

# Онлайн-маркетинг

Тихонов Артем

AlterEGO digital agency



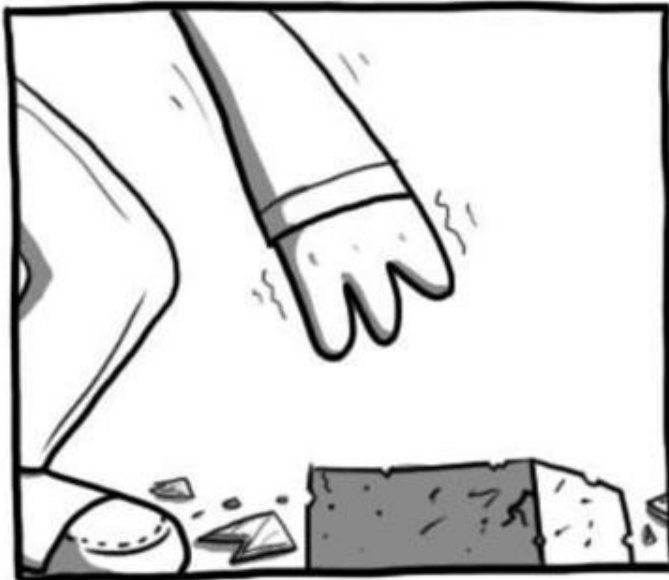
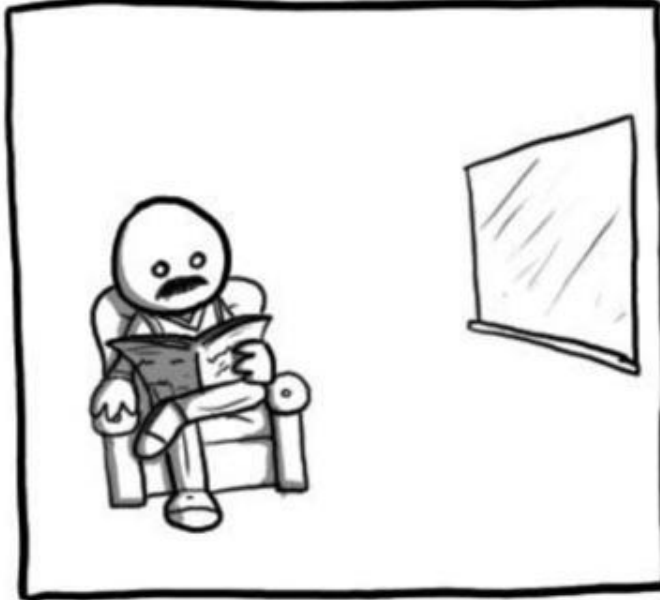
# Маркетинг

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	<b>Product</b> (Товар или услуга)	<b>Customer needs and wants</b> (Потребности клиента)	Решение проблемы
Способ покрытия затрат и получения прибыли	<b>Price</b> (Цена)	<b>Cost to customer</b> (Затраты клиента)	Ценность товара
Деятельность, направленная на реализацию продукта	<b>Place</b> (Сбыт)	<b>Convenience</b> (Удобство)	Удобная возможность приобретения, целевой аудиторией средства решения проблемы
Деятельность по стимулированию продаж	<b>Promotion</b> (Продвижение)	<b>Communication</b> (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

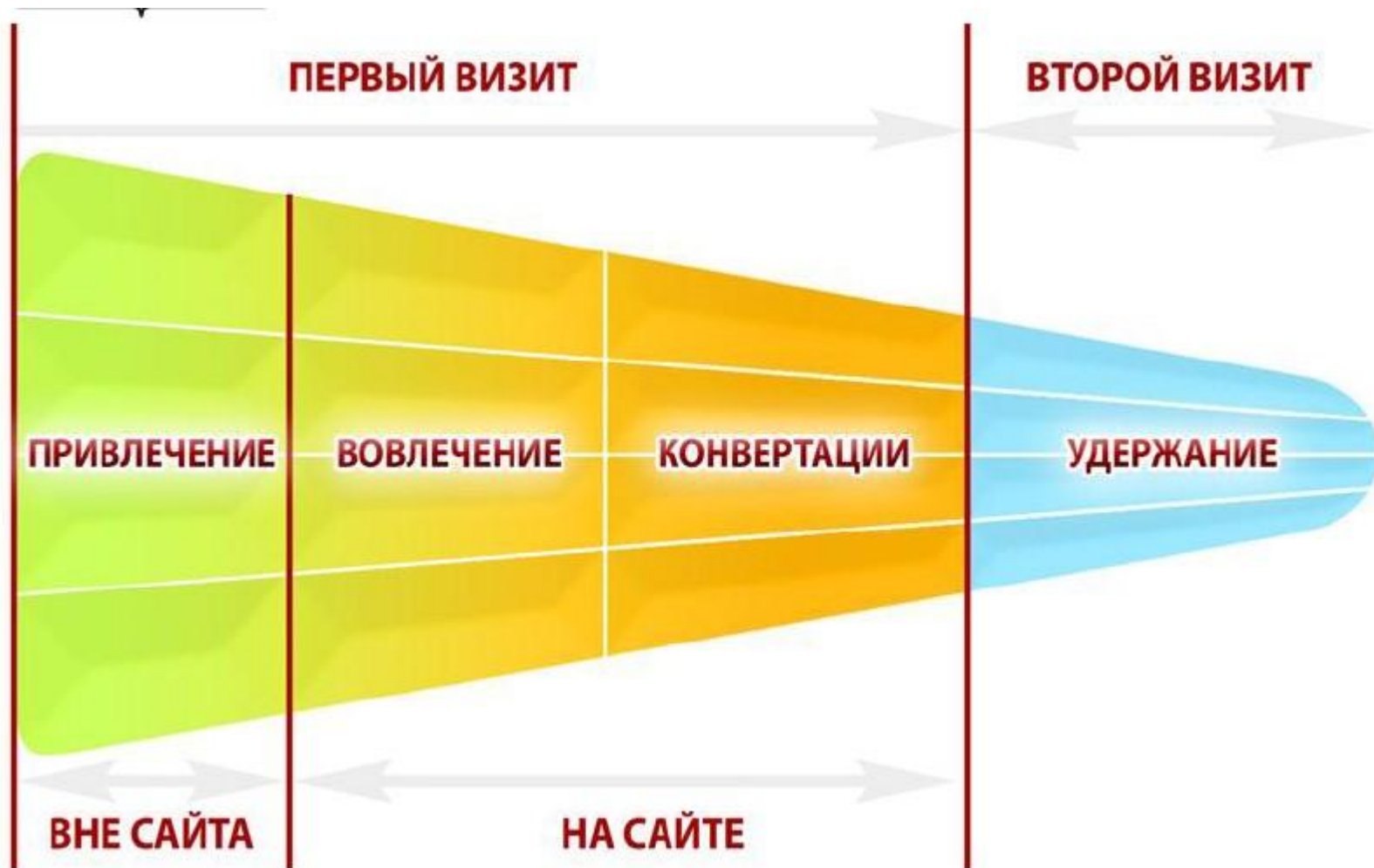
## Хипстер 20-30 лет



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](mailto:tihonov.art@mail.ru)

Skype: alterego.moscow

Vk.com/claviger

Facebook.com/artem.tickhonov