Techart
маркетинговая группа

МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ И АУТСОРСИНГ

www.techart.ru

ТРЕНДЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА 2015 ГОД

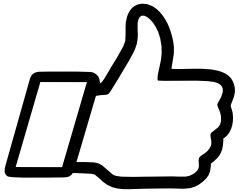
Татьяна Бадикина
Promo.TechArt

26 / 02 / 2015

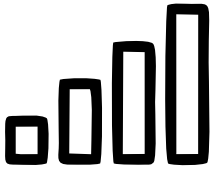
Research
Promo
Branding
Design
PR
Photo
Web
Advert

1 ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ — В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ

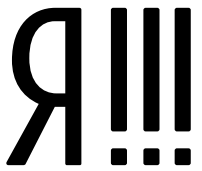
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:



АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА САЙТЕ — ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА РЕСУРСА



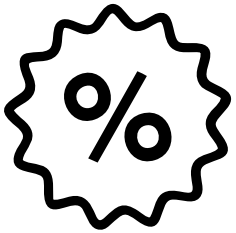
РОСТ КОЛИЧЕСТВА СЕРВИСОВ НАКРУТКИ



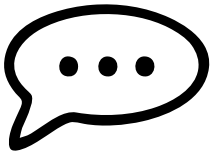
САНКЦИИ ЯНДЕКСА ЗА ПОПЫТКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ВЫДАЧЕЙ

2 ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ — ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КАЖДОМУ КЛИЕНТУ

ЧТО МОЖНО ПЕРСОНАЛИЗИРОВАТЬ?



**ПРЕДЛОЖЕНИЯ
И АКЦИИ
НА СТРАНИЦАХ САЙТА**



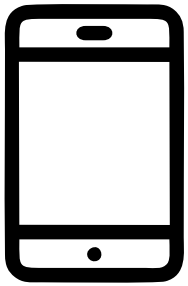
РЕКОМЕНДАЦИИ

РАССЫЛКИ

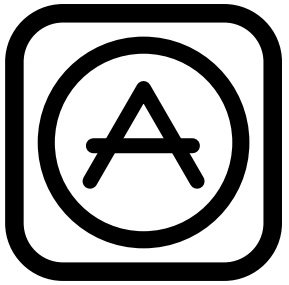
3 МУЛЬТИПЛАТФОРМЕННОСТЬ

КАЖДЫЙ 9-ЫЙ ПРОСМОТР ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦЫ В РОССИИ СОВЕРШАЕТСЯ С МОБИЛЬНОГО УСТРОЙСТВА

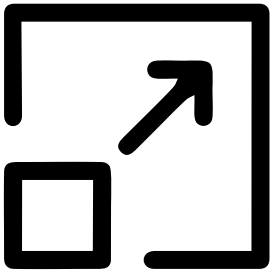
ПРЕДЛОЖИТЕ СВОЕ РЕШЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ ГАДЖЕТОВ



МОБИЛЬНУЮ ВЕРСИЮ САЙТА



ПРИЛОЖЕНИЕ



ОСНОВНОЙ РЕСУРС С АДАПТИВНЫМ ДИЗАЙНОМ

4 ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ХОТЯТ СМОТРЕТЬ И СЛУШАТЬ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЧИТАТЬ

ЛУЧШИЙ КОНТЕНТ — НАГЛЯДНЫЙ, «ЖИВОЙ»

/ ВИДЕОРОЛИКИ, АНИМАЦИЯ

/ ИНФОГРАФИКА

/ ПРЕЗЕНТАЦИИ

/ ВЕБИНАРЫ

/ ФОТОГАЛЕРЕИ

5 УМНЫЕ УСТРОЙСТВА — БУДУЩЕЕ МОБИЛЬНОГО РЫНКА

6 АКТИВНОЕ ОСВОЕНИЕ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛОЩАДОК, УКРЕПЛЕНИЕ НИШЕВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В 2015 ГОДУ

facebook

ПАДЕНИЕ ПОПУЛЯРНОСТИ ИЗ-ЗА ПРОБЛЕМ С ЮЗАБИЛИТИ И ОХВАТОМ АУДИТОРИИ

LinkedIn

УКРЕПЛЕНИЕ В СТАТУСЕ ГЛАВНОЙ СОЦСЕТИ ДЛЯ B2B АУДИТОРИИ

ВКонтакте

РОСТ РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ (ВИДЕОКАНАЛЫ, ПУБЛИКАЦИИ НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ)

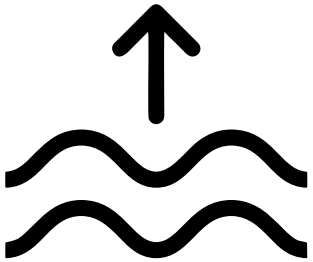
twitter

РОСТ ПРИТОКА РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ БЛАГОДАРЯ НОВОЙ СХЕМЕ ОПЛАТЫ

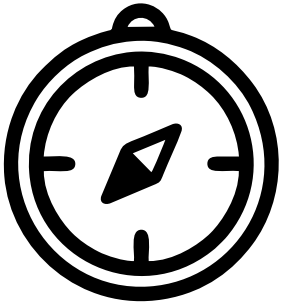
7 ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА:

НОВЫЕ ФОРМАТЫ



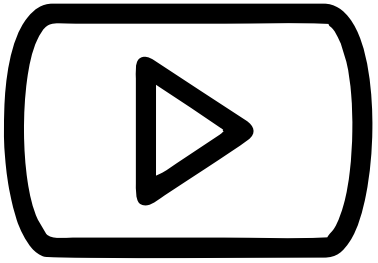
РОСТ ГИБКОСТИ РЕКЛАМНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ



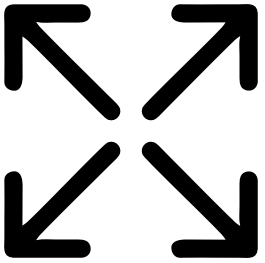
КУРС НА ТОЧНЫЙ ТАРГЕТИНГ

АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ВИДЕОРЕКЛАМЫ:

СНИЖЕНИЕ ПОРОГА ВХОДА



ДЕМОКРАТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ВИДЕОРОЛИКОВ

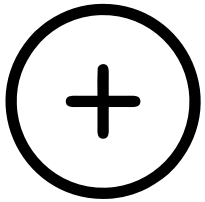


ШИРОКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТАРГЕТИНГА

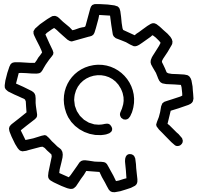
НОВЫЕ ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ: ОРИЕНТАЦИЯ НА ВОВЛЕЧЕННОСТЬ И ИНТЕРАКТИВНОСТЬ

RTB: КУРС НА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТАРГЕТИНГОВ И ПРИРОСТ АУДИТОРИИ

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА И ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦСЕТЯХ



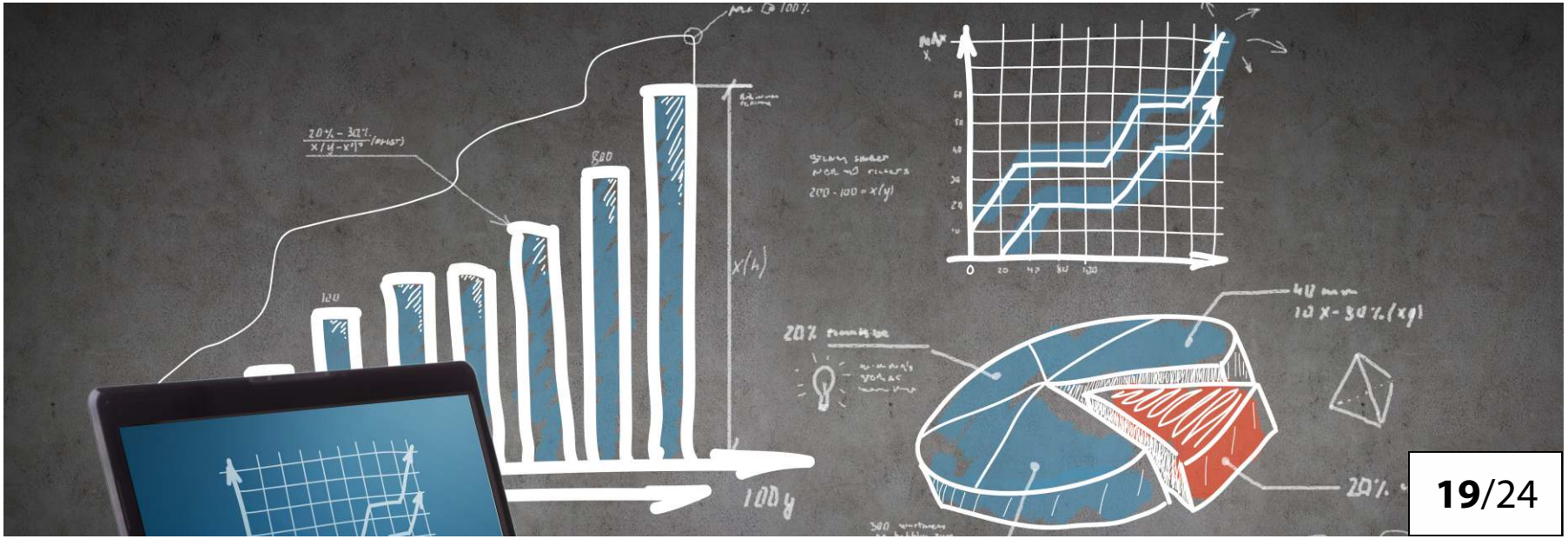
УВЕЛИЧЕНИЕ ДОЛИ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ РЕКЛАМНЫХ РАСХОДОВ



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ, АВТОМАТИЗАЦИЯ

ПОВЫШЕННОЕ ВНИМАНИЕ К ПОКАЗАТЕЛЯМ КОНВЕРСИИ

8 РОСТ ПОТРЕБНОСТИ В ВЕБ-АНАЛИТИКЕ И СЕГМЕНТИРОВАНИИ АУДИТОРИИ



В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ — СЛЕДУЮЩИЕ ПОНЯТИЯ:

- / ROI
- / ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ КЛИЕНТА
- / МНОГОКАНАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ АТРИБУЦИИ

9 КУРС НА ИНТЕГРАЦИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП:

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ, ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ И СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА — ЧАСТИ ОДНОГО ЦЕЛОГО.

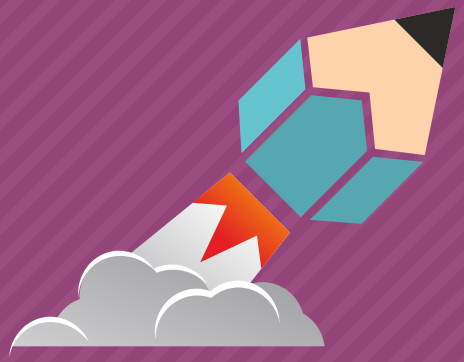
Изображение:
Bloomua / Shutterstock.com

ВЫВОДЫ

1 **БУДУЩЕЕ — ЗА НОВЫМИ ПЛАТФОРМАМИ И ИНТЕРАКТИВНЫМ КОНТЕНТОМ.**

2 **СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА, ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ — НЕ ИЗОЛИРОВАННЫЕ ДРУГ ОТ ДРУГА АКТИВНОСТИ, А ЧАСТЬ ОДНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ.**

3 **НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ АНАЛИТИКИ — КЛЮЧ К ПОНИМАНИЮ ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ НЕ ТОЛЬКО ОНЛАЙН, НО И ОФФЛАЙН.**



Techart
маркетинговая группа

МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ И АУТСОРСИНГ

www.techart.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.

Татьяна Бадикина
Promo.TechArt

(495) 790-7591
info@techart.ru
www.techart.ru
http://twitter.com/techart/
http://www.facebook.com/techartgroup

Research
Promo
Branding
Design
PR
Photo
Web
Advert