

ТЕМА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ: «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

Выполнил студент:

Мерзляков Евгений Иванович

Группа: БИ-ЗУ-12/1

Научный руководитель выпускной
квалификационной работы:

к.т.н., доцент

Козлова Любовь Александровна

Актуальность

- Информационные особенности интернета, развитие новых форм интернет-рекламы, позволяют достигнуть максимально тесного контакта между различными организациями (как коммерческими, так и некоммерческими) и целевой аудиторией при обоюдной минимизации издержек. Эффективность сети интернет, как канала передачи рекламной информации, высока, так как вероятность получить контакт с целевым потребителем больше.

Кроме того, в условиях перехода к информационному обществу любой компании необходимо представительство в сети интернет для поддержания конкурентоспособности и создания конкурентного преимущества. При этом оно должно по возможности отвечать всем современным требованиям по дизайну, возможностям интерфейсов, информативностью.

Организация продвижения товаров и услуг в сети Интернет

- ◎ **Объект исследования** является система маркетинговой коммуникации между коммерческими организациями и аудиторией в сети Интернет.
- ◎ **Предмет исследования** является организация процесса продвижения продукта или услуги в сети интернет.

Эволюция средств продвижения организации

- ◎ Интернет-маркетинг — это целевая аудитория, продвижение, контент, вовлеченность.

Маркетинг включает в себя:

- систему маркетинговых исследований;
- планирование;
- продвижение товара и услуг на рынок.

Комплекс продвижения:

- реклама;
- стимулирование сбыта;
- личные продажи.

Каналы распространения маркетинговой информации

- ◎ большая часть контента приобретет динамический характер (интеграция дополнительных элементов с двух или более Интернет-ресурсов);
- ◎ распространение контента будет упрощаться за счет использования новых технологий, таких как, например RSS - набор интернет-форматов, позволяющий распространять часто обновляемые материалы - информацию с блогов, новости, подкасты;
- ◎ распространяемый контент станет независимым от устройств и будет доступен на большем количестве медиаканалов.

Классификация методов продвижения организации в сети Интернет

Методы привлечения пользователей:

- ⦿ Контекстная реклама;
- ⦿ Баннеры и баннерные сети;
- ⦿ Поисковая оптимизация и поисковое продвижение;
- ⦿ Партнерская программа;
- ⦿ Социальные сети;
- ⦿ Спам;
- ⦿ Мультимедиа-продвижение;
- ⦿ Виртуальные игры.

Рынок поисковой оптимизации, имеет ряд особенностей:

- ⦿ большое количество лиц, занимающихся оптимизацией сайтов, совмещающая эту деятельность с основной работой;
- ⦿ большое количество частных лиц (фрилансеров), предоставляющих услуги по поисковой оптимизации;
- ⦿ большое количество участников рынка не имеет юридического оформления;
- ⦿ характерно деление рынка на 2 сегмента - организации и частные лица с преобладанием частных лиц.

Практические рекомендации по формированию стратегии Интернет-продвижения

Группы основных объектов продвижения:

- ⊙ тематический информационный ресурс;
- ⊙ одиночный продукт;
- ⊙ Интернет-магазин;
- ⊙ фирма или компания;
- ⊙ крупный Интернет-проект любой направленности.

Оценка маркетинговой эффективности:

- ⊙ посещаемость страниц сайта;
- ⊙ процентное преобразование посетителей в покупателей;
- ⊙ оценка эффективности источников привлечения посетителей;
- ⊙ оценка эффективности баннерной рекламы и каждого баннера в отдельности.

Продвижение сайта

- ⦿ поисковое продвижение (регистрация в поисковых системах и каталогах, партнерский обмен ссылками, покупка ссылок для поднятия поискового веса сайта);
- ⦿ постоянная поддержка сайта;
- ⦿ использование контекстной рекламы;
- ⦿ обмен трафиком с близкими по тематике ресурсами;
- ⦿ обновление содержания и добавление новых сервисов.

Модель инструментария эффективного Интернет- продвижения организации

Основными требованиями к комплексу являются:

- ⦿ хранение всей информации по продвижению в рамках одной базы данных комплекса и как следствие, быстрый доступ к ней, легкость составления отчетов и проведения анализа;
- ⦿ максимальная централизация контроля и управления продвижением на всех этапах (доступность ко всей необходимой информации быстро в рамках комплекса с возможностью столь же быстрого реагирования как автоматически, так и при участии оператора, если необходимо);
- ⦿ автоматизация сбора статистической и аналитической информации по продвигаемому проекту и проектам конкурентов;
- ⦿ высокий уровень системы уведомлений пользователя системы на основе комплексного машинного анализа складывающейся ситуации;
- ⦿ гибкость системы (легкость настройки системы при наличии большого количества вариантов, простота подключения или отключения нужных модулей);
- ⦿ высокий уровень защиты от несанкционированного доступа.

Комплекс может быть разделен на 3 группы:

- ⦿ активное продвижение;
- ⦿ анализ и статистика;
- ⦿ центр управления.

Элементы статистики ресурса

- ◎ статистика за день;
- ◎ статистика по времени суток;
- ◎ статистика за неделю и месяц;
- ◎ статистика по странам, языкам, используемым браузерам;
- ◎ статистика по поисковым фразам;
- ◎ размер аудитории;
- ◎ глубина просмотров;
- ◎ точки входа и точки выхода;
- ◎ статистика по страницам.

Приложение 1

Система маркетинговых коммуникаций



Приложение 2

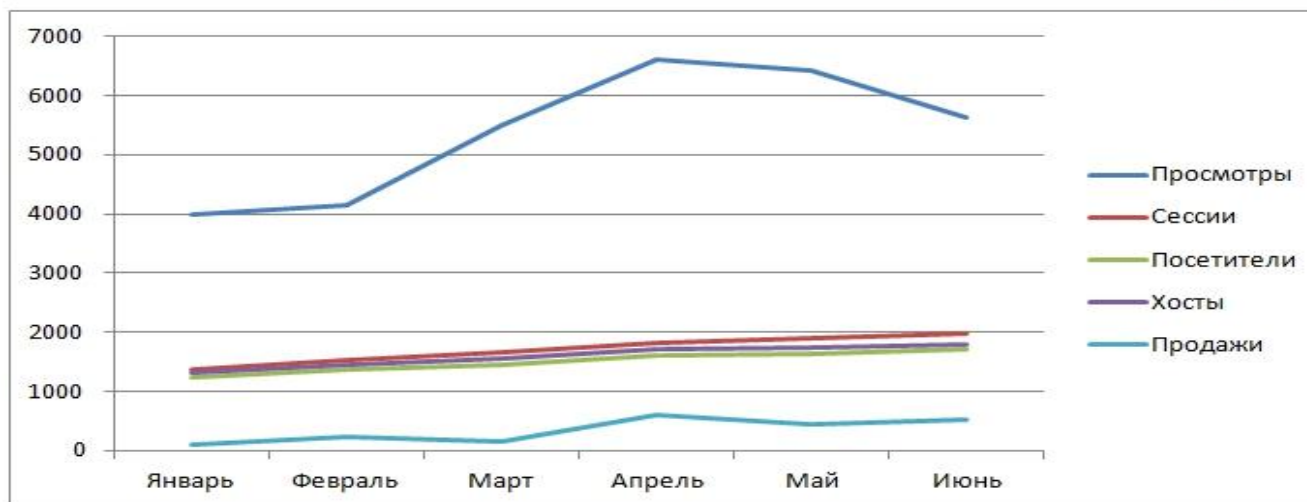
Юридическое оформление Интернет-магазин Foxy.su	
Наименование организации	ПБОЮЛ Худяков А.С.
ИНН	732702597277
ОГРН	306732734000063
<u>e-mail</u>	foxy.su@rambler.ru
Контактный телефон	8 (8422) 725304
Администратор интернет-магазина	Галина Щедрина
Расчетный счет	р/с 40802810329000000114 ФКБ «ЮНИАСТРУМ БАНК» (ООО) в Ульяновске
Корреспондентский счет	30101810500000000898
БИК	047308898
КПП	732531002
ИНН	7707286100
Адрес	432001 Ульяновск, ул. Льва Толстого, 54/13

Приложение 3

Основные показатели по месяцам в период с января до июня 2015 года

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Просмотры	4001	4143	5487	6601	6410	5642
Сессии	1378	1535	1660	1809	1899	1993
Посетители	1238	1384	1463	1597	1626	1713
Хосты	1331	1454	1569	1722	1745	1802
Продажи	108	230	150	604	447	513

График 1

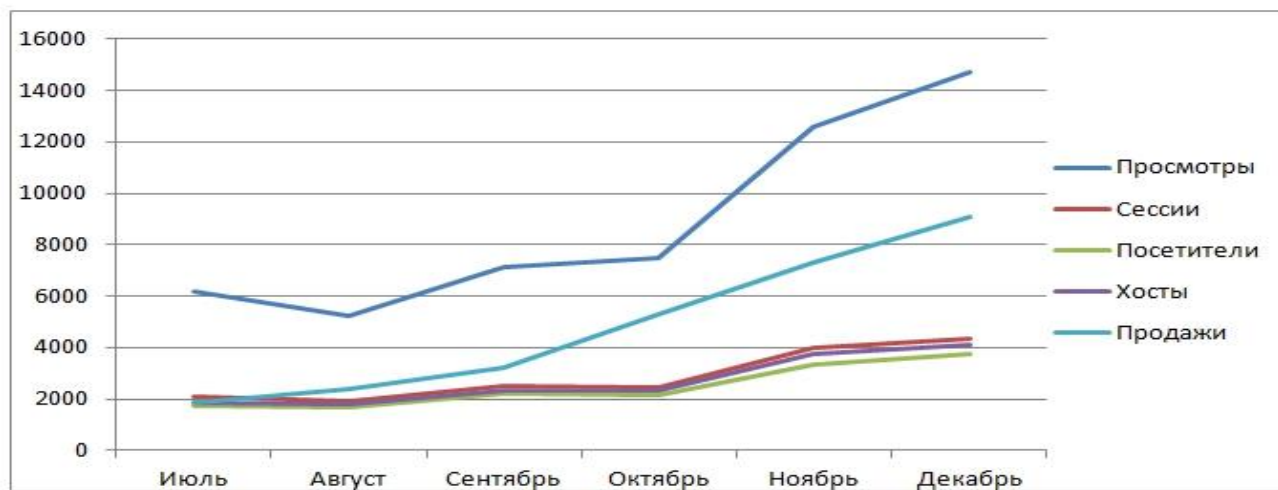


Приложение 4

Основные показатели по месяцам в период с июля до декабря 2015 года

	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Просмотры	6158	5223	7129	7483	12558	14701
Сессии	2123	1905	2492	2446	3987	4373
Посетители	1767	1702	2233	2129	3346	3770
Хосты	1856	1774	2353	2343	3751	4104
Продажи	1862	2386	3248	5278	7320	9109

График 2

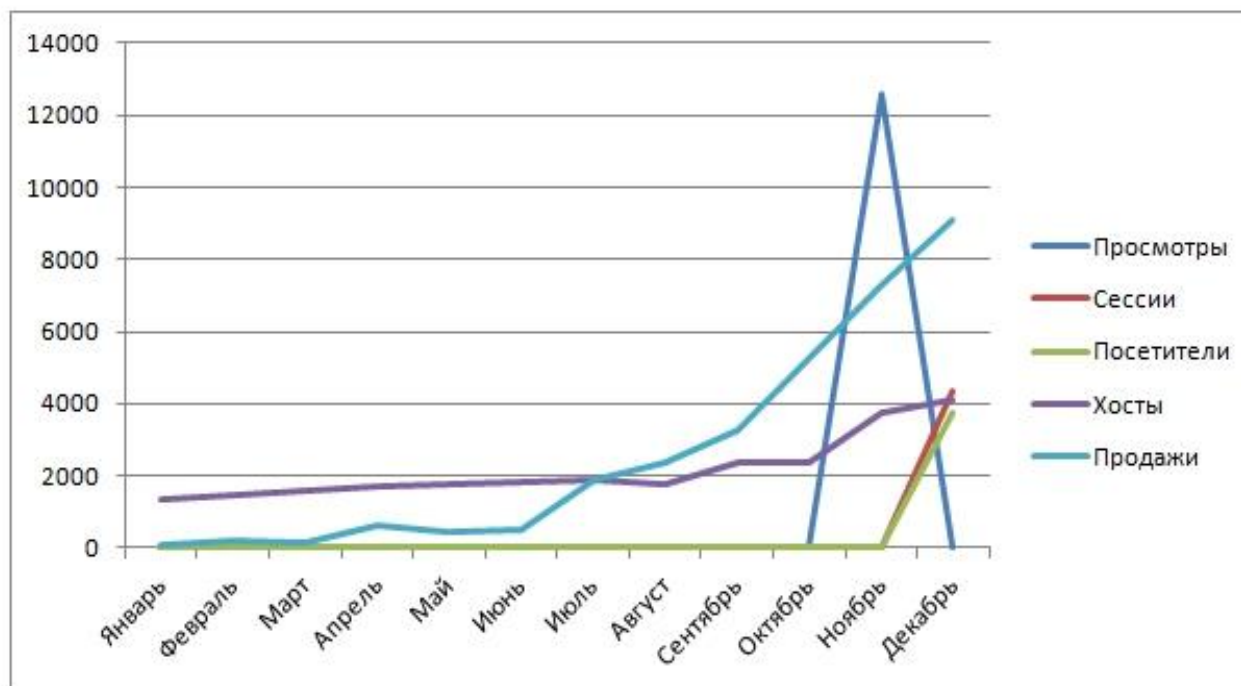


Приложение 5

Приложение 5

График 3

Основные показатели по месяцам в период с января до декабря 2015 года



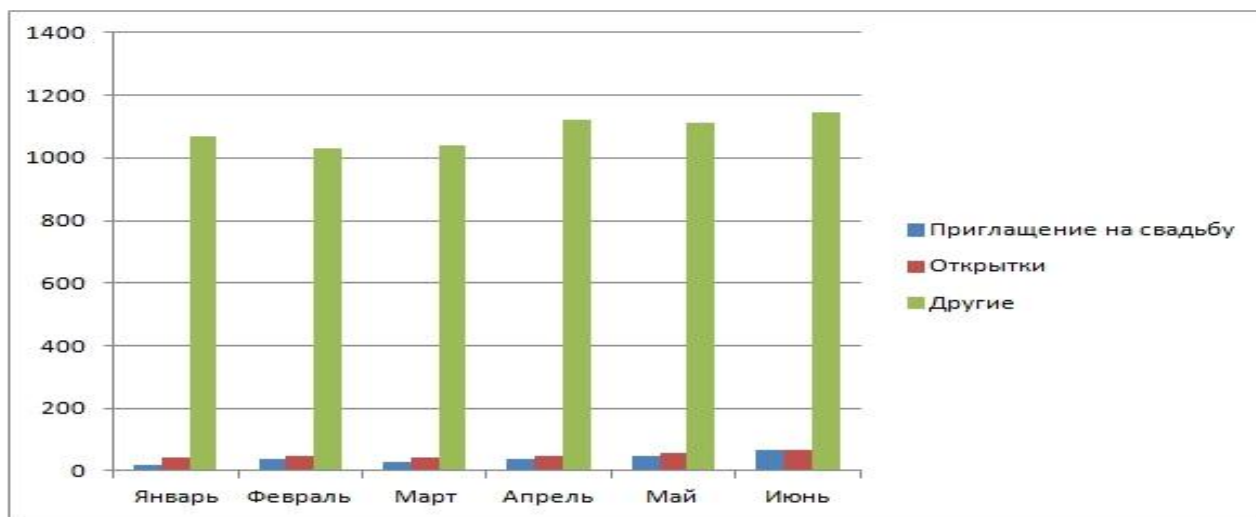
Приложение 6

(Тестовый режим)

Позиции в Google в период с января до июня 2015 года

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Приглашение на свадьбу	19	36	29	39	48	69
Открытки	43	46	43	48	57	65
Другие	1067	1030	1039	1121	1114	1145

График 4



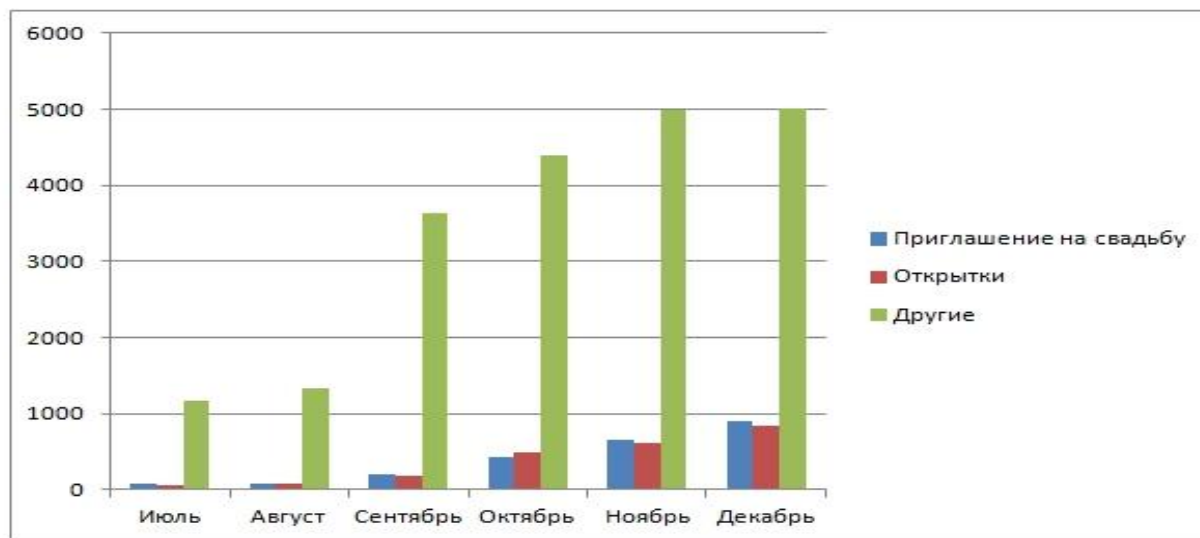
Приложение 7

(Тестовый режим)

Позиции в Google в период с июля до декабря 2015 года

	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Приглашение на свадьбу	72	89	196	436	649	895
Открытки	68	72	189	493	611	842
Другие	1172	1337	3645	4389	4991	5010

График 5



Заключение

Самым эффективным способом продвижения является продвижение сайта его пользователями, так называемый вирусный маркетинг: генерация контента, то есть информационного наполнения, пользователями, вовлечение их в тесное взаимодействие, проведение вебинаров, онлайн семинаров, установка ими ссылок в блогах, на страницах в социальных сетях, рассылка друзьям по электронной почте и через личные сообщения. Правильно подобранные методы воздействия и стимулирование превращают продвижение проекта который растет с каждым днем, повышая рейтинги и увеличивая аудиторию.

В соответствии с этой целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- ⦿ Проанализировали весь годовой период и сделали выводы, по посещаемости и продвижению интернет услуг.
- ⦿ Исследовали интернет рынок и маркетинг по России.
- ⦿ Подвели окончательную статистику конкурентоспособности.
- ⦿ Выявили целевую аудиторию.
- ⦿ Описали поэтапно шаги интернет продвижения.
- ⦿ Сравнили продвижение рекламной компании и оценили заинтересованность аудитории.
- ⦿ Рассмотрели сервисы маркетинга разных категорий, предоставляемые компанией.
- ⦿ Рассмотрели динамику посещения потенциальных клиентов, партнёров заинтересовавшихся в маркетинг проекте.

Таким образом, мы проанализировали интернет-продвижение путем статистики посещений, продаж, за какой период по графику был спад или прирост, брали отчетный период за определённый временной отрезок.