



СЕМИНАР ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ГРУППЫ «ТЕКАРТ»

17 декабря 2008

Программа семинара

- 11.00-11.30 **Регистрация участников семинара**
- 11.30-12.00 **Открытие семинара. Отчет о работе компании «Текарт» в 2008 году. Планы развития.**
Илья Никулин, директор по развитию
- Рост численности персонала и увеличение оборота компании
 - Прирост «портфеля клиентов»
 - Основные события 2008 («КИБ-2008», Cleandex, 9-летие компании, «Строительный сайт – 2008», конференция «Поисковая оптимизация и продвижение сайтов»)
 - Развитие департаментов (Research.Techart, Photo.Techart, Branding.Techart, Web.Techart, Promo.Techart), новые направления (Академия «Текарт»)
- 12.00-12.40 **Комплексный Интернет-маркетинг**
Илья Никулин, директор по развитию
- Интернет-маркетинг: история, основные инструменты, современное состояние рынка
 - Методики комплексного Интернет-маркетинга:
 - маркетинговые обзоры, сбор аналитики, мониторинг конкурентов
 - проектирование, разработка, сопровождение и развитие веб-сайта/сайтов
 - маркетинговый аудит веб-сайта, работа с usability
 - поисковое продвижение (SEO)
 - непоисковое продвижение
 - имиджевое продвижение
 - учет и анализ данных обратной связи
 - медиапланирование и проведение рекламных кампаний
 - Оценка качества услуг комплексного Интернет-маркетинга
- 12.40-13.00 **Поисковое продвижение (SEO). Современная ситуация.**
Сергей Людкевич, руководитель департамента Promo.Techart
- Факторы ранжирования (текстовые факторы, ссылочные факторы, уровень доверия сайта – TrustRank)

- Методы воздействия на факторы ранжирования (повышение количества употреблений ключевых терминов в тексте, наращивание ссылочной массы)
- Популярные методы наращивания ссылочной массы (покупка ссылок на сторонних донорах, создание собственных сетей сайтов-доноров)
- Борьба поисковых машин с воздействием на факторы ранжирования (ссылочные фильтры, снижение уровня доверия сайту, исключение из выдачи)

13.00-13.30 **Кофе-брейк**

13.30-14.00 **Маркетинг в период кризиса**
Андрей Борисов, проект-менеджер

- Перенос приоритетов на маркетинговые мероприятия (в том числе рекламу), напрямую направленные на поддержку/увеличение текущих продаж
- Пересмотр планов по имиджевому продвижению, требующих больших финансовых вложений
- Детальная оценка эффективности проводимых маркетинговых мероприятий, в особенности рекламных кампаний (стоимость заказа/контакта, отдача от маркетинга в денежном выражении)
- Программы поддержки лояльности клиентов (накопительные карты скидок, подарки и т. д.)

14.00-14.30 **Маркетинговые исследования**
Евгения Пармухина, руководитель департамента Research.Techart

- Необходимость маркетинговых исследований
- Типовые источники информации
- Маркетинговый анализ собственными силами, сбор маркетинговой информации
- Бесплатная аналитика
- Готовые аналитические отчеты
- Заказные исследования
- Планирование исследовательских мероприятий

14.30-15.00 **Фотосъемка и использование фотоматериалов в рекламных носителях**
Евгения Палевская, руководитель департамента Photo.Techart

- Рынок фотоуслуг
 - Фотобанки, микростоки, студии, фотографы, агентства
 - Ориентировочные цены
 - Авторские права на фотографии
- Интеграция проектов фотосъемки в маркетинговую деятельность предприятия

- Маркетинг – реклама – дизайн – фотография
 - Фотограф и дизайнер
 - Использование фото в Web и полиграфии
 - Цели и задачи съемки
 - Виды съемки - репортажная, информационная, рекламная
 - Съемка руководителей и менеджеров
 - Подготовка к съемке, сценарий
 - Особенности съемки габаритных объектов
-
- Глянцевый гламур и реальность: что такое фото в современном понятии?
 - Тенденция - Photoshop как средство решения всех проблем
 - Фото или фотомонтаж
 - Фотосъемка как комплекс процедур

 - Преимущество агентства – весь комплекс: от разработки идеи и подбора специалистов до съемки и подготовки к печати