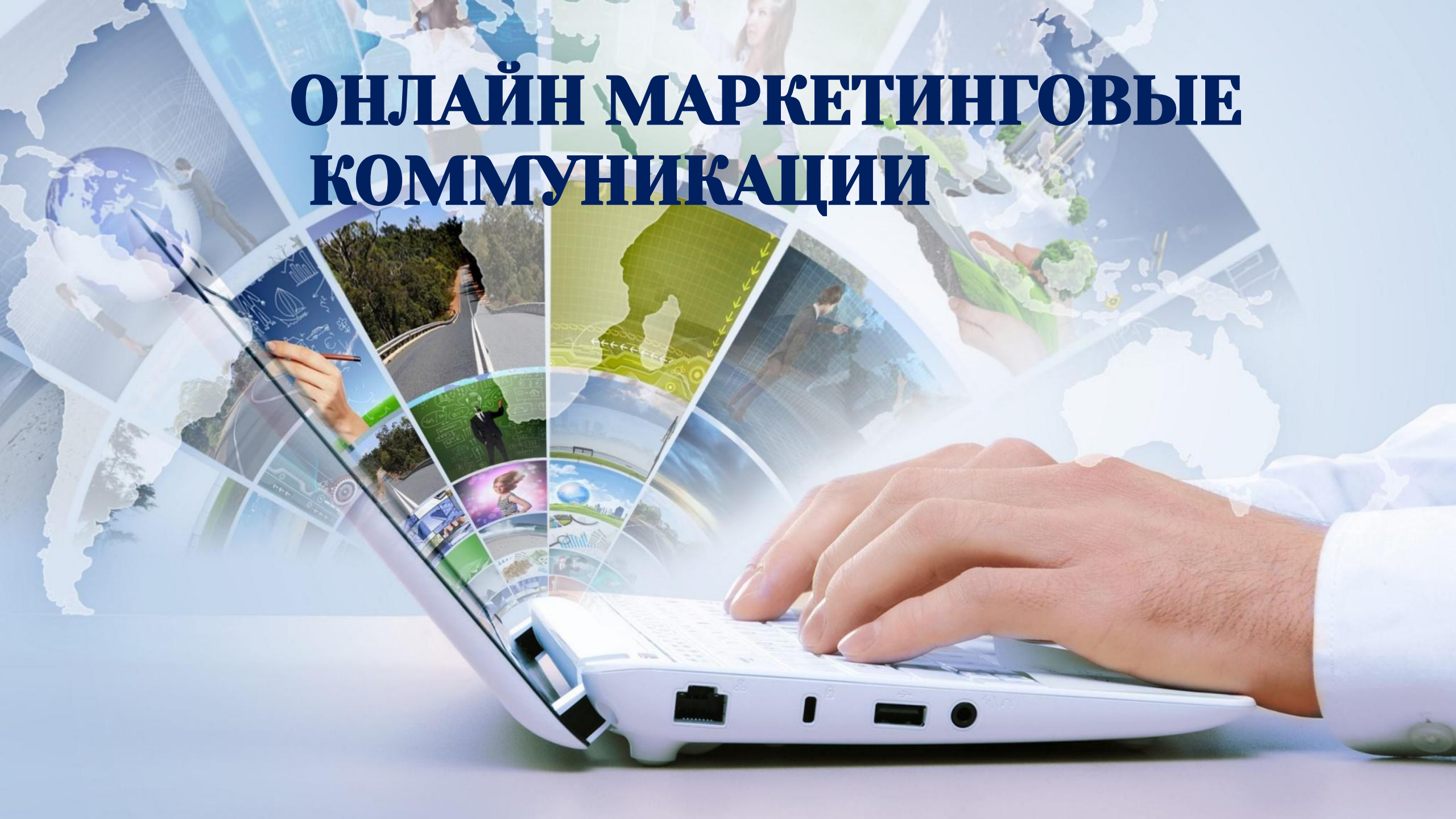


ОНЛАЙН МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ



***Интернет-маркетинг
— это область
маркетинга,
связанная с
глобальной Сетью.***



В чём же особенности онлайн-маркетинга?

Чем он отличается от обычного продвижения продукции?

1. Интернет-среда интерактивна. В отличие от физической реальности, Интернет меняется очень быстро. В интернет-маркетинге нет и не может быть приёмов, стратегий, которые бы действовали продолжительный период. Необходимо следить за трендами и гибко менять подход вслед за изменениями среды.

2. Целевая аудитория. Интернет-маркетинг наиболее эффективен в больших городах, где сетью пользуется почти 100 % населения. В маленьких городах платёжеспособность людей ниже, а Интернетом многие не пользуются. Если население вовлечено в интернет-активность, находить среди него целевую аудиторию намного проще

3. Таргетинг.

Чтобы коммерческое или рекламное предложение достигло заинтересованных людей, нужно использовать инструменты таргетинга (от англ. «target» – «цель, прицеливаться»). Это алгоритмы, с помощью которых можно определить характеристики пользователя (пол, возраст, заработок, местоположение и так далее) и сделать вывод, насколько он может быть заинтересован в предложении компании.

4. Медиа и анализ.

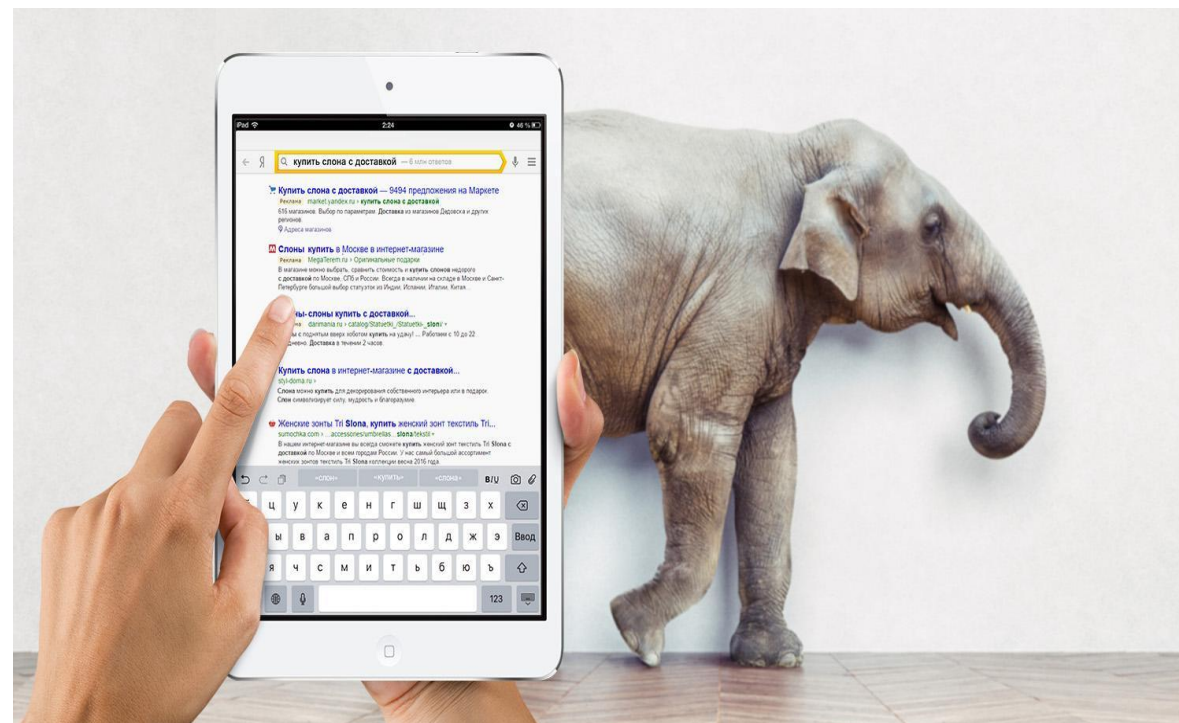
Существует много аналитических инструментов, но наиболее популярны два – «Яндекс.Метрика» и Google Analytics. Это бесплатные сервисы, предназначенные для сбора сведений о посещаемости, а также о действиях интернет-пользователей на сайте. Эти инструменты дают возможность понять, кто, когда и зачем посетил ваш сайт и какие действия он там совершал. Инструменты формируют множество отчётов, на основании которых можно строить стратегию продвижения сайта.

Основные каналы интернет-маркетинга.

Контекстная реклама — вид интернет-рекламы, которая зависит от поискового запроса пользователя (например, в «Яндекс» или Google), или в зависимости от смысла конкретной веб-страницы.

Объявления показываются пользователю именно в тот момент, когда он сам проявил интерес к товару или услуге и, возможно, готов к покупке.

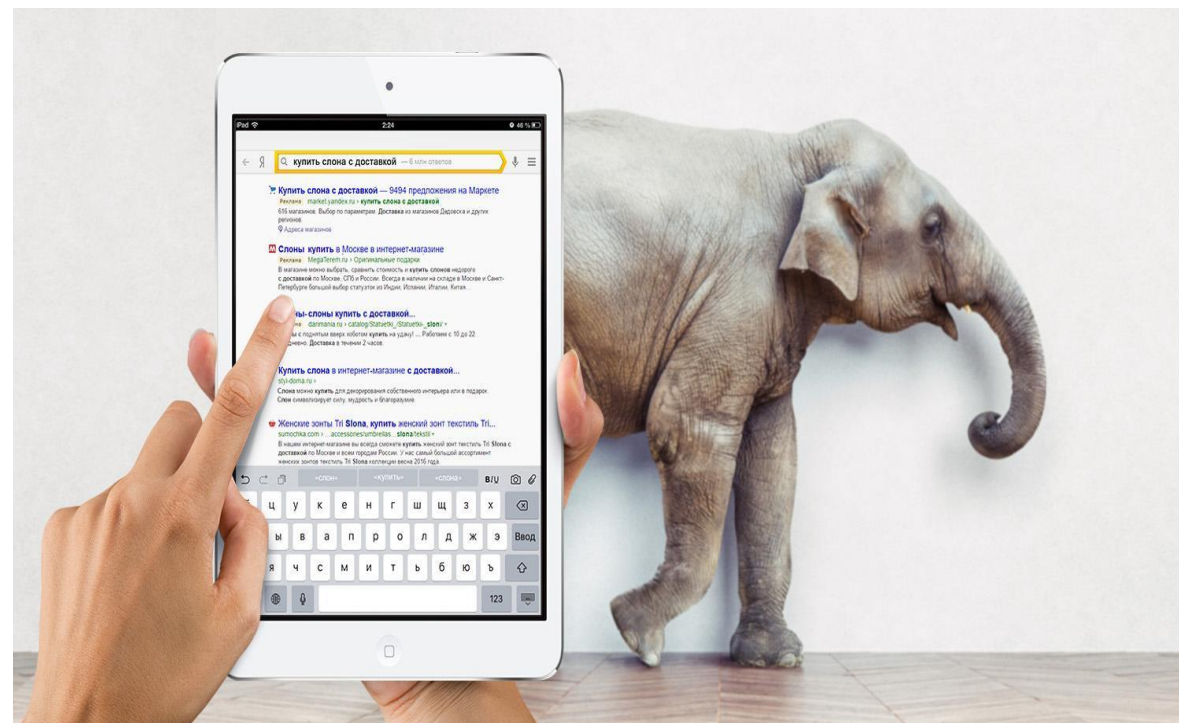
Контекстная реклама бывает поисковой и тематической.



Основные каналы интернет-маркетинга.

Поисковая контекстная реклама показывается в результатах поиска в крупнейших поисковых системах, таких как «Яндекс», Google, Rambler, «Поиск@mail.ru», Veon, после того, как человек вводит свой запрос (ключевое слово) в графе поиска. Рекламное объявление представляет собой текст на первых позициях и в нижней части экрана с пометкой «реклама».

Тематическая контекстная реклама показывается на странице сайта, входящего в партнёрскую сеть рекламных систем, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя.



Основные каналы интернет-маркетинга.

Ретаргетинг, ремаркетинг — так называют алгоритмы в рекламных сетях «Яндекс. Директ» и Google AdWords соответственно.

Цель этих алгоритмов — сосредоточить внимание на пользователях, которые уже хотя бы раз посещали сайт. Если человек посетил сайт, провёл там некоторое время, но ничего не купил и не заказал — вполне вероятно, что стоит напомнить ему о своём предложении ещё раз.



Основные каналы интернет-маркетинга.

Баннерная реклама. Баннер — это анимация (реже — статичное изображение), которое презентует продукт компании.

Такая реклама подходит, если нужно показать внешний вид товара, чтобы воздействовать на эстетическое восприятие пользователя.

Такие объявления показываются внутри баннерной сети, на рекламных площадках — сайтах, где рекламодатель оплатил размещение баннеров.

The image shows a screenshot of a website interface with several banners and advertisements. At the top, there is a green navigation bar with links for 'Авиабилеты', 'Отели', 'Туры', 'Прокат авто', 'О компании', and 'Связь с нами', along with a 'ВХОД В КАБИНЕТ' button. The main content area features several promotional blocks:

- Search and booking of flights:** A banner with an airplane image and a 'Поиск' button.
- Search and booking of hotels worldwide:** A banner with a 'HOTEL' sign and a 'Поиск' button.
- GE Money Bank advertisement:** A central banner for GE Money Bank offering a credit rate of 14.9% from the JIM Bank.
- Search and booking of tours:** A banner with a beach scene and a 'Поиск' button.
- Rent and car rental worldwide:** A banner with a car image and a 'Поиск' button.

Two vertical banners on the left and right sides of the page feature the 'DRAGON OPTIONS' logo and the text 'Выбирайте call или Put' and 'Получайте до 75%'. A pink box at the bottom center contains the text 'Пример размещения баннеров на сайте' with arrows pointing to the various banners.

Основные каналы интернет-маркетинга.

Тизерная реклама распространяется по отдельным каналам.

Отличается она тем, что показывает тизер — объявление с явно провокационным характером.

→ Примеры тизерной рекламы



Сделайте зубы
длиннее,
успешнее!

Положение по-
Пигмалиски
ослабит
простотой всех
врачей!

О чем молот
рассказать, дата
и время
рождения?

Простые
упражнения для
увеличения груди
от Веры
Брежневой!



Часы Vacheron
Constantin!
Высший
дороже, чем
стоит!
распродажа
швейцарской ...



Мои платья с
калошником. Та
сейчас модно в
Калифорнии!
Не раздумывай,
покупай Пана!



Как держать
КЛИНАКС под
контролем! Без
дорогих
препаратов!
Выборы
НЕКОММУНИКАЦИИ в
домашних ...



В этом платье Е
станете 100%
Богиней!
Нажал на фото,
сможете ...



Даже зная ВСЕМ
страждущим
сахарным диабетом!



Арми-Фрэнк с
карамельной начинкой



Чай Миллера!



Кулинарные шедевры
за 5 минут!

Основные каналы интернет-маркетинга.

SEO (Search Engine Optimization), поисковая оптимизация — это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах органической выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам.



Веб-сайт (от англ. «web-site», то есть «место в Сети») — это совокупность веб-страниц, на которых расположен определённый контент (информационное содержание).



SMM

СОЦИАЛЬНЫЙ МЕДИА МАРКЕТИНГ



Задание

Определите, в какой социальной сети вы, скорее всего, встретите указанную аудиторию (Facebook, «ВКонтакте», Instagram и т.д.) и почему:

- 1) домохозяйки среднего достатка,**
- 2) студенты,**
- 3) молодые мамы,**
- 4) офисные работники средних лет,**
- 5) владельцы собственного бизнеса,**
- 6) любители ночных клубов,**
- 7) интересующиеся фотографией,**
- 8) любители комиксов,**
- 9) программисты.**



Выбор социальной сети

Популярные социальные сети



- **VK** (подростки от 13 до 20 лет)

VK подойдет для рекламы услуг или продукции для подростков.



Instagram

- **Instagram** (преобладает женская аудитория, но сеть также популярна среди подростков, хотя с каждым годом увеличивается и мужская аудитория)

Instagram подойдет для рекламы услуг и продуктов для женщин (одежда, салоны красоты, детские вещи и т.)



- **Facebook** (люди от 25 и выше, в основном работающие, имеющие стабильный доход)

FB подойдет для рекламы любых товаров и услуг для людей от 25 и старше



Методы продвижения товаров и услуг

- **Персональный аккаунт/Self- brand пример: @nusr_et**
Реклама самого себя, личности, род занятия, работа над собой, реклама имени, активность в соц сетях. Привлекая внимание к себе как к личности бизнесмен таким образом аккуратно продвигает свои товары и услуги.
- **Бизнес-страница. Пример: @synergykazakhstan**
Бизнес-аккаунт (салона красоты / магазина / студии / интернет-магазина и т. д.) предлагает свою продукцию / услуги, рассказывает об их преимуществах, знакомит своих подписчиков со СКИДКАМИ И АКЦИЯМИ, выставляет интересные работы, делает экспертные оценки в сфере, где он работает
- **Группа. пример: qazaqstan_eli**
Группы посвящаются общей тематике, интересной для потенциальных клиентов любого или узконаправленного бизнеса. Зависит от группы, может быть по тематике узкой аудитории, также общей, просто новости, жизнь города, или всей страны.

КАК ПИСАТЬ «ПРОДАЮЩИЕ» ПОСТЫ

• Копирайтинг

Что такое копирайтинг? (англ. copywriting где copy — текстовый материал, + write — писать) — написание текстов презентационного и рекламного характера. Это тексты, которые стимулируют рост продаж или популяризуют товар, компанию, услугу, человека или идею.

Text.ru сайт где вы можете проверить ваш текст на уникальность. Таким образом ваш текст не будет возможно дублироваться, и будет достаточно уникальным и популярным, поисковики будут с легкостью находить ваши текста по тегам, фразам и словам из вашего текста.

Задание. Посмотрите пример «продающего поста» ниже. Выделите в нем все компоненты, посмотрите, как каждый из них отвечает своим целям.

- привлекающий заголовок***
- описание товара, услуги***
- временные ограничения***
- побуждения к действию***
- контакты***
- хэштеги***



Публикации



oqico_upgradeenglish
Astana, Kazakhstan



Публикации

oqico_upgradeenglish Отучились в школе, получали пятерки, но так и можете разговаривать на английском?!

Мы приглашаем Вас на наши курсы, чтобы исправить это. Чтобы научить Вас разговаривать на английском языке, общаться на любые темы и свободно применять свои навыки в необходимых сферах.

Вы можете спросить, а чем мы лучше других языковых курсов?! Мы не лучше и не хуже. Мы просто работаем по своей собственной методике, разработанной на основе 7-летнего опыта наших инструкторов, результатах и ошибках наших студентов, на трендах и изменениях в практическом применении английского языка.

Мы не используем учебники и ведём уроки как школе. Ситуации, где вам придётся применять английский вряд ли будут похожи на задания из книжек. Поэтому мы работаем по принципу ситуационного английского. Но не забывая о грамматике в понятийном смысле.

Хочешь попробовать как это? Записывайся на бесплатный пробный урок и посмотри насколько это подходит тебе 😊 также подписывайтесь на нашу страничку и читайте полезные посты о применении английского!

Мы работаем индивидуально, в группах и теперь ОНЛАЙН! Учим разговорному английскому, бизнес, академическому и контрактному английскому, а также ведём подготовку к тестам IELTS и TOEFL 😊

#oqico #english #education #astana #kazakhstan
#курсыанглийскогоязыка #английскийязык
#курсыразговорногоанглийского #курсыказахского
#курсыразговорногоказахского #курсыастана
#астанакурсы #английскийонлайн



- РАБОТА С НЕГАТИВОМ

- ТАРГЕТИНГОВАЯ РЕКЛАМА

- **Работа с негативом**

Максимальная обратная связь с клиентами и потенциальными клиентами. Нужно держать руку на пульсе, постоянно читать комментарии, отвечать во время на сообщения в личку. Отрабатывать любой конфликт, спор, недовольства, негативный коммент.

- **ТАРГЕТ**

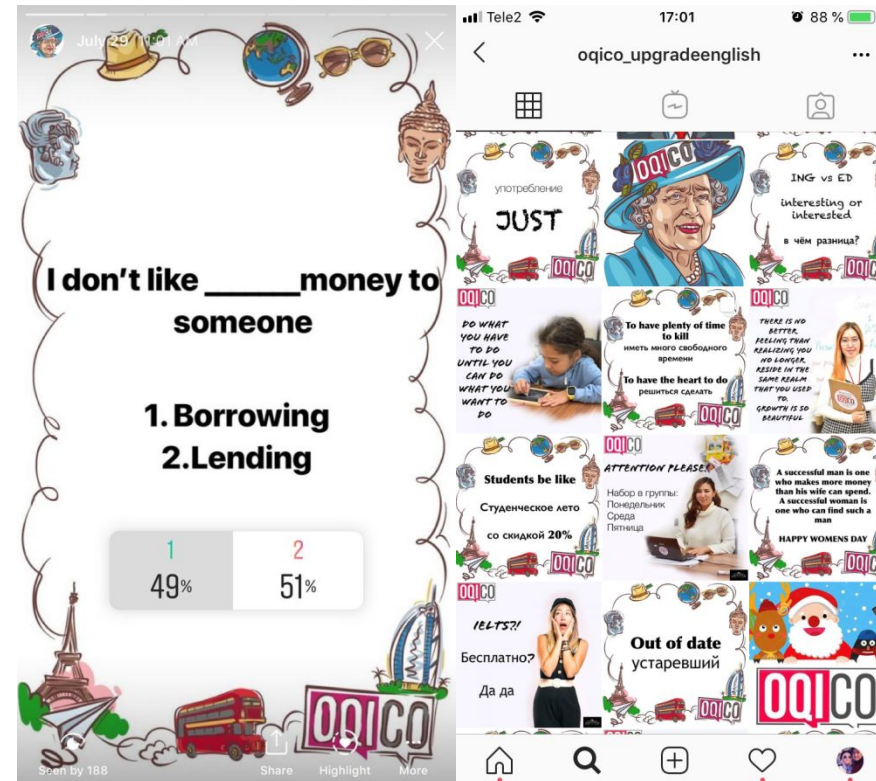
Таргетинговая реклама помогает дать увидеть объявление пользователям, входящим в список потенциальных клиентов бизнеса. Эта услуга платная – вся оплата поступает на счет самой социальной сети. Существует 2 настройки, если это инстаграмм, в самом инстаграмм более простая и интуитивно понятная, и через фейсбук, более сложная, но в то же время обширная, со многими настройками, тегами, ЦА, монетизация и многое другое.

МЕДИА-ПЛАН

Эффективное ведение бизнеса в соц. сетях подразумевает написание медиаплана (плана постов, которые будут публиковаться).

ТЕМЫ:

1. Обзор продукта
2. Сравнение продуктов
3. Текст продукта
4. Примеры использования продукта
5. Новости компании
6. Персоны компании
7. Факты о компании
8. Кейсы
9. Акции, розыгрыши, скидки
10. Обзор трендов
11. Юмор
12. Сторис
13. Прямые трансляции
14. Опросы



ПЕРИОДИЧНОСТЬ ПОСТОВ

- *Посты необходимо публиковать ежедневно, но не более 2-х раз в день. Время публикации – период наибольшей активности в социальных сетях потенциальных клиентов.*

Школа OQISO публикует посты три раза в неделю. Посты готовятся и загружаются заранее в понедельник. Сториз с интерактивными заданиями и опросниками выкладываются каждый день с утра, таким образом пользователи могут проявить активность на странице что повышает шанс школы появиться у них первыми в ленте и сториз.

