Проблема в том, что зачастую информация, размещенная на вебресурсах, содержит некорректные данные или отсутствует вовсе. Чем это грозит? Во-первых, если клиент сталкивается с неверными данными, скорее всего, он не станет продолжать поиски, выбрав компанию конкурента. Во-вторых, наличие ошибок в информации о компании - фактор, препятствующий поисковым системам ранжировать вашу компанию и помещать ее в список релевантных результатов. В-третьих, игнорируя управление данными в интернете (в том числе отзывами), владельцы компаний столкнутся с проблемами пониженной лояльности существующих покупателей, потери новых клиентов и потери прибыли. Чат боты - важный digital тренд в 2021/22 годах. Технология на основе ИИ использует формат обмена мгновенными сообщениями, чтобы быть на связи с клиентами 24/7. Виртуальные помощники предлагают отличное обслуживание клиентов - они отзывчивы, дают ответы быстро и точно и никогда не теряют терпения. К 2023 году чат боты помогут компаниям сэкономить \$8 млрд в год, особенно в банковской и медицинской отраслях. ЦЕЛЬ! С помощью интернет-маркетинга увеличить объемы продаж. Персонализация Реализовать рекламную и контентную стратегию направленную на поддержание Одинаковый маркетинг для всех или занятие своей позиции, доли на уходящая в никуда задумка, на смену ей цифровом рынке. пришла персонализация или персонализированный контент. Речь идет, в частности, о email рассылках, включающих предложения товаров и Задачи диджитал стратегии 2021: услуг, выбранных путем анализа предыдущих заказов и предпочтений Построить систему коммуникаций с клиента. потенциальными клиентами, способную раскрывать ценности продуктов, а также Видео контент снимать клиентские возражения Давайте начнем со статистики о видео 2) Реализовать рекламную стратегию, маркетинге: способную обеспечить По данным YouTube, потребление проект необходимыми для роста мобильного видеоконтента увеличивается показателями медийного охвата на 100% каждый год. Добавление видео в email рассылку 3) Построить систему сквозной повышает уровень кликов на 200-300%. аналитики, для оптимизации затрат на 90% пользователям видеоролики маркетинг помогают принять решение о покупке продуктов или услуг. - 4)Реализовать контентную стратегию, 64% клиентов чаще делают покупки в способную создавать спрос на продукт. интернете после просмотра видео. 5) Разработать триггерные Эти цифры, а также ситуация с COVID-19 автоматические цепочки прогрева, и карантинными мерами говорят о построенные на полезном контенте и важности включения видео в свою стимуляции потенциального клиента к ТРЕНДЫ 21/22 маркетинговую стратегию на 2021 год. встрече Предоставление информационного контента через визуализацию позволяет 6) Разработать контентно-медийный план эффективно передавать ваше сообщение для социальных сетей и других медиа. большому количеству людей. 7) Стандартизировать коммуникации в Наибольшую популярность набирают " сети, а также систематизировать живые" видео, (интервью, демонстрация менеджерские коммуникации с клиентами товаров в деле, жизнь в офисе, процесс создания и производства и пр.) как 8) Разработать серию оффлайн или *----отличный способ для компаний показать онлайн эвентов, используемых для людей, стоящих за их брендом, это проведения презентации продукции. создает доверительное отношение со Эвенты проводить систематически и стороны клиентов и "очеловечивает" использовать как инструмент прогрева бренд. 9) Разработать систему развития Маркетинг влияния или лидеры мнений клиентской базы, роста ее объема, роста конверсий в повторные продажи и Привлечение популярных и влиятельных рекомендации пользователей для продвижения бренда не новинка в маркетинге, тем не менее работает превосходно. Во-первых, подписчики таких аккаунтов - доверяют советам и мнению кумира, следят за их активностью и с удовольствием подражают им. Во-вторых, советы знаменитостей не воспринимаются как DIGITAL (PERFORM+ прямое рекламное сообщение. Инструмент работает на повышение CONTENT+CRM) продаж и улучшение имиджа компании. Мессенджеры PERFORM Думаете, что мессенджеры пришли в наш мир, чтобы отправлять эмоджи своим контактам? Да, но это не точно. Рассмотрим в числах: Стартовая структура РК 1,3 млрд - ежемесячная активная CONTENT аудитория Facebook Messenger 2 млрд сообщений ежемесячно участвуют в переписках между клиентами и компаниями 1,3 млрд - ежемесячная активная ЗАДАЧИ/ФОРМАТЫ аудитория WhatsApp 1,5 млрд пользователей - ежемесячная - Каналы аудитория YouTube. Задачей контент-стратегии являются Мессенджеры позволяют отправлять обеспечение бренда необходимым клиентам сообщения напрямую, Гугл Адвордс/ Яндекс Директ количеством охвата целевой аудитории с персонализируя беседу и повышая помощью контента, темы которого ценность предложения. Этот факт KMC / PCЯ пересекаются с областью применения подтверждается статистикой: 66% продукта. Контентная стратегия нацелена пользователей предпочитают общаться с на систематическое создание и Тартег ФБ/ИНСТ бизнесом через мессенджеры вместо продвижение материалов, способных электронной почты. подогреть клиента к сделке, параллельно RTB / Programatic снимая возражение и формируя Микромоменты дополнительные ценности о бренде Нативная реклама По статистике, жители США тратят в Для реализации контентной стратегии среднем 4,7 часа ежедневно на свои предлагается использовать следующие смартфоны, проверяя соцсети не менее 17 форматы контента раз. Каждая проверка сообщений или просмотр ленты - своего рода "форточка" Целевой охват по снижающейся цене для маркетологов. Главная задача в такие моменты - предоставить пользователям Лонгриды - Лидогенерация наиболее информативный, полезный и качественный контент. Наративы - Горячие продажи Голосовой поиск Посты -Увеличение количества подписчиков Несмотря на то, что в эру цифровых Статьи (СЕО ссылка) Струткура технологий пользователи могут получить ответы на любые вопросы, используя Видео • поисковые системы, многим не хватает терпения зайти в браузер и прочитать Каналы для контент-стратегии Контекстные кампании по горячем несколько абзацев. В дело вступает голосовой поиск. Многие бренды включают технологию голоса в свои Контекстные кампании по брендовым стратегии, чтобы сделать процесс Инстаграм • продажи еще более эффективным. Яндекс Дзен К примеру, сеть пиццерий Domino's с Контекстные кампании по конкурентным целью увеличения продаж подключила запросам Пинтерест возможность заказа пиццы через Alexa. - Товарные контекстные кампании Youtube • Сториз в соцсетях Таргетированая РК на каталог/ Блог на сайте = Первыми, кто вышел с концепцией "Му лидмагниты Story" на рынок были Snapchat, затем их Сервисы автоматизации рассылок примеру последовали Instagram, Тартегированная РК на квиз Facebook, VK и даже Youtube показал **ЦЕЛЬ КОНТЕНТА →** собственный формат своей истории " - Охватная РК на видео Reels". В ноябре 2017 года Instagram Stories насчитывала более 300 миллионов Охватаная РК на товарную карусель активных пользователей ежедневно. Форматы типы контента необходимые к Охватная РК на контент созданию и продвижению. Контент -Возросшая популярность сториз - еще стратегия подразумевает создание и один повод улучшить маркетинговую Лидогенерация продвижение разностороннего контента, стратегию. Главная особенность охватывающего интересы потенциального инструмента в том, что они исчезают Кампания на запросы в директ клиента, на всем пути формирования его через определенный промежуток потребности. времени. Казалось бы, нелогично, но Ремаркетинг и ретаргетинг время показа сообщения и делает его ограниченным, а потому важным для клиента (синдром упущенной выгоды). Формирование репутации Поэтому крупные бренды прилагают CRM и инфраструктура огромные усилия для создания актуального и уникального контента. Отзывы реальных клиентов (формат сторис или тексовый отзыв) КОНЦЕПЦИЯ РАБОТЫ Социальные доказательства работы с лидерами мнений (важные клиенты инфлюенсеры) Свежие новости с рынка, индустрии Все формы на сайте должны быть Кейс - пошаговый рассказ о получение интегрированы в CRM клиентом резуьтата - точка А - точка Б Если форма на первое касание (лид-Выявление потребности у ЦА магнит) CRM должен автоматически отправлять лид-магнит клиенту, создавая карточку в CRM Опросы аудитории по околоцелевым к - Рассылки потребности темам и событиям Конкурс с вопросами о бренде/продукте Рассылки клиентам производятся из CRM Продвижение личного бренда Пост / статья личное мнение ТОП-- Авторассылки менеджера или мнение БРЕНДА - Персональный прогрев Пост / статья личная история ТОПов Тригерные цепочки Пост / статья достижения ТОПов или бренда за год Соц.сети Пост / статья с проф. провокацией Пост / статья с проф. юмором Коммуникации в соц.сетях также интегрируются в CRM, таким образом Стимуляция продаж происходит оптимизация работы менеджера Входящие звонки Пост с перечнем акционных, новых, уникальных позиций (товарная карусель) Пост предлага/щий супер скидку, серию Все звонки попадают в срм / скидкок, вилку спецусловий автоматически создается карточка клиента, разговор с клиентом сохраняется Пост предлагающий сделать предзаказ Формирование статуса экспертности Пост / статья с ответами на вопросы ЦА Пост / статья обзор решений Пост / статья методы и перечень решения проблем Пост / статья пошаговое руководство к действию Тематическая инфографика Онлайн-интервью (в роли эксперта мы) Вовлечение аудитории Конкурсы охватные (сделать контент за Развлекательные статьи, видео, картинки Обсуждение, открытые вопросы, проф. обсуждения Формирование связей Интервью с топовыми экспертами (мы интервьер) Кейсы и работы коллег Рейтинги и хит-парады из индустрии Вирусность и охват Конкурс за механику, отметка, приз за Авторский контетнт от ТОПОВ • Резонансный обзор от ТОПОВ Снятие возражений Рассказ о нас от авторитеного подписчика / клиента Статья перечень проблем которые могут возникнуть, как мы их решаем Статья - развенчивание мифов Вопросы и проблемы подписчиков XMind | Пробный режим

21/22 годы в разрезе целей не уступает

удовлетворенность клиента остаются приоритетными. Куда движется digital маркетинг в 2021/22 годах, какие

инструменты будут работать, а от каких

предыдущим, комфорт и

Искусственный интеллект играет ключевую роль в маркетинге сегодня. Роботы могут значительно упростить производственные процессы, включая сбор, анализ и сортировку данных (тренды рынка, поведение потребителей, информация о пользователях, тонны данных из веб-пространства, расчеты), обслуживание потребителей посредством

виртуальных помощников и др.

участия человека. А с развитием

решений ИИ, поэтому стоимость

Онлайн-присутствие бизнеса

небольших компаний.

По прогнозам, к 2023 году 85% контактов с клиентами будут осуществляться без

технологий, развиваются также форматы

продуктов не станет проблемой даже для

Информация - то, что в результате хочет получить пользователь, заходя на сайт поисковой системы, применив голосовой поиск и другие альтернативные варианты. Неважно, ищет он ближайший салон штор

или время работы парикмахерской.

стоит отказаться?