



СЕРИЯ ТРЕНИНГОВ: «B2B» маркетинговые коммуникации транспортных услуг

Тренинг «Интернет – маркетинг» (8 акад.часов, 15 тыс. тенге)

Сегодня мало иметь сайт в сети Интернет. Если сайт не интересует никого, кроме создателя - это пустая трата времени и денег. Если на сайте много посетителей, но они не задерживаются больше одной минуты - это зря потраченное время и деньги. Если посетителя сайта не становятся вашими покупателями и клиентами - сайт нужно закрывать. Или реанимировать...или создавать новый!

В результаты тренинга Вы научитесь:

- создавать «умные», продающие сайты
- выводить их на первые места в поисковых машинах
- увеличивать количество пользователей на вашем сайте
- обеспечивать для пользователей комфортные условия, чтобы пользователь выделил ваш сайт на фоне конкурентов
- отслеживать активность конкурентов и нужды потребителей
- поддерживать репутацию компании бренда в Сети
- писать «под Интернет»

Название модуля и его краткая суть	Выгоды и новые знания для участника
I. СОЗДАНИЕ РАБОТАЮЩЕГО САЙТА 1. Доменное имя: Почему ценные доменные имена продаются и покупаются за бешеные деньги? 5 принципов подбора. Дополнительные домены. Выбор «прописки». 2. Юзабилити. Что это такое и где здесь деньги для бизнеса? Почему 95 % Ваших посетителей уходят с сайта ни с чем? 3. Оптимизация контента: Не заставляй меня думать!	Несколько хитростей и пара предостережений. Как каждый доллар, вложенный в usability, возвращает от 10 до 100 прибыли или сэкономленных средств. 10 полезных юзабилити принципов и находок 10 юзабилити преступлений, которых вы не должны совершать Что такое копирайт и рерайт. Почему текст, «перетащенный» на сайт из красивого корпоративного буклета не приносит пользы? Особенности продающих текстов для Интернета. О чем писать на главной странице? Ключевые слова – как их узнать и как их распределить.
II. ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА. Цели и способы продвижения. SEO. Обмен ссылками. Регистрация в каталогах. Виды рекламы в Интернете. SMM (SocialMediaMarketing).	Какая нам нужна посещаемость на сайте? Как вывести сайт в первую десятку в популярных поисковиках и зафиксировать его там недолго. Принципы медиапланирования в Интернете. Где и на какие крючки «ловить» свою целевую аудиторию? Как на основе двусторонних коммуникаций строить долгосрочные отношения с потребителем? Где и как организовывать представительства бренда?
III. УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ Как ее создать и защитить? Динамика упоминания и размещения ссылок в блогах Соотношение положительных /нейтральных/негативных отзывов	Как влиять на негатив, если негатив является правдой? Если негатив является ложью? 5 советов по работе с аудиторией

IV. ИССЛЕДОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

Как Интернет позволяет автоматизировать процесс сбора многих данных, а значит - экономить исследовательский бюджет

И почему в Интернете можно узнать о потребителях и конкурентах то, чего никогда, ни за какие деньги не узнать офф – лайн?

Превосходя ожидания: как по статистике запросов и мониторингу мнений отслеживать тренды и придумывать то пользовательское счастье, о котором он сам еще не догадывается.

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ: МАТВЕЕНКО ИННА ГРИГОРЬЕВНА, mba, бизнес – тренер, коуч Erikson college international (Канада)

- преподаватель Казахстано-немецкого Университета
- преподаватель Университета Международного Бизнеса,
- лектор модуля "Операционный менеджмент" Программы FIATA "Управление цепями поставок" Центра управления и логистики
- соучредитель инвестиционной компании