

Дигитальный маркетинг?

Jānis Lielmanis,
2020 10 18

JL Training

Путь клиента I



1. PR, Branding
SM

2. Local search, SEO
SEM

3. Content, Offer
SMM

4. Leads, Conversion,
Sales

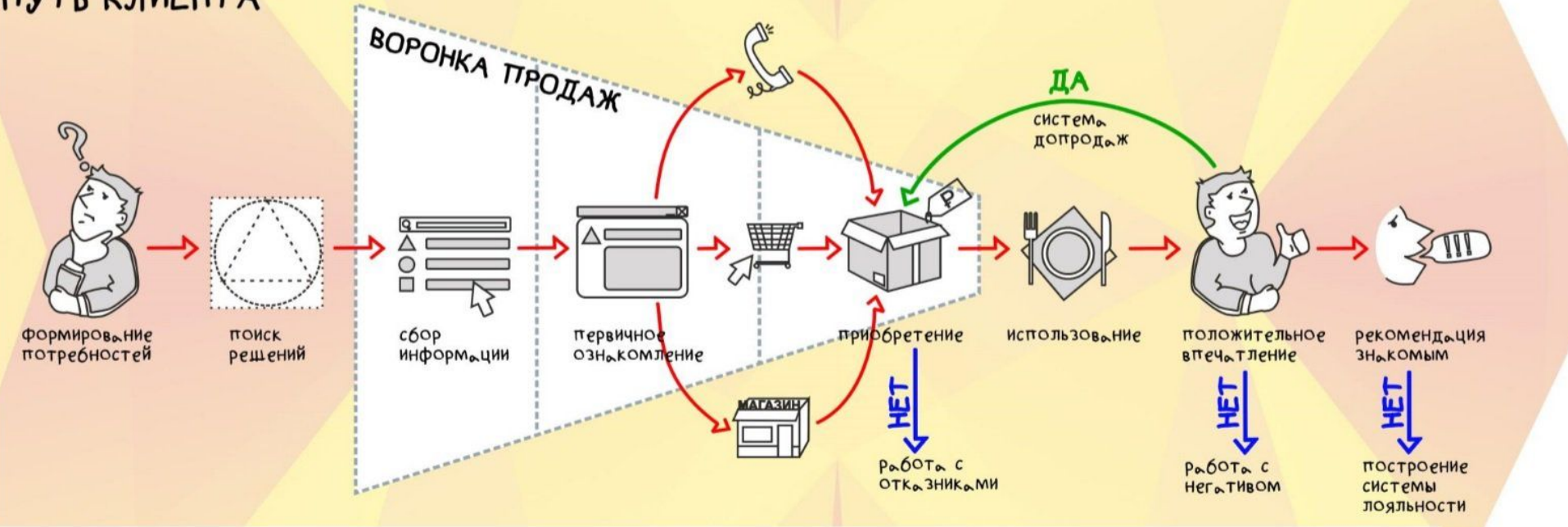
5. Review,

Followup

JL Training

Путь клиента II

ПУТЬ КЛИЕНТА



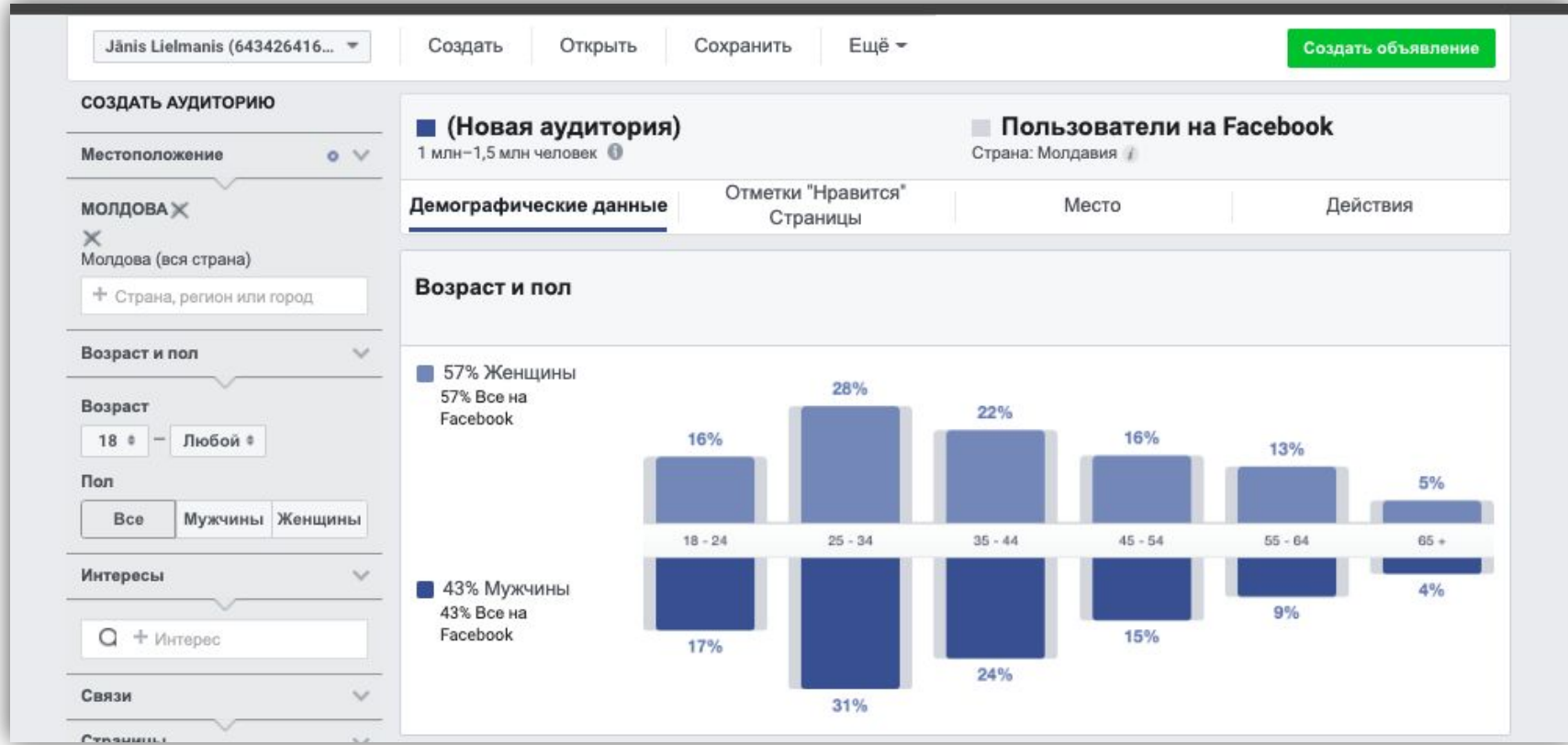
Каналы интернет-маркетинга I



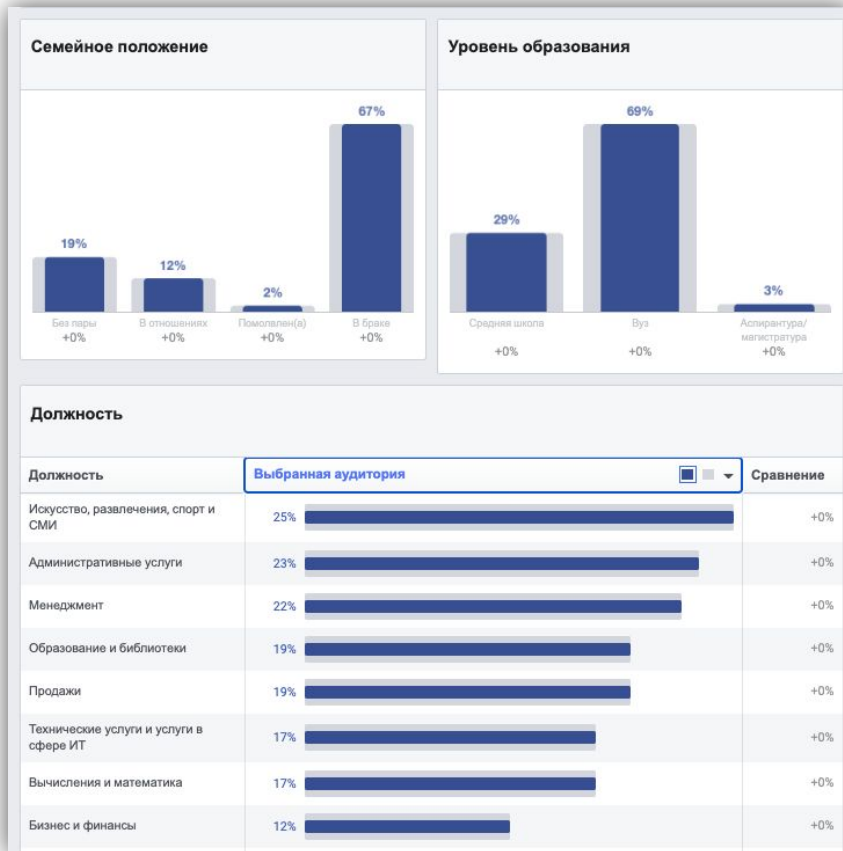
Каналы интернет-маркетинга II



Каналы интернет-маркетинга III



Каналы интернет-маркетинга IV



СОЗДАТЬ АУДИТОРИЮ

Местоположение: **МОЛДОВА** (Молдова (вся страна))

Возраст и пол: **18+** (Любой)

Пол: **Все** (Мужчины, Женщины)

Интересы: **+ Интерес**

Связи: **+**

Страницы: **+**

Пользователи, подключенные к: **+** Ваша Страница

Пользователи, не подключенные к: **+** Ваша Страница

Расширенные: **>**

(Новая аудитория) 1 млн–1,5 млн человек

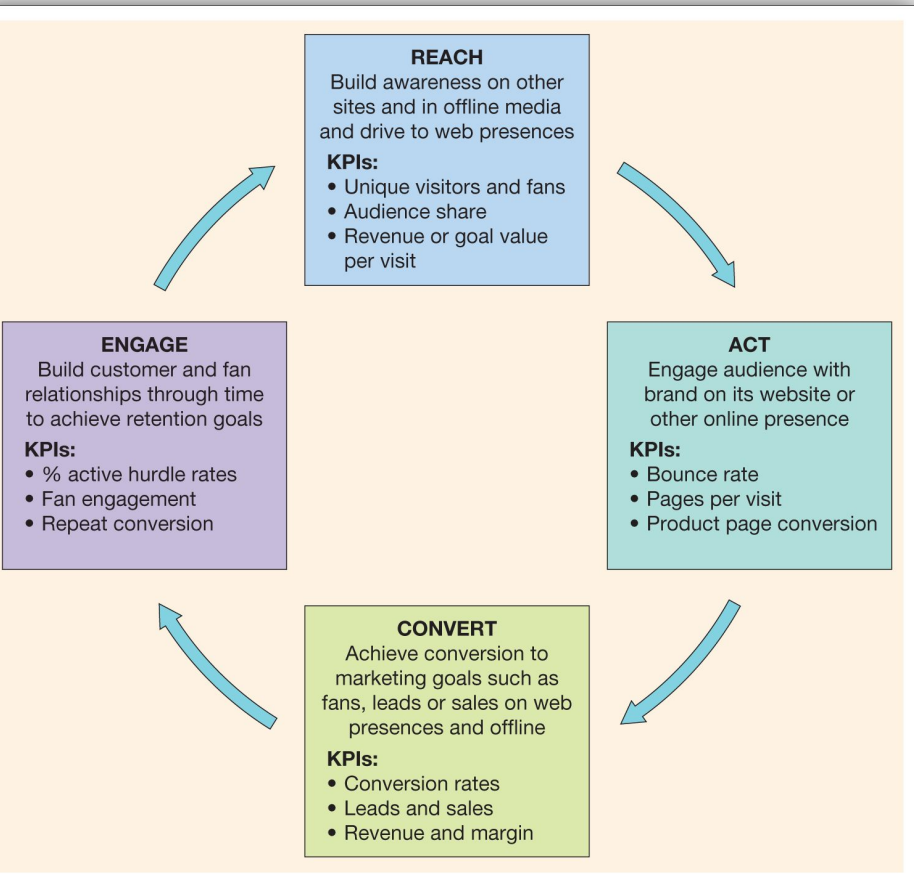
Пользователи на Facebook Страна: Молдавия

Демографические данные | **Отметки "Нравится" Страницы** | Место | Действия

Популярные категории

1	Магазин косметики	MAKEUP
2	Интернет-провайдер	Orange
3	Торговый центр	CC ShopLandia • Shopping MallDova
4	Магазин товаров для дома	JYSK Moldova
5	Сумки/багаж	Сумки из Турции
6	Розничная торговля	Smart.md - compara deestep • elefant.md
7	Оптовая продажа продуктов питания	Metro Cash & Carry Moldova
8	Магазин стройматериалов	plitka.md (Outlet)
9	Здоровье/красота	Viorica-Cosmetic
10	Магазин сумок и чемоданов	BEZBSHOP.com
11	Обувной магазин	Nursace Moldova • Kampus.md • Batistrada • Bizu.md • OLDCOM Moldova
12	Туристический информационный центр	Travel - Все Путешествия Молдовы
13	Покупки и розничная торговля	MilliTex - Lenjerie de pat și produse textile pentru casă
14	Магазин одежды	Zoutlet • Oodji Moldova • maicom
15	Коммерческий банк	Moldindonbank • Victoriabank

Система RACE I



[Создать новую кампанию](#) Использовать существующую кампанию ✕

Выберите цель кампании

[Подробнее](#)

Узнаваемость	Рассмотрение	Конверсия
<input type="radio"/> Узнаваемость бренда	<input type="radio"/> Трафик	<input type="radio"/> Конверсии
<input type="radio"/> Охват	<input type="radio"/> Вовлеченность	<input type="radio"/> Продажи по каталогу
	<input type="radio"/> Установки приложения	<input type="radio"/> Посещаемость точек
	<input type="radio"/> Просмотры видео	
	<input type="radio"/> Генерация лидов	
	<input type="radio"/> Сообщения	

Отмена Продолжить

Система RACE II

Build an agile, strategic approach to digital marketing

Competition is fierce online. To win you need to Plan, Manage and Optimize digital channels against defined targets, SMART KPIs and a focused investment in content marketing, digital media and experiences. We believe an integrated digital strategy is essential to define new Segmentation, Targeting and Positioning for your online value propositions.

1 PLAN



BUYER STAGE: **EXPLORATION**

2 REACH

Search engines, social networks, publishers and blogs

Publish and promote your content, allow sharing to other outposts, networks and influencers. Draw people to your content hub...

Key Measures:

- Unique visitors
- Value per visit
- Fans/Followers

3 ACT

Your web site, blog, community and interactive tools

BUYER STAGE: **DECISION MAKING**

Be worth finding via clear customer journeys and a content hub that is relevant, inspirational, useful and creates leads

Key Measures:

- Leads/Lead conversion rate
- Time on site
- Shares/comments/likes

4 CONVERT

E-commerce process, product, price and promotion

BUYER STAGE: **PURCHASE**

Capitalize on marketing investment using CRO, marketing automation and remarketing to ensure contextual relevance drives conversion

Key Measures:

- Sales (on and offline-influence)
- Revenue/Profit
- Average Order Value

5 ENGAGE

Customer Advocacy

BUYER STAGE: **ADVOCACY**

Thrilled customers are key to social media marketing, social proof, repeat sales and referral. Start your marketing here!

Key Measures:

- Repeat Purchase (Lifetime Value)
- Satisfaction and Loyalty
- Advocacy

RE-AUTOMATE

Система RACE III

Кампании Pertipo (736830273359847) Обновлено только что Сбросить черновики Проверка и публикация

Поиск и фильтр В этом месяце: 1 окт 2020 г. — 18 окт 2020 г.

Кампании Группы объявлений Объявления

[+ Создать](#) [Дублировать](#) [Редактировать](#) [A/B-тестирование](#) [Правила](#) [Посмотреть настройки](#) [Отчеты](#)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Название кампании	Статус показа	Стратегия ставок	Бюджет	Результат	Охват	Показы	Цена за результат	Сумма затрат	Завершение	Клики по ссылке
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1188_Conversions Septem...	● Действующая	Минимальная цена	8,00 € Ежедневно	13 Покупки	19 176	65 565	11,50 € За покупку	149,50 €	Непреры...	282
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1188_Traffic Septembris	● Действующая	Минимальная цена	10,00 € Ежедневно	2 583 Просмотр...	49 198	99 752	0,07 € За просмотр цел...	174,28 €	Непреры...	3 601
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1188 Reach v1	● Действующая	Минимальная цена	2,00 € Ежедневно	52 625 Охват	52 625	75 672	0,69 € За охват 1 000 ч...	36,05 €	Непреры...	170
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Reach EVENTAM	● Выключено	Минимальная цена	2,00 € Ежедневно	135 Ответы н...	6 346	8 559	0,17 € За ответ на приг...	22,53 €	Непреры...	280

	1. Initial	2. Managed	3. Defined	4. Quantified	5. Optimised
Plan <i>Creating a strategic roadmap</i>	No strategy. Unclear goals or prioritisation.	Prioritised activities. Goals not modelled or aligned. Martech adoption ad-hoc.	Multichannel marketing plan in place. Revenue-based funnel acquisition model.	Retention and LTV model. 90 day planning. Martech roadmap and structured evaluation.	Digital transformation implemented. Structured testing and optimisation programme.
Reach <i>Build awareness Drive visits</i>	Limited ad hoc use of paid media. SEO not proactive.	Search target keywords defined. Simple use of AdWords/online media.	Structured approach to paid, owned and earned media to agreed targets.	Programmatic. Regular improvements to media. New media review ad hoc.	Media fully optimised based on attribution and evaluation of new options.
InterAct <i>Experience, flow and content</i>	No insight on personas and customer journeys. Limited insight on sections	Footfall to different site sections and CTAs for lead generation and profiling	Content marketing and personalised journeys to encourage purchase.	Personalisation optimised. AB testing of different site sections.	Multivariate testing. High quality content marketing.
Convert <i>Build multichannel sales</i>	No paid remarketing. Simple broadcast newsletter.	Initial media retargeting. Targeted newsletter. Simple welcome emails.	Re-targeting optimised. Welcome and abandon emails. Personalisation.	Segmented lifecycle emails, personalisation & paid media retargeting .	Retargeting and personalisation optimised across touchpoints.
Engage <i>Customer loyalty and retention</i>	Limited experience research. Customer newsletter	No loyalty programme. Targeted newsletter. No personalisation	Customer research informs site improvement. E-mail re-engagement	Loyalty programme. NPS. RFM-based email and personalisation	Retargeting and personalisation optimised. Machine Learning applied.
Brand <i>Building emotional connection</i>	Basic brand identity, but brand benefits not communicated.	Brand values defined, but not clear on-site. Customer reviews.	Online value prop defined. Blog and social media develop brand.	Brand personality and defects researched and acted on promptly.	Fully integrated brand reputation management including PR.
Governance <i>Managing growth approach</i>	Analytics in place, not reviewed. Ad hoc performance reviews	Analytics reviewed ad-hoc. Regular performance reviews. Skills lacking.	Dashboards for regular weekly performance reviews. Digital Skills.	Value-based KPIs. 90-day planning review. Skills improvement.	Lifetime value KPIs. Structured defect reduction problem
	"Basic Lifecycle Marketing"	"Improving Lifecycle marketing"	"Planned Lifecycle marketing"	"Managed Lifecycle marketing"	"Optimised Lifecycle marketing"

Система

<https://business.facebook.com/>

<https://business.google.com/>

<https://business.linkedin.com/>

<https://yandex.com/adv/>

<https://vk.com/business>

<https://www.facebook.com/business/learn>

<https://skillshop.withgoogle.com/>

Дигитальный маркетинг?

JL Training