

# Выбор стратегии развития бизнеса в Интернете



# Для достижения успеха очень важно правильно определить и сформулировать цель



# Цель должна

- **Реальна,**
- **Конкретна,**
- **Измерима,**
- **Локализована** в пространстве,
- **Определена** во времени.



Одно из самых распространенных заблуждений состоит в том, что для осуществления маркетинга в Интернете **нужен сайт**. В подавляющем большинстве это так, но в общем случае это не



FORUM

BLOG



WEBSITE

БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА





# Определения стратегии развития бизнеса компании в Интернете

- Всесторонний и полный анализ всех бизнес-процессов компании.
- Выделение целевых групп, с которыми работает компания.
- Описание процесса коммуникации с каждой группой и выделение тех взаимодействий, которые могут быть перенесены в Интернет.
- Выбор формы достижения контакта в Интернете для каждого взаимодействия.

# Виды целей присутствия бизнеса в Интернете



- снижение затрат на общение, в том числе и с клиентом;
- поиск потенциального клиента и организация его личного общения с представителем компании;
- увеличение лояльности к компании для увеличения числа повторных сделок;
- сбор информации для аналитических исследований.



# Анализ бизнес-процессов компании и выделение целевых групп



# Самая общая схема контактов компании

1. связи с клиентами;
2. связи с поставщиками и подрядчиками;
3. общение с дилерами;
4. коммуникации с сотрудниками;
5. коммуникации при наборе персонала на рынке труда;
6. связи с общественностью и прессой;
7. общение с родительским или головным предприятием;
8. связь с партнерами;
9. общение с акционерами;
10. общение с контролирующими органами государственными организациями.





# Нужно ли детализировать контакты в группе?

## Клиенты

требуется заключение договоров, и этим в компании занимаются специально выделенные работники



требуется заполнение таможенной декларации и разрешения на вывоз продукции за границу



работа по стандартной схеме



Оптовые клиенты



Розничные, новые и постоянные, региональные, корпоративные и частные и т. д.



Иностранные клиенты

# Может ли общение с группой быть перенесено в Интернет?

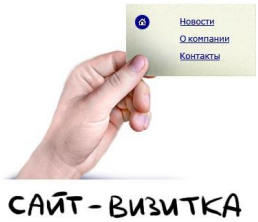
- Под перенесением коммуникации в Интернет понимается такая организация работы с группой в Интернете, при которой полностью или частично исключалось бы личное участие сотрудников компании при общении с участниками



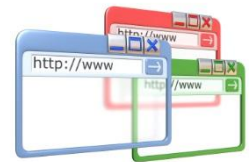
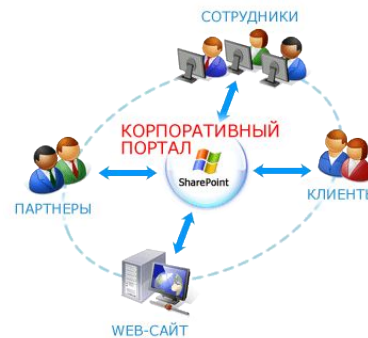
# Не все может быть перенесено в Интернет



# Для каждого вида коммуникации должен быть свой канал связи



- сайт,
- интернет-магазин,
- промо-сайт,
- сообщество в социальных сетях,
- сайт-визитка,
- мобильное приложение,
- корпоративный портал,
- блог ,
- рассылка и т. д.



# Использование Интернета для снижения затрат на общение

характерно в случае если:

- размер целевой группы велик,
- продукт продажи массовый,
- продукт сравнительно недорогой и для принятия решения о его заказе не требуется много времени,
- процесс продажи стандартный.



# Интернет-магазин (организация выбора и продаж)

Интернет-магазин 21vek.by. Бытовая техника, электроника, телевизоры, ноутбуки, товары для дома - Mozilla Firefox

Файл Правка Вид Журнал Закладки Инструменты Справка

http://www.21vek.by/?gclid=CK5jtmRnrICFYG\_zAodvhwAQw

Интернет-магазин 21vek.by. Бытовая т...

**интернет-магазин**  
**21vek.by**

Покупки со скоростью интернета

Что ищем?

Техника для кухни    Техника для дома    Красота и уход    Электроника    Компьютеры, связь    Дача, досуг

**Холодильник LG GA-B409PLQA**

5% скидка

При покупке в кредит от МТБанк скидка 10%

**lenovo**

Готовое рабочее место по лучшей цене!

Мультиварка VES SK-A12

650 000 руб.  
539 000 руб.

**Контактная информация:**

- +375 (17) 2-021-021
- +375 (29) 3-021-021
- +375 (29) 2-021-021
- +375 (25) 5-021-021

Не дозвониться? [Заказать звонок](#)

Время работы:  
**9:00 - 21:00**  
БЕЗ ВЫХОДНЫХ!

Онлайн-консультации:  
[www.21vek.by](http://www.21vek.by)  
576055294  
[21@21vek.by](mailto:21@21vek.by)

[Обратная связь](#)

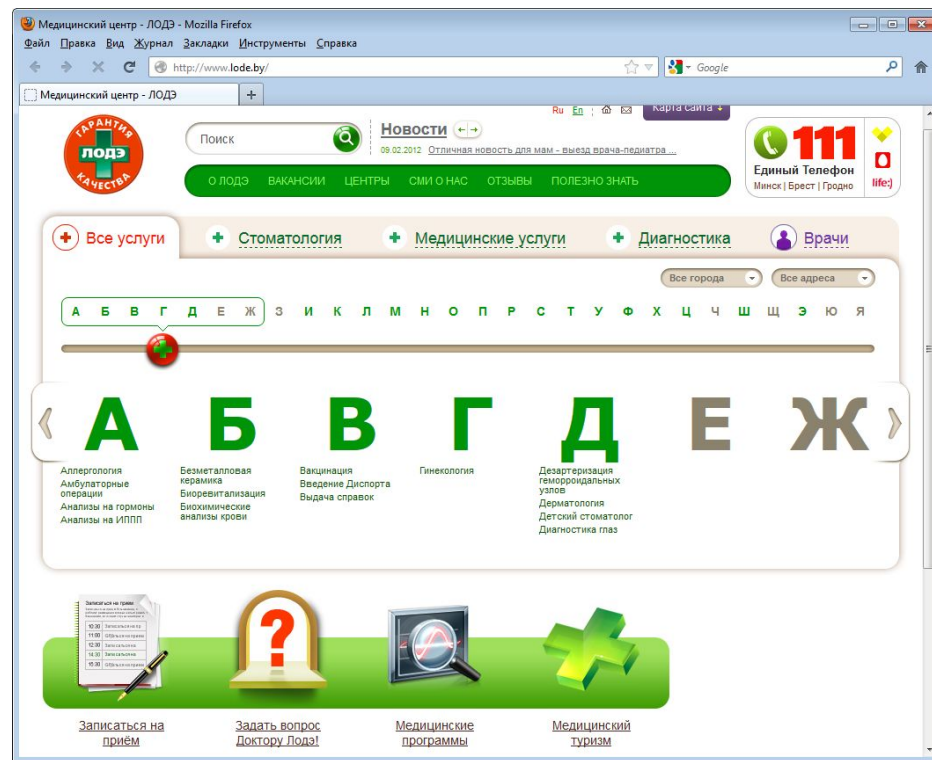
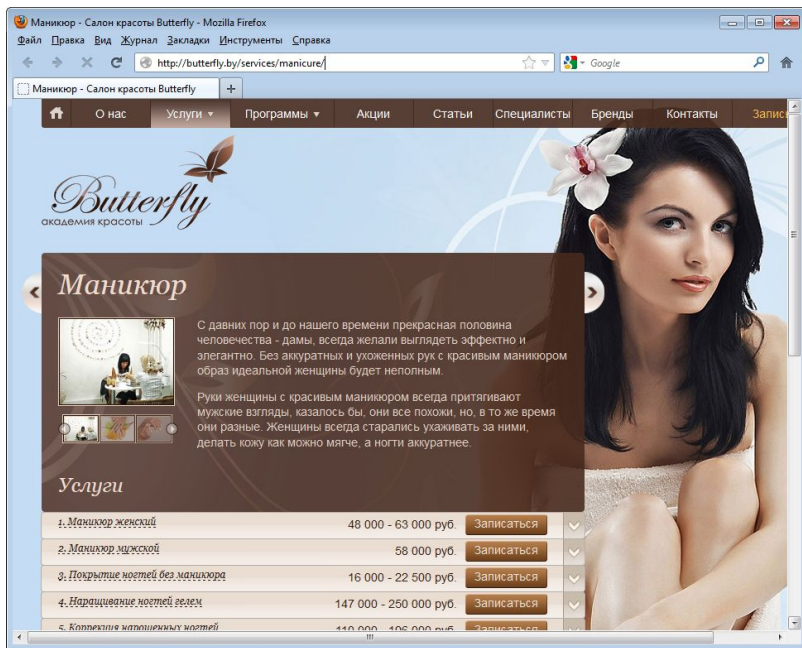
**Крупная техника для кухни**  
[Холодильники и морозильники](#)  
[Вытяжки](#)    [Посудомоечные машины](#)

**Встраиваемая техника**  
[Холодильники и морозильники](#)  
[Посудомоечные машины](#)

**Мелкая техника для кухни**  
[Блендеры](#)    [Кухонные комбайны](#)  
[Мультиварки](#)    [Пароварки](#)

# Оказание услуг требующих личного присутствия клиентов

(предоставление информации о компании, информации для принятия решения о заказе, прием заказов и организация очереди).



Если компания напрямую не взаимодействует с потребителем, а ведет дела только с дилерами, то это может быть **мотивация потребителя на покупку**, формирование у потребителя решения приобрести товар именно данной марки.





Если цель контакта не совершение покупки, а, например, прием на работу, то это может быть **прохождение предварительных тестов, заполнение документов, отправка резюме и других материалов, необходимых для отбора претендентов.**

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window with the URL [http://www.elem.ru/about/vacancy/vacancy\\_cv/](http://www.elem.ru/about/vacancy/vacancy_cv/). The page is titled "Заполнить резюме :: Вакансии" and features the logo of OAO "УРАЛЭЛЕКТРОМЕДЬ" (URAL-ELECTROMED). The main content area is a form for submitting a resume, divided into two sections: "Личная информация" (Personal information) and "Интересующая работа" (Job of interest). The "Личная информация" section includes fields for: Фамилия\* (Surname), Имя\* (Name), Отчество\* (Patronymic), Пол\* (Gender), Дата рождения\* (Date of birth), Город, в котором Вы проживаете\* (City), Контактный телефон\* (Contact phone), E-mail\*, Факс, and Мобильный телефон\* (Mobile phone). The "Интересующая работа" section includes fields for: Отрасль\* (Industry), Сфера деятельности\* (Area of activity), and Тип должности\* (Job type). A left sidebar contains a navigation menu with items like "ИСТОРИЯ", "РУКОВОДСТВО", "ПРОИЗВОДСТВО", "ПРОЕКТЫ И ИНВЕСТИЦИИ", "ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ", "СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА", "REACH", "ЭКОЛОГИЯ", and "ВАКАНСИИ". The "ВАКАНСИИ" item is expanded, showing "Перечень вакансий" and "Заполнить резюме".

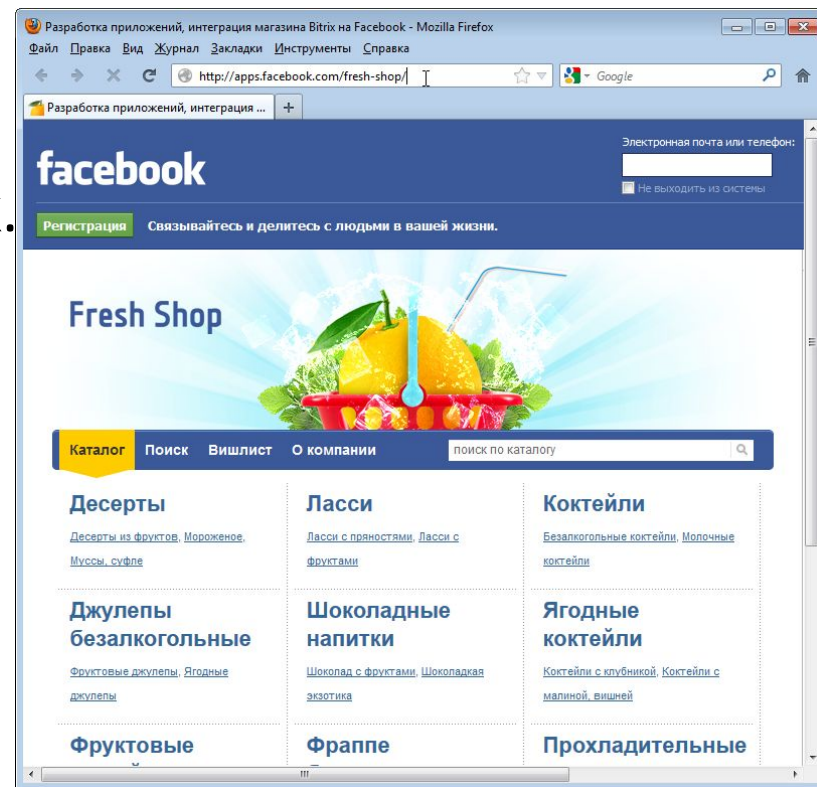


# Инструменты

1. подробный каталог товаров с фотографиями;
2. сервисы для выбора из каталога с возможностью сравнения;
3. поиск по характеристикам;
4. подробные рекомендации по выбору и использованию товара;
5. отзывы о продуктах;
6. отбор самых продаваемых товаров;
7. отбор новинок;
8. организация автоматического заказа;
9. возможность предварительного бронирования;
10. возможность отложенного заказа или корзины;
11. размещение различных систем для предварительного расчета стоимости;
12. размещение различных систем для предварительного расчета кредита;
13. реклама расходных материалов или дополнительных устройств;
14. информация о гарантии и доставке;
15. информация о сервисном обслуживании;
16. информация о всех магазинах сети с указанием адреса и схем проезда;
17. оперативная информация о наличии товара и текущей цене.

# Формы взаимодействия

- сайт,
- сайт для мобильного телефона,
- приложение для мобильного телефона, например, система выбора товара,
- группа в социальных сетях,
- магазин в социальных сетях.



# Организация взаимодействия в Интернете для поиска потенциального клиента и организации его личного общения с представителем компании

- Как правило, реализуемые товары и услуги имеют высокую стоимость, для принятия клиентом решения об их приобретении требуется достаточное время, а возможно консультации со специалистами.

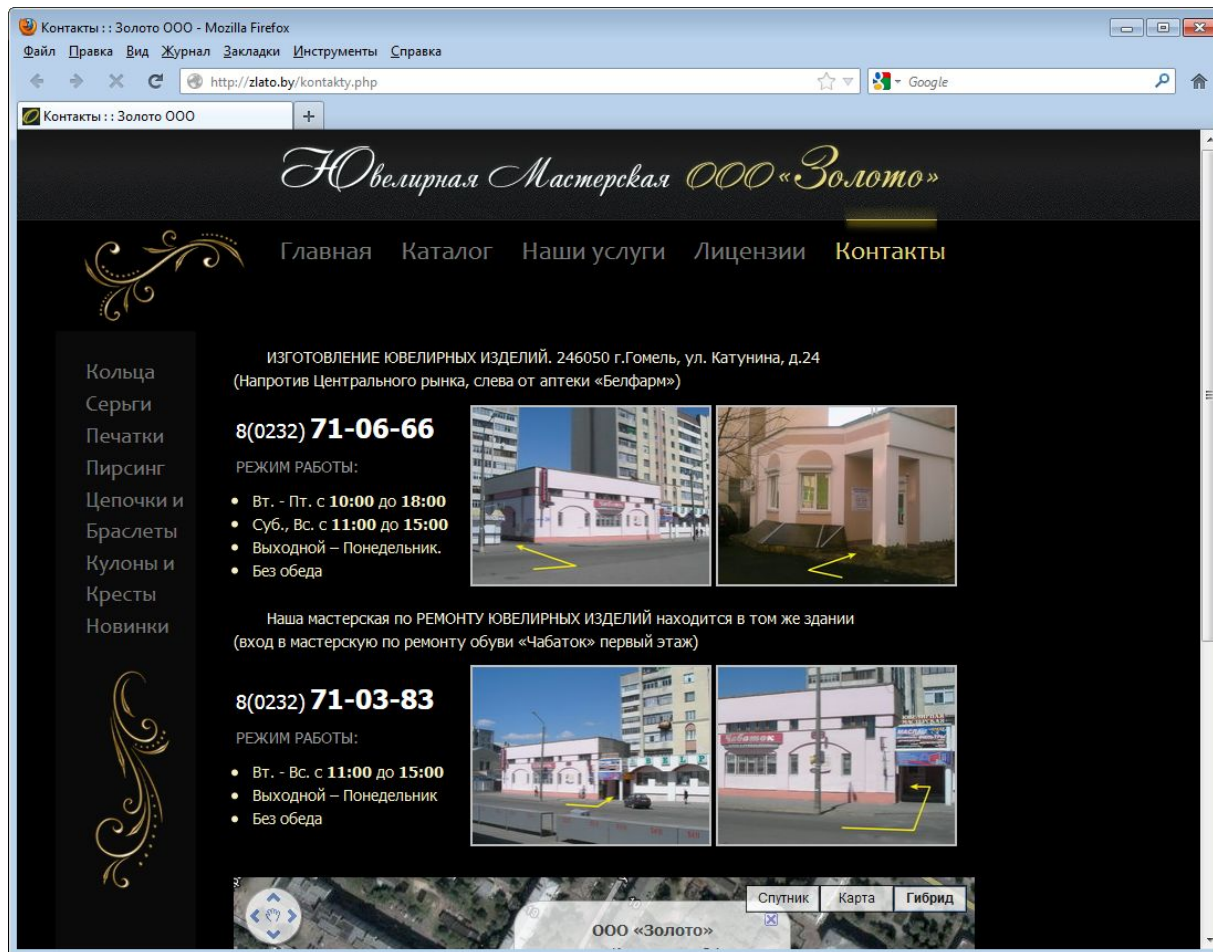


# Примеры

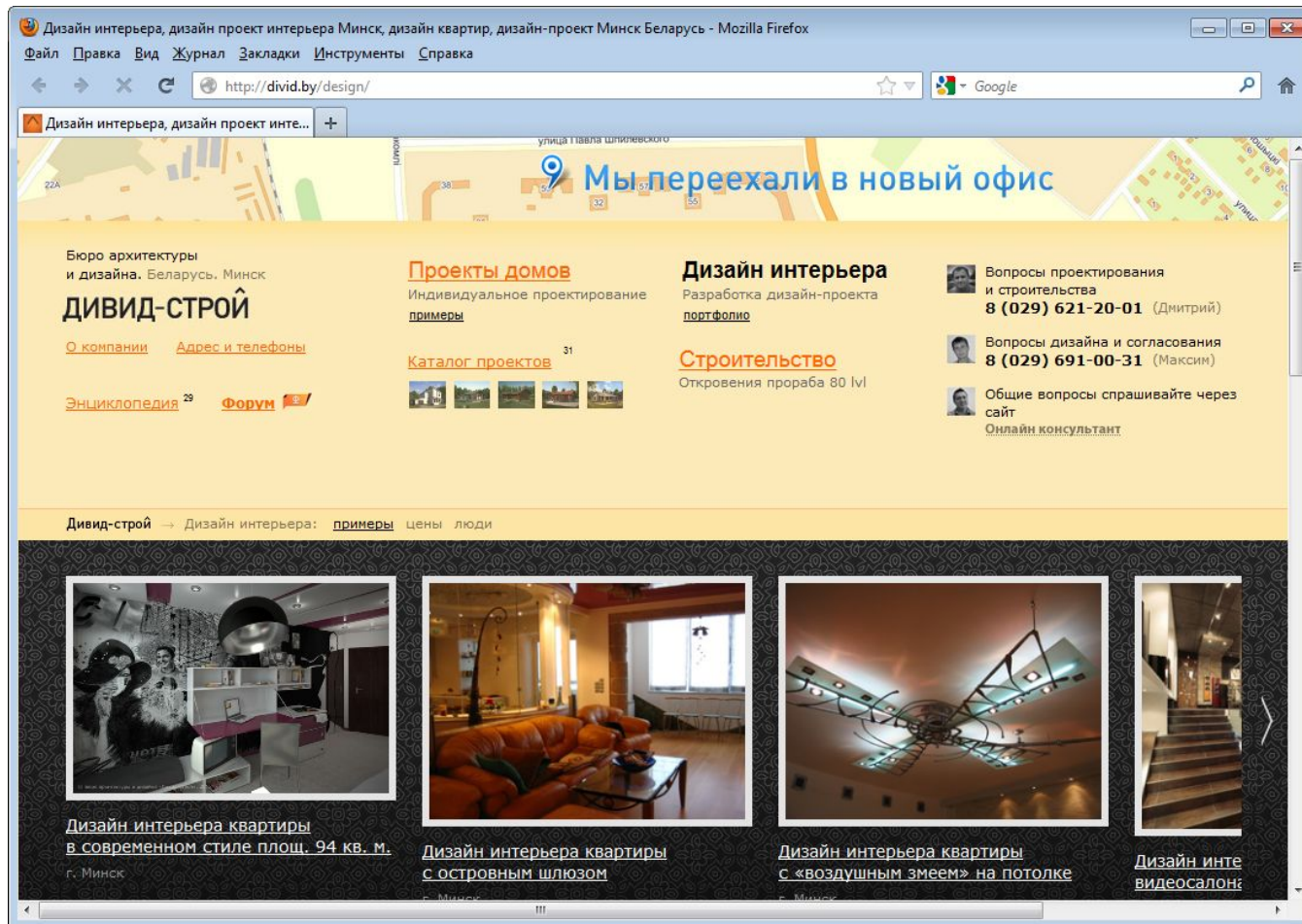
- Личный контакт оправдывает расходы при продаже дорогостоящих или технологически очень сложных, не стандартных товаров и услуг:
  - квартир,
  - эксклюзивных предметов роскоши,
  - ювелирных изделий ручной работы,
  - строительство коттеджей,
  - дизайн интерьера,
  - аудит,
  - услуги консалтинга,
  - поиск партнеров или дилеров.



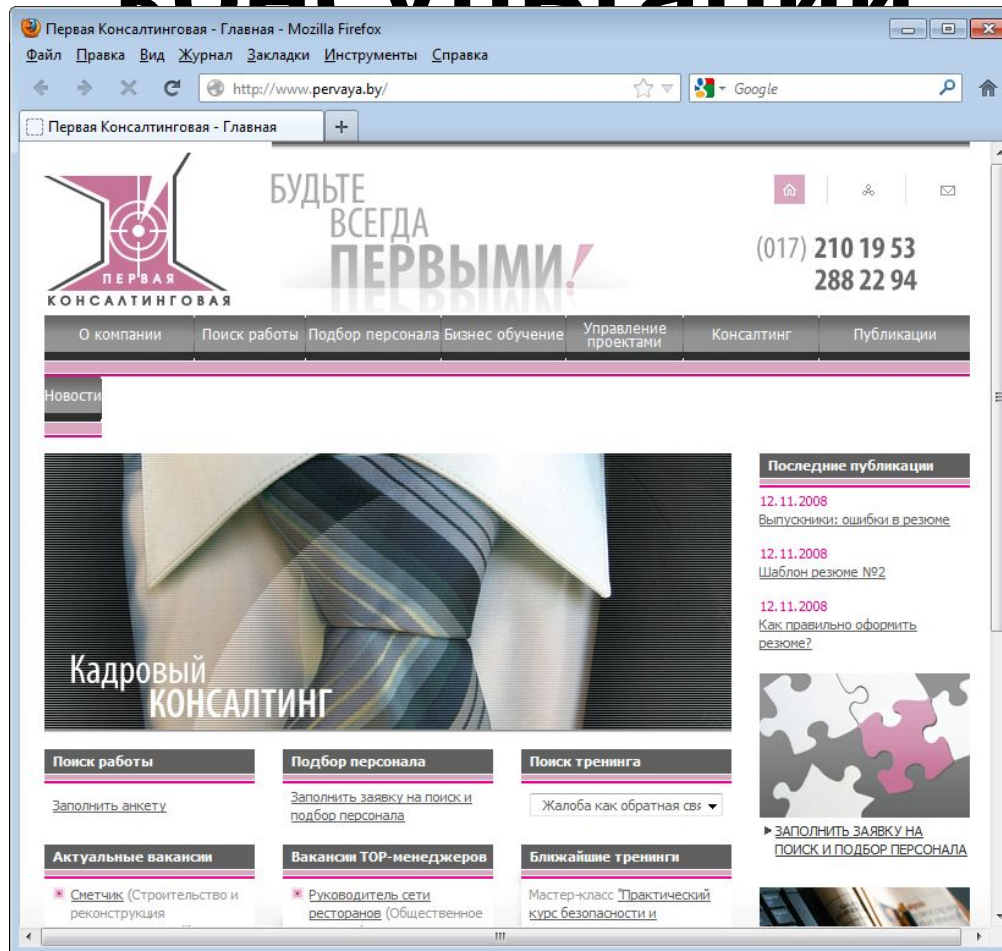
# Пример: изготовление ювелирных изделий



# Пример: дизайн интерьера



# Пример: различного рода консультации





# Пример: аудит

Аудиторские услуги в Беларуси / Консультации – Минск. | Аудитор в Минске, аудиторская компания в Беларуси. Аудит. Бухгалтерские услуги, консультация, УСЛУГИ БУХГ...

Файл Правка Вид Журнал Закладки Инструменты Справка


http://audit-ip.by/

Аудиторские услуги в Беларуси / Конс...


## Аудиторские услуги в Беларуси / Консультации – Минск.

Аудитор в Минске, аудиторская компания в Беларуси. Аудит. Бухгалтерские услуги, консультация, УСЛУГИ БУХГАЛТЕРА.

### Индивидуальный предприниматель Аудитор Синеокая Елена Анатольевна



Аудит обязательный  
Аудит инициативный  
Аудит поэтапный  
Подтверждение уставного фонда.  
Налоги и сборы  
Таможня



Skype: *audit-ip*  
E-mail *3585101@gmail.com*

Велком 375-29-358 51 01  
МТС 375-29-777 56 02

*КОНСУЛЬТАЦИЯ – КОНСАЛТИНГ – БУХГАЛТЕРСКИЕ УСЛУГИ*

Главная Задать вопрос О себе Услуги Консультации Бланки Контакты Карта сайта

### Выбор аудитора или аудиторской компании в г. Минске, в РБ. Аудиторская проверка предприятий и ИП

Posted on 21/11/2011 by Аудитор Синеокая Е.А.

Осень - время всплеска деловой активности. Можно приступить к выбору аудитора или аудиторской компании для проведения аудита. Если Ваше предприятие интересуется проведение полноценной комплексной аудиторской проверки, именно моё предложение должно Вас заинтересовать.

Поиск по сайту (очень полезная кнопка)

~~~Аудитор Синеокая~~~  
~~~Елена Анатольевна~~~

Velcom+37529 3585101  
МТС+37529 7775602  
...audit-ip



# Инструменты

1. очень маленький неподробный каталог, содержащий только основную информацию;
2. неподробные, но увлекающие описания продукта;
3. подробная информация для обратной связи с указанием телефонов, факсов, адреса и схем проезда;
4. контактная информация должна повторяться на каждой приземляющей странице;
5. использование призывов позвонить, связаться со специалистом;
6. подробные отзывы о компании;
7. помещение на сайте списка уже состоявшихся клиентов;
8. официрование наличия сертификатов, наград, как продукции, так и самой компании;
9. форум;
10. помещение информации о сотрудниках компании, взаимодействующих с клиентами, для стимуляции живого общения.

# Формы



- сайт,
- сайт для мобильного телефона,
- система личных консультаций в социальных сетях,
- форумы,
- блоги,
- все виды рекламы в Интернете, PR, рассылка

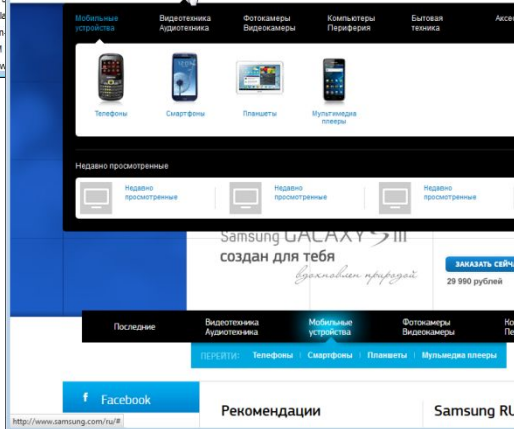
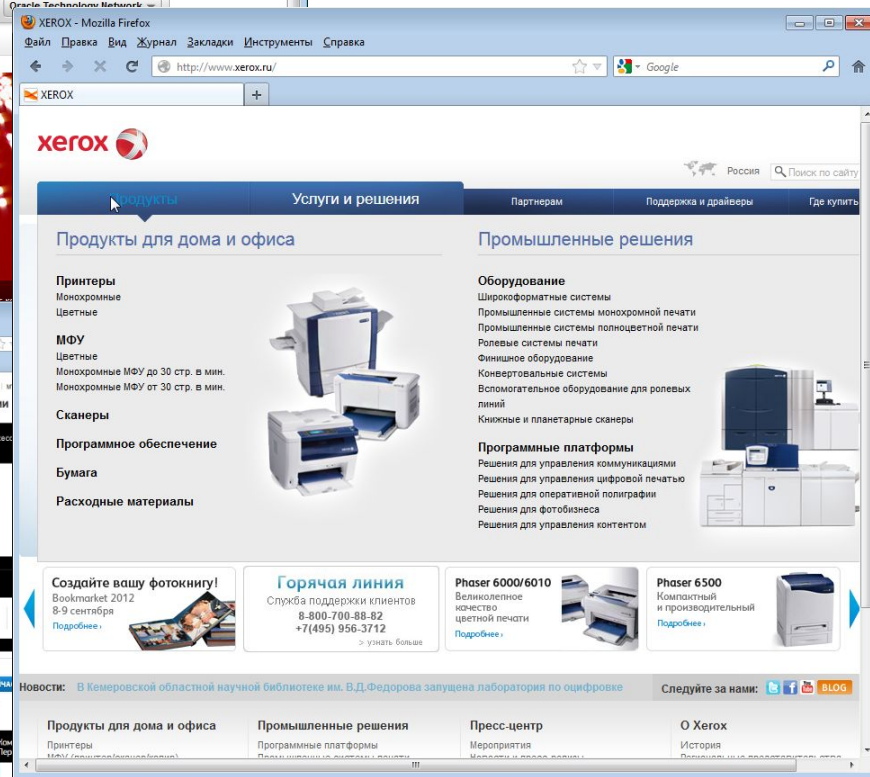
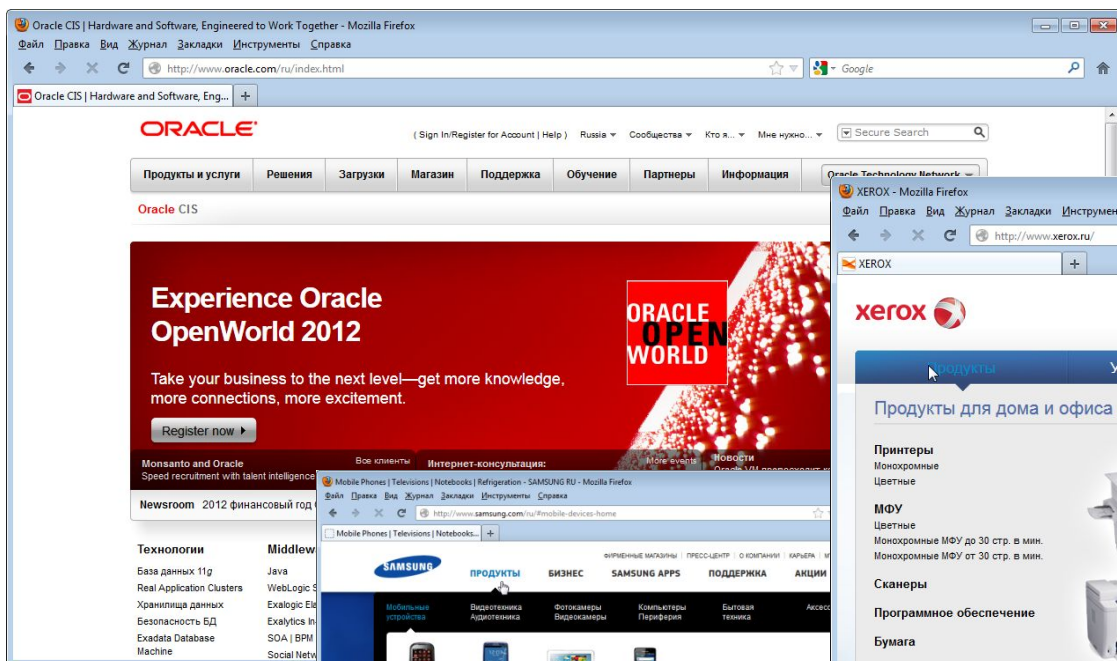


# Организация взаимодействия в Интернете для увеличения лояльности к компании и роста числа повторных сделок

- Это могут быть как дорогостоящие товары и услуги (покупка авто, отделка квартиры), так и товары и услуги регулярного спроса (продукты, с а).



# Сайты многих крупных компьютерных компаний, и компаний по производству бытовой техники ориентированы на увеличение у пользователей лояльности к компании и мотивации их к повторным покупкам.



# Широко используют Интернет для повышения лояльности клиентов и стимуляции повторных продаж и многие широко известные компании. Coca-Cola

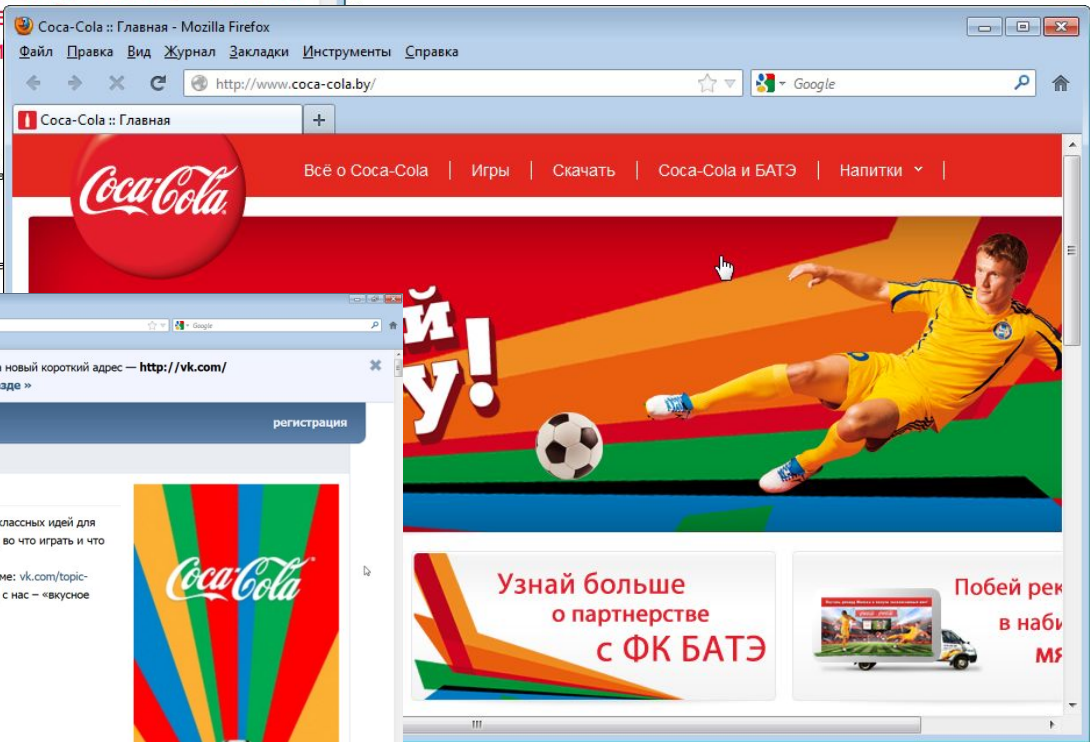


Рекламная игра «Coca-Cola. Живи футболом!» 2012

Участник, собравший 8 (восемь) Специальных крышек, может получить приз по обращению в Центре выдачи следующий день, в зависимости от количества полученных крышек. Призы «Стакан» получают обратившиеся в Центры выдачи призов. Внимание!!! По сообщениям участников акции, призовые стаканы уже закончились на большинстве пунктов выдачи.

Официальные правила Рекламной игры «Coca-Cola. Живи футболом!»

Свидетельство № 1992 от 3 апреля 2012 г. о государственной регистрации Рекламной игры, выдаваемой в Республике Беларусь.



# Промо-сайты Соса-Солa

**ЖИВИ ПО-ОЛИМПЕЙСКИ!**

Все будет *Coca-Cola*

Видеотан интернет-конкурс  
Правила кампании  
Coca-Cola и Олимпийские игры  
Скиный слоган  
Мобильный контент

© 2006 The Coca-Cola Company

**С 15 февраля по 1 апреля 2007 года**

Все будет *Coca-Cola* Наполни жизнь движением!

15 x = **70 000 РУКЗАКОВ**

Собери 15 специальных ярлыков и получи

Найди и получи **100 ГОРНЫХ ВЕЛОСИПЕДОВ**

Правила акции

**БУДЬ ONLINE!**

Получи в подарок бесплатный кристалл

Скачай  
Игра в союзу  
Полные правила  
Маленький бутыл  
Места FOR!

Участуй в конкурсе от компании AOL

© 2006 The Coca-Cola Company

**ВЫИГРАЙ КАНИКУЛЫ В КРАСНОЙ ПОЛЯНЕ!**

**10x** = **100 сноубордов**

18 поездок на двоих на зимний курорт Красная поляна

Поездка

© 2006 The Coca-Cola Company

**ЗАРЯДИСЬ МУЗЫКОЙ!**

ВЫИГРАЙ Поездку на музыкальный фестиваль в Европе!

ПРАВИЛА АКЦИИ  
ЦЕНТРЫ ВЫДАЧИ ПРИЗОВ  
САМЫЕ ЛУЧШИЕ РЕЧЕВКИ  
ФЕСТИВАЛЬ  
ИГРА-ТАНЦЫ

**12x** = **12 МИНУТ РАДИО**

ЗАРЯДИСЬ МУЗЫКОЙ!

© 2006 The Coca-Cola Company

**ОТКРОЙ ОЛИМПЕЙСКИЕ ИГРЫ!**

Великий Партнер

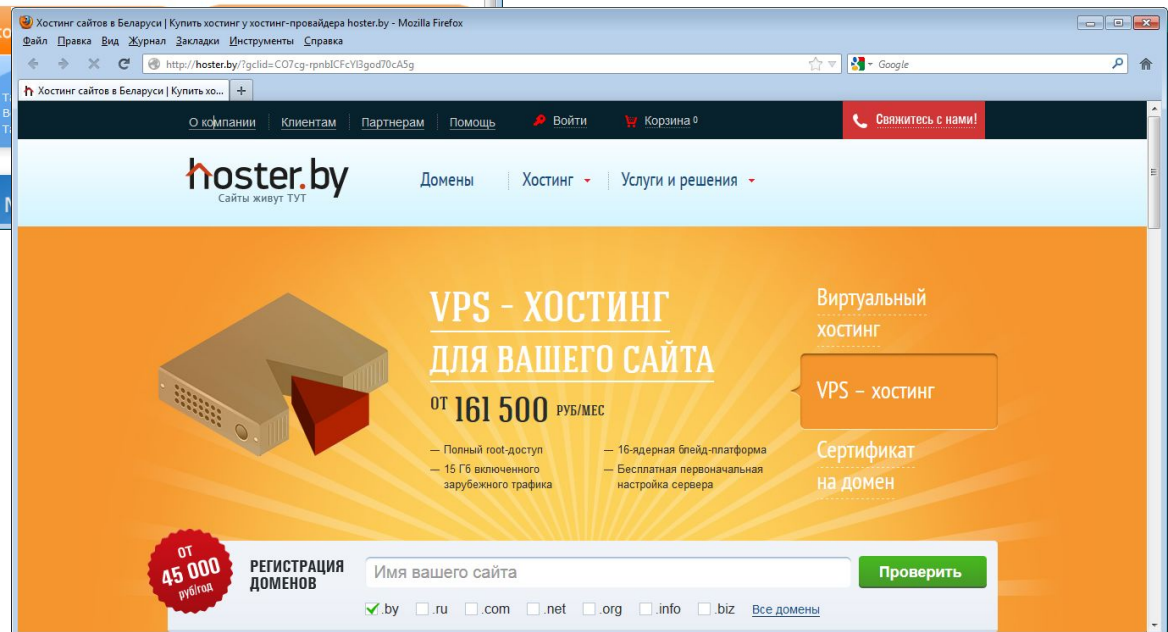
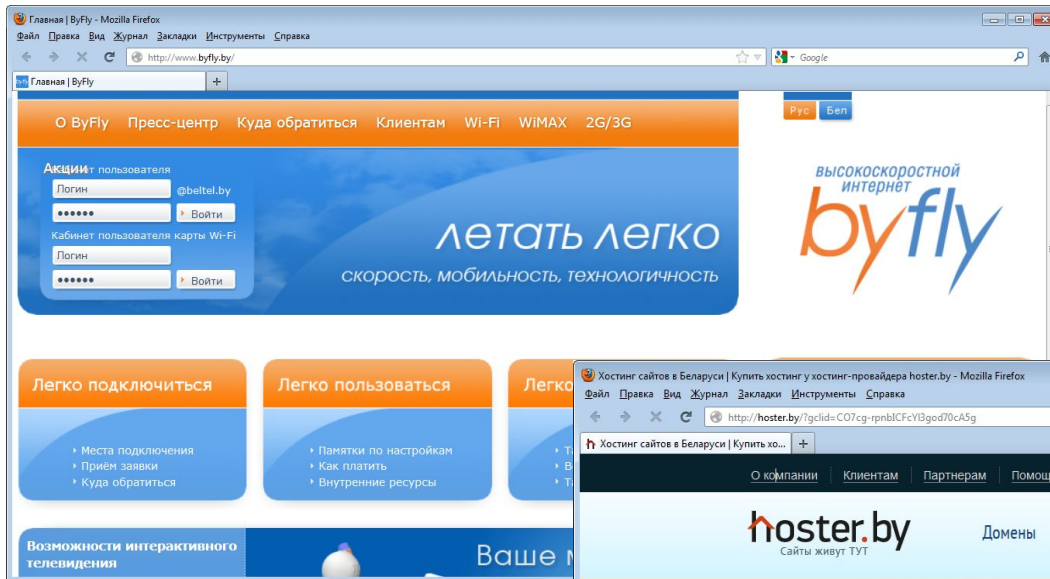
ATHENS 2004

Скиный Олимпийский слоган

Полные правила акции

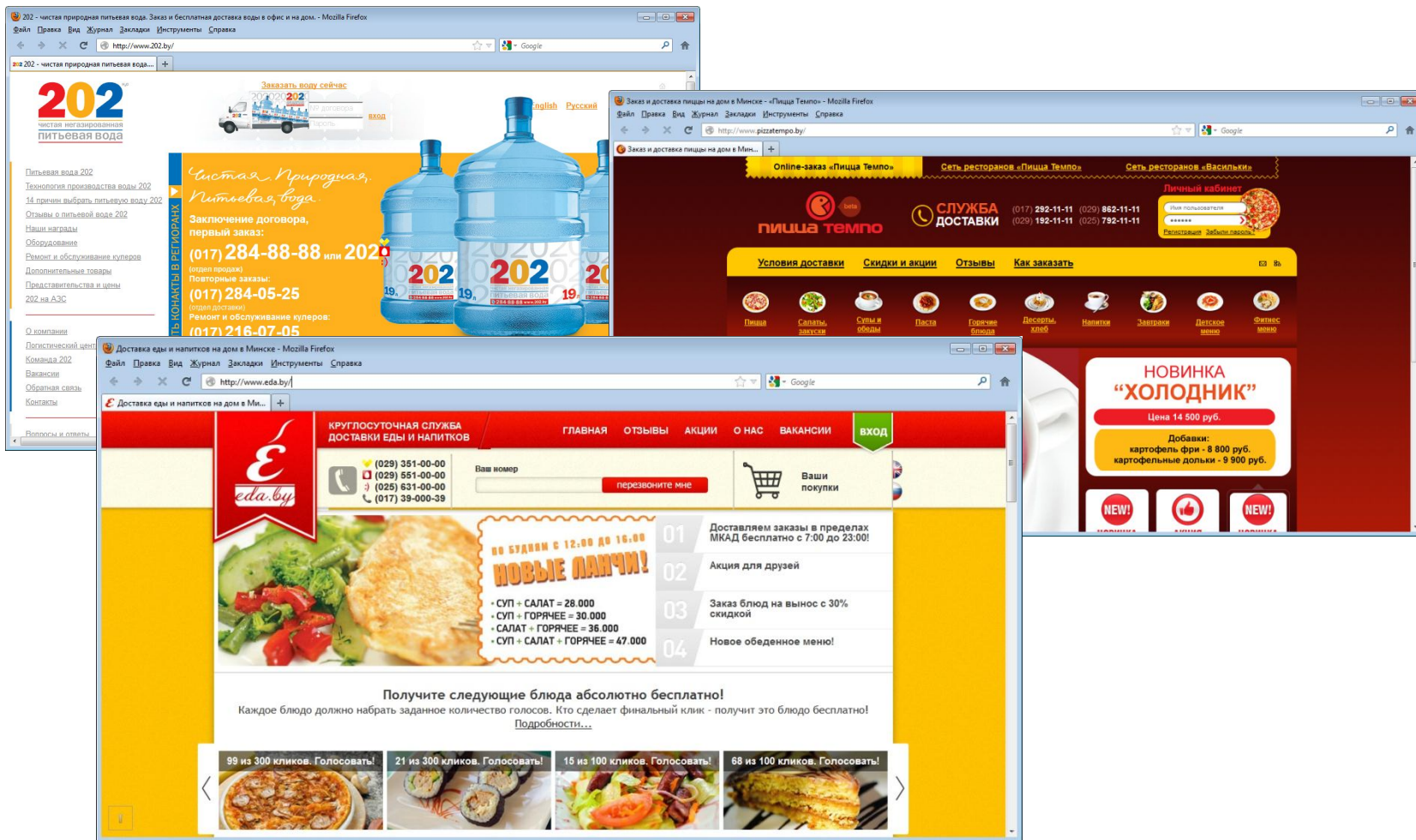
© 2006 The Coca-Cola Company

# Сервисы с периодической оплатой

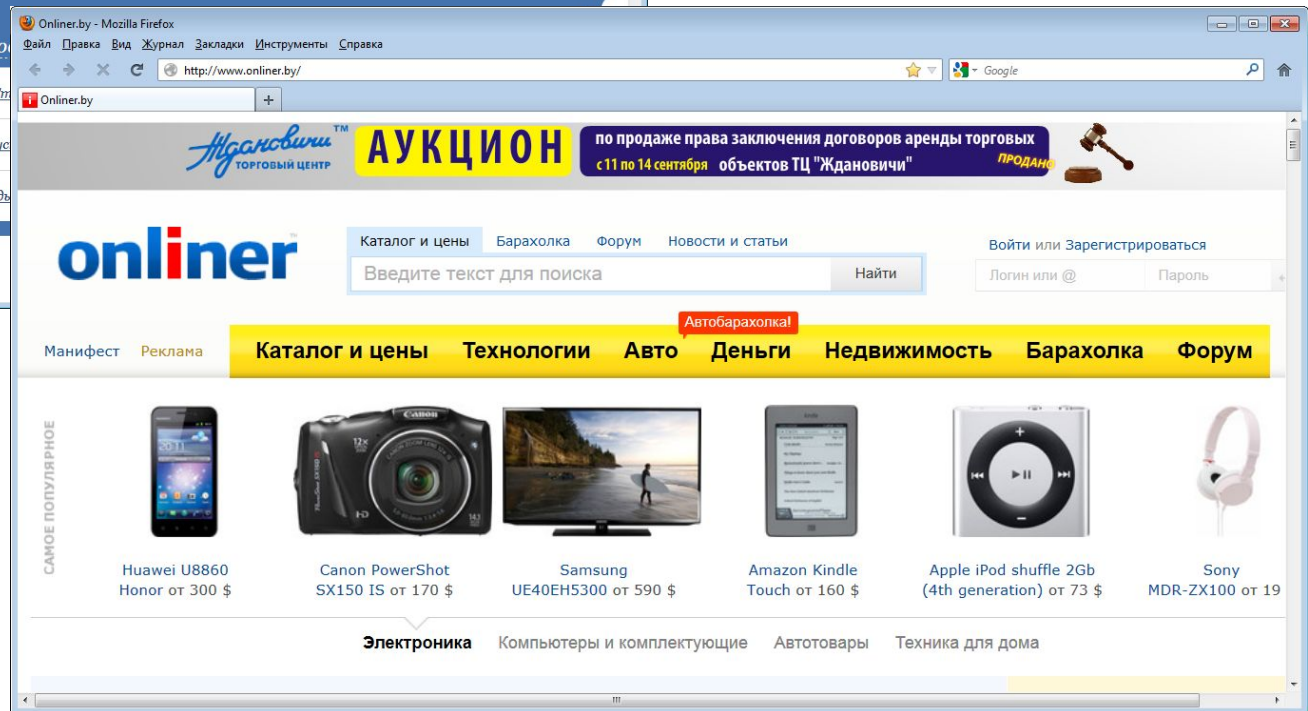
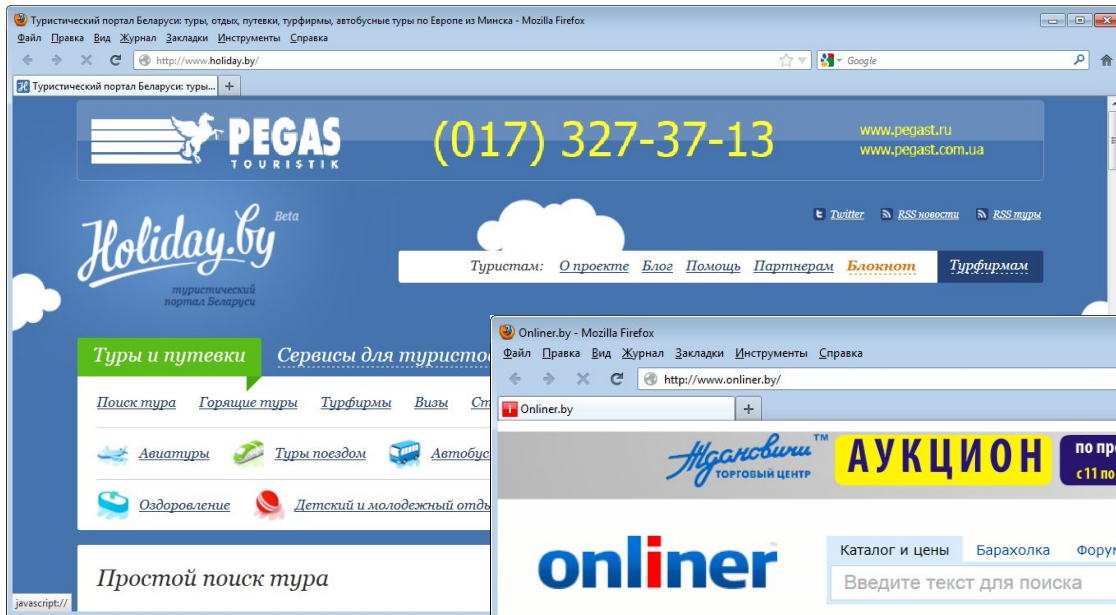




# Товары регулярного спроса



# Различные рекламные площадки



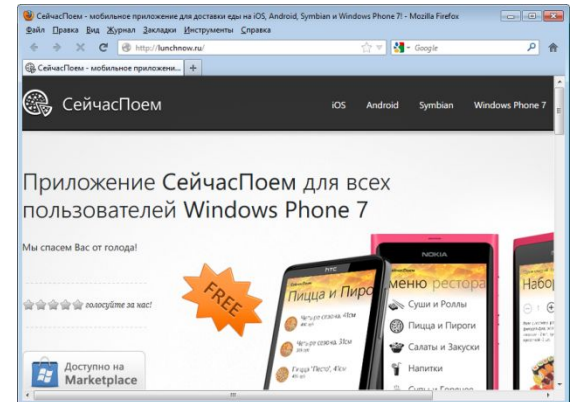


# Инструменты

1. размещение максимально подробной информации о товарах и услугах, больше, чем на продающих сайтах;
2. наличие дополнительных материалов, таких как инструкции или брошюры;
3. размещение различных видео роликов по использованию, online-уроков, советов специалиста;
4. поиск по сайту, инструменты по отбору информации или товаров с нужными характеристиками;
5. возможно наличие личного кабинета с доступом к дополнительным сервисам или информации;
6. форум для обсуждения продукта и аспектов его использования, возможно участие в нем специалистов;
7. применение регулярных рассылок.

# Формы

- сайт,
- группа в социальных сетях,
- форумы,
- система постоянного обновления продвигаемых программных продуктов через Интернет,
- мобильное приложение, например, для подтверждения заказов такси <http://www.uklon.com.ua/Mobile/MobileClient.aspx> или заказа еды <http://lunchnow.ru/>.



# Использование Интернета для сбора информации



- сбор необходимой информации, для принятия обоснованных рациональных управленческих решений, как на стратегическом, так и на тактическом уровнях.
- Постоянный мониторинг рынка для отслеживания как потенциальных угроз, так и благоприятных возможностей для бизнеса.
- При резком изменении состояния на рынке можно оперативно собрать информацию для быстрого принятия решений руководством компании.
- Интернет предлагает широчайшие возможности для исследования практически любых процессов. Это относится также и к возможностям продвижения



**компании или ее продукции**

# Для сбора информации в Интернете можно

## ИСПОЛЬЗОВАТЬ

- расширенный язык запросов поисковых машин;
- различные специализированные сервисы мониторинга. Например, Яндекс.Лента, позволяет объединять RSS-потоки, а мониторить информацию в социальных сетях можно при помощи YouScan (<http://www.youscan.ru>);
- Специализированные программы для допроса интернета, например, СайтСпутник <http://sitesputnik.ru/>.

Сбором и подготовкой информации для принятия управленческих решений занимается конкурентная разведка.



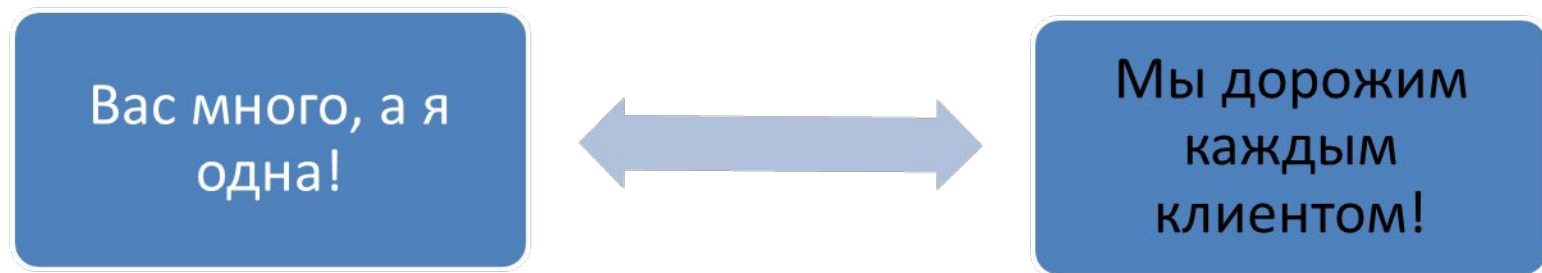
Сбором и подготовкой информации для принятия управленческих решений занимается конкурентная разведка.

# Соответствие формы присутствия в Интернете и цели

- сайт может хорошо выполнять только одну маркетинговую задачу.
- Если сайт решает несколько маркетинговых задач, то в этом случае они должны быть разнесены по различным разделам сайта.
- Если несколько групп пользователей имеют одинаковые или схожие коммуникации, то объединять общение с ними в одну форму или один сайт возможно только тогда, когда цели, которые преследует перенос этих контактов в Интернет совпадает.



Для одинаковых групп клиентов разные компании могут использовать различные формы представительства в Интернете





# Вопросы?



# Спасибо за внимание

