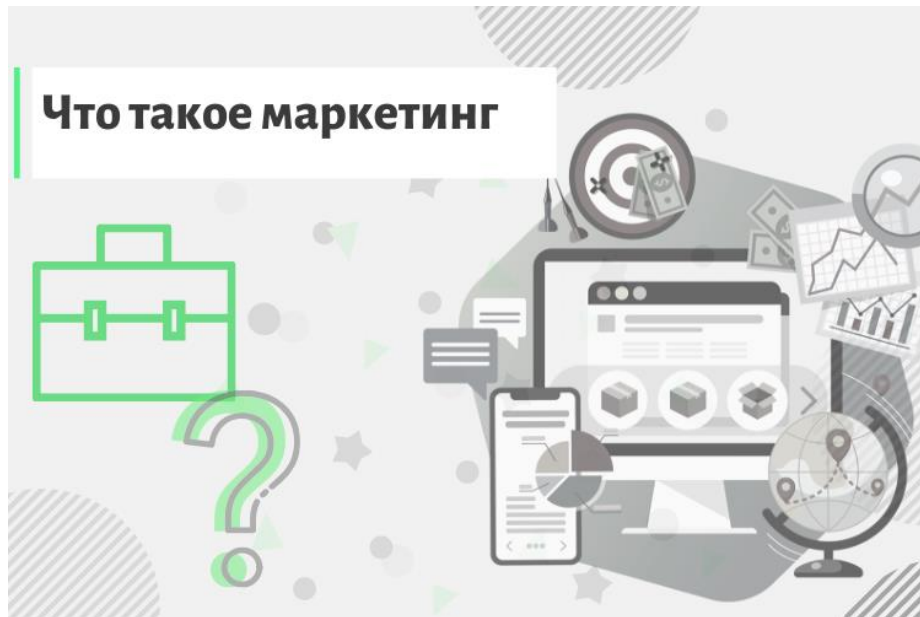


Основные инструменты интернет маркетинга

Бесполезно отрицать, что интернет плотно влился в жизнь каждого современного человека. Какой бы сайт мы бы не посетители, везде присутствует реклама в виде изображений или ссылок. Нынешняя реальность такова, что только используя основные инструменты интернет маркетинга возможно эффективное продвижение бизнеса на онлайн-пространстве.



12 инструментов продвижения в сети

Интернет-маркетинг обладает рядом преимуществ, перед оффлайн-маркетингом, в частности, возможность точно измерить, куда уходят деньги. При правильной аналитике, владелец сайта получит огромный пласт информации – что покупают клиенты, когда, их возраст, пол, какое рекламное объявление сработало, а какое нет.

Контент-маркетинг

Это один из лучших инструментов интернет маркетинга, позволяющий создавать и размещать только ту информацию, которая будет интересна потенциальному клиенту. То есть, в первую очередь, акцент нужно делать не на продажи (даже если это главная цель), а на полезность. Плюсы инструмента, следующие:

- Повышает узнаваемость бренда и экспертность, эффективнее работает в узконаправленной теме.
- Нет ощущения рекламы, что вызывает лояльное отношение, а не раздражение.
- Если контент действительно уникальный, есть шанс взлететь в поисковой выдаче.

Следует учитывать, что реализация контент-маркетинга возможна только при координированной работе команды профессионалов – копирайтеров, SEO-оптимизаторов, редакторов и т.д.

Контекстная реклама

Данный инструмент продвижения в интернете уже не так эффективен, как 10 лет назад, но всё ещё остаётся востребованным. Реклама появляется при введении поискового запроса в Яндекс или Гугл с пометкой «реклама» в верхней части списка. Особенности данного инструмента являются:

- Возможность привлечения целевой аудитории.
- Нет необходимости в SEO-оптимизации сайта, достаточно чтобы он был открыт для пользователей.
- Широкие возможности для сбора аналитических данных.
- Возможность быстро найти клиентов.

Настройка контекстной рекламы предполагает сбор информации о целевой аудитории. Необходимо знать их возрастной диапазон, предпочтения, увлечения, учитывать геолокацию. Неправильно настроенная реклама практически полностью нивелирует возможный эффект.

Медийная реклама

Это стандартные баннеры разных размеров и форматов, размещённых на сайте. Могут быть в виде статичной картинки, либо короткого ролика. Медийная реклама один из самых старых онлайн инструментов продвижения, который также теряет в эффективности, но всё ещё может быть полезен.

Баннеры на сайте не показывают хорошие результаты CTR (кликабельности), однако неплохо влияют на узнаваемость бренда. Также медийная реклама способна захватить большое число пользователей, что увеличивает шанс получить случайного клиента.

Вирусный маркетинг

Это один из популярных видов интернет-рекламы, предполагает распространение информации от пользователя к пользователю. Это может быть аудиозапись, видеоролик, статья, приложение и т.д. Задача вирусного маркетинга – рассмешить, напугать, удивить, заинтересовать пользователя так, чтобы он захотел поделиться впечатлениями с другими людьми.

Плюсы вирусного маркетинга очевидны:

- Возможность завоевать лояльность аудитории, люди любят делиться контентом, который вызывает эмоции.

- При условии высокого качества вирусного контента, он расходуется в сети практически моментально.
- Повышение доверия к товару, бренду или услуге, что положительно влияет на продажи.

Вирусный контент создать нелегко, требуются навыки и знание целевой аудитории. Единственный недостаток вирусного маркетинга – недолговременный эффект.

Видео-маркетинг

Данный инструмент продвижения интернет-магазина направлен на создание и распространение видеоконтента. Нужно снимать видео на такую тематику, которая может заинтересовать целевую аудиторию. Далее ролик выкладывается на любую площадку, например Youtube и выводится в ТОП. Если получится генерировать высокий трафик, можно дополнительно зарабатывать на рекламе.

Преимущества:

- Современное техническое оснащение и специальные приложения позволяют без особых навыков создавать качественный видеоконтент.
- Короткие ролики снимать не сложно, а именно такие и любят пользователи.
- В узкой нише может быть мало конкурентов.

Один ролик, даже качественный, не даст нужного эффекта. Необходима постоянная работа в данном направлении, регулярный выпуск нового контента.

CPA-маркетинг

CPA-маркетинг или «плата за целевое действие» — это действие пользователя (не бота), за которое вы платите. Это более эффективный метод, нежели чем плата за переход, просмотр или лайк. CPA-сеть получает фиксированную плату за совершённую продажу. Специалистов, которые занимаются подобной деятельностью, называют «Арбитражниками». Опытный арбитражник может обеспечить стабильные 150-200 лидов в день.

Инфлюеренс-маркетинг

Это реклама своего бренда через других блогеров, популярных и не очень. Стоимость и эффективность данного инструмента интернет маркетинга зависит от количества подписчиков и тематики (блог должен быть схожей тематики с рекламируемым товаром или услугой).

Email-маркетинг

Предполагает написание Email под постом или статьей с предложением подписаться на рассылку для получения большей информации. Есть несколько сервисов, позволяющих делать почтовую рассылку – SendPuls, MailiGen и некоторые другие. Основных преимуществ у Email-маркетинга два:

- Возможность создавать несколько групп для почтовых рассылок под конкретную аудиторию.
- Инструмент можно наладить таким образом, что он будет полностью автоматизирован.

Тизерная реклама

Это всё тот-же рекламный баннер, в текстовый или видеоконтент которого заключена интрига. Цель рекламного сообщения – побудить пользователя кликнуть по картинке и перейти на сайт. Тизеры цепляют аудиторию провокационным заголовком и шокирующим изображением.

Тизерная реклама была разработана в прошлом веке, но всё ещё помогает нарастить клиентскую базу, проанализировать лояльность аудитории к новому продукту или услуге, генерировать трафик на отдельные страницы. Некоторыми такая реклама воспринимается как агрессивная, поэтому с тизерами нужно быть аккуратней.

Ретаргентинг

Данный инструмент интернет-маркетинга нацелен не на привлечение, а на удержание пользователей, которые уже взаимодействуют с сайтом. Ретаргентинг предполагает повторный показ рекламы наиболее активной аудитории, которая уже совершила покупку или воспользовалась услугой.

Реклама в социальных сетях

Один из самых полезных инструментов интернет маркетинга в списке, особенно если целевая аудитория состоит преимущественно из молодых людей. Аккаунты в Instagram, VK, Facebook, Twitter открывают практически безграничные возможности для привлечения новых пользователей, но только при условии их правильной раскрутки.

На развитие профиля в социальной сети придётся выделить значительный бюджет и быть готовым, что результат придёт не сразу. Зато в результате можно рассчитывать на интерактивную, активную и лояльную публику.

SEO поисковое продвижение

SEO – это комплекс работ, направленных на повышение позиций сайта в поисковой выдаче Google и Yandex. Это масштабная работа, которая не может быть проведена без знаний алгоритмов и последних тенденций. Поисковое продвижение предполагает проведение технических работ на сайте, составление семантического ядра, разработку контент-плана и стратегии продвижения. Только профессиональный маркетолог разбирается в данных вопросах.

SEO-продвижение не единоразовая акция, а длительное и затратное мероприятие. Будьте готовы к ежемесячным вливаниям на создание SEO-оптимизированного контента и закупку ссылок. Этот пункт является самым важным для бизнеса, в котором делается акцент на продажи с сайта.

Вместо заключения

Только понимание основных инструментов интернет маркетинга позволит дать толчок к развитию бизнеса в «онлайн». Чтобы создать автономную систему привлечения клиентов, необходимо использовать всё в комплексе. Например, видео и аудио контент эффективен в социальных сетях, тизерная и медийная реклама – на сайтах. Внедрение Email-маркетинга помогает сформировать окончательную базу клиентов, а вирусный маркетинг и ретаргетинг – удержать её и завоевать доверие.

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.