

**Эффективные инструменты
продвижения бизнеса в интернете
в 2017 году**

Виктор Сотников

Новосибирск, 2017

МОЯ ВИЗИТКА

ВИКТОР СОТНИКОВ

**Делаем маркетинг,
который продает**

Профессиональный копирайтер и
маркетолог с опытом более 5 лет

Преподаватель авторского курса по
маркетингу в НГУЭУ и НГПУ

МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА



ОПРЕДЕЛЕНИЯ МАРКЕТИНГА

«Маркетинг — это осуществление бизнес-процессов по направлению потока товаров и услуг от производителя к потребителю».

Маркетинг – привлечение и удержание клиентов

МОИ ЛЮБИМЫЕ

Маркетинг – это любовь к Ближнему, благодаря которой получаешь Божью благодать – в виде прибыли

Маркетинг – это то, что менеджеры по продажам делать не могут, не успевают или не хотят

ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

На кого направлена Ваша реклама

B2B vs B2C

1. Определите базовые характеристики своего покупателя.
2. Возрастные рамки.
3. Социальный статус.
4. Семейное положение.
5. Профессия.
6. Узнайте интересы и увлечения.
7. Определите уровень платежеспособности.
8. Выявите проблемы покупателя.
9. Определите преимущества, которые получит потенциальный клиент от использования Вашего продукта для решения своей проблемы.
10. Трудности.
11. Страхи.
12. Ожидания и результаты от использования.
13. Неудовлетворенность от аналогичного или похожего продукта.
14. Модель принятия решения.



ONLINE РЕКЛАМА ПРОТИВ OFFLINE РЕКЛАМЫ

Сложно отследить и
оценить результат
кампании

Внесение корректировок в
рекламную кампанию
требует значительного
количества времени

Сложно попасть в
потребность клиента

Счетчики предоставляют
точные данные о
результатах кампании

Есть возможность
оперативно вносить
корректировки

Позволяет четко выделять
потребности пользователей

ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ



СТАНДАРТНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ КАНАЛЫ, КОТОРЫЕ ИСПОЛЬЗУЕТ БИЗНЕС

- Контекстная реклама (Яндекс, Google);
- Таргетированная реклама (вконтакте, facebook, mytarget, insta);
- Баннерная реклама;
- Медийная реклама;
- SEO;
- Email-маркетинг
- Контент-маркетинг;





SALE - ИНСТРУМЕНТЫ B2B-МАРКЕТИНГА

1. Презентации для клиента (маркетинг-кит)
2. Коммерческое предложение (холодное+горячее + iкоммерческое)
3. Sales stories (продающие истории), отзывы клиентов
4. Директ мейл (3D-mail)
5. Ивенты свои (семинары, роудшоу, users group, конференции, форумы, Клуб клиентов, i-обучение)
6. Участие в «чужих» мероприятиях (выставки, форумы, мероприятия клиента)
7. Телемаркетинг (+скрипты)
8. i-продвижение (сайт, email-маркетинг, smm)



FUTURE - ИНСТРУМЕНТЫ B2B-МАРКЕТИНГА

1. Печатные материалы (буклеты, листовки, каталоги...);
2. Сайт (корпоративный сайт, личный кабинет, диаграмма ганта);
3. Подарки, сувениры (ежедневники, ручки, календари, точки контакта?);
4. Спонсорство (меценатство, благотворительность);
5. Корпоративный журнал (блог, колонка);
6. Реклама/advetorials (нативная реклама) в прессе;
7. Выступления на «чужих» конференциях, форумах.

ПОШАГОВЫЙ ПЛАН ЗАПУСКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

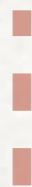
ЭТАП 1 - ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



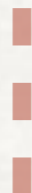
ЭТАП 2 - ВЫБОР РЕКЛАМНЫХ ИСТОЧНИКОВ



ЭТАП 3 - ПОДГОТОВКА КОНВЕРТЕРА



ЭТАП 4 - ОБРАБОТКА ВХОДЯЩИХ КЛИЕНТОВ



ЭТАП 5 - АНАЛИТИКА

ТОП-8 ПРОВЕРЕННЫХ РЕКЛАМНЫХ ПЛОЩАДОК И ИНСТРУМЕНТОВ

1. Контекстная реклама (10 раз подумать)
2. Рекламные записи и промоутирование в социальных сетях (вконтакте, facebook, insta)
3. Mytarget
4. Welcome-серия писем для новых клиентов (email-маркетинг)
5. Нативная реклама
6. Контент маркетинг
7. Блог и продвижение контента
8. Работа с отзывами и рекомендательный маркетинг



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?



(383) 380-53-50

8 (913) -753 - 3357

vi@stark-media.ru