



Маркетинговая группа «Текарт»

ИСТИННЫЙ КОМПЛЕКСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Илья Никулин

Генеральный директор «Текарт»

17/04/2015

Research

Datasense

Promo

Advert

PR&Event

Web

Design

Photo

Branding

ПЛАН ДОКЛАДА

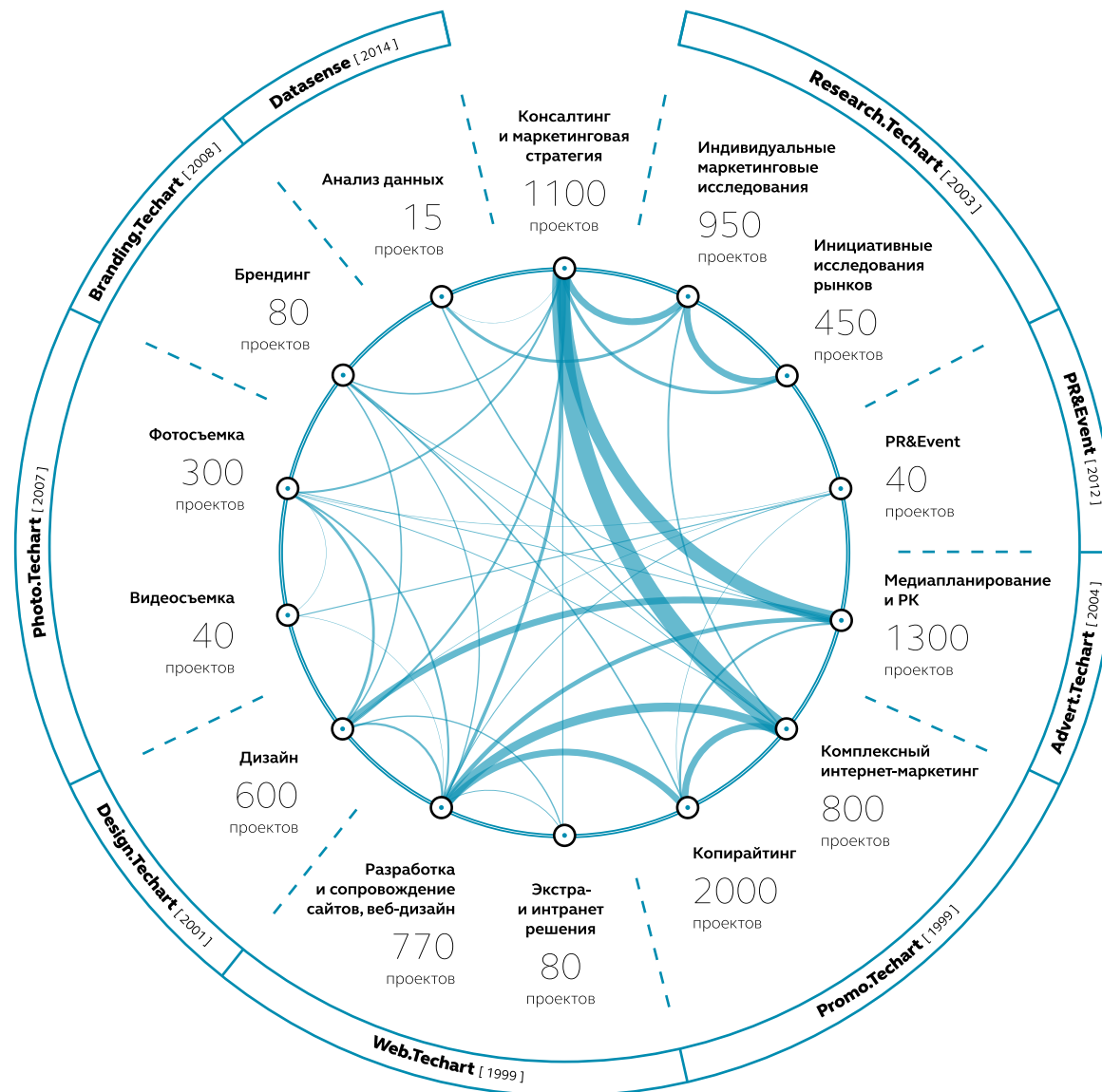
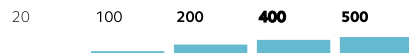
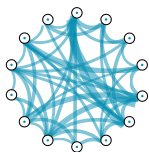
1. Опыт “Текарт”
2. Маркетинг и Интернет-маркетинг
3. История КИМ 2005–2014
4. Текущие особенности ИМ
5. Кейс
6. Сложности услуги, организация агентства

1999-2015*

Маркетинговый консалтинг
и комплексное обслуживание.

Департаменты, опыт, услуги
и их взаимосвязи.

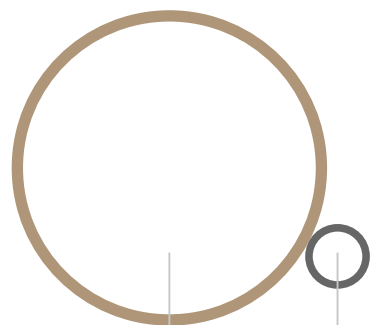
* – план развития
компании
до 2020 года:



02 МАРКЕТИНГ И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

02/19

1999

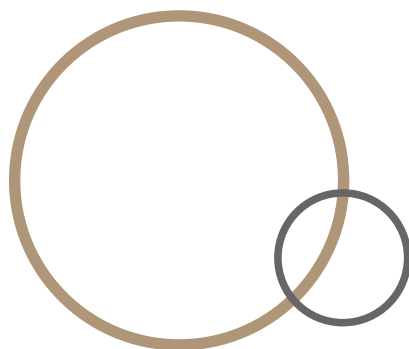


Маркетинг

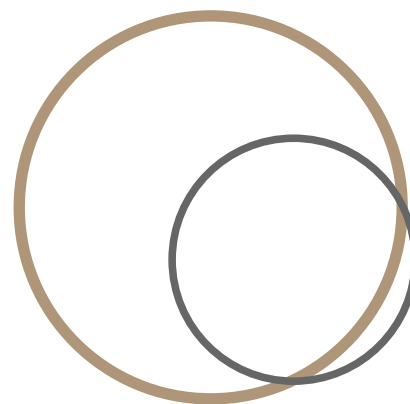
Интернет-Маркетинг

Маркетинг

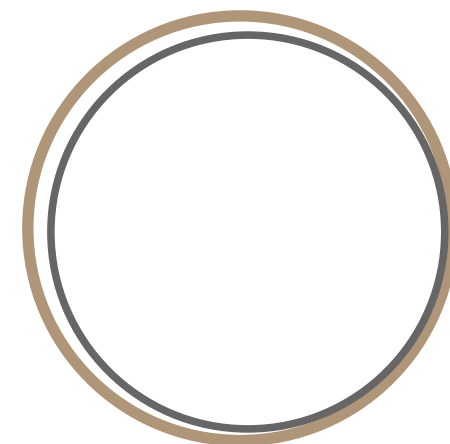
2005



2015



2020



«ТЕКАРТ»

2005 Комплексный Интернет-Маркетинг

2006 *Интернет-маркетинг – часть общего процесса маркетинга, комплекс мероприятий (marketing mix), направленный на анализ коммерческой среды и продвижение компании, ее бизнеса с использованием возможностей интернета, комплекса аддитивных мероприятий по привлечению целевой аудитории на сайты компании и конвертации ее в клиентов и партнеров.*

«ТЕКАРТ»

2007

*Интернет-
Маркетинг.
Основные
направления*



МАРКЕТИНГОВАЯ ГРУППА "ТЕКАРТ"

Комплексный интернет-маркетинг. Обобщение.
Никулин Илья

2. Интернет-маркетинг. Основные направления:

- маркетинговые обзоры, сбор **аналитики**, мониторинг конкурентов;
- проектирование, разработка, сопровождение и развитие **веб-сайта/сайтов**;
- маркетинговый **аудит** веб-сайта, улучшение пользовательских свойств (usability);
- **поисковое** продвижение (SEO);
- **непоисковое** продвижение;
- **имиджевое** продвижение;
- учет и анализ данных **обратной связи, eCRM**;
- медиапланирование и проведение **рекламных** кампаний.




2010 + СТРАТЕГИЯ И КОНСАЛТИНГ

- *Востребованность*
- *Задачи и форматы сервисов*
- *Стоимость услуг, требования к консультантам*
- *Методики оценка качества услуг КИМ*

«ТЕКАРТ»

2012




PromoTechart

Веб-дизайн, разработка сайтов, интранет-решения

+7 (495) 790-7591
8:30-17:30 МСК

web@techart.ru

Заказ сайта



Маркетинговая группа Techart
www.techart.ru

[О компании](#)
[Услуги и цены](#)
[Опыт](#)
[Ответы на типовые вопросы \(FAQ\)](#)
[Заказ сайта](#)

Цели продвижения:

- Организация системы интернет-представления холдинга
- Организация канала интернет-продаж
- Вывод нового товара или услуги на рынок, формирование спроса
- Повышение эффективности интернет-магазина
- Имиджевое продвижение бренда компании и/или товаров
- Противодействие негативной информации
- Увеличение объема повторных продаж

Анализ задачи, ТЗ (бесплатно):

1. Анкетирование
2. Анализ стратегии компании
3. Анализ конкурентов и окружения
4. Постановка задачи и определение рамок проекта интернет-маркетинга
5. Разработка системы КРП
6. Подготовка КП

Пакеты услуг:

- Комплексный интернет-маркетинг от 60 000 руб/ месяц
- Поисковое продвижение (SEO) от 40 000 руб/ месяц
- Управление контекстными РК бюджет от 100 000 руб/ месяц
- Поисковый маркетинг (SEO + контекстная РК)
- Продвижение в социальных медиа (SMM)
- Имиджевое продвижение и интернет-PR от 30 000 руб/ месяц
- Лидогенерация (PPA)
- Аудиты сайтов от 60 000 руб
- Проектирование интернет-представительства от 80 000 руб
- Доверительное управление интернет-ресурсами

Контент:

- Веб-разработки: корпоративный сайт, интернет-магазин, он-лайн-каталог, промо-сайт, целевые страницы...
- Мобильные версии
- Адаптация контента для Web
- Создание специализированного контента
- Инфографика
- Рекламные материалы и сообщения
- Графический креатив
- Видео, подкасты, пресс-релизы, RSS

Каналы продвижения:

- eCRM + eMail-маркетинг
- Поисковая оптимизация и продвижение (органика, SEO)
- Контекстная реклама (PPC)
- Отраслевые интернет-ресурсы и СМИ
- Общетемаатические торговые площадки
- Продвижение в социальных сообществах (SMM)
- Медийная реклама + специальные акции

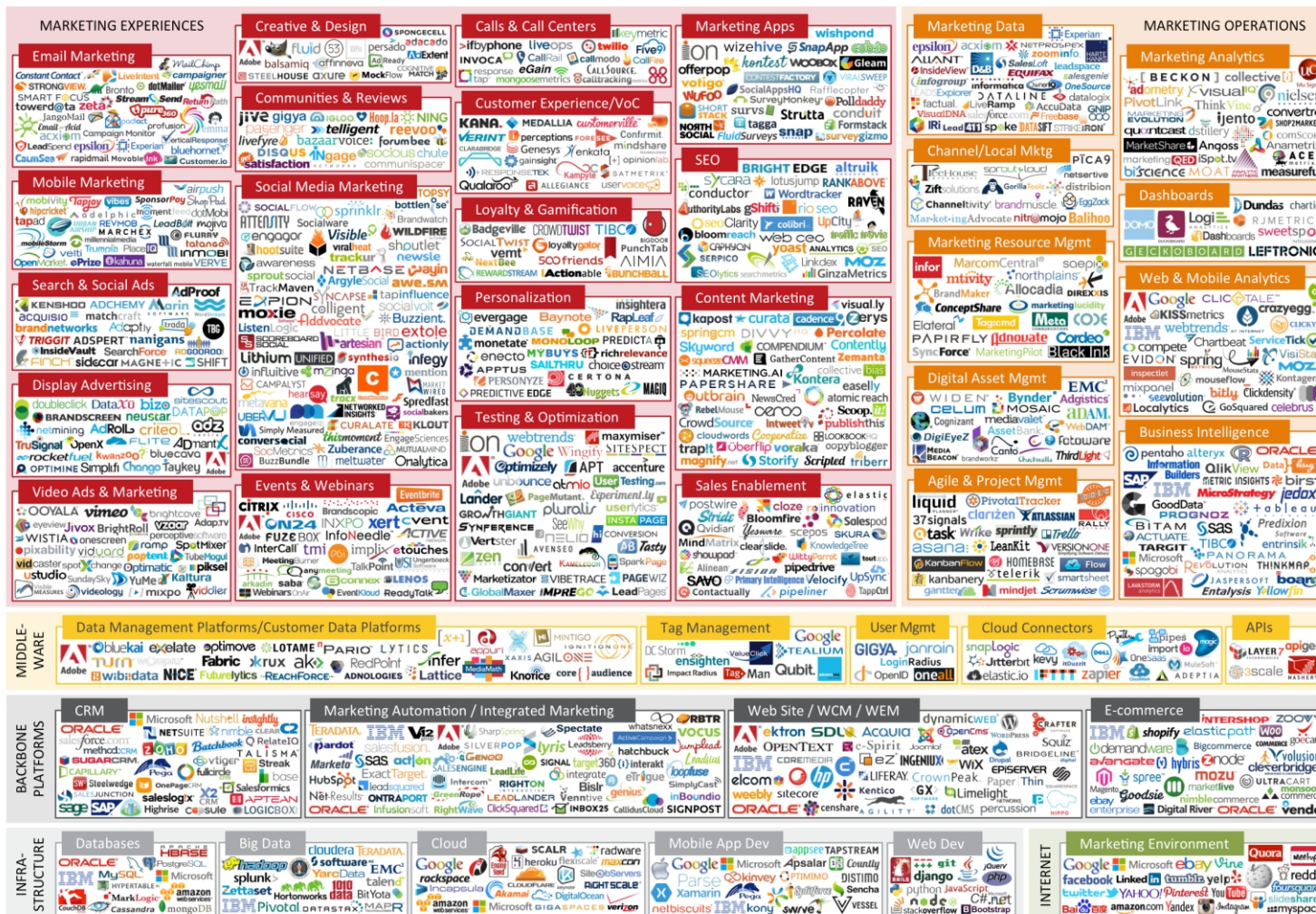
Виды работ/ активностей:

- Планирование, координация и управление проектом
- Анализ посещаемости, анализ конкурентов
- Создание и/или адаптация контента
- Регулярные/ ежедневные мероприятия по регистрации аккаунтов и размещению информации;
- Эпизодические маркетинговые мероприятия
- Медиапланирование и управление РК
- Консультации
- Подготовка предложений по развитию
- Оптимизация конверсии
- Автоматизация процессов интернет-маркетинга
- Учет маркетинговой информации в БД
- Рабочие встречи и отчетность



chiefmartec.com Marketing Technology Landscape

January 2014



Создание контента

Корпоративные тексты, описание продукции

Инфографика

Рекламные тексты

Языковые версии

Презентации

Фотосъемка

Видеосъемка

Аудиоконтент

Системы тегов, подмножества контента

Исследования и аналитика

Анализ рынка Конкурентный анализ

Ассортиментный и ценовой анализ

Аудит службы продаж Бизнес-планирование

Веб-аналитика Интеллектуальный анализ данных

Анализ и сегментация целевой аудитории

Дизайн, Веб-продакшн, креатив

Брендинг и айдентика

Корпоративные сайты

Интернет-магазины

Промо-сайты и посадочные страницы Интернет-магазины

Мобильные версии сайтов и приложения

Интранет/экстранет-приложения

Виджеты

Консалтинг и управление

Стратегическое планирование интернет-маркетинга

Обучение Координация и управление проектом

Консультирование Встречи и отчетность

Проектирование маркетинговых БД

Проектирование маркетинговых БД Аудит маркетинга

Дашборды Постановка служб маркетинга,
стандартов работы

Продвижение

Поисковое продвижение (SEO)

Продвижение в социальных медиа,
формирование сообществ (SMM)

Programmatic

Контекстная реклама

Специальные рекламные акции

Ценовые сервисы

Медийная реклама

Общетемаатические площадки и мультипорталы

Сервисы объявлений

Директ-маркетинг

eCRM и email-маркетинг

Управление репутацией

Представление на отраслевых
и индустриальных площадках

КОМПЛЕКСНЫЙ
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

- *Падение эффективности массовой рекламы. Рост недоверия к рекламе.*
- *Фрагментированность среды: продуктов, аудитории, ее внимания, рекламных носителей, коммуникационных каналов.*
- *Многоканальность покупки.*
- *Изменения в покупательском поведении, потенциал маркетинга на начальных этапах (ZMOT, CDJ)*
- *Снижение эффективности отдельно взятого инструмента, канала; усложнение медиамикса.*
- *Повышение роли контента.*
- *Работа с текущей клиентской базой, повторные продажи.*
- *Снижение прогнозируемости маркетинговых активностей на основе предыдущих результатов.*
- *Инвестиционный характер маркетинга*.*

* etarget 2015, "Маркетинг как инвестиция" (Никулин И., 12.03.2015)

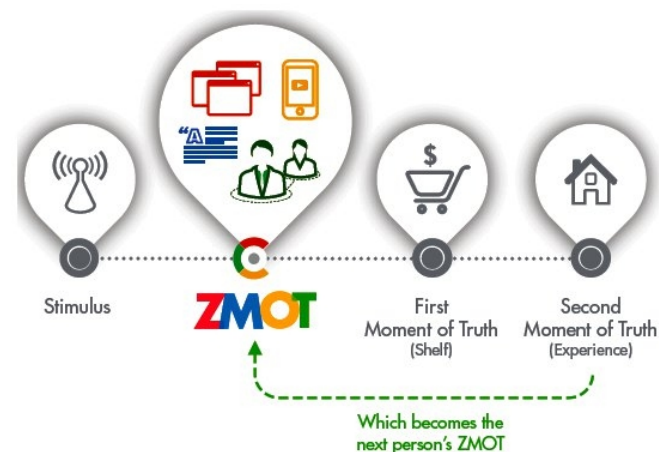
<http://www.techart.ru/files/university/doc-252-1426496051.pdf>

- Концепция «Пользовательское путешествие» (CDJ)



- Концепция «Пожизненная ценность клиента» (TCV, CLV)

- Концепция «Нулевой момент истины» (ZMOT)



(c) <https://www.thinkwithgoogle.com/collections/zero-moment-truth.html>

- Концепция Profit-Driven Marketing



«АтомСвет» — российский производитель светодиодных светильников. Компания выполняет полный цикл проектирования и производства энергоэффективных источников света, а также предлагает готовые решения по переходу на системы освещения, удовлетворяющие любым требованиям и соответствующие российским и международным стандартам — от освещения объектов промышленного назначения и объектов ЖКХ до уличного освещения, в том числе в зонах со сложными климатическими условиями.

НАЧАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

С 2009 г. компания разрабатывала, производила и поставляла светодиодные светильники на объекты атомной отрасли РФ. Такая специализация определила повышенное качество и надежность продукции «АтомСвет». Но вне рамок комплексных проектов, которые реализовывала для атомщиков головная компания («ФНК ГРУПП»), производитель оставался не известен.

В 2012 г. акционеры завода приняли решение диверсифицировать сбыт и вывести компанию на общероссийский рынок промышленного энергоэффективного освещения, добиться коммерческой независимости. В сжатые сроки (2–3 месяца) требовался быстрый старт тактически эффективных инструментов продвижения с последующим формированием плановой системы маркетинга производственного предприятия. В первый год проекта требовалось добиться видимости и узнаваемости марки всеми потенциальными клиентами, сформировать доверие и имидж производителя товаров самой высокой надежности и степени защищенности, отстроившись от конкурентов, делающих ставку на низкую стоимость продукции. Основная цель на второй год проекта — выход в топ-10 лидеров внутреннего рынка, подготовка программы по выходу на европейские рынки.

КЕЙС «АТОМСВЕТ».

06.2012 – 31.12.2014

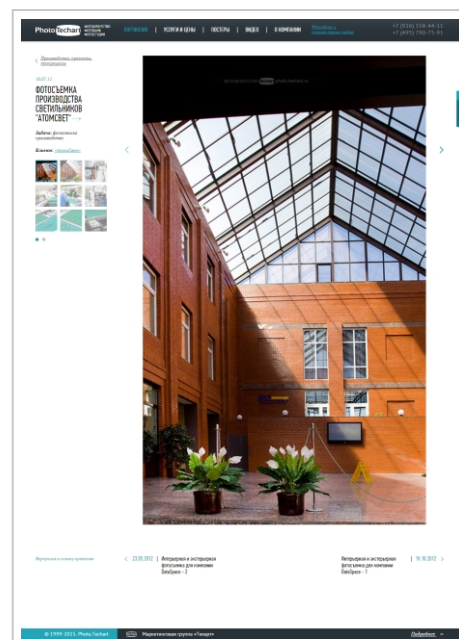
«Быстрый старт» — начальная задача проекта.

За 1.5 месяца необходим базовый анализ: обзор рынка, целевой аудитории и конкурентов, глубокий анализ клиента, его продуктов и потенциала.

На основании этих данных: несколько планов и ТЗ: веб-сайт, копирайтинг, фото- и видеосъемка, общий план продвижения.



Основной сайт компании был также разработан в рекордные сроки. Параллельно были запущены проекты фото (товаров и производства) и видеосъемки. Т. о. к первой запланированной выставке клиент обладал достаточным арсеналом для маркетинговых коммуникаций.



Работы к концу 2012 носили плановый и ритмичный характер — контент, активности, медиапланирование, консультации. Инструментарий интернет-маркетинга расширялся (тематические порталы, коммуникации в социальных медиа), усложнялись рекламные кампании. Почти сразу после публикации сайта началась работа над его англоязычной версией. Изучение аудитории сайта и его свойств диктовало активное развитие, и уже весной 2013 года была запущена новая версия интернет-представительства, которая вошла в число лауреатов конкурса «Золотой сайт».

КЕЙС «АТОМСВЕТ».

06.2012 – 31.12.2014

На стыке 2013 и 2014 года проводились работы по анализу и планированию продвижения на европейских рынках, основой которого должен стать интернет-маркетинг (глубокий конкурентный анализ, отраслевые порталы, поисковое продвижение и реклама).

В конце 2014 года/начале 2015 года продукция компании «АтомСвет» прошла европейскую сертификацию CE и GS в одном из самых требовательных центров TÜV SÜD (Германия).

Основной задачей на 2015 года стоит активный выход на Европейский рынок: повышение узнаваемости ТМ у европейских потребителей, создание и развитие дилерской сети.

РЕЗУЛЬТАТ

В первые полгода комплексного маркетингового проекта удалось заложить основы системы маркетинга завода, создать минимальный набор контента и материала, успешно поучаствовать в нескольких выставках. Общим итогом всех активностей и особенно в области интернет стал стабильный и достаточный для формирования полноценного отдела продаж.

Проведенные юзабилити-тестирования сайта и анализ базы данных первичных обращений позволили переработать сайт, контент, скорректировать коммуникации и, в итоге, значительно повысить эффективность работ при сохранении плановых бюджетов.

За первый год работы удалось увеличить органический трафик в 7 раз и на порядок повысить конверсию первичных обращений в заключенные сделки. Вопреки позднему входу «АтомСвету» в рынок промышленных светодиодных светильников, за счет высокой концентрации ресурсов удалось в сжатые сроки добиться известности среди целевой аудитории, став одним из 10 ведущих производителей в этом сегменте рынка, а также сформировав дилерскую сеть.

06 ПРОБЛЕМЫ РЫНКА УСЛУГ КОМПЛЕКСНОГО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

17/19

- *Отсутствие стратегии в маркетинге и интернет-маркетинге у клиентов.*
- *Ротация сотрудников службы маркетинга у клиентов.*
- *Низкая системность службы маркетинга клиентов.*

- *Большой горизонт планирования и инертность результатов.*
- *Сложность оценки результатов.*
- *Неготовность оплачивать консалтинг.*

- *Технологическая сложность услуги формата КИМ.*
- *Организационные сложности укрупнения бизнеса агентств.*
- *Значительная себестоимость услуги.*
- *Отсутствие профессиональных кадров, высокие затраты на образование.*

06 КОМПЛЕКСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ОРГАНИЗАЦИЯ АГЕНТСТВА

18/19

ВАРИАНТЫ ОРГАНИЗАЦИИ АГЕНТСТВА

- *Управляющая компания*
- *Конвейер*
- *Универсальный солдат*
- *Ведущий маркетолог + ассистенты*
- *Ведущий маркетолог + эксперты*
- *Маркетолог + специализированные департаменты*
- *Проектные команды*

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.



ИЛЬЯ НИКУЛИН

Генеральный директор МГ «Текарт»

nikulin@techart.ru

facebook.com/ilya.nikulin

techart.ru/press/nikulin/

Маркетинговая группа «Текарт»

techart.ru

[\(495\) 790-7591](tel:(495)790-7591)

facebook.com/techartgroup

twitter.com/techart/