

Интернет-маркетинг



SMM

Таргетинг

SEO

Веб-аналитика

Что такое интернет-маркетинг?

В широком смысле интернет-маркетинг — это продвижение товаров и услуг онлайн. Как правило, его конечная цель — продажа товара / услуги или повышение узнаваемости компании.

Его основное отличие от классического маркетинга — возможность с помощью веб-аналитики отследить весь путь пользователя: от первого взаимодействия до продажи товара или услуги. К тому же онлайн-маркетинг позволяет точно таргетироваться на каждого отдельного пользователя



Стратегия в интернет-маркетинге

Из каких шагов состоит интернет-маркетинг:

- Первый шаг , с которого должна начинаться стратегия - точное определение своей целевой аудитории. Узнайте, почему люди покупают ваши продукты и составьте портрет потребителя.
- Второй шаг - это изучение конкурентов и определение своей позиции по отношению к ним. Стоит рассматривать не только прямых конкурентов, но и обратить внимание на то, каким образом вообще можно решить проблему ваших покупателей.
- Третий шаг - это определение целей и методов для их достижения. Решите какие инструменты интернет маркетинга вы будете применять и каким образом.



Инструменты с которыми предстоит работать :



SMM (Social Media Marketing)

SMM – это онлайн-маркетинг. Он основан на возможностях соцсетей и интернета в целом. У 57,6 % населения во всем мире есть учетная запись в одной или нескольких соцсетях, по данным Global Web Index на октябрь 2021 года. На данный момент мобильных пользователей 5,22 млрд это означает, что более 2/3 населения мира имеет доступ к мобильному интернету. Причем это наиболее платежеспособная часть мира.

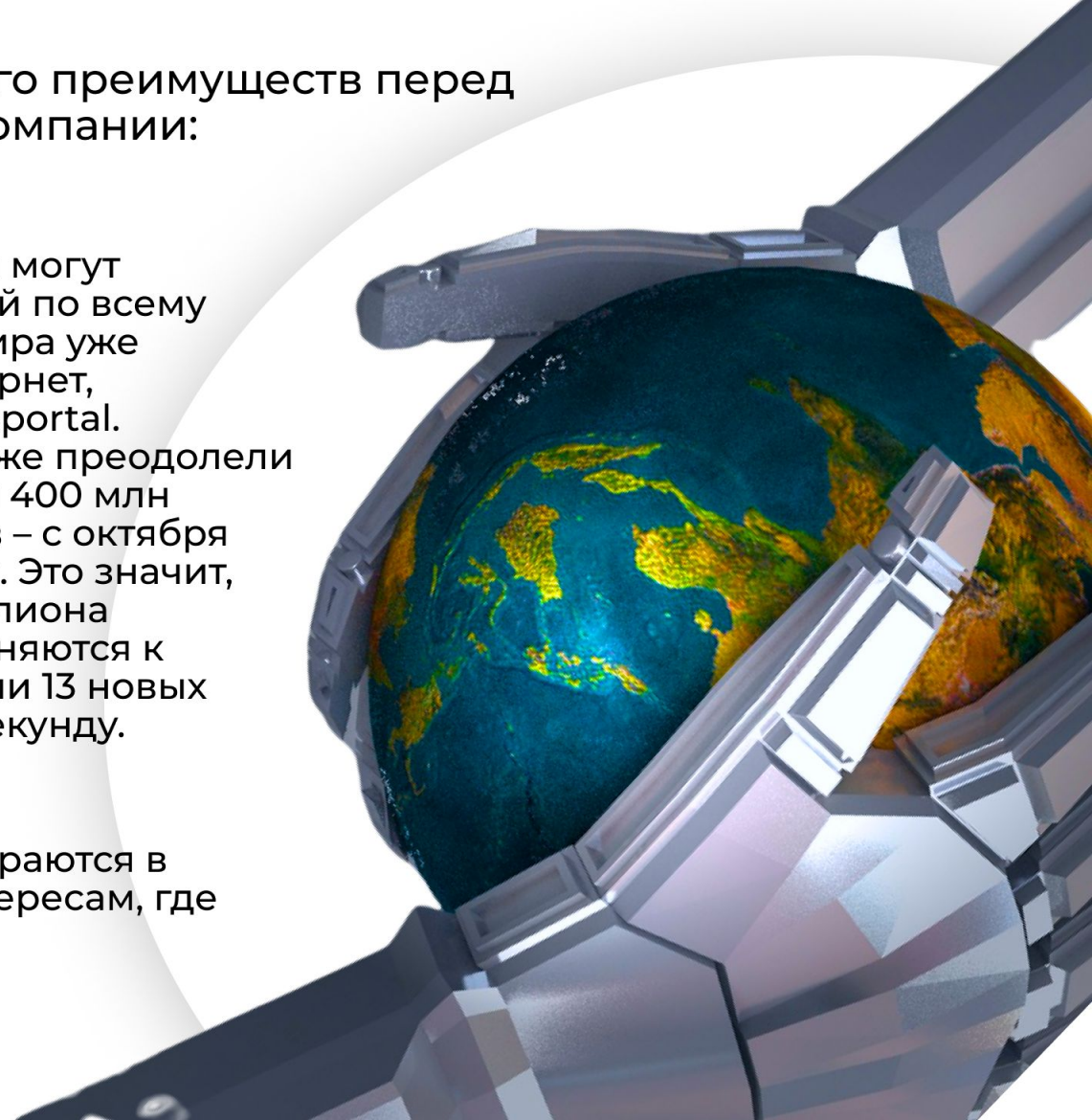
SMM взаимодействует с существующими клиентами и привлекает новых, продвигает желаемую культуру и миссию компании. С помощью разнообразного контента SMM демонстрирует бренд гораздо глубже, чем рекламные щиты и телеобъявления.



SMM (Social Media Marketing)

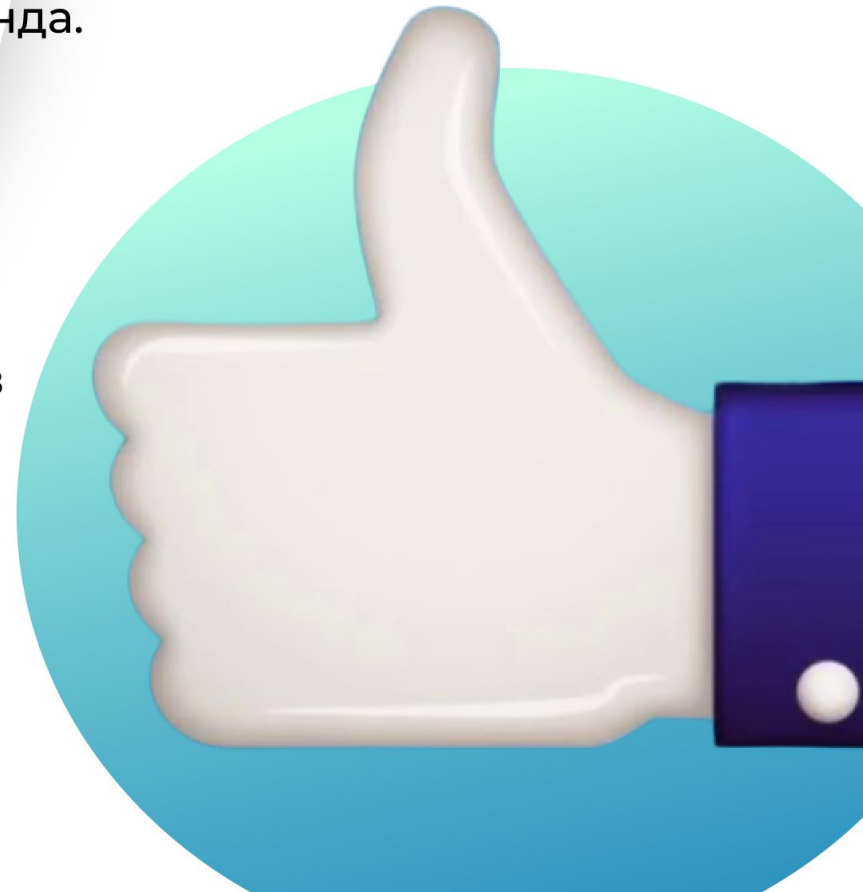
У SMM-продвижения много преимуществ перед офлайн-продвижением компании:

- **Широкий охват.** Соцсети могут охватить миллионы людей по всему миру. 61,8 % населения мира уже активно используют интернет, говорится в отчете Datareportal. Пользователи соцсетей уже преодолели рубеж в 4,5 млрд, причем 400 млн добавились за 12 месяцев – с октября 2020 по октябрь 2021 года. Это значит, что в среднем более миллиона пользователей присоединяются к соцсетям каждый день или 13 новых пользователей каждую секунду.
- **Фокус на ЦА.** Люди собираются в соцсетях в группы по интересам, где их легко найти.



SMM (Social Media Marketing)

- **Доступность ЦА.** Есть возможность напрямую общаться с клиентами и подписчиками. Это помогает развивать отношения и собирать лояльную аудиторию вокруг бренда.
- **Скорость.** Можно быстро распространить информацию среди множества людей. Например, ТикТок к концу сентября 2021 года преодолел отметку в 1 млрд пользователей в месяц. Исследование Datareportal показало, что реклама в ТикТоке охватит 10 % всего населения мира. Из них 24 % – люди в возрасте от 18 лет и старше, без учета Китая и Индии. Просто в Китае для ТикТока есть отдельное приложение, а в Индии он вообще запрещен.



Лендинг

Лендинг (в переводе “посадочная страница”) - одностраничный (иногда и одноэкранный) сайт, целью которого является или взятие контакта у посетителя с целью дальнейшей коммуникации и продажи, или непосредственно сама продажа.

Не стоит считать, что это какой-то произвольный набор блоков текста и картинок с кнопками “Купить”. Посадочная страница строится по законам маркетинга и человеческой психологии. Так самой популярной моделью является техника AIDA

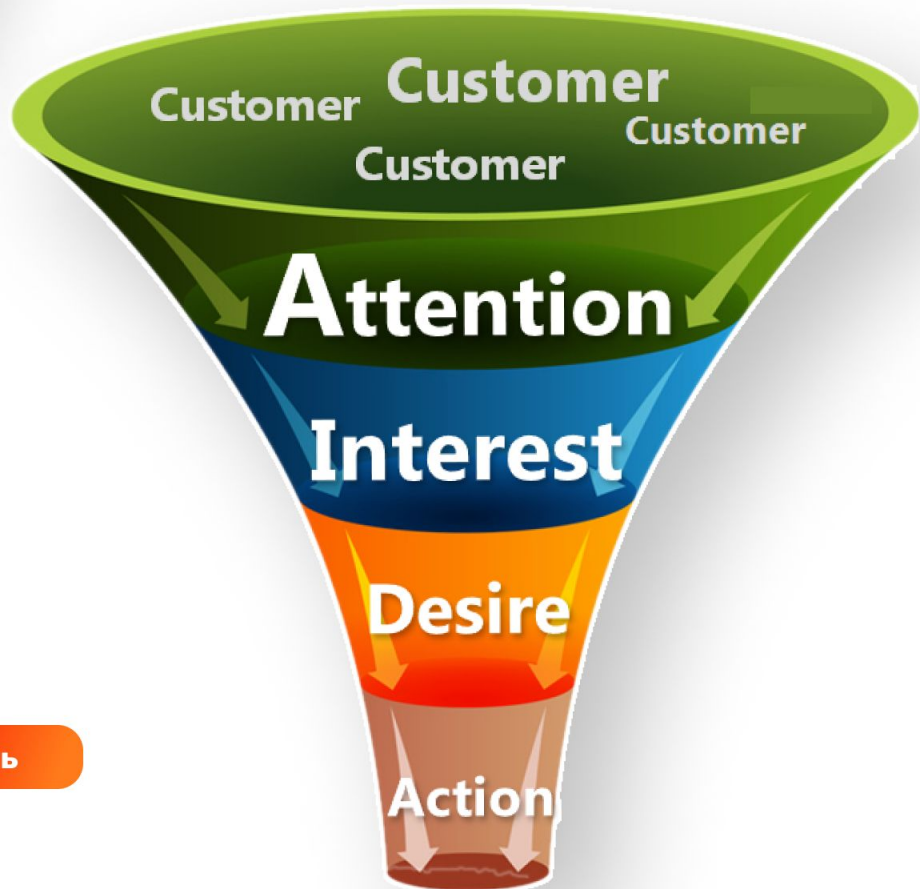


Лендинг

AIDA — принятая в практике маркетинга модель потребительского поведения, описывающая последовательность событий, ведущих к принятию решения о покупке. Расшифровывается как:

- **Attention (внимание)**
- **Interest (интерес);**
- **Desire (желание);**
- **Action (действие).**

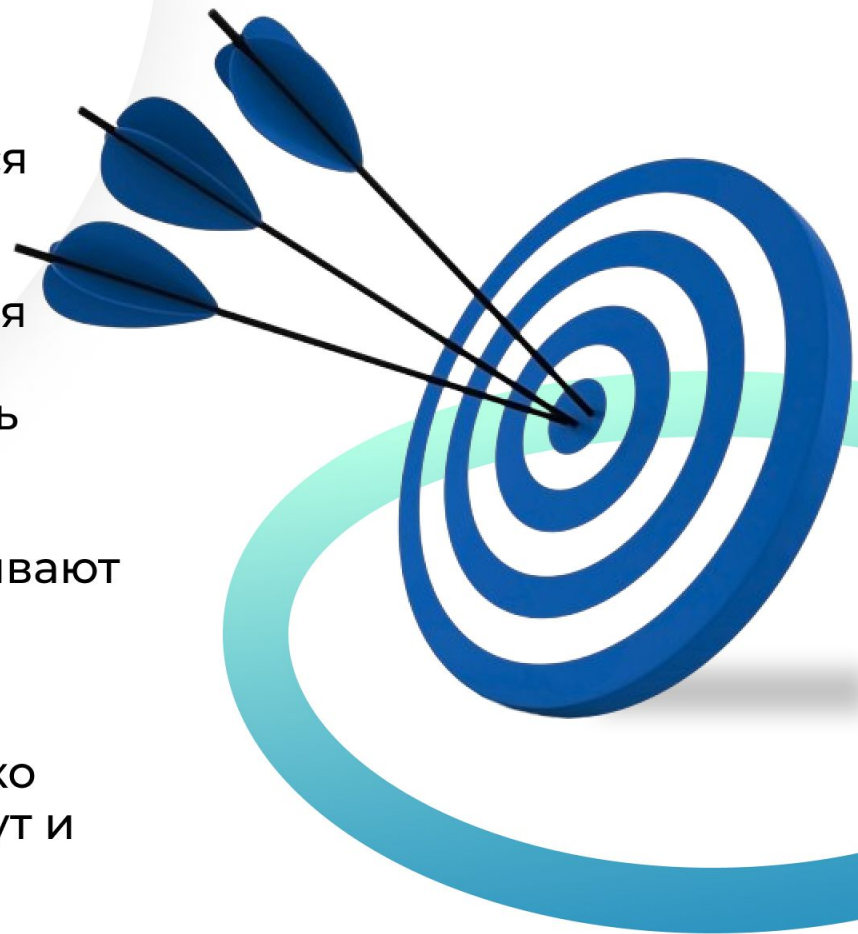
[Заказать](#)



Таргетированная реклама

В переводе с английского target означает «цель». Мишень таргетированной рекламы – пользователи, которые интересуются тем или иным товаром / услугой.

Простыми словами, таргетированная реклама – это инструмент, который позволяет специалистам показывать свои рекламные объявления строго определенной категории пользователей. Таргет, как еще называют таргетированную рекламу, очень эффективен и сравнительно дешев, потому что платить можно только за показы рекламы, а показывать только людям, которые действительно могут и хотят совершить покупку.



Таргетированная реклама

Таргетированная реклама позволяет сразу достичь несколько целей:

- Собрать воедино всю ЦА (целевую аудиторию), пользуясь той или иной соцсетью;
- Быстро и эффективно рассказать о продукте;
- Побудить пользователей перейти на сайт для более подробного ознакомления с продуктом;
- Мотивировать на совершение целевого действия: покупку, заявку, подписку, регистрацию и так далее.



Спрос на интернет-маркетологов растёт с каждым годом



На 86%

Выросло количество вакансий в маркетинге с июня 2020 года



2000+

Компаний ищут интернет-маркетологов

Согласно hh.ru



120 000 Р

Средняя зарплата интернет-маркетолога в России

Согласно hh.ru

Стоимость обучения

Интернет-маркетинг

Освойте полный комплекс услуг по интернет-продвижению и станьте профессиональным маркетологом, стратегом, аналитиком, контекстологом и таргетологом в одном лице.

**2 недели обучения
дадут 100% результат**

10 000 руб.

~~15 000 руб.~~