



День 4

Лідогенерація

Сьогодні ми з вами:

- Розглянемо 3 варіанти реклами, які можливі в інтернеті
- Розберемо переваги безкоштовних та платних способів реклами
- Попрацюємо з інструментами, якими потрібно користуватись маркетологу

**Коли ви влаштовуєтесь у
компанію на посаду інтернет-
маркетолога, від вас чекають не
тільки стратегію та аналіз**

**Все це ви робили для того, щоб
отримувати кращі результати від
просування або покращувати ті
результати, які вже є**

Тепер настав час саме залучення клієнтів. Тим більше ви вже розумієте на даному етапі, що потрібно вашій аудиторії

Тим більше ви вже розумієте на даному етапі:

- що потрібно вашій аудиторії
- що саме і як пропонують ваші конкуренти цій самій аудиторії
- що ви можете запропонувати такого, чого не мають ваші конкуренти

**Отже, зараз саме час створити
рекламну компанію в будь-якому
каналі та почати залучати
клієнтів**

**Ок! Так а який канал обрати? Як
зрозуміти, де саме потрібно
рекламуватися?**

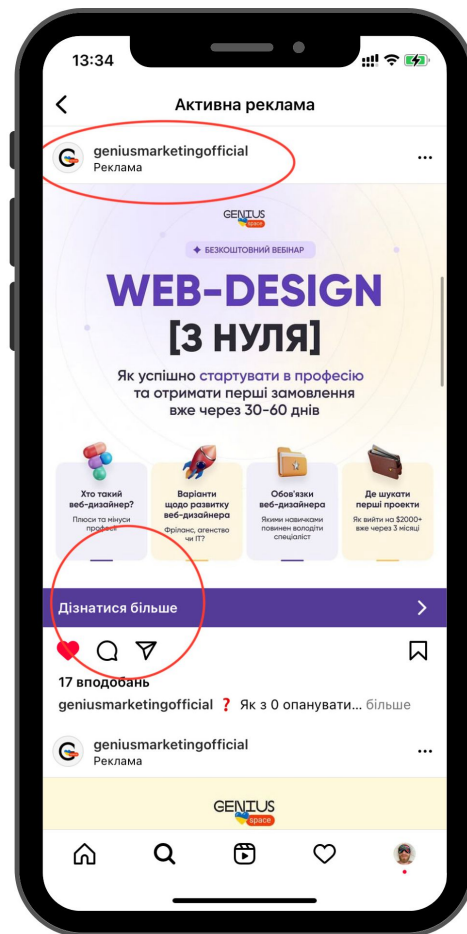
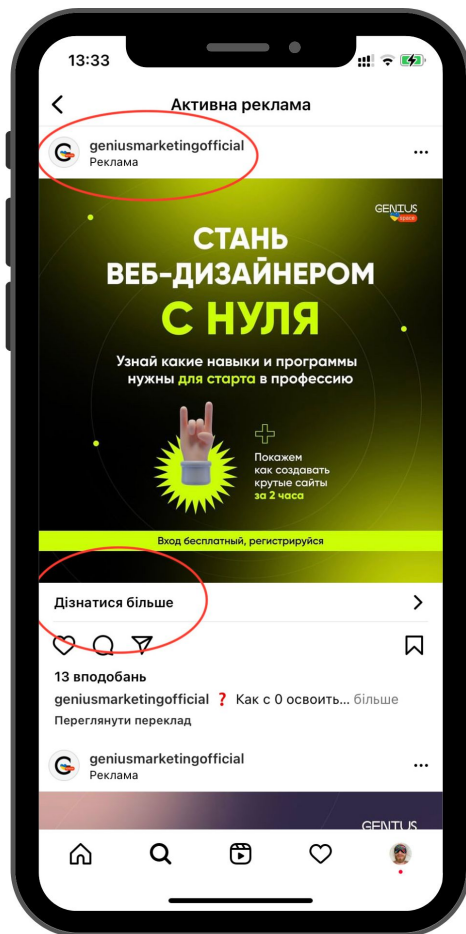
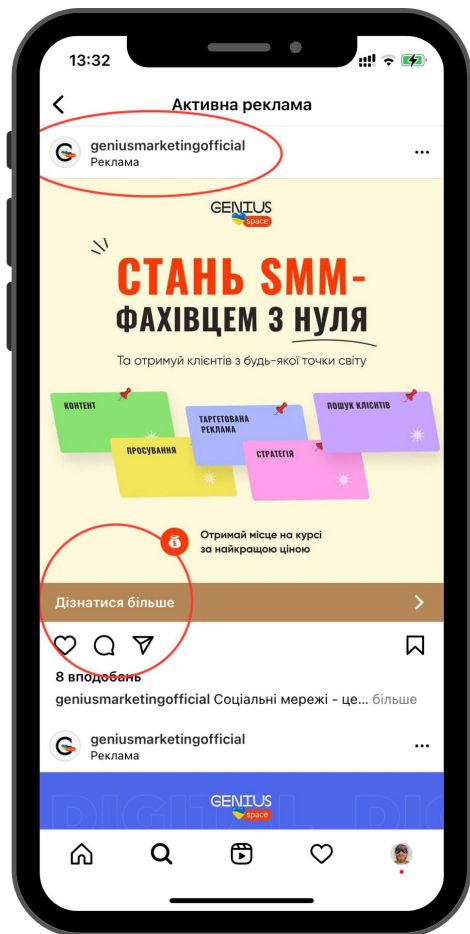
**Для цього давайте розберемо,
які взагалі існують варіанти в
інтернеті для просування будь-
яких компаній або продуктів**

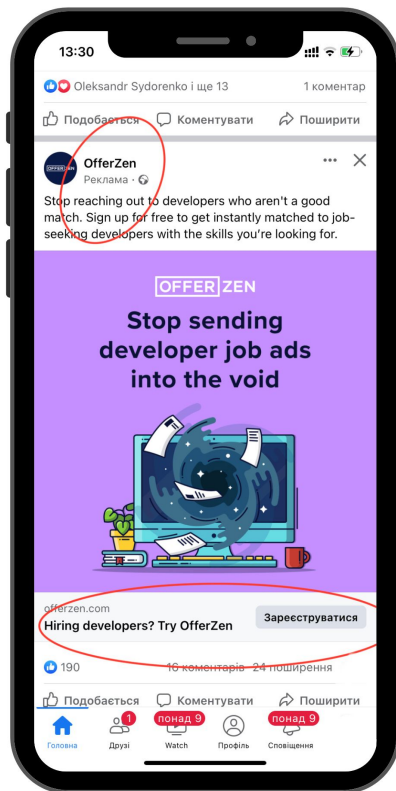
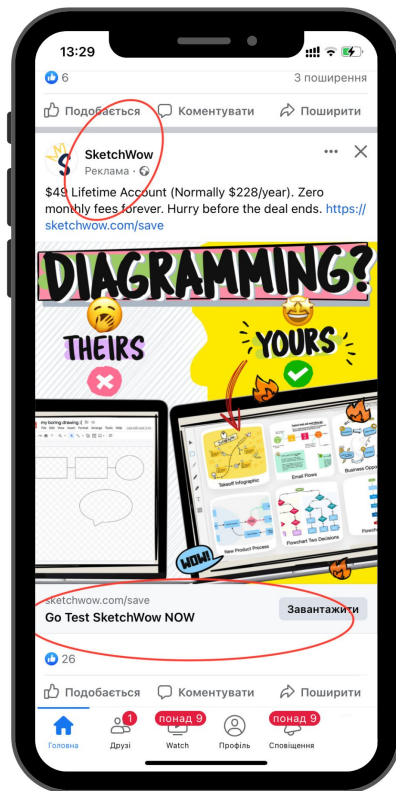
**Виділимо 3 варіанти, не
зважаючи на те, чи платні вони,
чи безкоштовні:**

- Таргетована реклама
- Контекстно-медійна
- Просування за допомогою SEO

1. Таргетована реклама

Частіше за все ви зустрічаєте її у
стрічці Інстаграм 





А бо ось так
вона виглядає
у Фейсбук

**Суть цього способу просування у
тому, що можна показувати
дописи будь-якій аудиторії за
певними критеріями**

**Наприклад, ви знаєте, що ваша
потенційна аудиторія – це
чоловіки, які мешкають у Києві,
їм від 25 до 32 років і Інстаграм
вони дивляться з айфону**

**Тоді за допомогою спеціальної
рекламної платформи ви можете
показувати свої оголошення саме
цим чоловікам і виглядати ці
оголошення будуть як звичайні
дописи у стрічці.**

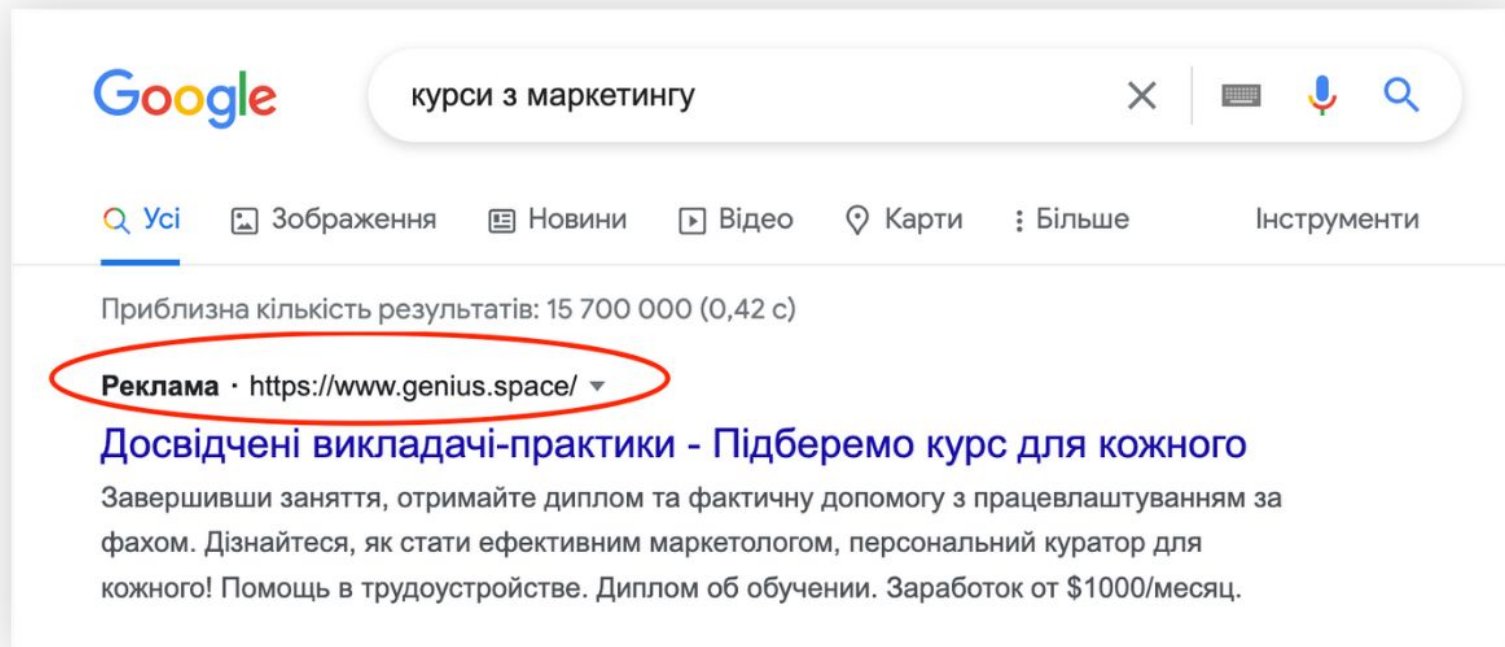
**Або ту ж саму схему можна
робити в сторіз чи рілз**

2. Контекстно-медійна реклама

Цей варіант реклами ми можемо використовувати в Google. Ви також бачили, коли щось шукали в Google, як перші посилання, які з'являються у пошуку, **мають мітку “Реклама”**.

Це варіант саме “контекстної”
реклами

Ось так це виглядає



Цю рекламу ми створюємо також за допомогою певних критеріїв, але на відміну від таргетованої реклами, ми задаємо ще й **певні ключові слова, які пише у пошуку** наш потенційний клієнт


**Наприклад, наша аудиторія пише
у Google “Дитячі коляски
Дніпро”. І уявимо, що наша
компанія продає коляски саме у
Дніпрі**

**Тоді, коли ми зробимо нашу рекламу
за допомогою таких ключових слів,
потенційний клієнт почне бачити у
пошуку і наші оголошення поруч з
оголошеннями конкурентів**

Але ми з вами спочатку
натякнули саме на **Контекстно-
Медійну рекламу**. Про
контекстну вже згадали

**Так от, під “медійним” форматом
мається на увазі те, що ваші
потенційні клієнти бачать не
пошукові посилання у списку з
міткою “реклама”, а візуальні банери**

Ось так:



кросівки


✕ 📄 🎤 🔍

⚙️ ☰


[Усі](#) [Зображення](#) [Покупки](#) [Карти](#) [Новини](#) [Більше](#) [Інструменти](#)

Приблизна кількість результатів: 2 680 000 (0,62 с)


Реклама · Купити: кросівки




Кросівки 90...
1 540,00 грн




Кросівки
4 185,00 грн



Утеплени...
219,00 грн




Чоловічі кросівки...
2 985,00 грн




Кросівки...
2 590,00 грн

Можливо, ви шукали



Кросівки
Спортивне спорядження



Снікери
Снікери, снікерси — підвид спортивного взуття, ...

**Також можливо це буде
одкровенням, але реклама в Youtube
теж створюється за допомогою
інструментів Google, але це вже
трохи інша історія**

І таргетована, і контекстно-
медійна реклама – це **платні**
варіанти реклами

**Ви платите за те, що рекламні
сервіси показують вашу рекламу**

**Чим більше платите і чим ваша
реклама “якісніша” за рекламу
конкурентів, тим більше ваших
потенційних клієнтів зможуть її
побачити і зробити те, що ви від них
хочете: потрапити на сайт, купити
продукт, дізнатись про ваш бренд**

3. SEO

Search Engine Optimization - оптимізація під пошукові системи

**Це умовно безкоштовний варіант
просування**

Суть його у тому, що ми формуємо
контент на нашому сайті таким
чином, щоб **Google самостійно та
безкоштовно просував наш сайт
або продукт у перші рядки пошуку**

Тобто, можна зробити все так, щоб
**коли людина шукала певний
товар, послуги, навчання**, вона
бачила б його на першій сторінці
пошуку: або відразу у перших
рядках, або трохи нижче після
реклами

Як це технічно робиться?

**Найпростіше пояснення –
наприклад, ви підбираєте якісь
ключові слова, за якими людина
шукає товар в інтернеті**

**І вбудовуєте ці слова у дописи на
сайті, у заголовки в дописах, у
саму структуру сайту**

Це не простий і нелегкий у
впровадженні інструмент, але якщо
навчитись ним користуватись, то
**можна отримувати великий трафік
потенційної аудиторії на свій сайт,
практично не витрачаючи на це
гроші**

**Також гарно тут те, що це будуть
люди, які самостійно шукають
подібні товари, послуги. От вони і
потрапляють на ваш сайт.
Залишається тільки продати**

Отже, ми поговорили про
3 варіанти просування. Чим
вони відрізняються один від
одного? Чим один краще або
гірше від іншого?

Як ви вже помітили, за допомогою
контекстно-медійної реклами ми
показуємо рекламу тим, хто
самоостійно шукає продукти,
послуги. Це гарно. Ці люди вже
хочуть це купити

А от, наприклад, за допомогою таргетованої реклами ми показуємо тим людям, які ці продукти “не шукають”, але так як ця реклама показується в соцмережах, ми маємо такий собі **емоційний та соціальний ефект**

**Коли людина на емоціях купує те,
що вона можливо ще не шукала,
але в неї були такі потреби і її
привабила наша пропозиція**

**Тому цей вид просування теж
має свої переваги**

Важливо! Ці обидва методи підходять, коли ви хочете отримати результати швидко. В реальності, можна сьогодні вранці зробити рекламу, а вже ввечері отримати клієнтів, або навіть впродовж дня

**А от варіант просування за
допомогою SEO потребує
набагато більше часу – на це
може піти і місяць, і декілька
місяців**

І наша задача, як профі
маркетологів – **використовувати**
всі ці варіанти. Хоча б тестувати

Навіщо?

1. Тому що ми не можемо знати з вами заздалегідь, який саме варіант виявиться більш ефективним. Тому тестуємо всі

**2. Тому що роботодавці віддають
перевагу тим, хто має навички в
усьому**

Ваше Д/З на сьогодні:

- Зверніть увагу на рекламні оголошення в Інстаграм та Фейсбук
- Починайте вже зберігати їх собі у додатку – таким чином соцмережі будуть пропонувати вам інші рекламні дописи на схожі теми
- Подивіться на пошукову систему Google – мітки “реклама” та рекламні банери

Завтра ми з вами:

- Розберемо, як вам рухатися далі
- Отримаєте секретні подарунки
- Подивимось презентацію великої програми