



центр

**ИНТЕРНЕТ
МАРКЕТИНГА**

Екатерины Шукаловой

Новые инструменты цифрового маркетинга в новых реальностях

Екатерина Шукалова.



СИСТЕМНЫЙ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТОЛОГ

с 2003 года на рынке

практикующий бизнес-тренер, преподаватель.
Основатель Центра интернет-маркетинга
Екатерины Шукаловой.

Преподаватель, бизнес-тренер, эксперт
чемпионатов WorldSkills, разработчик
профессионального стандарта по специальности
"Интернет-маркетолог"



ЧТО ДЕЛАТЬ?

SPOD-мир → **VUCA-мир**

Steady

Устойчивость

Predictable

Предсказуемость

Ordinary

Простота

Definite

Определенность

Volatility

Нестабильность

Uncertainty

Неопределенность

Complexity

Сложность

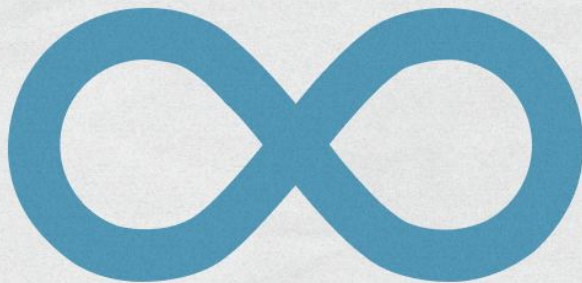
Ambiguity

Неоднозначность

ЧТО ДЕЛАТЬ?

VUCA ∞ VUCA Prime

Нестабильность
Неопределенность
Сложность
Неоднозначность



Видение
Понимание
Ясность
Гибкость

ЧТО ДЕЛАТЬ?

- **Видение** противостоит **нестабильности**. Когда окружающая среда турбулентна и быстро меняется, главное - сохранить общие ориентиры и не сбиться с генерального курса. При четком осознании направления движения гораздо проще идти к цели.
- **Понимание** противостоит **неопределенности**. Понимание требует наблюдения, анализа, а также готовности к постоянному обучению и профессиональному развитию. Оно помогает формировать новые способы мышления и находить новые ответы на вызовы среды.
- **Ясность** противостоит **сложности**. Когда имеешь дело с хаосом мира VUCA, крайне важно определить, что поддается контролю, а что контролировать абсолютно невозможно. Ясность определяет решения.
- **Гибкость** противостоит **неоднозначности**. Когда будущее содержит множество альтернатив, необходимо быть готовым к любому конечному результату и уметь адаптироваться к быстро меняющимся обстоятельствам.

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

- падение платежеспособности
- тревожность и депрессия
- неизвестность развития будущего

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

- увеличение количества касаний для принятия решения
- недоверие, возврат к рекомендательному маркетингу, сарафанному радио
- увеличение важности нативной рекламы
- установка доверительных отношений с компаниями и брендами
- еще больше внимания ключевым клиентам
- увеличение важности работы тех.поддержки и сервисных служб

- увеличивается количество специалистов на рынке труда, можно найти системного/опытного специалиста
- при найме/сотрудничестве требуется проверка скилов и внутреннего состояния (есть проблема выгорания диджитал-специалистов)
- выгоднее иметь специалиста в штате, НО!! он обязательно должен быть полностью загружен работой

Система ИМ



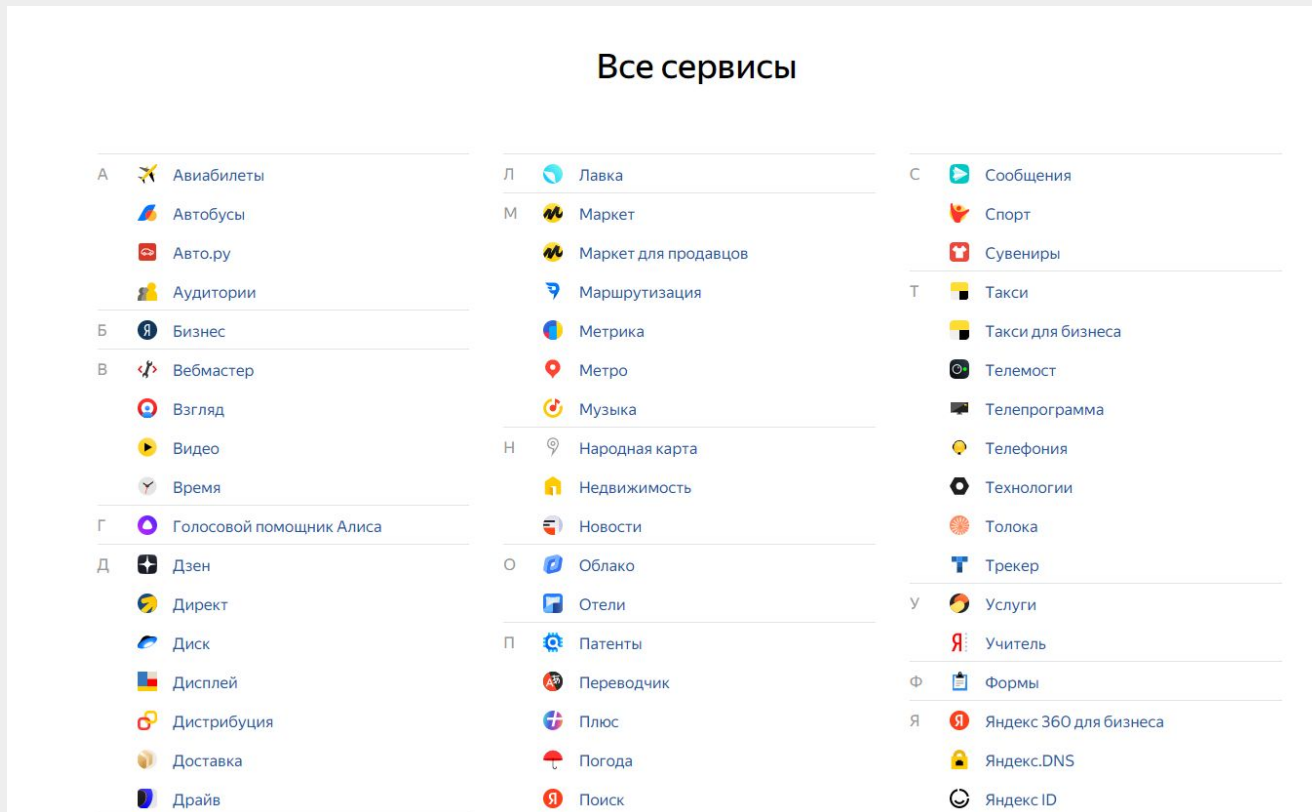
- больше тестов (А/В тестирование) с предложениями
- использование одностраничных сайтов на конструкторах (УТП, цвета, тексты, предложения)
- все это требует бОльшего времени и бОльшей компетенции специалистов

Самый надежный и дешевый способ продвижения - поисковая оптимизация:

- изменение в акцентах во внимании к поисковым машинам
- изменение алгоритмов в сторону СМЫСЛОВ (!!)
- еще больше внимания поведенческим факторам
- адаптация сайтов под голосовой поиск

- наблюдается снижение стоимости клика (из-за ухода крупных рекламодателей)
- одна система рекламы - все внимание на Яндекс. Директ
- требует постоянного внимания к себе (не смотря на ИИ и BigData), больше времени на настройку
- эксперименты с гипотезами, особенно с аудиторными кампаниями
- усилилась роль медийных охватных кампаний

- провести анализ всех сервисов Яндекса
- особое внимание на Яндекс.Карты, Яндекс.Дзен, Яндекс.Кью, Яндекс.Услуги



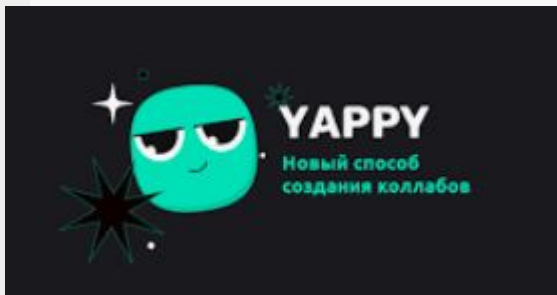
ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

- уменьшение количества социальных площадок для проведения рекламных кампаний
- ВК, Одноклассники не имеют того эффекта от таргета, как на иных площадках
- новые площадки недостаточно популярны у пользователей
- что делать? Не спешить или “бросаться во все тяжкие”?

- изменение ландшафта соц.сетей
- часть пользователей не определилась с “основной” сетью присутствия
- исследовать новые соц.сети, создавать аккаунты и смотреть за динамикой развития



Limbiko



ЯRUS

МЕССЕНДЖЕРЫ

- Телеграм- это не соц.сеть. Подход к работе - ИНОЙ!
- Мессенджер - это контент “в руку” пользователя - еще более интересный, тонкий, полезный
- использование чат-ботов - удержание, тестирование перед созданием мобильного приложения. Используем конструкторы
- реклама по мессенджерам - недостаточно развита, наблюдаем



Telegram



КЛАССИФАЙДЫ

- достаточно высокая посещаемость
- собственные рекламные предложения
- возможность таргетинга, как на определенные страницы систем, так и на аудитории



PROFI.RU



Юла

A collage of business people in an office setting, overlaid with a large white diamond shape containing the word 'ПОДАРКИ'. The background features a group of diverse professionals, including a man with glasses in the foreground, a woman with glasses, and a man with a beard and glasses, all appearing engaged and happy. The scene is set in an office with a laptop, a pen, and a coffee cup visible on a desk.

ПОДАРКИ





центр

**ИНТЕРНЕТ
МАРКЕТИНГА**

Екатерины Шукаловой

Работаем!

8 (800) 707-31-05

+79067284489

@eshukalova (Телеграм)

kate@shukalova.ru

center.shukalova.ru