

Веб-маркетинг: краткий справочник ключевых элементов



Бесплатный курс

<https://navika.pro/digital/courses/vebmarketing-kratkij-spravochnik-klyuchevyx-elementov>

Содержание

1. ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА	3
2. ВЫБОР ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ	5
3. КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ	6
4. EMAIL-РАССЫЛКА	7
5. РАБОТА С СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ	9
6. РЕТАРГЕТИНГ	10

1. Оптимизация сайта

1.1. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ СОСТОЯНИЕ ВАШЕГО САЙТА С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТА WEBMASTER.YANDEX.RU.

1.2. Выпишите список ошибок, на которые указала система, а также адреса страниц, требующих исправления.

Страница	Ошибка	Уровень критичности	Что требуется сделать

1.3. ИСПРАВЬТЕ ОШИБКИ, НА КОТОРЫЕ УКАЖЕТ СИСТЕМА.

1.4. ПРОВЕРЬТЕ НАЛИЧИЕ МЕТАДАННЫХ НА СТРАНИЦАХ:

- Title;
- Description;
- Keywords.

Страница	Title	Description	Keywords

1.5. ПРОВЕРЬТЕ НАЛИЧИЕ ЗАГОЛОВКОВ И ПОДЗАГОЛОВКОВ, ОТМЕЧЕННЫХ ТЕГАМИ H1, H2 И H3.

- Главный заголовок должен быть помечен как H1.
- Подзаголовки первого уровня (заголовки текстовых блоков) — H2.
- Подзаголовки второго уровня (внутри отдельных текстовых блоков) — H3.

1.6. ПРОВЕРЬТЕ, КАК ВЫГЛЯДИТ ВАШ САЙТ С КОМПЬЮТЕРА И МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ.

ПРОТЕСТИРУЙТЕ ЕГО ВНЕШНИЙ ВИД И ФУНКЦИОНАЛ С РАЗЛИЧНЫХ БРАУЗЕРОВ.

1.7. ЗАПИШИТЕ, ЧТО ТРЕБУЕТСЯ ИСПРАВИТЬ. ОТКОРРЕКТИРУЙТЕ САЙТ В СООТВЕТСТВИИ СО СПИСКОМ НАЙДЕННЫХ НЕДОЧЕТОВ.

Мобильная/десктопная версия	Некорректная функция front-end	Что требуется сделать

1.8. ПОСЛЕ ТОГО КАК БУДУТ ИСПРАВЛЕНЫ ВСЕ ОШИБКИ, ЗАЙДИТЕ В КОНСОЛЬ WEBMASTER.YANDEX.RU И GOOGLE SEARCH CONSOLE, ЗАДАЙТЕ СИСТЕМАМ ФУНКЦИЮ «ПЕРЕОБХОД СТРАНИЦ», ЧТОБЫ ПРОЙТИ ПОВТОРНУЮ ИНДЕКСАЦИЮ.

2. Выбор целевой аудитории

2.1. ОПРЕДЕЛИТЕ ПАРАМЕТРЫ СВОЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, КОМУ И ЧТО ВЫ ПРОДАЕТЕ.

Что вы продаете	Ценность продукта	Какую проблему он решает

2.2. ОПРЕДЕЛИТЕ ПАРАМЕТРЫ СВОИХ ЛЮБИМЫХ КЛИЕНТОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И УЛУЧШЕНИЯ ПРОДУКТОВ.

Пол	Возраст	Образование	Статус	Уровень дохода	Боли	Пожелания	Ценности	Увлечения

3. Контент-маркетинг

Определите структуру вашего контента исходя из соотношения полезного, развлекательного и продающего. Составьте контент-план на месяц.

Развлекательные материалы	Полезные материалы	Продающие материалы

4. Email-рассылка

4.1. Создайте и настройте автоматизированную рассылку. Напишите серию писем, которые будут с нетерпением ждать и открывать.

4.2. Определитесь, к каким продающим материалам будут относиться эти письма, чтобы создать серию переходов по ссылкам из писем.

Письмо	Тема и краткое содержание письма	Переход на страницу
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

4.3. Соберите базу друзей, которые помогут вам протестировать рассылку.

4.4. Выберите несколько систем рассылки и отошлите письма по дружеской базе (в течение нескольких дней, не одномоментно).

4.5. ПРОСМОТРИТЕ СТАТИСТИКУ ДОСТАВЛЯЕМОСТИ ПИСЕМ.

4.6. ВЫБЕРИТЕ САМУЮ ПОДХОДЯЩУЮ ВАМ СИСТЕМУ РАССЫЛКИ.

4.7. Создайте на сайте посадочную (подписную) страницу.

4.8. Создайте ценный контент, который вы будете выдавать в обмен на email-адрес подписчика.

4.9. Настройте автоматическую загрузку новых пользователей в базу рассылки в соответствии с инструкциями выбранного вами провайдера.

4.10. Проверьте, что все работает корректно: попросите нескольких друзей подписаться на вашу рассылку и протестировать цепочку писем, в особенности тех, в которых содержатся ссылки.

5. Работа с социальными сетями

5.1. ВЫБЕРИТЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, В КОТОРЫХ ВЫ БУДЕТЕ ПРОДВИГАТЬСЯ.

5.2. ЗАВЕДИТЕ И НАСТРОЙТЕ ПУБЛИЧНЫЕ СТРАНИЦЫ БРЕНДА.

5.3. ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕ РЕКЛАМНЫЙ КАБИНЕТ.

5.4. В СООТВЕТСТВИИ С ПАРАМЕТРАМИ ВЫБРАННОЙ ВАМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ НАСТРОЙТЕ ТАРГЕТИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ.

5.5. НАПИШИТЕ НЕСКОЛЬКО РАЗНЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО ТРАФИКА НА СТРАНИЦЫ.

5.6. Создайте тестовые рекламные кампании.

5.7. ПРОВЕРЬТЕ ОТКЛИК И КОНВЕРСИЮ ПРИВЛЕКАЕМОЙ АУДИТОРИИ.

5.8. ВЫБЕРИТЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ ЛУЧШЕ ВСЕГО.

№ объявления	Текст	Социальная сеть	Отклик
Объявление 1			
Объявление 2			
Объявление 3			
Объявление 4			
Объявление 5			

6. Ретаргетинг

6.1. ОПРЕДЕЛИТЕ ПАРАМЕТРЫ, ПО КОТОРЫМ ВЫ БУДЕТЕ ПРОВОДИТЬ КАМПАНИЮ РЕТАРГЕТИНГА (ВОЗВРАЩАТЬ НА САЙТ УШЕДШИХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ).

6.2. Создайте объявления для ретаргетинга.

6.3. Настройте параметры показа объявлений по действиям аудитории (зашли на сайт, бросили корзину, не завершили оформление покупки и т.д.).

6.4. Протестируйте конверсию объявлений, при необходимости откорректируйте объявления.

№ объявления	Текст	Социальная сеть	Конверсия
Объявление 1			
Объявление 2			
Объявление 3			
Объявление 4			
Объявление 5			