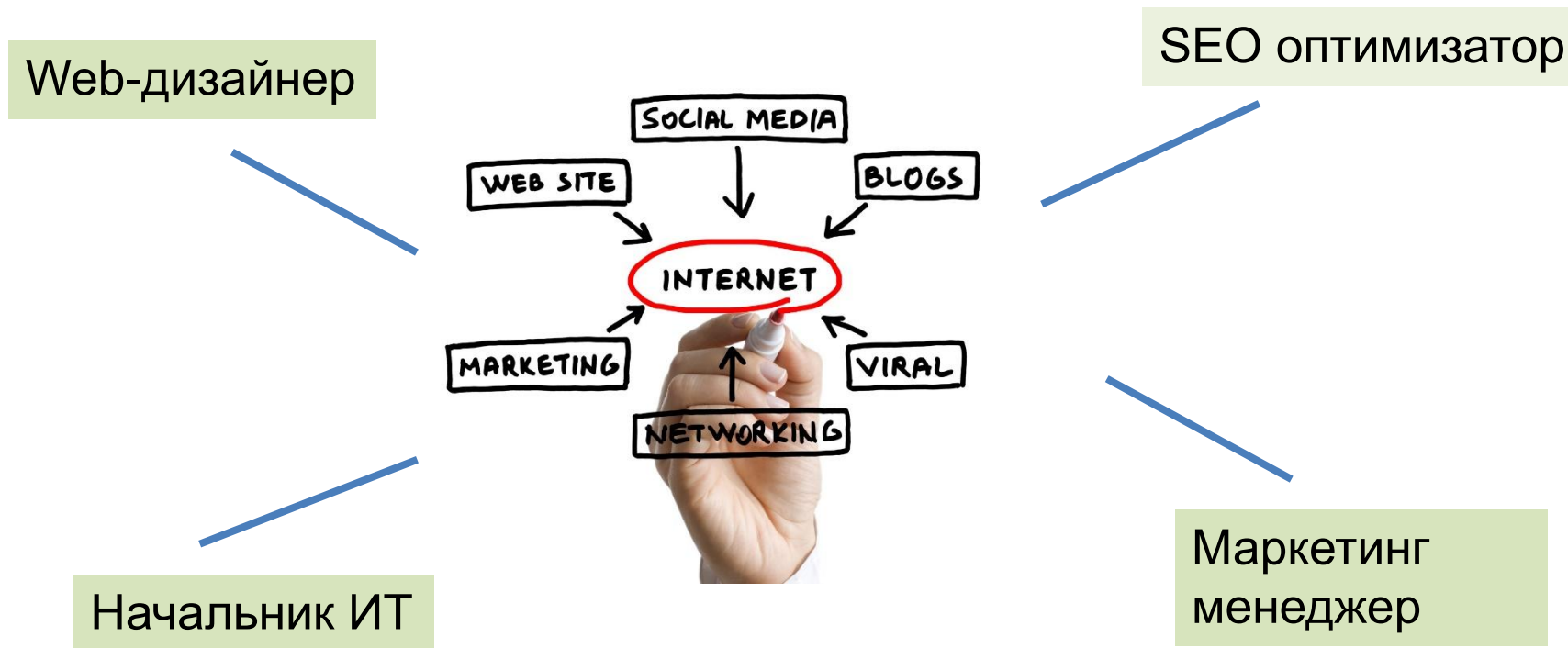


Что такое интернет-маркетинг?

Определений Интернет-маркетинга много

Разные специалисты по-разному определяют интернет-маркетинг, поскольку они решают разные задачи



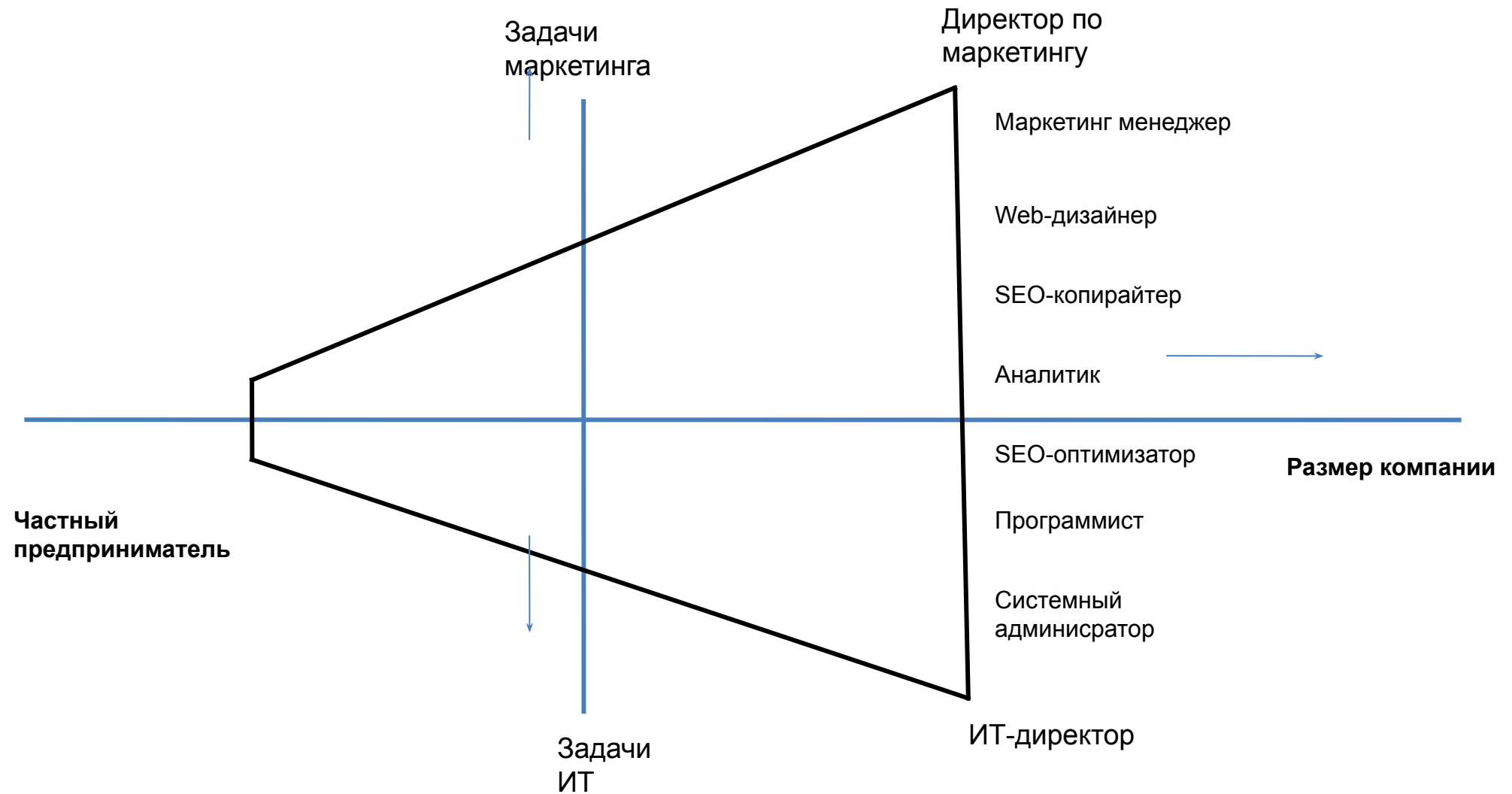
Определения есть, их много

- Комплекс мер в среде интернет **по развитию бизнеса**
- Практика использования традиционного маркетинга в интернете... Основная цель — получение максимального **эффекта от потенциальной аудитории сайта**
- Деятельность по **привлечению и удержанию клиентов** посредством Интернета
- Исследование интернета для оценки и **анализа других рынков** — с помощью онлайн-опросов и пр

Структура интернет-маркетинга в концепции Editoptimization



Больше компания - больше специализация



Эволюция представлений об электронной коммерции

Становление Интернета

Идеи создания Интернета были далеки от концепции
Интернет-маркетинга



Интернет зародился в рамках военных ведомств США, и проектировался как надежная технология связи, устойчивая к повреждениям сети.

Коммерция и реклама в Интернет пришла вслед за аудиторией



Важные даты

1989 - Создание протокола http

1994 - Регистрируется компания Amazon

1995 - Открылся интернет-аукцион eBay

1998 - Создана поисковая Система Google

2000 - Google запустил pay-per-click сервис AdWords

Электронная коммерция и интернет-маркетинг



Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

К электронной коммерции относят:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT),
- электронную торговлю (англ. e-trade),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance).

Схема В2В или бизнес-бизнес



Схема В2С или бизнес-потребитель



Схема С2С или потребитель-потребитель



Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) — комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации, для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика (для инфоресурсов) и потенциальных клиентов (для коммерческих ресурсов) и последующей монетизации этого трафика.



На релевантность влияют:

- **плотность ключевых слов** (сложные алгоритмы современных поисковых систем позволяют производить семантический анализ текста, чтобы отсеять поисковый спам, в котором ключевое слово встречается слишком часто (терм. сленг «тошнота»).
- **индекс цитирования сайта** («ТИЦ»), зависящий от количества и авторитетности веб-ресурсов, ссылающихся на данный сайт; многими поисковиками не учитываются взаимные ссылки (друг на друга). Зачастую также важно, чтобы ссылки были с сайтов той же тематики, что и оптимизируемый сайт — тематический индекс цитирования (ТИЦ).
- **водность текста** — показатель, определяющий наличие малозначимых слов, которые не несут никакой полезной информации и служат для разбавления текста (стоп-слова).
- **поведенческие факторы** (внутренние) — ряд всевозможных действий пользователей, которые они могут произвести на сайте: вход, просмотр страниц, клики на ссылки в тексте, меню.

ВНУТРЕННЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

```
graph TD; A[ВНУТРЕННЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ] --- B[СТРУКТУРА URL]; A --- C[ЗАГОЛОВОК <TITLE>]; A --- D[ПОДЗАГОЛОВКИ H1 - H6]; A --- E[ПЛОТНОСТЬ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ]; A --- F[ОПТИМИЗАЦИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ]; A --- G[ПЕРЕЛИНКОВКА СТРАНИЦ]; A --- H[МЕТА-ОПИСАНИЕ (DESCRIPTION)];
```

СТРУКТУРА URL

ЗАГОЛОВОК
<TITLE>

ПОДЗАГОЛОВКИ
H1 – H6

ПЛОТНОСТЬ
КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

ОПТИМИЗАЦИЯ
ИЗОБРАЖЕНИЙ

ПЕРЕЛИНКОВКА
СТРАНИЦ

МЕТА-ОПИСАНИЕ
(DESCRIPTION)



Распространённые ошибки:

- неуникальный контент (статьи, новости и т. д.);
- технологии, которые поисковые машины рассматривают как спам;
- избыточное число внешних ссылок, как результат неестественного прироста ссылочной массы;
- накрутки поведенческих факторов (Google не учитывает);
- некорректная вёрстка;
- тяжёлый «замусоренный» код;
- большой вес страницы (HTML-кода, картинок, JS-скриптов, CSS-стилей и пр.);
- некорректные ответы сервера.

Статейное продвижение

Пример: <http://www.kp.ru/online/news/627741>

- внешние ссылки размещаются бессрочно, что позволяет сайту стабильно удерживать позиции в поисковых системах;
- увеличивается целевой трафик;
- поисковые системы не применяют фильтры к ссылкам в естественном окружении, такой бэклинк с тематического сайта имеет больший вес.

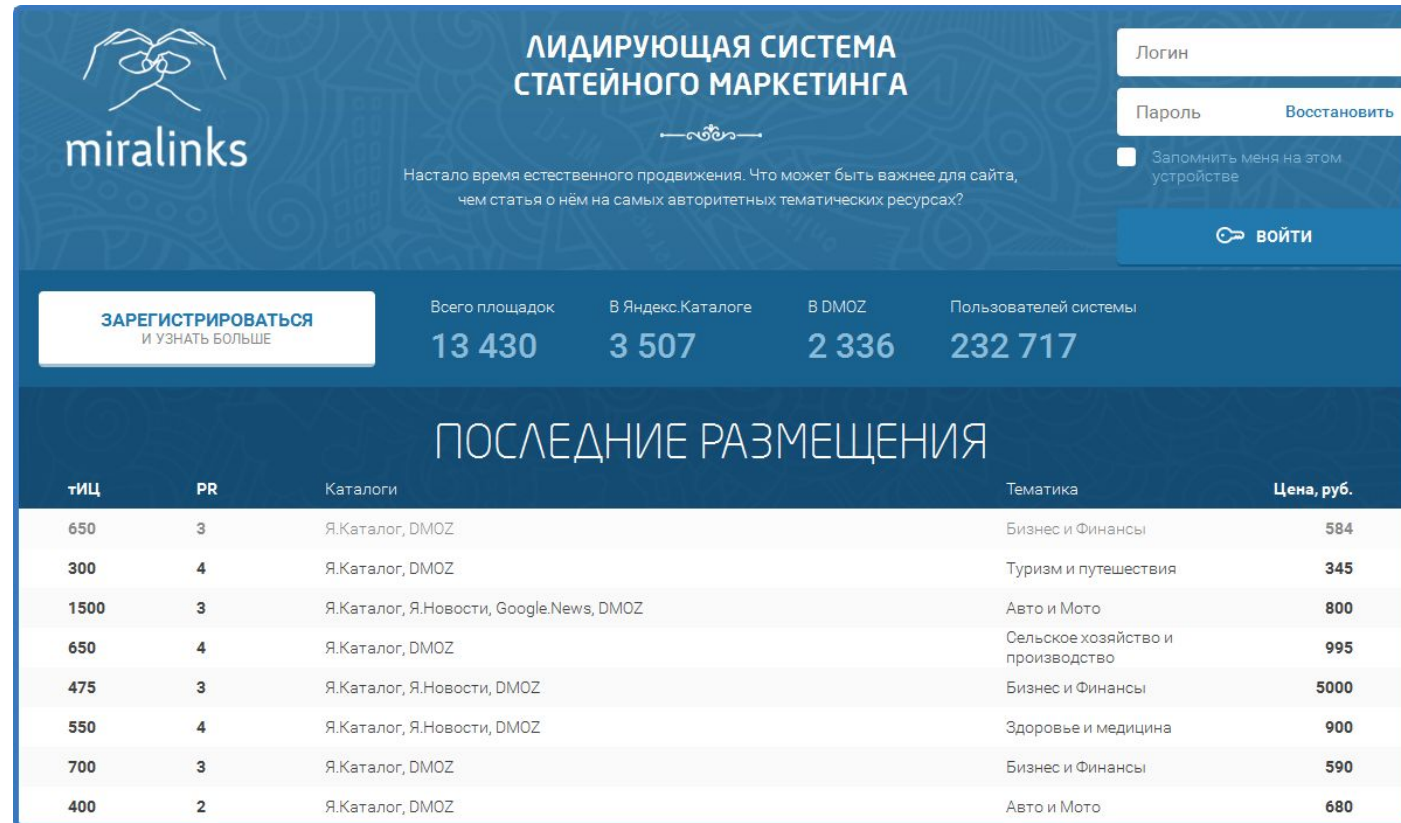
Идеальная статья:

- Уникальный контент, написанный грамотно и по теме.
- Уместные прямые и разбавленные вхождения ключевых слов в текст. Желательно, чтобы ключевое слово было окружено массивом текста (например, середина абзаца).
- Ссылки не должны следовать подряд друг за другом. В одной статье желательно размещать 1-3 ссылки, оптимально — 2.
- Ссылка должна быть релевантна странице сайта-донора.
- Нужно следить за форматированием и оптимизацией: подзаголовки и списки упрощают восприятие текста пользователями, а проstanовка title, h1, description — поисковыми машинами.
- Оптимальный размер статьи 2-2,5 тыс. знаков.

<http://text.ru/>

Статейная раскрутка сайта может осуществляться одним из следующих способов:

- С помощью бирж статей
- Через каталоги статей
- Путем обмена
- Путем прямой покупки рекламной статьи



ЛИДИРУЮЩАЯ СИСТЕМА СТАТЕЙНОГО МАРКЕТИНГА

Настало время естественного продвижения. Что может быть важнее для сайта, чем статья о нём на самых авторитетных тематических ресурсах?

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ
И УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

Всего площадок: **13 430**

В Яндекс.Каталоге: **3 507**

В DMOZ: **2 336**

Пользователей системы: **232 717**

ПОСЛЕДНИЕ РАЗМЕЩЕНИЯ

тИЦ	PR	Каталоги	Тематика	Цена, руб.
650	3	Я.Каталог, DMOZ	Бизнес и Финансы	584
300	4	Я.Каталог, DMOZ	Туризм и путешествия	345
1500	3	Я.Каталог, Я.Новости, Google.News, DMOZ	Авто и Мото	800
650	4	Я.Каталог, DMOZ	Сельское хозяйство и производство	995
475	3	Я.Каталог, Я.Новости, DMOZ	Бизнес и Финансы	5000
550	4	Я.Каталог, Я.Новости, DMOZ	Здоровье и медицина	900
700	3	Я.Каталог, DMOZ	Бизнес и Финансы	590
400	2	Я.Каталог, DMOZ	Авто и Мото	680

Как выбрать площадку:

- возраст домена;
- наличие площадки в «Яндекс.Каталоге» и каталоге DMOZ;
- ТИЦ от 20-30;
- уровень вложенности страниц, на которых размещаются статьи;
- низкий процент соотношения общего количества страниц и «ссылочных» страниц;
- «естественность» внешних ссылок;
- размещение покупных ссылок, кроме статей.

Виды Контента:

По уникальности

Уникальный

Неуникальный

По форме подачи информации

Текст

Видео

Аудио

Изображение

По доступности

Бесплатный

Платный



ВИДЫ КОНТЕНТА

SeoKos.ru
Константин Белан



ТЕКСТ



ВИДЕО



АУДИО



ГРАФИКА