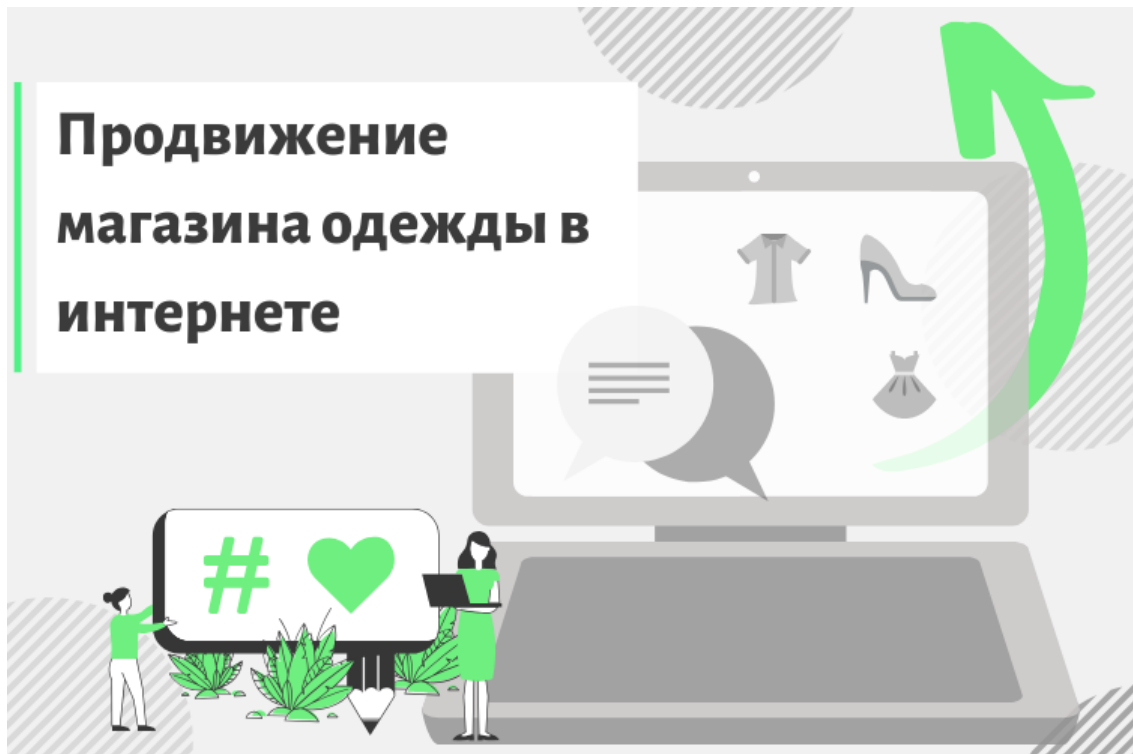


## Продвижение магазина одежды в интернете

Продвижение магазина одежды в интернете – это комплексная работа, которая подразумевает грамотное решение специфических задач. Раскрутка торговой площадки направлена на повышение таких параметров как узнаваемость, репутация, популярность компании. При разработке и реализации стратегии продвижения важно учитывать особенности современного бизнеса и другие факторы, влияющие на эффективность работы и качество её результата.



### Типы торговых площадок

Приступая к раскрутке магазина одежды в интернете, необходимо правильно оценить его сущность и структуру. Соответствующие ресурсы имеют достаточно узкую специализацию и реализуют товары, которые разделяются на следующие категории:

- спецодежда (рабочие комбинезоны и костюмы, перчатки, специальная обувь, халаты, прочее);
- одежда для детей;
- одежда для взрослых;

Кроме того, существуют интернет площадки, реализующие исключительно одежду для домашних животных. Продвижение магазина должно осуществляться с учётом его специализации. При этом принимается во внимание тип реализуемого товара. Рекламируемый сайт может продавать разную одежду либо определённую категорию данной продукции (вязаная, стоковая, трикотажная, фирменная одежда, вещи больших размеров, только верхняя одежда либо нижнее бельё, одежда под заказ).

Практически любая торговая площадка может продавать свою продукцию в розницу либо оптом. Иногда магазины совмещают вышеупомянутые варианты продаж. Поэтому раскрутка интернет магазина одежды должна проводиться с учётом специфики и особенностей рынка сбыта и специализации компании.

## Как осуществляется продвижение и с чем предстоит работать?

Продвижение интернет магазина женской одежды или других подобных товаров начинается с создания соответствующего сайта. При этом следует разработать маркетинговый план раскрутки торговой площадки, который будет включать в себя специфические инструменты и каналы коммуникаций:

- оптимизация ресурса с составлением семантического ядра, созданием специфического контента, другими операциями;
- контекстная реклама;
- скрытый, вирусный, статейный маркетинг;
- управление репутацией в интернете;
- SMM, а также PR-продвижение.

При разработке успешной маркетинговой стратегии важно правильно подобрать контент. Он должен быть максимально эффективным и содержательным. Также нужно позаботиться о наличии интерактивной поддержки клиентов непосредственной на сайте. Помимо этого следует добавить на сайт фотографии товаров.

Важно предоставить потенциальным покупателям гарантии качества продукции и возврата денег. Отличным ходом является демонстрация сертификатов, отзывов, наград и рецензий. Можно предложить целевой аудитории различные бонусы, скидки и акции.

Следует разработать простой, но достаточно яркий и привлекательный дизайн, позаботиться об юзабилити, быстро нарастить трафик, обеспечить удобство использования сайта посетителями. Важно обратить внимание клиентов на конкурентные преимущества торговой площадки и реализуемой продукции (экологическая безопасность, натуральные и гипоаллергенные материалы, модные тренды, прочее).

## Воронка продаж

При раскрутке торговой площадки нужно построить воронку продаж. Соответствующий инструмент позволит анализировать информацию, выявлять сильные и слабые места, устранять возникающие проблемы и недостатки. Показатели, которые получаются в результате проведения аналитических операций, делятся на две категории:

1. **Количественные.** Эти данные показывают количество посетителей, которые приобрели товар на сайте либо ушли с площадки без совершения покупки. Также эти показатели помогают определить, на каких именно этапах клиенты уходят с сайта;
2. **Качественные.** Эти данные позволяют установить причину, по которой потенциальные покупатели покинули торговую площадку. Благодаря качественным показателям легко определить, что именно нужно исправить – логистику, качество сайта, обслуживание. Оценка этих показателей осуществляется по таким критериям как функциональность площадки, уровень сервиса, удобство использования сайта, прочее.

## Стоимость продвижения

Стоимость рекламы интернет магазина одежды рассчитывается на основании различных факторов. Здесь учитывается специализация торговой площадки, регион продвижения, стартовая позиция площадки, а также иные соответствующие моменты. Чтобы определить точную цену продвижения ресурса, необходимо проконсультироваться со специалистом.

Реклама одежды в интернете – это комплекс мероприятий, направленный на повышение узнаваемости, популярности и репутации торговой площадки. Такая работа требует наличия специфических знаний и навыков. Если Вы желаете быстро раскрутить собственный бизнес в сети, обратитесь к опытному маркетологу. Специалист даст необходимые советы, проконсультирует по всем важным вопросам, поможет вывести Ваш сайт на передовые позиции.

## 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.