



Конференция

**Интернет-  
консалтинг**

Стратегия эффективного присутствия в интернете

**Илья Никулин**

**Основы и принципы  
интернет-консалтинга**



Конференция

Интернет-  
консалтинг

Стратегия эффективного присутствия в интернете



## Предпосылки интернет-консалтинга

- Технологическая сложность услуг интернет-маркетинга
- Широта инструментария
- Узкая специализация интернет-исполнителей, оторванность от «классического» маркетинга
- Динамика технологических изменений
- Возрастание рекламных бюджетов
- Усиление конкуренции
- Неоднородность профессиональных участников рынка услуг в области интернет
- Увеличение количества компаний, вводящих в свой штат интернет-маркетологов
- Слабая осведомленность клиентов о специфике услуг
- Внутренние противоречия в компаниях-заказчиках

**Результат — высокая стоимость ошибки, значительное количество неудачно завершенных проектов.**

## Цели продвижения:

- Организация системы интернет-представления холдинга
- Организация канала интернет-продаж
- Вывод нового товара или услуги на рынок, формирование спроса
- Повышение эффективности интернет-магазина
- Имиджевое продвижение бренда компании и/или товаров
- Противодействие негативной информации
- Увеличение объема повторных продаж

## Анализ задачи, ТЗ

- Анкетирование
- Анализ стратегии компании
- Анализ конкурентов и окружения
- Постановка задачи и определение рамок проекта интернет-маркетинга
- Разработка системы KPI
- Подготовка КП

## Пакеты услуг:

Комплексный интернет-маркетинг

Поисковое продвижение (SEO)

Управление контекстными РК

Поисковый маркетинг (SEO + контекстная РК)

Продвижение в социальных медиа (SMM)

Имиджевое продвижение и интернет-PR

Лидогенерация (PPA)

Аудиты сайтов

Проектирование интернет-представительств

Доверительное управление интернет-ресурсами

## Контент:

Корпоративный сайт Интернет-магазин Online-каталог  
Промо-сайт Целевые страницы Мобильные версии Адаптация контента для Web  
Инфографика Создание специализированного контента  
Рекламные материалы и сообщения Графический креатив  
Видео Подкасты пресс-релизы RSS

## Каналы продвижения:

- eCRM + eMail-маркетинг
- Поисковая оптимизация и продвижение (органика; SEO)
- Контекстная реклама (PPC)
- Отраслевые интернет-ресурсы и СМИ
- Общетематические торговые площадки
- Продвижение в социальных сообществах (SMM)
- Медийная реклама + специальные акции

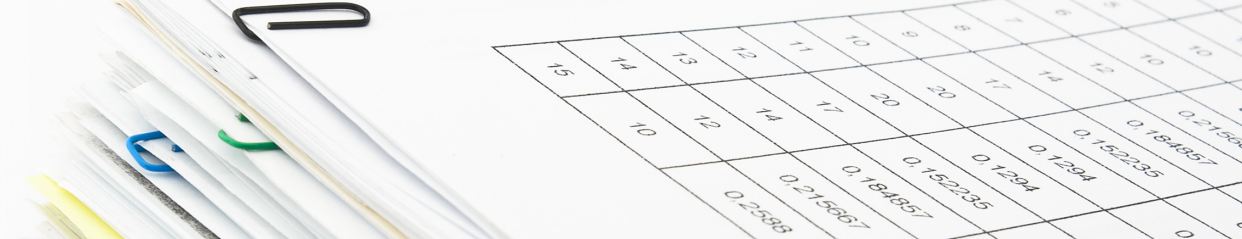
## Виды работ/ активностей:

- Планирование, координация и управление проектом
- Анализ посещаемости, анализ конкурентов
- Создание и/или адаптация контента
- Регулярные/ еженедельные мероприятия по регистрации аккаунтов и размещению информации;
- Эпизодические маркетинговые мероприятия
- Медиапланирование и управление РК
- Консультации
- Подготовка предложений по развитию
- Оптимизация конверсии
- Автоматизация процессов интернет-маркетинга
- Учет маркетинговой информации в БД
- Рабочие встречи и отчетность



## Форматы услуг

- Технический аудит сайта, информационная безопасность (20-80)
- Маркетинговый аудит сайта (100-200)
- Usability-анализ, повышение эффективности сайтов (40-100)
- Проектирование интернет-представительств (40-100)
- Проектирование БД интернет-маркетинга (20-40)
- Выбор систем аналитики, настройка отчетности (20-30)
- Конкурентный анализ (20-80)
- Ассортиментный анализ (40-80)
- Стратегическое планирование интернет-маркетинга, разработка системы КПИ (80-120)
- Планирование работ в одном из направлений интернет-маркетинга (SEO, SMM, реклама, PR, email-маркетинг, др.) (20-80)
- Проектирование систем работы с постоянной аудиторией, eCRM (40-60)
- Подбор подрядчиков на интернет-услуги, проведение тендеров (20-40)
- Обучение персонала клиента



# Особенности, стандарты работы и отчетности

- Сложности в определении качества услуги
- Значительные предпроектные затраты на диагностику проблемы и подготовку КП
- Презентация рабочей группы на этапе КП
- Отчет — качественный документ с профессиональной версткой, подготовленный для печати
- Подробное описание цели проекта
- Емкий, деловой стиль изложения, отсутствие «воды»
- Хороший стиль и отсутствие описок и ошибок
- Графика
- Вынос в приложения второстепенной или вспомогательной информации
- Резюме
- Презентации
- Очная «защита» результатов проекта
- Второй этап проекта — «Ответы на вопросы» (в рамках ТЗ)



## Требования к консультантам

- Практический опыт работы в отрасли — не менее 5 лет
- Не только знание, но и диагностические и аналитические навыки
- Опыт участия в консалтинговых проектах — от 1 года
- Веб-сайт, презентующий корпоративную информацию, услуги, ценообразование, опыт и т. п.
- Наличие значимого количества референций
- Самосовершенствование, постоянное обучение и развитие не только в «своей» области, но и в интернет-маркетинге вообще
- Прохождение формальных аттестаций, получение сертификатов



## Качество услуг

- Детальность ТЗ и соответствие ему итогового отчета
- Терминологическая база
- Обоснование нетривиальных рекомендаций
- Креативность / инновационность / неочевидность полученных результатов и выводов
- Оперативность и глубина ответов на дополнительные вопросы
- Прикладной характер выводов и рекомендаций, нацеленность на решение проблемы, а не только на диагностику
- Доступность изложения
- Обоснованность гипотез и аргументация выводов и предлагаемых решений
- Комплексность работы



Конференция

Интернет-  
консалтинг

Стратегия эффективного присутствия в интернете



# Профессиональная этика

- Честные и формальные отношения с клиентом («антиоткат»)
- Предложение услуги, соответствующее реальному опыту и компетенции
- Конфиденциальность информации (обе стороны)
- Соглашения между компанией консультантом и ее сотрудниками
- Независимость, объективность результатов — отсутствие «подгонки» под ожидание заказчика
- Прозрачность методов работы, образовательный характер услуги
- Максимально эффективное использование временного бюджета проекта
- Неиспользование методов, влияющих на объективность оценки результатов
- Ответственность перед профессиональным сообществом





Конференция

Интернет-  
консалтинг

Стратегия эффективного присутствия в интернете



## Ценообразование

- Фиксированная стоимость проекта на основе почасовой оплаты для заранее фиксированного временного бюджета
- Ежемесячный фиксированный абонемент для долгосрочных контрактов
- Стоимость услуг в 1.5 — 2 раза выше стоимости средне-рыночного предложения прикладных услуг интернет-маркетинга, основанной на «затратном методе» (1 500 — 3 000 руб/ час на текущий момент)
- Неприемлемость моделей оплаты, как «% от результата»
- Предоплата 0,10 — 50%
- Договор на оказание возмездных услуг

Спасибо за внимание.  
Пожалуйста, вопросы.

**Никулин Илья**

Дополнительные вопросы можно прислать -  
[nikulin@techat.ru](mailto:nikulin@techat.ru)

Маркетинговая группа «Текарт»  
[www.techart.ru](http://www.techart.ru)