Интернет-маркетинг для малого бизнеса

Павел Боревич

Эксперт по интернет-маркетингу
Основатель digital-агентства Градус°

# Программа семинара

1. Определение своей роли в проекте
	* Маркетинговые функции в компании и варианты взаимодействия для собственника или директора
	* Особенности каждой роли и взаимодействия с ними директора или собственника
2. Выбор ниши, целевой аудитории и способы взаимодействия с ними:
	* Определение ключевых гипотез
	* Быстрый тест посадочной страницы (сайт, лендинга), что важно учитывать при разработке этого ресурса
	* Трафик — определение канала и быстрая настройка
3. Оценка спроса (статистического и реального):
	* Сервисы анализа спроса
	* Сервисы анализа конкурентов
	* Оценка реального спроса и конструирование продукта в соответствии с потребительскими ожиданиями
4. Где и как искать клиентов?
	* Трафик от собственной телефонной книги до сложных технологий рекламы
	* Контекстная реклама
	* Таргетированная реклама
	* Взаимодействие офлайна и онлайна
5. Разработка продающего сайта:
	* Структура сайта
	* Поиск подрядчика или определение собственного ресурса на разработку
	* Процесс разработки сайта
6. Выбор программной платформы или лендинга:
	* Преимущества и недостатки платформ по разработке сайта
	* Как выбрать на какой технологии делать сайт
7. Инструменты для привлечения клиентов и стратегии работы с ними:
	* Обзор актуальных инструментов на рынке
	* Оценка стоимости привлечения потенциального клиента
8. Обзор самых актуальных инструментов и стратегии работы с ними:
	* Влияние ниши на выбор инструмента
	* Анализ плюсов и минусов актуальных маркетинговых инструментов в digital
9. Как работать с постоянными клиентами и привлекать новых:
	* Почему LTV важно для маркетинга и как с этим работать
	* Диджитал-инструменты для текущих клиентов
	* NPS и его значимость для маркетинга
	* Репутационный маркетинг