

Сергей Бардин

**Интернет-маркетинг.
Базовые знания**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Бардин С. А.

Интернет-маркетинг. Базовые знания / С. А. Бардин — «ЛитРес: Самиздат», 2020

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) — представляет собой практику использования всех возможных аспектов традиционного классического маркетинга, но в Интернете, целью которого являются продажи продукта либо услуги покупателям, а также управления взаимоотношениями с ними.

Содержание

Маркетинг в социальных сетях	6
Что такое маркетинг в социальных сетях	7
Какой тип цифрового маркетинга подходит для вашего бизнеса	8
7 типов цифрового маркетинга в 2020 году	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Сергей Бардин

Интернет-маркетинг. Базовые знания

В отличие от обычной традиционной рекламы в СМИ (газетах, на телевидении, радио), баннерах, билбордах, а также плакатах, интернет-маркетинг функционирует в режиме онлайн. Digital медиа с каждым годом набирает всё более сильные обороты вытесняя традиционные каналы для продвижения бизнеса. С каждым годом профессии, связанные с digital, становятся всё более востребованными. Практически невозможно представить нашу современную жизнь без поисковиков, социальных сетей, онлайн-заказов такси, еды, авиабилетов и прочего. В нашей книге мы рассмотрим такие вопросы как: Что такое интернет-маркетинг? Какие онлайн инструменты используют интернет-маркетологи? А также многое другое.

Маркетинг в социальных сетях

Маркетинг в социальных сетях – это новая форма онлайн-маркетинга, которая обеспечивает тесную связь продукта, бренда, компании и потребителя путем участия в различных социальных сетях. SMM также может подойти в качестве интерактивной рекламы для компании или целевых групп.

Социальные сети были частью маркетингового комплекса компании на протяжении ряда лет. В зависимости от бизнес-модели и целевой группы каждая компания должна быть активна в подходящих социальных сетях и взаимодействовать с потенциальными клиентами.

Компании могут использовать социальные сети, чтобы влиять на восприятие компании обществом. Маркетинг в социальных сетях можно использовать для обслуживания клиентов и рынка. Эта форма маркетинга также подходит для областей персонала / HR и исследований и разработок. Кроме того, его можно использовать даже для внутренней коммуникации компании. К уже обсужденным инструментам относятся социальные сети и видео-платформы. Сферы применения также включают корпоративные блоги, платформы микроблогов (Twitter), службы определения местоположения и так называемые веб-блоги без ограничений доступа. Веб-блоги, онлайн-журналы, вебинары, видеоуроки и подкасты увеличивают взаимодействие между компанией и потенциальными клиентами. Маркетинг в социальных сетях также улучшает размещение в популярных поисковых системах.

В маркетинге в социальных сетях качество всегда должно быть важнее количества. Это единственный способ обеспечить конструктивную обратную связь от фан-сообщества. Потому что положительные отзывы как известно, являются лучшей рекламой, тогда как критика – оправданная или необоснованная – может с головокружительной скоростью разойтись и вызвать настоящий кризис. Поэтому ваше общение в социальных сетях должно характеризоваться высокой степенью готовности к диалогу. Всегда отвечайте на отзывы дружелюбно и открыто, особенно если у вас есть отрицательные комментарии. Признавайте ошибки и объективно относитесь к несправедливым обвинениям. И еще: воздержитесь от покупки «фейковых фанатов» или «фейковых комментариев». Пользователи интернета быстро замечают, когда что-то фальшивое, а купленные фанаты не имеют никакой ценности, напротив: они могут навредить вашей репутации.

Что такое маркетинг в социальных сетях

Маркетинг в социальных сетях – это термин, используемый в маркетинге и менеджменте. Он описывает стратегии и тактики, с помощью которых организации (например, компании, некоммерческие организации) проводят социальные мероприятия. При этом используют СМИ для достижения целей организации, создают и доводят до сведения информацию заинтересованных сторон. К группам заинтересованных сторон в маркетинге в социальных сетях часто обращаются (потенциальные) клиенты, сотрудники, блоггеры, журналисты или общественность. Такие платформы социальных сетей, как Facebook и Twitter, очень важны для маркетинга в социальных сетях.

Проще говоря, публикуется хороший контент и таким образом привлекаются потенциальные клиенты. Поэтому для вас как маркетолога социальные сети должны быть использованы для привлечения новых клиентов, лояльности клиентов или брендинга (повышения общей осведомленности).

Платформы различаются не только размером и использованием, но особенно структурой пользователей. Нужно знать свою целевую аудиторию, прежде чем выбирать платформу, в которую вы хотите инвестировать свое время.

Использование социальных сетей для маркетинга – идея, с которой постоянно сталкиваются как онлайн, так и офлайн компании. Так какой смысл использовать социальные сети для маркетинга или даже строить на этом весь свой бизнес и, например, стать влиятельным лицом?

Вот несколько важных моментов:

Прежде всего, это большой охват, которого можно достичь с помощью оценок в социальных сетях.

Создается очень сильная лояльность клиентов с помощью социальных сетей.

Вы не должны недооценивать количество времени, которое может стоить вам интенсивно управляемая учетная запись в социальных сетях.

Решение о том, какую платформу использовать, должно зависеть от вашей цели и структуры ваших клиентов.

На каждой платформе есть свой набор правил, без которых нельзя добиться успеха. Так что начните использовать одну платформу, и только когда вы хорошо ее освоите, и ваша учетная запись начнет процветать, можно добавлять следующую.

Какой тип цифрового маркетинга подходит для вашего бизнеса

Цифровой маркетинг стал необходимостью для компаний, которые хотят быть или оставаться конкурентоспособными в выбранной ими области. Тем, кто плохо знаком с цифровым миром, может быть сложно ориентироваться, поскольку существует множество методов цифрового маркетинга. Не говоря уже о каналах, которые вы можете использовать для продвижения своего бизнеса, и о том, что большинство малых предприятий работают с ограниченным бюджетом и просто не могут позволить себе крупные инвестиции в этой области. Вот почему важно думать о «стратегии» и «оптимизации», чтобы привлекать, вовлекать и конвертировать клиентов.

7 типов цифрового маркетинга в 2020 году

Но как узнать, какие виды цифрового маркетинга подходят для вашего бизнеса? Можно упростить задачу и составить список лучших стратегий цифрового маркетинга и информации, которые помогут вам решить, что может быть правильным для вашего бизнеса:

1. Контент-маркетинг

Один из наиболее важных видов цифрового маркетинга, поскольку он является отправной точкой почти для всех других типов цифровых кампаний, которые будет реализовывать ваш бизнес. От электронной почты до управления социальными сетями вам понадобится качественный контент для проведения эффективных кампаний.

Что такое контент-маркетинг? Это процесс создания и распространения контента, который предназначен не только для рекламы. Контент, который вы создаете в своих кампаниях, используется для повышения интереса к вашему предложению и повышения ценности для посетителей вашего сайта. Создаваемый вами контент может иметь множество различных целей. Его можно использовать, чтобы вдохновлять, обучать, убеждать или даже просто развлекать.

Контент – маркетинг применяется не только к письменному контенту, такому как сообщения в блогах, веб-страницы и электронные книги. Контент также может включать видео, сообщения в социальных сетях и даже вебинары. Типы создаваемого вами контента зависят от целей вашей кампании и целевой аудитории.

Почему контент-маркетинг важен

Есть много преимуществ контент-маркетинга для малого бизнеса. Возможно, одним из наиболее важных факторов является окупаемость инвестиций. Контент-маркетинг не только доступен по цене, он также может оказать значительное влияние на ваши кампании по привлечению потенциальных клиентов, обогащению и конверсии.

Хотя затраты на контент-маркетинг на 62% меньше, чем у более традиционных маркетинговых стратегий, они, как правило, генерируют в 3 раза больше потенциальных клиентов. Одна из причин заключается в том, что отличный контент помогает вашему бизнесу улучшить SEO. Чем больше индексируемых страниц с контентом у вас на сайте, тем больше возможностей для охвата и привлечения потенциальных клиентов в поисковых системах. В конечном итоге это привлекает на ваш сайт больше трафика.

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.