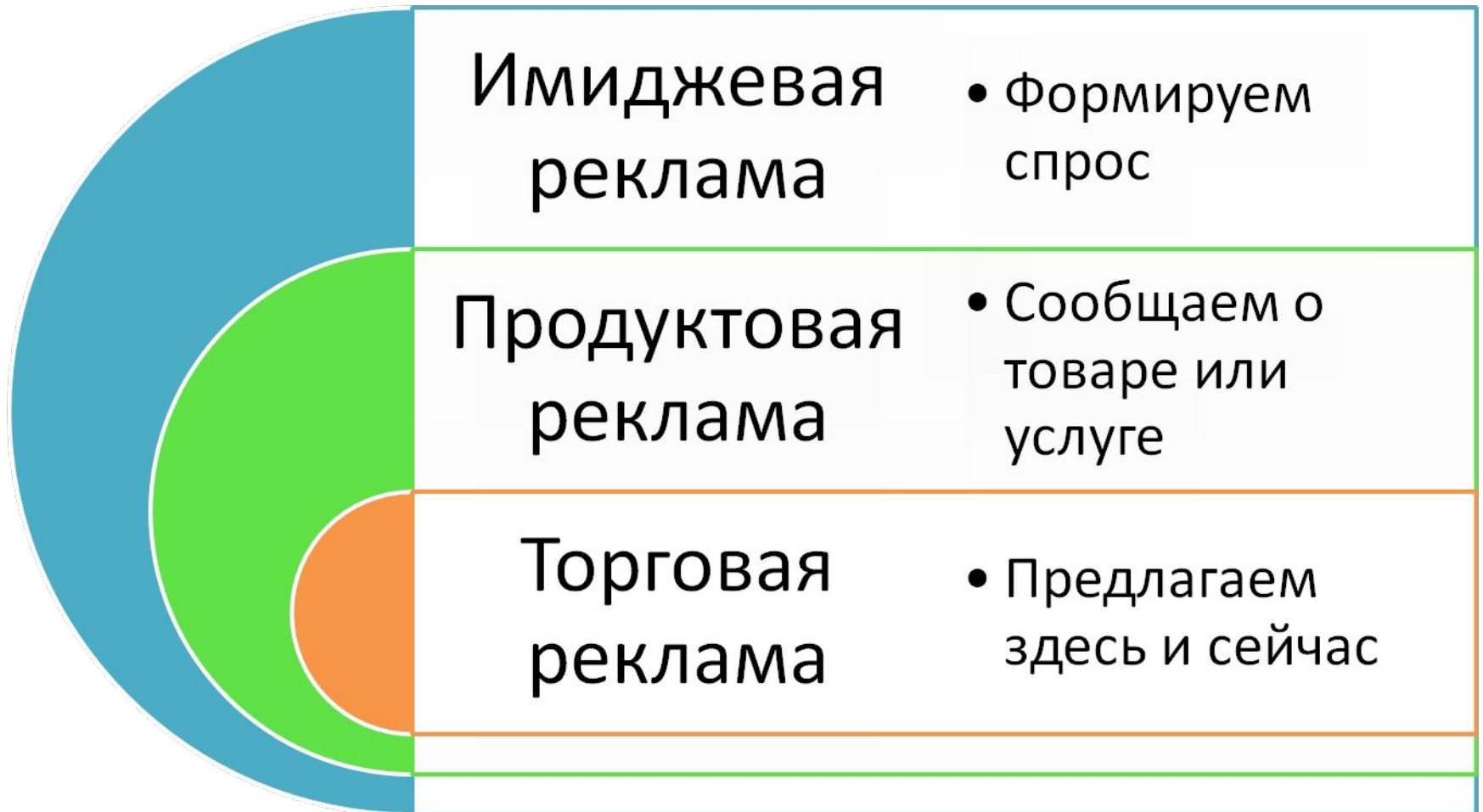


- Сайт
- Поисковая реклама
- Медийная реклама (включая видео и спецпроекты)
- Пиар (включая управление репутацией)
- Социальные медиа
  - Вирусный маркетинг
- Маркетинг баз данных
  - Email маркетинг

# Что хорошего и плохого в интернет-маркетинге

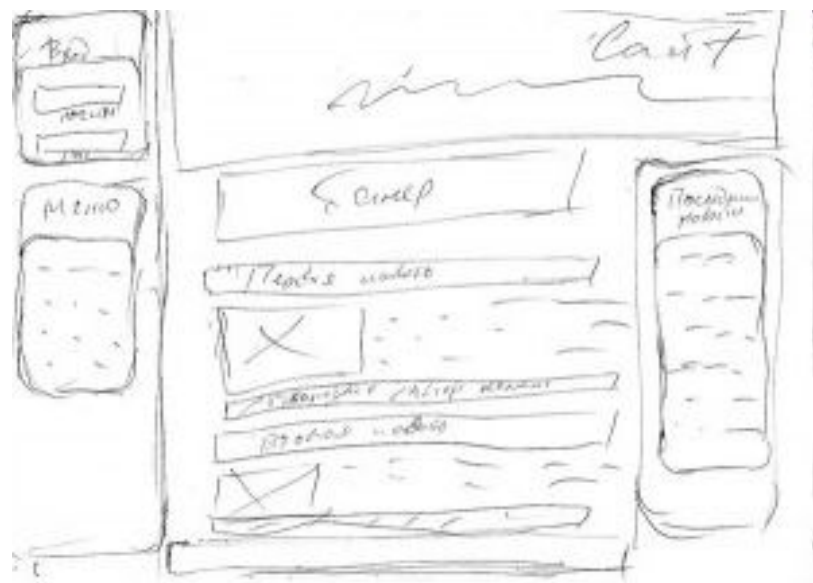
Достоинства	Недостатки
Низкая стоимость относительно офлайна	Не применим, в случаях отсутствия целевой аудитории в Интернете
Простота организации	Разумен не для всех типов товаров и услуг
Оперативность получения обратной связи от конечного потребителя	
Возможность оценки эффективности в реальном времени	
Возможность «работы с регионами», не нанимая персонал и не содержа штат на местах	

# На кого охотимся?



# Сайт

- Способен решать конкретные маркетинговые задачи
- Простой
- Готов принимать целевых посетителей



Знать:

- Как привести на сайт ЦА
- Как измерять его эффективность





# Медийная реклама

Все, что передает  
визуальный (и иногда  
аудио ряд).

Что делаем? -

Формируем спрос на  
продукт и имидж бренда



# Пиар

Компания жива пока о ней говорят...  
журналисты.

Придумывайте интересные  
инфоповоды, дружите с тематической  
прессой.

Что делаем? – Формируем  
информационное поле вокруг компании  
и ее продуктов

# Социальные медиа

Пространство, где люди общаются:



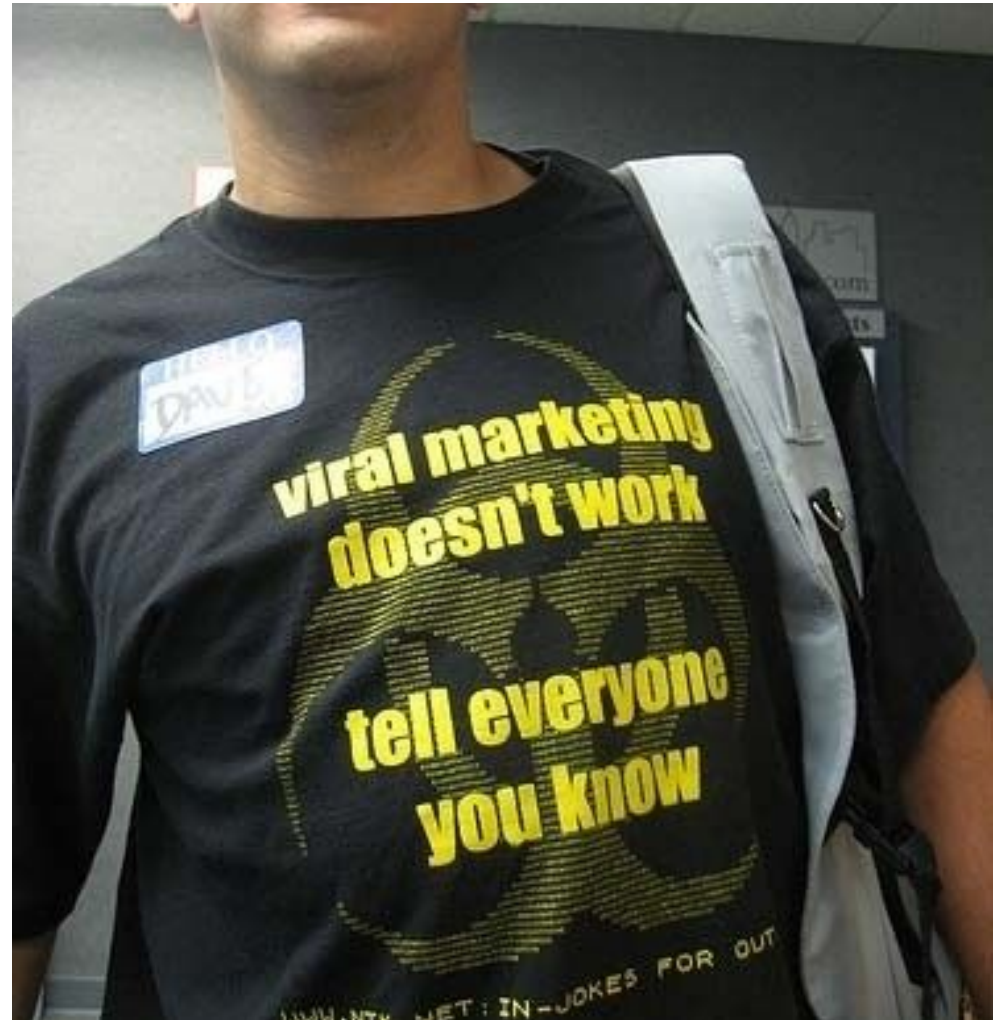
вовлекаем, строим репутацию,  
собираем адептов

кстати, русские – мировые лидеры по пребыванию в соц. Сетях. В среднем в месяц проводят там 6.6 часа, когда среднее по миру 3. часа

# Вирусный маркетинг

Зомби, насилие, секс и о вашей компании узнают миллионы.

Зачем? – Дешево и можно получить большой охват. Но! Высокие риски.



# Маркетинг баз данных

Персонализируем наши отношения с клиентами с помощью математики... или CRM системы.

Зачем? – 3-5 % клиентов генерируют 80 % ваших продаж. Суровая правда.

# Email маркетинг

Заинтересовали человека?

Шлите письма! Но не спам.

Зачем? Поддерживаем отношения с теми 3 %



# Интернет-маркетолог должен уметь

1. Определить ЦА и ее сферу обитания
  2. Подсчитать спрос в сети  
(wordstat.yandex.ru в помощь)
  3. Выбрать каналы продвижения
  4. Обозначить Ключевые Параметры Эффективности (КПЭ)
  5. Оценить активность конкурентов
- И многое другое (писать требования к сайтам, оценивать предложения, учиться...)

# Или же отвечать на вопросы

1. Каковы цели и задачи?
2. Кто целевая аудитория?
3. В интернете о нас кто-то знает?
4. Какие инструменты будем использовать в сети?
5. Как будем оценивать эффективность?
6. Конкуренты спят, нет?






# За эффективность!

Инструмент	КПЭ
Сайт	Кол-во посетителей и динамика Глубина просмотра Время на сайте % отвалившихся (отказы) % достижения целей (конверсия) Продажи
Поисковая реклама	Стоимость привлеченного посетителя Стоимость целевого посетителя
Медийная реклама	Охват
Пиар	Кол-во упоминаний, комментариев, интервью. Динамика.
Социальные медиа	Кол-во читателей, "друзей", упоминаний, темы дискуссий, стоимость контакта
Вирусный маркетинг	Охват, доля ЦА в охвате, кол-во упоминаний
Маркетинг баз данных	% активных пользователей, % реакций
Email маркетинг	Кол-во прочтений, кликов

# Главный критерий эффективности



$ROI > 1$

# Задание на дом!

1. Читаем книги про маркетинг в интернете.  
2-3 для понимания достаточно.
2. Если знаем английский, осваиваем [readwriteweb.com](http://readwriteweb.com), [mashable.com](http://mashable.com), [smashingmagazine.com](http://smashingmagazine.com)  
Если русский, [marketing.by](http://marketing.by), [mediarevolution.ru](http://mediarevolution.ru)
3. Готовим ответы на 6 вопросов
4. Изучаем кейсы.
5. Задаем вопросы!

# Последний слайд

Пора двигаться к новым вершинам!

Вопросы?

Николай Белоусов



Блог: [ni404.blogspot.com](http://ni404.blogspot.com)

Электронная почта: [nickbelousov@ya.ru](mailto:nickbelousov@ya.ru)