



МАРКЕТИНГОВОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ
ЦЕНТР ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ

COMPLETO

МОЙ ОТДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА



Уйди в отрыв!

Создай эффективную стратегию
интернет-маркетинга!

Ты кто такой?



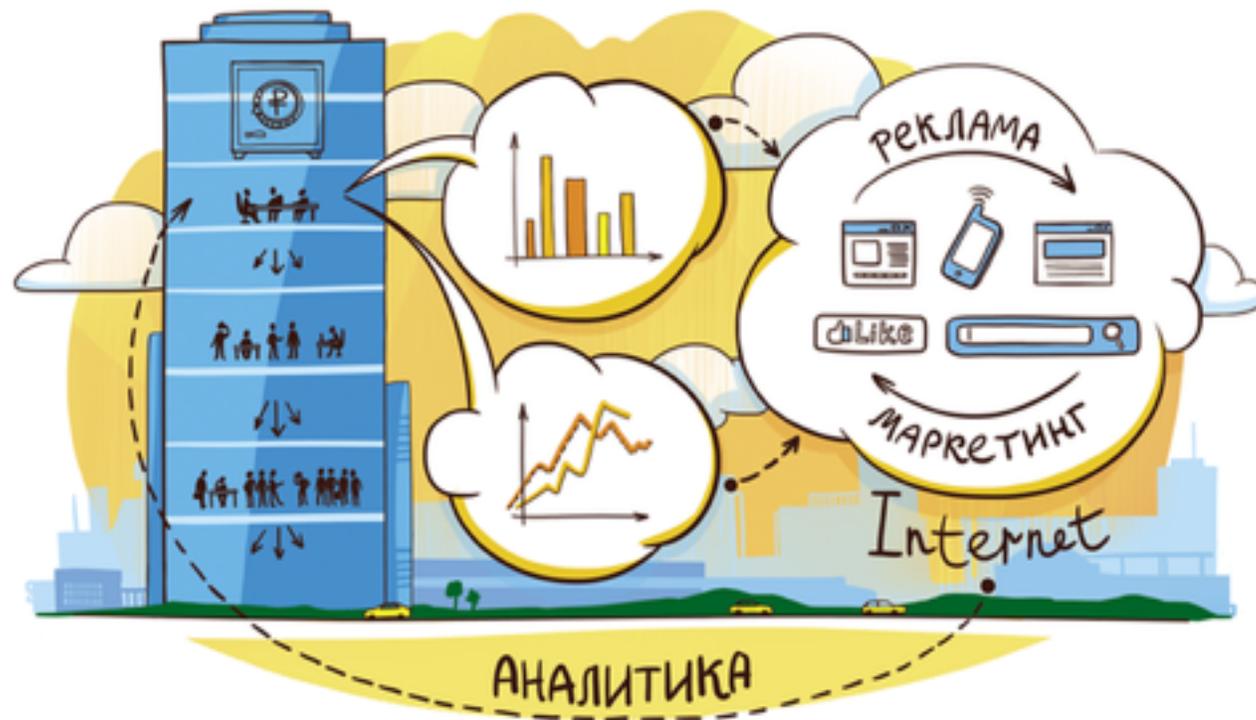
- совладелец и генеральный директор маркетинговой группы “Комплето”
- представитель Нидерландского Института Маркетинга в России
- куратор цеха интернет-маркетинга в Гильдии Маркетологов
- награждён в 2015 орденом «За заслуги в маркетинге»
- преподаватель школы интернет-маркетинга «Нетология»
- опыт в электронном маркетинге с 1999 года
- опыт работы на стороне заказчика, штатным интернет-маркетером, фрилансером, аккаунт-менеджером
- более 400 маркетинговых проектов в Интернете



COMPLETO

СИСТЕМНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ

www.completo.ru



Повышаем прибыль, с помощью построения
Системы Электронного Маркетинга (СЭМ)
для B2B компаний и на сложных рынках



МАРКЕТИНГОВОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ
ЦЕНТР ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ

www.maed.ru

NIMA-

in het hart van de marketing

Онлайн-обучение практическому маркетингу по программам Нидерландского Института Маркетинга:

- директор по маркетингу (NIMA B)
- маркетолог-практик (NIMA A)
- интернет-маркетинг для B2B

План занятия

НАМ НУЖЕН ПЛАН!



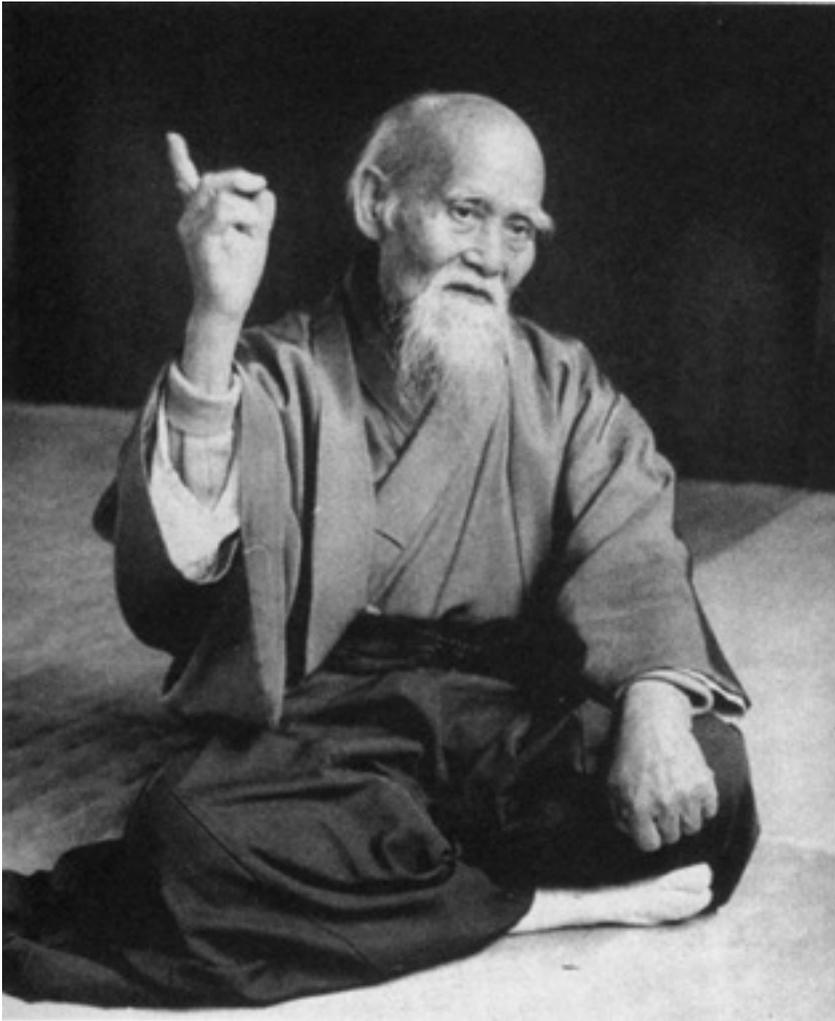
1. Немного теории
2. Как устроена система электронного маркетинга
3. Через какие шаги найти путь для разработки эффективной стратегии электромаркетинга
4. Клиентский путь – что это такое?
5. Чек-лист по инструментам на каждом шаге клиентского пути
6. Кейс Российской компании



*Стратегия без тактики –
это самый медленный путь
к победе.*

*Тактика без стратегии –
это просто суета перед
поражением.*

Сунь Цзы



**Состояние системы
электронного
маркетинга – отражение
всего бизнеса**



Гуру прославляют Святую Воронку Продаж

Поэтому цели ставить очень просто!

1000 звонков

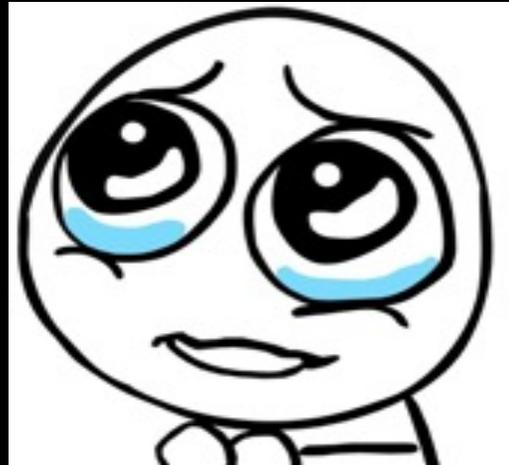
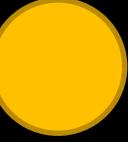
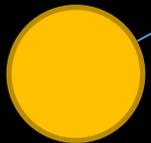
300 лидов

100 встреч

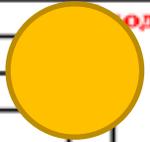
20 договоров



ОЖИДАНИЕ



РЕАЛЬНОСТЬ



Маркетинг – это сложная система!



На которую влияют
внешние и
внутренние факторы



Путь клиента

ПУТЬ КЛИЕНТА



Система Электронного Маркетинга





*Стратегия без тактики –
это самый медленный путь
к победе.*

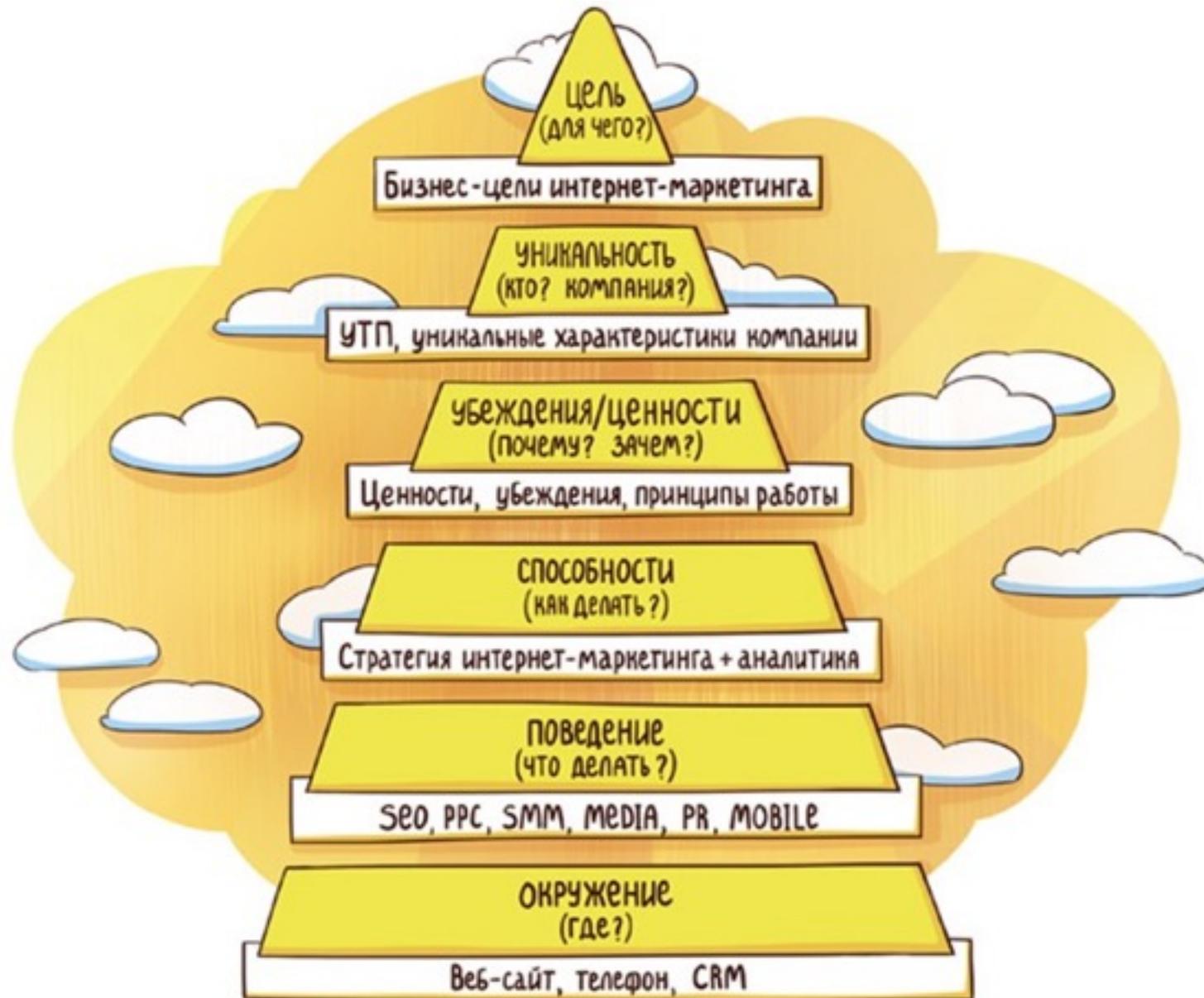
*Тактика без стратегии –
это просто суета перед
поражением.*

Сунь Цзы

Что делать?



Алгоритм построения системы электромаркетинга



Откуда будут расти цели?

Стратегия
развития
бизнеса



Маркетинговая
стратегия



Электронный
маркетинг



Маркетинговые стратегии по Майклу Портеру



Модель Портера гласит, что есть 3 типа:

- Стратегия дифференциации - создание уникального продукта в отрасли.
- Стратегия лидерства в издержках - достижение компанией максимально низкого уровня затрат и создание самой выгодной цены для клиента.
- Стратегия фокусирования - выбор узкой ниши и работа только в ней.

Пример

Стратегия
развития
бизнеса



Миссия компании

Миссия фирмы «Авиаперевозчик» - осуществлять безопасные и прибыльные воздушные перевозки пассажиров и грузов

Стратегические цели

- *расширение сегмента рынка на трансатлантических перевозках; повышение безопасности полетов;*
- *повышение общего и профессионального уровня подготовки личного состава (летчиков, техников, стюардесс, менеджеров и др.);*
- *создание благоприятного социального климата в коллективе;*
- *поддержание состава воздушного флота и наземного обеспечения на уровне не ниже, чем у конкурентов, и др.*

Целевые показатели

- *Рост выручки в 1,5 раза за три года*
- *Рентабельность –2,0%*
- *Объем инвестиций –увеличение в 3 раза.*

Задачи компании

- *выход на 99 % показатель прибытия самолета в срок;*
- *создание системы ежегодной переподготовки летчиков и стюардесс;*
- *ежегодная закупка не менее 3 современных самолетов, и др.*

Пример

Стратегия по М. Портеру: «Дифференциация»

Дифференциация (Point of difference) – бренд национального перевозчика Казахстана

Маркетинговая стратегия



Действия:

- Работа с атрибутами бренда (разработка фирменного стиля и Guideline – руководства по использованию фирменного стиля):
 - Объявления на борту на трех языках (русском, английском, казахском);
 - Дизайн салона ВС;
 - Дизайн ланч-боксов, фирменных сувениров и т.п.
 - Внешний вид (форменная одежда) бортпроводников;
 - Стандарты обслуживания пассажиров (все аспекты с учетом правил поведения, коммуникаций, работы с проблемными пассажирами) – подчеркивающие национальный колорит;
 - Оформление интерьера пунктов продаж в фирменном стиле с учетом национального колорита;
 - Возможность выбора (предзаказ) блюд европейского, азиатского и казахского национального меню, в т.ч. с учетом религиозных особенностей.
- Строгое и неукоснительное соблюдение всех объективных факторов влияния на выбор авиаперевозчика – пунктуальность вылета, состояние ВС и т.п.
- Разработка и внедрение программы поощрения часто летающих пассажиров;
- Ко-брендинговые проекты.

Электронный
маркетинг



Примеры целей электронного маркетинга:

- Сократить время на обслуживание текущих клиентов с 4 часов в месяц на клиента до 30 минут
- Генерация первичных обращений в компанию до 400 в месяц
- Генерация повторных обращений в компанию до 200 в месяц
- Поиск 4 новых регионов для сбыта
- Привлечение 75 новых дилеров
- Повышение продаж у текущих дилеров на 30%

Пример. Постановка целей электронного маркетинга

- Повышение узнаваемости, осведомленности и ценности бренда СуперТехника в контексте качественной и надежной техники
 - (помимо рекомендателя о нем должны знать ЛПР и влияющие на них на всех стадиях проекта)
- Эффективная коммуникация с ЦА (целевой аудиторией), клиентами и партнерами:
 - Ассоциирование СуперТехника с качественной надежной техникой среди целевой аудитории.
 - Создание единого центра информационно-технической поддержки в сочетании с системой заказов
 - Информирование (прямое и потоковое) клиентов и партнеров о необходимых им моделям, их преимуществах
 - Повышение удобства коммуникации для главных инженеров, дилеров и партнеров.
- Увеличение продаж техники СуперТехника (в 3 раза за 4 года, в 2 раза за 2 года)
- Увеличение доли рынка (с 6% в товарном выражении до 20-25% за 5 лет, в 2 раза за 2 года)



Пример. Постановка целей электронного маркетинга



- Повышение узнаваемости, осведомленности и ценности бренда
- Выход на рынок и с торговым предложением, которое позволит:
 - получать 500 новых клиентов ежемесячно;
 - расти на 200% ежегодно в первые 3 года;
 - получить 10-процентную долю рынка IaaS через 3 года.

Сегментация целевой аудитории

Процесс сегментации рынка



Типы сегментации

- Географическая (гипотеза – разные потребности в разных регионах)
- Социально-демографическая (пол, доход, возраст, статус)
- Поведенческие (по способу совершения покупки)
- Психографические
- B2B сегментация



B2B-сегментация

- Отрасль и подкатегория (строительство складов, медицинское оборудование)
- Сезонность приобретения
- Периодичность приобретения
- Объем закупок
- География и наличие филиалов
- Годовая выручка компании
- Количество сотрудников
- Квалификация сотрудников (офис, рабочие)
- Какие профессии есть в компании



В2В-сегментация

- Критерии выбора поставщика
- Потенциал роста клиента
- Уровень технологического развития бизнеса
- Стереотипы о продукте/отрасли
- Опыт работы с аналогичной компанией
- Опыт работы с нашей компанией (новый клиент, действующий клиент, вернувшийся клиент)
- Кто входит в закупочный комитет (советчик, лицо оказывающее влияние, инициатор, лицо принимающее решение, «привратник», пользователь, покупатель)



Алгоритм сегментирования

- Выбираем критерии, по которым сегменты явно разнятся
- Выбираем параметры, явно влияющие на покупку или отказ от неё.

	A	F	G	H	I
1	Потребности \ Целевая аудитория	Контроль качества комбикормов	Производство растительных масел (ЗРМ) масло-жировой комбинат (МНО)	Производство алкогольных напитков, винодельческие заводы, спиртзаводы, ликёроводы и производство тиза	Производство безалкогольных напитков, плодосокеры, Консервные заводы
2	Сезонность (когда сезон у них, когда планируют закупки)	Круглогодично. Обычно в составе холдингов (птичники, свинофермы, КРС) закупка круглогодичная.	ЗРМ - осень и зима, МНО - круглый год	круглогодично	круглогодично и осень
3	Чем занимаются заказчики этого сегмента	Холдинги, в состав которых входят комбикормовые заводы	производство масла, майонеза и др.	производство и упаковка алкогольной продукции (водка, вино, пиво и т.д.) + производство спирта это сырье	Производство соков, сокосодержащих напитков Производство консервов (дрожжи, фасоль, варенье, пюре, кукуруза, горошек и т.п)
	Зачем им ваши товары? Какие товары им подходят из вашего ассортимента (помимо стандартного оборудования для лабораторий)? Какая у них есть альтернатива решить проблему дешевле или дороже и лучше?	Входящий контроль сырья, контроль качества продуктов	Анализ входящего сырья, Анализ масел и жиров	Анализ воды, контроль качества сырья и продуктов	Анализ воды, анализ сахара, контроль качества сырья и продуктов Анализ упаковки на разрыв, прочность и др. - большой сегмент, у нас пока его нет.

Для разных
разному виду цепочек в одном и том же продукте.

са, по-

Алгоритм сегментирования в B2B

Описание каждого сегмента и постановка целей

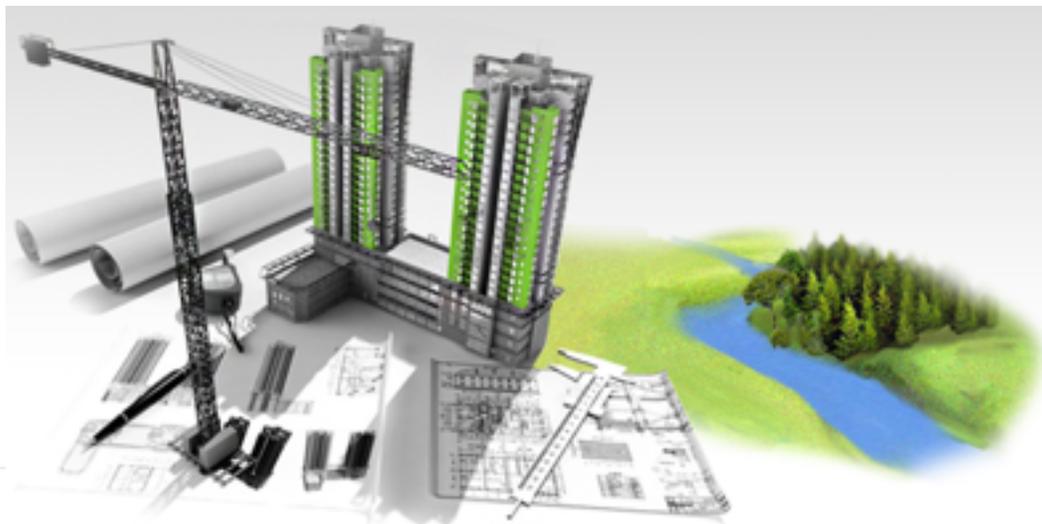
Сегмент: Проектные институты

Цели:

Привлечение новых проектных институтов (вырасти до работы с 100 –120 НИИ и проектными организациями);

Возможные действия и онлайн активности:

- Запись на вебинары для проектировщиков
- Изучение отзывов от других проектных институтов
- Подписка на рассылку для проектных организаций



Кто это такие эти ваши типовые персонажи?

Типовой персонаж – собирательный образ представителя целевой аудитории.

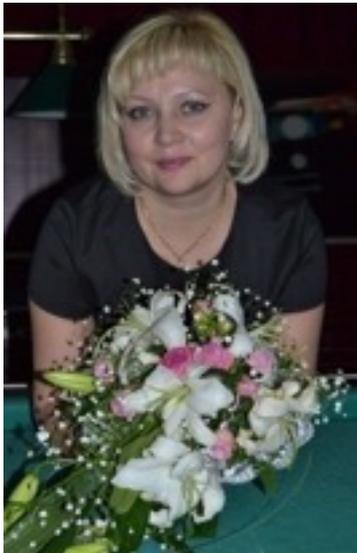
Для построения сценариев поведения необходимо выделить ключевые различия между сегментами.

Например:

1. Цели
2. Взаимодействие с сайтом
3. Поведенческие шаблоны



Типовые персонажи



Светлана Геннадьевна Ивлина

Возраст	38 лет
Занятость	Работает
Образование	Высшее гуманитарное
Должность	Продавец-консультант
Зарботная плата	15 000 — 20 000 руб./месяц
Семейной положение	Замужем, двое детей 14 и 8 лет
Место жительства	Двушка в панельном доме
В свободное время	Смотрит телевизор, ездит на дачу, отдыхает с детьми на море раз в год
Используемые каналы	Одноклассники Email
Подходящий продукт	Продукт 1, продукт 2, продукт 3

Светлана выбирает дверь в квартиру после ремонта и для неё, в первую очередь, важен внешний вид. Знает что знакомые устанавливали дверь за 15 000 рублей и остались ею очень довольны, поэтому рассчитывает потратить такую же сумму. О безопасности двери не задумывается, так как слышала по телевизору об ограблениях известных людей и считает, что «если захотят — любую сломают», но защититься от незваных гостей хотела бы. Именно поэтому она боится покупать дверь с красивой внешней отделкой, которая будет привлекать внимание. Подъезд в котором живет Светлана теплый, поэтому зимой в нем собирается молодежь. На площадке часто бывает накурено и запах проникает в квартиру и Светлана переживает за здоровье своих детей.

Если не знаете потребностей ЦА

1. Анализ спроса в поисковых системах
2. Анализ упоминаний в социальных сетях и просмотр портрета представителя ЦА
3. Проведение опросов на тематических ресурсах
4. Заказ исследований в маркетинговых агентствах
5. Покупка уже готовых исследований
6. Фокус-группы и опрос своих клиентов
7. Анализ собственной клиентской БД

Конкурентный анализ

Выбор конкурентов для анализа



Прямые конкуренты

Косвенные конкуренты

Заграничные компании

В зависимости от этапа развития

Что должно быть в итоге?

Общая таблица с ключевыми данными

1	2	Прямые конкуренты		Косвенные конкуренты		Иностранные компании	
		Компания 1	Компания 2	Компания 1	Компания 2	Компания 1	Компания 2
3	Год создания						
4	Позиционирование						
5	ЦА						
6	История						
7	Миссия и ценности						
8	Продукты						
9	Что предлагали раньше						
10	Клиентский портфель						
11	Региональность						
12	Спикеры компании						
13	Партнеры						
14	Членство в ассоциациях						
15	Другие проекты						
16	Финансовые данные						
17	Сайт						
18	Возраст						
19	Каталоги						
20	ТИЦ						
21	ПР						
22	Посещаемость						
23	Разделы						
24	Количество страниц						
25	Доверительные элементы какие						
26	Кейсы						
27	Есть ли цены						
28	Аналитика						
29	Дизайн						
30	Современный						
31	Внушает ли доверие						
32	Уникальный						
33	Единая стилистика всех элементов						
34	Графика используется умеренно и не раздражает						
35	Визуальные эффекты используются умеренно и не раздражают						
36	Сохраняется баланс пустого и используемого места						

Что должно быть в итоге?

Сводное досье

AkzoNobel

[Позиционирование и УТП](#)

[Ключевые продукты](#)

[Трафик на сайты](#)

[akzonobel.com](#)

[Dulux.ru](#)

[pinotex.ru](#)

[sikkenscr.ru](#)

[hammerite.ru](#)

[marshall-paints.ru](#)

[duluxexpert.ru](#)

[Краткое резюме:](#)

[Социальные сети](#)

[Facebook](#)

[ВКонтакте](#)

[vk.com/ph_dacha](#)

[vk.com/kraski_dulux](#)

[Twitter](#)

[Instagram и Pinterest](#)

[Видеоролики](#)

[Краткое резюме:](#)

[Обучение](#)

[Видеотренинги](#)

[Академия Цвета](#)

[Британский институт цвета AkzoNobel](#)

[Краткое резюме:](#)

[Решения на сайтах ключевых продуктов](#)

[Программы и решения](#)

[Dulux Trade Digital Colour Palette](#)

[Visualizer](#)

[Dulux Colour Concept](#)

[Краткое резюме:](#)

[Представители компании в России](#)

[Мастерские цвета](#)

[Краткое резюме:](#)

[Tikkurila](#)

[Позиционирование и УТП](#)

[Ключевые продукты](#)

[Tikkurila](#)

[Finncolor](#)

[ТЕКС](#)

COMPLETO

Представители компании в России



<https://drive.google.com/drive/u/0/olders/0R9eXTCyoJL5ZWpROXM4bXgRFU>

Если наложить адреса представительств компании на карту России, то можно увидеть, что с осредоточены они, в основном в европейской части.

Напрямую AkzoNobel поставляет свои товары (на примере марки Pinotex) по нескольким каналам:

- гипермаркеты - 179 магазинов
<https://loc.google.com/maps/@55.755836,40.128173,15z>
- интернет-магазины - 8 магазинов
<https://loc.google.com/maps/@55.755836,40.128173,15z>
- магазины хозяйств - 176 магазинов
<https://loc.google.com/maps/@55.755836,40.128173,15z>
- мастерские цвета - 140 мастерских
<https://loc.google.com/maps/@55.755836,40.128173,15z>
- павильоны и шоурумы - 208 точек
<https://loc.google.com/maps/@55.755836,40.128173,15z>

Анализ позиционирования

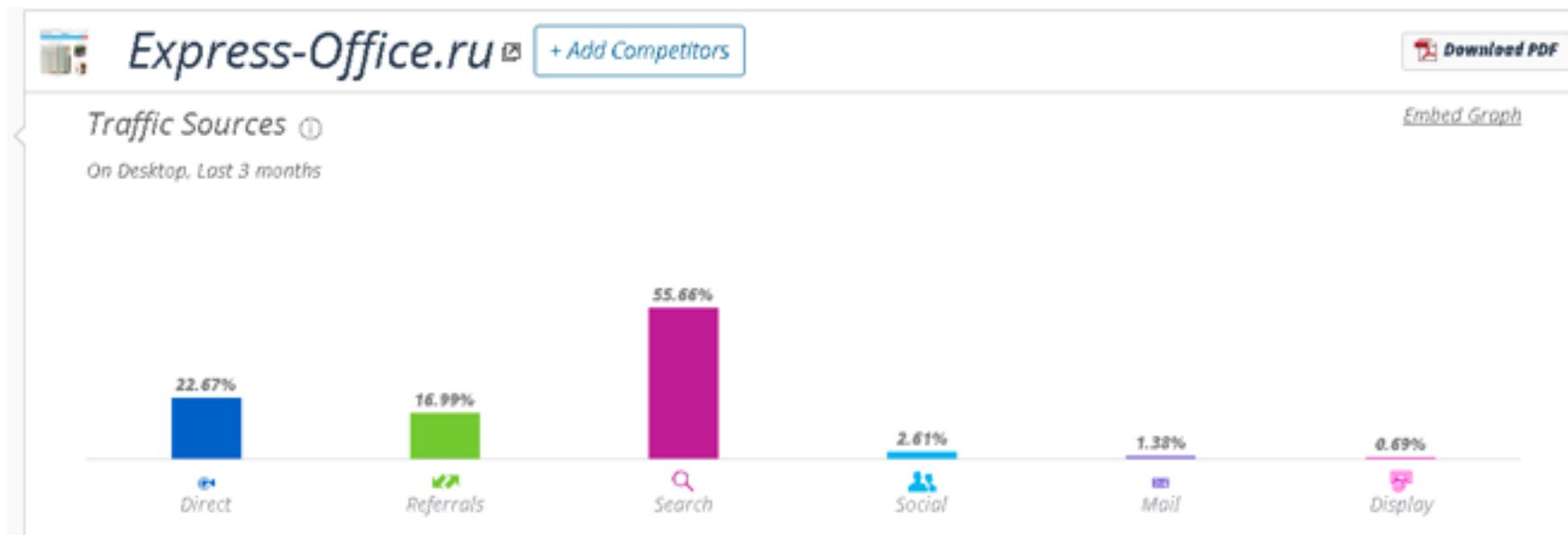
Исследуем:



- слоганы компании,
- заголовки на сайте
- описание продуктов компании,
- примеры работ,
- описание процесса производства продукта и т.д.,
- а также изучаем общую информацию о компании - год создания, история, учредители, миссия и ценности.

Аналитика рекламы

<http://www.similarweb.com/>



Поисковый маркетинг

<http://www.megaindex.ru>

По каким запросам видны в поиске

MEGAINDEX SEO

ПАРТНЕРКА КАБИНЕТ ПОДДЕ

Мои сайты Продвижение SEO сервисы Услуги Сервисы Инструменты Обратный звонок

Видимость сайта

Сайт: Найти

Регион: Москва дата: 2015-07-30 Я сравнить с: 2015-07-17 G

Количество результатов на странице: 1000

Общие показатели

- Стоимость 1 показа: 8.06 ^{4.80}
- Эффективных показов: 43034 ^{87%}
- Эффективная стоимость: 353202 ^{94%}
- Коммерческая стоимость: 153006 ^{87%}

Видимость:

- Результаты поиска
- Контекстная реклама
- Видимость

Статистика запроса:

- Запросы в месяц
- "wordstat"
- wordstat
- Стоимость
- Стоимость 1 показа

Консалтинг:

- Эфф. стоимость
- Эфф. показов
- Коммерческая стоимость

№	Запрос	Index ▲▼	Google ▲▼	Index Direct ▲▼	Google Adwords ▲▼	Видимость ▲▼	Запросы в месяц ▲▼	"wordstat" ▲▼	wordstat ▲▼	Стоимость ▲▼	Стоимость 1 показа ▲▼	Эфф. стоимость ▲▼	Эфф. показов ▲▼	Коммерческая стоимость ▲▼	
1	intproso.ru	1	nb ¹⁰⁰	---	nb	67%	8619	5775	6404	4500	1.31	7538	5775	7538	
2	консалтинг.интпросо	3	1	---	---	100%	2180	1466	15196	2000	2.29	5000	2180	5000	
3	офис.интпросо	4 ⁻¹	1	---	---	79% ²⁵	1246	835	7906	2400	4.81	4794 ^{120%}	806 ^{25%}	4794 ^{120%}	
4	адрес.интпросо	1 ²	1	---	---	100%	301	202	2310	1900	15.75	4793	301	4836	
5	адреса.инт	100+	2	---	---	32%	2205	1478	53205	9500	6.23	4537	728	4537	
6	сб.интпросо	100+ ¹²	7	---	---	16% ⁻¹	2019	1353	30358	10680	13.12	4372 ^{17%}	333 ¹⁴	4372 ^{17%}	
7	адрес.интпросо	1 ¹⁰⁰	1	---	---	100% ⁹³	1188	763	2684	1500	3.21	3750 ^{35%}	1188 ^{70%}	3750 ^{35%}	
8	компрессор	100+	18 ⁻¹	---	---	3%	16826	11274	761398	36280	5.36	2987	555	2987	
9	адреса.интпросо	83 ⁻²	9	---	---	17%	1537	1030	34202	6600	10.73	2833	264	2833	
10	офис.инт	100+	18 ³	---	---	3% ³	10984	7078	209805	31980	7.53	2624 ^{180%}	349 ²⁴⁴	2624 ^{180%}	
11	адрес.инт	100+	5 ⁻¹	---	---	22%	4805	3233	17306	4500	2.33	2598	1115	2598	
12	бизнес.интпросо	100+	7	---	---	16%	2029	1360	5893	8900	7.27	2434	335	2434	

Баланс счета: 0 руб.
Бюджет: 0 руб.мес.

[Дополнить баланс](#)
[Статистика взаиморасчетов](#)
[Способы оплаты](#)

[Паспортная ссылка \(показать эту страницу\)](#)
<http://www.megaindex.ru/index.p>

ПОЛУЧИТЕ
СКИДКИ НА ВСЕ
НАШИ УСЛУГИ

НОВОСТИ:

07 августа
Конкурентный анализ видимости сайта от Megaindex

05 августа
Сервис анализа сниппетов и хэштегов в контекстной рекламе

04 августа
Сравнение видимости с конкурентами

22 июля
Онлайн конференция "День балса SEO"

13 июля
Летняя онлайн-конференция SEO

Поисковый маркетинг

www.spywords.ru

Контекстная реклама + seo

Анализ домена express-office.ru

☰ Сводка за последний период 

Поисковая система	Запросов в контексте	Уникальных объявлений	Средняя позиция	Бюджет на контекст	Трафик из контекста	Запросов в ТОП-50	Запросов в ТОП-10	Трафик из поиска
	5 918	1542	1	18 940 р.	2 969	5 538	1019	1 399
	203	134	1	69 р.	11	4 606	1452	506

Запросы домена express-office.ru в Яндекс.Директ

Я  G

Запрос	Текст объявления	Позиция	Показов в месяц	Средний CPC	Конкурентов по запросу
алюминиевые офисные перегородки	Алюминиевые офисные перегородки - Огромный выбор! Сроки от 5 дней! Замер, доставка и монтаж! Любой сложности! express-office.ru	CP1	37	149 р.	9
архивные металлические стеллажи	Архивные металлические стеллажи! - Со скидкой до 10%! На складе в наличии! Доставка и подъем на этаж! express-office.ru	Д6	19	120 р.	12
архивные полочные стеллажи	Архивные полочные стеллажи! - Со скидкой до 10%! На складе в наличии! Доставка и подъем на этаж! express-office.ru	CP3	2	84 р.	9
дешевые диваны для офиса	Дешевые диваны для офиса! / express-office.ru От 9484 руб. Более 800 диванов в наличии! Любой цвет! Доставка и подъем! express-office.ru	CP1	1	509 р.	9
дешевые офисные перегородки	Офисные перегородки дешево - Огромный выбор! Сроки от 5 дней! Замер, доставка и монтаж! Любой сложности! express-office.ru	CP3	3	453 р.	10

Все запросы в Яндекс.Директ (5918) 

Маркетинг в социальных сетях



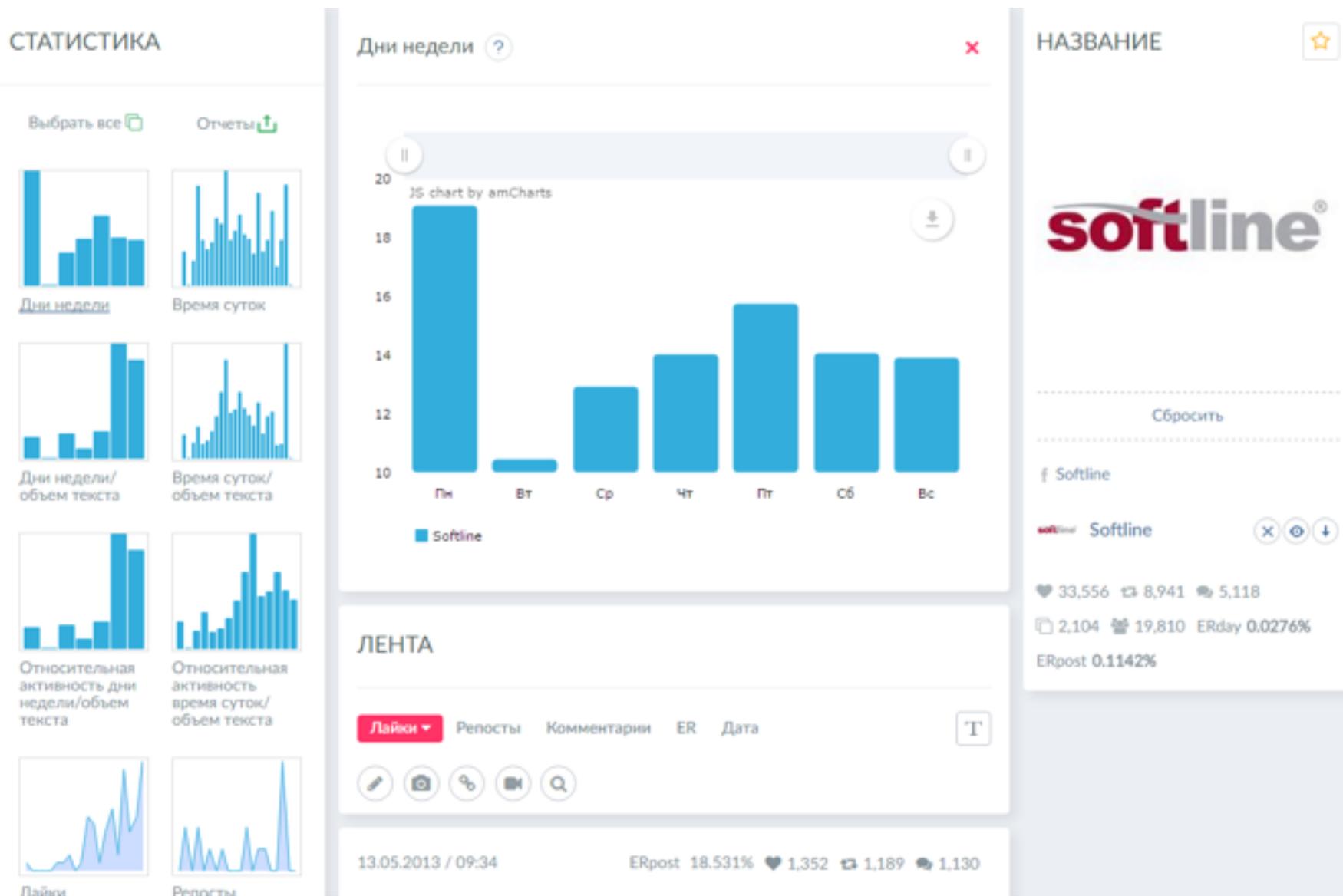
Анализируем наполнение групп в социальных сетях:

- периодичность выхода постов,
- тип и качество контента,
- количество и качество целевой аудитории,
- динамику роста в группах конкурентов.

Анализируем Фейсбук, Линкедин и помним про Youtube и Slideshare.

Анализ социальных сетей

<https://popsters.ru/>



Анализ сайтов конкурентов

Необходимо проанализировать сайт с точки зрения юзабилити:

- удобно ли продумана система навигации: логика, расположение, выделение активных элементов.
- качественная верстка контента.
- понятно ли при заходе на сайт, чем занимается компания и её позиционирование.
- адаптируется ли сайт под мобильные устройства или есть отдельная мобильная версия сайта.



Механизмы вовлечения и типы контента на сайте:

- текстовый контент (статьи, обзоры, блог, новости);
- графический контент (фото, инструкции, инфографика, white-paper, презентации);
- видеоконтент (обзоры, обучающие видео, презентации);
- интерактивные элементы (личный кабинет, калькуляторы, каталог продукции и т.д.).

Анализ сайтов конкурентов

Как захватывают лиды?

- Телефон
- Форма заказа
- Форма обратной связи
- Заказ обратного звонка
- Страница “Контакты”
- Онлайн-консультант
- Колбекхантер или аналогичные сервисы

Сайт с точки зрения дизайна:

- Дизайн уникальный и современный?
- На всех ли страницах сайта используется единый стиль оформления контента?
- Вызывает ли доверие среди целевой аудитории?

Доверительные элементы – фотографии сотрудников, дипломы, рекомендательные письма, отзывы клиентов и т.д.

Возможность рекомендовать – интеграция с социальными сетями, рекомендация по почте и т.д.



УТП и позиционирование

Позиционирование

Позиционирование — искусство формирования образа компании в воображении целевой аудитории таким образом, чтобы она как можно более выгодно отличалась от марок конкурентов, для чего используются как реальные, так и воображаемые ее характеристики.

Каждый элемент бизнес-модели компании может влиять на её позиционирование. Компания воспринимается потребителем целиком, а не только за один её элемент.



Пример. Позиционирование



- Высокоточный завод
- Более 300 проданных моделей аэросаней
- Поддержка по любому вопросу по телефону
- Бесплатный тест драйв и обучение вождению
- Консультация и помощь при регистрации в ГИМС
- Помощь в оформлении кредита



Пример. Уникальное Торговое предложение



- Легкое управление
- Закрытая отапливаемая кабина
- Мягкий ход
- Высокая скорость
- Высокая проходимость
- Большая грузопъемность



Легкое управление
(руль и педали)



Закрытая
отапливаемая кабина



Мягкий ход



Высокая скорость



Высокая проходимость



Большая
грузоподъемность

Не путайте позиционирование и УТП!



Позиционирование - компания



УТП - продукт

7 ОРИЕНТИРОВ ДЛЯ СОЗДАНИЯ УТП

01 ЧЁТКОЕ НИШЕВАНИЕ

Вы можете закрепитесь в отдельной нише рынка и соответствующим образом себя позиционировать.

02 УНИКАЛЬНЫЙ ТОВАР

Вы торгуете товаром или оказываете услугу, о которых до этого никто не слышал и их не предлагают конкуренты.

03

УНИКАЛЬНЫЙ СЕРВИС

Внедрение дополнительного (сопутствующего) сервиса, который будет полезным и интересным для покупателей.

04

КОНКРЕТНАЯ ГРУППА КЛИЕНТОВ

Вы цементируете за собой чётко обозначенную аудиторию, объединённую общими признаками.

05

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЙ ПРИЗНАК

Признак, которым не могут похвастаться конкуренты и он очень важен для клиентов.

07

ВЫСОКИЙ РЕЗУЛЬТАТ

“Фишка” — в том, что ваш продукт даёт лучший результат, чем аналоги конкурентов.

06

ПРИЗНАК ЛИДЕРА

Вы говорите, будто умеете что-то делать лучше чем остальные. Готовьтесь подтвердить это на деле, иначе — крах.

kaplunoff.ru

- [Алгоритм создания позиционирования с нуля](#)
- [7 ориентиров и 77 примеров создания УТП](#)
- [MBA start. Маркетинг. Позиционирование. Видео](#)

Аудит текущего электромаркетинга

Технический аудит



speed up your website!!

Скорость работы сайта

1. Скорость генерации страниц и доступность под нагрузкой
2. Стабильность сервера

Технический аудит

Скорость загрузки страницы

1. Валидность HTML-кода
2. Количество CSS
3. Количество JS
4. Сжаты ли изображения
5. Есть ли GIF-распорки
6. Кэширующие HTTP-заголовки
7. Сжатие Gzip
8. Ошибки 4xx, 5xx



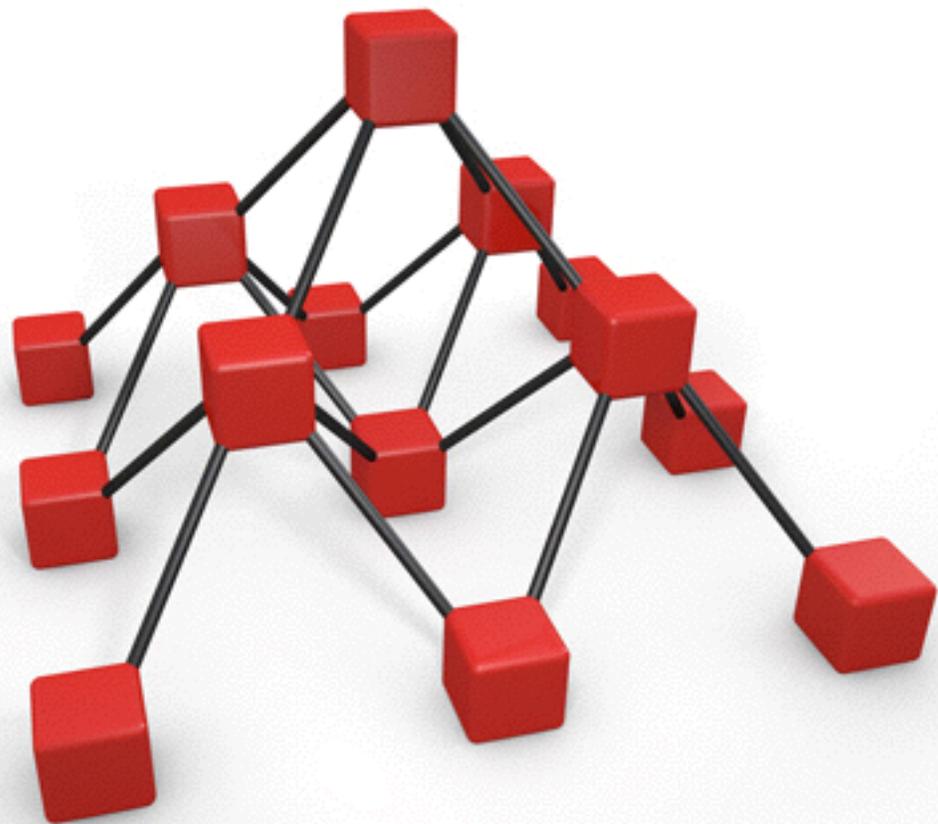
Технический аудит



Полезные инструменты

1. <https://loadimpact.com/> - скорость загрузки страниц и работа сайта под нагрузкой
2. <https://metrika.yandex.ru> – скорость загрузки страниц и доступность сайта
3. <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/> - скорость загрузки страниц
4. <http://validator.w3.org/> - валидность
5. <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/> - работа на мобильных
6. Кэширующие заголовки, Gzip – Firebug / панель веб-мастера в Chrome
7. Хепи – проверка ошибок 4** И 5***

SEO аудит



Ссылочная структура сайта

1. Отсутствие бесконечных ссылок
2. Наличие Sitemap.xml
3. Правильное распределение веса
4. Уровень вложенности страниц
5. Кэширующие заголовки
6. Ссылки на неиндексируемые страницы
7. Битые ссылки

SEO аудит

Код страницы



1. Уникальные <title>
2. Метатэги <meta>
3. Использование <noindex>
4. Тэги картинок <alt>
5. Исходящие ссылки в новом окне и в rel="nofollow"
6. Уникальный контент
7. Верстка контента: заголовки, , абзацы

SEO аудит



Дополнительные проверки

1. Текстовый спам
2. Слабовидимый текст
3. Аффилированные домены
4. Результаты поиска не индексируются
5. Несуществующие страницы 404
6. Страницы с дублирующимся контентом
7. Настройка robots.txt
8. Проверка на наличие в индексе
9. Сニппет (фавикон, адрес, быстрые ссылки, время работы и др.)
10. Внешние ссылки

SEO аудит



Полезные инструменты - вопросы

1. Отсутствие зацикленных – Xenu, Pageweight
2. Распределение веса, уровень вложенности, ссылки на несуществующие страницы - Pageweight
3. XENU Link Sleuth – поиск битых ссылок
4. www.text.ru – проверка текста на уникальность
5. webmaster.yandex.ru - robots.txt и sitemap.xml
6. Индексация (Я - url:www.site.ru* G – site:www.site.ru)

Usability аудит

Базовое



1. Отработка сценариев на сайте
2. Кроссбраузерность
3. Различные разрешения
4. Адаптивность под мобильные
5. Нет пустых страниц на сайте
6. Единый стиль оформления
7. Адекватный дизайн

Usability аудит



Шапка сайта

1. Разумный размер
2. Нет неинформативной графики
3. Есть телефон
4. Время работы
5. Адрес
6. Позиционирующий слоган
7. Логотип ведёт на главную

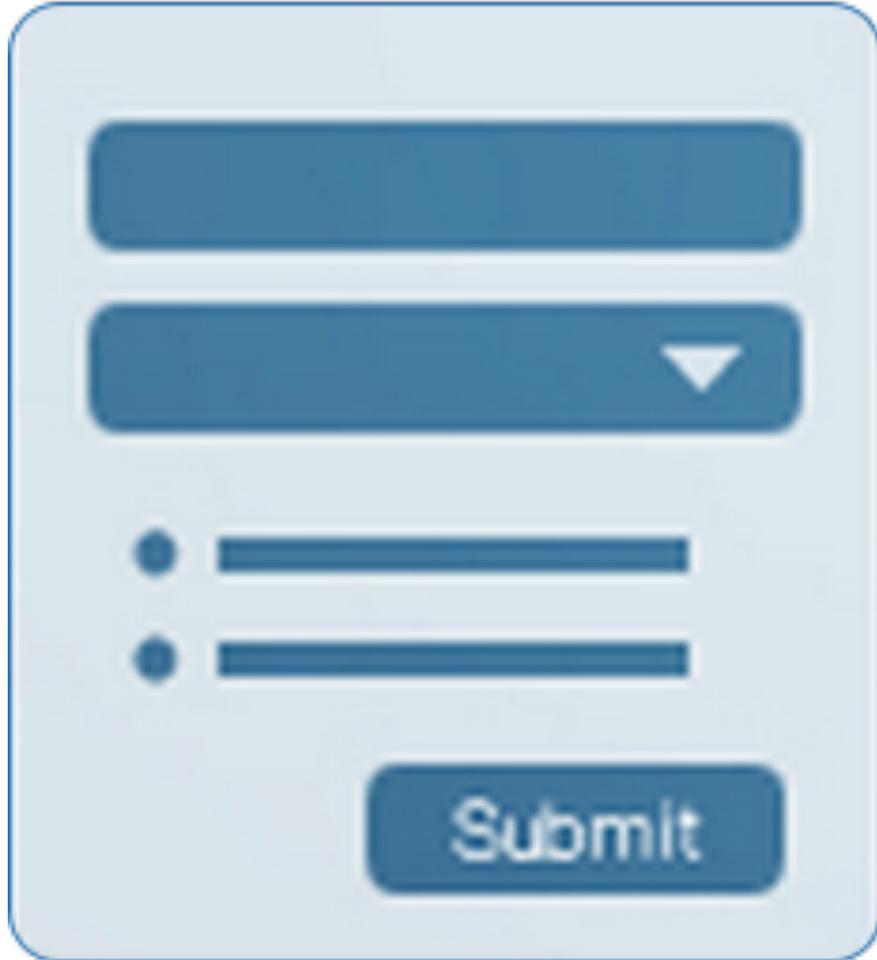
Usability аудит



Навигация

1. Хлебные крошки
2. Заметная навигация
3. Разумное количество разделов
4. Общепринятые название пунктов меню
5. Выделение раздела, где находимся
6. Карта сайта
7. Нет блокировки кнопки Back
8. Нет тупиковых страниц
9. Подчеркивание ссылок в тексте

Usability аудит



The diagram illustrates a form layout with the following elements:

- A solid blue rounded rectangular button at the top.
- A blue rounded rectangular field with a white downward-pointing triangle on the right side, representing a dropdown menu.
- Two blue rounded rectangular fields, each preceded by a small blue circle, representing a list of items.
- A blue rounded rectangular button at the bottom right labeled "Submit".

Формы

1. Явные кнопки
2. Кнопки подталкивающие к действию
3. Минимальное количество полей
4. Выделены обязательные поля
5. Проверка на корректность ввода
6. Где ошибка – там и уведомление
7. После отправки уведомление

Аудит веб-аналитики Universal Analytics



GOOGLE UNIVERSAL ANALYTICS

1. Актуальность кода
2. Доступы к счетчику
3. Исключения по IP-адресу
4. URL-целей
5. Отслеживание событий
6. Интеграция с панелью Веб-мастера
7. Интеграция с Adwords
8. Фильтрация бот-траффика
9. Отслеживание поиска по сайту
10. Код на всех страницах сайта (Gate Active)

Источник: <http://texterra.ru/>

Аудит веб-аналитики



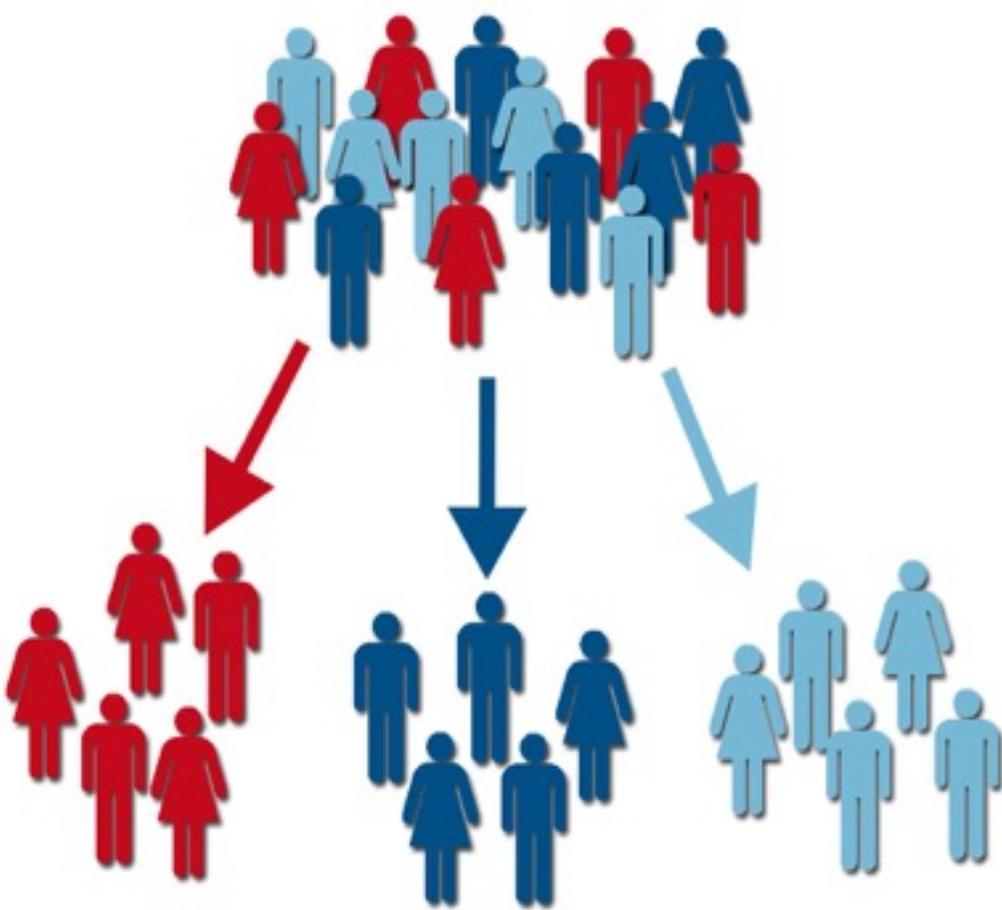
Яндекс метрика

1. Код на всех страницах сайта
2. Проверка доступов
3. Включить веб-визор
4. Включить карту кликов
5. Настройка целей и событий
6. Аналитика форм
7. Данные о конверсиях

Анализ лидов

Что знаем о клиентском потоке?

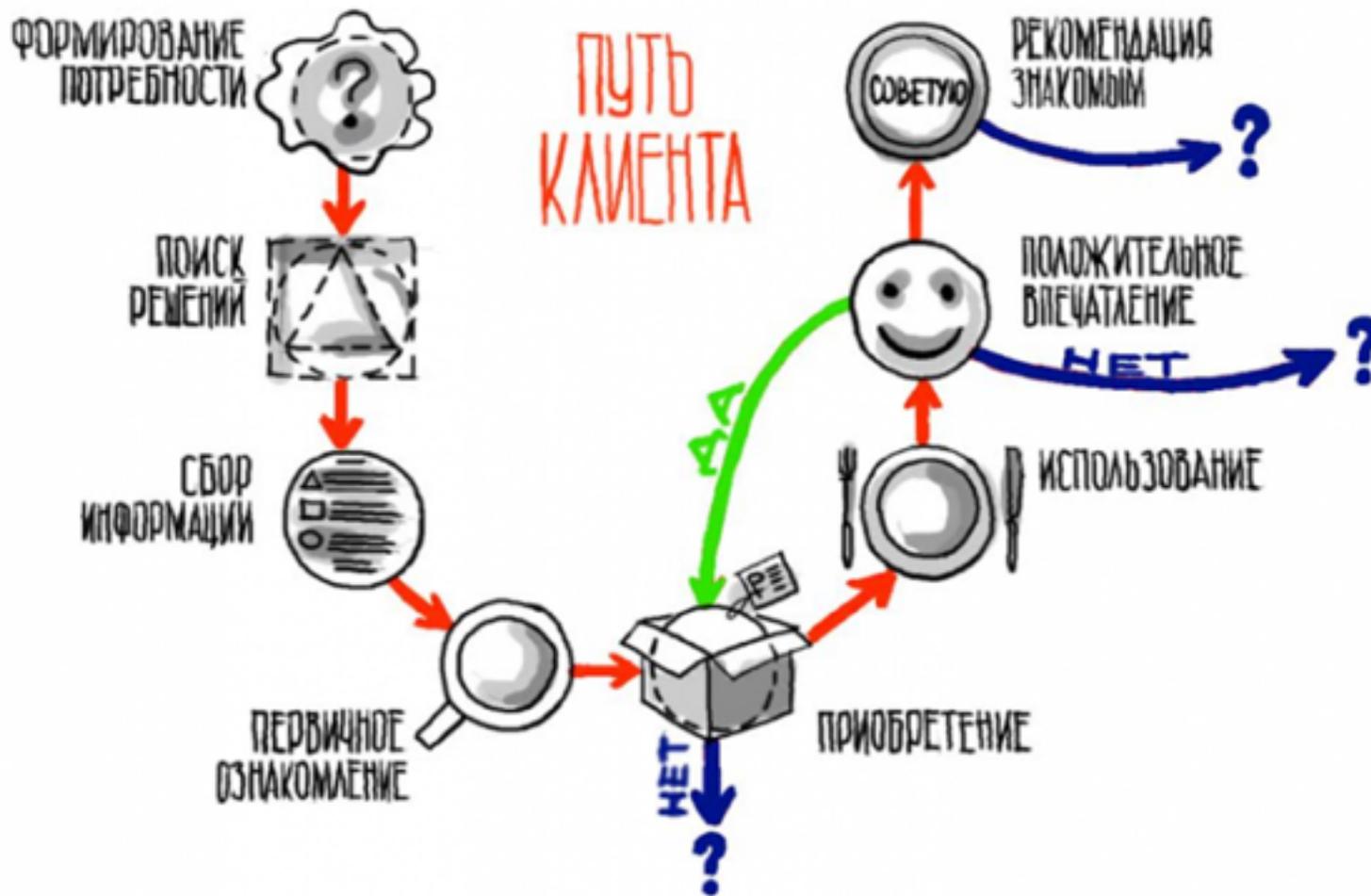
1. Источники заявок
2. Количество заявок
3. Качество заявок
4. Жизненный цикл из каждого канала
5. Качество обработки заявок
6. Доля интернет-продаж от всего
7. Средний чек
8. Мультиканальность (по выгрузке с CID)



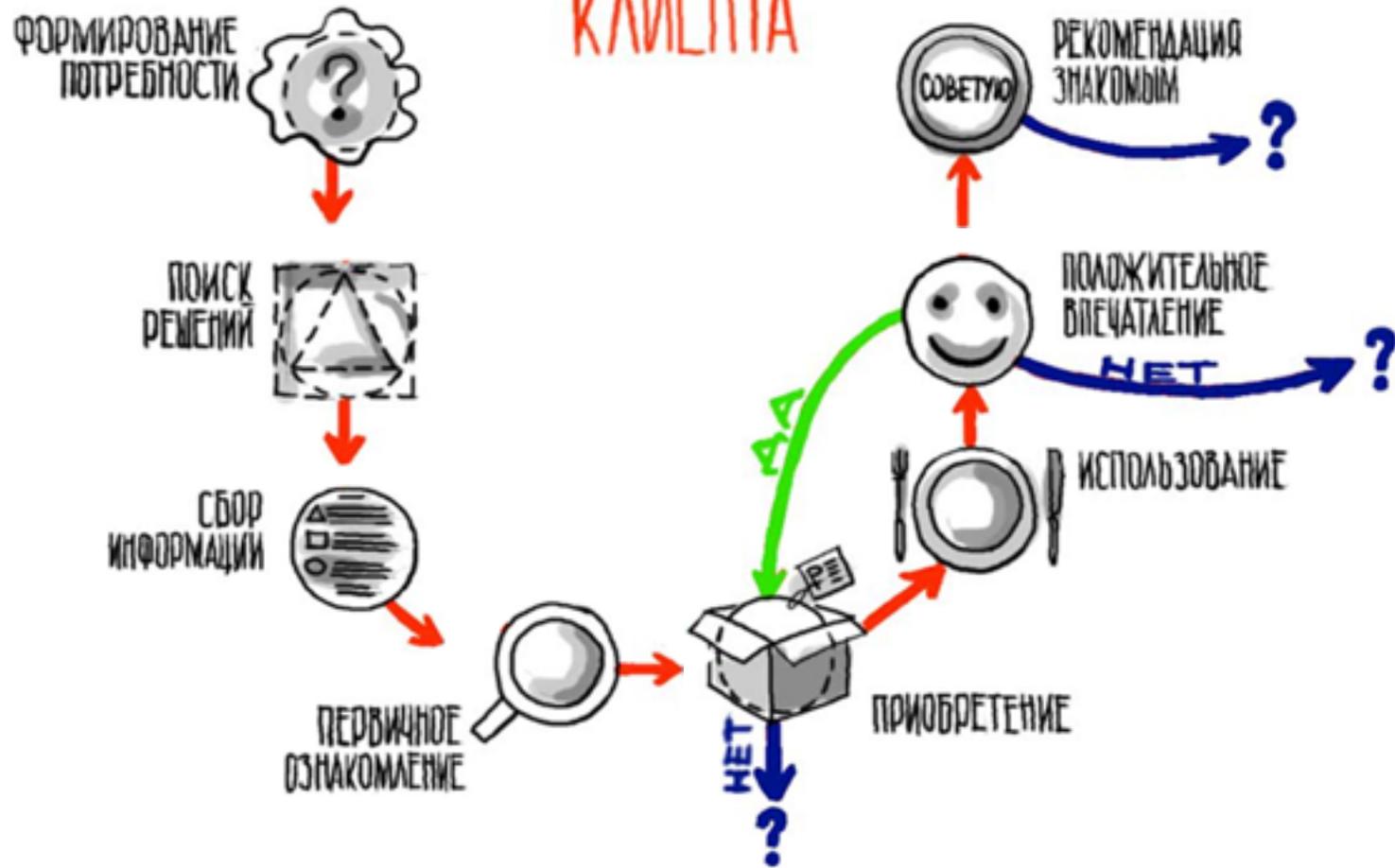
Клиентский путь и стратегия

Путь клиента - как его разработать

Каждый сегмент клиентов проходит свой “путь клиента” перед совершением действия, которого вы от него ждете (одной из целей И-маркетинга).



ПУТЬ КЛИЕНТА



ФОРМИРОВАНИЕ
ПОТРЕБНОСТИ



Задача – посеять зерно!



8 (800) 444

Спецпроекты

ПОПАЛ В АВАРИЮ И У ТЕБЯ МНОГО ВОПРОСОВ?

Кому звонить?
Как мне отсюда уехать?
День испорчен!
Что делать?
Как правильно
заполнить протокол?
Как быстро починят
мою машину?

IMPLETO

УДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА



Маркетинговое образование

25 окт в 20:53



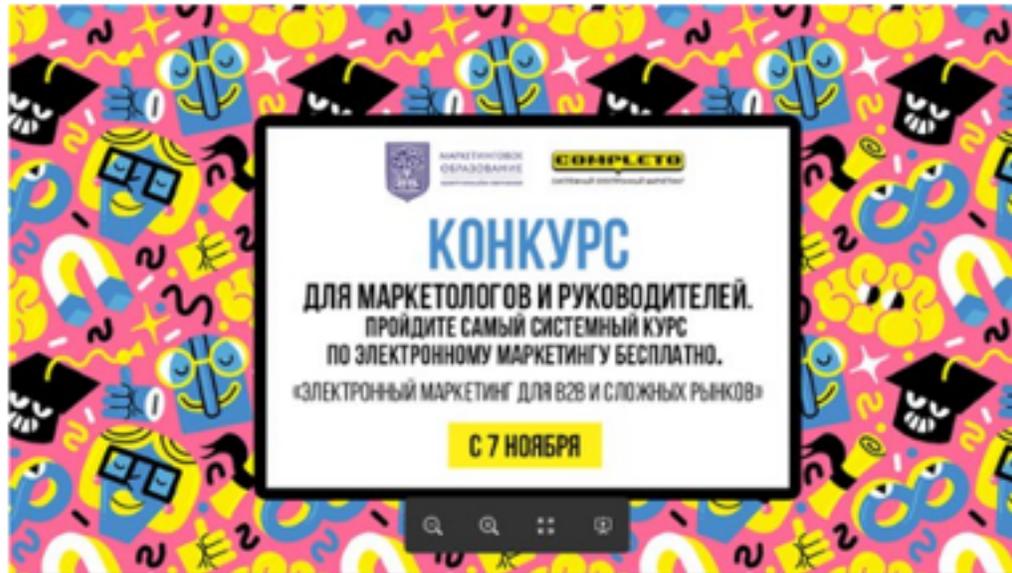
Конкурс для маркетологов и руководителей. Пройдите курс «Электронный маркетинг для B2B и сложных рынков» бесплатно!

1 место - скидка 100% на курс.

2 место - скидка 50% на курс.

3 место - скидка 25% на курс.

[Показать полностью...](#)



[Электронный маркетинг для B2B и сложных рынков](#) | Центр онлайн обучения maed.ru

Курс по интернет-маркетингу от практиков! Самая полная программа курса. Обучение на своём проекте!

♥ Мне нравится 241

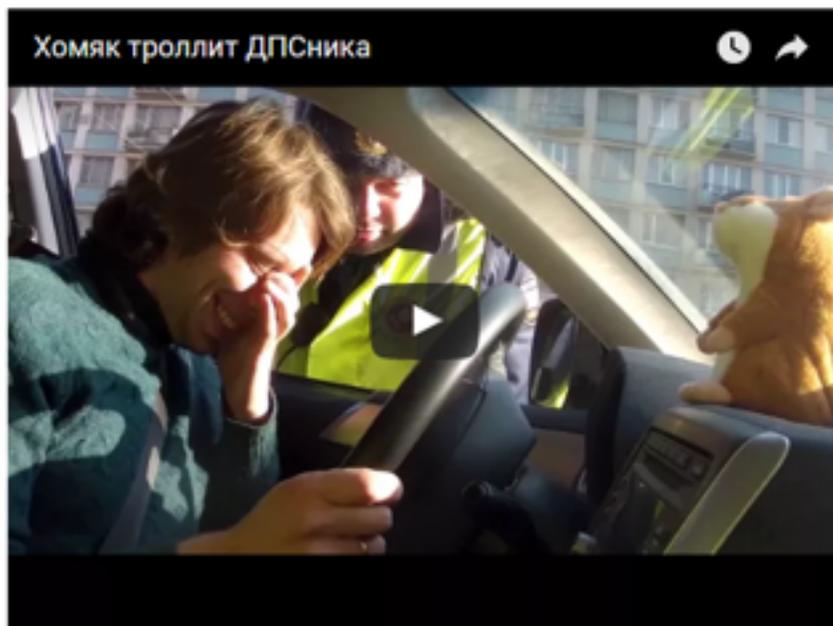
🗨 82

[Комментировать](#)

Конкурсы

<http://vsmetane.ru/>

Вирусные видео



[E5](#) — 01.03.2013 — Слава ДПС!

Задача. Привлечь внимание аудитории к интернет-магазину E5.ru

Результат

7.000.000+ просмотров за неделю
3.000 + комментариев
20.0000 лайков на YouTube
Продано >12.000 хомяков за 4 дня
ROI >800%

Публикации в [Sostav](#), [Adme](#), [ЦП](#), [H&P](#)
[Эхо Москвы](#), [Ray William Johnson](#), [LiveLeak](#),
[RedHotRussia](#), [Коммерсант](#)

YouTube <http://youtu.be/UZPoUYZz7Jc>

[Кирилл Цуканов](#) Ахаха, это первая реклама в жизни, которая на мне сработала — мне срочно захотелось себе такого хомяка)

[Rolan Kotov](#) удачная реклама)) ссылку на хомяка пжл, замучался искать

[Дарт Вейдер](#) Хочу такого хомяка! =)

[DasiZ007](#) отличная вирусная реклама!

[speed6mazda](#) Cool and very funny, I want one in English.

Maed.ru <info@maed.ru>

9 нояб. (1)

кому: мне ▾

Результаты: NIMA Marketing-A: проверь свои знания

09.11.2016 / 00:14:04 (Europe/Moscow)

Имя	Александр
Телефон	+79: [REDACTED]
E-mail	[REDACTED]@gmail.com
Результат тестирования	Результаты теста: Вы правильно ответили на 5 вопросов из 10. Сделали много ошибок? Тогда запишитесь на программу обучения NIMA Marketing-A и мы подготовим вас к успешной сдаче квалификационного экзамена.
ClientID	1478638870.4384588

4. Компания Callme для заказов на сумму менее 100€ относит затраты на формирование и обслуживание заказа на счет покупателя. Затраты на доставку должны дополнительно оплачиваться покупателем независимо от величины заказа. При этом конечные потребители платят фиксированную сумму 8€ за доставку, а потребители на B2B рынке оплачивают доставку в соответствии с фактическими затратами. Какой способ ценообразования употребляет Callme?

- Ценовую дискриминацию
- Ценовую дифференциацию
- "Затраты +"
- Премияльное ценообразование

5. В 2005 году оборот по ТМ "KitCat" составил 335 500€, а стоимость одного батончика была 1,10€. В 2006 году цена была снижена на 10%, и оборот увеличился до 347 243€. Какой была эластичность спроса в 2006 году?

- 1,0
- 1,5
- 2,0
- 2,5

6. При анализе покупательского поведения потребителей можно выделить несколько уровней. Один из них - это знания о свойствах товара или предложения фирмы. Как правильно называется этот компонент?

30 июня в 12:00 МСК **Партнерский маркетинг**

ВЕБИНАР

Исследования в интернет-маркетинге:
сначала думай - потом делай!



Андрей Гавриков

совладелец, генеральный директор
компании Completo



СИСТЕМНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ



Дмитрий Орлов

руководитель информационно-аналитического
отдела Ingate Digital Agency



digital agency



ИДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Свой инфопортал/блог

Подскажем, где купить сайдинг и подберем монтажную бригаду!

Единая справочная служба

8 800 555-33-02

ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК



ВСЕ О САЙДИНГЕ

- [Сравнение сайдинга с другими материалами](#)
- [Условия эксплуатации](#)
- [Фиброцементный сайдинг](#)
- [Мнения о сайдинге](#)
- [Часто задаваемые вопросы](#)
- [Причины популярности сайдинга](#)



ВЫБРАТЬ САЙДИНГ

- [Выбрать цвет сайдинга](#)
- [Как отличить подделку](#)
- [Разновидности сайдинга](#)
- [Альта-Борд](#)



КУПИТЬ САЙДИНГ

- [Сколько стоит качественный сайдинг](#)
- [Рассчитать стоимость сайдинга](#)
- [Где купить сайдинг](#)
- [Советы экспертов](#)
- [Актуальная цена](#)
- [Водостоки](#)



МОНТАЖ САЙДИНГА

- [Выбор монтажной бригады](#)
- [Инструкции](#)
- [Советы монтажников](#)
- [Фотогалерея](#)
- [Комплектующие](#)
- [Необходимые инструменты](#)



Качественный Сайдинг на карте

Авторитетное мнение



Сергей Воеводин

Бригадир монтажной бригады
г. Кубинка, Обухово, Дмитров, Серпухов, Люберцы, Жуковский, Одинцово, Орехово-Зуево, Серпуховский район, Подольск, Можайск, Коломна, Видное, Ногинск, Верея, Черноголовка, Раменское, Клин, Чехов, Наро-Фоминск, Реутов, Черноголовка, Москва

Хотите сделать дом красивым и теплым? Тогда утепление дома каменной ватой и обшивка его сайдингом - это ваш осознанный выбор. Сделав это правильно, вы забудете...

[Читать далее](#)

ЗАДАТЬ ВОПРОС ЭКСПЕРТУ

Новости

ИТАК, У ВАС ЕСТЬ ДОМ!  ЧТО ДАЛЬШЕ?

ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ОТДЕЛКИ МОЖНО ВИЗУАЛЬНО РАЗДЕЛИТЬ НА:

ВЫБИРАЙТЕ!



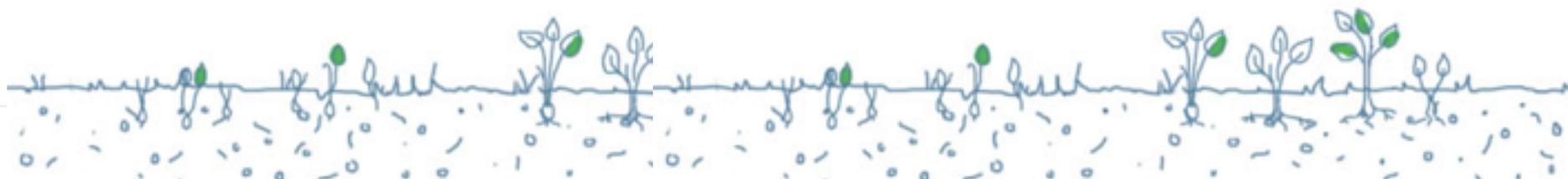
Свой инфопортал/блог



Встраивание примеров “случаев из жизни”, “как бывает”, “надо же такому случиться” в смежные порталы/блоги/видеоканалы/конференции/обзоры.



Задача – дать ответ, показать экспертность,
получить контакт!



Исследования

	Я.Директ, запросов	Яндекс, запросов	Я.Директ, посещ./мес.	Яндекс, посещ./мес.	Adwords, запросов	Google, запросов	Adwords, посещ./мес.	Google, посещ./мес.	SUM SEO	SUM CPC	SEO и CPC
avis-russia.ru	нет в базе										1
avis-rentacar.ru	313	566	158	6268	435	545	362	3591			5
ap-ru.com	0	0	0	0	0	11	0	14	9859	520	1
aldautomotive.ru	0	9	0	33	0	15	0	109	14		2
allleasing.ru	0	9	0	40	0	107	0	160	142		2
alliance-leasing.ru	0	395	0	2028	0	243	0	497	2525	0	3

В результате отборочного тура, сайты были поделены и оценены результирующей оценкой по пятибалльной шкале в следующем соотношении:

- Горячо, 5 баллов или больше 90% положительно выполненных критериев – 4 сайта;
- Тепло, 4 балла или больше 75% – 8 сайтов;
- Прохладно, 3 балла или больше 50% – 37 сайт;
- Холодно, 2 балла или меньше 50% – 22 сайта

Оценка итогового уровня использования поисковых систем складывалась из размера семантического ядра, видимого в поисковых системах, мощности использования контекстной рекламы и поисковой оптимизации

Для подробного исследования было отобрано 12 сайтов, получивших оценку тепло и горячо, среди которых оказались сайты компаний: «Европлан», «Балтийский лизинг», «Вэблизинг», «Альфа-Лизинг», «Газпромбанк Лизинг», «МКБ-Лизинг», «Сбербанк Лизинг», «Лизинговая компания «КАМАЗ», «ТрансФин-М», «Ураллизинг», «Дельта», «Инвест-Лизинг».


Trinion рейтинг **79,58**
 CRM.Обучение, консультирование и программирование.

 Профиль	39 Блог	0 Вакансии	39 Подписчики
----------------------------------------------------------------------------------------------	------------	---------------	------------------

3 февраля 2015 в 22:03

Управление → Что такое CRM-системы и как их правильно выбирать?

 CRM-системы*, Блог компании Trinion

Введение

В современном бизнесе необходимость автоматизация различных процессов стала уже привычным явлением. Уже становится сложно представить себе складской или бухгалтерский учет без применения специализированного программного обеспечения, торговые представители используют специальные приложения для оформления и отправки заказа в офис прямо с планшета или мобильного телефона, достаточно большая часть заказов приходит с сайта уже в виде готовых к обработке документов. Но при этом взаимоотношения с клиентами, по крайней мере, в среднем и малом бизнесе, почему-то очень часто ведутся без внедрения автоматизации и достаточного внимания к учету.



Компания Trinion оказывает услуги консультирования, автоматизации бизнес процессов и программированию. Также нашей компанией предоставляются услуги по разработке документации, обучению.

Ссылки

Наш сайт
trinion.ru

Trinion
 10 нравится

- CMS Больше клиентов
- SEO Больше посетителей
- CRM Больше сделок

 Нравится Страница

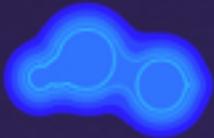
Станьте первым из друзей, кому это понравилось.

В формате “как сделать”, “что выбрать”, “чем отличаются” и т.д.

Точки контакта



- Рассылка
- Группы в социальных сетях
- Videоканал на Youtube
- Канал на slideshare
- Профильные порталы
- и т.д.



Webinar

Ретаргетинг на полезный контент

ую →

Вебинар на 100%

Практическое пособие для начинающих
и опытных вебинаристов

ПОЛУЧИТЬ КНИГУ СЕЙЧАС

Пособие готовили:



Михаил
Перегудов



Игорь
Манн



Андрей
Кулинич



Глеб
Шулишов



Анна
Каракаева

Вебинар на 100%
Практическое пособие для
начинающих и опытных вебинаристов

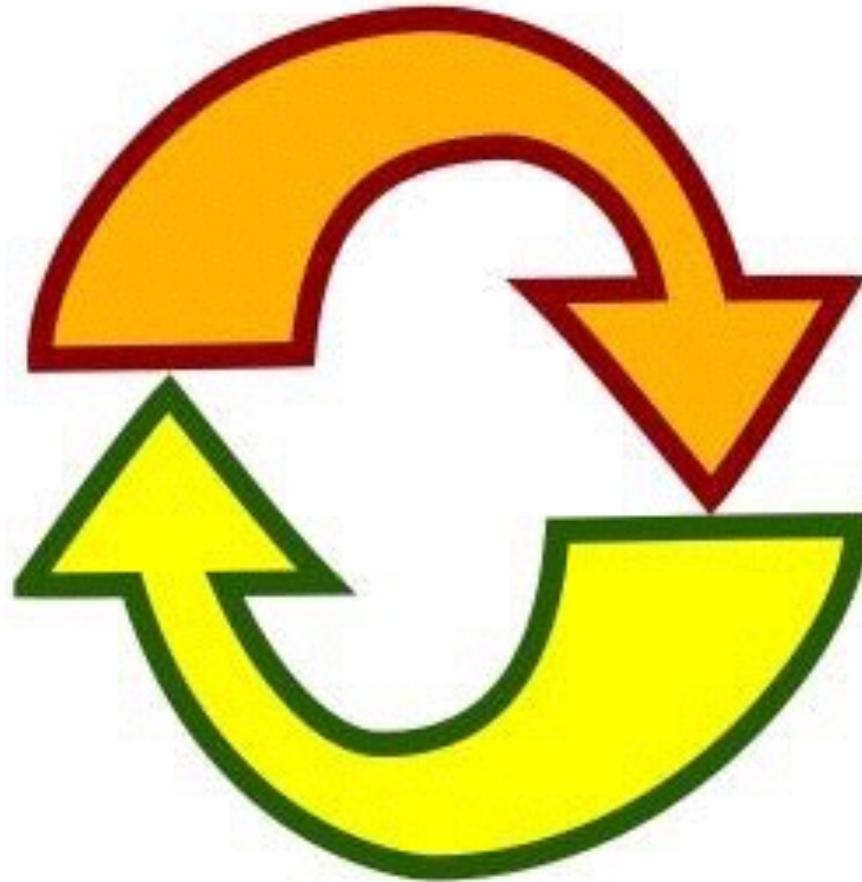


Начать чат



Время прочтения
25 минут

Активности из предыдущего шага



Охватные мероприятия, партнерский маркетинг, использование собственных ресурсов

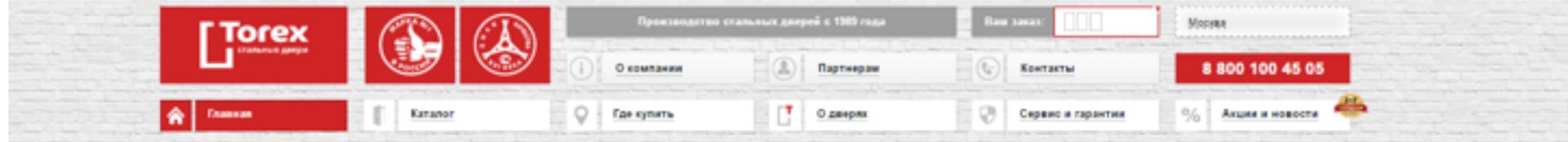


Задача – показать что вы лучше
подходите под задачи клиента!





Качественный контент на сайте



У нас всегда 🔍 найдется Ваша 🚪 дверь !
В 🏠 дом или в 🏢 квартиру ! На любой 💰 кошелек !



Качественный контент у вас на сайте: каждая страница сайта - посадочная. Значит, должна быть верстка текста, иллюстрации, визуализация данных, преимущества, примеры расчетов стоимости, выгоды, скачиваемые материалы, видео.

Захват конкурентного трафика

Битрикс24 CRM – Попробуй новое качество управления!

bitrix24.ru/crm Реклама

Для 12 пользователей бесплатно!

Что такое Битрикс24 [Возможности](#) [Отзывы](#)

Не требует установки · Настройка за 10 минут · Современное решение 18+

«amoCRM» — онлайн-CRM система

amoCRM.ru

Внедрение системы для ведения базы клиентов, управления их сделками и контактами, анализа продаж. Тарифы. Онлайн-регистрация.

[9](#) Адреса на карте

Тур проекта

Программа amoCRM – система управления взаимоотношениями...

Цены

amoCRM – удобная облачная CRM система. Подробности о тарифах...

New 2016

Обновленная amoCRM не просто увеличивает ваши продажи.

Поддержка

★ Поиск по нескольким тегам ★
Резервное копирование данных...

Блог

Блог про продажи и маркетинг — amoCRM

Наши клиенты

Отзывы наших клиентов. Программа amoCRM - отличное решение для...

Телефония

Дополнения amoCRM — amoCRM

Интеграция с сайтом

Указанный Вами e-mail уже зарегистрирован на проекте...

Тур по CRM-системе — amoCRM

amoCRM.ru > [tour/](#)

Воронка продаж - ключевой экран amoCRM. Здесь весь процесс продажи представлен в виде колонок - эталон...

Онлайн CRM система. Управление клиентами...

amoCRM.ru > [main/af](#)

Система amoCRM – удобная web программа для анализа продаж, доступная в режиме online из любой точки мира!

Яндекс.Директ

«МойСклад» Интернет - Сервис No1

moysklad.ru [↶](#) Адрес и телефон

Управление торговлей, складской учет, CRM. Быстрый старт! От 0 руб. в месяц

Откройте счет РКО бесплатно!

alfabank.ru/расчетный-счет

[↶](#) Адрес и телефон

Без визита. 3 месяца РКО бесплатно. Выгодные тарифы. Скидка на РКО до 25%

РосБизнесСофт CRM

rbs-crm.ru

[↶](#) Адрес и телефон, м. Ленинский проспект

Полный контроль всех бизнес-процессов. Складской учет, интеграция с 1С!

Настройка и внедрение amoCRM

ctmir.ru [↶](#) Адрес и телефон

любые задачи. Настройка CRM 1С. Внедрение amoCRM. Интеграция, адаптация. 18+

Нашлось 243 тыс. результатов

29 тыс. показов в месяц

[Дать объявление](#) [Показать все](#)

Не продавать, а обучать!

Не покупайте септик для коттеджа пока не узнаете, где вас могут обмануть продавцы!

Скачайте мини-книгу
**«Как вас обманывают продавцы септиков.
5 хитрых приемов»**

И узнаете:

- ✓ как продают воздух по цене септика?
- ✓ канализация без откачки — миф или реальность?
- ✓ как продавец получает «левую» прибыль?
- ✓ как «разводят» клиента на монтаже?
- ✓ послушай гастарбайтера и сделай наоборот!

А также получите бонус:

узнаете 2 способа, как избежать лишних затрат при обустройстве канализации для коттеджа.



Автор книги — Соколов Алексей Анатольевич,
директор ООО «Экология-центр»,
опыт в строительстве очистных сооружений более 9 лет.

Возглавляемая им компания
«ООО Экология-центр» входит в список
**«100 лучших организаций России,
экология и экологический менеджмент 2014»** а сам он
удостоен почетного звания
«Эколог года 2014»



Рейтинг инвестиционных компаний от блога PROFVEST



Альпари (Alpari) на сайт



Свернуть -

Обзор и отзывы

Инструменты: ПАММ-счета, инвестиционные фонды, акции

Доходность: ~20%-45% годовых (USD)

В портфеле: с 02.03.2013

О компании

Мой комментарий

Рейтинг ПАММ-счетов ↗

Инвестфонды ↗

Акции ↗

Преимущества:

- Удобный мониторинг ПАММ-счетов
- Компания работает более 15 лет на рынке
- Большой выбор инвестиционных инструментов

Недостатки:

- Небольшой выбор доходных ПАММ-счетов



Insolt на сайт



Развернуть +

Обзор и отзывы

Инструменты: Венчурные инвестиции, доверительное управление

Доходность: ~55%-95% годовых (USD)

В портфеле: с 15.02.2016



ShareInStock на сайт



Вести на сторонние источники

Золото и драгметаллы

Закрытые проекты

Ethereum Lab	09.11.16
Legion Bets	09.11.16
Mellon Finance	09.11.16
Feed Invest	06.11.16
EX-Infinity	02.11.16

Смотреть весь список

Подписка на рассылку новостей

Подпишитесь на обновления и получайте свежую и важную информацию **вовремя!**

Введите свой Email...

Подписаться



Наш новостной канал в **Telegram**

Первые новости здесь!



Наш **Youtube** канал

Интересный и полезный контент

PROFVEST в социальных сетях:



Официальные группы PROFVEST на
VKontakte, Facebook и Twitter

TWITTER

Активно работать в «несезон»



Активно работать в «несезон», когда идет сбор информации (обычно в это время все конкуренты вялые, и бюджетов никто не выделяет).

Традиционные рекламные инструменты

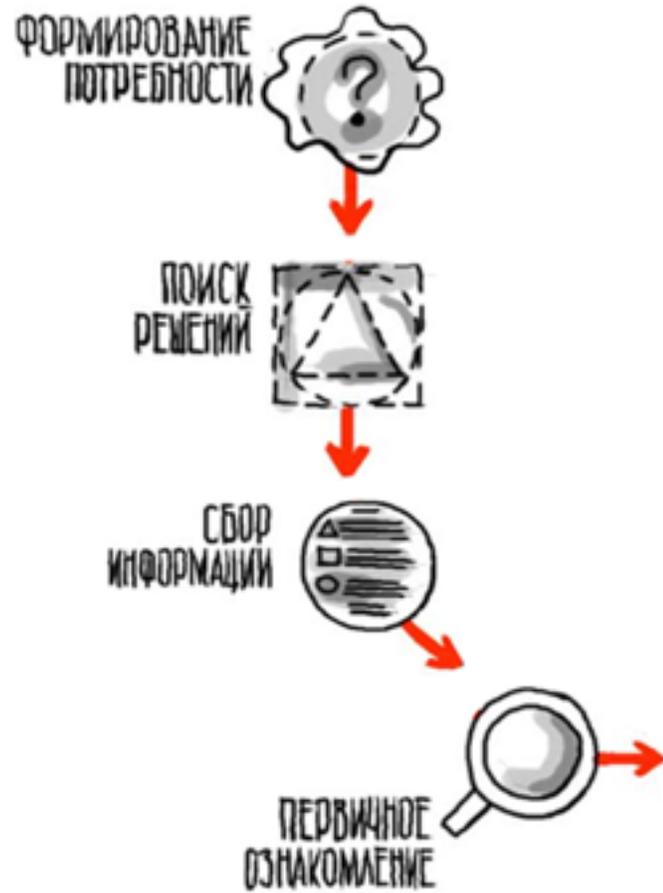


- SEO
- Контекстная реклама
- Медийная реклама
- Таргетированная реклама
- RTB
- и т.д.

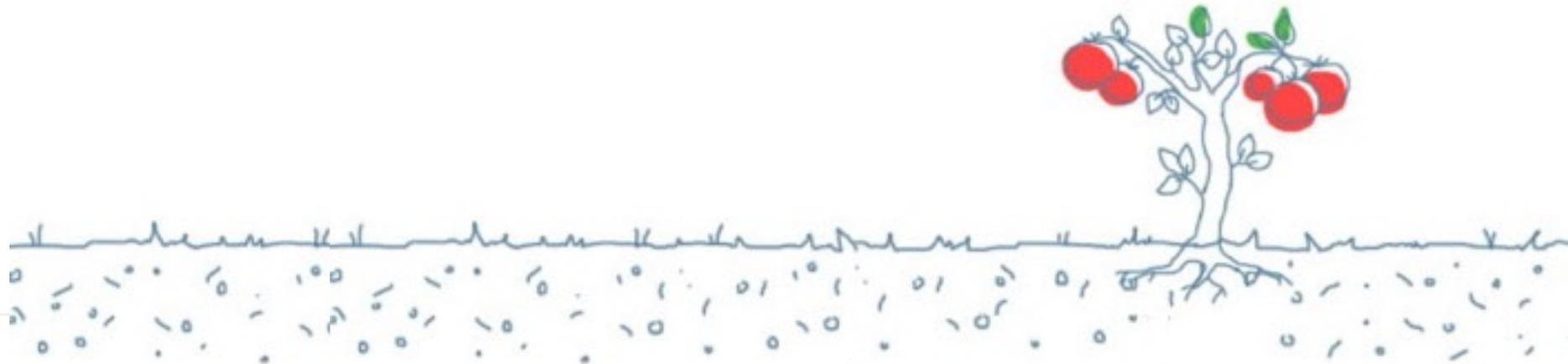
Прогрев по текущим точкам контакта

- Социальные сети
- Рассылка
- Ретаргетинг
- Call-центр
- Вебинары и другие ивенты
- Полезный контент





Задача – подвести клиента к продаже!



Товар лицом

PROFESSOR 4

Создан, чтобы защищать!

- Усиленная интегрированная рама жёсткости двери и коробка Professor 4.
- Усиленные вертикальные рёбра жёсткости, горизонтальные переборки, 2 листа стали в замковой и петлевой зоне по всей высоте полотна.
- Три гнёзда по торцу полотна и коробу двери, которые служат дополнительными рёбрами жёсткости, придавая конструкции дополнительную прочность и надёжность на долгие годы.
- Защитно-декоративные вставки и декоративно-усиливающие планки общей толщиной в замковой зоне 6,8 мм.
- Замковый карман со вставкой из гранитобетона толщиной 20 мм. Общая толщина материалов, защищающих замки - 23 мм.
- Усиленная специальными стальными переборками и кожухами рама двери.

[Заказать Professor 4](#)

Представить “товар лицом” (качественные фото, видео, тур, 3D-модель).

Показать процесс использования

ПАТРУЛЬ
азросани-амфибия

8 800 333-37-22

Весь сайт

Видео >>

Тест-драйв >>

Заказать >>

СТАРТ

СНЕГ И ЛЕД

ХОЛМЫ И ТОРОСЫ

ГОРНАЯ РЕКА И БОЛОТО

МОДЕЛИ И ЦЕНЫ

ПО СНЕГУ И ЛЬДУ

По снегу и льду «Патруль» ускоряется до 130 км/ч, при этом скорость ощущается так же как в обычном автомобиле благодаря надежному адаптивному днищу и специальной системе амортизации. Для движения по пересеченной местности достаточно даже небольшого снега.

АНДРЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ:
Рекомендую Азросани-амфибию «Патруль» всем,
кто привык ездить >

ПАТРУЛЬ В РЕАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

COMPLETO

МОЙ ОТДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Отзывы реальных клиентов



Общество с ограниченной
ответственностью «ТОРЭКС»
Адрес: 410086, г. Саратов, ул. Еланская, д.5
Тел: 8(800)25-45-00-05
Факс: 8(800)25-45-00-05
ОКВТО: 6340100000 ОКПО: 24848703
ОГРН: 1026403039893

ИНН: 630317
Расчетный
Счет: Саратовское отделение № 9822
Сбербанк России ОАО г. Саратов



torrex.ru



410086, г. Саратов,
ул. Еланская, 5



8(800)25-45-00-05
8-800-100-45-05

На № 359 от 21.05.2015

ООО «Комплето»
Генеральному директору
Гаврикову А.В.

Уважаемый Андрей Владимирович!

ООО «Торэкс» выражает благодарность маркетинговой группе «Комплето» за долгосрочное сотрудничество. Уже на протяжении более двух лет нам удается продуктивно взаимодействовать сразу по нескольким направлениям:

- разработка, поддержка и развитие основного сайта компании, а так же мини сайтов для дилеров.
- проведение рекламных кампаний в интернете, их аналитика и оптимизация
- разработка системы бронирования остатков, которой сегодня пользуются более 70 дилеров по всей России
- выстраивание контент-маркетинга, начиная с создания групп и заканчивая привлечением более 20 000 целевых подписчиков
- работа с негативом и отзывами
- создание и поддержка системы телефонной аналитики, которая обслуживает более 10 000 звонков, ежемесячно поступающих со всей России
- создание фирменного мобильного приложения, позволяющего сделать примерку двери к интерьеру будущего владельца.

Следя общей стратегии, разработанной специалистами вашей компании в начале 2014 г., мы планомерно выстраиваем систему электронного маркетинга и успешно продвигаем бренд Torex в сети Интернет

Директор ООО «Торэкс»



АтоCRM позволила нам увеличить конверсию потока входящих заявок в продажи вдвое. Интеграция с сайтом и системами кол-трекинга сократила время реакции менеджера, а инструменты "Аналитики" позволили руководителям контролировать бизнес-процесс продаж на принципиально новом уровне.



Соколенко Борис,
Генеральный директор, Venta reSearch Lab

Дайте потестировать продукт

Запись на тест-драйв:

Ваше имя:

Ваш телефон:

Марка:

Модель:



Я согласен на [использование моих персональных данных](#)

Заказать звонок

Обо всех скидках и бонусах на SKODA OCTAVIA подробно расскажет Ваш персональный менеджер

Ваше имя

Телефон

Отправить



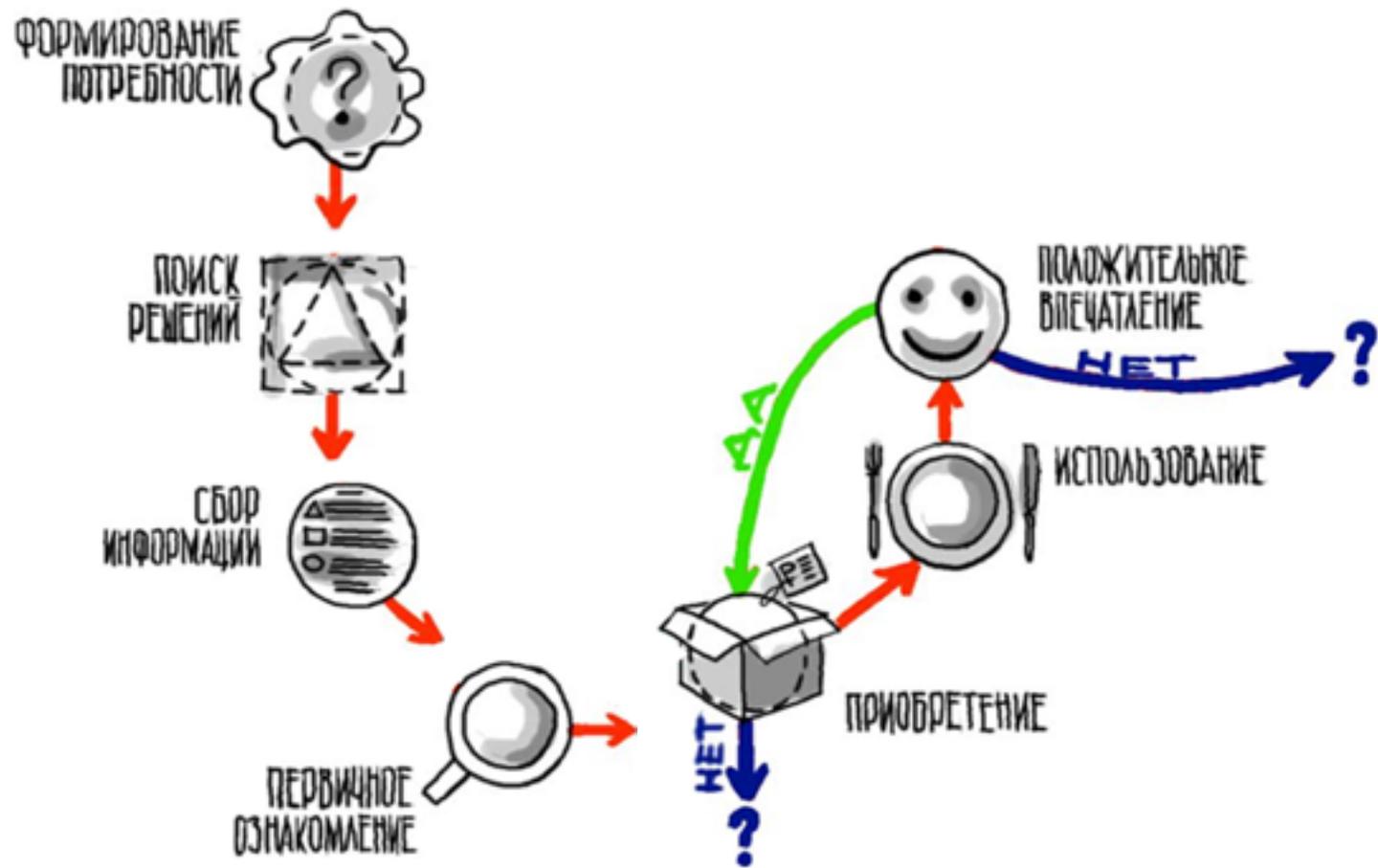
Предложение купить!

ДАВАЙ ПОКУПАЙ!

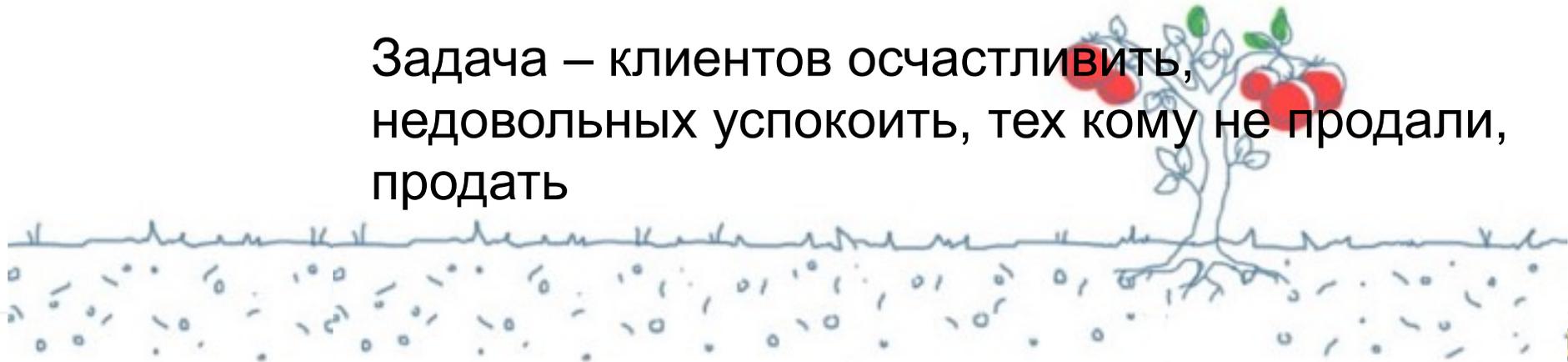


Ретаргетинг на продукт





Задача – клиентов осчастливить,
недовольных успокоить, тех кому не продали,
продать





Клиентские клубы (контент)

Закрытый клуб выпускников це...

Закрытая группа

Присоединился(-ась) | Поделиться | Уведомления | ...

Обсуждение | Участники | Фото | Файлы

Поиск в этой группе

Публикация | Фото/Видео | Опрос | Еще

Напишите что-нибудь...

ПРИКРЕПЛЕННАЯ ПУБЛИКАЦИЯ

Владимир Давыдов
11 сентября

Коллеги, скопом несколько полезностей за последнее время, которые обсуждались/использовались внутри Комплекто.

1. У сокращенных гуглом и битли ссылок можно посмотреть статистику. Вот ссылка в посте с Гаем Кавасаки: <http://goo.gl/V83mb0+> Видно, что ссылка набрала 350 переходов. Открывающиеся возможности додумывайте сами 😊)) Конкуренты, ютуб каналы и блогеры 😊 и так далее, далее, далее.
2. <http://backlinko.com/blog> Говорят самый крутой англоязычный блог по SEO...

Читать дальше

Ирина Алексеева
22 августа · Москва

Друзья, наши лекторы для вас подготовили 2 бонусных модуля, которые будут вам очень интересны:
22/08 сегодня в 17:00 по (МСК) - "Организация отдела маркетинга внутри компании" - А.Гавриков
25/08 - 17:00 по (МСК)- "Выбор агентства на стороне" - В. Давыдов
Ждем всех (приглашение придет по почте, как обычно).

ОПИСАНИЕ [Редактировать](#)
Группа всех выпускников учебных программ центра "Маркетинговое о... [Еще](#)

ТИП ГРУППЫ
Школа или класс

ТЕГИ [Добавить теги](#)
Добавьте несколько ключевых слов для описания.

СОЗДАТЬ НОВЫЕ ГРУППЫ
В группах намного проще общаться с друзьями.

[Создать группу](#)

COMPLETO
МОЙ ОТДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Не сдаваться!



Всех посетителей, обратившихся в компанию, но не купивших товар, отнести к отдельному сегменту и определить затраты на их привлечение; потенциально ценных клиентов “взять в работу” - email, late-ретаргетинг, прозвоны.

IMPLETO

ДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Работа с негативом



Всех клиентов, негативно настроенных после использования вашего продукта - алгоритм обработки, мониторинг отзывов и сглаживание негатива.

Cross-sell & Up-sell

Ваши персональные рекомендации



262 Р

Обитатели Земли. Мир в руках ребенка.

[В корзину](#)



67 Р

Строение Солнечной системы. Плакат

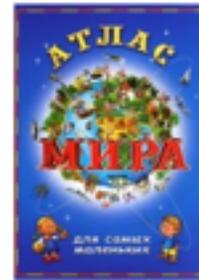
[В корзину](#)



254 Р

Народы и страны. Мир в руках ребенка.

[В корзину](#)



98 Р

Атлас мира для самых маленьких

[В корзину](#)



232 Р

Мир вокруг нас. Географический атлас

[В корзину](#)



Купившие то, чем вы интересовались, также покупают



374 Р

Семь навыков высокоэффективных людей
Стивен Р. Кови

[В корзину](#)



502 Р

Deadline. Роман об управлении
Том Демарко

[В корзину](#)



312 Р

Экстремальный тайм-менеджмент
Николай Мрочковский

[В корзину](#)



712 Р

Разработка ценностных предложений
Александр Остервальд

[В корзину](#)



351,90 Р

Управление проектами с помощью диаграммы Ганта
Ричард Ньютон

[В корзину](#)



Всех положительно настроенных клиентов - email-маркетинг, прозвон, формат "с этим товаром покупают"

Работа с отзывами

Хочу заказать дом в "Терем про". Какие подводные камни? www.mastercity.ru/.../t118705-hochu-zakazat-dom-v-terem-pro-kakie-podv
19 авг. 2010 г. - Так же интересует мне об этой компании, в интернете отзывы
фирме "Зодчий" ни в "Терем Про" домик мы заказывать не ...

Как Терем построил дом. Через 2 года после строительства ...



<https://www.youtube.com/watch?v=G3azp3L7ym4> ▼
10 сент. 2013 г. - Добавлено пользователем Компания Терем
Видео отзыв клиента компании Терем спустя 2 года. [www.terem-pro.ru]

Теремъ - отзывы и фото, адреса и телефоны, график работы и ...

www.yell.ru > Москва > Строительство > Строительство коттеджей ▼

★★★★★ Рейтинг: 4,3 - 115 голосов

Компания "Теремъ" занимается строительством деревянных домов по Хочу добавить мы благодарны фирме ТЕРЕМ-ПРО которые находятся в ...

Компания Теремъ-про, метро Кузьминки, Москва, ул. - Яндекс

yandex.ru/maps/org/kompaniya_terem_pro/1311005607/ ▼

★★★★★ Рейтинг: 8,1/10 - 44 голоса

Компания Теремъ-про, Строительная компания. Москва, ул. ... www.terem-pro.ru ... Мой отзыв будет ложкой дегтя, учитывая какие отзывы все пишут.

ФОРУМ ДОМ-НАМ :: Тема: Отзывы о компании Терем (1/2) Отзывы о...

dom-nam.ru/index.php/forum/stroitelnye-kompanii/18-otzyvy-o-kompanii-terem ▼

Кто реально строился у Терема? Хороший ли у них клееный брус? :huh: (1/2) - Russian.

Кто знает: Фирма "Терем"? - Дачный Форум

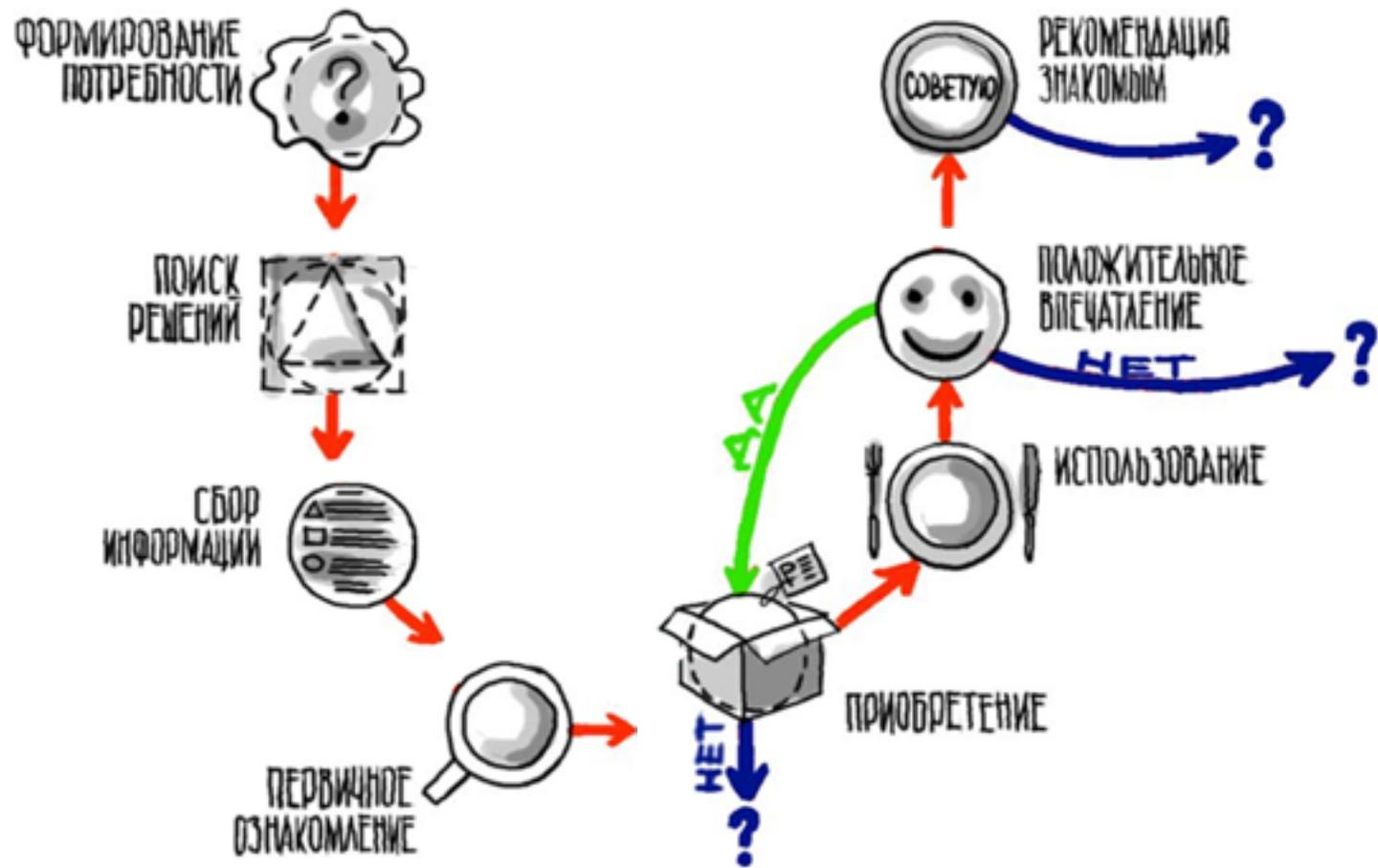
dacha.wcb.ru > ... > Мой дом - наша эпопея > Обзор строительного рынка ▼

24 июн. 2011 г. - Сообщений: 14 - Авторы: 8

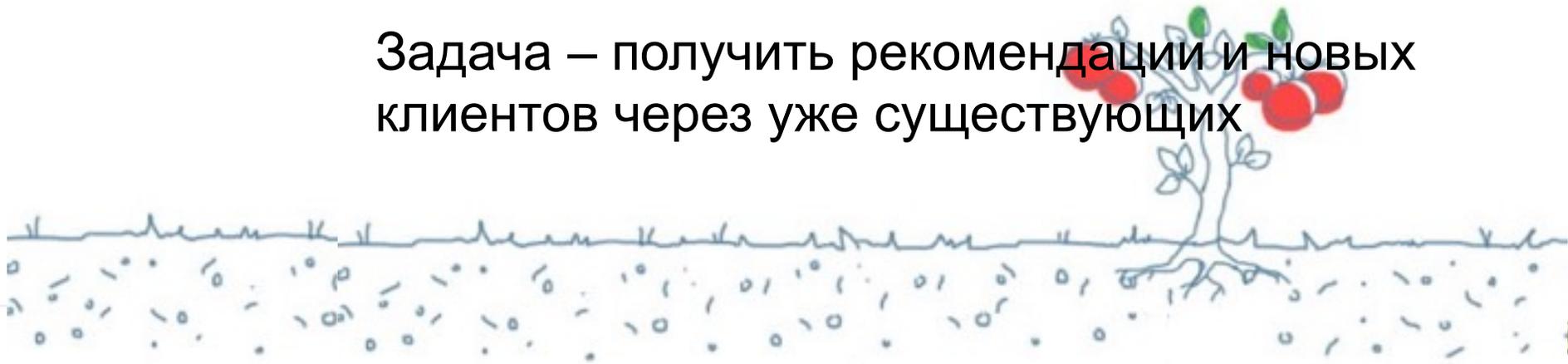
Мы остановились на домике фирмы "Терем". Может быть кто-то имел с ними дело и расскажет о плюсах и минусах. Мы сейчас решаем ...

Отзывы о компании Терем, строительная компания Терем, на

Положительные отзывы - алгоритм сбора, публикация, рассылка, "прокачка" для SEO



Задача – получить рекомендации и новых клиентов через уже существующих



Сбор рекомендаций

Переслать другу

Главная страница - Ruukki
<http://www1.ruukki.ru/>

Кому

От

тема

Примечание

Я не робот  CAPTCHA
Конфиденциальность · Условия использования

Отправить

By sending, I affirm I am permitted to send this email.

Send this email with different services:



Заготовить механики для рекомендаций - email рассылка, приглашение в группу через социальные сети или заготовленный пост для социальных сетей.

amoCRM.

🔒 ВОЙТИ

НАЧАТЬ

ПАРТНЕРСКАЯ ПРОГРАММА

САМЫЙ ПРОСТОЙ СПОСОБ НАЧАТЬ СВОЙ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ.

Новая и уникальная партнерская программа amoSTART - позволяет любому начать свое дело в Интернете и преуспеть в нем. Вам не потребуются вложения, не потребуется что-то покупать или кому-то за что-то платить. От вас требуется только желание и немного времени.

▶ ПРЕЗЕНТАЦИЯ



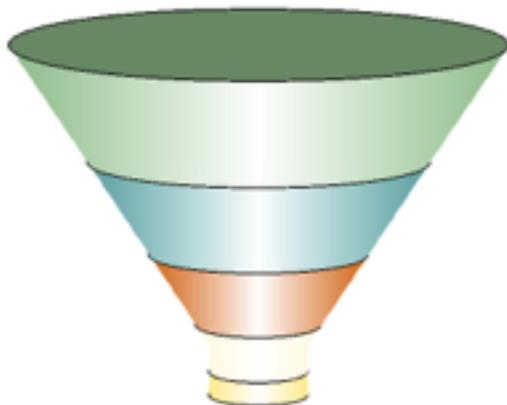
Конечно же это далеко не все инструменты и подходы...

Путь клиента - как его разработать

У нас будет несколько типов клиентов. Соответственно:

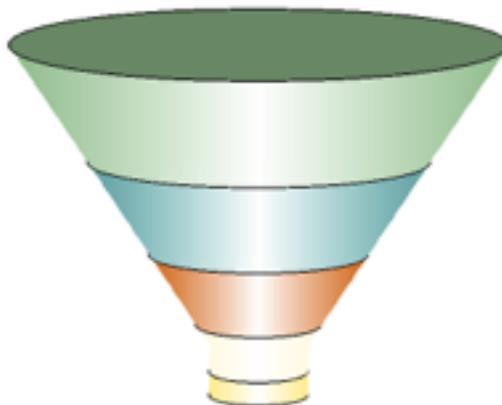
- В каждой из групп могут быть разные цели и KPI, так что и отслеживать их нужно по отдельности
- В итоге это приводит к нескольким воронкам продаж
- К разным способам ведения клиентов (соответственно разные системы, либо по разному настроенные)
- К разным отчетам по каждому из сегментов.

Розничные покупатели



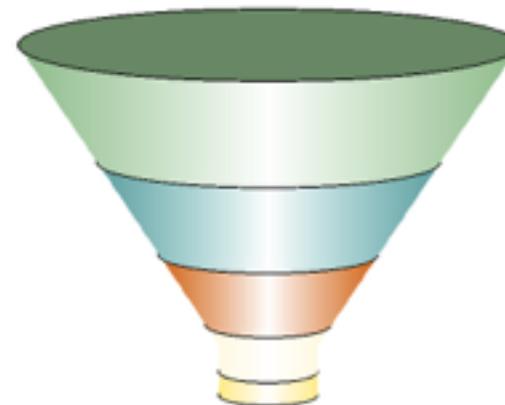
- лояльность к бренду
- заявки на сайте
- **покупки** в магазинах

Розничные точки



- **заключение с нужным заводом производителем**
- высокие продажи нашего бренда
- лояльность к бренду, мотивация продавать его

Отделочные бригады



- **лояльность к бренду**, рекомендации клиентам
- обучение монтажу по нашим стандартам
- информирование о новых продуктах

Итого. Что должно быть в стратегии

1. Описание бизнес-модели компании
2. Бизнес цели
3. Сегментация целевой аудитории
4. Выводы по конкурентному анализу
5. Выводу по аудиту текущего интернет-маркетинга
6. Описание инструментов и каналов применимых на каждом шаге клиентского пути
7. Как будет измеряться эффективность

Составить план работ

«20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий — лишь 20% результата»

[Вильфредо Парето](#)



1. Выбираем сначала инструменты и сегменты, которые относительно быстро дадут ощутимую отдачу и для обработки которых есть ресурсы в компании
2. Запускаем работы по сбору баз для будущего (email-маркетинг, ретаргетинг)
3. Исправляем ошибки на сайте
4. Настраиваем веб-аналитику и коллтрекинг
5. Далее итерациями тестируем и подключаем всё более сложные инструменты

Вам решать что лучше для вас и вашей КОМПАНИИ



VS



А теперь небольшой кейс



Как повысить в 18 раз количество заявок и загрузить производство на год вперёд



Производитель аэросаней «Патруль»

Аэросани-амфибия с высокой проходимостью.



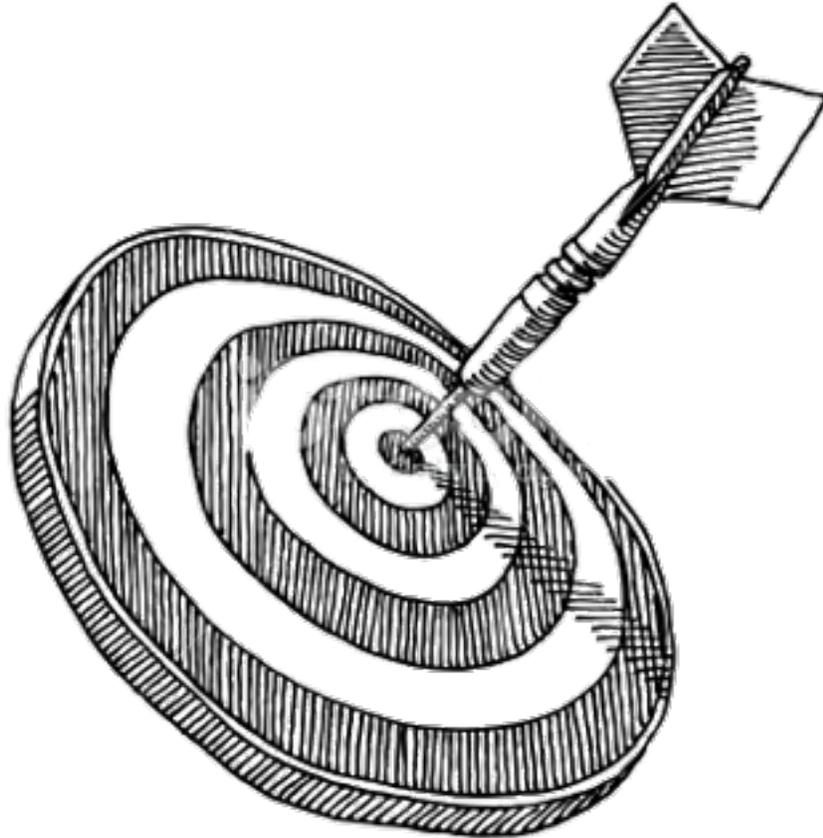
1. С 2000 года производство.
1. «ПАТРУЛЬ» прошел сертификацию в ГИМСе и выпускается серийно.
1. 300+ машин продано до нас (до 2014 года).
1. Поставки по всей России.
1. Уникальная конструкция, подтвержденная 5 патентами.
1. Средний чек около 2 000 000 рублей.

Цель проекта



**Дайте больше
продаж!**

Переводим «хотелки» в реальные задачи



1. Исследование спроса в интернете.
2. Анализ конкурентов.
3. Разработка Уникального Торгового Предложения.
4. Разработка стратегии интернет-маркетинга.
5. Разработка лучшего сайта в отрасли.
6. Настройка сквозной аналитики до продаж.
7. Запуск и ведение рекламных кампаний.

Аэросани - это штучный товар и конкретно их ищет очень мало людей

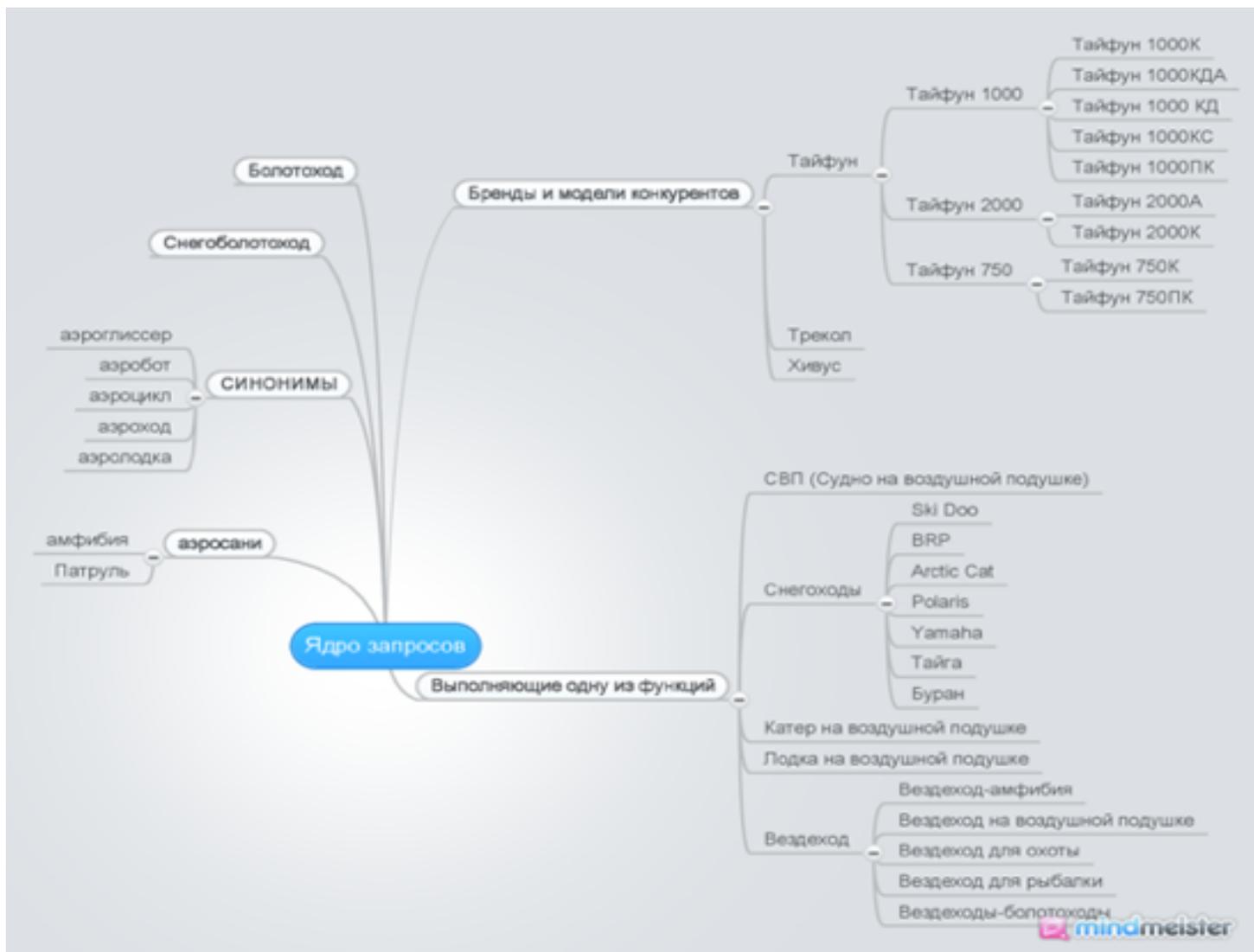


Что искали со словом «аэросани амфибия» — 601 показ в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц
аэросани амфибия	601
аэросани амфибия патруль	393
аэросани амфибия цена	263
аэросани амфибия патруль цена	233
аэросани амфибия патруль цена саратов	172
аэросани амфибия патруль видео	44
купить аэросани амфибия	44
аэросани амфибия +своими руками	30
купить аэросани амфибия патруль	30
отзывы аэросани амфибия патруль	22
аэросани амфибия патруль цена видео	19
аэросани амфибия самодельные	18

Тщательно провели анализ спроса разных видов

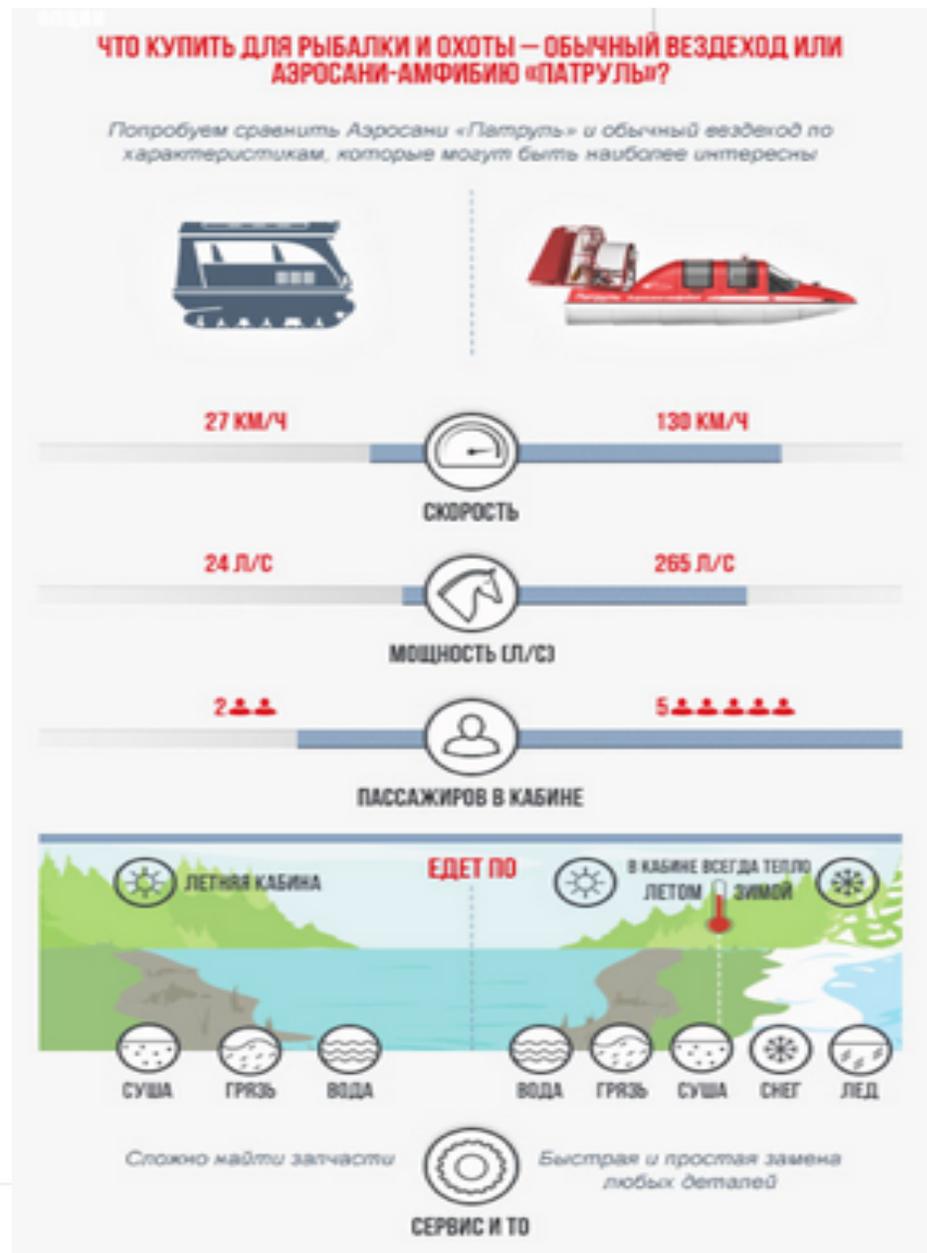
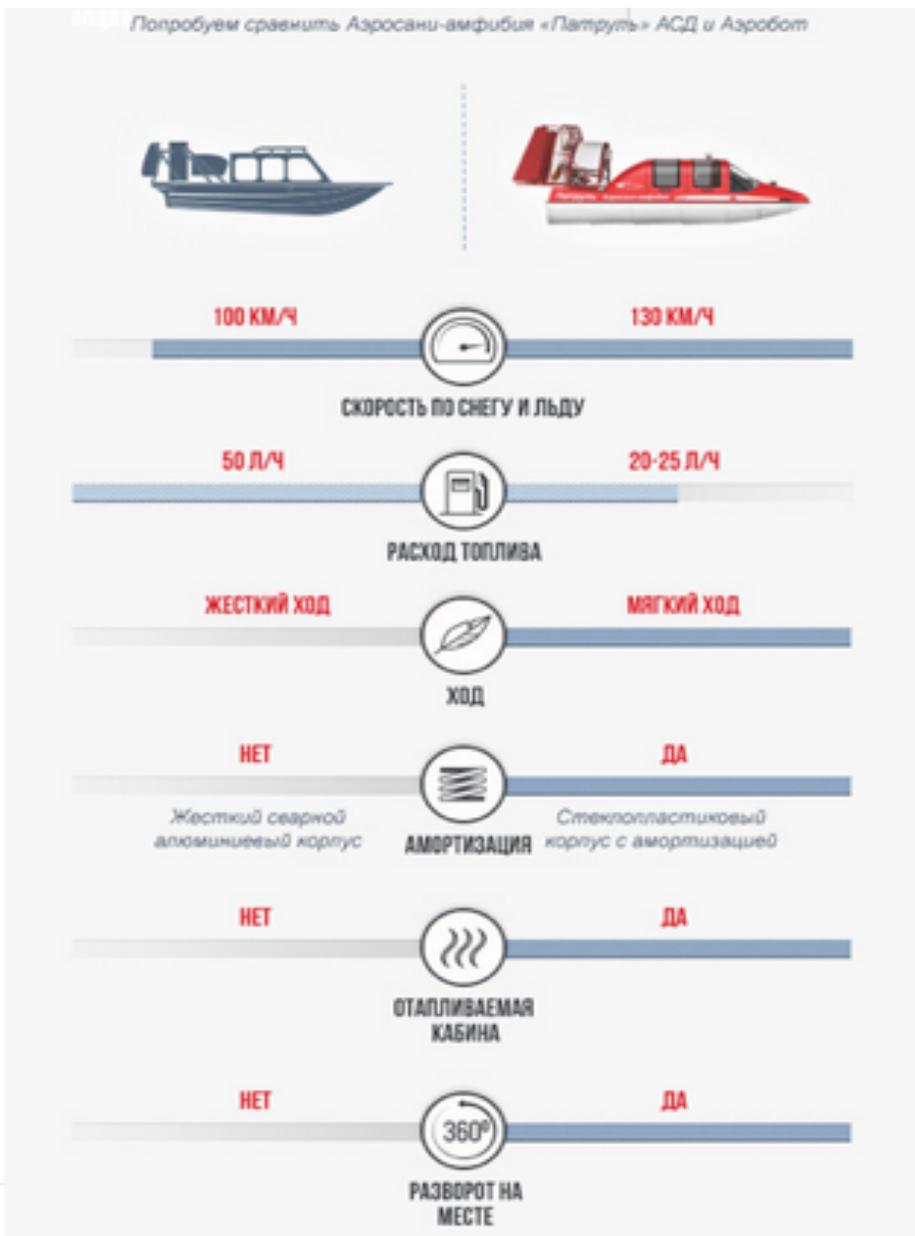
Из этой карты спроса потом рождается структура сайта и стратегия.



А где же тогда брать трафик?

1. Бренды конкурентов
 - а. Тайфун
 - б. Трекол
 - с. Хивус
2. Товары заменители:
 - а. Снегоход
 - б. Болотоход
 - с. Вертолет?
3. Синонимы
 - а. Аэробот
 - б. Аэроцикл
 - с. Аэролодка

Подумали о том, как это представить на сайте



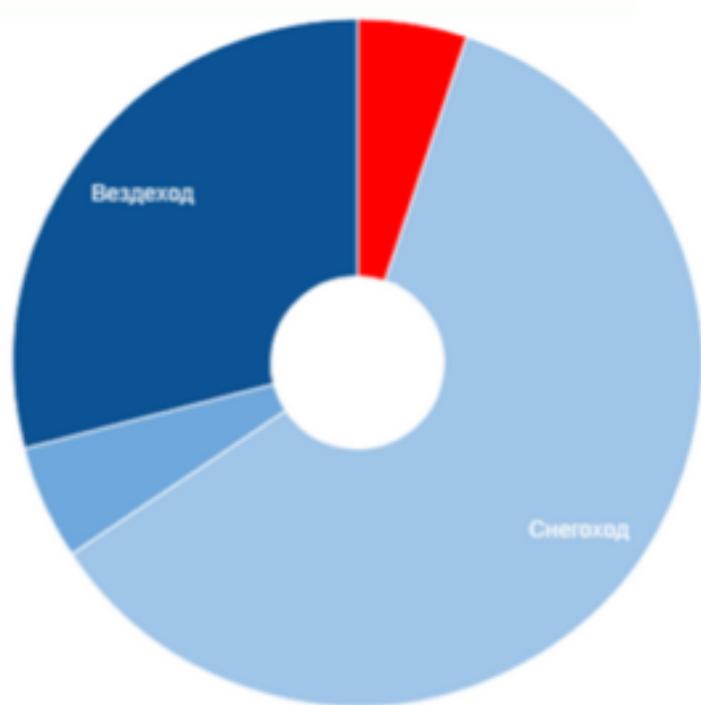
Работа с несформированным спросом

Соотношение между видами спроса 1:41 в период сезона.

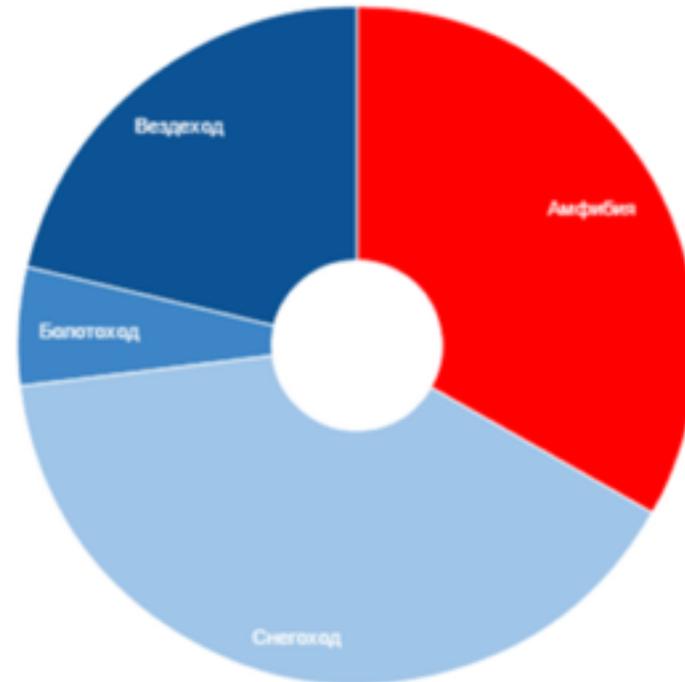


Работа с несформированным спросом

Сделан прогноз при работе с контент-маркетингом
- есть реальная возможность изменить структуру спроса.



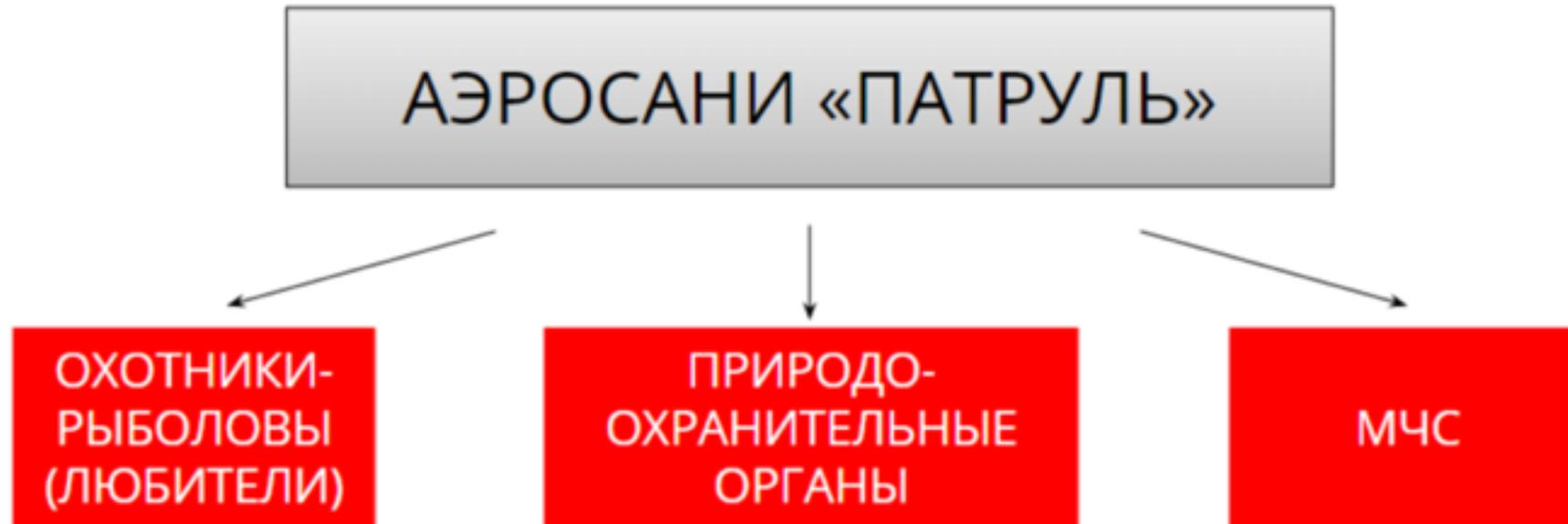
Текущий спрос



Возможный спрос

Подстройка под целевую аудиторию

По словам клиента основные клиенты, это:



Подстройка под целевую аудиторию

Копаем глубже. Находим еще:



Нефтянники
Труднодоступные зоны работ



Экстремалы
Любители острых ощущений

Подстройка под целевую аудиторию

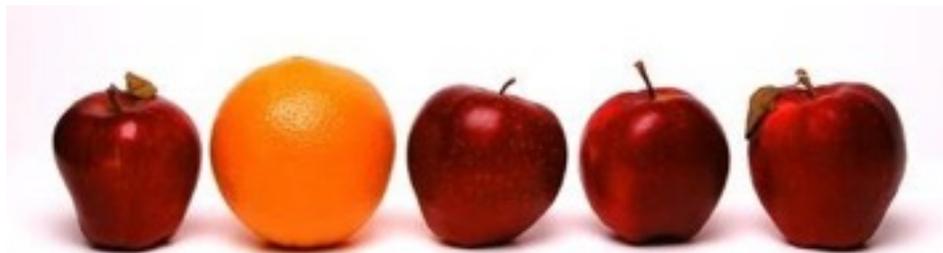
У каждой группы свои потребности и свое УТП:

МЧС:

- Проверенное качество, уже более 6-ти машин куплено.
- Легко переходит с воды на лед.

Охотники:

- Можно охотится компанией из 6-ти человек.
- В кабине тепло и можно затаиться.



Нефтяники:

- Проедет там, где не пройдет другой транспорт.
- Высокий уровень комфорта.

Экстремалы:

- Скорость до 140 км в час по воде и суше.
- Взбирается на крутые подъемы.

Рыболовы:

- Рыбалка в любое время года.
- Небольшой расход топлива.
- Легко ремонтируется.

Разработка Уникального Торгового Предложения и позиционирования завода

После серии брифингов, изучения конкурентов, общения с клиентами и специалистами на заводе получаем преимущества продукта:



Формируем позиционирование компании и элементы отстройки от конкурентов:

- Высокоточный завод.
- Более 300 проданных моделей.
- Поддержка по любому вопросу по телефону.
- Бесплатный тест драйв и обучение вождению.
- Консультация и помощь при регистрации в ГИМС.
- Помощь в оформлении кредита.



Разработка стратегии электронного маркетинга

Собрав воедино всю информацию разрабатываем стратегию электронного маркетинга.



Аэросани-амфибия ПАТРУЛЬ

По снегу и льду

По холмам и торосам

По горной реке и болоту

г. Саратов, ул. Елшанская 6 +7 (8452) 45-00-02

Навигация

Общая страница

Описание и Технические характеристики

Отзывы независимых экспертов

Заказ и цены

Характеристики

Ход по неровной поверхности получается настолько мягким, что позволяет развивать скорость до 150 км/ч по снегу и льду, комфортно передвигаться по торосам, вылезать с воды на лед и обратно в воду, развивать скорость по воде до 50 км/ч. Двигаться по пересеченной местности, преодолевая подъемы до 35 градусов. Давление на поверхность составляет 15-20 т/кв.см. Осадки минимальны и позволяют двигаться по любому мелководью. В закрытой сплавившей кабине устанавливаются 2 или 4 автомобильных кресла. Остекление - небьющийся поликарбонат. Управление - автомобильные руль и педаль газа. Маневренность машины такова, что она разворачивается на 360 градусов на месте (радиус разворота ноль).

Подобные характеристики

Видеоролики



Все видеоролики

Фотографии



Все фотографии

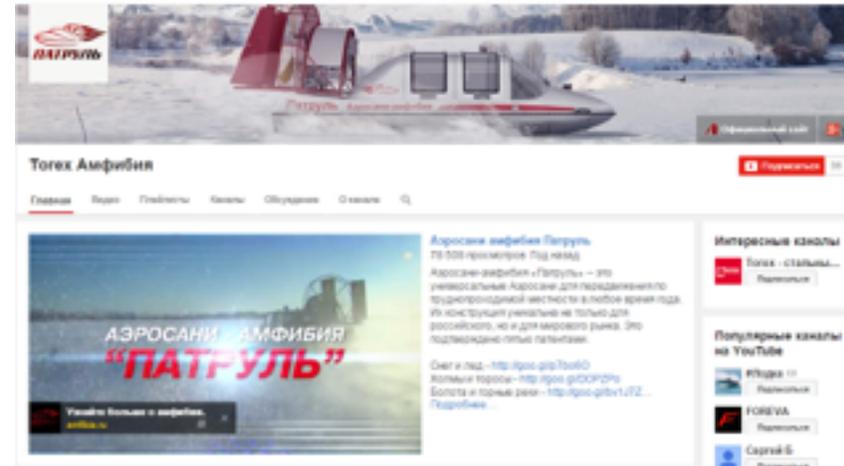
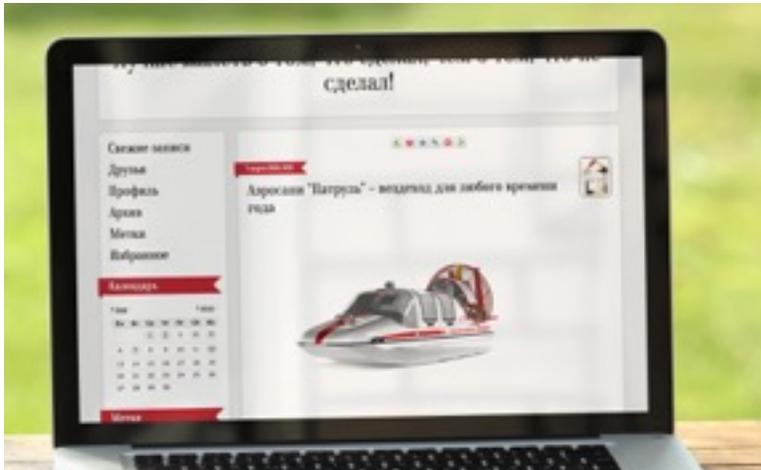
Начинаем делать сайт!

Что было до нас

Работа с несформированным спросом

Параллельно с созданием сайта начинаем работы по контент-маркетингу:

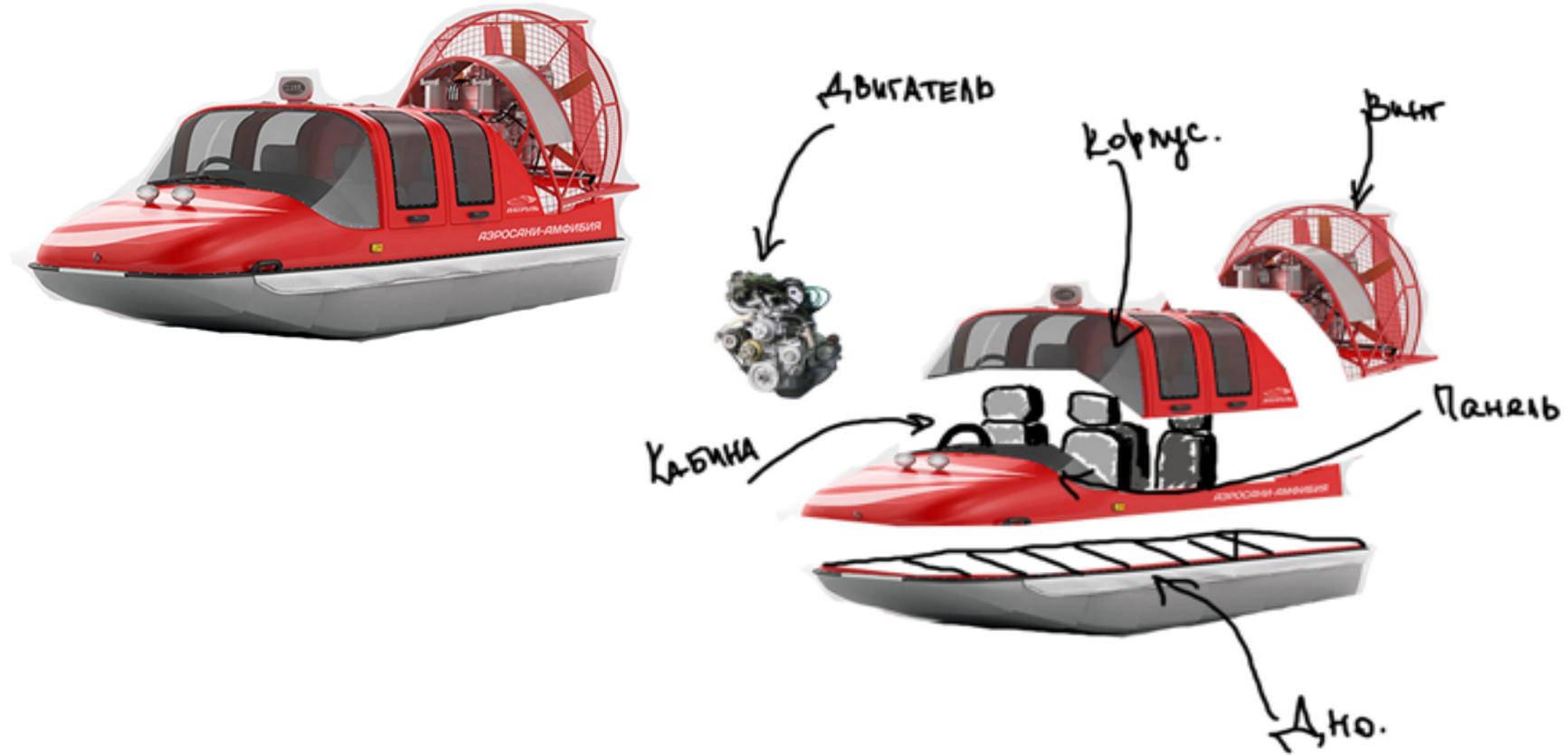
1. Youtube
2. Социальные сети
3. Статьи на тематических ресурсах (охота и рыбалка)



↑ Видео	Просмотр	Просмотры ?	Процент просмотра видео: ?				Показы	Коэффициент просмотров ?	Клики ?
			25%	50%	75%	100%			
Аэросани амфибия Патруль 13:57 Аэросани-амфибия «Патруль» – это универсальные Аэросани для передвижения по труднопроходимой местно ... Просмотреть оверлей с призывом к действию		29 957	10 %	7 %	5 %	4 %	115 308	25,98%	3 607

Дизайн

Но решили пойти по пути маркетинга - «от продукта».



Дизайн

Нашлось место и для других элементов:

Сегменты ЦА

Отзывы

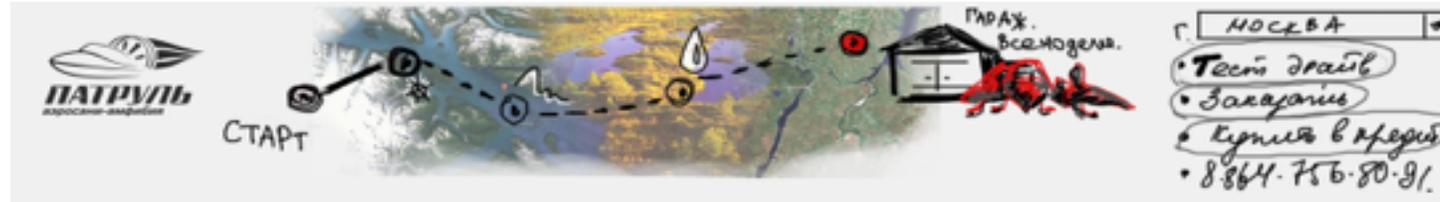
По холмам и торосам
По холмам и торосам. Текст про Амфибию, кратко описывающий ее в среде.

Подробные фотографии

Сравнения с конкурентами и товарами-заменителями

Дизайн

Всего 3 модели и о каждой необходимо необходимо рассказать:



Сравнение моделей:
Сравнить с конкурентами.



Дизайн

На каждую модель должно быть подробное досье:

Аэроетни Алтвие «Патруль» x

1.920.000р

Тест драйв

Проконсультир.

Купить



Убедитесь: □ □ □ □ □
□ □ □ □ □

Спецификации



Скоростные характеристики:

По воде: 55 км/ч
По льду: 130 км/ч
По идеальной поворотности: 150 км/ч

Двигатель:

Название двигателя: Toyota UZ
Лошадиных сил: 265
Объем двигателя:
Расход топлива: 20 л / 100 км

Общие данные:

Емкость бака: 160 л.
Грузоподъемность: 500 кг
Маневренность (7): 0.5

Детальный обзор



Мы устанавливаем двигатель Toyota UZ. Мощность двигателя - 265 лошадиных сил.

Данный двигатель позволяет нам не думать о том, что где-то нам может не хватить топлива, но в тоже время стоит не забывать заправлять бензином. Расход топлива около 20 литров на 100 км.



Мы используем стандартные самолётные винты из высококачественной стали



Дёшево выполнено из прочных полиуретановых кашеук, а для сцепления используются самоподкачивающиеся баллоны с воздухом.

Гарантия комплектации:



Более 300 подарков включены в Т.Н. для карт МПС и МВД



Бесплатный тест драйв и обучение вождению



Приветствие на выкаточном мосту компании Татис



Продажа сразу с доставкой и уже зарегистрирована на Вас



Возможность покупки в кредит



Поддержка по любому вопросу по телефону

Видеофильмы о модели



Мотор Патруль 1. Серия
Публиковано в 2014 году



Мотор Патруль 1. Серия
Публиковано в 2014 году



Мотор Патруль 1. Серия
Публиковано в 2014 году

~~ПРОДАТЬ~~

КУПИТЬ

Дизайн

Сайт Азросани-амфибия "Патруль".

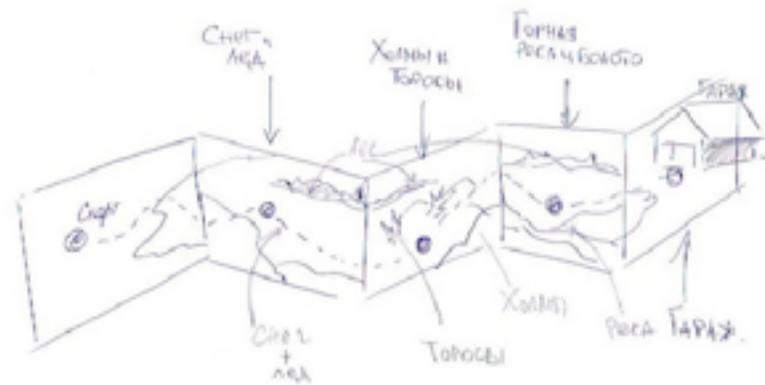
Главный сайт - одностраничник с горизонтальной прокруткой. + всплывающие окна + доп страница.

I. Главная страница.

A. Панель меню (общее расположение).



1. логотип (сделать красным)
2. меню-карта. Старт - главная страница. Финиш - кнопка "купить". (последняя страница).



МЕНЮ-КАРТА

3. выбор города
4. тест драйв

47 страниц
задания на дизайн
для 3х специалистов:

- иллюстратора,
- технический дизайнера,
- веб-дизайнера.

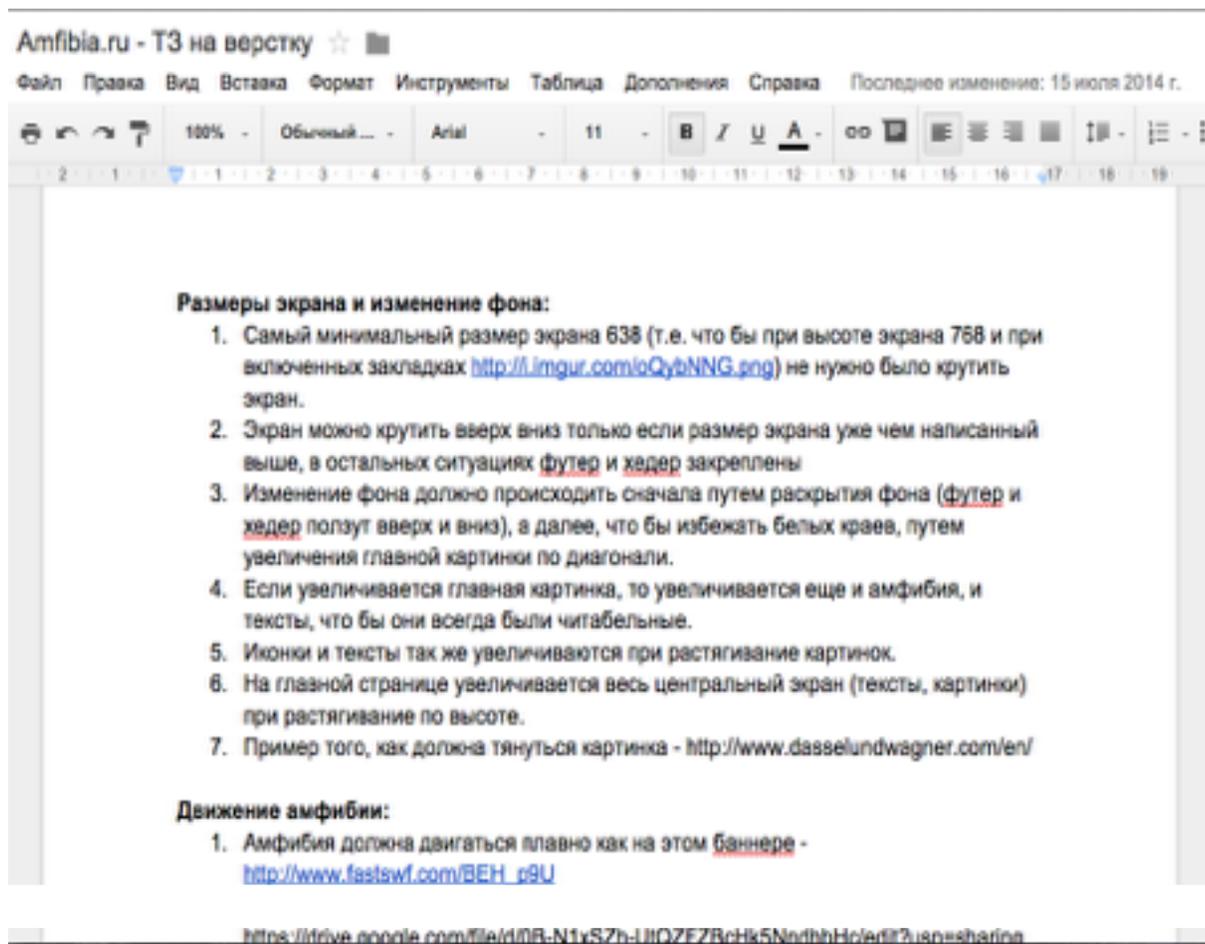
Дизайн

Что получилось?



Вёрстка

Думаете все? А верстка?



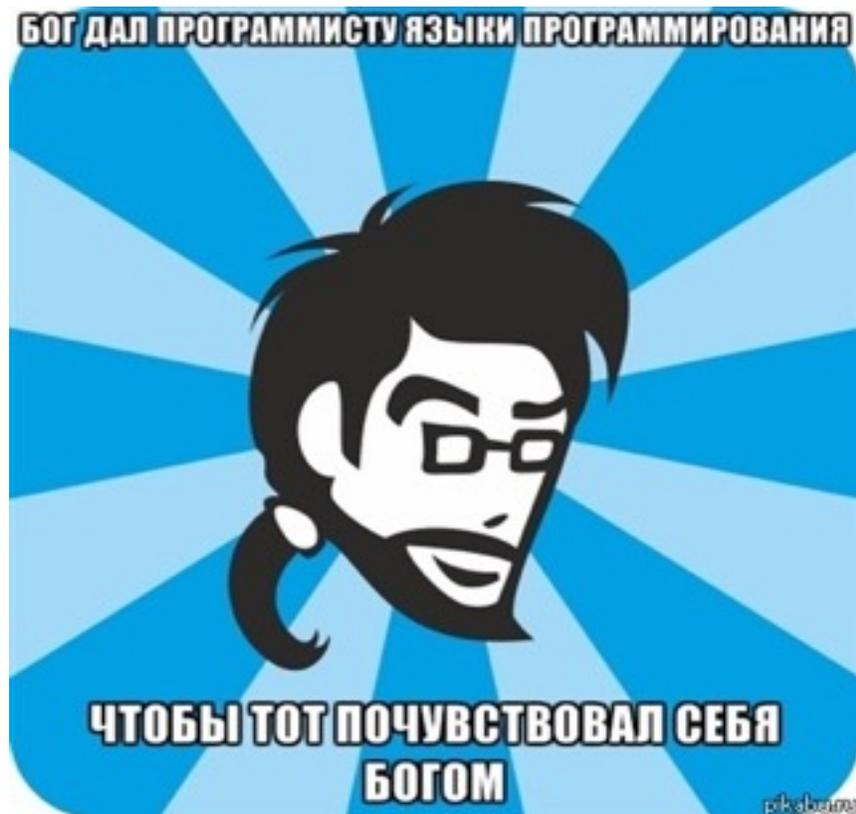
4 специалиста

3 месяца

7 итераций правок

3 недели согласований

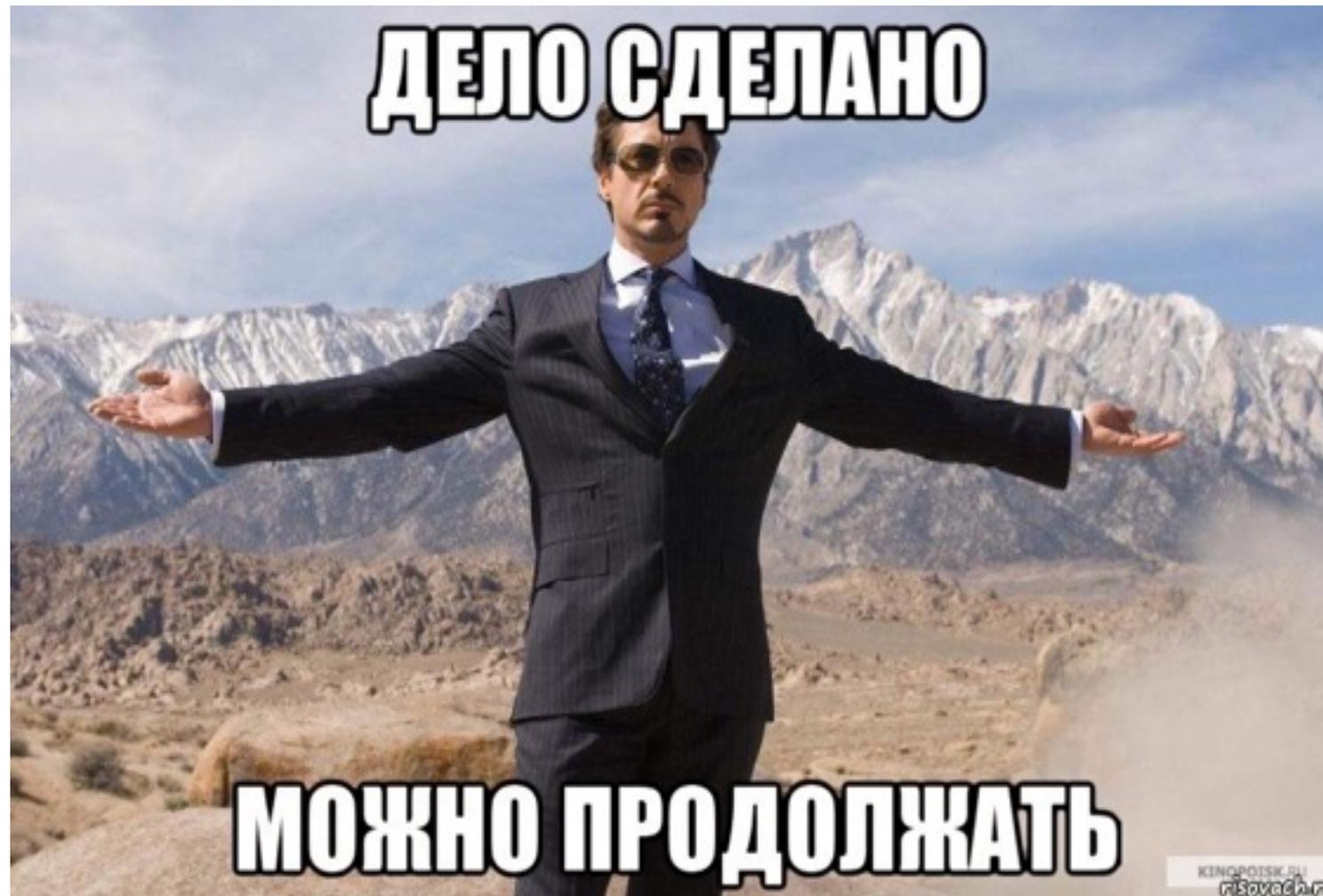
Вёрстка



Главные сложности:

- Сайт адаптивный, на любом мониторе должен растягиваться - это не просто.
- Амфибия едет по экрану и должна делать это плавно, плюс разные мониторы - это еще сложнее.
- Дизайнеры косячат - как ни крути, они никогда не закладывают всего. Шрифты не читаются, высота шаблонов не верная, всплывашки не помещаются.

Сайт готов!



Интересные SEO решения

На сайт крайне мало текста, что делать?

Все страницы

Новые страницы

Аэросани-патруль

Заголовок страницы	URL	Действия
Аэробот	http://www.azrosani.ru/azrosani	
Аэросани Вело	http://www.azrosani.ru/azrosani/velo	
Аэросани Авто	http://www.azrosani.ru/azrosani/avto	
Купить аэросани на заказной площадке	http://www.azrosani.ru/azrosani/azrosani-na-zakaznoy-platechke	
Аэросани Катер	http://www.azrosani.ru/azrosani/kater	
Аэросани Лодка	http://www.azrosani.ru/azrosani/loдка	
Купить аэросани на заказной площадке	http://www.azrosani.ru/azrosani/azrosani-na-zakaznoy-platechke	

Создать/редактировать страницу

Новые страницы

Заголовок страницы (Title):

Адрес страницы (URL, должен быть в формате /имя/):

Вложение страницы (Image):

Текст страницы:

Аэробот

Имя двигателя, Велот двигатель. Это универсальный сплавочный агрегат подходит для многих производственных компаний. Содержание курса обучения передат дано с учетом фактически выполняемых работ и времени.

В ходе курса обучения вы узнаете транспортные средства: снегоход, вездеход, квадроцикл, снегоходный трактор, снегоходный трактор, снегоходный трактор, снегоходный трактор.



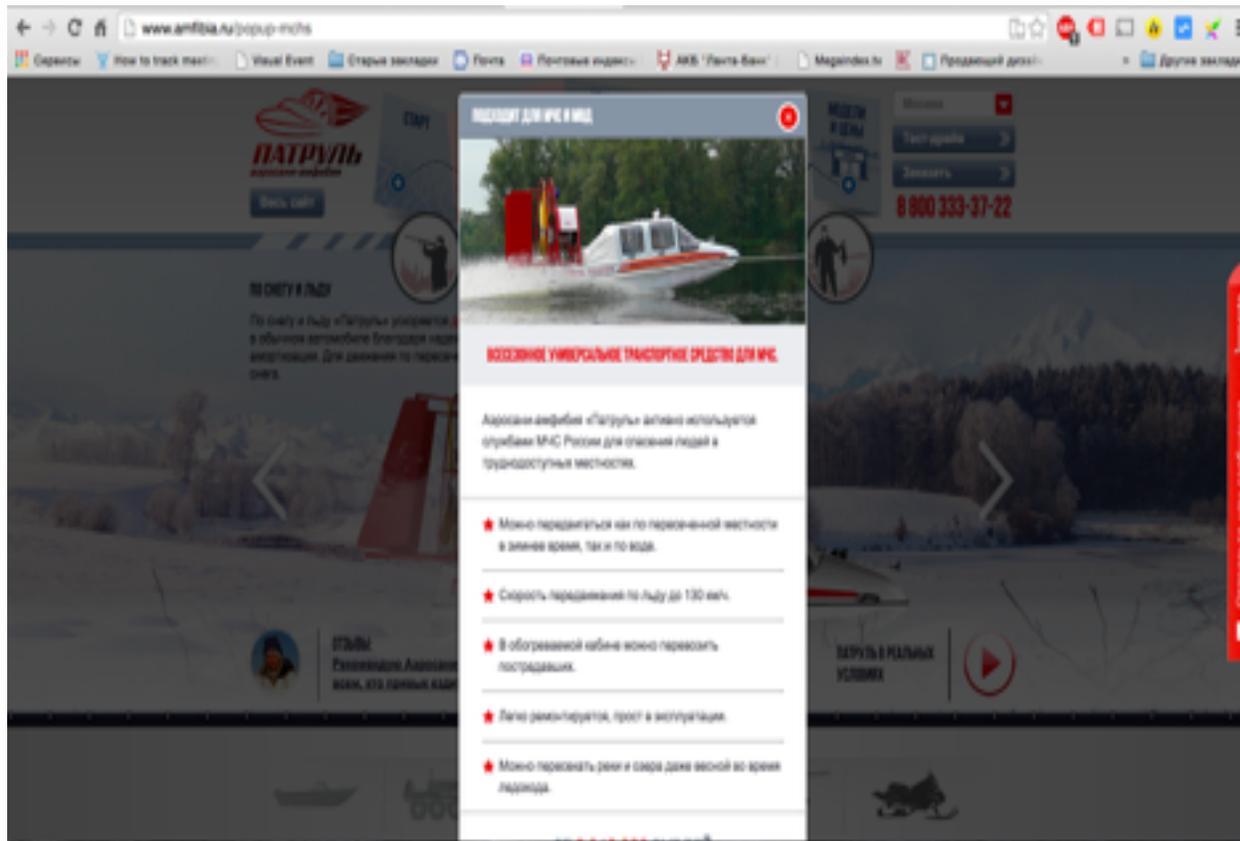
Аэросани

В нашей стране есть регионы, где в холодную пору года на протяжении 4-5 месяцев наблюдается устойчивый снежный покров. В таких условиях передвижение вне основных трасс очень осложняется тем, что обычный автомобиль просто не может проехать к отдаленным населенным пунктам, а использование специального транспорта (русские вездеходы, вертолеты, [BTR-802](#)) дорого и неэффективно. Одним из вариантов решения такой проблемы может стать использование альтернативного транспорта, например аэросани.

Аэросани впервые появились в России в начале 20-го столетия. Это была спешивная разработка, которая представляла собой облепленную раму, поставленную на широкие лыжи. Сверху на раму устанавливаются руль и сидения для водителя и пассажиров, а в качестве двигателя используется воздушный винт с приводом от двигателя внутреннего сгорания. Особенно эффективно использовать такие аэросани на заснеженных водоемах и заснеженных полях, где они способны развивать скорость свыше ста километров в час. Наибольшие размеры и вес позволяют водить аэросани одному или нескольким людям, а низкий расход топлива и хорошая проходимость делают это транспортное средство очень выгодным и удобным.

Интересные SEO решения

Как быть со всплывающими страницами?



- Своя ссылка
- Свой title
- Свой description
- Свой текст

Абсолютно отдельная страница, хоть и всплывающая!

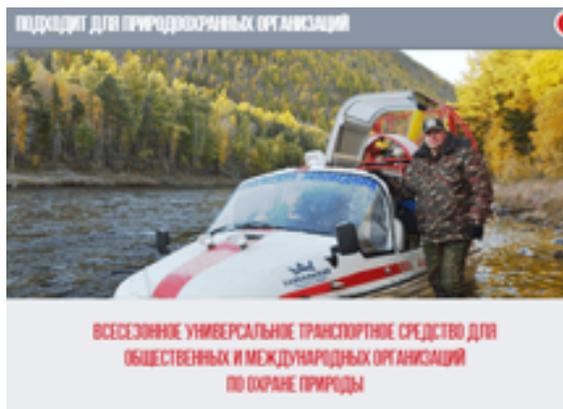
Интересные SEO решения

В итоге получаем страницы для каждой группы:



Аэросани-амфибия «Патруль» подойдут для охотников – любителей зимней и летней охоты.

- ★ Можно передвигаться по пересеченной местности в зимнее время — по мелководью, камневодам и болоту.
- ★ Скорость передвижения по воде до 55 км/ч, по снегу и льду до 130 км/ч.
- ★ Можно охотиться целой компанией – в кабине размещается 6 человек.
- ★ В обогреваемой кабине можно ночевать.
- ★ Легко управлять и обслуживать!



Аэросани-амфибия «Патруль» подойдут для использования в природоохранных организациях как в зимнее, так и в летнее время.

- ★ Аэросани-амфибия «Патруль» подойдут для охотников – любителей зимней и летней охоты.
- ★ Легко переходит с воды на лед.
- ★ Можно путешествовать по горным рекам вверх по течению.
- ★ Скорость передвижения до 130 км/ч – вы будете быстрее любого браконьера!
- ★ Кабина вмещает 6 человек.



Аэросани-амфибия «Патруль» подойдут для рыбаков – любителей зимней рыбалки.

- ★ Можно передвигаться по пересеченной местности в зимнее время — по воде, тонкому льду, ледяной шуге.
- ★ Скорость передвижения по воде до 55 км/ч, по снегу и льду до 130 км/ч.
- ★ Можно рыбачить компанией — в кабине могут разместиться 6 человек.
- ★ В обогреваемой кабине можно ночевать.
- ★ Легко управлять и обслуживать.
- ★ Можно рыбачить в любое время года.

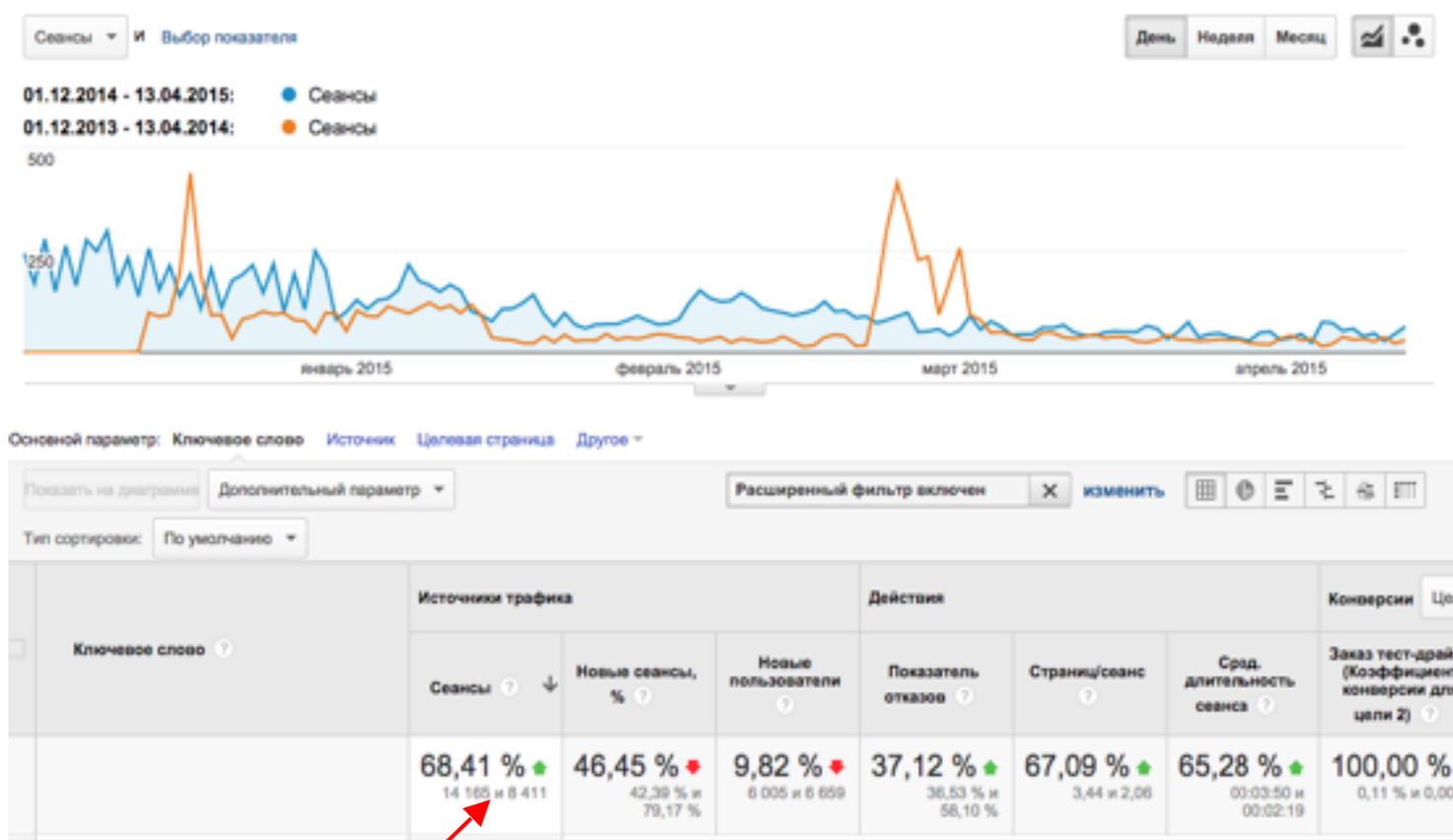
Интересные SEO решения

Разумеется, они оптимизированы под SEO:

Ключевое слово ?	Источники трафика			Действия			Конверсии Цель 2: Заказ тест-драйва ▾		
	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Заказ тест-драйва (Коэффициент конверсии для цели 2) ?	Заказ тест-драйва (Достигнутые переходы к цели 2) ?	Заказ ?
	1 021 % от общего количества: 0,77 % (133 037)	66,80 % Средний показатель для представления: 62,33 % (7,16 %)	682 % от общего количества: 0,82 % (82 928)	65,62 % Средний показатель для представления: 58,75 % (11,69 %)	2,15 Средний показатель для представления: 2,49 (-13,68 %)	00:01:45 Средний показатель для представления: 00:02:21 (-25,70 %)	0,10 % Средний показатель для представления: 0,04 % (128,60 %)	1 % от общего количества: 1,75 % (57)	2 210 3,3
1. вездеход для охоты	923 (90,40 %)	71,94 %	664 (97,36 %)	68,69 %	2,06	00:01:40	0,11 %	1 (100,00 %)	2 210
2. dop_вездеход для охоты	30 (2,94 %)	40,00 %	12 (1,76 %)	66,67 %	1,80	00:00:48	0,00 %	0 (0,00 %)	
3. мини вездеходы для охоты и рыбалки	8 (0,78 %)	12,50 %	1 (0,15 %)	25,00 %	2,75	00:02:31	0,00 %	0 (0,00 %)	
4. вездеход для охоты и рыбалки	5 (0,49 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 %	4,00	00:02:36	0,00 %	0 (0,00 %)	
5. купить вездеход для охоты и рыбалки	5 (0,49 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	40,00 %	2,60	00:03:59	0,00 %	0 (0,00 %)	
6. вездеходы для охоты	3 (0,29 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	33,33 %	4,33	00:04:02	0,00 %	0 (0,00 %)	
7. вездеходы для охоты и рыбалки	3 (0,29 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	66,67 %	1,67	00:00:06	0,00 %	0 (0,00 %)	

Итоги

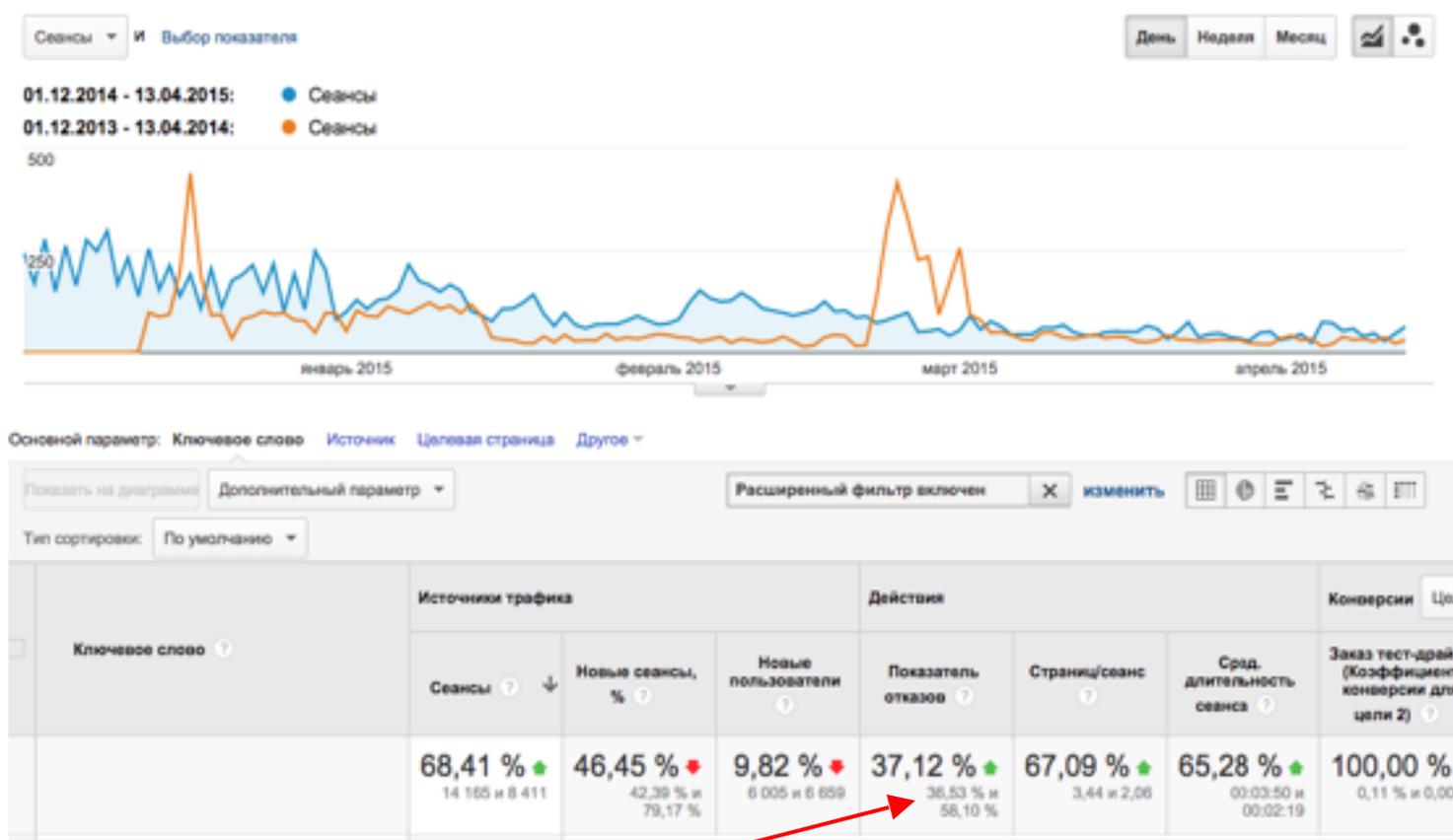
Небрендовый поисковый трафик вырос на 68%.



С 8 тысяч за квартал до 14.

Итоги

Показатель отказов упал на 22%.



С 58% до 36%

Итоги



**Заявок стало
больше в 18 раз**

Итоги

Производство загружено до конца следующего года.



<http://maed.ru/vc>



БЕСПЛАТНЫЙ
Видеокурс по
Интернет-маркетингу



МАРКЕТИНГОВОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ
ЦЕНТР ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ

COMPLETO

МОЙ ОТДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

ОНЛАЙН-КУРС

"ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ Б2Б И СЛОЖНЫХ РЫНКОВ"

ПЕРЕХОД ОТ МИСТИКИ К РЕАЛЬНОСТИ

ОБУЧЕНИЕ С 10 ИЮЛЯ



COMPLETO

МОЙ ОТДЕЛ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Спасибо за внимание!



av@completo.ru – пишите



www.facebook.com/gavrikov.andrey - давайте дружить



www.completo.tv - смотрите видео



www.slideshare.net/Completo_ru - изучайте презентации