

Стратегия в интернет-маркетинге: всё идёт по плану!

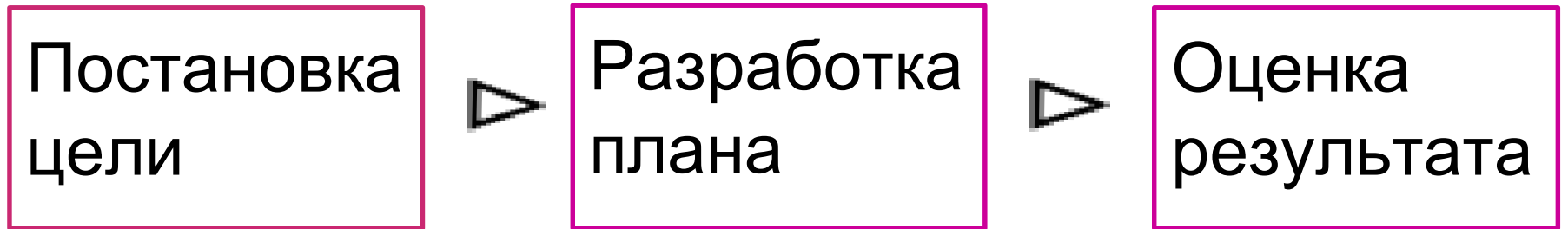
Татьяна Клименко

Руководитель отдела маркетинга компании
«ИнтекМедиа»

Японская поговорка гласит:

«Планирование без действий — это мечта. Действия без планирования — это кошмар».

Стратегия





Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

- Сбор информации
- Аудит текущей ситуации
- Определение количественных показателей

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Сбор информации

Кто ваша ЦА?

(географические, демографические,
экономические, психологические,
поведенческие характеристики)

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Сбор информации

Каковы результаты эффективности использования предыдущих инструментов маркетинга?

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Сбор информации

Каких результатов вы хотите достичь?
Какие показатели для вас важны? В
цифрах.

Пример описания ЦА

Клиент: сеть дорогих салонов красоты

Пол: женщины **Возраст:** 35-65

Уровень дохода: высокий от 60 т.р. на 1 чел., имеют автомобиль

Статус в обществе: имеют свой бизнес, занимают высокие посты, являются женами состоятельных мужчин

Психологические, поведенческие и др. характеристики:

Следят за своей внешностью с особым вниманием в силу возраста, положения в обществе. Некоторые испытывают страх перед старением. Очень ценят время - их день расписан по графику.

Пользуются активно современными мессенджерами: WhatsApp, Viber

Имеют аккаунты обычно в 2-х социальных сетях.

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Аудит текущей ситуации

Анализ работы отдела продаж

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Аудит текущей ситуации

Анализ показателей Yandex.metrika и Google Analytics ваших сайтов, лэндингов, соц. групп

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Аудит текущей ситуации

Анализ упоминаний и репутации в сети,
популярности, +/- конкурентов

Пример

использования Yandex.metrika

Клиент: интернет - магазин профессиональной косметики

Проблема: Низкие продажи через интернет магазин, несмотря на высокую посещаемость сайта

Действия: установка целей – складывание товара в корзину; оформление заказа, покупка

Результаты аудита:

Процесс оформления заказа занимал 8 шагов, что очень долго; 67 % тех, кто начинал оформлять заказ бросали данный процесс по пол пути.

Решение проблемы: Упрощение процесса покупки до 4 шагов, сделав его более понятным.

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Определение количественных показателей

Пример (интернет магазин)

Цель клиента: Необходимо увеличить объем выручки до 300 000 руб./мес.

Известно: только 1,5% их всех посетителей сайта совершают покупку (данные через Yandex.metrika и Google Analytics и предоставленные цели)
Средний чек = 2 000 руб.

Цель агентства: чтобы увеличить объем выручки до желаемых размеров, через сайт необходимо привести 10 000 посетителей в месяц.

Постановка цели



Разработка плана



Оценка результата

Возможные варианты целей

- увеличение узнаваемости
- формирование базы потенц. клиентов
- увеличение посещаемости ресурса
- увеличение заявок/заказов и т.п.

Постановка цели ▷ Разработка плана ▷ Оценка результата

Разработка плана действий

- Выбор инструментов
- Составление графика реализации плана (инструмент, бюджет, даты запуска, дата окончания, промежуточные итоги и конечные)

Постановка цели ▷ Разработка плана ▷ Оценка результата

Инструменты продвижения

Увеличение объема продаж (работа с новыми клиентами)	Увеличение частоты продаж (работа с клиентской базой)	Повышение известности (работа над имиджем)
Контекстная реклама	Ретаргетинг	Сотрудничество со СМИ
Поисковое продвижение- SEO	Email – marketing	Работа с лидерами мнений
Таргетированная реклама	Интеграция с CRM	Вирусный маркетинг
Платные посты в популярных пабликах	Стимулирование отзывов	Контент-маркетинг
Медийная реклама	Партнерские программы	
Количественное тестирование(A/B)	Работа с репутацией	
	SMM продвижение	

Постановка цели ▷ Разработка плана ▷ Оценка результата

Оценка результата

Оценка полученных результатов за отчетный период времени с точки зрения достижения/ не достижения количественных целей

10 000
посетителей ?



Если цели не достигнуты, то возвращаемся на шаг №2

Стратегия



Почему важен комплексный стратегический подход

- Отсутствие стратегии - потеря денег и времени;
- Отсутствие стратегии у вас не означает её отсутствие у конкурентов. А значит вас опередят, займут то самое место под солнцем с куском прибыли, которую могли бы получить вы;
- Не имея стратегии, вы не понимаете на чем концентрироваться и можете легко упустить возможности;
- Стратегия дает понимание какие интернет-инструменты, в какой последовательности или сочетании запускать для получения максимального эффекта.

Стратегия =

Цели + Информация +

План действий

Спасибо за внимание

Выступал

Татьяна
Клименко

Контакты

+7 (391) 249 - 10 - 20
info@intecmedia.ru

Сайт

www.intecmedia.ru

