

Конференция 6 сентября 2012 года

# Интернет- консалтинг

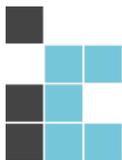
*Стратегия эффективного присутствия в интернете*

## **Хватит наступать на одни и те же грабли!**

*Гавриков Андрей, генеральный директор МГ «Комплето»*

Организаторы:



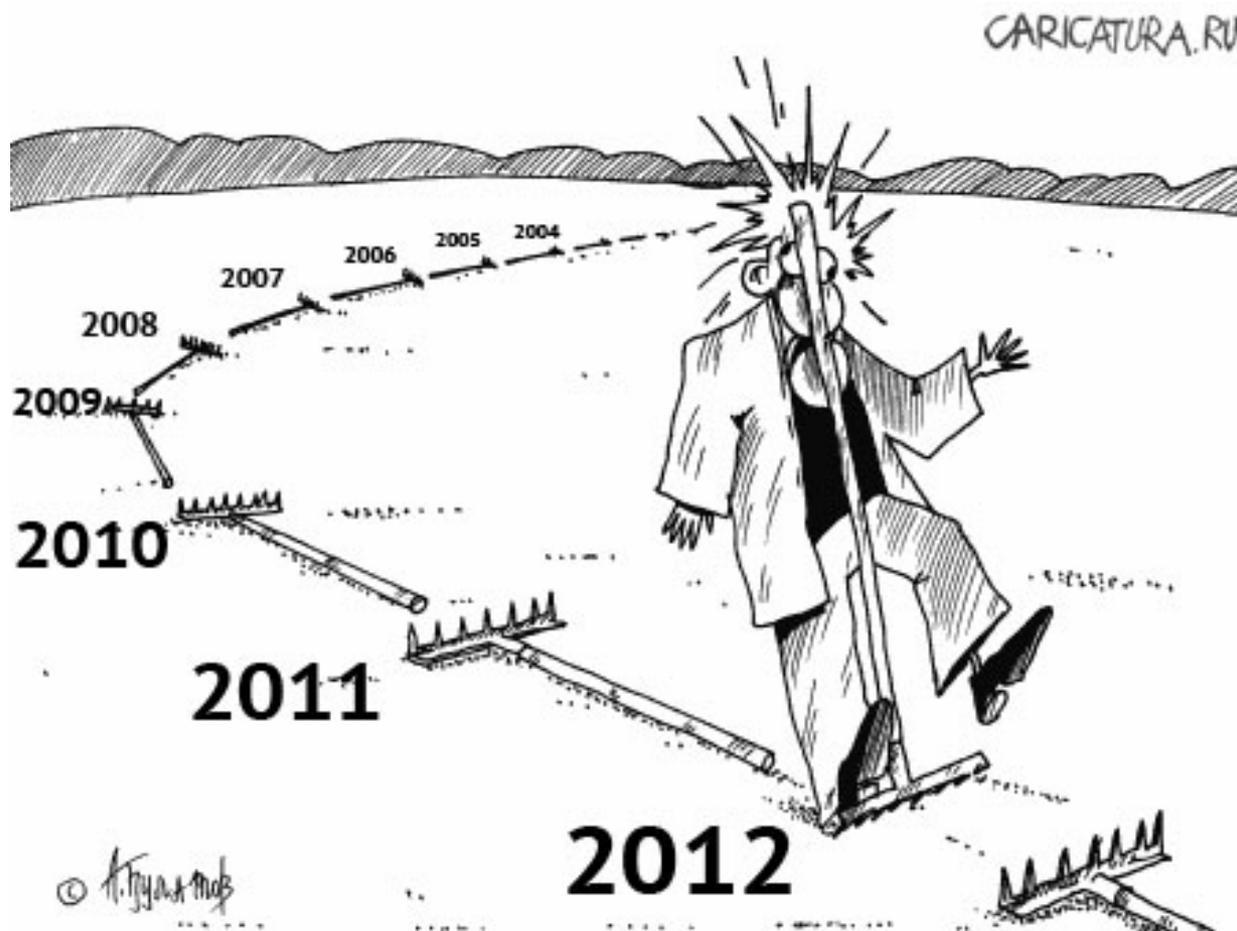


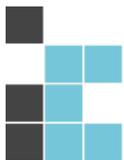
Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
консалтинг



## Российский заказчик услуг интернет-маркетинга



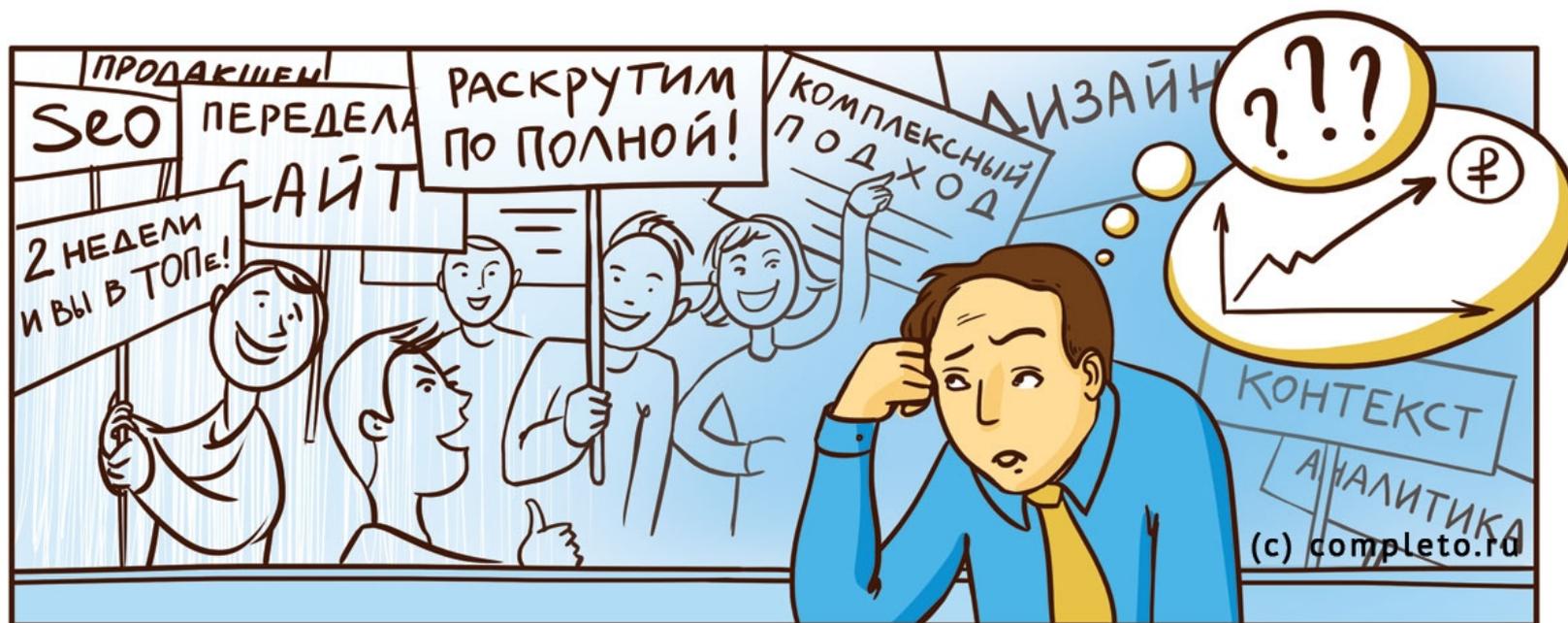


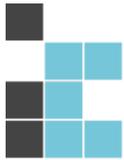
Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
консалтинг



## Но Заказчика можно понять!





Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
консалтинг



## 1. Проведение работ без стратегического планирования

- **Бессистемность проводимых мероприятий**
- **Нет возможности проводить полноценные многоканальные рекламные кампании**
- **Трата бюджета на краткосрочные цели, а не инвестирование в будущее**
- **Использование неподходящих инструментов**





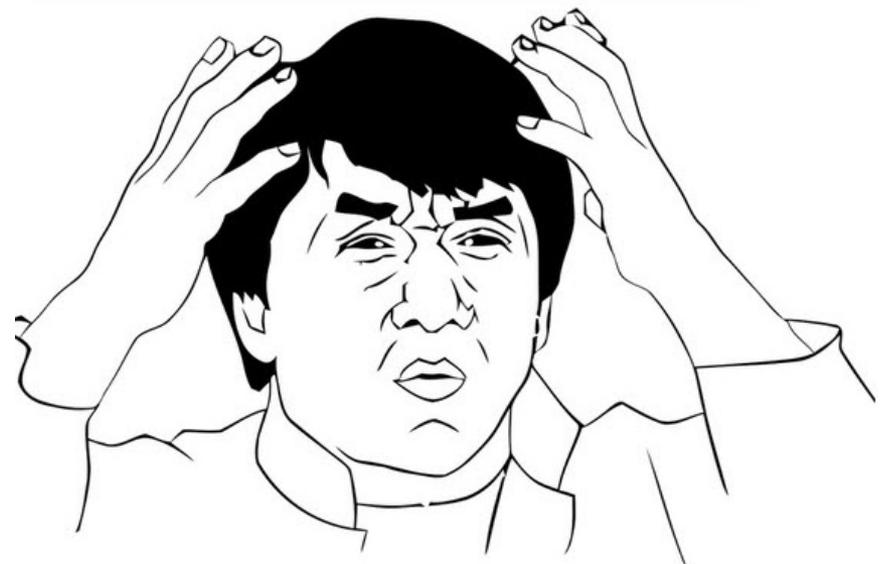
Конференция 6 сентября 2012 года

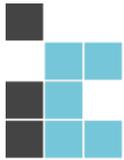
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 2. Бессистемный выбор подрядчика

1. Выбирают люди, незаинтересованные в коммерческом успехе компании
2. Откаты и «свои люди»
3. Выбор подрядчика, который пообещает гарантии, прикрывающие тыл ответственного лица в компании
4. Краткосрочный результат
5. Черные и серые методы продвижения





Конференция 6 сентября 2012 года

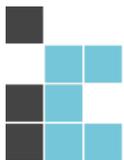
Интернет-  
консалтинг



### 3. Высокие требования к первичному отбору компаний



**Опытные компании автоматически уходят с таких конкурсов, не желая тратить время на доказательство своей компетентности.**



Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 4. Ложная клиентоориентированность

**слова в Топе**

**Лиды**

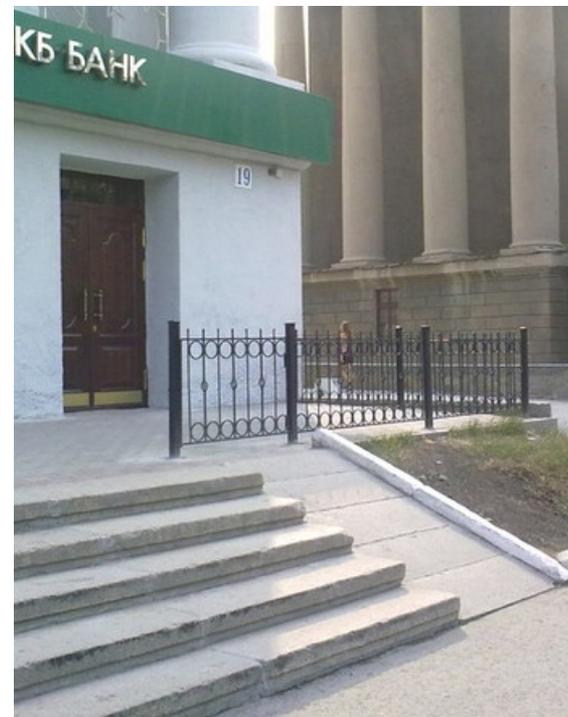
**звонки**

**конверсии**

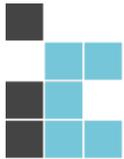
**показатель отказов**

**траффик**

**Сайт с «шапкой» на пол экрана**



**В рамках бюджета, который готов потратить клиент, исполнитель выполняет работы, что зачастую, не даёт коммерческого результата, для компании Заказчика.**



Конференция 6 сентября 2012 года

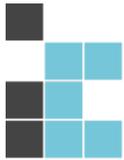
Интернет-  
консалтинг



## 5. Заказ типовых решений



**Выбор одного из представителей рынка услуг интернет-маркетинга, где большинство подрядчиков предлагают универсальный (конвейерный) подход к продвижению любого бизнеса.**



Конференция 6 сентября 2012 года

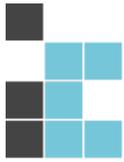
Интернет-  
консалтинг



## 6. Стереотип об аналогичном опыте



**Придерживаться стереотипа о том, что только те специалисты, которые продвигали аналогичную продукцию, смогут достичь успеха.**



Конференция 6 сентября 2012 года

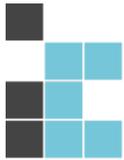
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 7. Некорректная оценка работы штатных специалистов

1. Продвижение идёт однобоко, по тому вектору, в котором хорош специалист
2. Собственники получают информацию, только через 1 канал
3. Нет выстроенной системы, которая позволит успешно реализовать электронный маркетинг в организации



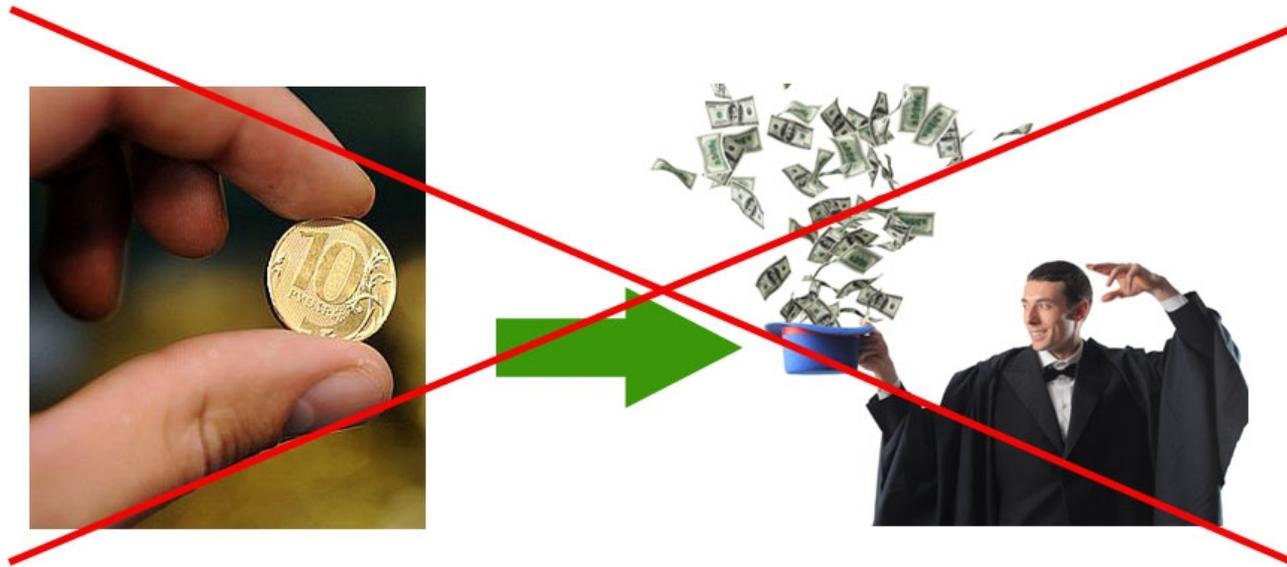


Конференция 6 сентября 2012 года

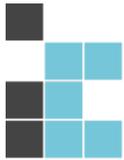
Интернет-  
консалтинг



## 8. Волшебная таблетка: выбор одного инструмента



**Трата бюджетов на один инструмент интернет-маркетинга, в надежде качественно и количественно повысить прибыль компании.**



Конференция 6 сентября 2012 года

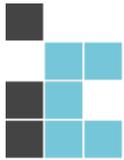
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ

**COMPLETO**

## 9. Отсутствие координационного центра по ИМ

**При отсутствии опытного менеджера по интернет-маркетингу или маркетингового агентства, способного оказывать услуги комплексно, системы электронного маркетинга, в компании не построить.**





Конференция 6 сентября 2012 года

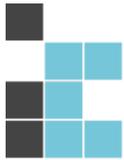
Интернет-  
консалтинг



## 10. Разработка сложных веб-проектов без масштабирования



**В большинстве случаев, попытки создать сразу большой идеальный проект заканчиваются неудачами.**



Конференция 6 сентября 2012 года

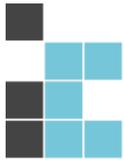
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 11. Нерегулярный мониторинг конкурентов

1. Отсутствие понимания рыночной конъюнктуры (ассортимент, цены и т.д.)
2. Незнание методик продвижения конкурентов
3. Незнание бюджетов, приемлемых для рынка
4. Незнание технологий продаж «коллег по цеху»
5. «Изобретать велосипед», когда уже есть успешные идеи для развития в данной отрасли





Конференция 6 сентября 2012 года

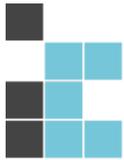
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 12. Недооценка возможностей автоматизации процессов электронного маркетинга

1. Временные затраты
2. Нет аналитической базы
3. Неудобство работы внутренним специалистам компании
4. Плохой сервис для клиента
5. Невозможность измерять эффективность сторонних подрядчиков



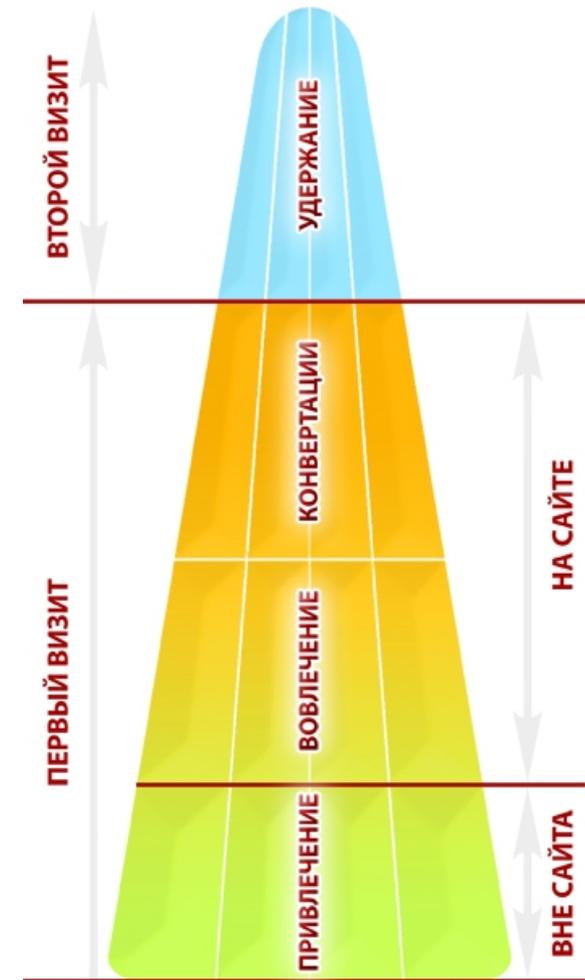


Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
консалтинг

## 13. Недооценка повторных продаж

1. Трата значительных бюджетов на поиск новых клиентов
2. Снижение лояльности у текущих клиентов
3. Невозможность получить больше прибыли с текущих клиентов





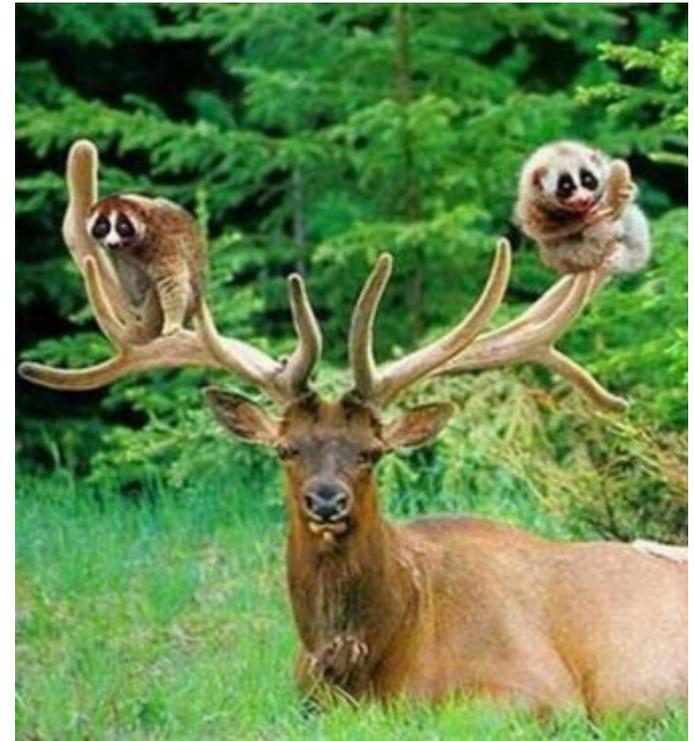
Конференция 6 сентября 2012 года

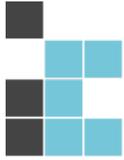
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 14. Нежелание плотной интеграции с агентством

1. Непонимание всей специфики бизнеса клиента
2. Работа только по тем направлениям, о которых заказчик говорит.
3. Отсутствие системного подхода
4. Неоправданные ожидания Заказчика





Конференция 6 сентября 2012 года

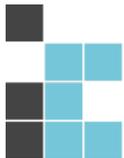
Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## 15. Легкомысленное отношение к аналитике

1. Трата бюджетов «вслепую», деньги в дыру.
2. Формирование мнение о неэффективности интернета, как канала привлечения клиентов
3. Измерение эффекта от работ подрядчиков, косвенными метриками (позиции и т.д.)





Конференция 6 сентября 2012 года

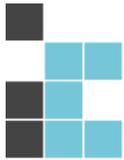
Интернет-  
консалтинг



## 16. Ошибочное отношение к продажам через интернет

1. Измерение эффективности по количеству входящих заявок
2. Выстроенную систему продаж необходимо периодически модернизировать
3. Отсутствие подготовки менеджеров, к приёму входящих заявок
4. Отсутствие интеграции с CRM системой и телефонией





Конференция 6 сентября 2012 года

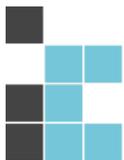
Интернет-  
консалтинг



## 17. Надежда на агентство, как на спасательный круг



**Если в компании проблемы организационного, финансового и другого характера, то интернет-маркетинг не поможет стать компании успешной. Интернет-маркетинг – это одна из сфер деятельности, в которой должна развиваться компания.**



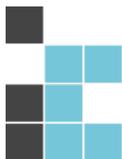
Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
КОНСАЛТИНГ

**COMPLETO**

# Хватит наступать на грабли!





Конференция 6 сентября 2012 года

Интернет-  
КОНСАЛТИНГ



## Спасибо за внимание

# С удовольствием, отвечу на ваши вопросы и познакомлюсь лично!

**Андрей Гавриков, генеральный директор МГ «Комплето»**



[av@completo.ru](mailto:av@completo.ru) – пишите!



[www.facebook.com/gavrikov.andrey](http://www.facebook.com/gavrikov.andrey) - давайте дружить!