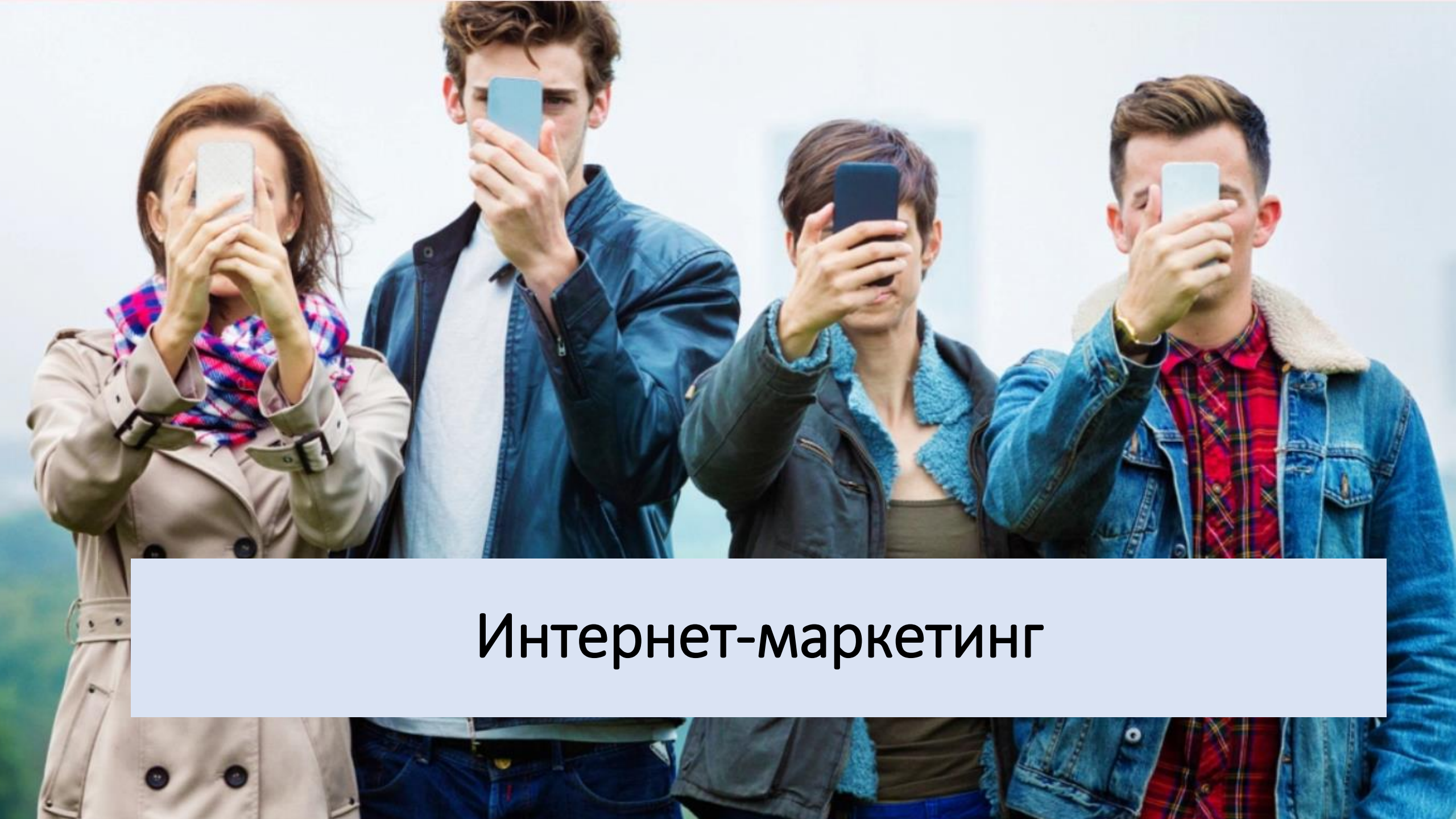




Интернет-маркетинг

Интернет маркетинг –система привлечения и удержания потребителей, построенная вокруг их путешествия к покупке в различных каналах цифрового пространства



1. Планирование
цифровых каналов

- цели; KPI; затраты по инструментам

2. Стадия выбора

- инструменты – SEO, SMM, PR, Influencer marketing, Paid search, display
- Метрики: Размер, качество, прибыльность аудитории

3. Стадия принятия
решения

- Инструменты: Персональный путь к покупке и контент
- Метрики: Лиды, LCR, время на сайте, подписки, лайки

4. Стадия покупки

- Инструменты: CRO, автоматизация маркетинга, ретаргетинг, доверие к бренду
- Метрики: Продажи, прибыль, конверсия, себестоимость заказа

5. Стадия
приверженности

- Инструменты: SMM, social prof, повторные продажи, ссылки
- Метрики: повторные продажи, LTV, удовлетворенность, лояльность

Структура курса: процесс интернет-маркетинга = 1.Стратегия + 2.Тактика

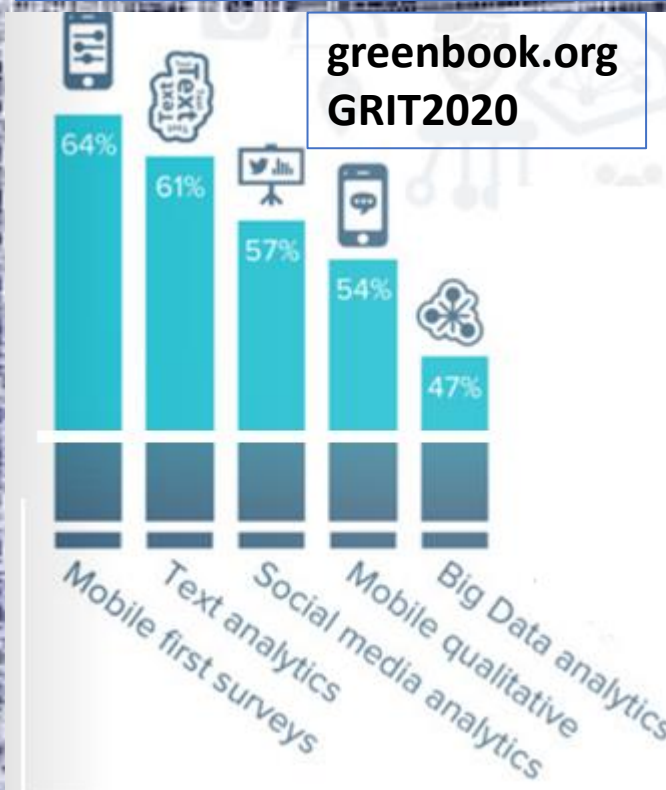


Аналитика в стратегическом интернет-маркетинге – практическая часть курса

Возможности аналитики



Аналитические методы и инструменты



Технология/платформа «Technology Index 2020»

Brand Analytics

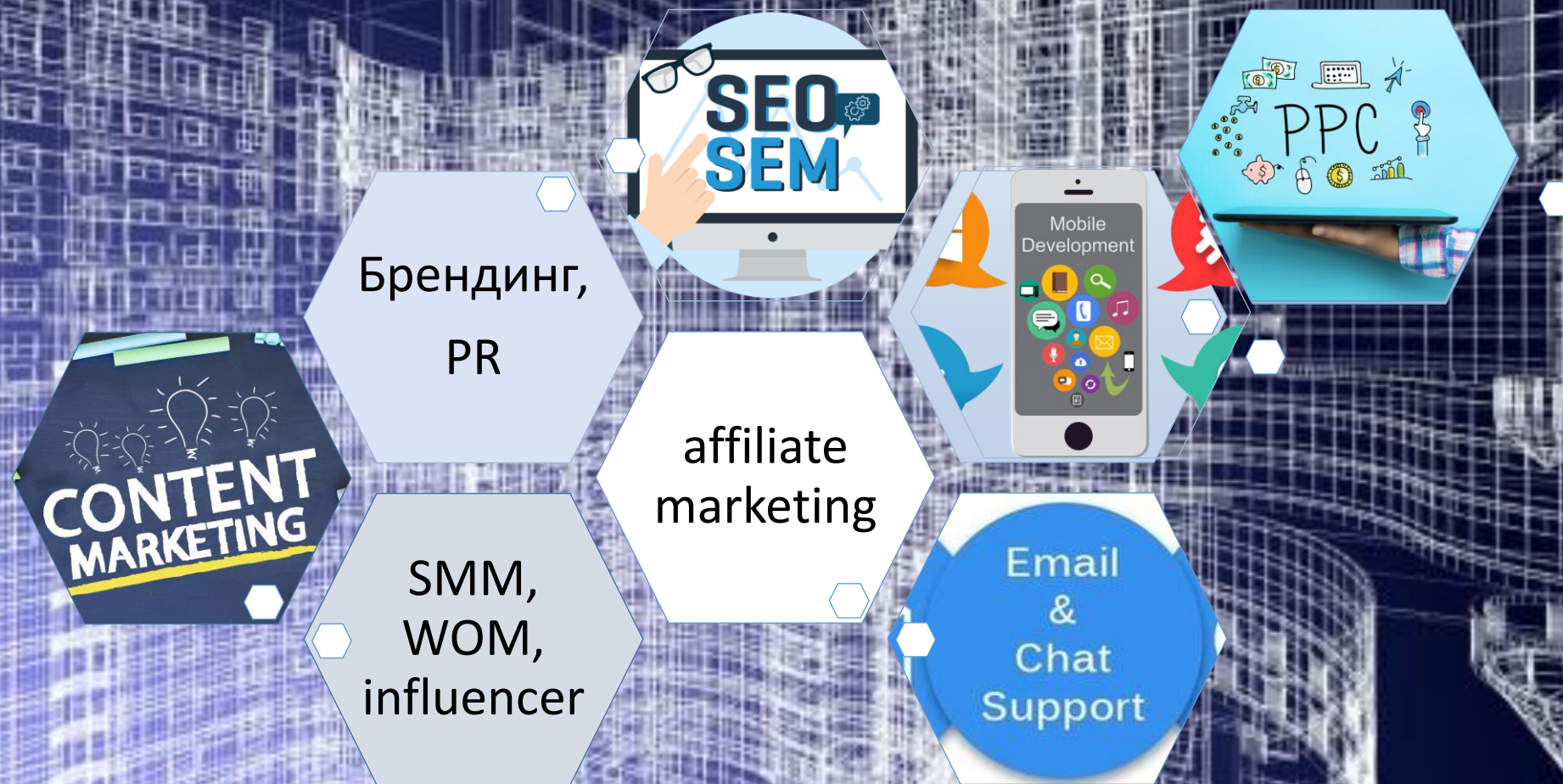
Медиалогия

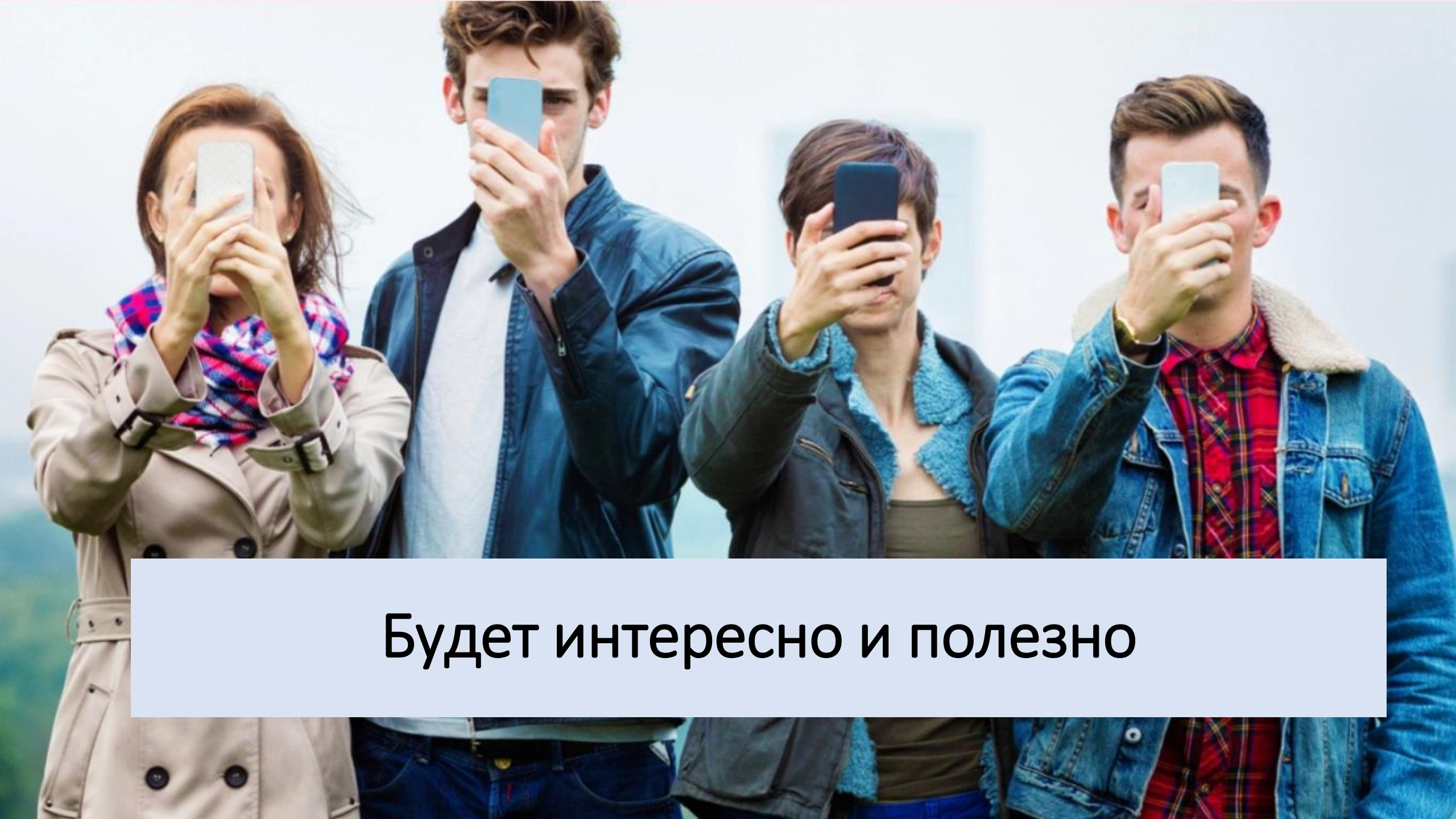
YouScan

Скан Интерфакс

IQbuzz

ТАКТИКА: Стратегия определяет инструменты по каналам





Будет интересно и полезно