

Предлози и Стратегии за Жени

Претприемачи



Интернет Маркетинг

Изработено од: Eurosuccess Consulting

Јуни 2016

Содржина

Вовед: Што е Интернет маркетинг?	Errore. Il segnalibro non è definito.
Компоненти на интернет маркетингот	Errore. Il segnalibro non è definito.
Маркетинг содржина	Errore. Il segnalibro non è definito.
Маркетинг на социјалните медиуми	Errore. Il segnalibro non è definito.
Оптимизација на веб-пребарувачот (SEO).....	Errore. Il segnalibro non è definito.
Веб дизајн	Errore. Il segnalibro non è definito.
Краток преглед на модулот	Errore. Il segnalibro non è definito.
Вежби	Errore. Il segnalibro non è definito.
Библиографија	Errore. Il segnalibro non è definito.

Вовед: Што е Интернет маркетинг?

Интернет маркетингот, или како што е најчесто наречен, Онлајн Маркетинг или Дигитален Маркетинг, се однесува на рекламни и маркетинг напори кои ја користат мрежата и имејлот да вршат директни продажби преку електронска трговија, како и трговски предности од интернет страни или имејлови.

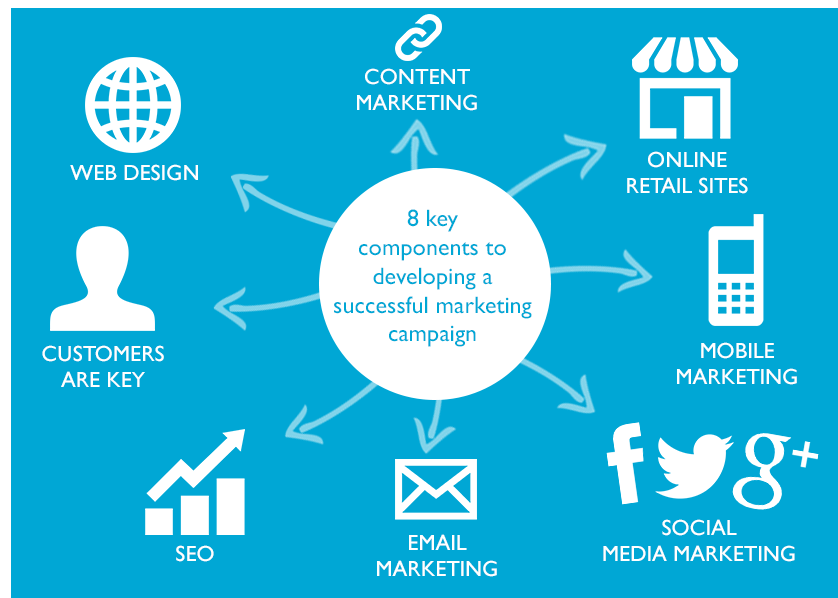
Традиционален маркетинг	Интернет маркетинг
Тешко се мери. Неможете да знаете колку луѓе ја читаат вашата реклама и колку презедоа поволни мерки одкако ја видоа.	Се мери. Го знаете бројот на луѓе кои ја видоа онлајн рекламата, како и бројот на оние кои го купиле производот.
Не е рентабилно	Рентабилно е
Не е толку добро за градење на брендот.	Брзо и ефективно е за градење на брендот
На некој начин ги прекинува секојдневните активности на корисниците како што рекламите на телевизија ја прекинуваат програмата која ја гледате, билбордите го одземаат вниманието на возачите итн.	Не прекинува. Корисникот може да посетува реклами според неговите или нејзините погодности и желби.
Може да ги остави прашањата на корисниците неодговорени, поради тоа што испечатени или усни информации за производот или услугата не се секогаш можни.	Може да понуди најмногу информации за производот или услугата, понуди и трансакции.

Ако земеме во предвид дека денес голем дел од целните потрошувачи трошат прилично многу од нивното време онлајн, ние можеме да ја забележиме потребата од онлајн маркетинг наместо традиционален.

Компоненти на интернет маркетингот

Интернет маркетингот можеби звучи едноставно, но во реалноста бара посветеност, постојаност и многу време со цел да ја води компанија до успех. За успешна интернет маркетинг стратегија, компанијата треба јасно да ги дефинира нејзините целни клиенти, нејзините задачи и цели, и да има добро познавање на пазарот. Интернет маркетингот е составен од следните компоненти:

- **маркетинг содржина**
- онлајн продажба на мало
- мобилен маркетинг
- **Маркетинг на социјалните медиуми**
- имејл маркетинг
- **SEO**
- клиенти
- **Веб дизајн**



Ќе ги анализираме четирите поважни долу.

Маркетинг содржина

Без разлика на индустријата, тренд кој се зголемува во последните неколку години и кој премина во начин на кој можете ефективно да го рекламирате вашето онлајн присуство е маркетинг содржината. Тоа е дел од влезна маркетинг стратегија која е всушност еден тип на молец на пламен стратегијата. Со други зборови вие нудите интересна и квалитетна содржина, што е пламенот, а потрошувачите ќе се насочуваат кон вашиот бизнис барајќи ја вашата метафоричка светлина. Првиот чекор е да се креира содржина која ќе ја бараат потрошувачите.

Ова е дел од стратегијата која ќе се разликува низ индустриите, но има некои типови на маркетинг содржина која може да биде приспособена за секоја индустрија и е ефективна за привлекување на клиенти. Кога се обидувате да смислите каков тип на содржина сакате да создадете за вашиот бизнис, ставете се себеси на местото на клиентот и размислете какви теми ќе ги интересираат нив. Откако ќе одлучите кон кој предмет сакате да се насочите, лесно ќе одберете кој медиум би сакале да ви ја претстави вашата порака.

Маркетинг содржината може да биде најдена во следниве форми:

Блогови

Блоговите се веб страни креирани од поединец или група на поединци. Тие се ажурирани секојдневно. Вие можете да пишувате блогови за промоцијата на вашиот бизнис.

Транспаренти

Транспарентите се долги ленти од ткаенина со слоган или дизајн. Тие се носат на демонстрации, протести, или се поставуваат на јавно место. Постојат интернет транспаренти, паралелно со видливи рекламни транспаренти.

Интернет форуми

Тие се онлајн страни за дискусија, каде што луѓето пишуваат пораки и дискутираат.

Маркетинг на социјалните медиуми

“Социјалните медиуми не се само една активност, тие се инвестирање на драгоцено време и ресурси. Опкружете се себеси со луѓе кои не само ве поддржуваат и остануваат покрај вас, но влијаат на вашето размислување за начини да го подобрите вашето онлајн присуство.”

Шон Гарднер

Стратегијата на социјалните медиуми е повеќе од Facebook страна или Twitter содржина. Кога изведени правилно, социјалните медиуми се моќна програма за интеракција со клиентите и двигател за онлајн посветеност. Сцената на социјалните мрежи значително еволуираше во последните неколку години, бидејќи интернетот е новата моќна алатка.

Како и со било која маркетинг стратегија, и овој пристап е јасен:

- Идентификувај ги социјалните канали каде се дружи целната публика
- Зацврсти ги пораките на вашиот бренд – кои информации ќе го привлечат вниманието на публиката на социјалните медиуми.
- Разбирање кои социјални мрежи најдобро го комплиментираат процесот за раст на вебсајт разговорот.

Работи што треба да се земат во предвид при вршењето на стратегијата на социјалните медиуми:

Одберете ја мрежата која вам ви одговара

Немате Facebook? Не се грижете. Развијте присуство на социјалните мрежи на онаа мрежа која се усогласува најсилно со вашите клиенти и бренд. Не чувствувајте дека треба да вложете шест фигури за Facebook присуство каде што вашите клиенти веројатно веќе се дружат. Запомнете дека социјалните медиуми, се во својата суштина, дистрибутивен канал. За да го раширете зборот за вашиот бренд, вам апсолутно ви треба публика.

Започнете со вашите потрошувачи

Со цел за луѓето да ве следат, вие треба да ги следите вашите потрошувачи. Одберете социјална мрежа која се усогласува најсилно со местата каде вашите клиенти веќе се дружат. Доколку водете Б2Б организација, на пример, очекувано е учество на LinkedIn групите за дискусија.

Доколку водете издавачки вебсајт, една од критичните работи е да дејствувате на Twitter, бидејќи публиката постојано споделува и постира преку овој канал.

Од друга страна, вебсајт за интернет продажба може да покаже подобри резултати на Facebook (тоа е доколку вашите клиенти не се активни на Twitter). Најповеќе зависи од желбите на вашите клиенти, интернет прелистувањето, моделите и демографијата. За Woot.com, на пример, логично е да имаат Twitter страна бидејќи вебстраницата е специјализирана за секојдневни зделки.

Инвестирајте во градењето на заедница

Онлајн заедниците придонесуваат вредност во форма на изложеност и дистрибуција. Дел од вашите фанови и следбеници можат да се преобратат. Кога ќе инвестирате во градењето на вашите следбеници на социјалните медиуми, вие всушност инвестирате во дистрибуција.

Фокусирајте се на градење на вашата база на следбеници со тоа што ќе барате од вашата публика да станат фанови или следбеници со цел да го прочитаат остатокот од вашата содржина.

Покажете почитување при регрутирањето на фановите и следбениците. Некои луѓе не го сакаат тоа. Погрижете се да постои можност да не учествуваат. Вклучете линк со *“Не благодарам”*. Исто така, поставете колациња на страницата за да се осигурате дека откако вашите читатели ќе ја видат вашата покана еднаш, таа нема да се повтори. Оваа стратегија може да ви помогне двојно да се зголемат следбениците на социјалните медиуми – што лесно може да прерасне во 30 до 40% од вашиот вкупен веб сообраќај.

Поставете ги вашите пораки во совршено време.

Facebook објава во 2 часот очигледно нема да привлече внимание. Надвор од очигледното, најважно е да се обрне внимание на нијансите кога ги поставувате вашите објави. Користете бесплатни алатки за социјални медиуми кои едноставно и временски точно го мерат вашиот твит и ажурирањето на вашиот статус. Еве како изгледаат неколку од извештаите:



Синхронизирајте се со познатите содржини

Социјалните медиуми и маркетинг содржината одат рака под рака. Кога луѓето ги пребаруваат своите Фејсбук и Твитер фидови, тие можеби не се расположени за купување. Тие сакаат да бидат социјални, да разговараат со пријателите, да се поврзат со семејството, да пребаруваат слики, и да се релаксираат.

Колку што сакате да продавате, вашата содржина не треба. Наместо ова, клучот е да се изградат односи со публика. Луѓето ја прават забавата. Задржете го нивниот интерес.

Бидете бренд кој е и пријател. Споделете содржина, не производи. Запомнете дека луѓето се емотивни и сакаат да бидат забавувани.

Промовирајте содржина надвор од сопствената. Позајмувајте содржини од заедницата, и споделувајте го она што е најрелевантно за вашите пријатели и следбеници. Интернет страната Clarity го објаснува овој процес со позајмување и споделување на неверојатни текстови од претприемачи и бизнис лидери.

Привлечете го вниманието со слики

Луѓето не сакаат да читаат делови од текстови. Тие сакаат слики кои се лесни за разбирање и кои ни го задржуваат вниманието. Бидете креативни и не се плашете да бидете смешни - дури и ако сте малку надвор од суштината на вашиот бренд. Само не бидете здодевни.

Дополнителни совети:

- Изберете социјални канали кои се усогласуваат со вашата публика.
- Не се чувствувајте должни да започнете профили на социјални медиуми кои не се усогласени со вашиот бренд.
- Следете ги резултатите, со што ќе можете да направите оптимизација и постојано да ги подобрите перформансите.
- Следете ја метриката поврзана со популарноста, ангажманот, предностите, разговорите и трошоците.
- Објавувањето и повторното споделување се значително вредни, бидејќи тие нудат бесплатна изложеност на вашата компанија
- Охрабрете ги корисниците да ги споделуваат вашите содржини со спроведување на (и за тестирање на поставување на) додатоци за социјално споделување.
- Бидете се по видни. Луѓето не сакаат да читаат огромни редови текст.
- Запомнете дека луѓето на социјалните медиуми не се таму за купување. Тие бараат да се поврзат со пријателите, да разговараат со своето семејство, да пребаруваат слики, и да откријат забавни медиуми.
- Интегрирајте ја вашата стратегија на социјалните медиуми со вашата брендирана содржина. Содржината е моќен двигател за упатување на сообраќај.



Erasmus+

2015-1-IT02-KA204-014787



- Слушајте колку што емитувате. Користете ги социјалните медиуми за да се запознаете со своите клиенти.

SEO

Стратегија за оптимизација на веб-пребарувачот (SEO)

Оптимизација на веб-пребарувачот (SEO) е методологија на стратегии, техники и тактики кои се користат за зголемување на износот на посетители на веб страната со добивање на висок ранг во резултатите од страната на пребарување на пребарувачот (SERP) - вклучувајќи ги Google, Бинг , Јаху и други пребарувачи.

Оваа област постои уште од најраните денови на интернетот, а целта е секогаш иста - да се рангира колку што е можно повисоко во резултатите од страниците за пребарување (SERPs). Како што можете да замислите, како се повеќе и повеќе компании сфаќаат колку е важно да се рангираат за одредени клучни зборови, натпреварот во овој простор станува се по немилосрден.

Искуството на корисниците е се.

SEO е практика на подобрување и унапредување на веб страната, со цел да се зголеми бројот на посетители кои сајтот ги добива од пребарувачите. Постојат многу аспекти на оптимизација, од зборовите на вашата страница, до начинот на кој други страници се поврзани со вас на интернет. Понекогаш SEO е едноставно да се погрижете вашиот сајт да е структуриран на начин на кој пребарувачите ќе го разберат.

Тоа може да звучи контрадикторно, но фокусирање на оптимизацијата е повеќе од само анализа на технологијата за пребарувачот.

Програмите за пребарување се дизајнирани за да ги поврзат луѓето со корисни информации веднаш. Квалитетот и релевантноста се од суштинско значење тука, и цел на Google е да се осигура дека најдобрите веб-сајтови се оние кои се на врвот на листата. Тоа е причината зошто ние постојано се навраќаме на платформи како Google и Bing - затоа што ние им веруваме.

SEO Е УПРАВУВАН ОД КЛУЧНИ ЗБОРОВИ

Ние знаеме дека вие веќе го знаете ова, но сега е добро време да ги зајакнеме следните критични детали:

SEO е целосно базиран на клучни зборови.

Размислете за тоа од гледна точка на корисникот. Вредноста на пребарувачите е дека тие ни овозможуваат да најдеме информации врз основа на зборови, кратки фрази или реченици.

WEBMASTER TOOLS

Двете Google и Бинг имаат Webmaster Tools платформи. Како што споменавме претходно, ова е ресурс кој може да ви помогне да видите како пребарувачите ја читаат вашата веб-страница. Направете профили со Google и Бинг. Имајте на ум дека Webmaster Tools е неопходен за да се осигура постоењето на вашата веб страна.

Webmaster Tools ќе ви помогни:

- Да му кажи на пребарувачите да ја внесат вашиот веб страна
- Да ги оценат вашите внатрешни линкови
- Да ги лоцира споредните линкови до веб страната
- Да ги дијагностицира и поправи проблемите
- Да комуницира со тимот на Google Search Quality
- Да виде кои клучни зборови носат сообраќај кон вашиот вебсајт
- Да идентифицира грешки кои влијаат на вашата способност да се појавите во пребарувањето

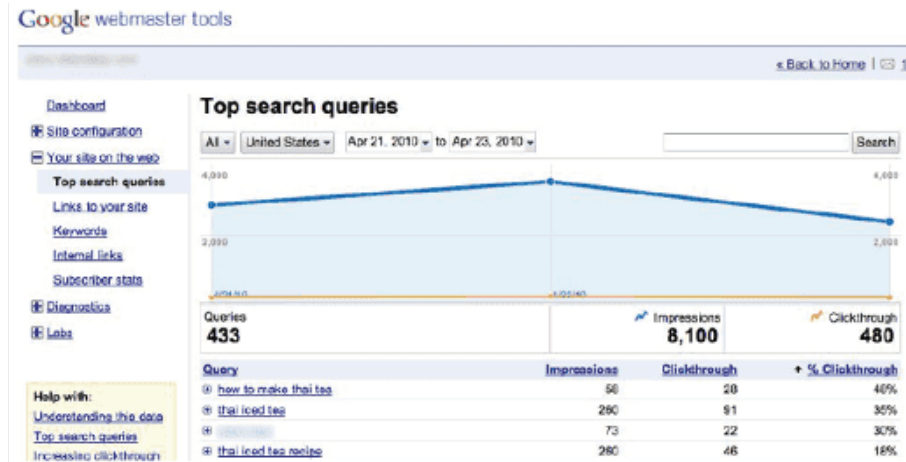


Google

Webmaster Tools

Site Dashboard

- Site Messages
- Search Appearance
 - Structured Data
 - Data Highlighter
 - HTML Improvements
 - Sitelinks
- Search Traffic
 - Search Queries
 - Links to Your Site
 - Internal Links
 - Manual Actions
- Google Index
 - Index Status
 - Content Keywords
 - Remove URLs
- Crawl
 - Crawl Errors
 - Crawl Stats
 - Fetch as Google
 - Blocked URLs
 - Sitemaps
 - URL Parameters



Главни совети

- SEO и корисничкото искуство секогаш треба да се подредени. Одолеете на искушението да се вклучете во нешто што може да изгледа нечесно. Ако ви се чини дека е премногу добро да биде вистина, веројатно е.
- Освен на Google, дадете му предност и на Бинг. SEO заедницата зборува многу за Google, но Бинг уште има значителен удел на пазарот.
- Фокусирајте се на техничките компоненти на SEO како и на стратешките компоненти. Гледајте ја SEO како стратегија за комуницирање на информации на пребарувачите. Вие промовирате на интернет пребарувачите за да им кажете дека го доставувате највисокиот квалитет на средства за одредени клучни зборови. Пребарувачите го сакаат тоа.



- Маркетинг содржината може да направи чуда за оптимизацијата на вашата компанија. Креирај информативни слики, блог постови, и водичи кои ќе ги вчудоневидат вашите како и потенцијалните клиенти.
- Сообраќајот е само дел од равенката за оптимизација. Фокусирајте се и на оптиматизација на разговорот.
- Употребете буџети за да ги регулирате вашите трошоци. Не користете буџети како мерка за ефикасност. Ако напорите за рекламирање на вашиот платен канал се навистина ефикасни, вам не ќе треба буџет.

Веб дизајн

Еден од најважните аспекти на онлајн маркетингот што може да биде одлучувачки фактор во вашиот бизнис е веб дизајнот. Веб дизајнот е процес на создавањето кој има намера да ја претстави содржината на електронските страници, на која корисниците може да им пристапат преку интернет со помош на веб прелистувач. Во суштина, тоа е веб-сајтот на вашата компанија. А секој бизнис веб-сајт треба да го има следново:

- Треба да биде лесен за користење за да им овозможи на посетителот брзо и лесно да ги најде потребните информации
- Треба да биде дизајниран од страна на веб дизајнер и да се има во предвид целта на вашиот бизнис (на пример, ако вашиот бизнис е правење роденденски торти за деца, тогаш веб-сајтот треба да биде шарени и забавен, но ако имате намера да развиете претпријатие за правење на преводи, тогаш треба да биде посериозен со помалку интензивни бои), колку лесно може да се движи корисникот, некои основни информации што дефинитивно треба да бидат вклучени итн
- На вашиот сајт треба да ја дефинирате целта на вашиот бизнис како и вашата целна публика.
- Треба да биде креативен, да не биде досаден, и да го привлече вниманието на посетителите.

Неколку дополнителни совети:

Брендирање

Брендирање е важно за сите бизниси, и мали и големи. Дизајнот и поставување на логото на вашиот бренд придонесува за целокупното мислење на публиката. Професионално дизајнирани логоа можат успешно да го привлечат вниманието на клиентите и да обезбедат јасна слика за уникатниот глас на брендот. Изберете локација на вашиот веб-сајт што е лесно видлива за посетителите, како што е горниот лев агол, бидејќи тоа е

местото каде што окоето природно започнува со скенирање на веб-страница. За уште повеќе да се зацврсти идентитетот на вашиот бренд, размислете за користење на истото лого за пакување, печатената реклама и брендираната облека. Кога бизнисот е во согласност со брендирање, тоа им обезбедува интегрирано и незаборавно искуство на клиентите со вашиот брендот.

Функционалност

Кога размислуваме за функционалност, постојат неколку работи кои треба да се разгледаат. Имено, дали веб-сајтот е функционален во буквална смисла на зборот? Дали се јавуваат проблеми со пребарувањето или прекинати врски? Дали сигурносните карактеристики на сајтот се соодветни со потребите на вашиот бизнис? Освен овие оперативни прашања, од суштинско значење е да ги видите функциите на вашиот веб-сајт од гледна точка на корисникот. Дали формите на контакти, истражувања, како и деловите за повратни информации на клиентот на вашиот сајт работат правилно? Еден или сите од овие функционални проблеми може да ги поттикне клиентите да го напуштат вашиот сајт.

Навигација

Ако некој сајт е збунувачки и тежок за движење, вашите клиенти може да го напуштат и никогаш да не се вратат. За да се зголеми ефикасноста на навигацијата на вашиот сајт, спроведете длабочински преглед на сајтот како да сте нов посетител. Забележете ги функциите за навигација кои имаат и немаат смисла. Еден начин за да се подобри способноста на посетителот да се движи на вашиот сајт лесно (и да им помогне на пребарувачите за поставување на вашиот сајт) е да се додаде карта. Исто така, рационализирање на навигацијата со елиминирање на непотребни или не доволно добри страници може да го намали времето на полнење и да го подобри квалитетот на онлајн присуството на вашиот бренд.



Активен блог

Еден блог помага да се информираат клиентите за најновите производи, настани поврзани со компанијата, како и информации поврзани со индустријата. Поставувањето на блог на вашиот веб-сајт е одличен начин да се поврзете со нив, особено ако вашите мислења ги охрабрат читателите да комуницираат со вашиот бренд. Одржување на вашиот блог со редовно ажурирање ги информира корисниците за вредностите и желбата да се промовира комуникација со вашиот бренд. Со редовно обезбедување на читателите со свежа, корисна, интересна содржина, вашиот бренд ќе стане доверлив извор и орган во индустријата.

Интеграција со социјалните медиуми

Интеграцијата со социјалните медиуми не е повеќе новина - тоа е услов. Како технологијата што ја прави размената на информации повеќе удобна, бизнисите кои немаат интеграција на социјалните медиуми не успеваат да ги искористат предностите на она што сега се поврзува со денешното рекламирање. Социјалните медиуми обезбедуваат простории во кои корисниците можат да го промовираат вашиот бренд, да пишуваат рецензии и да останат запознаени со најновите вести на вашата компанија. Пишаните и визуелни содржини, вклучувајќи ги сликите на производите и брендираните видеа, лесно се распоредуваат на платформи како што се Facebook, Twitter, Pinterest и LinkedIn со додавање на копчиња за споделување на вашиот сајт.

Оригинална содржина

При дизајнирање на веб-сајт, клучно е да пишувате оригинални содржини кои се релевантни за вашата компанија и производи со висок квалитет. Сè, од квалитетот на својата содржина до клучните зборови влијаат на рангирање на вашиот сајт во резултатите од пребарувањето. Истражувањето со клучни зборови може да обезбеди идеи за теми и доколку се користи повремено, ќе им помогне на клиентите брзо да ја најдат содржината што ја бараат. За да се зголеми желбата, секоја веб-страница треба да има не помалку од 150 зборови и треба да вклучува линкови до веродостојни извори и други страници на вашиот сајт. Повеќе од обезбедување на информации, содржините објавени на вашиот сајт треба да бидат напишани со неповторливиот глас на вашиот бренд. Пред објавувањето, користете алатка како Copyscape за да се осигурате дека ги задоволувате стандардите за дуплирање. Споделувањето на дуплирана содржина на

вашиот сајт ќе резултира со големи казни од Google, вклучувајќи можно отстранување од резултатите од пребарувачите.

Комерцијални слики

Сè што се наоѓа на вашиот веб-сајт се смета за интелектуална сопственост е и под авторски права. Како еден од водечките светски доставувачи на комерцијални слики, Getty Images го регулира соодветното користење на слики на интернет. Доколку сликите кои се заштитени со авторски права не се објавени со дозвола, може да резултира во парични казни. При вклучување на слики во содржината на вашиот сајт, осигурајте се да добиете писмена дозвола за употреба и доколку е применливо, платете ги соодветни давачки. Исто така, постојат сајтови кои нудат пристап до слики кои се ослободени од авторски права. Сепак, внимателно разгледајте ги условите за употреба пред да ги објавите. За многу бизниси, трошоците поврзани со законско користење на слики се поголеми од непосредната корист на "добивање нешто за ништо."

Краток преглед на модулот

Овој документ нуди детален вовед во интернет маркетингот. Анализира, меѓу другото, што е тој точно и зошто е корисен, неговите главни разлики од традиционалниот маркетинг, и зошто тој се појави во текот на последните неколку години. Покрај тоа, овој модул ги објаснува четирите најважни интернет маркетинг компоненти:

1. Маркетинг Содржина
2. Социјалните медиуми
3. Оптимизација на пребарувачот
4. Веб дизајн

Овие четири компоненти се најзначајните аспекти на интернет маркетингот и треба да се земат во предвид кога се почнува со истражувањето на интернетот. Маркетинг содржината е содржина како статиите или одржувањето на активен блог на вашиот сајт, која ќе ви помогне да изградете една заедница која што ќе ви верува вам и на вашиот производ, и не мора да значи дека ќе се фокусира директно на продажбата. Социјалните медиуми се моќна алатка за стекнување на клиенти и публика кога се користат мудро и со упорност. Некои основни концепти на социјалните медиуми се објаснети во овој модул и како ефикасно да ги користите за да добиете следбеници и да изградете една заедница. SEO е дел од онлајн маркетингот кој ви помага да се измерат вашите посетители и публика на веб-сајтот, но исто така ви помага да се здобиете со некои посетители преку прав избор на зборови. На крајот, веб дизајнот е дефинитивен фактор во вашата потрага за успех! Гледајте го тоа како ваша "слика" на надворешниот свет, каде што луѓето може виртуелно да ве посетат еднаш или повеќе пати. Поради оваа причина, треба да запомнете да создадете веб-сајт кој привлекува корисници и им овозможува лесно лоцирање на бараните информации.

Вежби

Изберете го правилниот одговор.

Која е главната причина што интернет маркетингот е развиен во таква мера?

- a. полесно е да се рекламира преку интернет
- b. поефикасен е
- c. светот во денешно време работи со интернетот па имате поголем целен пазар

Зошто треба да ја користите маркетинг содржинана?

- a) да бидете поактивни на интернетот како компанија
- b) да изградете една заедница преку вашите статии / содржина
- v) да го продадете својот производ полесно

Што е најважно да се запамети за социјалните медиуми?

- a) да бидат доследни и активни
- b) да ја изберете правилната социјална медиум платформа според вашиот тип на бизнис
- v) сите од горенаведените

Веб-сајтот на вашиот бизнис дефинитивно треба да биде ...

- a) практичен
- b) шарен
- v) едноставен

Библиографија

<http://www.socialmediatoday.com/content/24-things-consider-when-designing-and-developing-website>

<http://cubicleninjas.com/7-things-consider-before-designing-website/>

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-10/>

<https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing-chapter-12/>

<https://yourdigitalresource.com/internet-marketing-strategy/>

http://www.tutorialspoint.com/online_marketing/online_marketing_introduction.htm