

Сайт – мощный инструмент продаж

Методы удержания посетителей на сайте:

- *Дизайн, Навигация и Контент;*
- *Три вида полезного трафика на продающий сайт;*
- *Эффективный сайт.*

Продажи юридическим/физическим лицам.

Три самых «загадочных» вопроса в интернет-маркетинге:

- *PR или SMM;*
- *Источники трафика;*
- *Управление репутацией в интернете.*

Продвижение **B2B**

Эффективно:

*SEO, контекстная реклама, PR,
контентная оптимизация сайта*

Неэффективно:

*Продвижение в социальных сетях,
Twitter и блогах, работа с форумами и
сайтами отзывов*

Продвижение B2C

Эффективно:

SEO, контекстная реклама, SMM, Twitter и блоги, контентная оптимизация сайта, работа с форумами и сайтами отзывов

Неэффективно:

PR

SERM – Search Engine Reputation Management

«Если вы не занимаетесь репутацией своей компании, ей займутся ваши конкуренты».

Генри Форд

Комплексная реализация **SERM-** кампании

- **Повышение уровня осведомленности** о бренде и его узнаваемости среди представителей целевой аудитории.
- **Улучшение имиджа** компании.
- **Нейтрализация** негативной информации.
- **Повышение лояльности** имеющейся клиентуры и привлечение новых покупателей.
- **Ознакомление** потребителей с новыми товарами и услугами

Комплексная реализация **SERM-** кампании

- **Увеличение отдачи** от рекламы и маркетинговых коммуникаций.
- **Стимулирование продаж.**
- **Продвижение** уникальных конкурентных преимуществ.
- **Отстройка** от конкурентов.

Завершающий момент

Главная причина низкой эффективности SEO (продвижения сайта в поисковых системах) – *действия* самого заказчика, а не оптимизаторов.

Самые слабые звенья поисковой оптимизации находятся не в интернете, а оффлайн.