



Эдуард Зварич,
руководитель РА «Майер»

Е-МАРКЕТИНГ – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СО СТАРЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ

Социальный маркетинг в этом году сопровождался большой шумихой. Facebook может похвастаться ростом количества пользователей, половина из которых ежедневно посещает свой профиль. Twitter также привлек новых уникальных посетителей. Вместе с тем в 2010 году социальный маркетинг стал менее тактичным и менее инновационным. Для бизнеса он становится более аутентичен, позволяет взаимодействовать с потребителем.

Наиболее успешными были те, кто объединил свои маркетинговые усилия. Конечные потребители не делают различия между онлайн и офлайн, так как это делают маркетологи. Поэтому было очень важно для бизнеса сделать процесс покупки более целостным и в то же время более разнообразным, используя для этого комплекс маркетинговых мер.

Интернет-маркетинг динамично развивался в уходящем году, и 2011 год не будет исключением. Поэтому следует ожидать изменений, инноваций и новых возможностей для бизнеса. Следует ожидать, что в 2011 году успешные рекламные кампании не будут состоять из набора мелких тактических маркетинговых ходов. А будет создаваться целостная стратегия для наиболее эффективной идентификации бизнеса в Сети.

Интернет стал универсальной деловой средой, соединяющей компании друг с другом и со всей

потребительской аудиторией. Доступ к методам электронного бизнеса получили все компании независимо от их размера и возраста, появляются все новые и совершенные бизнес-схемы. Уровни использования Интернета простираются от сайта-витрины (информация о своей продукции, приглашение к сотрудничеству) до реализации схем электронной коммерции: интернет-магазины, интранет (объединение сетью своих сотрудников) и экстранет (подключение внешних партнеров). Среди эффективных функций электронной

коммерции можно назвать следующие:

- реклама (привлечение внимания пользователя к определенному сайту);
- представление товара (показ продукции средствами Интернета);
- проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);
- послепродажное обслуживание (помощь во время покупки и после);
- налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).

Сегодня можно выделить три ключевых критерия успеха:

- новаторство;
- скорость реализации стратегии;
- интегрированность.

Таким образом, в свете усиления интереса, который проявляет крупный российский и международный бизнес к интернет-технологиям, и роста инвестиций в российский Интернет можно предположить, что мы находимся на пороге важных изменений в деловой сфере российского общества. Этот факт нельзя недооценивать.

Кроме того, социальный маркетинг в этом году тоже сопровождался большой шумихой. Facebook может похвастаться ростом количества пользователей, половина из которых ежедневно посещает свой профиль. Twitter также привлек новых уникальных посетителей. Вместе с тем в 2010 году социальный маркетинг стал менее тактичным и менее инноваци-

онным. Для бизнеса он становится более аутентичен, позволяет взаимодействовать с потребителем.

Наиболее успешными были те, кто объединил свои маркетинговые усилия. Конечные потребители не делают различия между онлайн и офлайн, так как это делают маркетологи. Поэтому было очень важно для бизнеса сделать процесс покупки более целостным и в то же время более разнообразным, используя для этого комплекс маркетинговых мер.


Этот год стал для нашей компании богатым на интересные проекты и успешные решения. В этом году нашему агентству исполнилось 8 лет. Кроме того, этот год ознаменовался развитием нашего московского офиса. Сегодня мы нацелены на планомерное развитие и достижение новаторских решений в рекламной деятельности. Мы дорожим лояльностью своих клиентов, поэтому,

каждый раз при проведении мероприятия выкладывались на все 100%.

Как пример можно привести прошедшую во второй половине этого года акцию для компании OZON.ru. Был проведен ряд мероприятий в крупнейших городах – таких как Нижний Новгород, Казань, Самара и др. – в формате спортивно-развлекательного мероприятия. Само название «Озонотерапия» привлекало к себе внимание ввиду устоявшегося смога над нашими городами в августе.

Каковы планы на следующий год? Конечно же – работать! Развиваться в выбранном направлении и расти в профессиональном плане.

От всего коллектива рекламного агентства «Майер» я поздравляю вас, уважаемые читатели, с наступающим Новым годом и желаю продуктивности, эффективности, прибыльности и всевозможных корпоративных благ!



Майер

Рекламное агентство. Типография. Интернет-студия.
(495) 648-65-32, (812) 448-65-25
www.mayer-russia.ru