



Конференция

**Интернет-
консалтинг**

Стратегия эффективного присутствия в интернете

Илья Никулин

**Основы и принципы
интернет-консалтинга**

Предпосылки

- Технологическая сложность услуг интернет-маркетинга
- Широта инструментов
- Узкая специализация интернет-исполнителей, оторванность от «классического» маркетинга
- Динамика изменений
- Возрастание рекламных бюджетов
- Усиление конкуренции
- Неоднородность профессиональных участников рынка услуг в области интернет
- Увеличение количества компаний, вводящих в свой штат интернет-маркетологов
- Слабая осведомленность клиентов о специфике услуг

Результат — высокая стоимость ошибки, значительное количество неудачно завершенных проектов.

Определения

- Интернет-маркетинг
- Интернет-консалтинг
- Направления (стратегия и планирование, технические вопросы, продвижение, эффективность)
- Применимость принципов, подходов и др. бизнес-консалтинга в иных сферах



Взаимосвязь с другими услугами

- Маркетинговый консалтинг, бизнес-планирование, стратегическое планирование
- Маркетинг (все направления)
- Хостинг, веб-дизайн и создание сайтов
- Продвижение сайтов (все инструменты)

Взаимосвязь с другими услугами

Форматы услуг

- Технический аудит сайта, информационная безопасность (20-80)
- Маркетинговый аудит сайта (100-200)
- Usability-анализ, повышение эффективности сайтов (40-100)
- Проектирование интернет-представительств (40-100)
- Проектирование БД интернет-маркетинга (20-40)
- Выбор систем аналитики, настройка отчетности (20-30)
- Конкурентный анализ (20-80)
- Ассортиментный анализ (40-80)
- Стратегическое планирование интернет-маркетинга, разработка системы КПИ (80-120)
- Планирование работ в одном из направлений интернет-маркетинга (SEO, SMM, реклама, PR, email-маркетинг, др.) (20-80)
- Проектирование систем работы с постоянной аудиторией, eCRM (40-60)
- Подбор подрядчиков на интернет-услуги, проведение тендеров (20-40)
- Обучение персонала клиента

Стандарты работы и отчетности

- Значительные предпроектные затраты на диагностику проблемы и подготовку КП
- Презентация рабочей группы на этапе КП
- Отчет - качественный документ с профессиональной версткой, подготовленный для печати
- Емкий, деловой стиль изложения, отсутствие «воды»
- Хороший стиль и отсутствие описок и ошибок
- Вынос в приложения второстепенной или вспомогательной информации
- Резюме
- Презентации
- Очная «защита» результатов проекта
- Второй этап проекта - «Ответы на вопросы» (в рамках ТЗ)

Техническое задание

- Понимание проблемы, подробное описание конечных целей проекта
- Максимальная детализация плана работ и отчетности презентации
- Приложения

Требования к консультантам

- Практический опыт работ - не менее 5 лет
- Не только знание, но и диагностические и аналитические навыки
- Опыт участия в консалтинговых проектах — от 1 года
- Веб-сайт, презентующий корпоративную информацию, услуги, ценообразование, опыт и т.п.
- Наличие значимого количества референций
- Самосовершенствование, постоянное обучение и развитие не только в «своей» области, но и в интернет-маркетинге вообще
- Прохождение формальных аттестаций, получение сертификатов

Качество услуг

- Детальность ТЗ и соответствие ему итогового отчета
- Креативность / инновационность / неочевидность полученных результатов
- Оперативность и глубина ответов на дополнительные вопросы
- Доступность изложения
- Обоснованность гипотез и аргументация выводов и предлагаемых решений
- Комплексность работы



Профессиональная этика

- Честные и формальные отношения с клиентом («антиоткат»)
- Предложение услуги, соответствующее реальному опыту и компетенции
- Конфиденциальность информации (обе стороны)
- Соглашения между компанией консультантом и ее сотрудниками
- Независимость, объективность результатов — отсутствие «подгонки» под ожидание заказчика
- Прозрачность методов работы, образовательный характер услуги
- Максимально эффективное использование временного бюджета проекта
- Неиспользование методов, влияющих на объективность оценки результатов
- Ответственность перед профессиональным сообществом

Ценообразование

- Фиксированная стоимость проекта на основе почасовой оплаты для заранее фиксированного временного бюджета
- Ежемесячный фиксированный абонемент для долгосрочных контрактов
- Стоимость услуг в 1.5 — 2 раза выше стоимости средне-рыночного предложения в области интернет-маркетинга, основанной на «затратном методе» (1 500 — 3 000 руб/ час на текущий момент)
- Неприемлемость моделей оплаты, как «% от результата»
- Предоплата 0, 10 - 50%
- Договор на оказание возмездных услуг

Сертификация, ассоциация

- Цели: снизить риск получения клиентами некачественных услуг, методологическое развитие сегмента рынка, формирование стандартов рынка, арбитраж в спорных ситуациях
- Частные и юридические лица
- Декларация текущего опыта на момент вступления и периодическая отчетность по выполненным проектам

Спасибо за внимание. Пожалуйста, вопросы.

Никулин Илья

nikulin@techart.ru

<http://www.facebook.com/ilya.nikulin>

Маркетинговая группа "Текарт"

www.techart.ru

<http://www.facebook.com/Techartgroup>

<http://techart-mg.livejournal.com/>

<http://twitter.com/techart>