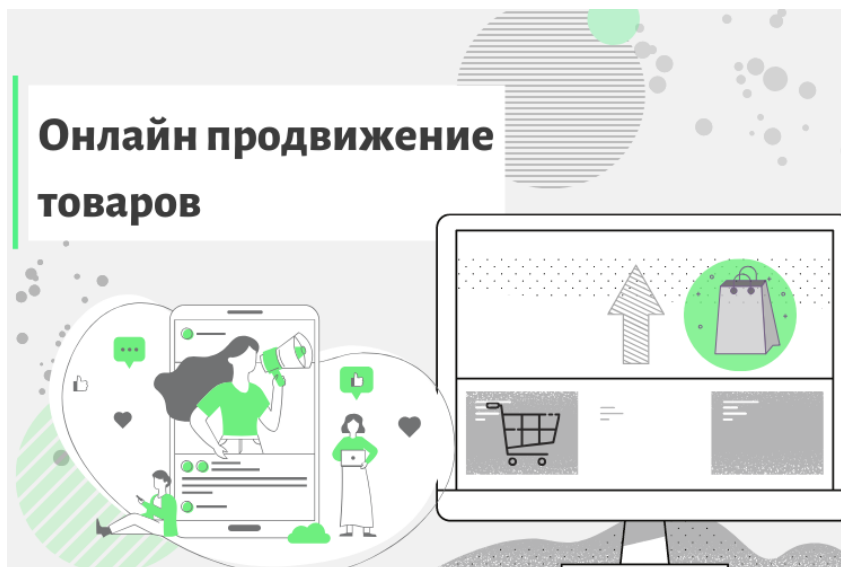


Онлайн продвижение товаров

Многие предприниматели (производители и ритейлеры), реализующие свою продукцию онлайн, ошибочно считают, что продвижение продукта в интернете — это легкая задача, и специалист тут не требуется. «Я же рекламирую товар в блоге», «У меня же есть рассылка!», «У моей фирмы свой паблик в ВК». А затем искреннее удивление: продажи не растут, новые покупатели не приходят. Все просто: единственного способа раскрутки всегда недостаточно!



Набор инструментов

Простейшая аналогия: владелец смартфона, использующий его лишь для звонков и отправки сообщений, упускает море возможностей — ведь у смартфона множество других функций. Почему же предприниматели «звонят и шлют сообщения», используя один-два канала для раскрутки, если можно использовать все возможные или хотя бы все оптимальные для конкретного продукта?

Способы продвижения товара в интернете:

1. Реклама — ход очевидный, но при использовании только ее продажи если и увеличатся, то незначительно. Стандартная реакция юзеров на рекламу — раздражение, особенно если она лезет в глаза и мешает просмотру контента. Как правило, средний юзер умеет пользоваться программами для ее блокировки.
2. E-mail маркетинг — почтовые рассылки. Работают эффективно в одном случае: если они полезны юзеру (сообщают об акциях, скидках, конкурсах, подарках, информируют о новинках в интересующем его сегменте, напоминают о незакрытом заказе в интернет-магазине). Если рассылки замусоривают ящик, юзер просто отписывается от них — клиент потерян.

3. SMM-продвижение — инструмент массовый и доступный предпринимателю даже при отсутствии бюджета на пиар-кампанию. Разместить емкую, яркую рекламу во всех возможных соцсетях и там же наладить обратную связь с реальными и потенциальными клиентами — отличный вариант раскрутки продукции и формирования таргет-аудитории для конкретных товаров.
4. SEO-оптимизация — работа над «известностью» сайта для поисковых систем (создается семантическое ядро, подбираются и анализируются нужные ключи, привлекающие пользователей на сайт, создаются ссылки, улучшается архитектура сайта).
5. SERM — управление репутацией и создание положительного образа бренда, компании, продукции в сети путем влияния на поисковую выдачу.

Также к инструментам маркетинга относятся использование партнерских программ, реферальный маркетинг, сотрудничество с блогерами, размещение прямых эфиров и рекламных роликов на площадках, позволяющих размещать видео-контент (Instagram, Youtube).

Онлайн продвижение товаров: секрет успеха

Успешное продвижение продукции через интернет возможно, лишь когда способы используются комплексно (пусть и выборочно — не для всякого продукта подходят они все). Стратегия интернет-маркетинга создается для каждого конкретного товара или их линии и предполагает:

- анализ рынка и изучение целевой аудитории продукции;
- выбор оптимальных инструментов маркетинга;
- рекомендации по наиболее эффективному использованию каждого из них и формирование воронки продаж;
- анализ результатов и дальнейшее планирование исходя из эффективности/неэффективности примененного комплекса способов продвижения.

Не секрет, что у самих предпринимателей чаще всего просто нет времени на составление и реализацию такой объемной стратегии. Разумным решением станет привлечение к этой задаче интернет-маркетолога.

Узнайте о возможностях интернет-маркетинга в вашей сфере

Воронка продаж: как это работает

Воронка продаж играет важнейшую роль: заставляет клиента от клика перейти к лиду, от лида — к покупке, то есть наращивает объем продаж вашей продукции. Профессиональный интернет-маркетолог умеет работать с каждым ее уровнем — он поможет вам:

- создать уникальное торговое предложение;
- привлечь холодные контакты с помощью инструментов интернет-маркетинга;
- привлечь интерес потребителя к продукту (иначе потенциальный покупатель покинет воронку);
- предупредить возражения;
- добиться совершения сделки;
- проанализировать каждый этап и добиться роста конверсии.

Сколько стоят услуги интернет-маркетолога

Итоговая стоимость услуг интернет-маркетолога складывается из двух составляющих: стоимость всего комплекса проделанных работ и, собственно, их результат. Если по результатам работы специалиста появились нужные маркетинговые показатели и достигнуты ваши бизнес-цели — стоит задуматься о дальнейшем сотрудничестве.

Итак, продвижение товара в интернете — комплексная, сложная, требующая времени и значительных усилий задача для профессионала. Обратитесь к интернет-маркетологу — не экономьте на специалисте, и ваши доходы вырастут!

Об авторе



- Интернет-маркетолог / E-commerce эксперт
- Консультант в ЦРПП при правительстве Санкт-Петербурга
- Внешний эксперт по онлайн программам в АО «Корпорация Развития»
- Преподаватель курсов и индивидуальных программ по онлайн маркетингу
- E-commerce бизнес-тренер в федеральных и международных компаниях
- Опыт работы более 12 лет, 70+ российских и иностранных проектов
- Сертифицированный специалист по многим направлениям
- Автор статей для ведущих бизнес изданий

[Подробнее об авторе](#)

[Портфолио](#)

Закажите бесплатную [консультацию](#)

и узнайте, как продвигать ваш бизнес эффективнее.