

БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

Важные советы по эффективному продвижению интернет-магазина

Позиционирование. Контекстная реклама.
Блог и социальные сети.



СТЭЛЛА МАРИУС

12+

Стэлла Мариус

**Важные советы по эффективному
продвижению интернет-магазина**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Мариус С.

Важные советы по эффективному продвижению интернет-магазина
/ С. Мариус — «ЛитРес: Самиздат», 2020

Регулярно пользуясь описанными в данной книге советами и действиями, вы, вне всяких сомнений, будете следовать по пути к успешному развитию вашего собственного интернет-магазина, а все остальное будет зависеть лишь от вашей креативности, сообразительности, упорства, а также усердия.

Содержание

Оптимизация магазина	6
Позиционирование	7
Удержание клиентов	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

В лабиринте разнообразных предложений, конкурентных магазинов нужно планировать маркетинг интернет-магазина таким образом, чтобы выбраться из этого лабиринта, выделиться над конкурентами.

Оптимизация магазина

Самое важное в оптимизации – это то, что роботы Яндекс и Google читают ваш сайт правильно и ожидаемым образом и оценивают его как можно выше. Что должно обязательно присутствовать на вашем сайте:

- название – фактическое, основное, может содержать ключевую фразу;
- description – описание сайта, правильное с точки зрения содержания, грамматики и стиля. Описание сайта или магазина должно содержать ключевые фразы;
- ключевые слова – несколько десятичных слов;
- правильные заголовки, в частности, по крайней мере, h1 и h2. Важно, чтобы заголовок содержал собственное имя, которое влияет на продвижение сайта (это могут быть, например, названия категорий вашего интернет-магазина);
- alt for photos – каждая фотография или рисунок должны иметь свое собственное уникальное описание "title" и "alt";
- прозрачность кода страницы – скрипт магазина или сайта должен быть максимально прозрачным, понятным и «организованным» насколько это возможно.

Выше приведены общие и наиболее важные элементы оптимизации сайта или интернет-магазина.

Позиционирование

Без каких-либо действий позиционирования страница просто не будет видна в поисковой системе. Дело в том, что более 95% людей, использующих интернет, выбирают Яндекс и Google. Потенциальные клиенты, ищущие продукт, который они намерены купить, чаще всего просматривают предложение только с первой страницы поиска, так называемой ТОП-10. Поэтому, если вашего магазина нет в первой десятке результатов поиска Яндекс и Google по данной ключевой фразе, покупатель, маловероятно, что придет именно к вам, потому что он вообще не увидит ваш магазин в лабиринте конкурирующих сайтов. Поэтому позиционирование чрезвычайно важно для видимости вашего магазина в интернете.

Удержание клиентов

Подключив статистику Яндекс Метрика и Google Analytics к веб-сайту, вы имеете возможность собрать много интересных данных. Например, можно проверить показатель отказов. Это значение, измеряемое в процентах, определяющее соотношение посещений главной страницы магазина и отношение ухода с главной страницы без предварительного переключения на любую другую подстраницу. Благодаря Яндекс Метрика и Google Analytics можно проверить, сколько клиентов, какой процент их теряется таким образом. Если он выше 50%, то вы, несомненно, должны принять меры для улучшения этой ситуации. Нужно рассмотреть, почему посетив домашнюю страницу магазина, покупатель не хочет продолжать знакомиться с конкретным предложением, не заинтересован в обзоре товаров, не хочет тратить время на поиск интересующего его товара. В этой ситуации стоит провести «аудит» вашего интернет-магазина.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.