

MarketLab'12

**Интернет-маркетинг.
Суть. Данность. Тренды.
(куда мы движемся)**

киев 😊 10 утра!

Интернет-Маркетинг. Определение.

... , пожалуйста, Ваши версии?



Четыре «Р» традиционного маркетинга:

Управление
качеством

Изучение
брендовой
Структуры рынка

Ивент
ы

Контроль
продаж

Мониторинг
конкуентов

- Marketing
- Product**
- Promotion**
- Place**
- Price**

Анализ внутренней
среды
предприятия

Анализ
рынка

Анализ
ЦА

Корпоративны
й
вебсайт

А что у нас с интернетом?

Вы любите графики и цифры ;) ?

Аудитория UA-нета



июнь 2011 года

13,08 млн. чел.

(real users, 14+)

UAMASTER
e-marketing solutions

Рост за год около 4 млн. чел.

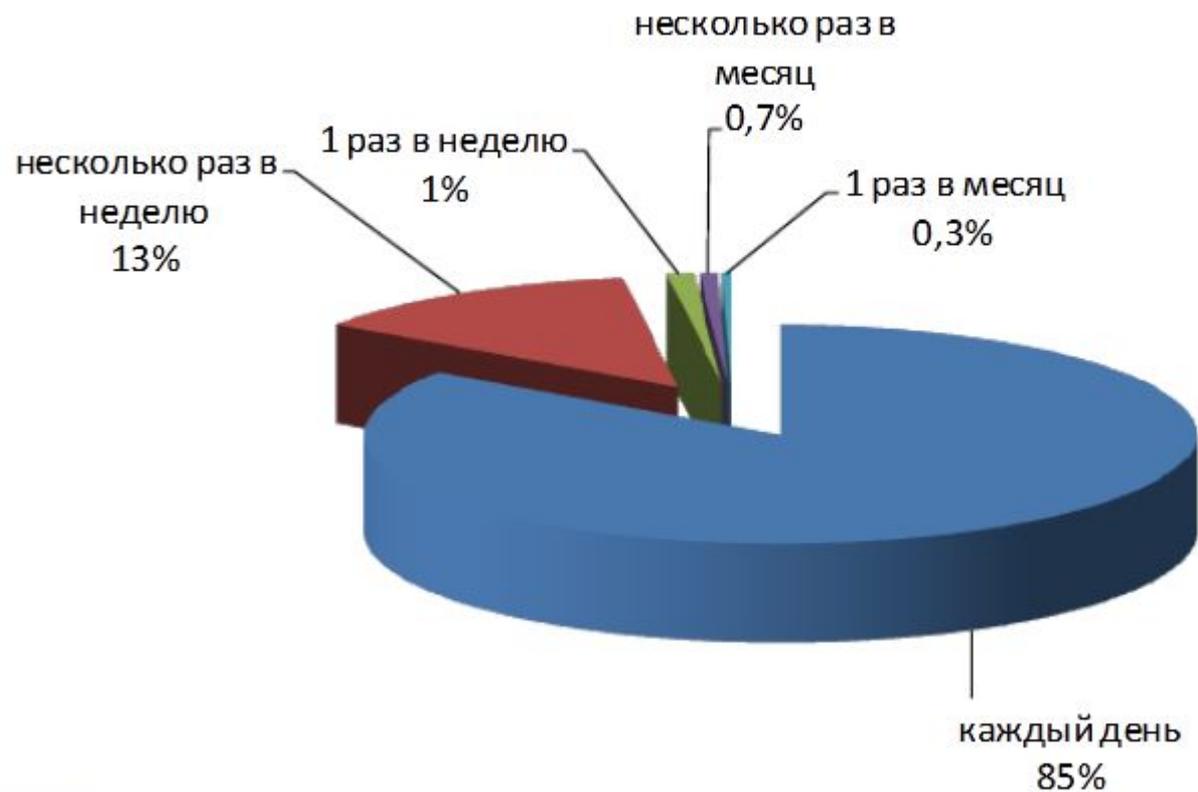
!!!

То же самое, но в денежных знаках =)



А как часто?

Состав аудитории по частоте использования Интернета

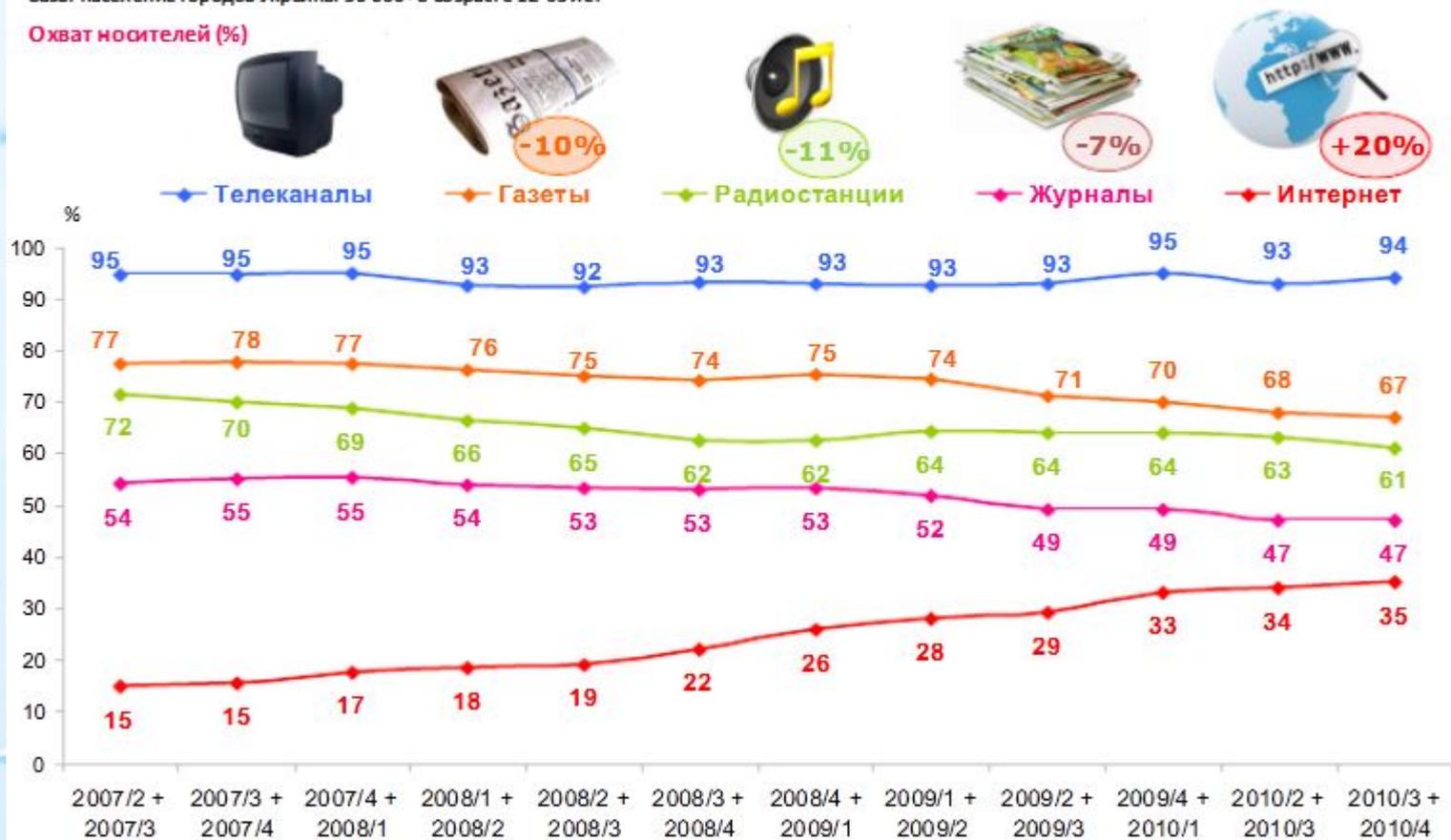


А что же другие медиа?

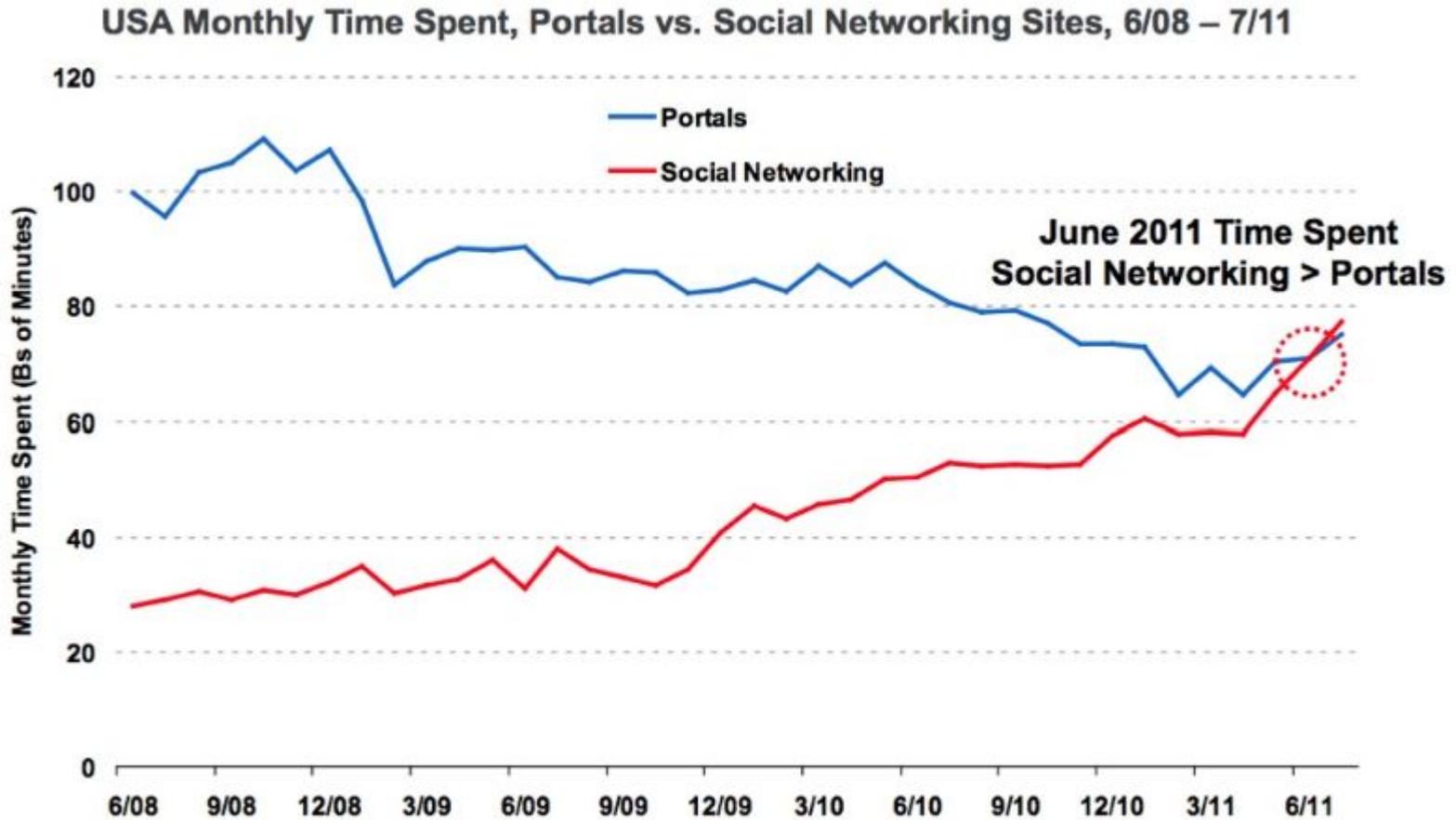
Охваты медианосителями за среднюю неделю

Исследование: MMI Украина 2009/2+3 и 2010/2+3
База: население городов Украины 50 000+ в возрасте 12-65 лет

Охват носителей (%)



Конкуренция в он-лайн среде

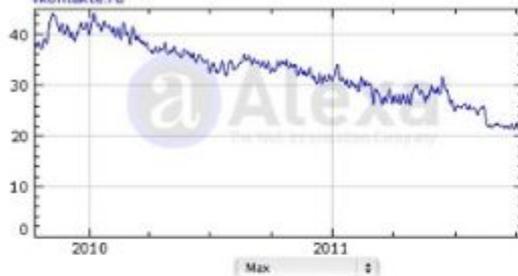


Source: comScore Media Metrix USA panel-only data.

Сокращается время которое мы проводим в соц. сетях! Или все же... соц.сети?

ВКонтакте

Time on Site (minutes)
vkontakte.ru

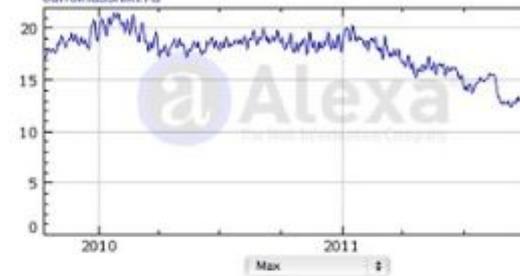


Estimated daily time on site (mm:ss) for vkontakte.ru:

Time on Site	Change
Yesterday 21:15	-3% ↓
7 day 21:30	-1% ↓
1 month 21:48	-4% ↓
3 month 23:19	-16% ↓

Одноклассники

Time on Site (minutes)
odnoklassniki.ru

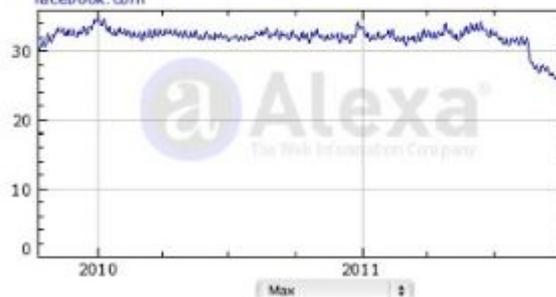


Estimated daily time on site (mm:ss) for odnoklassniki.ru:

Time on Site	Change
Yesterday 13:05	-1% ↓
7 day 12:53	+2% ↑
1 month 12:49	-4% ↓
3 month 13:37	-14% ↓

и даже всемогущий Facebook...

Time on Site (minutes)
facebook.com



Estimated daily time on site (mm:ss) for facebook.com:

Time on Site	Change
Yesterday 27:04	+4% ↑
7 day 25:08	-1% ↓
1 month 25:57	-9% ↓
3 month 28:44	-12% ↓

В 2011 среднее время на сайте падает

Выводы:

**1. Растет аудитория интернета,
растет время, которое мы проводим в сети,
растет количество денег, которые мы
тратим,
под влиянием факторов полученных в
сети.**

**2. Интернет-среда перебрала на себя многие
основные функции маркетинга связанные
с поиском и привлечением клиента.**

**А что же на самом деле нужно компаниям
от интернет-маркетинга?**

Цели маркетолога

Продать товар

Сформировать
потребность

Повысит
в бренду
лояль-
ность и
узнавае-
мость

Инструменты интернет-

маркетолога:

- Разработка и развитие интернет-представительства (сайт)
- Поисковое продвижение (SEO)
- Реклама в поисковых системах (контекст)
- Продвижение в социальных сообществах и сетях (SMM)
- Копирайтинг и advertorials
- Работа с тематическими ресурсами
- Медийная реклама
- Нестандартные акции (вирусный и партизанский маркетинг)
- PR (имиджевые публикации, менеджеры, интервью, СМИ...)
- Прямой маркетинг с использованием email, RSS и т. п.
- Мониторинг аналитики и конкурентов

Домашнее задание:

какие инструменты маркетолога (слайд 13) эффективны для достижения целей

Продать товар

???, ???, ???,
???, ???, ???,
???, ???, ???

Сформировать
потребность

???, ???, ???,
???, ???, ???,
???, ???, ???

Повысить
бренду
лояльность и
узнаваемость

???, ???, ???,
???, ???, ???,
???, ???, ???

...а теперь просыпаемся:

Интернет-маркетинг 2.0



**Все меняется так
быстро...**

**Экспертами просто
не успевают
становится!**

**И выход только один
—
ПРОБОВАТЬ!**



Спасибо за внимание!

MarketLab@rtg.biz.ua

**хочешь контакты
других участников
MarketLab?
пришли сюда
письмо!**

**Виктор
Харчевский
kharchevskiy@gmail.com**