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