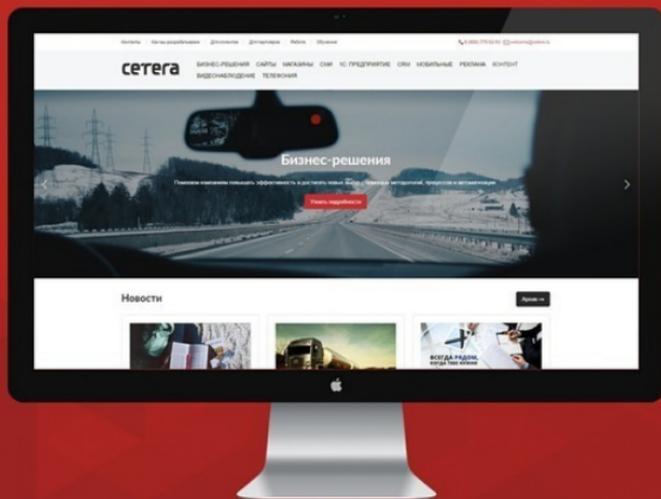


ВЛАДИСЛАВ УХОВ

Быстрый старт в Интернете

КЛИЕНТЫ ИЗ ИНТЕРНЕТА
ЗА 1 ДЕНЬ



Владислав Викторович Ухов
Быстрый старт
в Интернете. Клиенты
из Интернета за 1 день

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22367379

ISBN 9785448356087

Аннотация

Книга о быстром старте в Интернете от практика. Научим привлекать клиентов в Интернете за 1 день. «Быстрый старт» основан на общедоступном инструментарии. Стратегия показывает, как из набора сервисов построить схему привлечения клиентов. Некоторые из предлагаемых инструментов совершенно бесплатны, часть из них потребует вложений, эффективность которых вы будете отслеживать в ежедневном режиме.

Содержание

Предисловие автора	5
Рекламные каналы	7
Контекстная реклама	8
Поисковая оптимизация	9
Таргетированная реклама в соцсетях	10
Ретаргетинг	11
Контекстная реклама	12
Основные системы	13
Как всё устроено?	14
Тарификация	15
Стратегии	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Быстрый старт в Интернете
Клиенты из
Интернета за 1 день
Владислав
Викторович Ухов

© Владислав Викторович Ухов, 2016

ISBN 978-5-4483-5608-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие автора

Книга о [битая ссылка] быстром старте в интернете от практиков. Научим [битая ссылка] привлекать клиентов в интернете за 1 день.

Эта книга написана, чтобы научить предпринимателей быстро открывать сайты, привлекать посетителей и превращать их в покупателей. Описываемая в книге стратегия «Быстрый старт», прошла проверку временем в [битая ссылка] Cetera Labs. Мы испытали её на большом количестве клиентов. И продолжаем развивать ежедневно.

«Быстрый старт» предназначен для малого и среднего бизнеса. Стратегия [битая ссылка] привлечет клиентов к вашим услугам и продукции. Методика вряд ли поможет вам решить задачи «брендинга», public relations, «формирования имиджа» и т.д., но мы считаем, что для вас важны, прежде всего, продажи. И наша стратегия помогает именно продавцам.

«Быстрый старт» поможет и розничной торговле в [битая ссылка] организации онлайн-продаж, и сегменту профессиональных услуг, и b2b-бизнесу в привлечении клиентов к оптовым закупкам. В начале пути «Быстрый старт» универсален и помогает практически всем. Последующие осложнения и оптимизацию вы сможете настроить самостоятельно. Наша задача – научить вас, как привлечь первых клиентов,

заказы и деньги из интернета.

«Быстрый старт» основан на общедоступном инструментарии. Стратегия показывает, как из набора сервисов построить схему привлечения клиентов. Некоторые из предлагаемых инструментов совершенно бесплатны, часть из них потребует вложений, эффективность которых вы будете отслеживать в ежедневном режиме. И это тоже – часть методологии.

Автор книги, Владислав Ухов – топ-менеджер Cetera Labs. Работает в компании со дня её основания. Через его руки прошло более 500 клиентов. Более 300 из них использовали «Быстрый старт» как основу для старта своих интернет-продаж.

Рекламные каналы

Рекламные каналы позволяют доносить рекламу до аудитории. В интернете они отличаются более низкой стоимостью распространения.

На сегодняшний день существует около 50 видов электронных каналов рекламы. Кроме того, они содержат массу инструментов внутри каждого вида. Это может быть медийная реклама, рассылки, справочники, страницы объявлений, форумы и многое другое.

Среди такого выбора можно выделить ключевые каналы продвижения.

Контекстная реклама

Продвигает в интернете текстовыми и графическими объявлениями, которые показываются с учетом текущих интересов конкретного пользователя. Рекламная система моментально показывает рекламу в результатах поиска. Рекламные объявления отображаются в соответствии с набранными при поиске ключевыми словами потребителя.

Поисковая оптимизация

Направлена на увеличение количества целевых посетителей из результатов поиска. Используется для крупных сайтов с объемным контентом и существующим спросом на товар или услуги. Результаты продвижения с помощью поисковой оптимизации не исчезнут даже после прекращения рекламной кампании.

Таргетированная реклама в соцсетях

Дает возможность «отфильтровать» аудиторию по различным параметрам и показать объявления только целевой аудитории. Эти параметры пользователь обычно указывает в своем профиле, то есть, они автоматически становятся известны рекламной системе. Таргетированная реклама – один из немногих рекламных каналов, формирующих спрос.

Ретаргетинг

Позволяет повторно показать рекламное объявление клиенту, ранее посетившему Ваш сайт, основываясь на предыдущих поисковых запросах. Задача ретаргетинга – вернуть потенциального клиента, удержать, повторно напомнить о себе. На сегодняшний день почти все современные системы могут настраивать поисковый ретаргетинг.

Ограничиваясь даже этими четырьмя каналами рекламы, есть возможность качественно оптимизировать сайт и настроить его работу для дальнейшего привлечения пользователей. Помочь с продвижением сайта может опытный подрядчик.

Контекстная реклама

Продвижение в интернете текстовыми и графическими объявлениями с учётом текущих интересов пользователя.

Основные системы

Начните со следующего списка:

1. [битая ссылка] Яндекс. Директ
2. [битая ссылка] Google Adwords
3. [битая ссылка] Target@mail.ru

Остальные системы являются более нишевыми. Используйте их при недостаточном трафике в первых 3-х. Когда бюджет больше, чем суммарное количество кликов, которое удаётся купить.

Как всё устроено?

Пользователь ищет товары и услуги в интернете. Рекламодатель размещает рекламу под конкретные поисковые запросы. Первое, что делает рекламная система – моментально показывает рекламу в результатах поиска, а затем и на сайтах-партнёрах рекламной системы. При этом привязка отображаемых материалов к поиску отсутствует, но интересы пользователя продолжают учитываться.

Тарификация

Оплата за переходы на сайт рекламодателя. Аукционная система. Рекламодатели размещают объявления по одинаковым поисковым запросам и указывают ставку. Чья ставка выше – те объявления показываются чаще и получают больше переходов.

Стратегии

Для агрессивного выхода на рынок и для брендовой рекламы используют стратегии, связанные с максимально частым отображением рекламы в приоритетной выдаче по максимальной цене за клик. Использовать эти стратегии стоит с осторожностью в связи с высокой ценой перехода.

Текущее привлечение клиентов основано на принудительном ограничении максимальной цены клика.

При небольшом размере кампании для малого бизнеса используется равномерное распределение бюджета по времени кампании. Позволяет не перегружать отдел продаж клиента заявками.

Конкурентные стратегии используются для отображения объявлений по названиям конкурентов, их продуктов и услуг.

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.