

Конференция 18 сентября 2013 года

Интернет- консалтинг

Стратегия эффективного присутствия в интернете

Заказчик услуг интернет-консалтинга глазами агентства: путь к синергии интересов

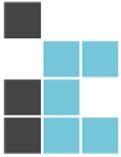
Людмила Киселева, IMCREDO

Организаторы:



маркетинговая группа





Конференция 18 сентября 2013 года

Интернет-
консалтинг

Кому действительно нужен консалтинг?



- Нет четкого понимания «ЧТО»
- Нет четкого понимания «КАК»
- Нет четкого понимания «КТО»

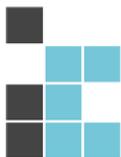


- Есть знание «Зачем»
- Есть отправная точка «Сколько»



Как это выглядит в реальности:

- ✧ «Продвиньте нас по 10 000 ключевым словам в ТОП-3!»
- ✧ «Срочно! Нужно 5 млн уникальных посетителей в месяц!»
- ✧ «Нужно поднять лиды из интернета в 5 раз. Или больше!»

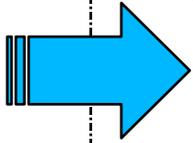
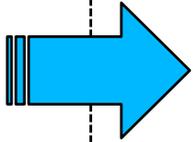
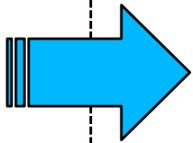


Конференция 18 сентября 2013 года

Интернет-
консалтинг

Кому действительно нужен консалтинг?

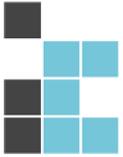
Главные признаки:

Присутствует		Означает
Реальный бюджет		Есть внутренне/внешнее финансирование
Масштаб		Большие цифры, большие нужды, значимые результаты
Важность для бизнеса		Понятная, прозрачная бизнес-модель и место интернет-маркетинга в ней



NB:

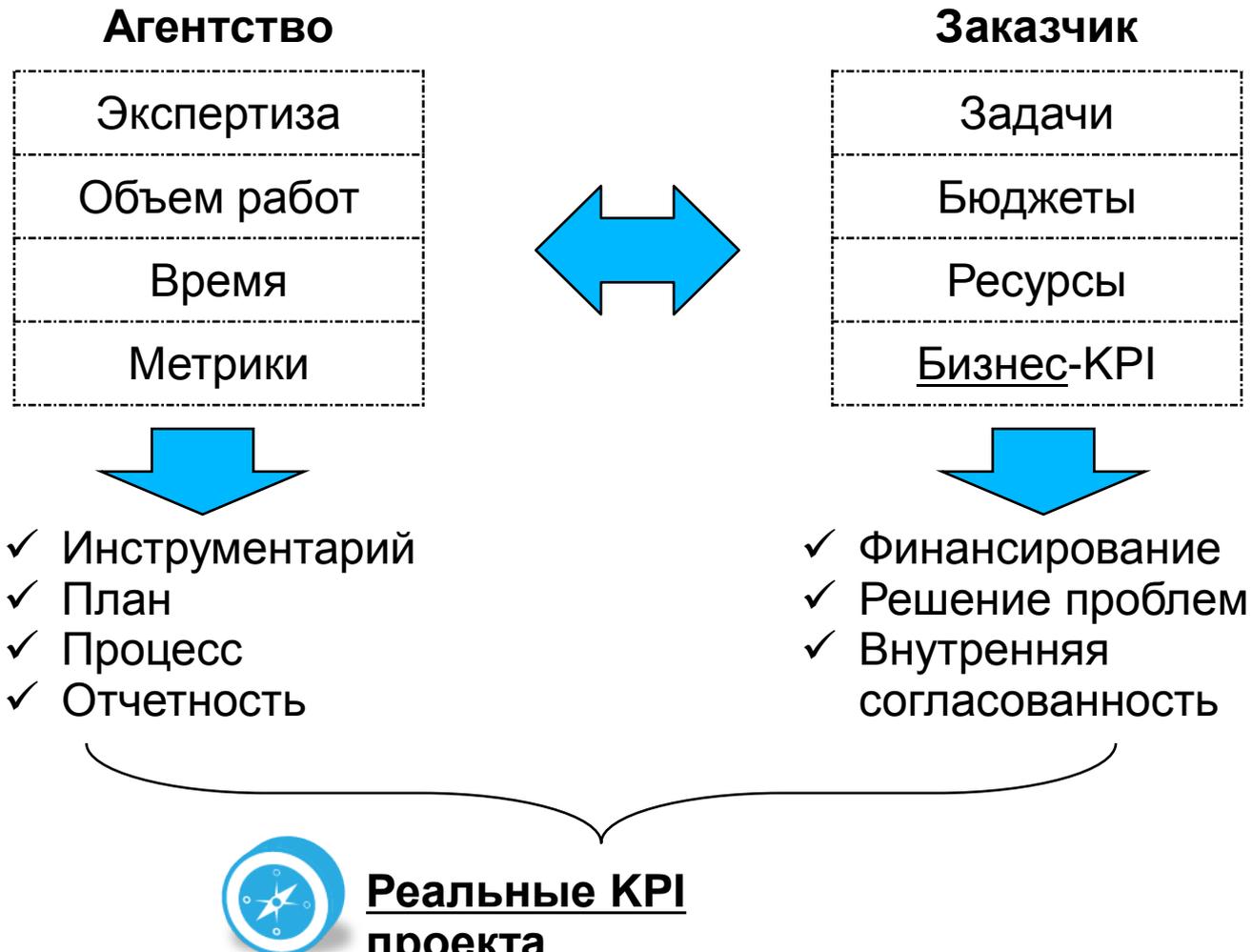
- ✧ неписаное правило консультанта: «Не наглеть!»
- ✧ неписаное правило заказчика: «Не мешать.»

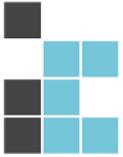


Конференция 18 сентября 2013 года

**Интернет-
консалтинг**

Уточнение задач и требований: поиск общей системы координат





Конференция 18 сентября 2013 года

Интернет-
консалтинг

Уточнение задач и требований: поиск общей системы координат

Важность человеческого фактора



Менеджер проекта со стороны агентства



Координатор проекта со стороны клиента



Понятная руководству отчетность



Прозрачность действий



Совместная оценка рисков

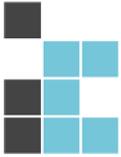


Совместное решение проблем



NB:

Чем выше экспертиза координатора проекта со стороны клиента, тем выше полезность консультантов для бизнеса

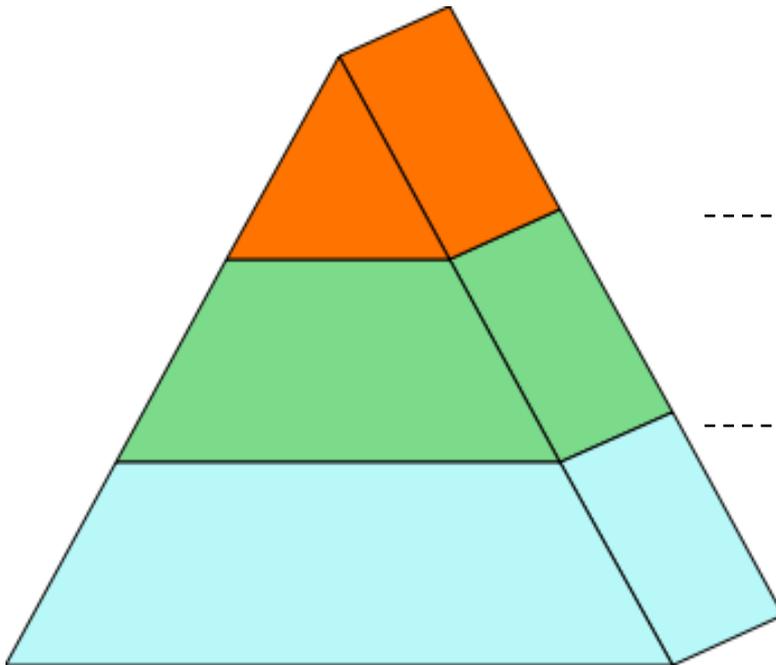


Конференция 18 сентября 2013 года

**Интернет-
консалтинг**

Система измерения эффективности и контроля качества: переход к взаимоуправляемым, масштабируемым отношениям

Уровни измерения эффективности



Руководство:

- 2-3 ключевых KPI
- Денежная ценность

Финансовый отдел:

- Сопоставимость проектной отчетности с нормами финансового и бухгалтерского учета

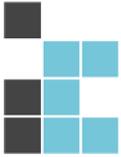
Отдел маркетинга:

- Развернутая отчетность
- Срезы эффективности по каждому каналу/инструменту
- Общее понимание путей масштабирования KPI



NB:

нахождение общего языка на всех уровнях – залог успеха проекта.



Конференция 18 сентября 2013 года

**Интернет-
консалтинг**

Система измерения эффективности и контроля качества: переход к взаимоотношениям, управляемым, масштабируемым



✓ Измерение

✓ Контроль качества

✓ Масштабируемость

Измерение:

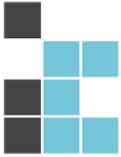
- Понимание количественных метрик и их **пользы**
- Баланс проектных и бизнес-KPI

Контроль качества:

- KPI и система их измерения на уровне договора
- Своевременное бюджетирование

Масштабируемость:

- Наличие ресурсов у обеих сторон
- Реальная емкость каждого канала
- Профессиональная гибкость



Конференция 18 сентября 2013 года

**Интернет-
консалтинг**

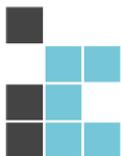
Выводы

Агентствам:

- Задавайте правильные вопросы руководству, финансистам, маркетологам
- Готовьте начальное видение проекта заранее и бесплатно
- Уточняйте уровень квалификации контактного лица со стороны заказчика
- Не упрямитесь 😊

Заказчикам:

- По возможности четче формулируйте цели и пожелания
- Соизмеряйте возможности каналов и инструментов с имеющимся бюджетом
- Будьте готовы балансировать бизнес-KPI и KPI проекта
- Сотрудничайте 😊



Конференция 18 сентября 2013 года

Интернет-
консалтинг

Пожалуйста, вопросы

О докладчике



Людмила Киселева

Директор компании IMCREDO

MSc in Digital Marketing
(London School of Business & Finance)

Контакты:

liudmila@imcredo.com

Skype: imcredo



www.imcredo.com