



# План продвижения интернет-магазина

ВЫПОЛНИЛА: ЯКОВЛЕВА МАРИНА

ФИБИБ-13

# 1. Определение целей

Перед тем, как начать процесс продвижения любого сайта, стоит определить цель раскрутки.

## Целями могут быть:

- ▶ достижение высоких позиций в поисковиках;
- ▶ обход конкурентов;
- ▶ увеличение узнаваемости;
- ▶ рост посещаемости интернет-магазина, и, как следствие, поднятие уровня продаж;
- ▶ поиск потенциальных клиентов и т.д.



## 2. Разработка правильной структуры каталога интернет-магазина

- ▶ **Каталогизация товаров в интернет-магазине** — это процесс сортировки данных о товарах по определенным критериям. Информация в каталоге принимает системный вид, удобный для быстрого поиска любых товарных позиций. Логичный и правильный каталог поможет не только покупателю, но и администратору для внесения изменений.



### 3. Подключение аналитики

- ▶ Для начала необходимо подключить **Яндекс.Метрику, Яндекс.Вебмастер, Google Analytics, Google Webmaster Tools**. Так можно получить возможность отслеживать результаты продвижения и динамику сайта.



## 4. Составление семантического ядра

- ▶ **Семантическое ядро сайта** — это комплекс поисковых слов и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, предлагаемые товары или услуги сайта.
- ▶ Существует несколько сервисов для подбора поисковых слов для интернет-магазина, это **Yandex Wordstat** и **Google Adwords**: с их помощью можно легко определить частотность слов по нужным регионам.



# 5. Анализ конкурентов

Необходимо проанализировать конкурентов, а именно:

- ▶ цены на товары, представленные в интернет-магазинах ваших конкурентов;
- ▶ стратегия продвижения бизнеса, которую они применяют;
- ▶ плотность ключевых слов на страницах сайта конкурентов.



## 6. Комплексный аудит продвигаемого интернет-магазина

- ▶ **Комплексный аудит сайта** призван определить все его преимущества и недостатки с технической стороны. Кроме того, он покажет как в настоящий момент к сайту относятся поисковые системы — проходит ли индексация, наличие фильтров, наличие внешних ссылок на ваш сайт.



## 7. Внутренняя перелинковка для основных запросов

- ▶ **Перелинковка** — это процесс связывания ссылками страниц сайта. При этом ссылки содержат ключ, по которому продвигается принимающая ссылку страница.



## 8. Работа с социальными сетями, наращивание аудитории

Еще одно место, где можно найти своих потенциальных покупателей — это **социальные сети**.

**Для этого нужно:**

- ▶ выработать четкую стратегию для продвижения;
- ▶ провести исследование всех возможных источников, из которых будут привлекаться пользователи. Выбрать самые эффективные из них;
- ▶ стремиться к активным репостам размещаемого материала;
- ▶ определить оптимальное количество рекламы и постов;
- ▶ посты должны быть интересными, баннеры — грамотными и красивыми



## 9. Разработка и настройка контекстной рекламы

- ▶ Без контекстной рекламы не обойдется ни один известный ресурс.
- ▶ Результат от продвижения через контекстную рекламу виден почти сразу, что делает этот метод идеальным для молодых сайтов.



# 10. E-mail-marketing

- ▶ **Почтовая рассылка** — это идеальный способ уведомить клиента о появлении нового товара, новостях компании, проведении акции или о предоставлении скидок.
- ▶ Email-маркетинг, в свою очередь, поможет удержать подписчиков и превратить потенциального клиента на постоянного покупателя при помощи грамотно подобранного материала в каждом письме.



# 11. Увеличение продаж интернет-магазина при помощи прайс-агрегаторов

- ▶ **Прайс-агрегаторами** называют сайты, на которых размещаются прайс-листы различных интернет-магазинов. Вся предоставленная информация обрабатывается и представляется пользователю в удобном и понятном виде — на странице результата поиска нужного товара отображаются несколько предложений с ценой и названием компании, которая продает этот товар. Размещение своего предложения на таких сайтах обеспечивает увеличение продаж.





Спасибо за  
внимание!