

Предложения и стратегии за жени предприемачи



Интернет маркетинг

Изготвено от: Eurosuccess Consulting

юни 2016 г.

Съдържание

Въведение: какво представлява Интернет маркетингът?.....	3
Компоненти на Интернет маркетинга	4
Маркетинг на съдържанието.....	5
Маркетинг в социалните медии.....	6
SEO	11
Уеб дизайн	14
Обобщение на модула.....	18
Упражнения	19
Източници	Errore. Il segnalibro non è definito.

Въведение: какво представлява Интернет маркетингът?

Интернет маркетингът или както често се нарича, онлайн маркетинг или дигитален маркетинг, се отнася до рекламни и маркетингови дейности, които използват стимулиране на директни продажби чрез електронна търговия, в допълнение към продажбите от сайтове и мейли.

Има редица разлики между традиционния и онлайн маркетинга, които са подробно изброени по-долу.

Традиционен маркетинг	Интернет маркетинг
Трудно измерим. Не знаете колко души са прочели рекламата ви и колко са предприели позитивни действия след това.	Измерим е. Знаете колко човека са видели онлайн рекламата, както и колко са купили продукта.
Не е ценово ефективен.	Ценово ефективен е.
Не е толкова добър за изграждане на марката.	Бърз и ефикасен за изграждане на марката.
Донякъде нарушава редовните действия на потребителите, напр. телевизионните реклами прекъсват програмата, която гледате, билбордите отвличат вниманието на шофьорите и др.	Не прекъсва дейности. Потребителите могат да разгледат онлайн реклама, когато им е удобно.
Може да остави въпросите на потребителите без отговор, тъй като напечатването или разказването на пълна	Може да предостави максимум информация относно продукта или услугата, оферти и трансакции.

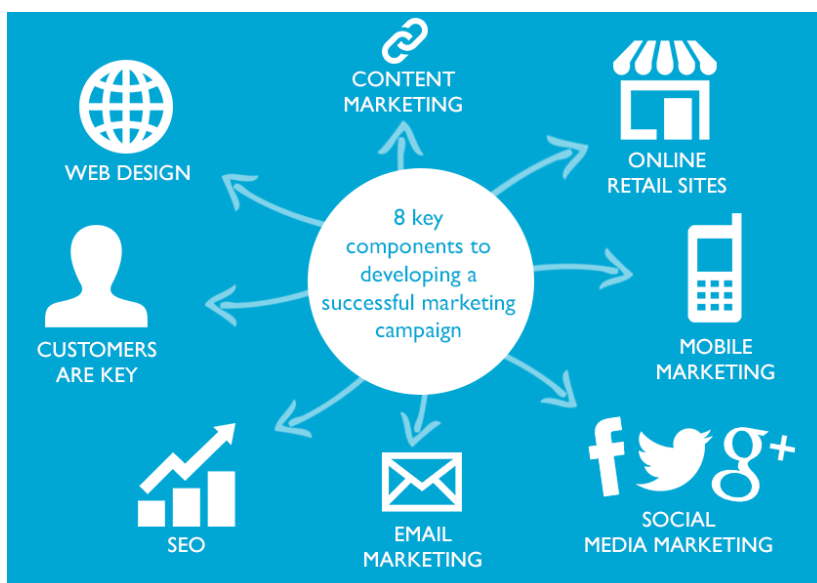
<p>информация за продукта не винаги е възможно.</p>	
---	--

Като се има предвид, че голяма част от целевите клиенти в днешно време прекарват голяма част от времето си онлайн, лесно може да забележим нуждата от онлайн маркетинг спрямо традиционен такъв.

Компоненти на Интернет маркетинга

Онлайн маркетингът може да звучи като нещо просто, но всъщност изисква посвещение, постоянство и много време, за да доведе до успех на компанията. За да има дадена компания успешна маркетингова стратегия, тя трябва ясно да дефинира целевите си клиенти и целите си и добре да разбира пазара. Интернет маркетингът се състои от следните компоненти:

- **Маркетинг на съдържанието**
- Онлайн продажби
- Мобилен маркетинг
- **Маркетинг в социалните медии**
- Имейл маркетинг
- **SEO**
- Клиенти
- **Уеб дизайн**



По-долу ще анализираме четирите най-важни компонента.

Маркетинг на съдържанието

Независимо от сектора, в който развивате бизнес, през последните години маркетингът на съдържанието се развива и се превръща в основен начин за ефективен маркетинг. Това е част от насочената навътре маркетингова стратегия, която като цяло е стратегия, при която осигурявате интересно и качествено съдържание, а клиентите гравитират към бизнеса ви. Първата стъпка е да създадете съдържание, което клиентите ще искат да търсят.

Това е частта от стратегията, която се различава в различните сектори, но има някои типове маркетинг на съдържанието, които функционират във всяка индустрия и ефективно привличат клиенти. Когато генерирате идеи за типа съдържание, което искате да създадете за бизнеса си, поставете се на мястото на клиента и помислете какви теми от дейността ви биха му били интересни. След като сте измислили кои теми искате да обхванете, ще е лесно да изберете средата и формата.

Маркетинговото съдържание има следните формати:

Блогове

Блоговете са уебстраници, създадени от едно или повече лица, които редовно се обновяват. Може да пишете блогове за бизнес промотиране.

Банерите

Банерите представляват дълги платна с лозунг или дизайн. Носят се на демонстрации, процесии, или се окачват на публични места. Има интернет банери, които приличат на физическите.

Интернет форуми

Представляват табла за съобщения в сайтове за онлайн дискусии, в които хората публикуват съобщения и участват в разговори.

Маркетинг в социалните медии

„Социалните медии са не само дейност; представляват инвестиция на ценно време и ресурси. Заобиколете се с хора, които не само ви подкрепят и остават с вас, но и ви информират за начини да направите онлайн присъствието си УДИВИТЕЛНО.“

ШОН ГАРДНЪР

Стратегията за социални медии е повече от Facebook страница или Twitter акаунт. Когато се използват правилно, социалните медии са силен инструмент за ангажиране на клиенти и стимулиране на уеб трафик. Състоянието на социалните медии се разви значително през последните няколко години, тъй като интернет е новият силен инструмент за всички.

Както във всяка маркетингова стратегия, подходът е ясен:

- Идентифицирайте социалните канали, които целевата аудитория използва;
- Преценете посланието – каква информация ще е адекватна за аудиторията в социалните медии?
- Разберете кои социални канали най-добре допълват процеса на оптимизация на сайта ви. Крайната ви цел е създаване на постоянен поток от купувачи.

Неща, които трябва да имате предвид при изпълнение на стратегия за социални медии:

Изберете правилните мрежи

Без Facebook? Няма проблем. Развийте присъствие в социалните мрежи, които най-добре отговарят на клиентската ви база и на марката. Не сте задължени да инвестирате огромна сума във Facebook, когато клиентите ви така или иначе са там.

Не забравяйте, че социалните медии всъщност представляват канал за дистрибуция. За да разпространите информация за марката си, със сигурност се нуждаете от аудитория.

Започнете с клиентите си

За да ви следват хората, трябва да следвате клиентите си. Изберете социалните мрежи, които вашите клиенти вече използват. Ако например имате B2B (business-to-business) организация, участието в дискуссионни групи в LinkedIn е задължително.

Ако имате уебсайт за публикации, задължително трябва да използвате Twitter, тъй като аудиториите постоянно твитват и ре-твитват в този канал.

От друга страна, сайт за електронна търговия може да генерира по-добри резултати във Facebook (*стига клиентската база да не е активна в Twitter*). Наистина зависи от предпочитанията на клиентите ви, начина им на използване на интернет, навичките и демографските аспекти. Woot.com например си заслужава да използва Twitter, защото специализира в областта на дневни сделки.

Инвестирайте в изграждането на общност

Онлайн общностите добавят стойност под формата на изложение и дистрибуция. Част от феновете и последователите ви могат да станат клиенти. Когато инвестирате в изграждане на общност, която да ви следва в социалните медии, вие инвестирате в дистрибуция.

Фокусирайте се върху изграждане на база от фенове, като поканите аудиторията си да ви следва, за да прочете останалата част от съдържанието.

Подобно на имейл маркетинга, важно е да изградите последователите си органично. Когато аудиториите изберат да станат фенове, има по-голяма вероятност да се ангажират дългосрочно с марката ви.

Проявявайте уважение при набирането на фенове и последователи. Някои хора просто нямат желание. Уверете се, че има възможност за отказ. Включете линк „Не, благодаря“.

Трябва да направите така, че след като веднъж са видели поканата ви, потребителите повече не я виждат.

Тази стратегия може да ви помогне да удвоите последователите си в социалните мрежи – които могат да бъдат 30 до 40% от общия ви уеб трафик.

Идеално планиране на времето на изпращане на съобщения

Очевидно е, че Facebook пост в 2 сутринта няма да бъде видян от много хора. Важно е обаче да обърнете внимание на нюансите на времето на публикуване на постовете ви. Използвайте инструменти за социални медии от Simply Measured, за да публикувате в Twitter и Facebook в правилния момент. Ето как изглеждат някои от известията:



Осигурете добро съдържание

Социалните медии и маркетинговото съдържание вървят ръка за ръка. Когато хората разглеждат Facebook и Twitter, те невинаги са в настроение за покупка. Искат да са социални, да следят приятелите си, да се свържат със семейството, да разглеждат снимки и да си почиват.

Колкото и да ви се иска да продавате, съдържанието ви не бива да е насочено само към това. Идеята е вместо това да изградите отношения с аудиторията си. Накарайте хората да се смеят. Уловете интереса ми. Бъдете марка, която е и приятел. Споделяйте съдържание, а не продукти. Помнете, че хората са емоционални и искат да бъдат забавлявани.

Промотирайте чуждо съдържание. Използвайте съдържание от общността и споделяйте важни неща със своите приятели и последователи. Може да споделяте интересни материали от предприемачи и бизнес лидери.

Уловете вниманието с изображения

Хората не искат да четат текстове. Те искат лесни за забелязване, привличащи вниманието изображения. Бъдете креативни и не се страхувайте да бъдете смешни – дори и нещата да не са напълно свързани с марката ви. Просто недейте да бъдете скучни.

Допълнителни съвети:

- Изберете социални канали, които отговарят на аудиторията ви.
- Не се чувствайте задължени да стартирате профили в социалните мрежи, които не отговарят на марката ви.
- Следете резултатите си, за да може да правите оптимизации и постоянно да подобрявате представянето си.
- Следете данни за споделяне, ангажираност, създаване на нови клиенти и разходи.



- Споделенията на постове и ретуитването са изключително ценни, защото генерират безплатно представяне на компанията.
- Насърчавайте потребителите да споделят съдържанието, като използвате (и тествате) инструменти за социално споделяне.
- Бъдете възможно най-визуални. Хората не обичат да четат големи отрязъци текст.
- Помнете, че хората в социалните медии не винаги са в настроение за пазаруване. Искат да са социални, да следят приятелите си, да се свържат със семейството, да разглеждат снимки и да откриват забавни материали.
- Интегрирайте стратегията си за социална медия с програмата за съдържание на марката. Съдържанието стимулира трафик.
- Слушайте толкова, колкото и говорите. Използвайте социалните медии, за да опознаете клиентската си база.

SEO

Стратегия за оптимизация за търсачки (SEO)

Оптимизацията за търсачки (SEO) е практиката на подобряване и промотиране на даден сайт с цел увеличаване на броя посетители, препратени от търсачки (напр. Google, Bing и др.)

Тази област съществува от началото на интернет, а целта винаги е една и съща – възможно най-висока позиция сред резултатите при търсене (*SERPs*). Както вероятно предполагате, конкуренцията в тази област е огромна, като все повече компании осъзнават колко важно е да се наредят по-напред за определени ключови думи.

Най-важно е преживяването за потребителя.

SEO е практиката на подобряване и промотиране на уебсайт с цел увеличаване на броя посетители на сайта, насочени от търсачки. Има много аспекти на SEO, от думите на страницата ви до начина, по който други сайтове се свързват с вашия в интернет. Понякога SEO е просто въпрос за структуриране на сайта по начин, който търсачката разбира.

Може да звучи нелогично, но фокусирането върху SEO изисква повече от анализиране на технологията на търсачката.

Търсачките са създадени, за да свързват хората с ценна информация – веднага, когато поискат. Качеството и адекватността са от водещо значение, а целта на Google е да гарантира, че възможно най-добрите сайтове са тези, които излизат на първите места. Именно затова постоянно използваме платформи като Google и Bing — защото им се доверяваме.

SEO СЕ РЪКОВОДИ ОТ КЛЮЧОВИ ДУМИ

Предполагаме, че вече знаете това, но сега е добър момент да ви напомним следните важни подробности:

SEO се базира изцяло на ключови думи.

Помислете за това от гледна точка на потребителя. Ценното в търсачките е, че ни позволяват да откриваме информация на базата на думи, кратки фрази или изречения.

WEBMASTER TOOLS

Както Google, така и Bing имат платформи Webmaster Tools. Както споменахме по-рано, това е ресурс, който ви помага да видите как търсачките разчитат сайта ви. Направете си профили в Google и Bing. Не забравяйте, че Webmaster Tools е необходимост, за да се индексира сайтът ви на по-предна позиция.

WEBMASTER TOOLS ще помогне:

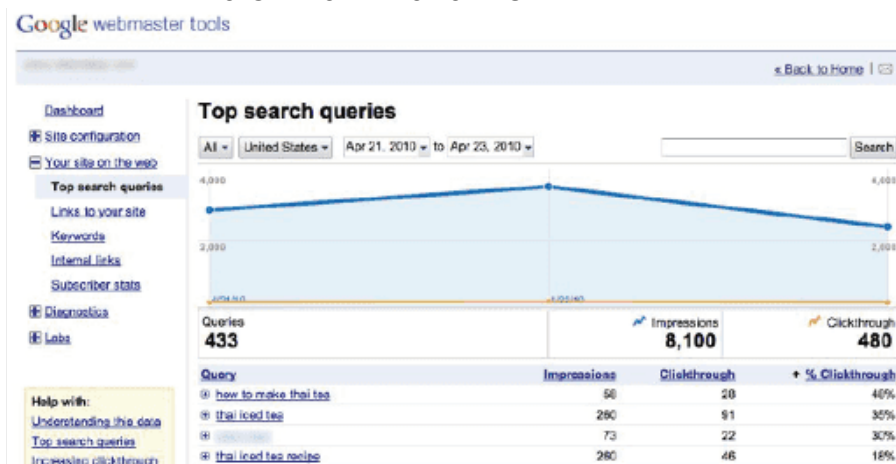
- Като казва на търсачките да индексират сайта ви
- Да оценявате външните си линкове
- Да виждате препратки към сайта
- Да диагностицирате и елиминирате проблеми
- Да комуникирате с екипа по качество на Google Search
- Да виждате ключовите думи, които носят трафик към сайта ви
- Да идентифицирате грешки, които повлияват на появата ви в резултатите от търсенето



Google
Webmaster Tools

Site Dashboard

- Site Messages
- Search Appearance **i**
 - Structured Data
 - Data Highlighter
 - HTML Improvements
 - Siteinks
- Search Traffic
 - Search Queries
 - Links to Your Site
 - Internal Links
 - Manual Actions
- Google Index
 - Index Status
 - Content Keywords
 - Remove URLs
- Crawl
 - Crawl Errors
 - Crawl Stats
 - Fetch as Google
 - Blocked URLs
 - Sitemaps
 - URL Parameters



Основни съвети

- SEO винаги трябва да се хармонизира с преживяването на потребителя. Не се поддавайте на изкушението да се занимавате с каквото и да е, което ви изглежда подозрително. Ако ви звучи прекалено добре, за да е истина, вероятно е.
- Приоритизирайте Bing в допълнение към Google. SEO общността дискутира много Google, но Bing все още има значителен пазарен дял.
- Фокусирайте се върху техническите компоненти на SEO в допълнение към стратегическите компоненти. Мислете за SEO като стратегия за предоставяне на информация на търсачките. Правите маркетинг за търсачки, за да им кажете, че предоставяте най-висококачествените ресурси за дадени ключови думи. Търсачките харесват това.
- Маркетингът на съдържанието прави чудеса за SEO на компанията. Създавайте инфографики, блог постове и наръчници, с които да впечатлите настоящи и бъдещи клиенти.

- Привличането на трафик е само част от SEO уравнението. Фокусирайте се върху оптимизация на превръщането на посетители в клиенти.
- Използвайте бюджети, за да контролирате разходите си. Не използвайте бюджетите като измерител на ефективността. Ако платените ви реклами са наистина ефективни, не се нуждаете от бюджет.

Уеб дизайн

Един от най-важните аспекти на онлайн маркетинга, който може да е определящ фактор за бизнеса ви, е уеб дизайнът. Уеб дизайнът е подобен процес на създаване, с намерение за представяне на съдържанието на електронните страници, които крайните потребители могат да достъпят с помощта на уеб браузър. Всъщност това е сайтът на компанията ви. Един бизнес уебсайт трябва да притежава следното:

- Трябва да е лесен за използване, за да позволява на посетителите бързо и лесно да намират търсената информация.
- Трябва да е разработен от уеб дизайнер с оглед целта на бизнеса (например, ако бизнесът ви е направа на торти за детски рождени дни, сайтът трябва да е цветен и игрив, но ако имате компания за преводи, трябва да е сериозен с по-ненаситени цветове), лесна навигация, основна информация, която трябва да се включи, и др.
- В сайта си трябва да дефинирате целта на бизнеса, както и целевата аудитория.
- Трябва да бъде креативен, а не скучен, за да привлича постоянни посетители.

Някои допълнителни съвети:

Брандиране

Брандирането е важно за всички бизнеси, както малки, така и големи. Дизайнът и поставянето на логото на марката допринася за цялостното мнение на потребителя. Професионално направеното лого успешно улавя вниманието на клиента и предоставя ясна

представя за уникалния глас на марката. Изберете място на сайта, което се вижда веднага, например горния ляв ъгъл, тъй като имаме навик да разглеждаме сайтове оттам. За да подсилите идентичността на марката си, може да използвате същото лого на опаковката, печатната реклама и работното облекло. Когато един бизнес е последователен в използването на марката си, той осигурява на клиентите интегрирано и запомнящо се преживяване.

Функционалност

Когато мислим за функционалност, има няколко аспекта, които трябва да вземем предвид. Сайтът функционален ли е в буквалния смисъл на думата? Има ли проблем със зареждането или счупени линкове? В допълнение към тези оперативни проблеми е важно да разгледате характеристиките на сайта си от гледна точка на потребителя. Формулярите за контакт, проучвания и обратна връзка на сайта работят ли правилно. Подобен функционален проблем може да накара клиентите да излязат от сайта ви.

Навигация

Ако даден сайт е объркващ и труден за навигация, клиентите ви могат да го затворят и повече да не го отворят. За да увеличите ефективността и привлекателността на навигацията в сайта, направете задълбочено проучване от гледна точка на нов посетител. Отбележете кои навигационни пътеки имат смисъл и кои не. Един начин за подобряване на способността на посетителите лесно да навигират в сайта ви (и да помогнете за индексирането му от търсачките) е да направите схема на сайта. В допълнение, улесняването на навигацията чрез елиминиране на ненужните или слабо представящи се страници може да намали времето за зареждане и да подобри онлайн присъствието на марката.



Активен блог

Блог на сайта помага клиентите да са информирани относно най-новите продукти, събития на компанията, както и относно свързана със сектора информация. Наличието на блог на сайта е чудесен начин да се свържете с тях, особено ако постовете ви насърчават читателите да си взаимодействат с марката. Редовното обновяване на блога информира клиентите за ценностите на марката ви и за желанието за стимулиране на комуникация. Като редовно осигурява читателите със свежо, полезно, ангажиращо съдържание, марката ви става надежден ресурс и авторитет в областта.

Интеграция със социални медии

Интеграцията със социални медии вече не е новост – по-скоро е изискване. Тъй като технологията все повече улеснява споделянето на информация, бизнеси, които нямат интеграция със социални медии, не се възползват от нещо, което в наши дни е равно на реклама от уста на уста. Социалните медии осигуряват мястото, в което клиентите могат да

промотират марката ви, да дават отзиви, да се информират относно последните новини за вашата компания. Написаното и визуално съдържание, включително продуктови изображения и видеа, лесно се разпространяват в платформи като Facebook, Twitter, Pinterest и LinkedIn с добавянето на бутони за социално споделяне на сайта ви.

Оригинално съдържание

Когато създавате сайт, е изключително важно да пишете висококачествено, оригинално съдържание, свързано с компанията и продуктите. Всяко нещо – от качеството на съдържанието до използваните ключови думи – може да повлияе на индексирането на сайта в търсачките. Проучването на ключови думи може да ви даде идеи за теми и да помогне на клиентите бързо да намират търсеното от тях съдържание. За да увеличите привлекателността, всяка страница трябва да съдържа не повече от 150 думи и да има линкове към надеждни източници и други страници на сайта. Съдържанието на сайта трябва да предоставя информация, но и преди всичко да отразява уникалния глас на марката. Преди публикуване използвайте инструмент като Copyscape, за да се уверите, че отговаря на стандартите за дублиране. Публикуването на дублиращо се съдържание на сайта води до сериозни санкции от страна на Google, включително премахване от резултатите при търсене.

Изображения

Всичко, което се намира на сайта ви, се счита за интелектуална собственост и е подчинено на закон за авторско право. Като един от водещите доставчици на изображения, Getty Images регулира използването на изображения онлайн. Ако не се публикуват с разрешения, изображенията с авторски права могат да доведат до глоби. Когато включвате изображения в съдържанието на сайта си, трябва да сте поискали писмено разрешение и да сте платили съответните такси, ако такива се изискват. Има и сайтове, които предоставят изображения без авторски права. За много бизнеси разходите, свързани със законното използване на изображения, натежават пред моменталната полза на това „да получиш нещо за нищо“.

Обобщение на модула

Този документ предоставя подробно въведение в сферата на интернет маркетинга. Той анализира какво точно представлява той и защо е полезен, основните му разлики спрямо традиционния маркетинг и защо се развива през последните години. В допълнение, този модул обяснява 4-те най-важни компонента на интернет маркетинга:

1. Маркетинг на съдържанието
2. Социални медии
3. SEO
4. Уеб дизайн

Тези четири компонента са най-важните аспекти на интернет маркетинга и затова трябва да се вземат предвид, когато се започва интернет промотиране. Маркетингът на съдържанието се отнася за различното съдържание, например статии или поддържане на активен блог в сайта, което помага за изграждане на общност, която вярва на вас и на вашия проект и не се фокусира задължително върху продажби. Социалните инструменти са мощен инструмент за придобиване на клиенти и аудитория, когато се използват мъдро и с постоянство. Някои основни понятия за социалните медии са обяснени в този модул, както и как ефективно да се използват за събиране на последователи и изграждане на общност. SEO е част от онлайн маркетинга, която ви помага да измерите аудиторията и посетителите на сайта ви, но също така ви помага да спечелите нови такива с правилно подбраните думи. На последно място, уеб дизайнът е определящ фактор по пътя към успеха! Гледайте на него като на вашия „имидж“ пред света, мястото, в което хората могат да ви посещават отново и отново. Поради тази причина трябва да не забравяте да създадете уебсайт, който привлича потребителите и им позволява лесно да намерят необходимата информация.

Упражнения

Изберете верния отговор.

Каква е основната причина интернет маркетингът да е толкова развит?

- a. по-лесно е да се рекламира през интернет
- b. по-ефективен е
- c. днешният свят работи с интернет, така че имате по-голям целеви пазар

Защо трябва да използвате маркетинг на съдържанието?

- a) за да сте по-активни онлайн като компания
- b) за да изградите общност чрез сайта/съдържанието си
- c) за да продавате по-лесно продуктите си

Кое е най-важното, което трябва да запомните по отношение на социалните медии?

- a) да сте постоянни и активни
- b) да изберете правилната платформа за социална медия съгласно типа на бизнеса си
- c) и двете

Бизнес уебсайтът ви трябва със сигурност да бъде...

- a) лесен за използване
- b) цветен
- c) прост

Източници

<http://www.socialmediatoday.com/content/24-things-consider-when-designing-and-developing-website>

http://cubicleninjas.com/7_things_consider_before_designing_website/

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-10/>

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-12/>

<https://yourdigitalresource.com/internet-marketing-strategy/>

http://www.tutorialspoint.com/online_marketing/online_marketing_introduction.htm