

Онлайн-маркетинг

Тихонов Артем

AlterEGO digital agency



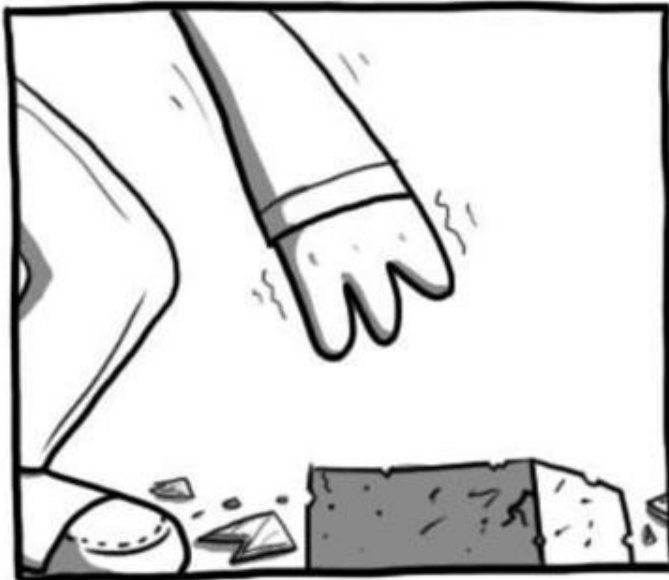
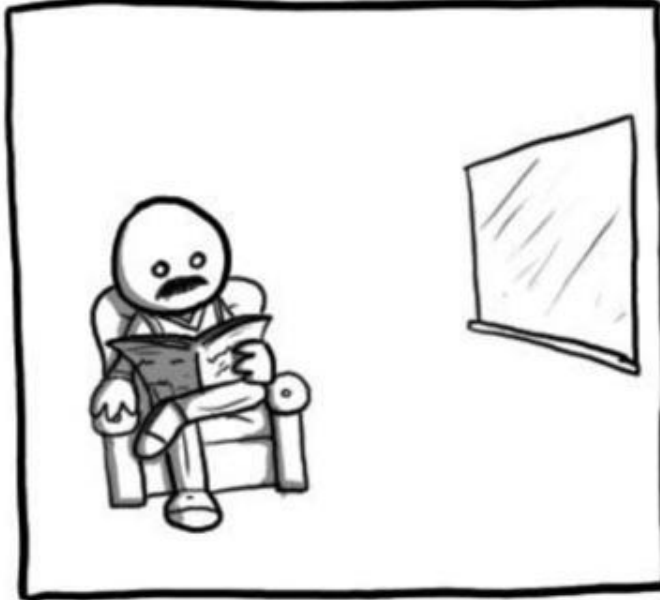
Маркетинг

цивилизованная форма боевых действий



Маркетинговый ход

Marketing



Маркетинг

Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. (с) Ф. Котлер

Маркетинг — представляет собой процесс планирования и осуществления замысла, ценообразование, продвижение и реализацию идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.
(с) Американская ассоциация маркетинга

Что такое маркетинг?

<i>Product</i>	<i>Price</i>	<i>Place</i>	<i>Promotion</i>
Преимущества	Цена	Каналы дистрибуции	Реклама
Уникальные особенности	Скидки	Логистика	PR
Опции	Условия кредита	Инвентарь	Спонсорство
Качество	Периоды оплаты	Транспорт	Промо акции
Дизайн	Бонусы	Ассортимент	Директ маркетинг
Брендинг		Расположение	Материалы в местах продаж
Упаковка			Выставки
Обслуживание			Личная продажа
Гарантии			Интернет

Характеристика	Маркетинг 1.0 Ориентация на продукт	Маркетинг 2.0 Ориентация на потребителя	Маркетинг 3.0 Ориентация на ценности
Цель	Продавать продукты	Удовлетворять запросы и удерживать потребителей	Сделать мир лучше
Движущая сила	Промышленная революция	Информационные технологии	Технологии новой волны
Как компании рассматривают рынок	Массовые потребители с физиологическими потребностями	Более информированные потребители со своими мыслями и эмоциями	Полноценные разумные человеческие существа с эмоциями
Ключевая маркетинговая концепция	Разработка товаров	Дифференциация	Ценности
Принципы маркетинга	Акцент на характеристиках продукта	Позиционирование компании и продукта	Миссия, видение
Потребительская стоимость	Функциональная	Функциональная и эмоциональная	Функциональная, эмоциональная, духовная
Взаимодействие с потребителями	«Один со многими»	«Один на один»	«Сотрудничество многих со многими»

Онлайн-маркетинг

Интернет-маркетинг (англ. *internet marketing*) — это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основная цель — получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта.

Онлайн-маркетинг

- Онлайн-маркетинг
 - SEO
 - SEM
 - SMM
 - Медийная реклама
 - Партнерские сети
 - E-Mail, SMS
 - CRM
 - Веб-аналитика и usability

4P vs 4C

4P		4C	
Товар или услуга, предназначенные для реализации	Product (Товар или услуга)	Customer needs and wants (Потребности клиента)	Решение проблемы
Способ покрытия затрат и получения прибыли	Price (Цена)	Cost to customer (Затраты клиента)	Ценность товара
Деятельность, направленная на реализацию продукта	Place (Сбыт)	Convenience (Удобство)	Удобная возможность приобретения, целевой аудиторией средства решения проблемы
Деятельность по стимулированию продаж	Promotion (Продвижение)	Communication (Коммуникации)	Формирование мотивации для совершения покупки. Создание отношений

Основа онлайн-маркетинга

1. Построение единой системы целей
2. Выделение персонажей (целевой аудитории)
3. Разбиение персонажей на сегменты, в том числе с учетом той стадии принятия решения на которой они находятся
4. Подготовка отдельных стратегий работы с каждым сегментом, в том числе в зависимости от того, на какой стадии принятия решения о покупке он находится
5. Выбор каналов привлечения потенциальных потребителей
6. Работа с потребителями внутри сайта
7. Повторное привлечение потребителя на ваш сайт для совершения новых покупок
8. Получение рекомендаций от потребителя о вашем магазине

Воронка целей

1. Цели бизнеса
2. Цели маркетинга
3. Цели онлайн-маркетинга
4. Цели на сайте

Связь между бизнес-метриками и онлайн-продвижением

Бизнес-цель	Цели сайта	Метрики	KPI	Показатели в системах аналитики	Источник трафика
Получение максимально большого числа заказов из Интернет-магазина	Увеличение количества заказов через корзину, звонков, и других типов обращений	Количество отправленных товаров в корзину	Коэффициент Конверсии	Цель: переход в корзину	Яндекс. Директ
		10	3%		

Что необходимо сделать чтобы получить список целей?

1. Выписать все цели онлайн-маркетинга.
2. Связать их с целями на сайте
3. Продумать цели внутри систем аналитики: Яндекс.Метрика и Google Analytics
3. Заложить KPI для каждой из цели
4. Измерять/улучшать.

Цели онлайн-маркетинга

- Повышение числа новых онлайн-продаж
- Повышение числа повторных онлайн-продаж
- Увеличение частоты покупок
- Увеличение среднего чека

Повышение числа повторных онлайн продаж.

- Увеличение повторной посещаемости (% вернувшихся)
- Увеличение количества подписчиков на email рассылки
- Увеличение числа просматриваемых писем по email рассылке
- Увеличение числа подписчиков на sms-рассылку

Увеличение частоты покупок.

- Увеличение количества подписчиков на email рассылки
- Увеличение числа просматриваемых писем по email рассылке
- Увеличение числа подписчиков на sms-рассылку
- Выдача при первичной покупке бонусных баллов или рублей на покупку
- Выдача карты постоянного клиента со скидкой
- Выдача купона на скидку

Увеличение среднего чека. Связь с целями внутри сайта

- Увеличение количества товаров в корзине
- Увеличение количества заказов-комплектов
- Увеличение количества заказов более дорогих товаров
- Мотивация купить на сумму более указанной для получения скидки, либо бонусной покупки

Подготовить персонажи покупателей

Карьеристка 28-40 лет



Успешный менеджер нового поколения
Следит за собой, красиво
Регулярно посещает фитнес-центр,
солярии, плавает
Следит за тенденциями в моде
Сильная характером
Питается хорошо. тщательно выбирает
блю,
Знае

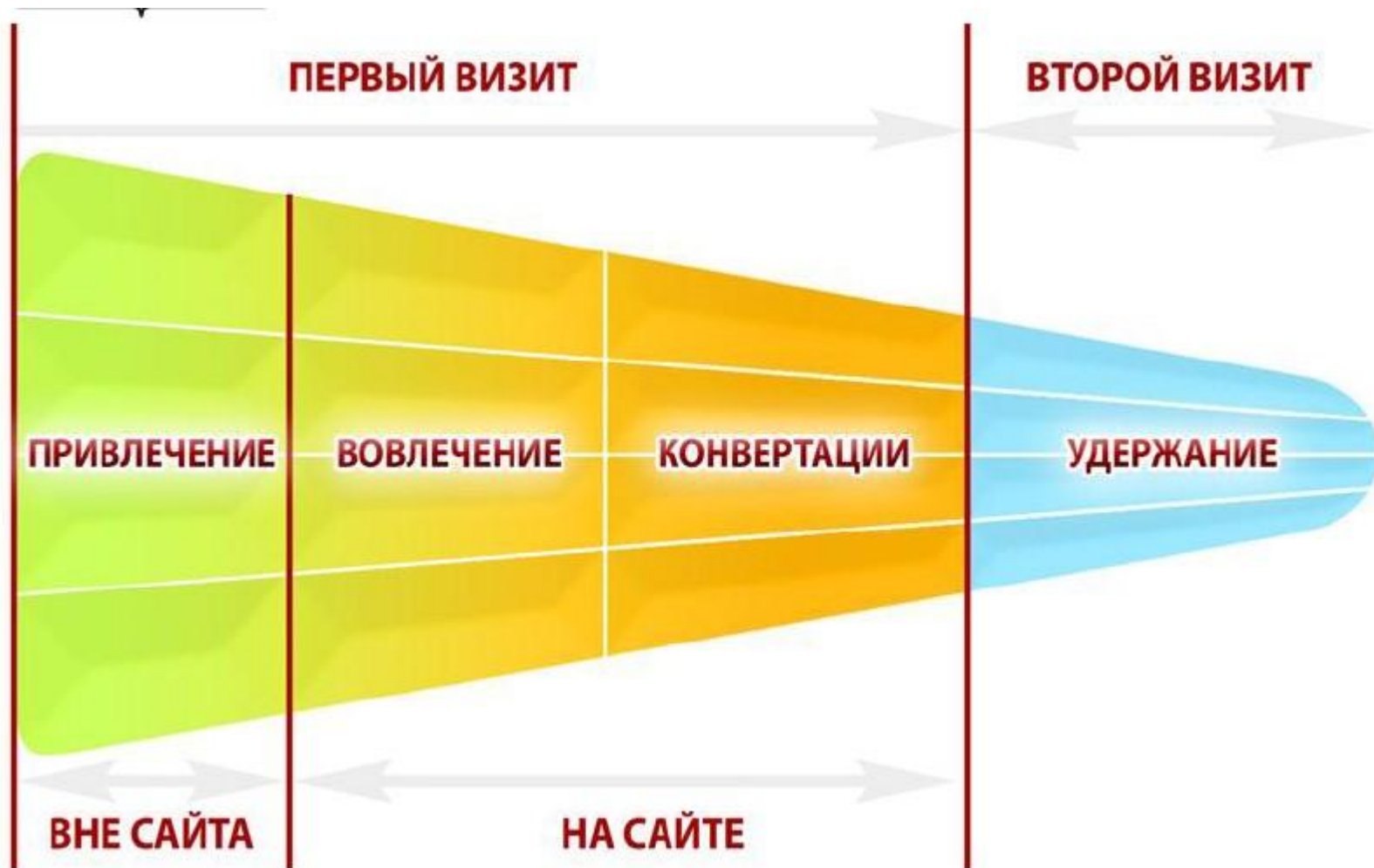
Хипстер 20-30 лет



Работает в офисе, возможно каким-то
креативщиком и т.п.
Любит модную одежду
В руках айфон, делает луки, ведет
активную социальную жизнь в
социальных сетях, используют все
популярные социальные сети
Хорошо знает английский язык
Старается есть вкусную и необычную
пищу, которая должна быть ещё и
полезной
Любит новое

Основные стадии принятия решения о покупке

1. Формирование потребности
2. Поиск решений
3. Сбор информации
4. Первичное ознакомление
5. Покупка
6. Повторная покупка
7. Рекомендации



Воронка и работа с различными сегментами



Ретаргетинг

E-mail маркетинг

E-mail маркетинг

E-mail маркетинг

Ну разбили мы на сегменты, а
дальше-то что?

А дальше работаем!

1. Привлечение (SEO, SEM, SMM, Медийная реклама и т.д.)
2. Вовлечение (Удобная структура сайта, интересный контент)
3. Конвертация (мотивация к покупке, удобная корзина и оформления заказа)
4. Удержание (email маркетинг, ретаргетинг, бонусные программы, карты лояльности)

Спасибо за внимание
с удовольствием отвечу на все
Ваши вопросы!

Тихонов Артем, генеральный директор
AlterEGO digital agency

Email: tihonov.art@mail.ru

Skype: alterego.moscow

Vk.com/claviger

Facebook.com/artem.tickhonov