

Курс: Цифровой маркетинг

МОДУЛЬ 1-1

ЗНАКОМСТВО С БАЗОВЫМИ ПОНЯТИЯМИ
МАРКЕТИНГ
DIGITAL MARKETING
КЕЙС 1-1

Основные вопросы модуля

- Что такое маркетинг? Что мы делаем в маркетинге?
- Что такое цифровой маркетинг? Что мы делаем в цифровом маркетинге?
- Инструменты и определения Digital Marketing
- Сравнение традиционного и цифрового маркетинга
- Решение кейса

Что такое маркетинг?

Что мы делаем в маркетинге?

- *Маркетинг — это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.*
- — Американская ассоциация маркетинга (АМА)[5]
- *Маркетинг — это рыночная философия, стратегия и тактика мышления и действия субъектов рыночных отношений: не только производителей и посредников в коммерческой деятельности, но и потребителей, а также поставщиков, практических экономистов, учёных, целых организаций, вплоть до правительственных органов*
- — А. П. Панкрухин «Маркетинг»: Учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ Гильдия маркетологов. — 3-е изд. — М.: Омега-Л, 2005. - 656 с.

Что такое маркетинг?

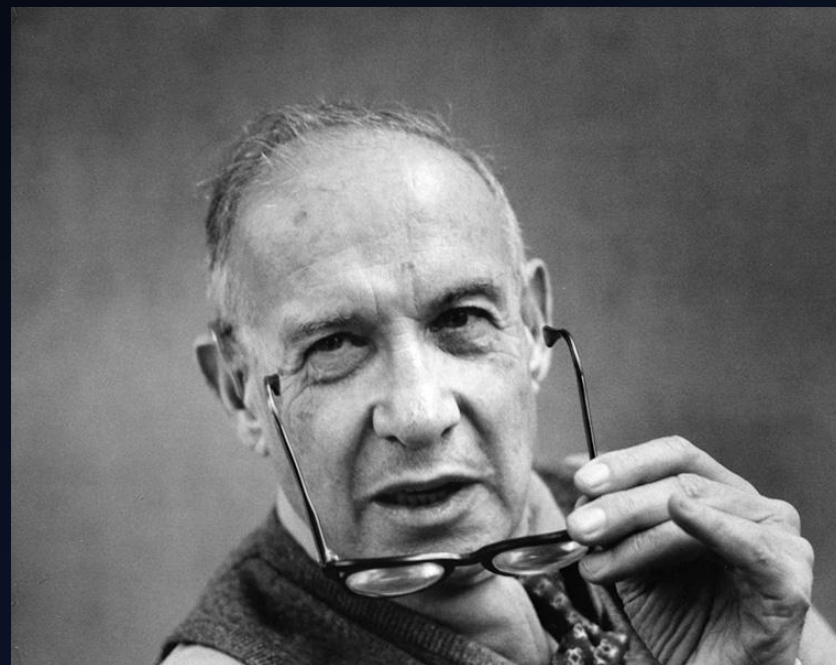
Что мы делаем в маркетинге?

- *Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.*
- — Филип Котлер «Основы маркетинга» 2007. — 656 с
- *Маркетинг — это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и организаций путём обеспечения свободного конкурентного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя и т. п.*
- — Ламбен Жан-Жак «Стратегический маркетинг. Европейская перспектива» — СПб.: Наука, 1996 . — 589 с.
- *Маркетинг согласно его широкому пониманию — это социально-управленческий процесс, посредством которого индивидуумы и группы людей путём создания продуктов и их обмена получают то, в чём они нуждаются.*
- — Голубков Е. П. «Маркетинговые исследования: теория,

Цель маркетинга

Цель маркетинга сформулировал 60 лет назад Питер Друкер, американский ученый, который придумал и создал теорию менеджмента и инновационной экономики.

По Питеру Друкеру целью маркетинга является — ***узнать и понять клиента настолько, чтобы товар или услуга точно соответствовали его требованиям и продавали себя сами.***



Что такое цифровой маркетинг?

Что мы делаем в цифровом маркетинге?

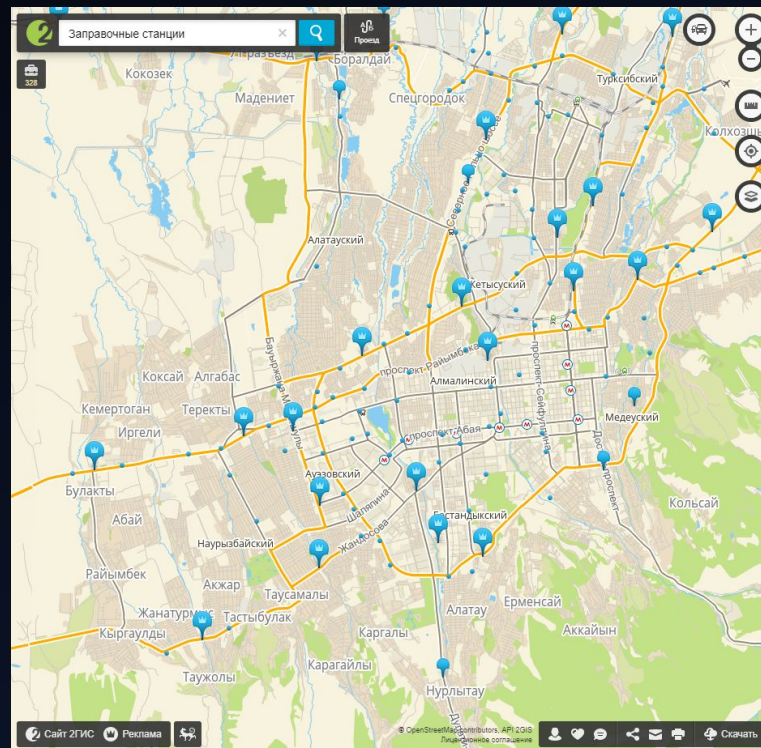
Digital marketing – это использование комплекса необходимых цифровых каналов для проведения маркетинговой активности.



«Моя мечта — чтобы клиент, получив купон на скидку, воскликнул: “Откуда они узнали, что я как раз завтра и собирался это купить?”» — говорит руководитель департамента по развитию бизнеса сети «Метро Кэш энд Керри» Владислав Тихомиров

Цифровой маркетинг сегодня

Маркетинг сегодняшнего дня — это про время, которое компания экономит покупателю, когда у него уже сформировалась потребность. Это не «догоняющие» баннеры, которые преследуют ещё месяц после покупки, это скорее notification о ближайших заправках, когда бак подходит к концу, а ты где-то в пути от Астаны до Алматы.



Инструменты и определения Digital Marketing

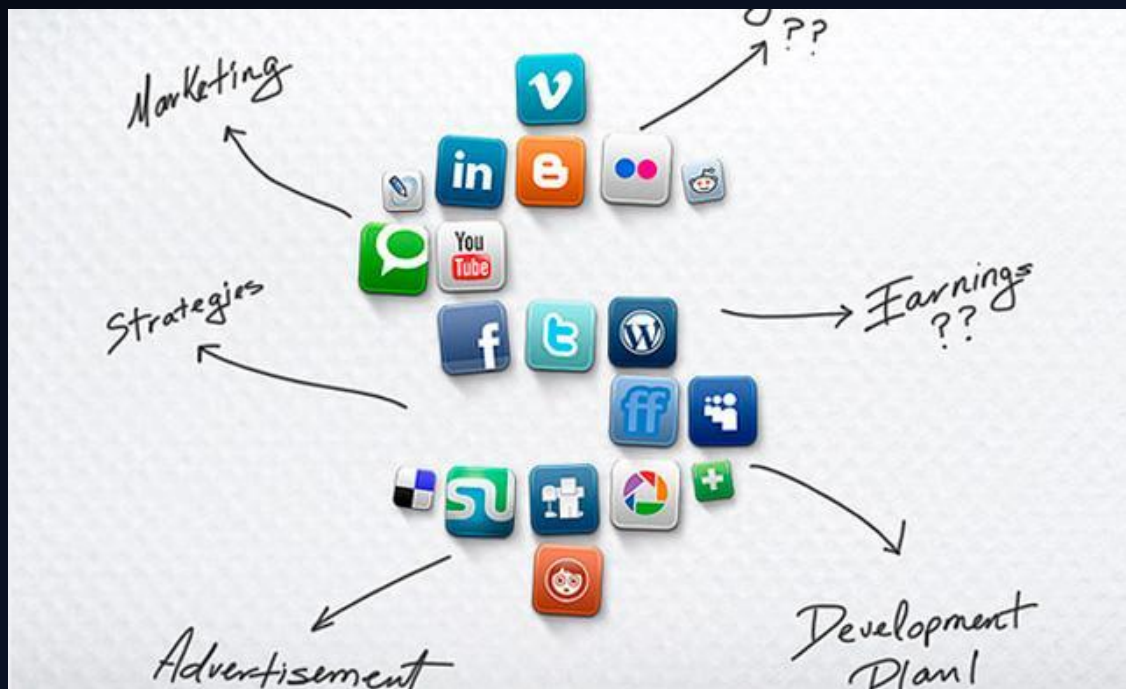
1. Контент-план
2. SMM
3. Таргетированная реклама
4. Landing страница
5. Лид
6. SEO
7. Маркетинговая стратегия
8. Маркетинговые каналы
9. Email маркетинг
10. CPC
11. CPM
12. CPA

SMM

SMM – Social Media Marketing

Маркетинг в социальных медиа – это получение трафика/внимания аудитории через социальные сети.

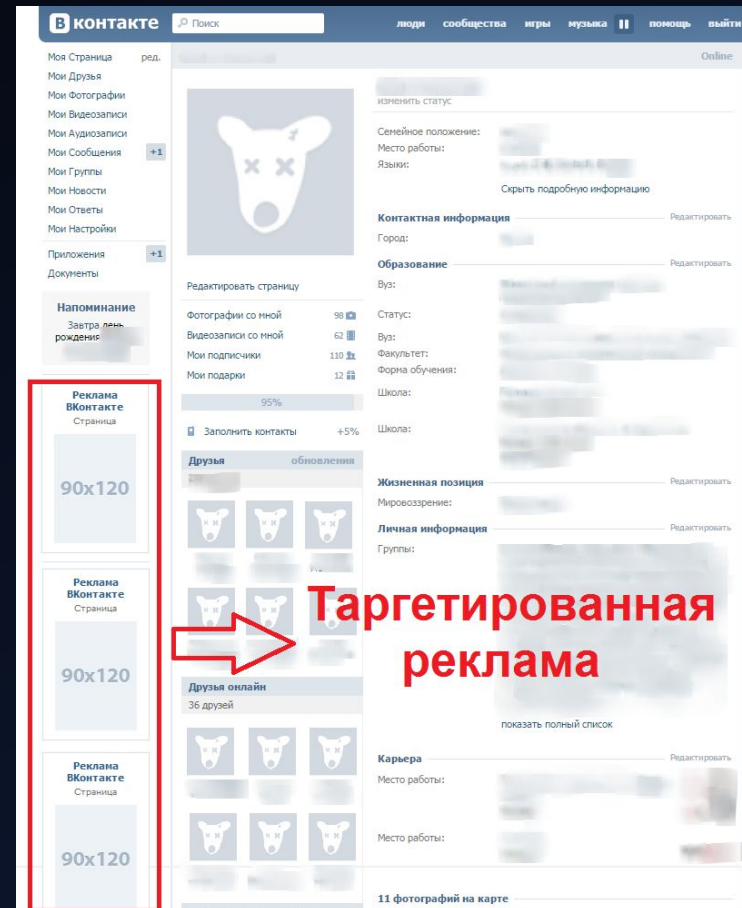
Вы также можете находить лояльную аудиторию, получать полезные фидбэки (отзывы) и увеличивать активность пользователей.



Таргетированная реклама

Таргетированная реклама – это текстовые или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям интернета, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем.

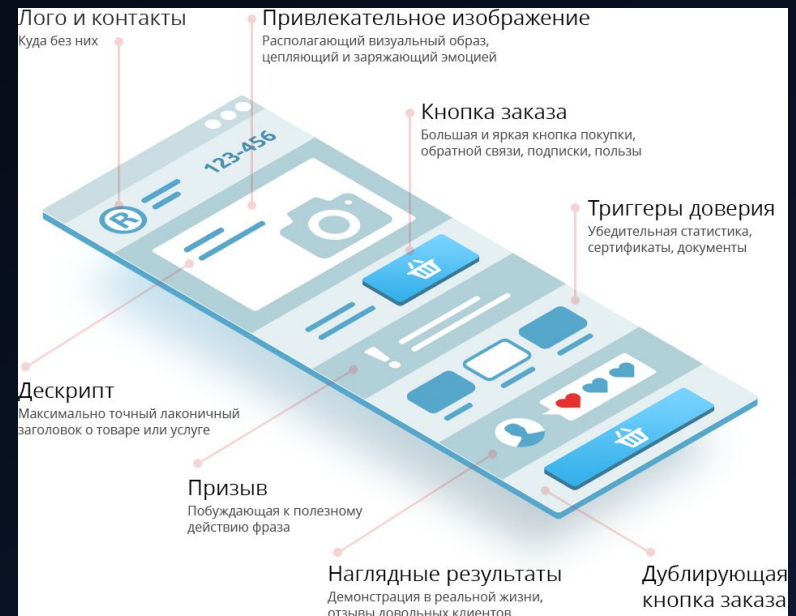
Главное преимущество таргетированной рекламы – возможность донести рекламное сообщение только до тех, кому оно действительно может быть интересно.



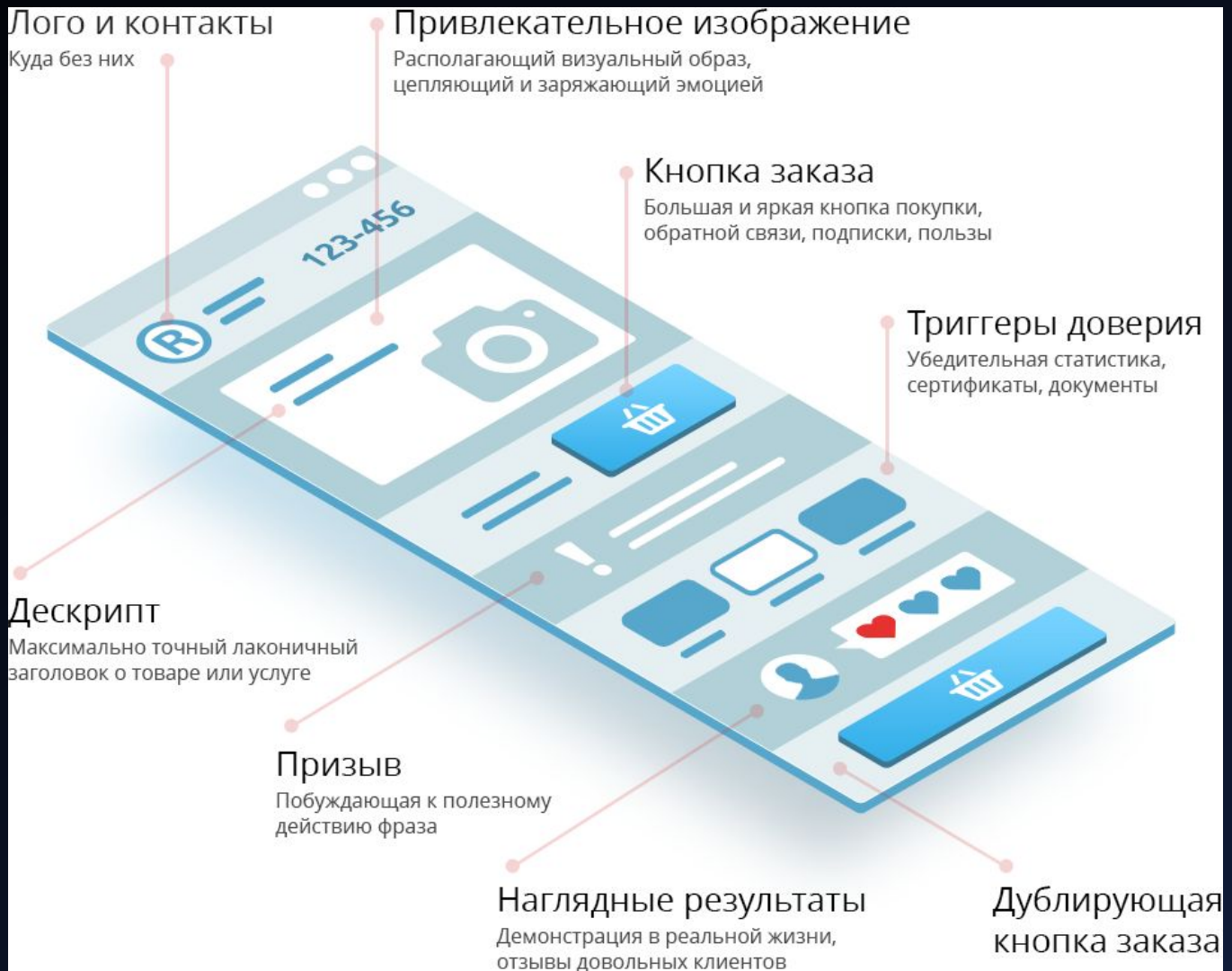
Landing страница

Лендинг (от англ. *Landing page*), также называемый «посадочная страница» или «страница захвата лидов», — это одностраничный сайт, который доносит четко обозначенную мысль до аудитории.

В отличие от полноценного сайта, где много других разделов (о компании, продуктовые страницы, контакты и т. д.), лендинг удерживает внимание посетителей строго на одном сообщении и должен вызывать желание выполнить определенное целевое действие.



Landing страница



Лид

Лид (lead, целевой лид) — потенциальный клиент, тем или иным образом отреагировавший на маркетинговую коммуникацию.

Термином лид стало принято обозначать потенциального покупателя, контакт с ним, полученный для последующей менеджерской работы с клиентом.

Лид – конечный

продукт

Digital маркетинга

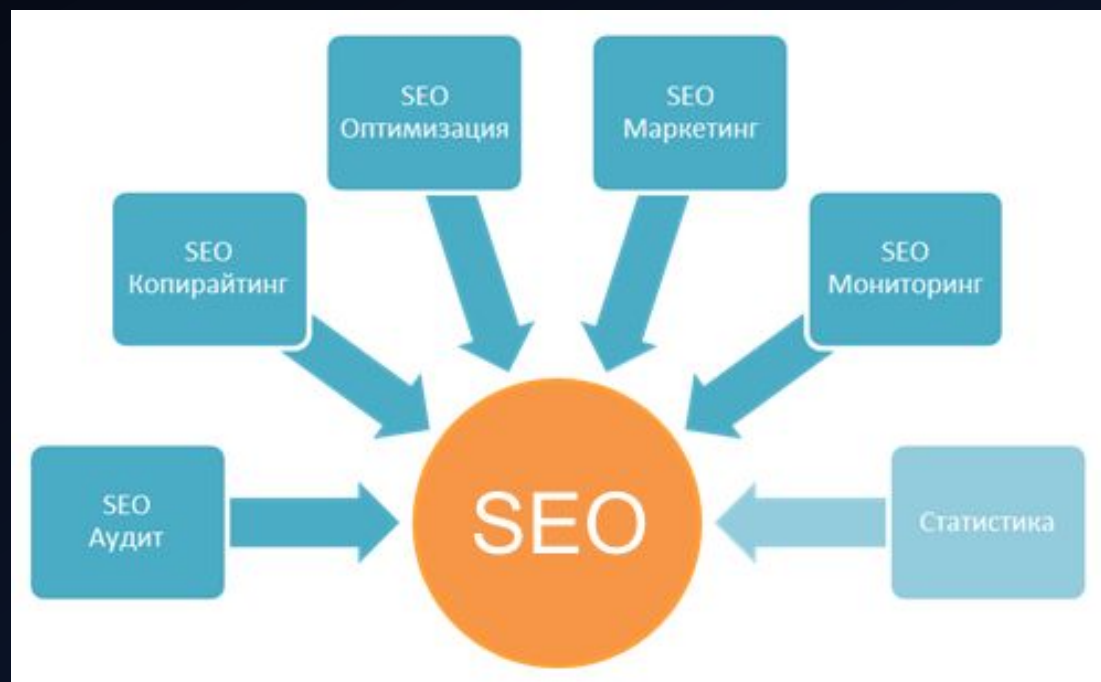
Лидогенерация (англ. lead generation) — маркетинговая тактика, направленная на поиск потенциальных клиентов с определенными контактными данными



SEO – Search Engine Optimization

Поисковая оптимизация сайта (поисковое продвижение сайта, раскрутка сайта, SEO) – это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам.

Именно **поисково**
е
продвижение (или, как его еще называют, поисковая оптимизация сайта) как раз и служит тому, чтобы Ваш сайт выходил на лучшие места, т.е. в **ТОП**



Маркетинговая стратегия

Маркетинговая стратегия - это элемент общей корпоративной стратегии компании, описывающий, как компания должна использовать свои ограниченные ресурсы для достижения максимального результата в увеличении продаж и доходности от продаж в долгосрочной перспективе



Email маркетинг

***E-mail маркетинг** — это инструмент формирования общественного мнения и генерации продаж при помощи рассылок писем на электронные адреса пользователей.*

С точки зрения маркетинга — это способ индивидуальной коммуникации с клиентом, характеризующийся построением долгих доверительных взаимоотношений. Уровень лояльности и покупательной способности у клиентов почтовых рассылок значительно выше, чем у любого другого вида маркетинга

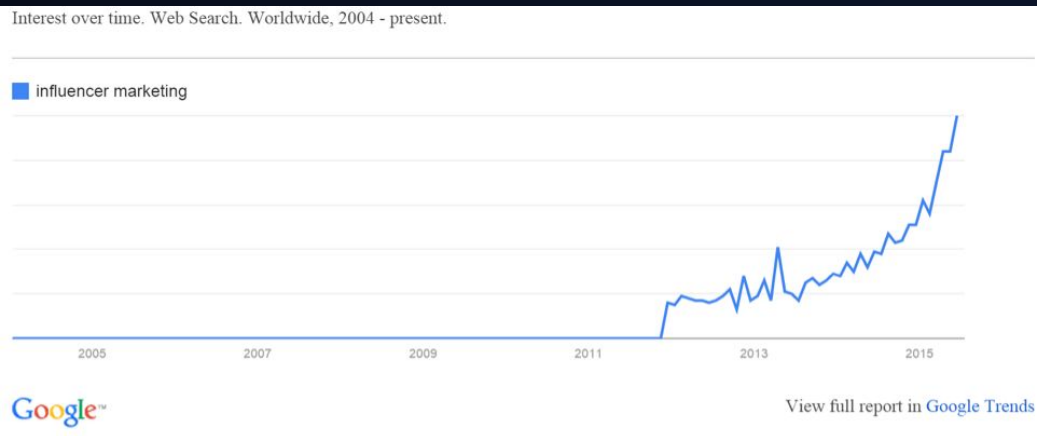


Маркетинг влияния

Маркетинг влияния или Influencer Marketing — способ продвижения товаров и услуг через лидеров мнения.

В Казахстане в последнее время популярно продвигать бренды через блогеров. Раньше такой способ использовали в рекламе на телевидении, привлекая известных актеров и музыкантов.

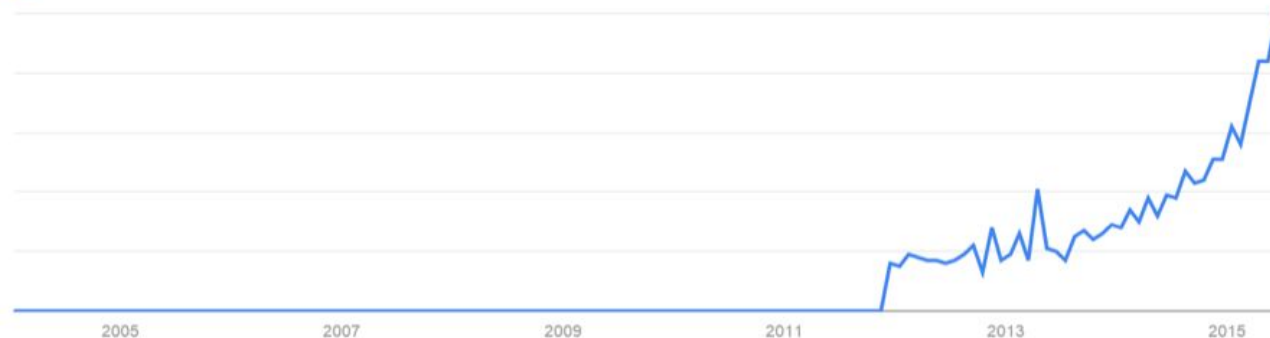
Главное, чтобы целевая аудитория доверяла мнению человека, у которого вы рекламируете продукт. Это может быть известный блогер, авторитетный пользователь форума или топ-рекомендатель с площадки для отзывов.



Маркетинг влияния

Interest over time. Web Search. Worldwide, 2004 - present.

■ influencer marketing



Основные причины, почему покупатели руководствуются рекомендациями своих друзей в принятии решения о покупке.

[View full report in Google Trends](#)

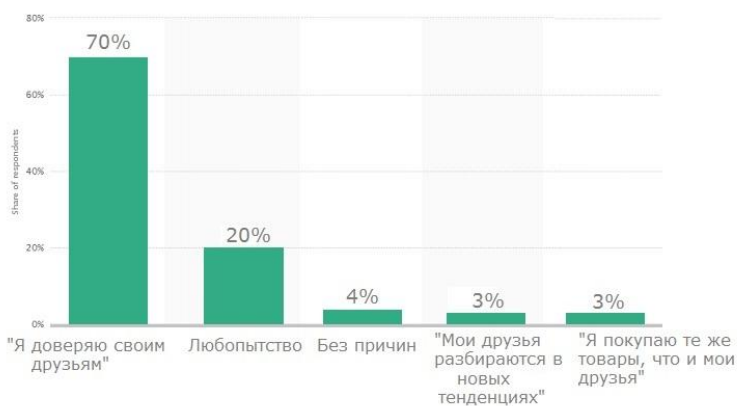


График составлен по данным статистического ресурса www.statista.com
Ссылка: <http://www.statista.com/statistics/427372/reasons-for-following-friend-product-recommendations/>

Партнерский маркетинг - Affiliate marketing

Партнерский маркетинг - вид сотрудничества, при котором поиском клиентов занимается не сам продавец, а лица выступающие дистрибьюторами, распространяющие торговое предложение.

Целевое привлечение клиентов (лидогенерация) способствует увеличению продаж, за что партнёры получают вознаграждение от дохода продавца. В настоящее время **Affiliate Marketing** стал принципом любой контекстной рекламы: Яндекс , Google и многих других. На его основе выстраиваются практически все партнёрские программы



CPM - cost per mile

CPM («cost Per Thousand Impression» или «cost per mile») – это показатель в интернет-рекламе, обозначающий цену за 1000 показов баннера или объявления.

То есть, сколько именно денег рекламодатель заплатит собственнику площадки, где предполагается размещение баннера или объявления, для того чтобы реклама была продемонстрирована целевой аудитории 1 000 раз.

Особенности CPM-показателя:

- Учитывается каждый показ. Захочет ли пользователь кликнуть по объявлению и перейти по ссылке – гарантий нет никаких.
- При оплате за показы – клики бесплатные.
- Возможность таргета

CPC - cost per click

CPC («cost per click») - это стоимость каждого клика по рекламному объявлению вместе с последующим переходом пользователя на сайт рекламодателя.

Особенности CPC-показателя:

- в 90% по рекламному блоку кликают заинтересованные пользователи. Оплата за клики позволяет заполучить более лояльную аудиторию.
- При оплате за каждый переход, есть риск злоупотребления (например, пустое «скликивание» бюджета конкурентами). Большинство площадок защищают деньги рекламодателей от подобных случаев (блокируют средства, если один и тот же пользователь чересчур «интересуется» рекламой), но проблему праздного любопытства пока решить никому не удалось.
- при оплате за клик площадки предоставляют статистическую информацию о каждом пользователе, который перешёл по рекламной ссылке. Таким образом, рекламодатель понимает, какая аудитория интересуется его рекламой.

CPA - Cost-Per-Action

CPA (аббрев. от англ. Cost-Per-Action - оплата за действие) — это модель интернет-рекламы, в которой рекламодатель платит за совершенное пользователем действие на его сайте.

Широкое понятие CPA включает в себя более узкие модели, такие как CPS (Cost-Per-Sale) - плата за продажу, и CPL (Cost-Per-Lead) - плата за лид (действие).

В отличие от платы за клик или показ эта модель является наиболее прозрачной и эффективной, так как плата происходит за конкретный результат, который ожидал получить рекламодатель.

ROI - Return On Investment

ROI (Return On Investment) — коэффициент возврата инвестиций, показатель рентабельности вложений. Он в процентном соотношении демонстрирует прибыльность (при значении больше 100%) или убыточность (при значении меньше 100%) конкретной суммы вложения денежных средств в определенный проект.

Для расчета этого показателя используются следующие данные:

- **Себестоимость** продукта (или услуги) — включает в себя абсолютно все затраты на покупку частей для продукции, доставку до склада, производство товара, зарплату работникам и т.д.
- **Доход** — конечная прибыль с продажи продукта или услуги.
- **Сумма инвестиций** — суммарное количество денежных средств, которые выступали в роли вложения, например, бюджет на контекстную рекламу

ROI – Формула расчета

Существует несколько формул для оценки индекса ROI. Начнем с самой простой и популярной, которую используют большинство из интернет-маркетологов и владельцев онлайн-бизнеса.

$$ROI = (\text{доход} - \text{себестоимость}) / \text{сумма инвестиций} * 100\%$$

Если к предыдущему расчету добавить период, то получится вторая формула расчета, которая используется финансистами:

$$ROI(\text{период}) = (\text{Сумма инвестиции к концу периода} + \text{Доход за выбранный период} - \text{Размер осуществленной инвестиции}) / \text{Размер осуществленной инвестиции}$$

КЕЙС 1-1

ПРОДАЖА МЕБЕЛИ
VKОНТАКТЕ
РОССИЯ
2017 ГОД

Как «Косатка маркетинг» продвигала мебель во «ВКонтакте» малобюджетными способами, вложив 2 700 рублей и получила продажи за месяц на 94 878 рублей

Задачи, стоявшие перед агентством

Главная задача:

- отстроиться от конкурентов и выйти на стабильный доход от нового ресурса.

Второстепенные задачи:

- работа над узнаваемостью компании,
- представление товаров компании,
- работа над повышением лояльности покупателей,
- продвижение малобюджетными и бесплатными способами,
- запуск таргетированной рекламы.

Команда для выполнения проекта

1. Отдел стратегического планирования
 - a) Определить целевую аудиторию
 - b) Какую ценность мы можем предложить? (2 варианта УТП)
2. Отдел SMM: Активности
 - a) 3 конкурса для VK с механикой определения победителя
3. Отдел SMM: Контент
 - a) 2 фотографии мебели в аудитории + подписи (продаж./развлекат.)
 - b) 1 объявление (33 символа – заголовок, 70 – содержание)
4. PR отдел (партнерство)
 - a) Ответить на запрос «Товары у вас какие то не очень, продавцы – школата необразованная. А я депутат, так что делай мне скидку, иначе проблемы будут»
 - b) Денег нет: Найдите 2 примера компаний, у которых одна и та же целевая аудитория (покупатели мебели) но совершенно разные услуги, сделайте им предложение по совместной рекламе.

Условия для выполнения кейса

- Города действия: Тольятти
 - Город небольшой, уровень доходов: ниже среднего
 - В интернете сидит молодежь
 - В городе много молодых семей
- Наш товар: Мебель класса эконом+
 - Собираем на своем заводе под Тольятти
 - Сами контролируем качество
 - Можем выполнять индивидуальные заказы
- В Тольятти строится много новых домов, офисов
- Денег на маркетинг мало
- Нужно брать креативом



РЕШЕНИЕ КЕЙСА

Задача – решить кейс и набрать больше баллов, чем набрала профессиональная команда маркетологов

На решение дается 10 минут

Каждая команда получает максимум **до 9 очков**

Максимум за игру: **36 баллов**

Результаты настоящего агентства:

27 баллов

- Отдел стратегического планирования = 9
- Отдел SMM: Активности = 9
- Отдел SMM: Контент = 6
- PR отдел (партнерство) = 3

Правила разговора с Королем Мира

«Понты» («Король мира», «Пуп земли»)

Однажды мне охарактеризовали такого клиента как «надменный нарцисс», что достаточно четко описывает стратегию его взаимодействия с вами. Действительно, такие клиенты часто ведут переговоры с позиции «сверху». Вместе с тем практика показывает, что высокомерие в общении со специалистом по продажам клиенты демонстрирует до того момента, пока не увидят в специалисте определенный «стержень». То есть осознают, что с ним разговаривают на равных.

- **Как работать:**
- Держаться на равных. Не выше, не ниже его – на равных
- Показать выгоду: в чем он выиграет, купив у вас
- Стоять на своем. Не прогибаться под клиента. Либо за ваши уступки требовать ответных уступок
- Для таких клиентов хорошо работает предложение эксклюзива (даже если оно дороже)

С чего начать при запуске в соцсетях

- Наша компания занималась продажей мебели сегмента «эконом+», основная аудитория в точках продаж — пенсионеры. Конкуренентов с мебелью этого класса на рынке много, соперничать с крупными игроками, как вы понимаете, довольно трудно, а отстроиться от конкурентов необходимо. Поэтому решили пойти двумя путями:
 - 1. Придумать уникальное торговое предложение, которое выделит нас среди толпы конкурентов.
 - 2. Выйти на новую целевую аудиторию, более молодую.
- Мы решили создать одну страницу в соцсети и тщательно работать с ней, поэтому пришлось выбирать из разных вариантов что-то одно. Остановились на «ВКонтакте», потому что там сконцентрирована наша целевая аудитория, которую мы планировали охватить.

Анализ конкурентов

Город	Сайт	Позиционирование	УТП	Продукция	Описание товара	Ценовой сегмент	Плюсы минусы	Способы связи	Доставка	Дают рекламу	Примечания	Точка в Тольятти
160 городов	https://tolvatti.laz	Крупнейшая в России сеть по продаже корпусной и мягкой мебели для дома, офиса, гостиниц	Использование природных материалов в сочетании с новейшими технологиями в производстве мебели	Спальни, гостиные, детские, прихожие, кабинеты, оф. мебель, гостиничная мебель	Есть, подробное, с ценами	Диваны ~ 50-70 тыс.	<ul style="list-style-type: none"> - Виртуальный тур по салону - Дизайн-проект в 3D на почту (как будет выглядеть мебель у вас в доме) - Бесплатный выезд дизайнера - Отзывы клиентов под каждой моделью - Есть удобный поиск - Не на все модели есть цены - Очень много информации на сайте 	Единый справочный номер Заказ обратного звонка Почта Адреса	3-7 дней, прямо в квартиру	Яндекс	- Есть почтовая рассылка об акциях	Русь Планета мебели Мегастрой MeraМебель Омега
Самара Тольятти	http://advameb.ru/#	Собственное производство с новейшими станками и технологиями	Сотрудничество с итальянскими дизайнерами и архитекторами	Любая корпусная мебель	Нет подробного описания, только размер, материал и цена	Диваны не наша	<ul style="list-style-type: none"> - Большой каталог - Возможность задать вопрос онлайн - Постоянно открывающееся окошко с группой вк - Нет поиска 	Телефон Онлайн-консультант	Нет информации		- Есть подписка на новости	Планета мебели Арбуз Калина
					Очень подробное описание, есть видео, полезные характеристики							

Разработка УТП

Здесь пригодился анализ конкурентов. Так мы выявили, что важно клиентам при покупке мебели. Потом мы просто собрали воедино важные преимущества.

Получили следующее УТП:

- «Городская сеть мебельных центров с хорошей мебелью по доступным ценам, отличным сервисом и вежливым персоналом. Гарантия 24 месяца, доставка за один день, рассрочка от шести месяцев».

Создание страницы VK - контент



Оптимальное количество постов: два в день.

Виды контента разбили на две части: продающий и полезный/развлекательный.

То есть один пост был посвящен какой-нибудь мебели, второй — полезному совету по уходу за мебелью или красивый пример интерьера квартиры.

Пользователи любят внимание и когда у них интересуются, что им нравится и что бы они выбрали. Им нравится сравнивать свои ответы с ответами других пользователей. Поэтому мы проводим опросы. Вовлечённость повышают посты-конкурсы, посты-игры, опросы.

Гост-игра: найди телефон на картинке, реши задачу

Слишком обычный вечер четверга 😊 Надо его чем-нибудь разбавить. У нас есть 2 сертификата по 500 рублей на покупку мебели. Разыграем их?

Чтобы было не скучно, предлагаем сыграть. Есть 2 задачи - значит будут 2 победителя. Ответы пишите в комментариях - кто первый ответит правильно, тот получит приз. Только давайте играть честно.

1) Проверим, как хорошо вы складываете в уме.

[Показать полностью...](#)



Продающий пост

▣ Невероятно эффектная гостиная ▣

В основе дизайнерского решения - контрастное сочетание двух цветов ЛДСП и добавление стекла «Лакобель» в форме обрамляющего квадрата по периметру. Согласитесь, очень красиво? Эта стенка может украсить вашу квартиру, только представьте как она преобразится 😊

Материал: ламинированная ДСП EGGER

[Показать полностью...](#)



Полезный пост

Чтобы мебель не царапала пол.



♥ Нравится 21

💬 Комментировать 2

🔊 1

👁 991

Неплохо «заходил» развлекательный контент на семейную тематику

Когда оставили дома с папой 🤪

#тольятти #цветмебели #мебель #мебельтольятти #мебельназаказ



Продающие
посты, которые
собирают
комментарии
и лайки: нужно
писать
нешаблонно,
красиво
описывать
характеристики
товара,
обязательно
указывать цену,
в конце
добавлять
призыв
к действию.

Кровать-диван

Друзья, представляем вашему вниманию очень удобную модель диван+кровать в одном. Да, такое бывает! Посмотрите на упругую спинку, рельефную обивку, мягкие подушки...

Представьте, как вы приходите домой после тяжелого рабочего дня и садитесь на мягкий диван, который помогает расслабиться в считанные минуты - это настоящее удовольствие 😊 А потом просто раскладываете его и получаете прекрасную кровать для комфортного сна!

Характеристики:

- металлический каркас в комбинации с ортопедическими латами из гнутоклееной березы;
- надежный механизм трансформации подходит для ежедневного использования;
- чехол модели съемный для чистки.

Пишите в сообщения группы или комментарии, ответим на все ваши вопросы по размерам, ценам.

#тольятти #цветмебели #мебель #мебельтольятти #мебельназаказ



Источники трафика или где брать покупателей

Определили три пути:

- размещение платной таргетированной рекламы,
- поиск партнеров,
- распространение контента самими подписчиками



ая реклама



Мебель Тольятти | ЦВЕТ МЕБЕЛИ
Рекламная запись

⚠ Этот пост появится в вашей ленте всего 1 раз. До 8 марта мы обмениваем промо-коды на сертификаты по 500 руб.

Вам нужно: написать в Сообщения Цвет мебели "Имя - Промо-код". Ваш личный промо-код: 712



Мебель Тольятти | ЦВЕТ МЕБЕЛИ

vk.com

Вступить



Мебель Тольятти | ЦВЕТ МЕБЕЛИ

Рекламная запись 18+

Все акционные предложения месяца для Вас 🍷 Сумасшедшие скидки! Можно обновить всю квартиру качественной мебелью совершенно не дорого.

- 🚚 Доставка в течение 1 дня.
- 💰 Высокое качество - доступные цены.
- 🏆 Увеличенная гарантия.
- 🍷 Рассрочка без% до 10 месяцев.

#тольятти #цветмебели #мебель #мебельтольятти #мебельназаказ

СПАЛЬНЯ

кровать, тумба, комод, шкаф-купе

~~25800 руб.~~

✓ **15 990**

*рассрочка, 0 %



Количество ограничено
Спеши купить!

КУХНЯ

✓ **от 8990 руб.**

*беспроцентная рассрочка



Количество ограничено
Спеши купить!

ГОСТИНАЯ



✓ **4500**

Количество ограничено!
Спеши купить!

Затратили на эти рекламные кампании около 1200 ₺, получили 210 подписчиков. После запуска стали часто появляться новые комментарии и, чтобы не упустить ни один, подключили бесплатное приложение от «ВКонтакте» — «Модератор». Он уведомлял нас о каждом новом комментарии моментально, пользователям нравилась такая оперативность

Партнёрство

Мы решили, что если хотим выйти на молодёжь, то нужно договориться о партнёрстве с группами по новостройкам города. Таких оказалось очень мало, активность в этих группах была совсем небольшой, но мы всё же решили обменяться взаимными репостами.

Результата это практически не принесло: наш пост получил 3 лайка и 1–2 подписчика. В итоге мы отказались от этого способа.

Но если он не сработал в нашем случае, не значит, что он не сработает у вас. Ищите интересные площадки, договаривайтесь и размещайтесь.

Вовлекающий контент: Конкурсы

Нам нужно было получить широкое распространение среди потенциальных клиентов. Разработали 3 сертификата на покупку мебели: 3000, 2000 и 1000 ₽ (оплатить им можно было 20% от покупки). Ограничили по городу: участвовать могли только жители Тольятти.

Мы размещали пост с конкурсом на трёх площадках города: «Новости», «Розыгрыши» и «Конкурсы». Обошлось нам это в 670 ₽. Это помогло распространить конкурс в широкие массы, пока он ещё не набрал обороты. Потом нам оставалось лишь наблюдать за естественным распространением.

В итоге от этого конкурса мы получили:

- 3 покупателя, которые получили сертификат и пришли потом за мебелью;
- 255 лайков, 63 репоста (это результат через 2 месяца после завершения конкурса, многие удаляют репосты, поэтому реальная цифра должна быть больше);
- более 150 целевых подписчиков.

Вовлекающий контент: Конкурсы

Название записи:	Промо сертификаты
Всего заявок:	6
Активных заявок:	нет
Выполненных заявок:	3
Заблокировано:	0 руб.
Потрачено:	670 руб.

Разместить запись

К весне будем покупать мебель!



Мебель Тольятти | ЦВЕТ МЕБЕЛИ

22 фев 2017 в 12:28

⚠️ **НОВЫЙ КОНКУРС:** разыгрываем денежные сертификаты ⚠️

В воздухе витает весна 🌸🦋 Так и хочется избавиться от старой мебели в квартире и обставить все новой. А если хочется, значит **НАДО!** Мы вам в этом поможем. И вот как.

Магазин Цвет мебели запускает **ВЕСЕННИЙ КОНКУРС** репостов. На этот раз у нас будет 3 приза и 3 победителя 🏆.

[Показать полностью...](#)

ЦВЕТ МЕБЕЛИ
СЕТЬ МЕБЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ

3000 РУБЛЕЙ
на приобретение корпусной и мягкой мебели
в сети магазинов «Цвет мебели»

дата выдачи

сертификат действует в течение шести месяцев с момента выдачи. Сертификатом можно оплатить не более 25 % от суммы покупки. Сертификат не подлежит обмену на денежные средства. Подробно о наличии и условиях участия уточняйте у продавцов или на сайте: [цвет-мебели.ru](#)

6, 47, тел.: (8482) 48-35-90 • ул. Громова, 53, 1 этаж, «МЕГАМЕБЕЛЬ», тел.: (8482) 71-58-24
С/Ул. «ТИХАЯ ДОЛЖА» - тел. (8482) 78-00-34 • ул. Школьная, 3А ТЦ «Мобильный стиль» тел.

ЦВЕТ МЕБЕЛИ
СЕТЬ МЕБЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ

3000 РУБЛЕЙ
на приобретение корпусной и мягкой мебели
в сети магазинов «Цвет мебели»

дата выдачи

сертификат действует в течение шести месяцев с момента выдачи. Сертификатом можно оплатить не более 25 % от суммы покупки. Сертификат не подлежит обмену на денежные средства. Подробно о наличии и условиях участия уточняйте у продавцов или на сайте: [цвет-мебели.ru](#)

ЦВЕТ МЕБЕЛИ
СЕТЬ МЕБЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ

3000 РУБЛЕЙ
на приобретение корпусной и мягкой мебели
в сети магазинов «Цвет мебели»

дата выдачи

сертификат действует в течение шести месяцев с момента выдачи. Сертификатом можно оплатить не более 25 % от суммы покупки. Сертификат не подлежит обмену на денежные средства. Подробно о наличии и условиях участия уточняйте у продавцов или на сайте: [цвет-мебели.ru](#)

Подводя итоги

КАКОЙ ПУТЬ БЫЛ ПРОЙДЕН

1. Проведен анализ конкурентов по точным критериям;
2. Разработано уникальное торговое предложение для отстройки от конкурентов;
3. Разработана контент-стратегия: продающие, полезные и вовлекающие посты;
4. Созданы рекламные предложения, распространены по различным каналам.

В результате мы получили 36 качественных лидов.

РАСЧЁТ ROI ВОРОНКА ПРОДАЖ

Количество лидов: 36.

Количество продаж: 5 заключенных договоров.

Общая сумма продаж: 94 878 ₺.

Стоимость рекламной кампании: 2428 ₺.

Выводы и рекомендации, чтобы получать клиентов из «ВКонтакте»

- В начале пути определитесь со стратегией: кому вы продаёте, что продаёте, какую ценность предлагаете;
- Тестируйте различные гипотезы в постах, в рекламе;
- Пишите нешаблонно, создавайте авторский, уникальный контент, делайте «живые» фотографии;
- Оперативно отвечайте на все комментарии;
- Пробуйте разные рекламные каналы (такие как партнёрство), отказывайтесь от неэффективных.

Задание на следующую пару

Подготовка к мини-тесту по определениям:

1. Контент-план
2. SMM
3. Таргетированная реклама
4. Landing страница
5. Лид
6. SEO
7. Маркетинговая стратегия
8. Маркетинговые каналы
9. Email маркетинг
10. CPC

Модуль 1-1 завершен

КУРС: ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ
УНИВЕРСИТЕТ НАРХОЗ
2017