

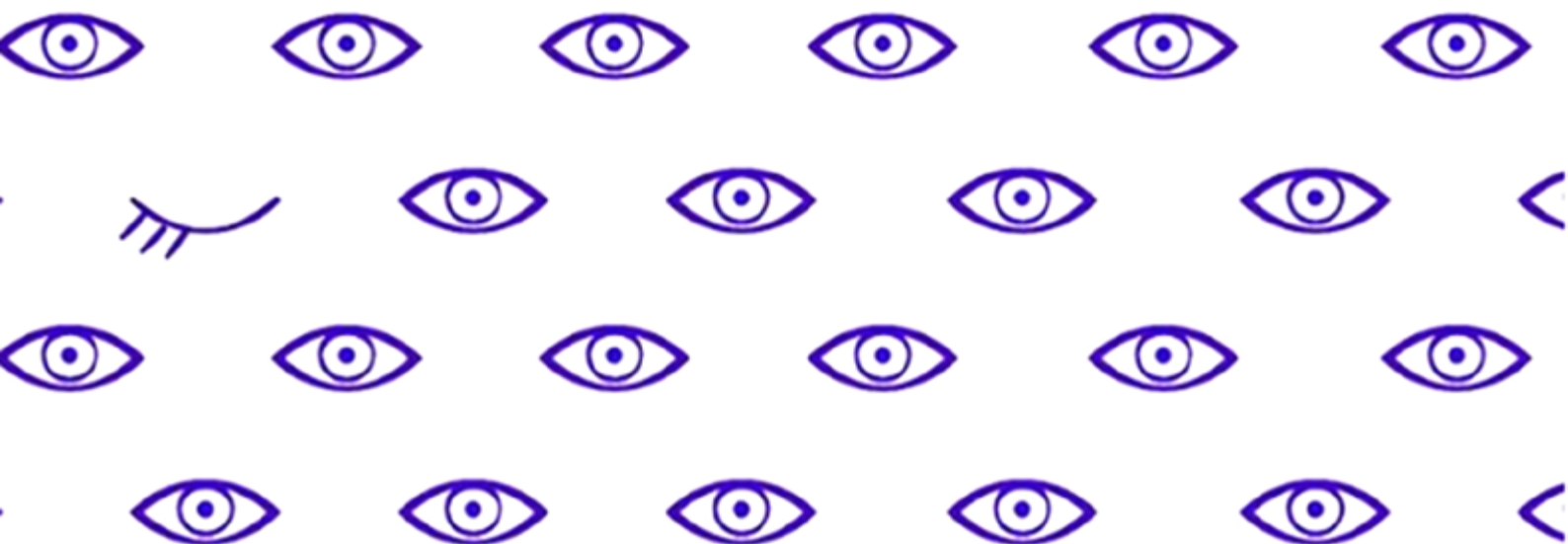


# Любовь Черемисина

#100дней100идей

Методическое пособие для маркетологов и предпринимателей об инструментах и фишках интернет-маркетинга, работающих «без бюджета»

Часть I



**2017**

[www.training-marketing.ru](http://www.training-marketing.ru)

# ПРЕДИСЛОВИЕ

Здравствуйте, меня зовут Любовь Черемисина, я интернет-маркетолог\*, методолог и совладелец школы маркетинга Big Marketing School, автор тренингов и курсов по интернет-маркетингу. (Все мероприятия опубликованы на странице <http://training-marketing.ru/>). И, Добро пожаловать в мир интернет-маркетинга!

Прежде чем Вы перейдете к изучению книги, я хочу с Вами кое о чем договориться. Эта договоренность сделает эффективной Вашу работу с книгой, а результаты - значительными. Самое ценное в этой книге - Предисловие, то, что Вы будете сейчас читать. В Предисловии описан мой личный опыт и момент, когда мне стало однозначно ясно «Что же на самом деле надо делать, чтобы продавать через интернет?» Возможно, Вы уже находитесь в этом моменте. Если нет, то он у Вас обязательно впереди. Поэтому, прочтите Предисловие от начала и до конца, и эта книга принесет Вам и удовольствие, и пользу.

Эта книга на самом деле – методическое пособие, предназначенное в помощь маркетологам и предпринимателям для практического применения каждый день, в котором основной упор делается на организацию пожизненных отношений с клиентами.

В первой книге описаны 50 инструментов, фишки интернет-маркетинга - Идеи КАК вы можете применить их в своих проектах. Это первая часть моего проекта #100дней100идей, где можно черпать для себя новое каждый день. Идеи, для внедрения которых не требуется рекламных бюджетов. Идеи, которые будут ближе знакомить Вас и Ваших клиентов, вовлекать их и мотивировать купить у Вас снова и снова, оставляя каждого в Вашей клиентской базе «вечнозеленым».

В начале своего профессионального пути я работала интернет-маркетологом и директором нескольких федеральных интернет-магазинов. Как правило, это была работа с огромными рекламными бюджетами и большим количеством сторонних разработчиков и продвиженцев. И чаще всего вся зарабатываемая прибыль тратилась на новые IT-разработки, рекламу и содержание подрядчиков. Снова и снова.

Позже я начала консультировать стартапы, малый и средний бизнес и оказалось, что картина мало чем отличалась от компаний федерального масштаба, кроме бюджетов, конечно.

Большинство интернет-предпринимателей и маркетологов каждый день сталкиваются с теми же задачами продвижения в интернете, что и я. И чтобы решать их уже сегодня, нужно много учиться (причем вне зависимости от того, кто будет заниматься продвижением проекта в интернете – Вы сами или привлеченные специалисты), пропускать через себя тонны информации, фильтровать, оставлять крупницы, тестировать и получать опыт.

Как и раньше, сегодня существует одна значительная проблема в области интернет-маркетинга — **отсутствие целостных структурированных знаний** высокого уровня. Обилие информации, инструментария, кейсов и количество конкурентов - каждую секунду это отделяет интернет-предпринимателей все дальше от заветной цели.

Поэтому я поставила перед собой задачу написать понятную и эффективную



программу по обучению интернет-продвижению с пошаговой системой достижения результата, где каждый человек, вне зависимости от опыта и навыков, научится запускать интернет-проекты, которые приносят прибыль и удовольствие.

Моя миссия — **донести до как можно большего количества людей возможности интернета сегодня**. Для того, чтобы каждый мог реализовать свои творческие, личные и профессиональные способности.

Книга в поддержку моих образовательных программ <http://training-marketing.ru/> - распространяется бесплатно.

Работая в крупных федеральных Компаниях я получила неоценимый опыт – я овладела в совершенстве всеми возможными инструментами интернет-маркетинга. Но! И это удивительно - прибыль компании не зависела от скорости овладения новыми технологиями. Наоборот, чем больше инструментов я изучала, тем больше становились расходы, прибыль же росла с намного меньшей скоростью.

Меня настойчиво преследовала одна и та же мысль: дело не в количестве инструментария, дело в чем-то другом. Но в чем? Есть что-то, что напрямую влияет на рост прибыли, доверие клиентов, лояльность подписчиков и повторные покупки.

Чтобы найти ответы, я решила уйти в свободное плавание, оставив карьеру. Мне нужна была полная свобода для экспериментов и исследований. Риски, с этим связанные, не согласился бы взять на себя ни один работодатель. И я взяла их на себя.

Опишу свое состояние в начальной точке исследовательского путешествия. Скорее всего, если Вы читаете эту книгу, то находитесь ровно в той же точке, что в свое время находилась и я. Чтобы точно распознать это, просто сопоставляйте со своим опытом.

Каждый раз, когда я планировала запустить новый проект в интернете, первое, о чем я думала: МНЕ НУЖЕН САЙТ! А как же в интернете без сайта? Ведь это уже и не «интернет-бизнес»! Сам Билл Гейтс сказал, что: «Если Вас нет в интернете, то вас нет в бизнесе». Билл Гейтс, конечно, прав, и я, как и миллионы других людей, трактую это высказывание буквально - сайт необходим!

Значит, делаем сайт: техническое задание, поиск подрядчика, дизайн-макет, верстка, программирование, тестирование – бинго! Теперь сайт есть. Неделя безудержного ликования и – вдруг возникает вопрос – а где продажи?

Точно! Надо теперь как-то привлечь внимание людей к своему детищу-сайту. Оперативное решение – контекстная реклама. Здорово! Получается, что для того, чтобы продавать в интернете, мне надо разобраться и в этом вопросе. Погружаемся в контекстную рекламу: техническое задание, поиск подрядчика, собираем семантическое ядро, настраиваем рекламные кампании, заливаем деньги, тестируем – бинго! Теперь есть сайт + трафик. Теперь есть продажи! Месяц безудержного ликования и - вдруг возникает вопрос – а почему так много людей, за клики которых я плачу деньги, заходят на сайт и ничего не делают? Все, что зарабатываешь, вновь надо тратить на рекламу. Становится обидно. Иногда, конечно, удастся заработать больше, чем потратить, но, из практики: конкуренция в любой нише растет стремительно, а количество людей, кому, теоретически, могут быть интересны Ваши товары и/или услуги, имеет определенную емкость, и, если



рекламные бюджеты постоянно удерживать на одной отметке – маржинальность месяц от месяца будет неизбежно снижаться.

Точно! Чтобы люди возвращались ко мне на сайт НЕ за деньги, надо сделать сайт интересным, то есть публиковать полезный авторский контент – запустить блог. А с теми, кто совершает на сайте целевые действия, необходимо продолжать общаться. Лучший способ на сегодня – социальные сети и e-mail-маркетинг. Отлично! Получается, что для того, чтобы продавать в интернете мне надо подключить SMM, e-mail-маркетинг, копирайтинг. Ну, что же, идем по уже проторенной дорожке: техническое задание, поиск подрядчика...

Ничего не напоминает?

Сколько бы инструментов Вы не подключали к своему проекту, всегда будет ровно так: решение одной «проблемы» (например, «у меня нет продаж в интернете, потому что у меня нет сайта») приводит к появлению другой «проблемы» (например, «нужен трафик на сайт»). Решение второй «проблемы» (контекстная реклама) приводит к появлению еще парочки «проблем» («необходимо удержать клиентов и повысить лояльность»). И так далее...

Но, Друзья! Обратите внимание на то, что таким образом «решенная проблема» проблему в действительности не решает, а усугубляет. Ведь теперь необходимо: поддерживать сайт (программист + контент-менеджер), поддерживать рекламную кампанию в контекстных системах (чтобы заниматься этим полноценно, нужны свободного времени минимум 8 часов ежедневно, а Вы не можете себе это позволить, потому что Вам надо развивать бизнес, а значит, Вам нужен сотрудник или подрядчик - агентство). И так далее. Если Вы открываете группу в социальных сетях, обслуживание сайта и реклама в Яндекс.Директ или Google Adwords все также остаются. Решая свои придуманные «проблемы», Вы их только накапливаете.

Оглянитесь на то, какую работу Вы уже проделали. Я описала опыт большинства интернет-предпринимателей (по опыту 9 из 10). Скорее всего, Вы уже прошли эти шаги, или как раз в пути. Остановитесь!

**Не сами инструменты меняют бизнес и выводят его на новый виток развития, а то, какие проблемы клиентов Вы решаете с их помощью. Все.**

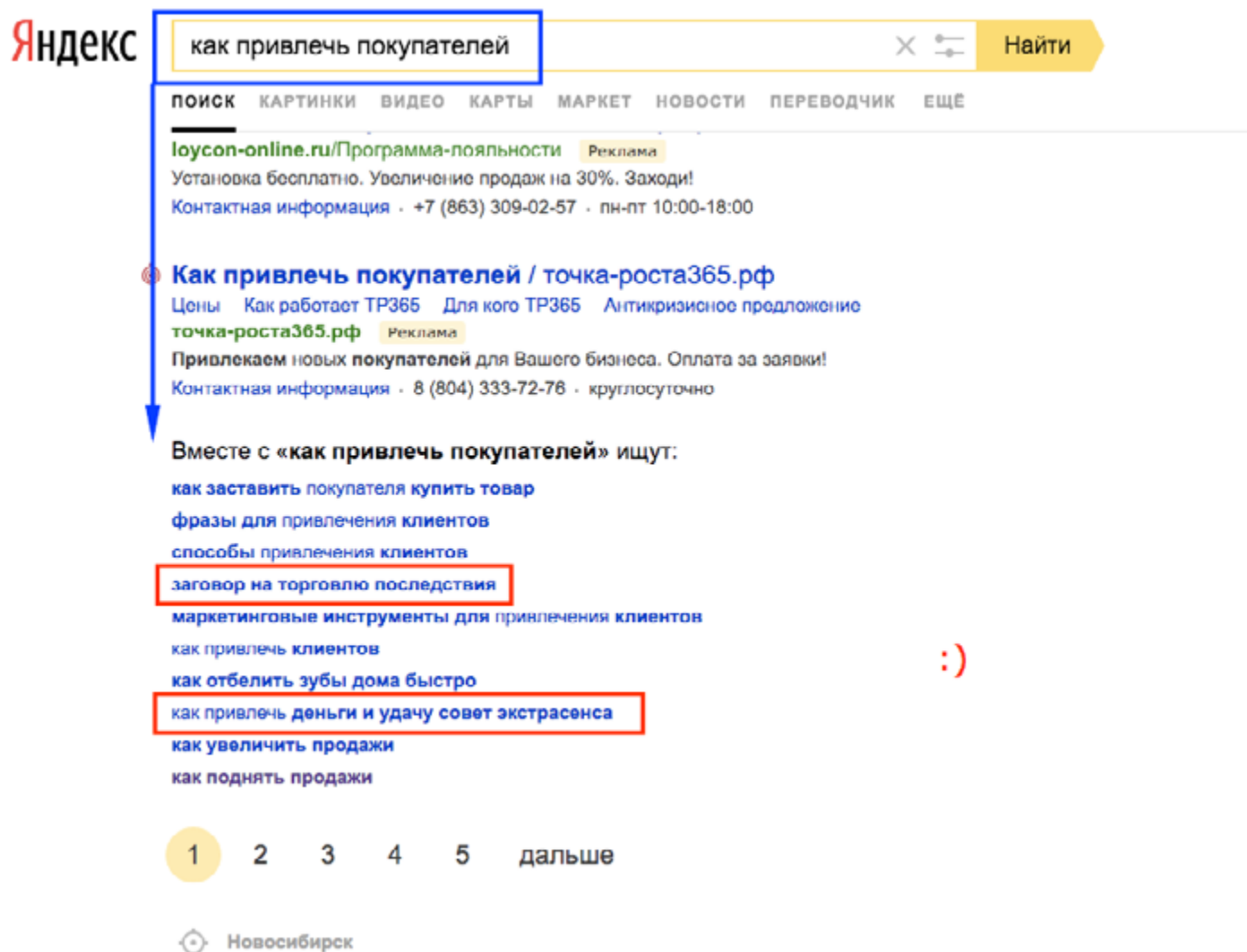
Простой пример из жизни. Ежедневно я общаюсь и работаю с разного уровня предпринимателями, и мне интересно знать какие у них есть насущные задачи, чего они хотят на самом деле.

Одной из таких задач является привлечение покупателей. У вас есть такая задача? Скорее всего, да, и эту книгу Вы скачали, в том числе, чтобы найти в ней решение. И, впервые, Вы его наконец-то нашли!

Я иду в Яндекс: мне интересно исследовать поведение таких людей в интернете. Я хочу узнать, что люди еще ищут вместе с запросом «как привлечь покупателей» - и именно косвенные вопросы расскажут мне больше об этих людях.



Вводим запрос "как привлечь покупателей" и смотрим внизу поисковой выдачи блок: **Вместе с «как привлечь покупателей» ищут:**



Скорее всего, Вы увидите похожую картину, что и на этой картинке (рис.1), только в реальном времени. Я наблюдаю за этим и другими запросами и за последние два года картинка не сильно изменились!

Я не буду это комментировать, Вы и сами все видите. Скажу лишь одно, и именно это открытие позволило мне ровно на 180 градусов развернуться и изменить свой подход к интернет-маркетингу.

**Ваши товары и услуги НЕ НУЖНЫ** потенциальным клиентам. Все, что они на самом деле ищут в интернете прямо в эту секунду, когда Вы читаете эти строки – это решение своих проблем **ТЕМ СПОСОБОМ, КОТОРЫМ ОНИ ПРИВЫКЛИ ЭТО ДЕЛАТЬ** и там, где им это делать удобно. Вы слышите этот нескончаемый стук пальцев по клавишам клавиатуры, сопровождающийся нетерпением как можно быстрее получить ответы на вопросы: «Как...? Где...? Сколько...? Почему...?» Зачем...? **И соприкосаться они будут исключительно с тем, что резонирует с их внутренними убеждениями.**

При чтении этого Предисловия аудитория также разделится на тех, с кем это резонирует и тех, кто будет этому внутренне сопротивляться. Опыт в интернет-продвижении, возможно, в одном и в другом случае будет одинаковый. Если Вы относитесь к тем, кто готов прямо сейчас изменить привычный ход вещей, то я жму Вашу руку. Вам будет легко!

Возможно, Вы не знаете, что у меня есть сайт и не один, Если знаете, то не факт, что Вы на них были или когда-нибудь будете. А еще у меня включена реклама в известных системах, а вы ее никогда не видели. Но! Я уже Вам отвечаю на Ваш вопрос: «Как привлечь покупателей» А буквально через несколько минут вы получите доступ к фишкам, инструментам, чит-кодам и идеям, которые сильно изменят Ваше представление о продвижении. И это часть большой воронки моего маркетинга, отправная точка наших с Вами отношений, которые разовьются скорее всего во что-то очень серьезное. И этому я научу Вас, чтобы Вы могли в своих проектах применять эти технологии и продавать много.

Эта книга – Первая часть большого труда, внутри которой Вы найдете 50 инструментов. Чаще всего даже крупные digital-агентства используют стандартный набор действий: сайт (или landing) + контекстная реклама + SMM + e-mail-маркетинг = 4 инструмента. И это работает (смотри выше как именно). И эта модель имеет право на жизнь, и всегда будет существовать. Я раскрываю для Вас дополнительные возможности, которые самостоятельно, без специальных знаний и навыков, Вы сможете внедрять. Каждый день. 50 дней подряд.

И только один совет я Вам дам.

Каждый раз, когда Вы что-то делаете в интернете, перед тем, как это сделать, задайте себе один вопрос:

Какую проблему клиента я сейчас решаю?

Ни «Какую свою проблему я сейчас решаю?», но  
**«Какую проблему клиента я решаю сейчас?».**

И, если ответ найден – действуйте!

Формула успешного интернет-бизнеса:

Первая решенная проблема одного клиента = продажа.

Вторая решенная проблема одного клиента = повторная продажа.

Третья решенная проблема одного клиента = третья продажа.

И так далее... Все просто!

А теперь подумайте, куда идет клиент и кого он рекомендует всем своим знакомым, которые столкнулись со схожими проблемами, чьи три проблемы Вы уже УСПЕШНО решили?

Догадались, да?

Перед погружением в контент, который я для вас приготовила, прямо сейчас напишите 10 проблем, которые Ваши потенциальные клиенты могут закрыть с помощью Ваших товаров и/или услуг, и еще 10 их желаний, которые могут приблизиться к исполнению благодаря Вашим товарам и/или услугам.

P.S. Друзья, я не знаю когда именно лично Вам попала в руки эта книга. В интернете все невероятно быстро меняется и может оказаться, что инструмент, о котором я здесь пишу, уже не существует или называется как-то иначе. Не это важно. Важно то, что я пишу об этом инструменте – для чего он и когда возникает необходимость использовать именно его. Каждый из этих инструментов Вы можете создать сами или найти ему альтернативное решение (у каждого из перечисленных инструментов есть как минимум 2-3 аналога).

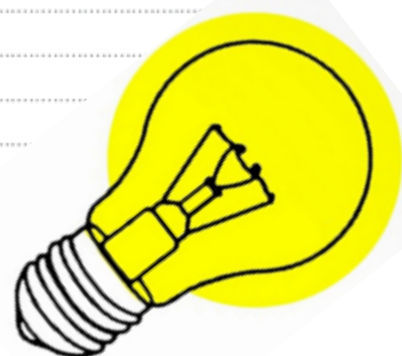


Приятных Вам интернет-путешествий, ~~маркетинговых~~ исследований и личных открытий! Удачи!

Любовь.

### **10 проблем моих клиентов, которые я хочу решить**

- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....
- 4 .....
- 5 .....
- 6 .....
- 7 .....
- 8 .....
- 9 .....
- 10 .....



# Идея 1

Идея 1 про каждого второго пользователя, который находится в процессе поиска товара и/или услуги и отправляет запрос со словом «цена». Таких запросов, например, за май 2016г было около 80 миллионов. **Каждый второй пользователь вместе с «ценой» набирает запрос, который содержит слово «отзыв»:** каждый второй человек, который находится в процессе принятия решения о покупке, читает отзывы о ваших товарах и/или услугах. ЭТО ФАКТ. Прямо сейчас зайдите в любую поисковую систему – Яндекс или Google – наберите «ваш товар», «ваша услуга», добавьте слово «отзыв» и посмотрите какие сайты - отзывы находятся в топ10. Вы увидите - irecommend.ru, otzovik.com, flamp.ru. ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ, есть ли на этих отзывах информация о вашей компании, ваших товарах и/или услугах. Если нет, то она должна там появиться. На этих сайтах каждый второй человек ищет подтверждение тому, что именно ваши товары и/или услуги заслуживают внимания. Удачи.

шугаринг отзывы - Поиск в Google

Входящие (47) - lu.cheremisina@gmail.com - Gmail Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней

Google шугаринг отзывы

Все Видео Картинки Новости Карты Ещё ▾ Инструменты поиска

Результатов: примерно 407 000 (0,24 сек.)

→ **Шугаринг в салоне | Отзывы покупателей - IRecommend.ru**  
irecommend.ru/content/shugaring-v-salone ▾  
★★★★★ Рейтинг: 4,5 - 174 отзыва  
Мою пятую точку всегда тянет на приключения... В этот раз понесла меня нелегкая в салон на шугаринг! Всю жизнь я пользовалась либо бритвой, либо ...  
Вам надоело каждый день ... · На мой взгляд, лучший ... · Фото до и сразу после

→ **Паста для шугаринга своими руками / Шугаринг (сахарная ...**  
irecommend.ru > ... > Красота и здоровье > Красота, здоровье - разное ▾  
★★★★★ Рейтинг: 4,2 - 346 отзывов  
Подробный отзыв с ФОТО-инструкциями. Шугаринг в домашних условиях ПЛЮСЫ и МИНУСЫ, что такое шугаринг и как его варить? рецепт пасты для ...

→ **Отзывы о Шугаринг - эпиляция сахаром - otzovik.com**  
otzovik.com/reviews/shugaring\_epilyaciya\_saharom/ ▾  
Шугаринг для новичков в домашних условиях (глубокое бикини) ... Прочитав тут некоторые отзывы о шугаринге, захотелось и мне вставить свои пять ...  
Шугаринг дома! · Наверное, лучший способ ... · Не сладкие ощущения!

## МОИ ИНСАЙТЫ

.....

.....

.....

.....

сделано!

попозже

# Идея 2

Для того, чтобы получать больше заявок с ваших «продающих» страниц, электронных рассылок, видео или с ресурсов социальных сетей, достаточно написать эффективный, цепляющий «продающий» заголовок. Идея 2 о том, что НЕ обязательно заказывать эту услугу (грамотное написание заголовка) узким специалистам. Достаточно знать, что для этого существуют технологии и формулы. Одна из таких формул называется «4U». Она состоит из четырех слагаемых:

1. Ограничение по времени.
2. Уникальность.
3. Полезность.
4. Специфичность.

Подробную информацию об этом вы найдете, перейдя по ссылке [lozyuk.ru/tools/4u-title/](http://lozyuk.ru/tools/4u-title/). Изучайте, внедряйте и получайте больше заявок с ваших страниц, электронных рассылок, ресурсов социальных сетей и видео. Удачи.

Сервис генерации заголовков по технологии "4U"

www.lozyuk.ru/tools/4u-title/

1U **Полезность.** Какую пользу вы предоставите Вашему клиенту?

2U **Специфичность.** На сколько это выгоднее (лучше, быстрее, дешевле и тд) (в деньгах, цифрах, процентах и тд)

3U **Срочность.** За какой промежуток времени клиент это получит?

4U **Уникальность.** С помощью чего Вы это сделаете? (Или уникальность данной выгоды по сравнению с аналогами)

Интернет-маркетолог:  
Примеры: сделать дом теплее, увеличение конверсии сайта

от новичка до профи  
Примеры: на 22 градуса, в два раза

за 30 дней  
Примеры: уже через 2 часа, за 1 день

- авторский курс Любви Черемисиной  
Примеры: с помощью дров с повышенной энергоёмкостью, с помощью заголовков по 4U

Получить заголовок

**Ваш заголовок готов:**  
Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней - авторский курс Любви Черемисиной

## МОИ ИНСАЙТЫ

☐ сделано!

попозже ☐



# Идея 3

Если у вашей компании есть сайт, то вы знаете, **чтобы быть ближе к клиенту**, необходимо, чтобы сайт был в топ10 поисковой выдачи Яндекс и Google по запросам, которые делает ваш потенциальный клиент. Стандартная схема для попадания в топ10 - это определенные финансовые вложения и срок от 3 до 6 месяцев с начала запуска работы по продвижению. Идея 3 о том, как занять заветную строчку в поисковой выдаче без финансовых вложений и за 2 недели времени. Для этого зайдите сейчас в поисковую систему Google и наберите запросы, которые отправляют ваши потенциальные клиенты. Если у вас есть семантическое ядро, то просмотреть поисковую выдачу возможно простым перебором. Составьте список тех запросов, по которым, например, нет выдачи видео с YouTube – этот сегмент продвижения будет вашей «зоной роста». Когда этот список будет полностью сформирован, решите, какое интересное и полезное видео по каждому из запросов вы снимите для ваших клиентов. А вот о настройках, какие необходимы для попадания видео в топ10, будет следующий шаг. Удачи.

как выучить английский язык за месяц - Поиск в Google

Входящие (47) - lu.cheremisina@gmail.com - ... Интернет-маркетолог: от новичка до профи... как выучить английский язык за месяц - По...

Google **как выучить английский язык за месяц**

Все Видео Новости Картинки Карты Ещё ▾ Инструменты поиска

Результатов: примерно 281 000 (0,44 сек.)

**Как выучить английский язык - Уникальная скидка до 30 июня**  
Реклама [www.englishfirst.ru/Выучить+Английский](http://www.englishfirst.ru/Выучить+Английский) ▾  
Курсы английского для взрослых и детей  
20 лет в России · 24 школы · Спецпредложения · 100% гарантия  
Программы для Детей Начать бесплатно  
Детям 7-9 лет Подготовка к экзаменам

**Как выучить английский быстро, самостоятельно, эффективно ...**  
<https://audio-class.ru/articles/english-fast.php> ▾  
Если Вы сумели выучить родной язык, то наверняка сможете выучить любой ... обучить Вас английскому в совершенстве за месяц, а то и за 2 недели.  
Английская лексика · Онлайн уроки английского ... · Английская Транскрипция

**Выучить английский за 3 месяца, или Как не дать себя обмануть ...**  
[englex.ru/how-to-learn-english-in-3-months/](http://englex.ru/how-to-learn-english-in-3-months/) ▾  
10 авг. 2015 г. - Как не потратить деньги впустую и овладеть английским языком. ... «Как учить 100-500 слов в день и выучить английский за месяц».

**КАК ВЫУЧИТЬ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ЗА МЕСЯЦ. Разговорный ...**  
<https://www.youtube.com/watch?v=7TvtFpTDtq8> ▾  
10 янв. 2016 г. - Добавлено пользователем ENGLISH GALAXY - Английский язык. Английский для начинающих. Уроки английского языка  
Учим английский язык, СМОТРИ ТАКЖЕ ВСЕ ПЛЕЙЛИСТ ПРО АНГЛИЙСКИЕ СЛОВА – РЕКОМЕНДУЮ ...

## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже



## Идея 4

Идея 4 о том, что для того, **чтобы ваше видео** (см. Идея 3) в короткий срок **попало в поисковую выдачу Яндекс и Google**, необходимо сделать определенные настройки на вашем канале в YouTube перед загрузкой видео. Ключевой запрос, по которому вы хотите, чтобы ваше видео попало в поисковую выдачу, необходимо разместить в нескольких местах:

1. В заголовке видео.
2. В описании видео.
3. В тегах видео.
4. В названии самого файла, который вы будете загружать на канал YouTube.
5. В названии файла-заставки для этого видео.

Важно(!) в первые часы после загрузки видео опубликовать ссылку на него в различных социальных сетях и сделать e-mail – рассылку по своим клиентам. Цель – видео должно АКТИВНО просматриваться в первые часы «жизни» после загрузки на YouTube. Рекомендуемые настройки и механики позволят видео в короткий срок попасть, в том числе, и в конкурентную выдачу Google по данному ключевому запросу. Удачи.

The screenshot shows the YouTube video editor interface. The video title is "Как увеличить продажи в Интернете. Идея №12. Проект #100дней100идей | Че...". The video thumbnail shows a woman with a play button and the text "№ 12 @30daystobepro". The video description contains the same title and project name. The tags section includes "интернет-маркетинг", "онлайн бизнес", "продаж в интер...", "онлайн продажи", and "как увеличить прода...". The video is set to "Открытый доступ" and has a shareable link.

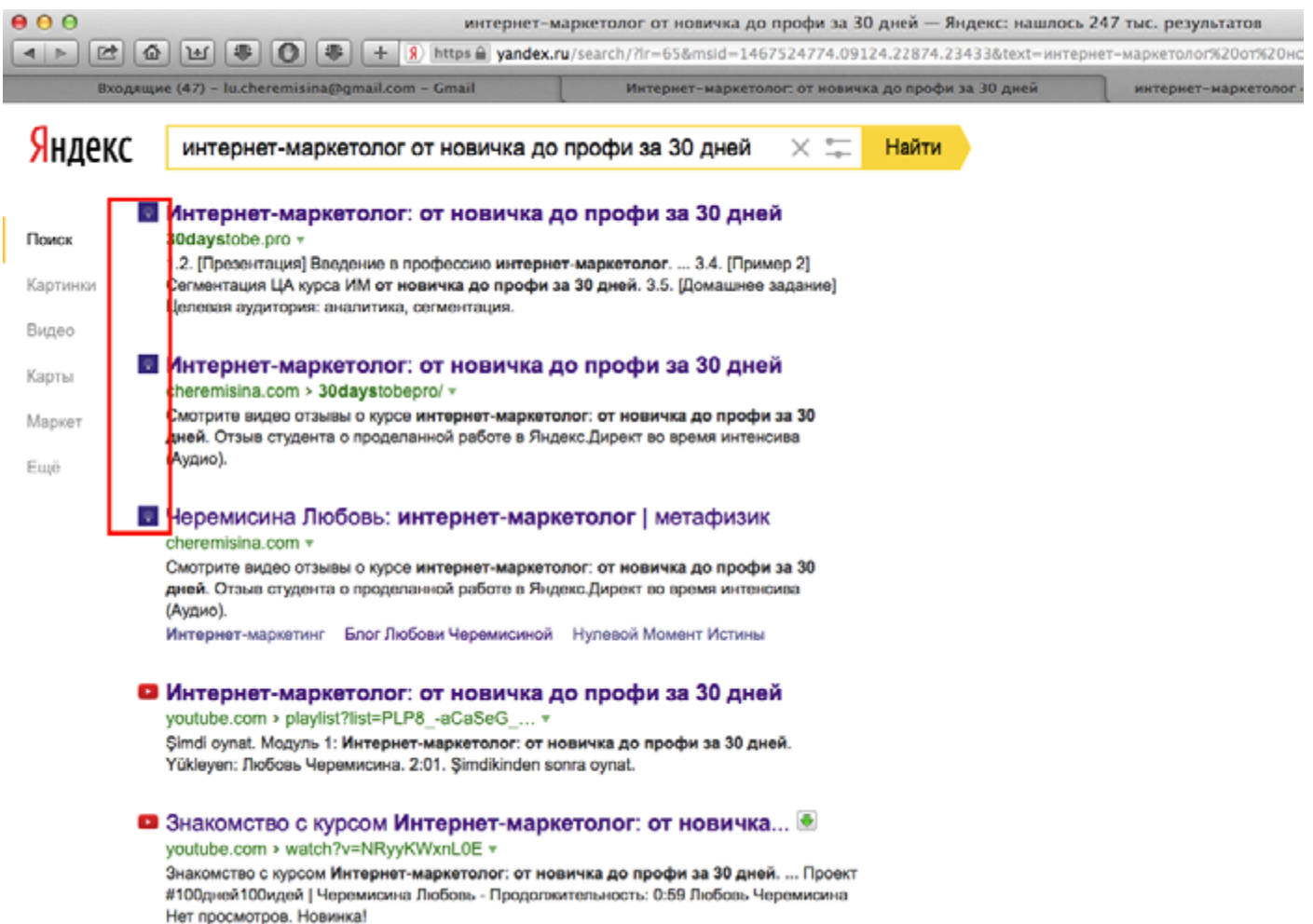
## МОИ ИНСАЙТЫ

☐ сделано!

попозже ☐

# Идея 5

У каждого сайта или web-страницы есть значок, который выводится браузером перед названием сайта в закладке. Этот значок называется Favicon. Кроме этого, это изображение - favicon - выводится в поисковой выдаче рядом с названием сайта. Чаще всего компания устанавливает на это место логотип своей организации, и если логотип неузнаваем, то в поисковой выдаче он не будет выделяться среди конкурентов. **Чтобы привлечь к себе внимание в поисковых системах,** установите знак на месте favicon'a - яркий, или содержащий в себе «мотивацию». Это может быть «стрелочка», или «восклицательный знак», или «смайл», узнаваемый в вашей профессиональной нише. Сейчас - зайдите в поисковую систему, наберите ключевой запрос в вашем сегменте товаров и/или услуг и посмотрите, какие favicon'ки используют ваши конкуренты. Самостоятельно создайте свой яркий и привлекающий внимание favicon с помощью ресурса [favicon.by](http://favicon.by). Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

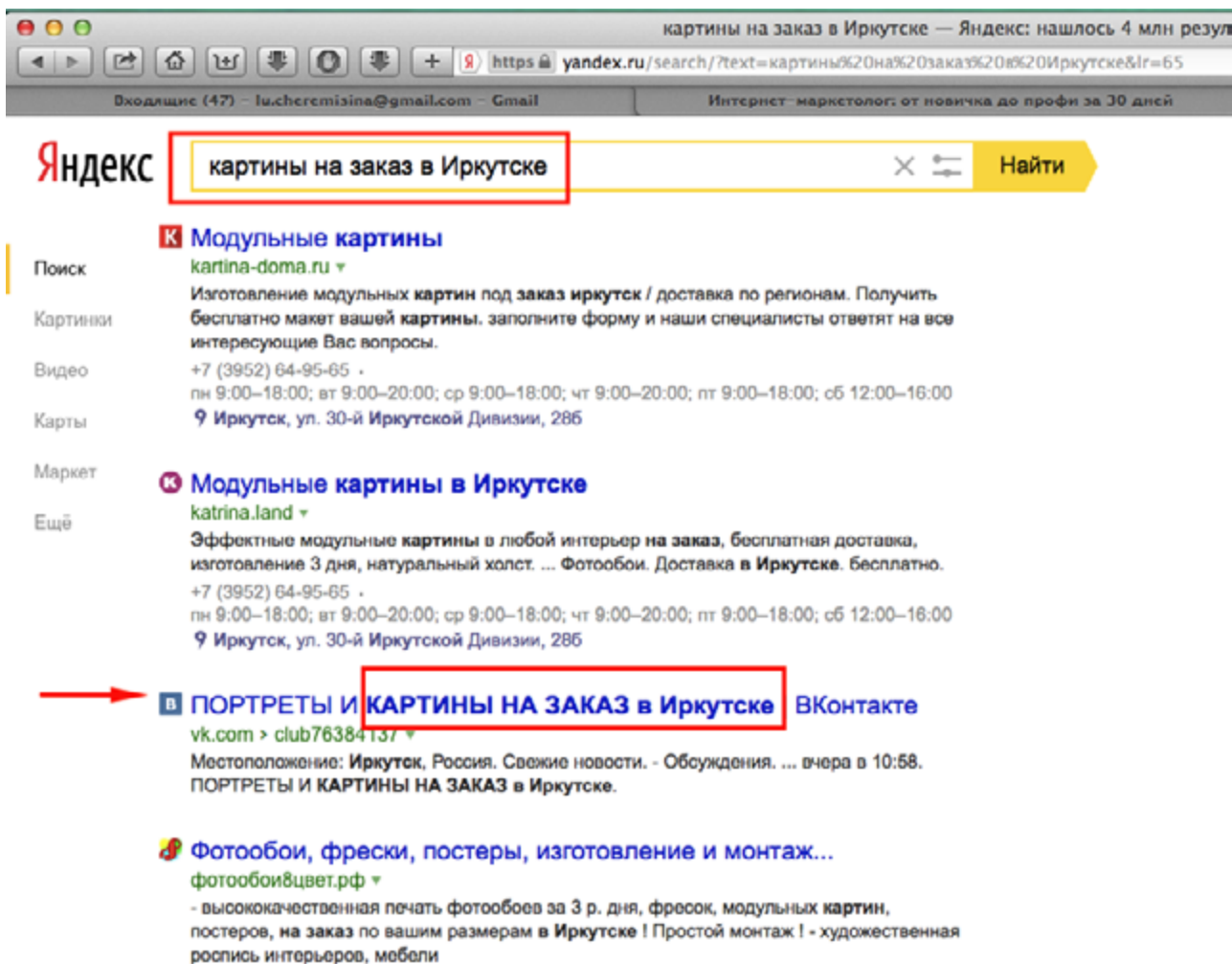
☐ сделано!

попозже ☐



# Идея 6

Идея 6 для тех, у кого есть группа в ВКонтакте. Я предлагаю обратить внимание на название вашей группы – содержится ли в нем ключевой запрос, по которому ваши товары и/или услуги ищут ваши клиенты? Например, если вы продаете картины, написанные маслом под заказ в г. Иркутске, то предлагаю вашу группу назвать «Картины маслом под заказ в г. Иркутске». Во-первых, это повысит вашу позицию во внутреннем поиске в ВКонтакте, даже если у вас сравнительно небольшое количество подписчиков, но внутри группы ведется активная деятельность. Во-вторых, социальные сети качественно индексируются поисковыми системами, поэтому **ссылка на вашу группу появится, в том числе, в топ10** по этому ключевому запросу. Проверяйте и внедряйте. Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 7

Идея 7 о том, что большинство интернет-предпринимателей, планируя заниматься продажей товаров и/или услуг через интернет, фокусируют почти все свое внимание на разработке сайта. Это дело нужное, но продолжительное по времени и серьезное по затратам. **А как получить продажи здесь и сейчас?** Например, для этого существуют так называемые товарные агрегаторы, такие как pulscen.ru, blizko.ru, tiu.ru, satu.kz, prom.ua, all.biz и другие. Это площадки, где вы можете бесплатно зарегистрироваться и разместить от 10 до 40 ваших популярных товаров и/или услуг, получив доступ к огромной аудитории. Каждый месяц эти площадки тратят миллионы бюджета, чтобы прокачаться в поисковой выдаче Яндекс и Google, а вы, благодаря этому, получаете бесплатный доступ к готовой аудитории «покупаю прямо сейчас». Заходите на эти площадки, **регистрайтесь, заполняйте контакты своих компаний и получайте «жирные» ссылки на свои сайты. Продавайте с удовольствием!** Удачи.

купить перфоратор в новосибирске — Яндекс: нашлось 2 млн результатов  
https://yandex.ru/search/?text=купить%20перфоратор%20в%20новосибирске&lr=65

Яндекс  Найти

Поиск **Перфораторы Makita на Маркете**

Картинки  
Видео  
Карты  
Маркет

HR2450 от 5 738 руб.  
HR2470 от 7 198 руб.  
HR2450FT от 4 425 руб.  
HR2470FT от 8 700 руб.

Ещё

1. **Перфоратор в Новосибирске - сравнить цены и купить...**  
nsk.pulscen.ru > Найти товар > Перфоратор  
Информация о предложениях в рубрике Перфоратор для Новосибирска. ... Чтобы уточнить цены на товары и услуги в рубрике Перфоратор или купить их в Новосибирске - свяжитесь с компанией поставщиком.

2. **Купить перфораторы в Новосибирске, сравнить цены...**  
nsk.blizko.ru > Инструмент > Электроинструмент > Перфораторы  
Перфоратор Makita HR2470. Выгодное предложение от От Холодильника До Мобильника в Новосибирске. ... Наши проекты: Пульс цен Новосибирск. Деловой квартал. Я покупаю в Новосибирске.

3. **перфоратор - Доска объявлений от частных лиц...**  
avito.ru > novosibirsk?q=перфоратор  
Новосибирск. ... 16 июня 09:46. В избранное. Перфоратор Вихрь ПВ00К новый. 4 000 руб. Ремонт и строительство | Компания.

## МОИ ИНСАЙТЫ

---

---

---

---

---

---

---

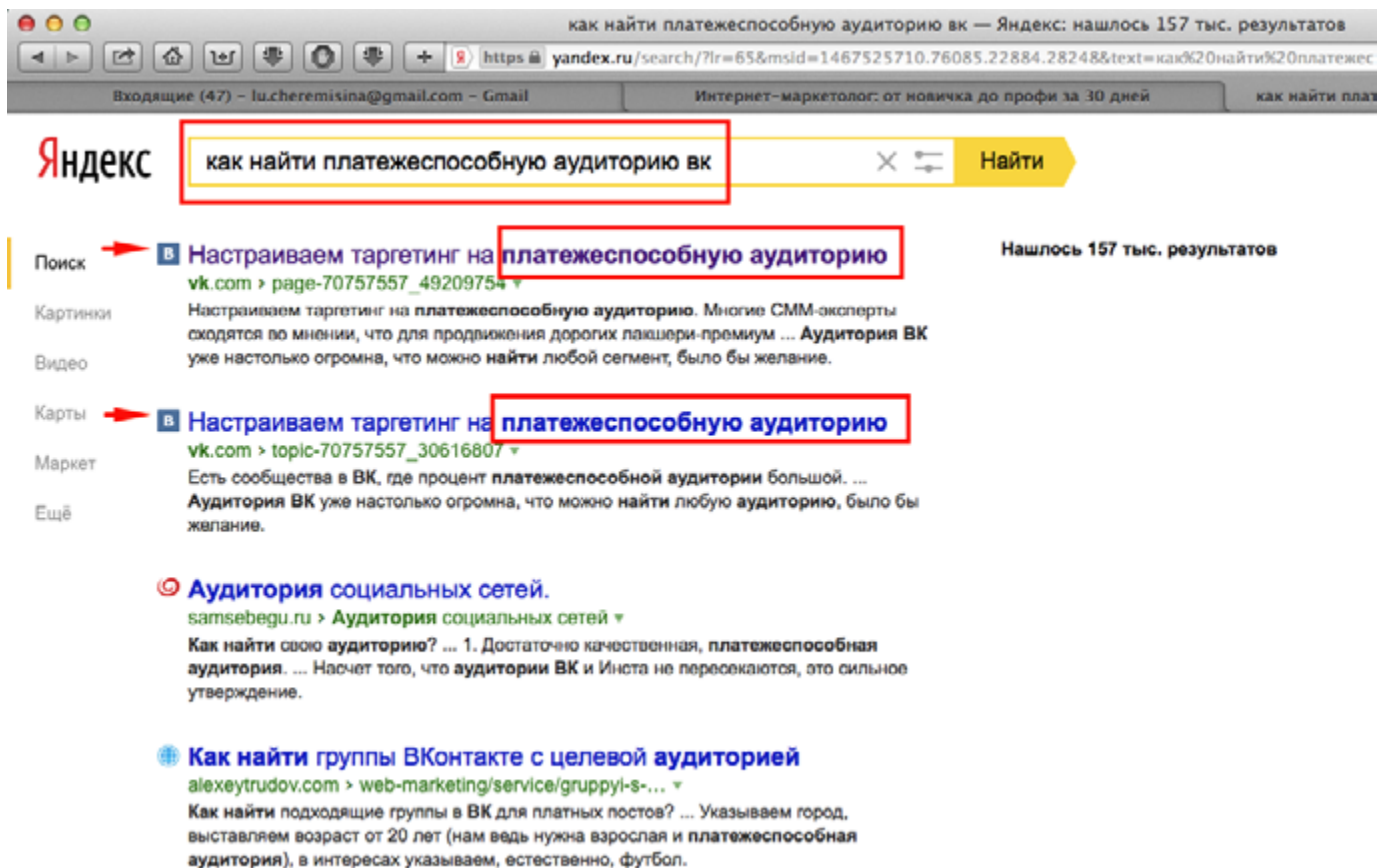
---

сделано!

попозже

# Идея 8

Идея 8 о wiki-страницах, имеющих уникальный web-адрес, и которые вы сами сможете создать в своих группах в ВКонтакте. В заголовке таких страниц укажите ключевой запрос, по которому прямо сейчас через поисковые системы ваши потенциальные клиенты ищут ваши товары и/или услуги. **Такие страницы моментально индексируются роботом Яндекс и Google, и, создавая их, вы получаете дополнительный трафик из поисковых систем** - это увеличит объем интернет-продаж. Изучайте vk.com/wk, создавайте внутри группы wiki-страницы с уникальными web-адресами, с названиями страниц, которые содержат ключевые запросы, и привлекайте дополнительный трафик и дополнительные продажи. Удачи.



как найти платежеспособную аудиторию вк — Яндекс: нашлось 157 тыс. результатов

Входящие (47) - lu.cheremisina@gmail.com - Gmail Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней как найти плат

**Яндекс** как найти платежеспособную аудиторию вк Найти

Поиск → **В** Настраиваем таргетинг на **платежеспособную аудиторию** Нашлось 157 тыс. результатов  
vk.com > page-70757557\_49209754

Картинки Настраиваем таргетинг на **платежеспособную аудиторию**. Многие СММ-эксперты сходятся во мнении, что для продвижения дорогих лаكшери-премиум ... **Аудитория ВК** уже настолько огромна, что можно **найти** любой сегмент, было бы желание.

Видео

Карты → **В** Настраиваем таргетинг на **платежеспособную аудиторию**  
vk.com > topic-70757557\_30616807

Маркет Есть сообщества в ВК, где процент **платежеспособной** аудитории большой. ... **Аудитория ВК** уже настолько огромна, что можно **найти** любую аудиторию, было бы желание.

Ещё

🔗 **Аудитория социальных сетей.**  
samsebegu.ru > **Аудитория социальных сетей** ▾  
Как найти свою аудиторию? ... 1. Достаточно качественная, платежеспособная аудитория. ... Насчет того, что **аудитории ВК** и Инста не пересекаются, это сильное утверждение.

🔗 **Как найти группы ВКонтакте с целевой аудиторией**  
alexejtrudov.com > web-marketing/service/gruppyi-s-... ▾  
Как найти подходящие группы в ВК для платных постов? ... Указываем город, выставляем возраст от 20 лет (нам ведь нужна взрослая и платежеспособная аудитория), в интересах указываем, естественно, футбол.





## Идея 9

Идея 9 о разделе Товары, который после появления в социальной сети ВКонтакте стал доступен администраторам групп и пабликов. В этом разделе вы можете выложить полноценный каталог ваших товаров, разделенный по группам, с описанием и ценами. В связи с этим я обращаю ваше внимание на **сервис Social Wiki, который автоматизирует работу с товарами в социальной сети ВКонтакте**. Если у вас есть интернет-магазин, то с помощью сервиса sowiki.ru вы сможете выгрузить ваши товары в ВКонтакте и для каждого товара создать wiki-страницу, которая будет иметь уникальный web-адрес и проиндексируется поисковыми системами. Таким образом, вы не просто выгрузите ваши товары в социальную сеть и сделаете их доступными для пользователей, но получите большое количество ссылок на ваш интернет-магазин. Изучайте этот сервис и внедряйте его в свои бизнес-процессы. Удачи.

https://sowiki.ru

Social Wiki

Главная Функционал Цены Контакты Войти **Регистрация**

### Сервис автоматизации выгрузки товаров в социальных сетях

Посмотреть демо-магазин в Вконтакте

Social Wiki выгрузит в группу в Вконтакте все Ваши товары за 3 часа, и будет поддерживать их актуальность ежедневно.

Выберите тарифный план перед началом работы с сервисом\*

400 ТОВАРОВ БЕСПЛАТНО  
Доступны все возможности сервиса

Тарифный план	Тарифный план	Тарифный план	Тарифный план	Тарифный план
0.50 руб. Загрузка товаров до 100 шт.	0.45 руб. Загрузка товаров до 200 шт.	0.40 руб. Загрузка товаров до 300 шт.	0.35 руб. Загрузка товаров до 400 шт.	0.30 руб. Загрузка товаров до 500 шт.

- Новый магазин**  
Загрузка товаров через указание ссылки на YML, и импорт CSV, XML.
- Автосинхронизация**  
Ежедневное обновление YML файла со списком товаров.
- Настройка постинга**  
Удобная настройка времени и параметров размещения товаров на стене.
- Поисковое продвижение**  
Появление wiki страниц в поисковых системах по названию товара.
- Раздел "товары"**  
Автоматическое добавление и обновление в новом разделе "товары".
- Публикации на стену**  
Размещение товаров в презентабельном виде на стену группы/сообщества.
- Фотогалерея товаров**  
Размещение фотографий в альбомах с названиями категорий товаров.
- Сбор статистики**  
Получение подробной статистики по просмотрам и переходам по ссылкам.

## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже



# Идея 10

Идея 10 о том, что размещение объявления на **БЕСПЛАТНЫХ** досках объявлений может быть таким же эффективным, как если бы вы делали это за деньги. Если вы занимаетесь продажей товаров, я рекомендую обратить внимание на доску бесплатных объявлений avito. Это один из посещаемых в интернете ресурсов и подтверждение тому - 4е место в рунете по посещаемости после Одноклассников, ВКонтакте и mail.ru. Надо сказать, что объявления, которые размещаются на этой площадке, почти как «двойники» похожи друг на друга. Как в таком случае привлечь внимание к своим объявлениям? Для этого фотографию вашего товара оформите в яркую рамку – красного, желтого или зеленого цвета, или уголок фотографии затонируйте в яркий цвет, чтобы в ленте с другими объявлениями бросалось в глаза именно ваше. Если вы занимаетесь продажей товаров и рассматриваете площадку avito как одну из основных, я обращаю внимание на инструмент, который автоматизирует процесс размещения объявлений и упрощает работу с ней. Называется он Vitosap. Это профессиональный **инструмент** по работе с площадкой avito, **генерирующий постоянный поток клиентов со средней ценой за заявку от 5 рублей**. Вносите яркие краски в бизнес-процесс, используя vitosap.ru, и достигайте поставленных целей! Удачи.

ДЕМО-ДОСТУП   ОСОБЕННОСТИ   СТОИМОСТЬ   КЕЙСЫ КЛИЕНТОВ   ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ

**VITOSAP** программа для автоматической подачи объявлений

Работаем с 10:00 до 19:00 ПН-ПТ  
**8 (800) 775-70-73**  
[Заказать обратный звонок](#)

**VITOSAP**  
Программа для привлечения клиентов с сайта объявлений №1 в России.  
Комплексный набор инструментов позволяет получать постоянный поток заявок на полном автомате, по цене за заявку от 5 рублей.

Попробуйте демо за 250р на 24 часа и начните привлекать больше клиентов уже сегодня →

## ПРЕИМУЩЕСТВА РАБОТЫ ЧЕРЕЗ VITOSAP

В самый функциональный инструмент среди себе подобных, заложен опыт программистов, опыт каждого из которых, превышает 10 лет.

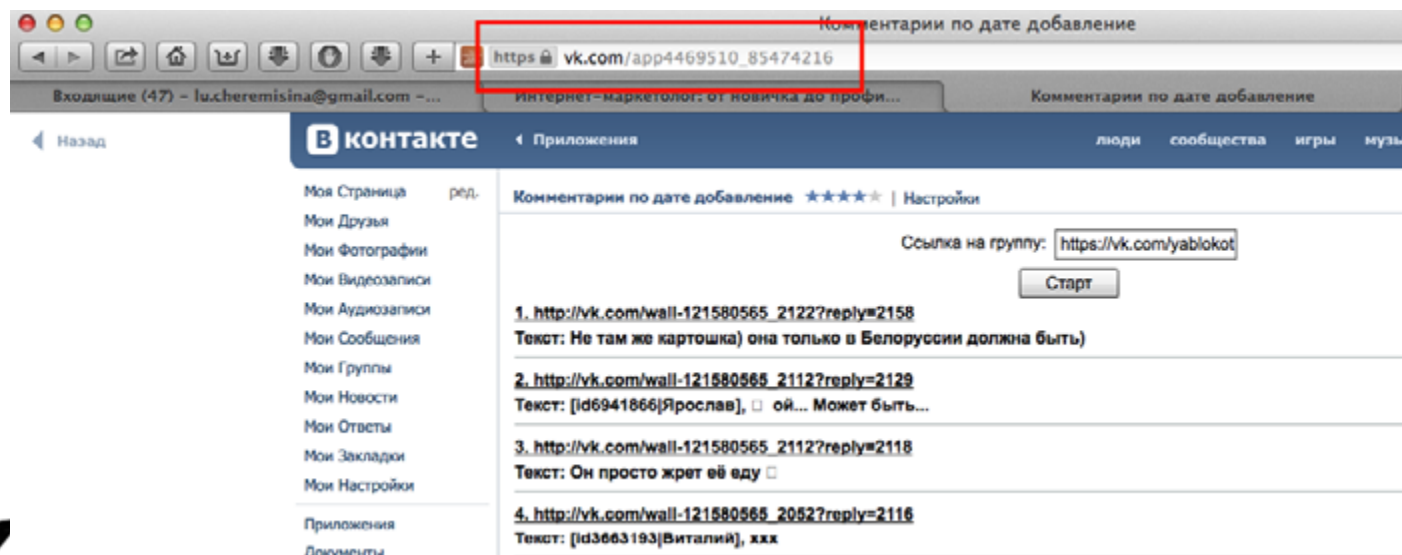
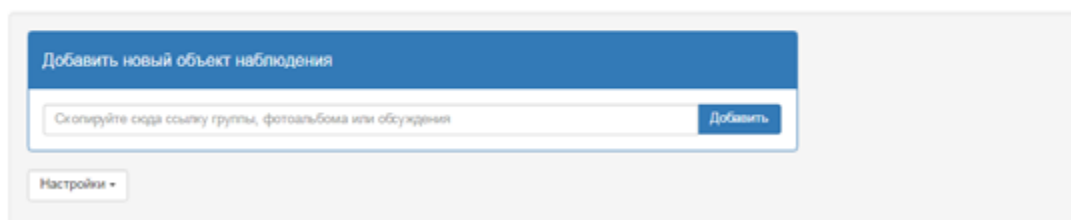
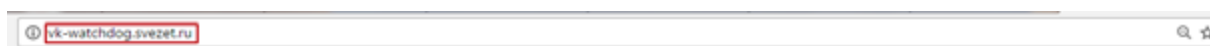
## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 11

Идея 11 будет полезна, если вы занимаетесь активным продвижением своей группы ВКонтакте. Уверена, вы сталкиваетесь с вопросом: **Как отследить новые комментарии к постам, фотоальбомам и отдельным фотографиям?** Пролистывать новостную ленту, просматривать фотоальбомы и фотографии каждый день, чтобы ответить на комментарии? Как правило, ваши подписчики оставляют запросы по стоимости товара или уточняющие вопросы, кроме обычных комментариев, и их легко пропустить по причине того, что администраторам группы ВКонтакте не приходят online-уведомления. Есть два решения вопроса: Как получать уведомления обо всех комментариях, которые появляются в вашей группе? Первое – настройка уведомлений на ваш e-mail обо всех новых комментариях. Второе – установка внутреннего приложения ВКонтакте, которое называется «Комментарии». Установите это приложение, введите адрес группы, комментарии внутри которой вы хотите отслеживать, нажмите кнопку «Старт», и будьте в курсе всех активных действий внутри вашей группы в режиме online. Ссылки на указанные ресурсы: vk-watchdog.svezet.ru, vk.com/app4469510\_85474216. Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

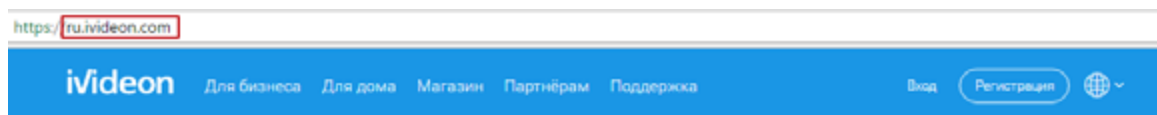
☐ сделано!

попозже ☐



## Идея 12

Идея 12 о том, что основная сложность электронных продаж через интернет в том, что **ваши новые потенциальные покупатели, которые находятся перед монитором компьютера или дисплеем телефона, не видят вас и доверия к вашей компании у них нет.** Почему? Потребителю неизвестно, существует ли в реальности та компания, которая представлена в интернете, и те товары и/или услуги, которые она предлагает. Если у вас есть офисное или складское помещение, то разрешите эту сложность, установив прямую трансляцию рабочего пространства - офиса или склада - для посетителей вашего сайта. Такая простая в исполнении механика позволит вашей компании стать прозрачной для любого пользователя сети интернет. В любой момент ваш новый потенциальный покупатель может убедиться в том, что вы и ваша компания реальны, и, например, тут же отправить вопрос в on-line-консультант, чтобы получить интересующую информацию о товаре и/или услуге. Такой прямой контакт, благодаря web-трансляции, сформирует доверие к вашей компании на необходимом для потребителя психологическом уровне уверенности. Ссылка на ресурс, с помощью которого вы сможете бесплатно установить такую трансляцию, [ru.iveon.com](http://ru.iveon.com). Технически для этого вам необходима web-камера и пара настроек в указанном сервисе, и доверие ваших потенциальных покупателей будет создано на необходимом уровне для взаимовыгодного общения. Удачи.



### Ivideon. Видеонаблюдение через Интернет

Помогаем видеть на расстоянии, сообщаем о важных событиях и сохраняем их в облаке.



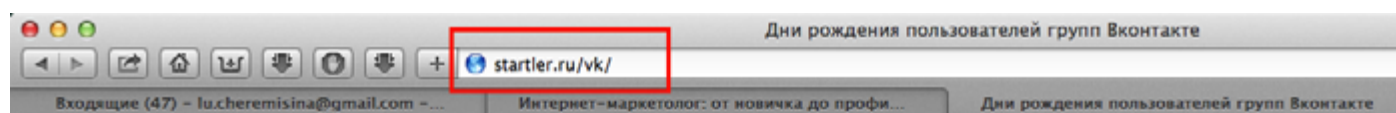
### МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 13

Идея 13 о том, что социальные сети – это отличный инструмент интернет-маркетинга. Почему? Потому что **анкета каждого пользователя социальной сети** содержит ценную и **полезную информацию** и является дополнительным ресурсом для увеличения продаж ваших товаров и/или услуг. Как работать с данными о пользователях социальной сети ВКонтакте для того, чтобы увеличить продажи? В процессе регистрации пользователи указывают свой день рождения. В преддверие этого дня поздравьте и подарите «подарок» – отправьте персональный индивидуальный код на скидку на товары и/или услуги, которые предлагает ваша компания. Такой жест будет воспринят вашими подписчиками положительно – вы поздравляете с днем рождения и предлагаете получить «подарок», а это будет для них приятной неожиданностью. Так вы повышаете лояльность участников группы и влияете на увеличение продаж. Ресурс, с помощью которого вы сможете определять именинников и персонально работать с каждым – [startler.ru/vk/](http://startler.ru/vk/). Удачи.



## Дни рождения в группе Вконтакте

ID группы  Дата от  до

Поздравляем наших именинников этой недели!

@id510556,  
@id918025,  
@id3362773,  
@id7920201,  
@id9595593,  
@id11563340,  
@id11732163,  
@id13794653,  
@id17801708,  
@id21627736,  
@id22603187,  
@id24433283,

## МОИ ИНСАЙТЫ

.....

.....

.....

.....

сделано!

попозже



# Идея 14

Идея 14 о той статистике, на которую вы, возможно, раньше не обращали внимание, но важность ее для успешного развития интернет-проекта переоценить сложно. **Пользователи интернета, делая запросы, или набирая адрес сайта в строке браузера, часто совершают опечатки.** И по статистике таких ошибок в написании может быть 10% -12%. Практически каждый десятый случай некорректного ввода адреса не только приводит пользователя, вашего потенциального покупателя, на несуществующую страницу, но и к решению, что ваш сайт больше не работает, или не существует вообще. Но что еще важно в этой ситуации, это то, что ваш потенциальный покупатель может попасть на сайт конкурента. Как такое возможно? Дело в том, что существуют компании, которые практикуют скупку конкурентных доменов с подобными возможными опечатками при наборе адреса и устанавливают редирект на «правильный» сайт. Что можно сделать, чтобы остановить утечку 10% -12% вашего целевого трафика? Составьте список всех возможных некорректных вариантов написания адреса вашего сайта и зарегистрируйте эти домены на свою компанию. Эта механика обезопасит от утечки целевого трафика, и ваши покупатели 100% останутся вашими. Регистрируйте домены в зонах .ru и .рф за 99 рублей в год на сайте 2domains.ru. Удачи.

The screenshot shows the website 2domains.ru with a navigation menu and a main banner for domain registration. Below the banner is a table of domain prices and a list of services.

Стоимость регистрации доменов	
<b>.RU</b> - 99 руб. (1.54\$)	<b>.рф</b> - 99 руб. (1.54\$)
<small>Больше доменов - меньше цен!</small> <a href="#">Посмотреть скидки &gt;</a>	
<b>.com</b> - 814 руб. (12.68\$)	<b>.su</b> - 390 руб. (6.08\$)
<b>.net</b> - 786 руб. (12.25\$)	<b>.name</b> - 644 руб. (10.03\$)
<b>.org</b> - 908 руб. (14.15\$)	<b>.mobi</b> - 1227 руб. (19.12\$)
<b>.biz</b> - 885 руб. (13.79\$)	<b>.kz</b> - 1596 руб. (24.87\$)
<b>.info</b> - 221 руб. (3.44\$)	<b>.com.ua</b> - 739 руб. (11.52\$)
	<b>.tv</b> - 2330 руб. (36.31\$)

- ✓ моментальная регистрация доменов на Ваши данные;
- ✓ удобная и современная панель управления;
- ✓ функция "Private Person" бесплатно для доменов;
- ✓ полное сокрытие всех данных во WHOIS;
- ✓ бесплатные DNS сервера для всех доменов;

Домены

- Зарегистрировать домен
- Перенести домен к нам
- Освобождающиеся домены
- Премиум домены
- Автонастройка доменов
- Автопродление
- Перенаправление
- Парковка доменов
- Поддержка DNS

## МОИ ИНСАЙТЫ

☐ сделано!

попозже ☐

# Идея 15

Идея 15 в продолжение темы об опечатках при наборе адреса сайта. Компании регистрируют корпоративные e-mail'ы на бесплатных почтовых серверах, таких как mail.ru, gmail.ru, rambler.ru или yandex.ru. И ситуация с опечаткой при написании, в данном случае почтового адреса, может привести к тем же результатам, что и при некорректном написании адреса сайта. Другими словами, **электронное письмо от вашего потенциального покупателя, которое должны получить вы, получит ваш конкурент.** В этом случае известно, что станет с лояльностью потребителя к вашей компании. Что необходимо предпринять, чтобы избежать такой ситуации? Зарегистрировать, в том числе с опечатками, ВСЕ возможные варианты написания адреса вашего корпоративного электронного ящика и сделать переадресацию на главный e-mail. Но, логически рассуждая, тоже самое могут сделать и ваши конкуренты. Оптимальный вариант – зарегистрировать корпоративные e-mail'ы, в том числе и их ошибочные варианты написания на домене своего сайта. Благодаря этому вы сможете иметь полный контроль над электронной корреспонденцией в любой момент времени. Сервис, с помощью которого вы самостоятельно и БЕСПЛАТНО создадите в собственном домене до 1000 корпоративных почтовых ящиков с неограниченным объемом, защитой от спама и вирусов - pdd.yandex.ru. Удачи.

## МОИ ИНСАЙТЫ

.....

.....

.....

.....

сделано!

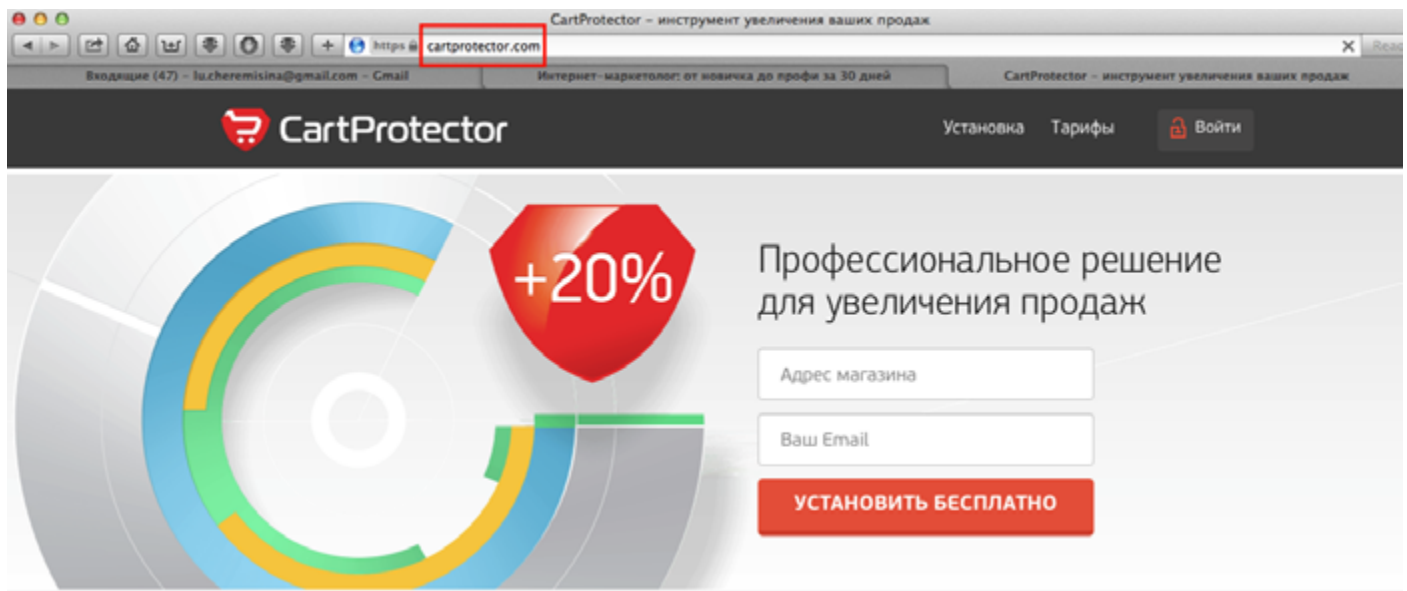
попозже

# Идея 16

Идея 16 о том, что причин, по которым пользователи уходят с сайта вашей компании, не совершив покупку, много. Но основных причин – две. Первая, когда пользователя не интересуют цены на товары и/или услуги. Вторая, когда нет понимания **какую выгоду ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС ваш потенциальный покупатель может получить от сотрудничества с вашей компанией.**

Существует сервис, который распознает момент, когда посетитель пытается покинуть страницу сайта и именно в этот момент делает ему предложение, от которого просто невозможно отказаться. Как это работает? Если посетитель сайта подводит курсор к значку, который закрывает страницу сайта, то в этот момент открывается вспомогательное окно, в котором содержится ваше предложение.

Таким образом вы стимулируете потенциального покупателя на совершение покупки, предоставляя особые условия, и «помогаете» нерешительным покупателям в оформлении заказа «здесь и сейчас». В совокупности этот сервис способен увеличить количество продаж на 20%. Ресурс, который поможет вам в организации этой эффективной механики: [cartprotector.com](https://cartprotector.com). Внедряйте и, Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

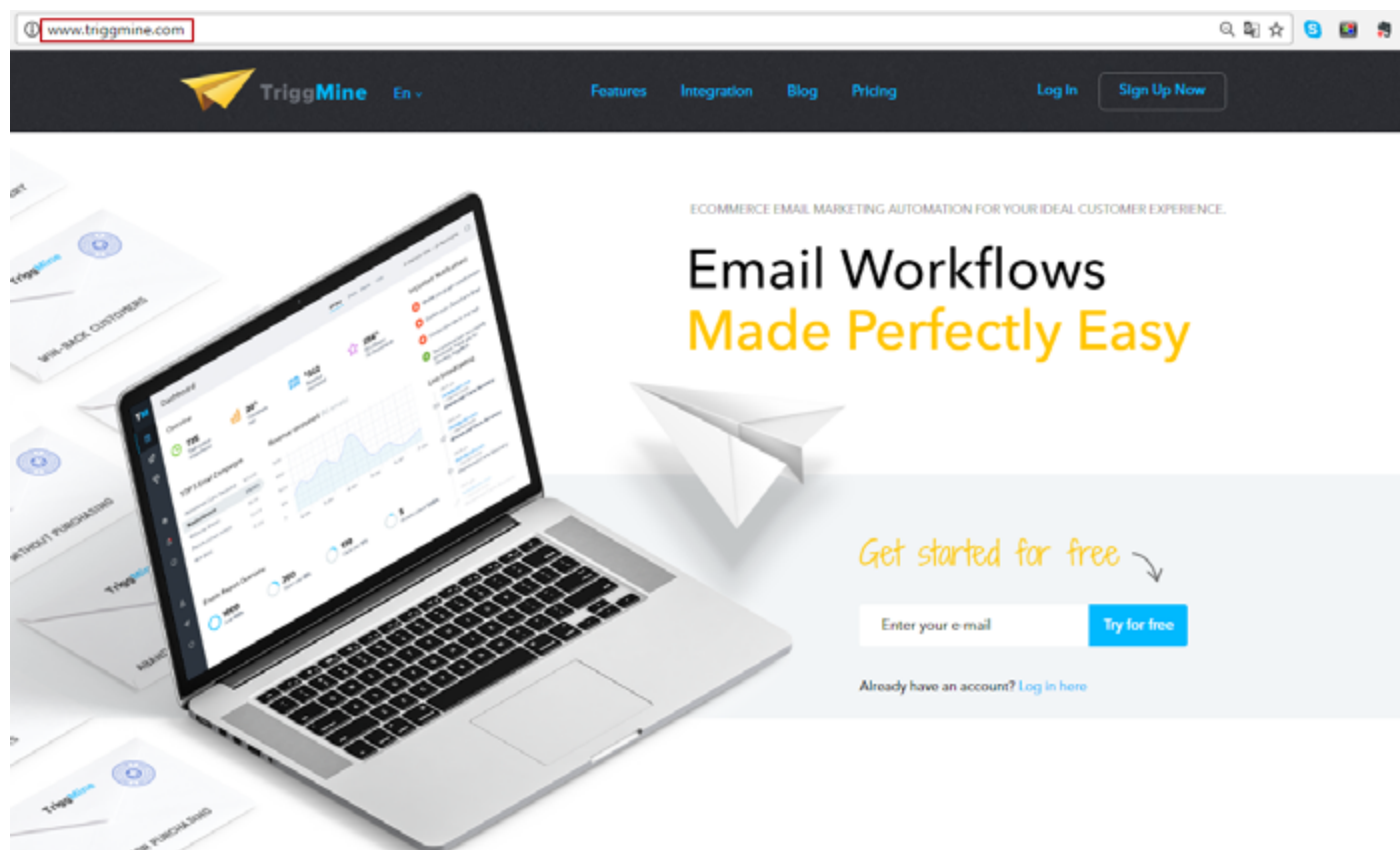
сделано!

попозже

# Идея 17

Идея 17 о том, что по статистике **от 30% до 60% всех посетителей сайта, которые положили товары в корзину, не доходят до завершения – оформления заказа, а значит, вы теряете свои продажи.** Почему это происходит? Причины могут быть самые разные – от непонимания механизма совершения покупки на вашем сайте до прекрасной погоды за окном. Существует сервис, который позволит сократить количество «брошенных» корзин: [triggmine.com](http://triggmine.com).

Как он работает? Ситуация - клиент добавляет товар в корзину, но не доходит до оформления заказа и покидает страницу сайта. Когда это происходит, срабатывает так называемый триггер, механизм, который отправляет электронное письмо тому, кто сложил товары в корзину, но не дошел до завершения заказа. Это письмо может содержать в себе, например, купон на скидку. Как правило, получив такое письмо ваш потенциальный покупатель возвращается по ссылке в письме обратно на сайт, и завершает оформление заказа. Этот сервис вы можете подключить к своим интернет-магазинам самостоятельно и при условии, если количество посетителей в месяц составляет менее 5 тысяч, он будет для вас бесплатным. Этот сервис вы можете подключить к своим интернет-магазинам самостоятельно и до получения дохода \$1,000 в TriggMine он будет для вас бесплатным. Внедряйте и увеличивайте продажи. Удачи.



The image shows a screenshot of the TriggMine website. At the top, there is a navigation bar with the TriggMine logo, a language selector (En), and links for Features, Integration, Blog, Pricing, Log In, and Sign Up Now. Below the navigation bar, the main content area features a laptop displaying a dashboard with various charts and graphs. To the right of the laptop, there is a sign-up form with the text "Email Workflows Made Perfectly Easy" and "Get started for free". The form includes a text input field for "Enter your e-mail" and a blue "Try for free" button. Below the button, there is a link for "Already have an account? Log in here".

## МОИ ИНСАЙТЫ

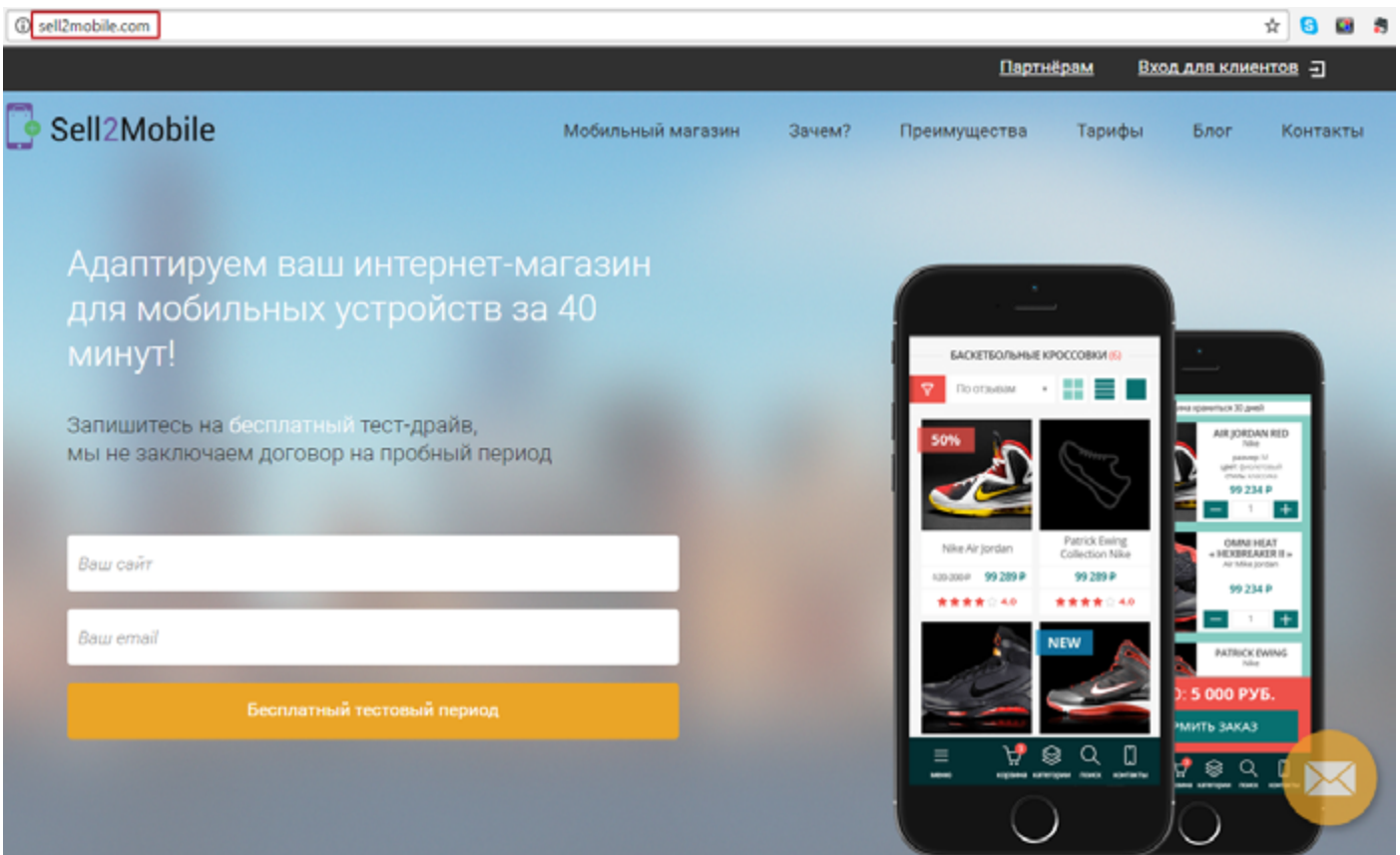
сделано!

попозже



# Идея 18

Идея 18 для тех, кто имеет свой интернет-магазин или сайт и занимается их поисковым продвижением. В феврале 2016 года компания Яндекс объявила о том, что она будет понижать в результатах поиска сайты, не оптимизированные для мобильных устройств. Это означает, что **ваш интернет-магазин или ваш сайт может потерять большую часть органического трафика** и, соответственно, лишиться значительной доли продаж. На сегодняшний день уже более 30% российских пользователей совершают покупки с планшетов и смартфонов, и доля их в общем количестве электронных продаж неуклонно растет. Если у вашего интернет-магазина или сайта еще нет мобильной версии, то сейчас самое время позаботиться о ее разработке. Сервис, с помощью которого вы самостоятельно создадите мобильную версию вашего интернет-магазина - [sell2mobile.com](http://sell2mobile.com). Удачи.



The image shows a screenshot of the sell2mobile.com website. The browser address bar displays "sell2mobile.com". The website header includes the logo "Sell2Mobile" and navigation links: "Мобильный магазин", "Зачем?", "Преимущества", "Тарифы", "Блог", and "Контакты". The main content area features a headline: "Адаптируем ваш интернет-магазин для мобильных устройств за 40 минут!". Below this, there is a sub-headline: "Запишитесь на бесплатный тест-драйв, мы не заключаем договор на пробный период". A sign-up form contains two input fields: "Ваш сайт" and "Ваш email", followed by a yellow button labeled "Бесплатный тестовый период". To the right, there is a preview of a mobile app interface showing a list of basketball shoes with prices and ratings.

## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 19

Ваше Уникальное торговое предложение (УТП) – это то, **что выгодно отличает вас от ваших конкурентов**. Именно с УТП начинается знакомство ваших потенциальных покупателей с вашей компанией, и происходит оно в разных местах и в разное время. Например, когда пользователь заходит на ваш сайт, то первое, что он видит, это ваше УТП. Или при получении электронного письма - внутри него обязательно должно быть зашито ваше уникальное предложение. Если говорить о контекстной рекламе, таргетированной рекламе, то они полностью построены на УТП. В том случае, если вы используете несколько каналов привлечения трафика, вам необходимо не одно, а множество различных уникальных предложений, которые принципиально и выгодно будут отличать вас от ваших конкурентов в каждом из этих каналов. Я открываю доступ к мастер-классу - это пошаговая инструкция с формулами и автоматизацией процесса, посредством которого каждый из вас сможет за 15 минут сформулировать до 1000 уникальных торговых предложений для своего проекта, в которых будут учтены его необходимые составляющие. Составляйте уникальные предложения <http://www.goo.gl/3PhAEt>, от которых будет невозможно отказаться! Удачи.

Как за 15 минут сформулировать 1000 УТП и навсегда забыть про конкурентов.

Входные (47) - lu.cheremisina@gmail.com - Gmail    Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней    Кам

YouTube RU    Введите запрос    🔍

[Шаг 3] Сценарии составления УТП  
Дистанционное обучение, сегмент (Студенты)

1. «С помощью (услуга, продукт) мы помогаем (ца) решить (проблема/боль) с (выгодой)».
2. «С помощью (услуга, продукт) мы помогаем (ца) достигнуть (страсть) с (выгодой)».

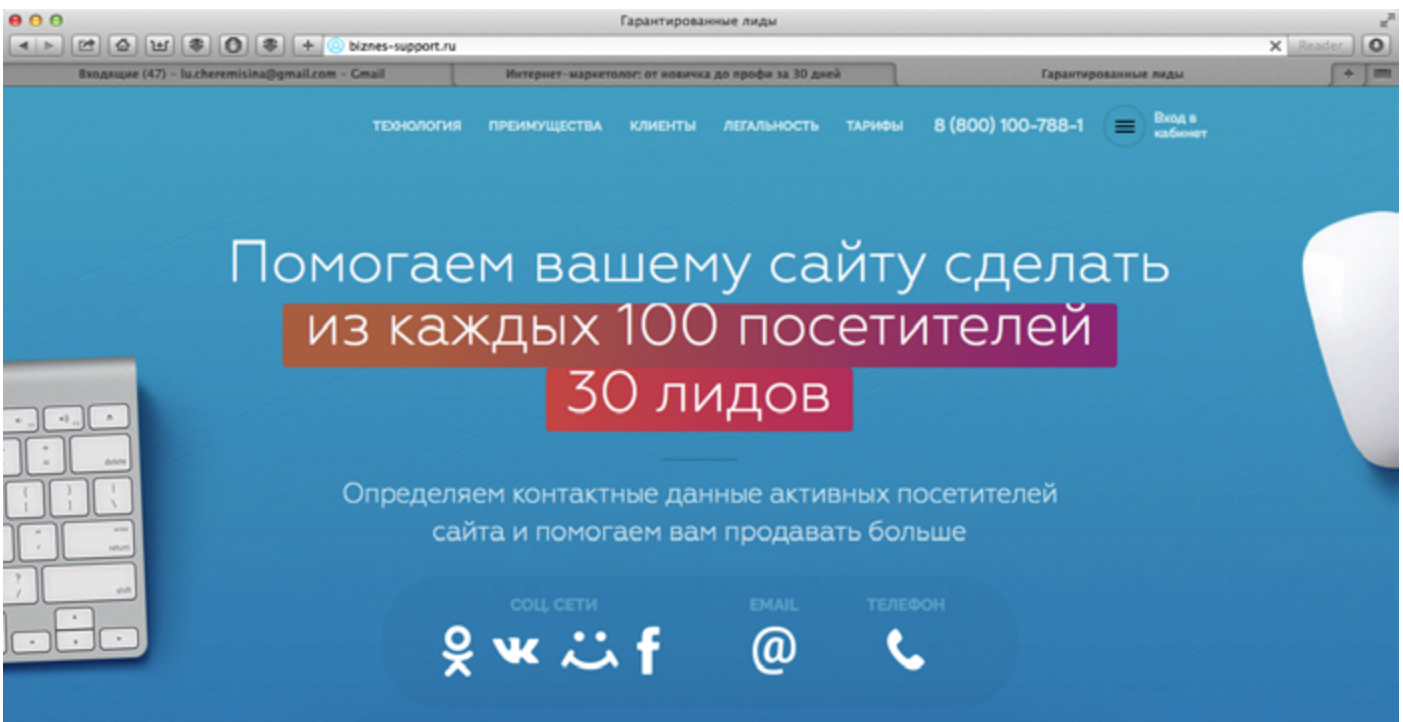
[www.30daystobe.pro](http://www.30daystobe.pro)

1:04:21 / 1:14:11    Analytics    Менеджер видео

Как за 15 минут сформулировать 1000 УТП и навсегда забыть про конкурентов.

## Идея 20

Практика показывает, что **в среднем только 5 из 100 посетителей Вашего сайта становятся покупателями** ваших товаров и/или услуг, **а остальные 95% посетителей уходят навсегда**. И дело в том, что за всех этих посетителей вы уже заплатили – временем или деньгами. Факт - если пользователь оказался на вашем сайте, то его интересуют ваши товары и/или услуги. Что предпринять, чтобы не упускать тех потенциальных покупателей, которые хотя бы один раз уже пришли к вам? Одним из таких способов является сервис, который, по запатентованной технологии, способен определять контакты активных пользователей – номер телефона, e-mail или профиль в социальных сетях. Данная технология легальна и ее использование не влечет за собой риск снижения позиции вашего сайта в поисковой выдаче. Внедряйте [biznes-support.ru](http://biznes-support.ru) в свои бизнес-процессы и увеличивайте конверсию сайта как минимум в 2 раза. Удачи.



The screenshot shows a web browser window with the URL [biznes-support.ru](http://biznes-support.ru). The page has a blue background and features a navigation menu at the top with items: ТЕХНОЛОГИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВА, КЛИЕНТЫ, ЛЕГАЛЬНОСТЬ, ТАРИФЫ, 8 (800) 100-788-1, and a 'Вход в кабинет' button. The main headline reads: 'Помогаем вашему сайту сделать из каждых 100 посетителей 30 лидов'. Below this, it states: 'Определяем контактные данные активных посетителей сайта и помогаем вам продавать больше'. At the bottom, there are three categories: 'СОЦ. СЕТИ' with icons for VK, Odnoklassniki, and Facebook; 'EMAIL' with an '@' icon; and 'ТЕЛЕФОН' with a telephone handset icon.

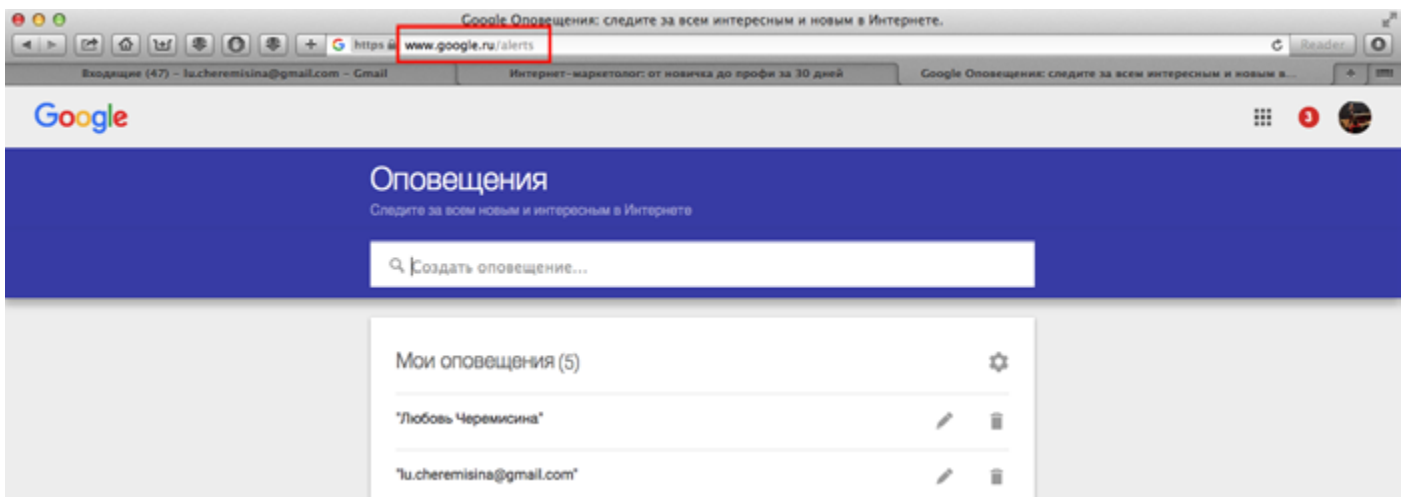
### МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 21

Идея 21 о том, что вне зависимости от формата вашего бизнеса – будь то on-line-проект или отдельно стоящий магазин, одинаково важным является **контроль за действиями ваших конкурентов на просторах интернета**. Решение этого вопроса – инструмент Google Alerts, который поможет в сборе информации об интересующих вас компаниях и брендах, о тех, кто является вашими оппонентами в профессиональной торговой нише. Механика Google Alerts позволяет доставлять на ваш почтовый ящик всю необходимую информацию для анализа действий конкурентов, тем самым помогая в разработке ответной кампании с вашей стороны. Работает Google Alerts следующим образом – в тот момент, когда на каком-то сайте происходит упоминание конкурентного бренда, данная активность распознается поисковыми ботами и информация с этими материалами и ссылками на них отправляется на ваш электронный адрес. Таким способом возможно отследить такие вещи как: частота размещения материалов «о себе» вашими конкурентами, количество и качество упоминаний о вашей компании в социальных сетях и в целом в сети интернет. Будьте в курсе событий и используйте полученную информацию [google.ru/alerts](https://www.google.ru/alerts) для успешного развития вашего проекта. Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже





## Идея 22

Идея 22 о том, что для того, чтобы успешно соперничать с вашими конкурентами с первых дней старта проекта необходимо знать о них максимум информации. На каких позициях они находятся в поисковой выдаче Яндекс и Google? По каким ключевым запросам размещают рекламу и размещают ли ее в Яндекс.Директ и Google Adwords? Какие бюджеты расходуют и какой трафик они получают от этих рекламных кампаний. Эта информация позволит выстроить эффективную стратегию присутствия вашего проекта в интернете и отстроиться от конкурентов, чтобы быть «выше, быстрее, сильнее». Один из инструментов, который открывает доступ к подобной информации, это сервис SpyWords, незаменимый механизм для рунета, которому должно быть в вашем арсенале способов игры на опережение. **В каждый момент времени, благодаря spywords.ru анализируйте действия ваших конкурентов** и используйте полученную информацию при подготовке к запуску своих рекламных кампаний, достигая цели стабильных и высоких продаж. Удачи.

Сводка за последний период

Поисковая система	Запросов в контексте	Уникальных объявлений	Средняя позиция	Бюджет на контекст	Трафик из контекста	Запросов в ТОП-50	Запросов в ТОП-10	Трафик из поиска
Яндекс	325 762	48308	3	192 466 р.	82 341	548 699	128905	183 962
Google	46 733	18347	2	35 117 р.	18 632	1 097 195	294505	205 113

### МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

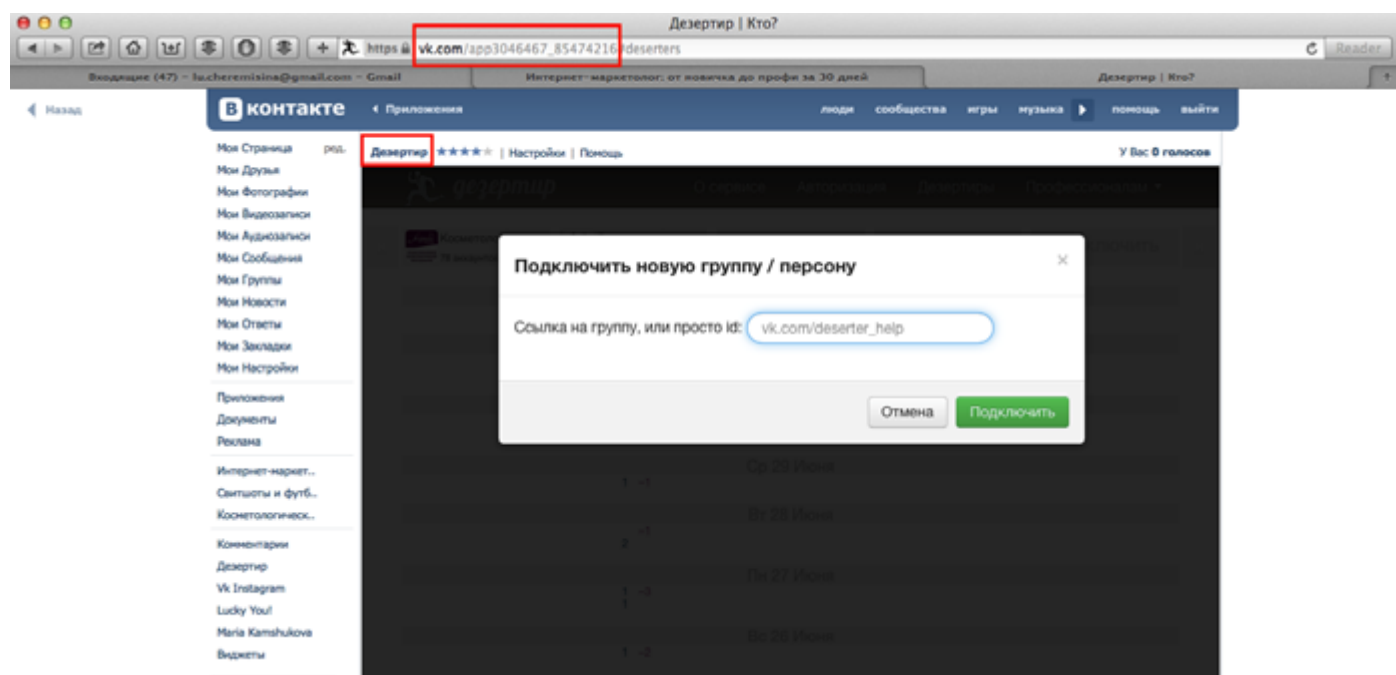


## Идея 23

Идея 23 о важности момента, когда в вашу группу в ВКонтакте добавляются новые участники. В чем его важность? Когда пользователь подает заявку на вступление в вашу группу, этим он сообщает, что именно сейчас ваши товары и/или услуги для него актуальны. Помните о том, что уже «завтра» этой актуальности может не быть. **Если у вас есть группа в ВКонтакте, то желательно оказать внимание каждому, кто пополнит ее ряды:** поприветствовать его (ее) и создать первую коммуникацию. Расскажите о вашем сервисе то, что новый участник не увидит при первом знакомстве с вашей компанией, о подарках, об уникальном торговом предложении и других отличительных особенностях.

В тот момент, когда пользователь вступает в вашу группу, он находится в высокой точке интереса к вашим товарам и/или услугам. Это исключительный по значимости момент для вашего проекта в создании и упрочении имиджа и, как следствие, увеличении продаж. Важно быть внимательным к появлению каждого нового участника, который почти 100% «здесь и сейчас» находится в идеальном «горячем» состоянии для совершения покупки. Не упустить этот момент стало возможным с помощью приложения

**Deserter** - [vk.com/app3046467\\_85474216](https://vk.com/app3046467_85474216). Используйте каждую интересную возможность для развития вашего проекта. Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

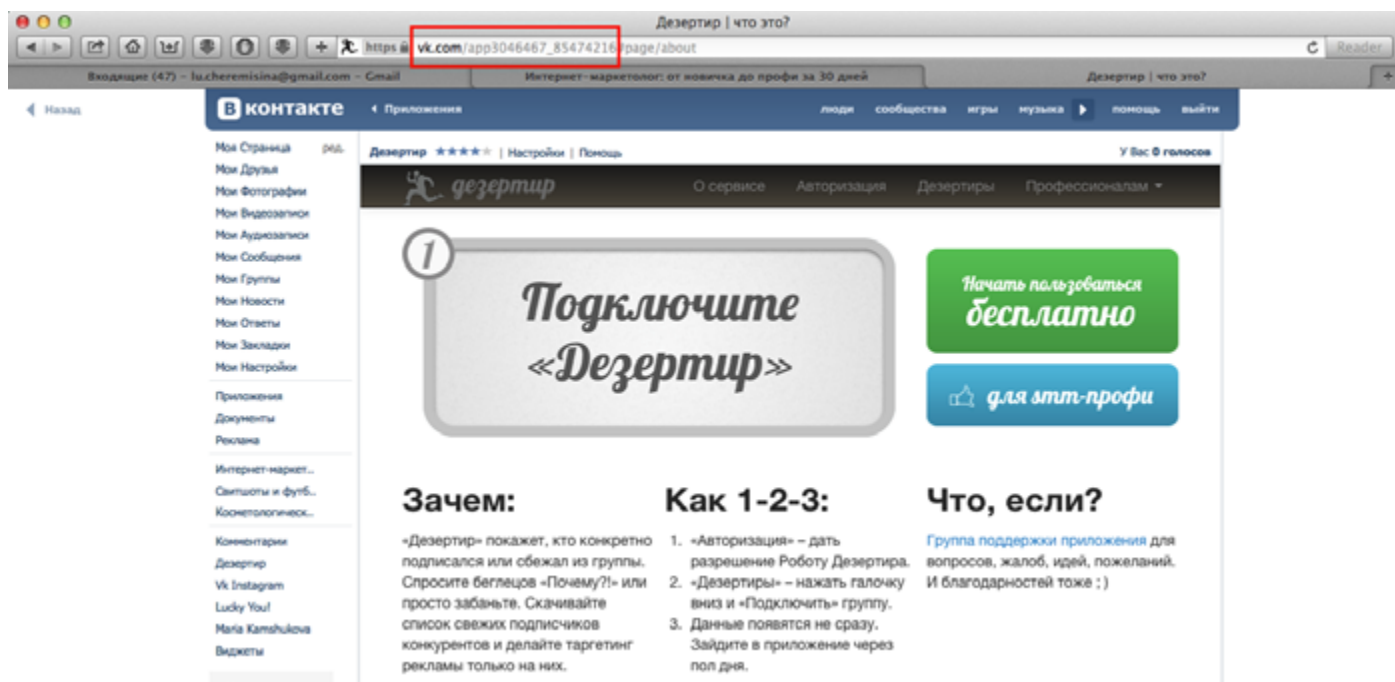
☐ сделано!

попозже ☐



# Идея 24

Идея 24 об одинаковой важности для развития интернет-проекта таких двух моментов, как вступление новых участников в вашу группу, и их выход из нее. Причин, по которым пользователи покидают группу, много. Например, ваша тема перестала быть актуальной, не понравился сервис и общение с вашей компанией в целом, или качество предоставляемых вашей компанией услуг и/или товаров. **Если вы столкнулись с ситуацией неудовлетворенности клиента, то важно понять в какой момент вы допустили «ошибку»** и постараться получить об этом моменте полную информацию, чтобы изменить возникший «минус». Используя уже известный инструмент **Deserter**, вы сможете проконтролировать процесс выхода участников из вашей группы и продолжить с ними личное общение для выявления причины выхода. Для вашего проекта это будет продуктивной обратной связью, в том числе и для того, чтобы лучше понимать ваших клиентов, совершенствовать инструменты взаимодействия и добиваться высоких результатов. И все это благодаря **Deserter** vk.com/app3046467\_85474216. Удачи.



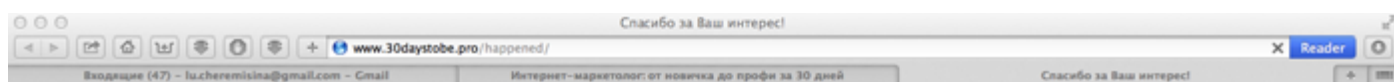
## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 25

Идея 25 о Странице Благодарности. Это страница, на которую пользователь попадает в следующих случаях: подписавшись на вашу рассылку или после оформления заказа на сайте, заполнив форму обратной связи - эта страница содержит информацию о завершении действий пользователя на сайте. Чаще всего, именно в этот момент ваше взаимодействие с клиентом заканчивается. **Каким образом** извлечь выгоду и из этого завершающего шага в общении и **получить дополнительную продажу?** Важно понимать, что если пользователь доходит до этой страницы, то он лоялен к вашей компании, и возникшую возможность большего «сближения» для получения взаимной выгоды не стоит упускать. Разместите на этой странице «продающее» видео, или виджет – рекомендации вас в социальных сетях, или же опубликуйте информацию о так называемом продукте – «включателе», относительно невысокой стоимости, товарного или информационного содержания, который в состоянии позитивного расположения покупателя к вашей компании может быть им с удовольствием приобретен. Не упускайте возможность взаимовыгодной коммуникации с клиентом, и увеличивайте продажи! Удачи.



Говорим, что всё получилось

Спасибо за Ваш интерес!

Письмо с ссылкой на обучающие материалы уже ждет Вас на почте.

Утепляем заявку. Повышаем доверие и лояльность.

Об авторе проекта:

"Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней"  
[www.30daystobe.pro](http://www.30daystobe.pro)



Здравствуйте, меня зовут Любовь Черемисина, я интернет-маркетолог с 2008 года. **Интернет-маркетолог** - это специалист, который запускает бесконечный поток целевых клиентов в бизнес из интернет.

Большинство интернет-предпринимателей и маркетологов каждый день сталкиваются с теми же задачами продвижения в интернет, с которыми сталкивалась и я.

Как раньше, так и сегодня есть одна глобальная проблема — **отсутствие целостных структурированных знаний** высокого уровня. Обилие информации, инструментария, кейсов и количество конкурентов в интернет - все это каждую секунду делает интернет-предпринимателей все дальше от заветной цели.

Поэтому я поставила перед собой задачу сделать лучшую и самую мощную программу по обучению интернет-продвижению с пошаговой системой достижения результатов.

## МОИ ИНСАЙТЫ

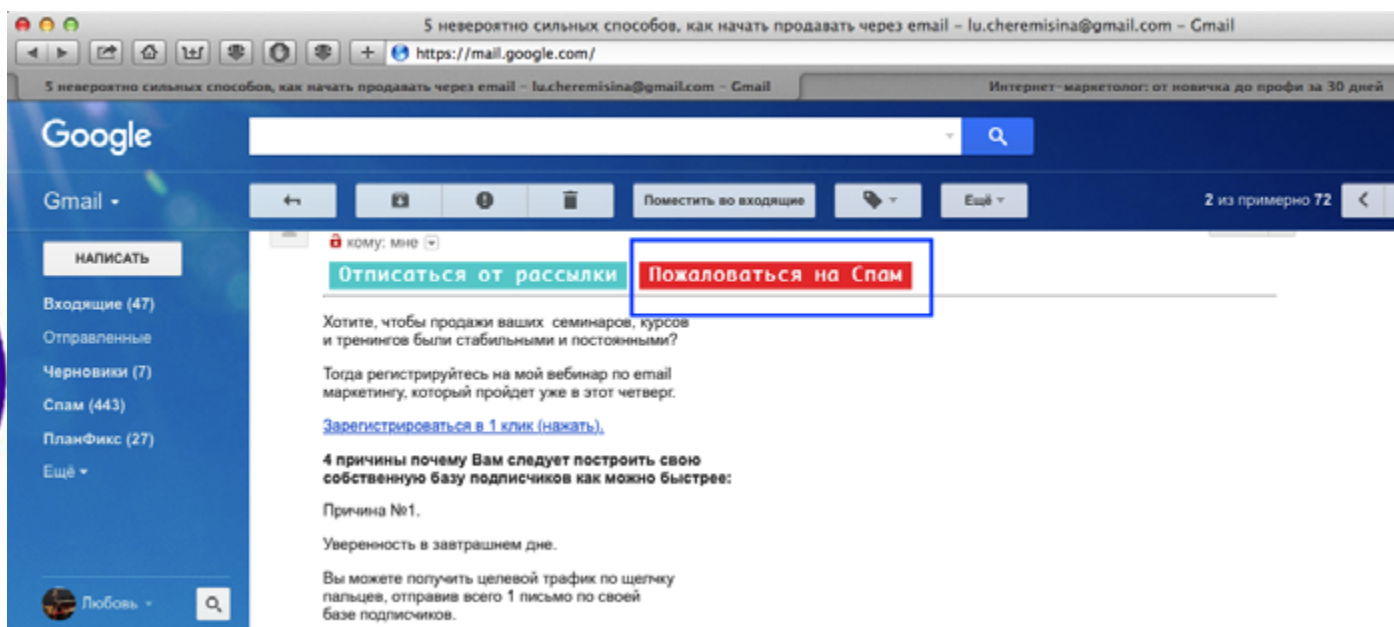
сделано!

попозже



# Идея 26

Идея 26 для тех, кто занимается e-mail-маркетингом для своих проектов. Для того, чтобы **сократить количество жалоб на спам**, я рекомендую обратить внимание на следующий факт. В момент создания письма для массовой рассылки в таких профессиональных инструментах как [UniSender](#) или [GetResponse](#), Вы должны учитывать, что всегда будут те, кто захочет пожаловаться на рассылку как на спам. В частности, количество жалоб на спам сократите с помощью следующего действия – в прехедере, то есть в верхней части письма разместите классическую информацию о том, что «Если Вы хотите отписаться от нашей рассылки и не получать письма в дальнейшем, или пожаловаться на спам, то...», и на фразу «пожаловаться на спам» установите ссылку, которая ведет на отписку от вашей рассылки. В результате, те, кто захотел «пожаловаться на спам», попадая на страницу отписки, просто удалят свой адрес электронной почты из вашей подписной базы. Благодаря этому репутация вашего сайта для почтовых серверов останется на прежнем уровне, или же негативное влияние на нее будет сведено к минимуму. Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

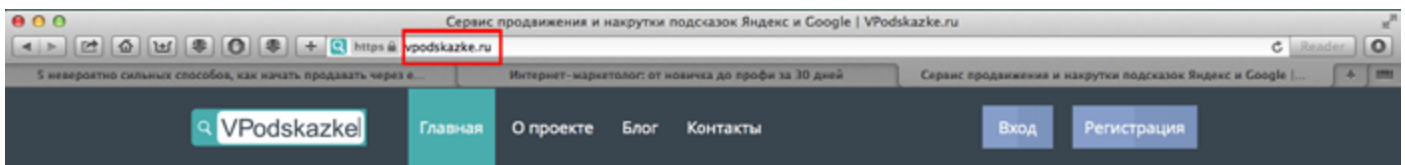
сделано!

попозже

# Идея 27

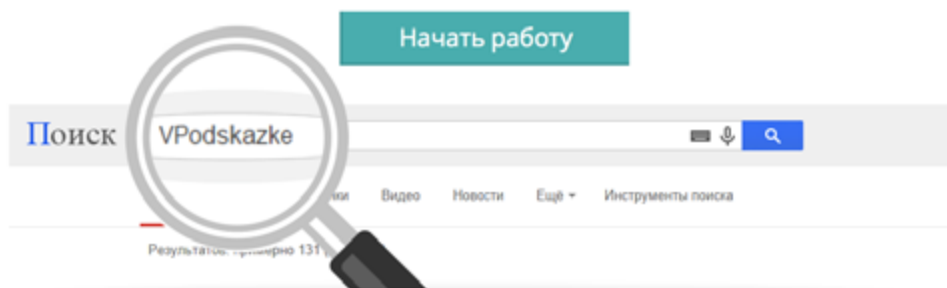


Идея 27 для тех, кто занимается поисковым продвижением своих сайтов в Яндекс или Google. Поговорим о подсказках. Подсказки – это такие фразы, которые в процессе написания основного запроса в поисковой строке, выдаются в выпадающем списке. Яндекс и Google предлагают популярные варианты запросов пользователей сети интернет, когда те ищут интересующую их информацию о товарах и/или услугах. **Если** в вашем проекте есть **запросы, которые вы хотите оперативно вывести в список подсказок**, то для этого необходимо обратиться к специальному сервису [vpodskazke.ru](https://vpodskazke.ru), который выводит определенную подсказку по определенному запросу в Топ, и она будет находиться в списке популярных вариантов, который выдадут поисковые системы Яндекс и Google. Такая механика увеличит трафик сайта и выведет его в первые ряды в поисковой системе при наборе определенного запроса. Обращайтесь к этому сервису, внедряйте и успешно добивайтесь поставленных целей. Удачи.



## Продвижение подсказок в поисковых системах!

Подсказки сильно влияют на формулировку поисковых запросов.  
Работа с подсказками позволяет увеличивать поисковый трафик в разы!



## Преимущества VPodskazke

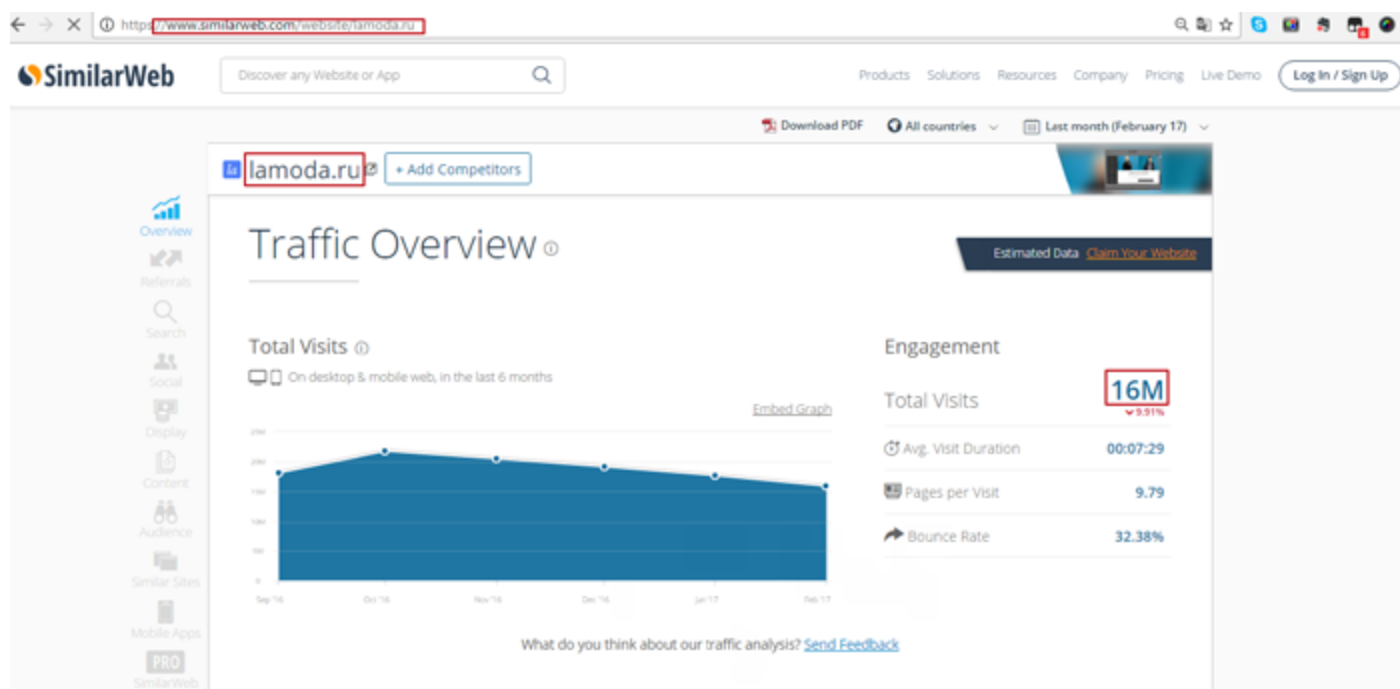
## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 28

Идея 28 еще об одном профессиональном инструменте из арсенала интернет-маркетологов для анализа «жизнедеятельности» конкурентов. С небольшой погрешностью он определяет **трафик сайта конкурентов, источники трафика и его географию**. SimilarWeb - это мощный инструмент для анализа источников трафика любого web-сайта. SimilarWeb содержит богатый набор интересных и полезных свойств, а данные в этот инструмент поступают от собственного поискового робота. Например, узнайте, как поделен трафик ваших конкурентов по источникам: какой процент трафика идет из поиска, какая доля в общем количестве от проведенных e-mail-рассылок, какой процент приходится на трафик из социальных сетей. Зачем эта информация Вам необходима? Для того, чтобы быть в курсе происходящего у ваших конкурентов, и быть на шаг впереди по занимаемым позициям на рынке электронных продаж. Используйте сервис [similarweb.com](http://similarweb.com) и добивайтесь поставленных целей! Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 29

Идея 29 для тех, кто занимается e-mail-маркетингом. Со своих мобильных устройств зайдите в почту и посмотрите насколько удобно читать с телефона или планшета электронные письма, которые вы отправляете в e-mail-рассылках. Сегодня почти 66% пользователей интернета во всем мире открывают электронные письма в своих смартфонах и планшетах, и с каждым годом этот процент будет расти. **75% пользователей, которые на мобильных устройствах открывают письма, не адаптированные под мобильный формат, удаляют их, не прочитывая.**

Один из трендов 2017 года звучит так: «Адаптируйся, или умри!» Современные платформы массовых e-mail-рассылок, такие как [GetResponse](#) и [UniSender](#) уже научились автоматически адаптировать электронные письма под мобильный формат. Письмо отлично выглядит как на компьютере, так и на мобильном устройстве, что привлекает к вашему проекту больше потенциальных покупателей, и увеличивает объем продаж уже потому, что информация в электронных e-mail-рассылках читабельна. Изучайте эти профессиональные инструменты, и, если в этом есть необходимость, переоформляйте свои электронные письма в формат мобильного чтения. Удачи.

Надежный | <https://www.getresponse.ru/email-marketing/ru-features/email-marketing.html>

Попробуйте бесплатно | Адрес эл. почты | Пароль | Регистрация

Великолепный дизайн на всех устройствах. Используйте блочный редактор с **мобильным предпросмотром**, чтобы контролировать каждый этап создания письма. С нашими адаптивными шаблонами и конструктором ваши письма будут выглядеть потрясающе на любом устройстве.

Online trainers | 24/7 on-call motivators | Innovative workouts

Log in now!

## МОИ ИНСАЙТЫ

☐ сделано!

попозже ☐





Тарифы

Email-рассылки

SMS-рассылки

Услуги

Тест-драйв

8 (800) 555-66-96

Регистрация

Вход

Еще

Сервис Unisender / Email-рассылки

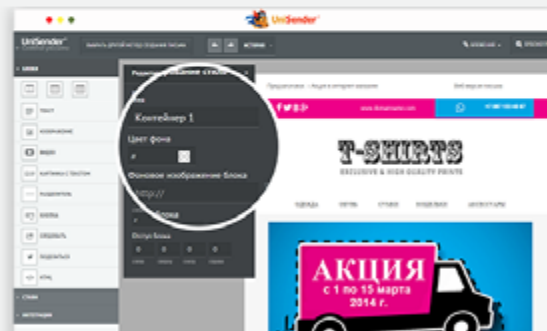
## Email-рассылки



С UniSender  
создавать рассылки  
быстро и удобно

Бесплатно:

Попробовать



1. Выделите целевую аудиторию

2. Создайте адаптивное письмо

3. Получите полный отчет

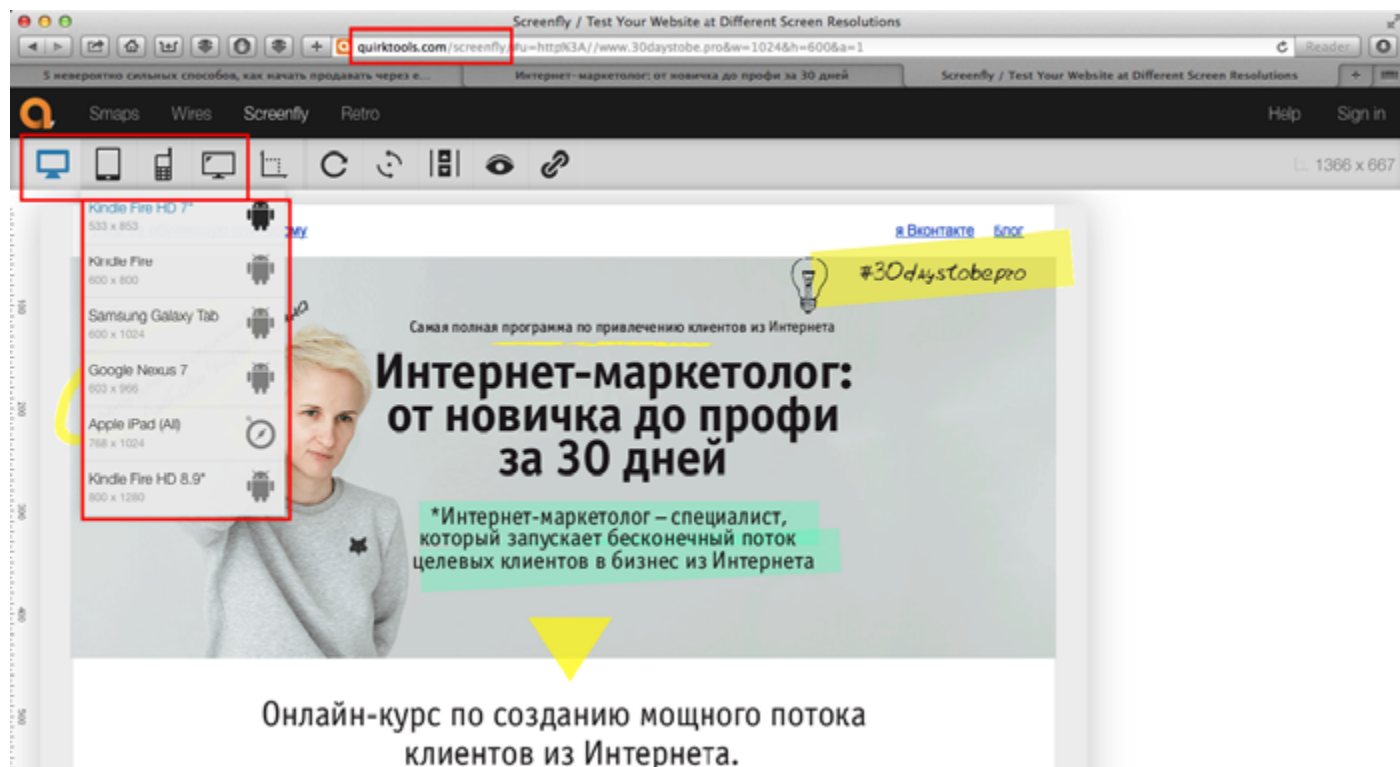
## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

## Идея 30

Создатели интернет-проектов всегда заинтересованы в ответе на вопрос: Что думают о моем проекте посетители моего сайта? Как лучше понимать ваших пользователей и причины, по которым они не совершают необходимого для вас целевого действия – online-покупку, находясь на сайте? Часто причиной этого является просмотр сайта с самых различных устройств: это может быть компьютер с экраном максимального разрешения, маленький нетбук, планшет или смартфон. Все эти устройства стоят на разных платформах и **ваш сайт**, соответственно, **по-разному отображается** на каждом из них. Возможно, на части этих устройств он выглядит не привлекательным, или в первом экране не видны те важные элементы, которые приближают клиента к покупке, или к заполнению формы обратной связи. Все это снижает эффективность вашей работы по продвижению проектов, какими бы дорогостоящими и современными по исполнению они ни были. Как проверить адаптивность дизайна вашего сайта в максимальном количестве различных по размеру экранов – как посмотреть на свой сайт глазами пользователей? В этом вам поможет сервис [quirktools.com/screenfly/](http://quirktools.com/screenfly/). Заходите, вводите адрес вашего сайта в поисковой строке на первом экране, и проверяйте как ваш сайт отображается на экранах различных электронных устройств. Сохраняйте привлекательность проекта и приумножайте продажи! Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

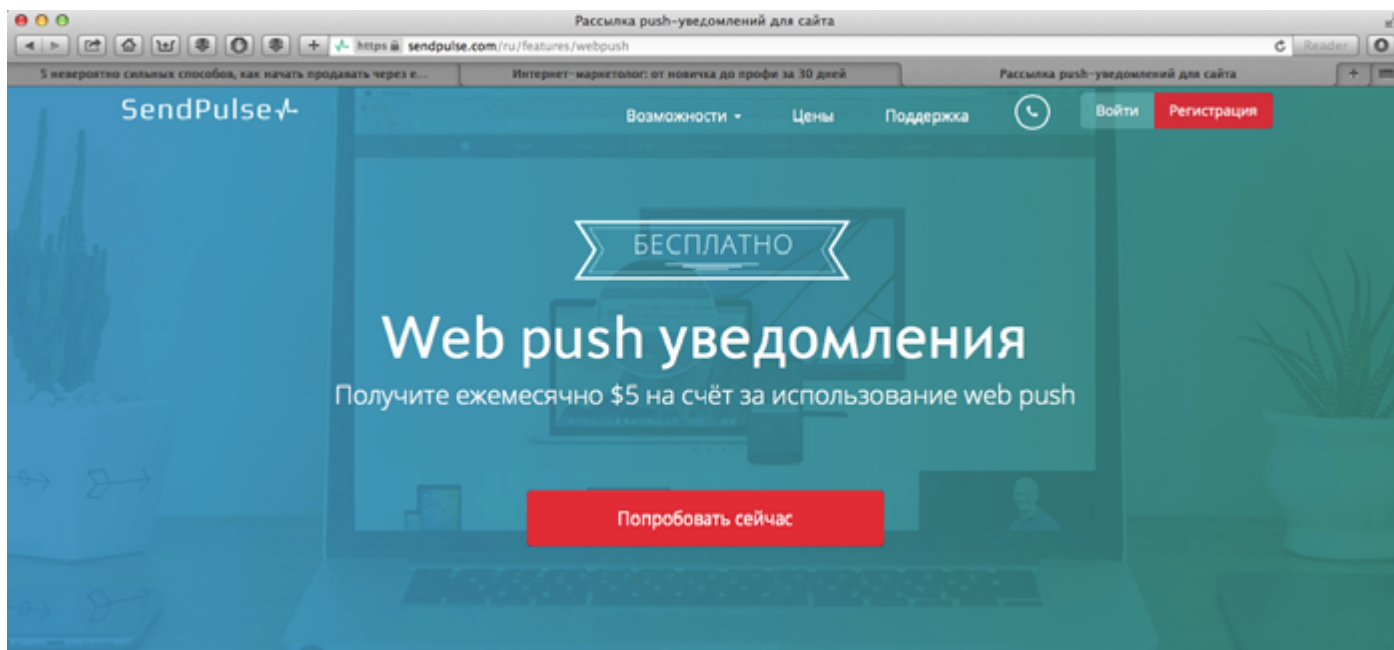
сделано!

попозже

## Идея 31

Идея 31 еще об одном способе общения с клиентами - это современная технология **Push**. **Push**-уведомления, которые отправляются с вашего сайта – это интерактивные сообщения, которые отображаются в браузере поверх всех открытых окон, отправленные тем пользователям, которые дали на получение таких сообщений свое согласие. Открытая статистика в сети говорит о просматриваемости push-сообщений на уровне 90%, а тестирование англоязычной аудитории показывает, что на push-уведомления подписываются 40% пользователей.

Этот сервис на своем сайте вы можете установить бесплатно благодаря [sendpulse.com/ru/webpush](https://sendpulse.com/ru/webpush). Пользователю придет запрос с предложением получать push-уведомления, и если он ответит согласием, то вы сможете делать рассылки, а пользователь будет получать их не только тогда, когда он находится в сети интернет с компьютера, в том числе и на других сайтах, но и на мобильных устройствах и планшеты. Определенное преимущество push-уведомлений в том, что они беспрепятственно доходят до получателя. Это **отличный способ оперативно рассказать о текущей акции или специальном предложении с гарантией, что пользователь его получит на любое электронное устройство**, каким пользуется. Статистика открываемости push-уведомлений значительно выше, чем, например, писем в электронной почте, и это также одно из преимуществ эффективности технологии. **Push**-технология будет интересна как для вашего проекта, так и для клиента, так как она информативна и экономит время пользователя, используя тот первый интерес, которого достаточно для ознакомления с содержанием сообщения. Если пользователю интересна тема, он переходит дальше по заголовку, но основную информацию он получает уже из самого уведомления. Push-технология подходит для тех случаев, когда в режиме «здесь и сейчас» вы готовы рассказать о себе и добиться успеха! Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже



# Идея 32

Идея 32 о прорыве Компании Facebook, которая анонсировала запуск новой технологии – искусственный интеллект Deep Text. Это программа, которая практически на уровне человеческой точности восприятия способна распознавать тексты, написанные в Facebook, читать их и понимать смысл прочитанного. По утверждению Facebook Deep Text обеспечит пользователям более комфортное посещение социальной сети. Что это дает для вашего бизнес-проекта в сети интернет в ближайшей перспективе? Совершенствуясь, уже в ближайшем будущем технология выйдет за пределы Facebook на просторы интернета, где эстафету подхватят поисковые системы, а это значит, что и они освоят способы распознавания информации, которая размещается на различных сайтах. И вот в этот момент станет актуальной тема контент-маркетинга, **когда seo-тексты в первую очередь должны быть написаны для человека, а не для робота поисковой системы.** Если сегодня выдачей в Топ можно управлять, покупая ссылки на свой сайт и используя необходимое количество ключевых слов в текстах, то с приходом искусственного интеллекта в больших масштабах, такие инструменты продвижения потеряют свою эффективность. Эти программы будут искать максимально «живые» и полезные тексты под запрос пользователя для полного удовлетворения его потребностей на самом высоком уровне. Учитывайте прогрессивное влияние времени и новых технологий, и вместе с ними добивайтесь поставленных целей! Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

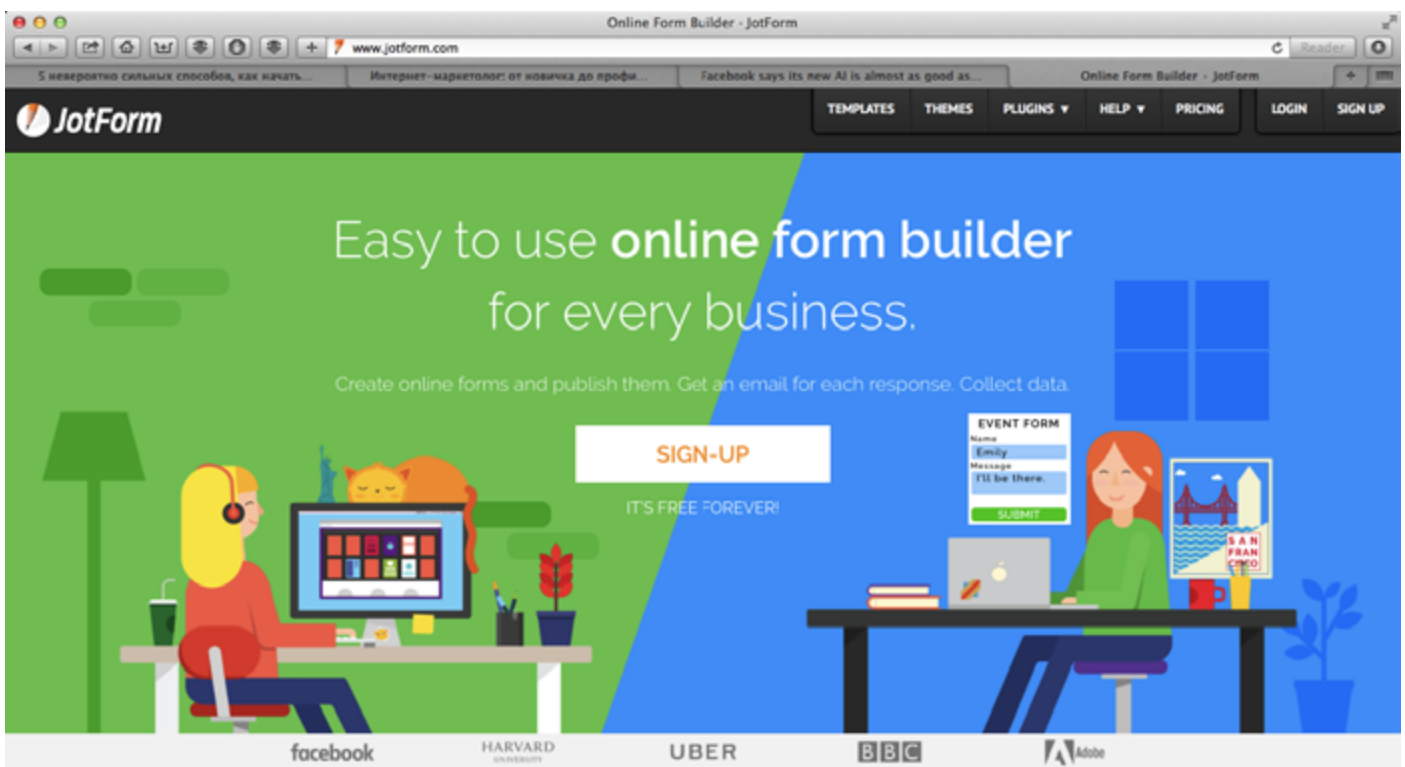
попозже





## Идея 33

У владельцев интернет-магазинов есть только два варианта показать свой товар – в формате фотографии или видео-съемки. Об особенностях и подводных камнях этого Идея 33. Специфика интернет-продаж в том, что вживую увидеть и взять в руки товар покупатель не имеет возможности. Эта специфика порой может спровоцировать проблему такого рода – покупатель заказывает «одно», а получает «другое». В этом случае важна будет **обратная связь от покупателя**: соответствует ли полученный товар с представлением о нем, которое покупатель получил по фотографиям или видео. Такая информация **скорректирует ваш подход в презентации товаров и/или услуг и обезопасит или сократит возможные несовпадения и возвраты товаров**. Через 2-3 дня после получения заказа отправьте покупателю в электронном письме ссылку на страницу сайта, где ответы на вопросы анкеты помогут вам понять насколько он удовлетворен и его представление о товаре находится в соответствии с заявленными о нем характеристиками. Я рекомендую jotform.com за его многофункциональность и возможность за 5-10 минут создать привлекательную форму анкеты и встроить ее на любую страницу сайта. Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

---

---

---

---

---

сделано!

попозже

## Идея 34

Идея 34 о защите уникального контента, который вы размещаете на своем сайте. Значимость и перспективность контент-маркетинга в области интернет-проектов переоценить сложно. **Уникальный, грамотный и полезный контент увеличивает трафик** также качественно, как и привлекает и **вовлекает пользователей** в философию бренда, **приближая к покупке**. Некоторые компании, которые, как и вы, понимая важность полноценного и интересного заполнения своего сайта, делают это, но за чужой счет – переносят материалы с других сайтов, и, возможно, кто-то переносит информацию на свой сайт с вашего. Как защитить и сохранить авторство ваших уникальных текстов в случае попытки их стороннего использования? В разделе «Оригинальные тексты» размещайте оригинальный авторский контент, который вы готовите к публикации и закрепите за ним ваше приоритетное право. Эта информация передается поисковым роботам Яндекса, и в случае, когда роботы встречают его на других ресурсах, его авторство будет автоматически подтверждено как ваше. Если вы обнаружите, что ваши тексты используются другими сайтами, то сообщите о предполагаемом нарушении авторских прав, перейдя по ссылке [google.com/webmasters/tools/dmca-notice](https://www.google.com/webmasters/tools/dmca-notice). Необходимо заполнить специальные поля, чтобы заявка была рассмотрена, а к нарушителям будут применены соответствующие санкции, действующие в рамках закона Об авторском праве. Предупрежден - значит вооружен! Удачи.

The screenshot shows the 'Оригинальные тексты' (Original Texts) section of the Yandex Webmaster interface. The browser address bar shows the URL: <https://webmaster.yandex.ru/site/http:cheremisina.com:80/info/original-texts/?page=1>. The page title is 'Оригинальные тексты — cheremisina.com — Яндекс.Вебмастер'. The interface includes a navigation menu on the left with options like 'Сводка', 'Диагностика', 'Поисковые запросы', 'Индексирование', 'Ссылки', 'Информация о сайте', 'Инструменты', 'Права доступа', and 'Полезные сервисы'. The main content area is titled 'Оригинальные тексты' and contains the following text: 'Если вы публикуете на своем сайте оригинальные тексты, а их перепечатывают другие интернет-ресурсы, предупредите Яндекс о скором выходе нового текста. Мы будем знать, что оригинальный текст впервые появился именно на вашем сайте, и попробуем использовать это в настройке поисковых алгоритмов.' Below this is a text input field with a placeholder 'Обратите внимание, что мы не гарантируем учет вашей заявки в работе поисковых алгоритмов. Подробнее о сервисе'. The text area is currently empty. Below the text area, it shows 'Объем текста: 0 знаков' and 'Минимальный объем — 500 знаков, максимальный — 32000. Оставшийся дневной лимит — 100/100 текстов.' There is an 'Отправить' (Send) button at the bottom of the form.

## МОИ ИНСАЙТЫ

☐ сделано!

попозже ☐

# Идея 35

Идея 35 о новом поколении, Instagram, YouTube, Блогерах и взгляде на мир через Periscope. Сегодня много говорят о новом поколении «Z» и о том, как и почему его представители принимают решения в интернете. **Из личной практики могу сказать, что родители отправляют своих детей обучаться зарабатывать в Instagram уже в возрасте от 11 до 14 лет**, для того, чтобы они проводили время на просторах интернета с пользой. Это поколение в ближайшем будущем станет вашим потенциальным покупателем, или вашим конкурентом. Как уже сегодня стать ближе к этому поколению и к тому, чему они доверяют? Важно освоить эти инструменты уже сегодня, потому что завтра они станут основными для успешного развития ваших интернет-проектов.

Первый инструмент – это Instagram, сервис, который набирает обороты все большей популярности – прогрессивная молодежь сфокусирована своим вниманием в этой социальной сети. Волна интереса к шквалу фотографий – моментов чьей-то жизни, ставшей доступной всему миру, проходит. Новому поколению становится интересен информационный, новостной контент, и именно он определяет принимать те или иные решения.

Второй инструмент взаимодействия – канал YouTube, платформа, которая не менее интересна современным пользователям. Фокус внимания современных интернет-пользователей и покупателей заметно смещен сейчас с телевидения на этот интернет-ресурс. Прежде чем совершить покупку, человек изучает видео контент YouTube по интересующей его теме и товарам. На сегодняшний день один из ярких трендов – это видео, когда покупатель распаковывает свои покупки, которые он совершил. Есть статистика, что около 62% покупателей смотрят подобное видео прежде чем оформить заказ.

Третий инструмент, обладающий силой воздействия на формирование ценности товаров, брендов и современных направлений, в том числе, в мыслях – это блогеры. Они есть и в Instagram, и на YouTube. Мощное информационное явление, заменившее своей эффективностью рекламу в ее привычном восприятии, в основе которого лежит большое количество подписчиков, и все они доверяют мнению одного человека. Блогеры сегодня – это безусловный агент влияния. С ними надо знакомиться и дружить, либо становиться блогером самому – законодателем трендов – так как ближайшее будущее определено за ними и их мнением, а не за легендой и многолетней историей бренда.

Четвертый инструмент – живое вещание с помощью приложения periscope, где люди задают вопросы и получают мгновенные ответы, когда происходит полное погружение в жизнь Компании или конкретного человека в реальном времени. Благодаря таким online-трансляциям увеличивается скорость обмена информацией и исчезают расстояния. Уверена, для решения своих бизнес-задач вы найдете в каждом из этих направлений новое дыхание и неоспоримую пользу для развития ваших интернет-проектов. Удачи.

## МОИ ИНСАЙТЫ

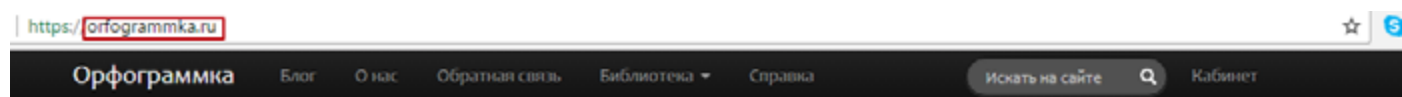
сделано!

попозже




## Идея 36

Идея 36 о том, насколько важно **писать грамотно**. Ваши сайты, блоги и информационные посты, например, презентации или новости в группах в ВКонтакте это не что иное как фотографии или видео с текстовым сопровождением. И качество сопровождения - **это не только уважение к тем, кто будет его читать, но и имиджевый момент** в формировании отношения к вашей компании и тот ракурс, в котором покупатель создает свое первое представление о вашем товаре, которое, как мы знаем, имеет определяющее значение. Не только ваши товары и услуги должны быть высокого качества и на высоком современном уровне, к которому все больше привыкает потребитель, ведь, как известно, к хорошему привыкаешь быстро, но и тексты, которые вы пишете. Яркость речевых оборотов и эффектно расставленные акценты в текстах, которые продают ваш товар и/или услуги могут быть полностью потеряны вследствие самых банальных орфографических ошибок. Уровень доверия к серьезности вашей компании и качеству товаров и/или услуг резко снижается, когда ваш потенциальный покупатель сталкивается с подобным. Сервис [orfogrammka.ru](https://orfogrammka.ru) проверит ваши тексты и поможет избежать ошибок. Пишите интересно и увлекательно, ведь это один из инструментов продвижения и высоких продаж! Удачи.



### Веб-сервис проверки правописания



за несколько секунд

орфография, грамматика, пунктуация, стилистика, тавтология, варваризмы, смысловые ошибки, речевые ошибки, сложные опечатки, правильные ударения, подбор синонимов, расстановка буквы ё и многое другое...

Орфограммка — ваша грамотная помощница для работы с текстом. Всего за несколько секунд она проверит его на ошибки и опечатки, всё подробно объяснит, предложит варианты исправления. Подскажет, как повысить уникальность и красоту, а курсовые и дипломные работы проверит на соответствие требованиям ГОСТа.

Ученикам, учителям и родителям: [школьная скидка](#)  
Новая партнёрская программа: [зарегистрироваться](#)

[Поддержать проект](#) [Посмотреть пример](#) [Проверить текст](#)

### МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже



# Идея 37

Продвижение бизнеса в интернете связано с информационным контентом, который вы создаете. Это текстовые сообщения, которые вы размещаете на сайтах, в описаниях товаров, когда пишете в блог, создаете e-mail-рассылку, или рекламный текст, который размещаете в Яндекс.Директ или Google Adwords. Идея 37 о сервисе, который облегчит написание текста для восприятия в формате интернет-пространства. Это сервис Главред. Создан он помочь копирайтерам и маркетологам, тем, кто пишет текст. Сервис **очищает от словесного мусора и проверяет на соответствие выбранному информационному стилю**. Находит стоп-слова, или языковой мусор, рекламные или журналистские штампы, выявляет признаки неудачного синтаксиса. Ресурс [glvrd.ru](https://glvrd.ru) приводит текст к понятной короткой и информативной форме. Главред пригодится как при написании серьезных статей, так и при написании рекламного текста. Поскольку скорости в интернете выше чем в оффлайне, то и пользователи воспринимают информацию соответственно. Поэтому фразы необходимы короткие, четкие и ясно передающие смысл. Рекламные сообщения, которые цепляют внимание - свободны и чисты «лишних» слов. Главред – помощник в этом на каждый день. Пишите и продавайте! Удачи.

Продвижение бизнеса в интернет связано с информационным контентом, который вы создаете. Это текстовые сообщения, которые вы размещаете на сайтах, в описаниях товаров, когда пишете в блог, создаете e-mail-рассылку, или рекламный текст, который размещаете в Яндекс Директ или Google Adwords. Идея 37 о сервисе, который облегчит написание текста для восприятия в формате интернет-пространства. Это сервис Главред. Создан он помочь копирайтерам и маркетологам, тем, кто пишет текст. Сервис очищает от словесного мусора и проверяет на соответствие выбранному информационному стилю. Находит стоп-слова, или языковой мусор, рекламные или журналистские штампы, выявляет признаки неудачного синтаксиса. Ресурс <https://glvrd.ru> приводит текст к понятной короткой и информативной форме. Главред пригодится как при написании серьезных статей, так и при написании рекламного текста. Поскольку скорости в интернет выше чем в оффлайне, то и пользователи воспринимают информацию соответственно. Поэтому фразы необходимы короткие, четкие и ясно передающие смысл. Рекламные сообщения, которые цепляют внимание - свободны и чисты «лишних» слов. Главред – помощник в этом на каждый день. Пишите и продавайте! Удачи.

9,8 баллов из 10 по шкале Главреда

14 предложений  
160 слов, 1188 знаков

1 стоп-слово. Основная проблема: предлог -от-

## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 38

Мы живем в эпоху информации и каждый день воспринимаем и усваиваем эту информацию в режиме нон-стоп. Мы пишем в своих блогах, снимаем видео, размещаем информацию на интернет-ресурсах в надежде на то, что нас заметят в этом информационном потоке. Вместе с тенденциями информационного ускорения **растет популярность инфографики** – это интересный способ комбинации дизайна, текста и других данных. Глядя на инфографику, информация воспринимается легко. **Она создает целостный и легко вовлекаемый в себя рассказ.** Инфографика стремительно набирает обороты в контент-маркетинге и представляет собой вариант интеллектуальной рекламы. Преимущество такой рекламы в том, что кроме передачи массива информации и легкости восприятия, она моментально распространяется в интернете. Такую информацию скачивают и ей делятся с друзьями. Разрабатывают инфографику специализированные агентства, но я делюсь ссылкой на сервис [piktochart.com](https://piktochart.com), с помощью которого самостоятельно конструируете инфографику. Это web-конструктор, где вы выбираете собственную тему и понятно передаете сложные идеи с помощью графических элементов. Этот инструмент необходим, если вы контент-маркетолог, или ведете социальные сети. Осваивайте, пробуйте, и неизменно добивайтесь поставленных целей! Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

# Идея 39



**Cross-sell** и **Up-sell** – это два популярных подхода для увеличения прибыли вашего интернет-магазина. **Cross-sell** – это предложение покупателю приобрести сопутствующий товар, например, ремень к сумке. **Up-sell** – это предложение приобрести товар выше стоимостью в сравнении в рассматриваемой категории, который представлен через функциональные и эстетические характеристики. Эти опции уже встроены в популярные cms и разрешают добавлять рекомендации к каждому товару – блок **Cross-sell** и блок **Up-sell**. Я рекомендую изучить ресурс **Retail Rocket** retailrocket.ru. Это сервис, который показывает товары в данных блоках, основанные на стратегии выбора и поведении предыдущих пользователей на этом сайте, что возможно благодаря сложному математическому алгоритму. Вероятность покупки резко возрастает, так как учитывается объективный опыт предыдущих пользователей сайта. Анализируется поведение и интересы, и на основе этого выдаются персональные рекомендации. Этот сервис вы подключите бесплатно, если трафик сайта составляет до 10 тысяч человек в месяц. Удачи.

retailrocket

ГЛАВНАЯ ПРОДУКТЫ ЦЕНЫ О КОМПАНИИ БЛОГ

Зарегистрироваться Войти

**УВЕЛИЧЬТЕ ДОХОД ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА С ПОМОЩЬЮ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ**

Retail Rocket – платформа для мультисканальной персонализации интернет-магазина на основе big data, созданная разработчиками рекомендательных систем <http://ozon.ru> и <http://wikimart.ru>

Получить доступ к системе (30 дней бесплатно)

Доход интернет-магазина

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ТОВАРНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ EMAIL-МАРКЕТИНГА

## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

## Идея 40

В идее 40 поговорим о ценообразовании. Ошибка считать динамическое ценообразование - изменение цены на товар – поводом к недовольству клиентов, и продолжать удерживать цены на одном уровне. Истина в том, что человек, покупая один и тот же товар, привыкает к одной цене и не готов «завтра» увидеть другую. Сегодня в условиях ценовой конкурентности решение вопроса в способе динамического ценообразования благодаря «игровому» моменту. Когда вы меняете цены на товары и клиент привыкает к этому, он вовлекается в эту игру и ищет выгодное предложение. **Отслеживает цены** и знает, что они могут спонтанно измениться. Это **стимулирует совершать покупку**. Что вовлекает клиента в эту игру? Систематическое оповещение об изменениях цен. Получая регулярное уведомление о ценовой инверсии, он вовлекается в вами созданную игру. Факт, что 8 человек из 10-ти перед покупкой сравнивают цены с другими магазинами, и в этом заключается решающий фактор совершения покупки.

Итог:

1. Не стремитесь устанавливать цену на товар ниже в сравнении с конкурентом.
  2. Не стремитесь удерживать установленную цену продленный период времени.
- Тенденция сегодняшнего дня в динамике ценообразования. Благодаря ей внимание клиента сосредоточено на моменте совершить покупку по выгодной цене. Учитывайте влияние времени и увеличивайте объемы продаж! Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

---

---

---

---

сделано!

попозже



## Идея 41

Скидки – это популярный прием стимулирования продаж в розничном сегменте. Но покупателем предложение скидки на товар принимается двояко – и привлекает, и отталкивает. Компания разрабатывает мероприятия для увеличения лояльности клиентов и предлагает скидку на товар и/или услугу. В таком случае факт, что снижается маржинальность. Без улучшения сервиса, только за счет привлечения сниженной ценой, постоянным приверженцем компании сделать клиента невозможно, и первая покупка становится последней. Сегодняшний день диктует прогрессивный уровень внимательного сервиса для получения ежедневных продаж. «Ловец скидок» как образ постоянного клиента - стратегический промах в ценовой политике компании. Скидка - положительный и неотъемлемый элемент взаимодействия с клиентом, но предлагать бонус лучше постоянному покупателю. Альтернативный вариант - **Клубная карта, выданная при совершении первой покупки**. В дальнейшем держателям Клубных карт вы предлагаете бонусы и скидки. Вот в этом случае скидка **простимулирует к повторной покупке**, показав значение конкретного клиента для компании. Аккуратная раздача «подарков» и внимание к сервису укрепит позицию в профессиональном сегменте современными и прогрессивными методами. Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

---

---

---

---

сделано!

попозже





# Идея 42

Информация для владельцев интернет-магазинов. Вы отметили, что пользователи приходят на сайт с канала Коммерческая реклама в Яндекс.Директ, и покупают сравнительно хуже или лучше, чем пришедшие из поисковых систем. Аналитика утверждает, что те, кто переходят на сайт по ссылке из e-mail-письма лояльны и покупают сравнительно больше. Анализ и сегментация входящего трафика показывают сравнительную шкалу покупательской способности той или иной аудитории и это позволяет **аккумулировать и продуманно распределять специальные предложения**.

В этом случае сервис персонализации скидок HucksterBot [hucksterbot.ru](http://hucksterbot.ru) окажет помощь. Он сегментирует посетителей сайта, выявляет сегмент сравнительно неустойчивой покупательской способности и демонстрирует бонусный продукт. Как работает этот сервис? Вы проанализировали, что пользователи, приходящие на сайт с мобильных телефонов, покупают сравнительно меньше. HucksterBot настраивает демонстрацию скидок только тем пользователям, кто зашел с мобильного устройства. Автоматическая настройка опций на сервисе HucksterBot продает больше до 60%. Используйте этот ресурс в работе и добивайтесь высокой эффективности. Удачи.

The screenshot shows the HucksterBot website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'HucksterBot Персонализация скидок' and menu items: ВОЗМОЖНОСТИ, ЦЕНЫ, КЕЙСЫ, FAQ, БЛОГ, О НАС. A phone number +7 (812) 748-22-81 and a 'ПОПРОБОВАТЬ БЕСПЛАТНО' button are also visible. The main banner features the headline 'Новый подход к скидкам повышает прибыль интернет-магазина на 40%'. Below the headline, a text block explains that the service analyzes conversion and user behavior to offer discounts on poorly selling goods. A central section titled 'Купите со скидкой!' displays three iPhone models with their respective discounts and prices. To the right, a numbered list of four steps explains the service's workflow: 1. Placing a special JS code on the site. 2. Setting up discounts in the personal cabinet. 3. Automatic data collection and identification of underperforming goods. 4. Personalized discounts based on user behavior.

## МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже

## Идея 43

Идея 43 о технике Down-Sell. Клиент, выбирающий товар на сайте уходит по причине неудовлетворенности ценой на выбранный товар. Уходит в поиске сравнительно низкой стоимости, скидки или иного бонуса, преследуя цель – приобрести необходимый товар и сэкономить. Можно использовать лишенный выгоды и перспективы вариант удержания клиента на сайте – предложить скидку или иной бонус, в том числе клиенту, который впервые совершает покупку. Или использовать технологию **Down-Sell**, что справляется с ситуацией удержания клиента, предлагая **альтернативное решение насущной потребности**. Важно! - понять потребность клиента и предложить подходящий, альтернативный выбранному, товар по подходящей (сравнительно низкой) стоимости. Выиграют в таком варианте и клиент, получивший необходимый товар и удовлетворивший потребность, и продавец, сохранивший прибыль и этого клиента. Уже говорилось о таком инструменте как CartProtector, что сохраняет статистику посещенных на сайте товаров. Анализируя эти данные, вы получаете полное представление о потребности клиента, и в ситуации не совершенной покупки уже в индивидуальном обращении (e-mail, социальная сеть) предлагаете вариант, который удовлетворит насущную потребность, используя технику Down-Sell. Все просто. Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

---

---

---

---

сделано!

попозже

## Идея 44

Проверенный факт, что на привлечение нового клиента приходится тратить в десятки раз больше времени и средств, чем на удержание уже имеющегося. **Создавайте поводы, чтобы после совершения покупки клиент возвращался вновь.** Клиент, совершивший заказ, уже обладает высокой лояльностью и доверием к вам. Его устраивает стоимость и сервис. Чтобы клиент вернулся к вам вновь с минимумом затрат для этого с вашей стороны, подарите купон или другой бонус на совершение следующей покупки. Например, в e-mail-письме с информацией о заказе отправьте код купона или обещание подарка при совершении следующего заказа. Или вложите подарочный сертификат, дающий скидку на следующую покупку в посылку с заказом. Отмечу, что купон с ограничением срока действия ускорит возвращение клиента. Используйте позитивный настрой клиента и его удовлетворение работой с вами для успешного развития вашего проекта! Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

сделано!

попозже



# Идея 45

Клиент любит бонусы, скидки и подарки - ему это поднимает настроение, а для вас это ускоряет повторную продажу. **Превратите раздачу бонусов в увлекательную игру:** дарите бонусы клиентам за несложные действия, выполнение которых займет несколько секунд. Варианты таких игровых задач – указать телефон, написать отзыв, вступить в группу в социальной сети, указать e-mail-адрес. За выполнение предложенной задачи клиент получает назначенное вознаграждение. Вовлекая в игру, вы вовлекаете его в совершение полезных действий для развития вашего проекта. Поощрение, которое вами назначено за выполнение, используется клиентом при совершении следующей покупки. Волки сыты и овцы целы. Реализуйте такой бизнес-квест с помощью сервиса [magictab.ru](http://magictab.ru), простого и удобного для установки на любой сайт. Он автоматизирует процесс раздачи подарков пользователям сайта за выполненные действия. Ваша задача продумать соотношение «действие посетителя – бонус», а остальную механику выполнит инструмент-помощник. Используйте ресурс этого инструмента и добивайтесь поставленной цели! Удачи.

Magictab – геймификация любого сайта за 10 минут

Результаты поиска – [fa.cheremisina@gmail.com](mailto:fa.cheremisina@gmail.com) – Gmail

Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней

Magictab – геймификация любого сайта за 10 минут

Magictab

Главная Как это работает Помощь Блог Регистрация Личный кабинет

Вам необходимо увеличить продажи? Ищете способ привлечь новых клиентов и удержать постоянных?

Magictab поможет Вам! Это мощный и доступный инструмент для вовлечения аудитории, аналогов которому пока нет в Рунете. Magictab превращает процесс покупки в игру для клиентов. А какой человек не любит игры и подарки?

Геймификация в бизнесе становится новым трендом. Это требует минимальных вложений, мотивирует покупателей, улучшает поведенческие факторы сайта и увеличивает прибыль компании.

Сделайте ваш сайт до 5 раз эффективнее уже сегодня!

более 20 способов начисления баллов установка на сайт за 5 минут использование механизмов геймификации

## МОИ ИНСАЙТЫ

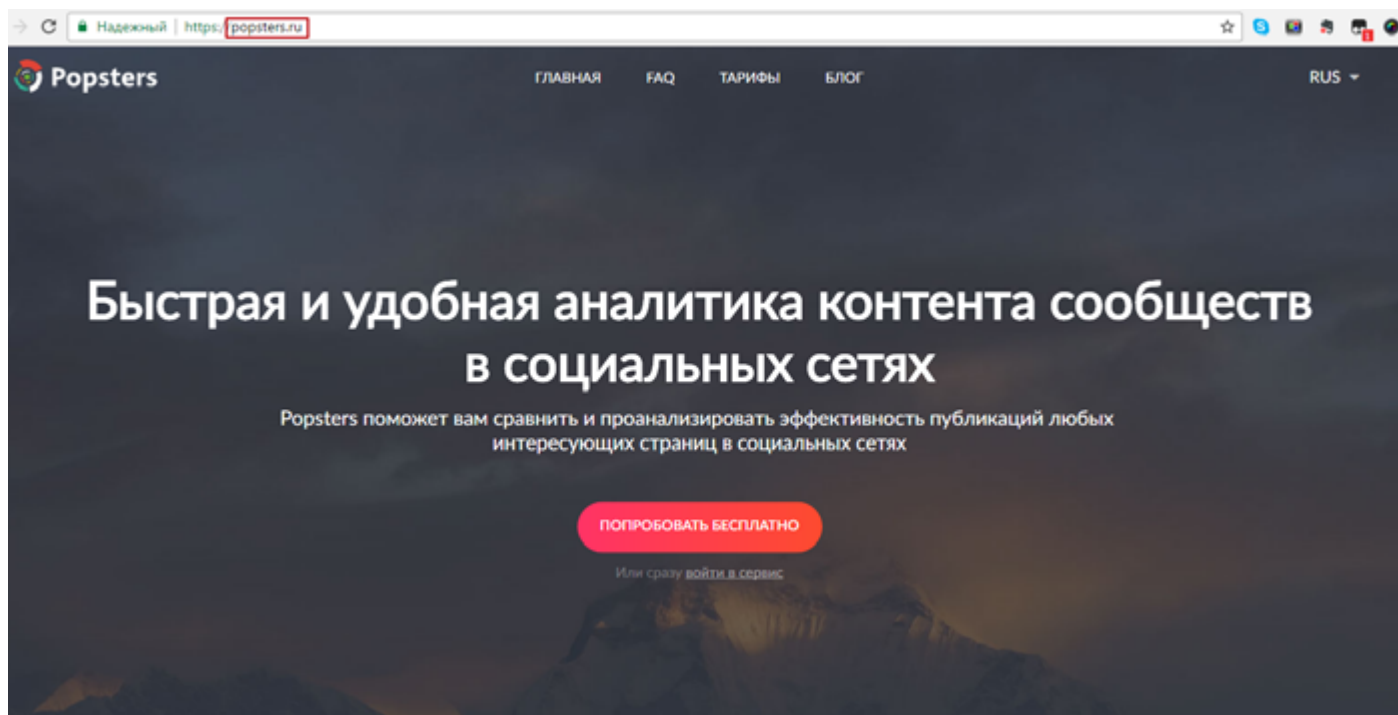
сделано!

попозже



## Идея 46

Вопрос, интересующий владельцев интернет-проектов – с какой периодичностью эффективно выкладывать посты в Инстаграм? Однозначной рекомендации в этом вопросе нет. Это индивидуально и зависит от того, что вы транслируете, какого характера контент: видео или фотографии, или это информационный текст. Существует ресурс [popsters.ru](https://popsters.ru), который подходит для решения этого вопроса. Если вы не работали над контент-маркетингом в Инстаграм или, наоборот, хотите сделать его эффективнее, то перейдите по ссылке, зарегистрируйтесь и воспользуйтесь предложенным механизмом для решения вопроса. Удобно, что у этого ресурса в наличии бесплатный тестовый период. Если вы уже размещаете посты, то **посмотрите статистику активной деятельности пользователей, когда чаще всего они просматривают посты и ставят like**. Если собственная лента в Инстаграм сравнительно небольшая, то посмотрите такую статистику **у конкурентов**. Такие данные помогут разработать контент-план с учетом дней и часов, когда пользователи наиболее активны. Используйте современные методы продвижения и развития для достижения поставленных бизнес-задач. Удачи.



### МОИ ИНСАЙТЫ

---

---

---

---

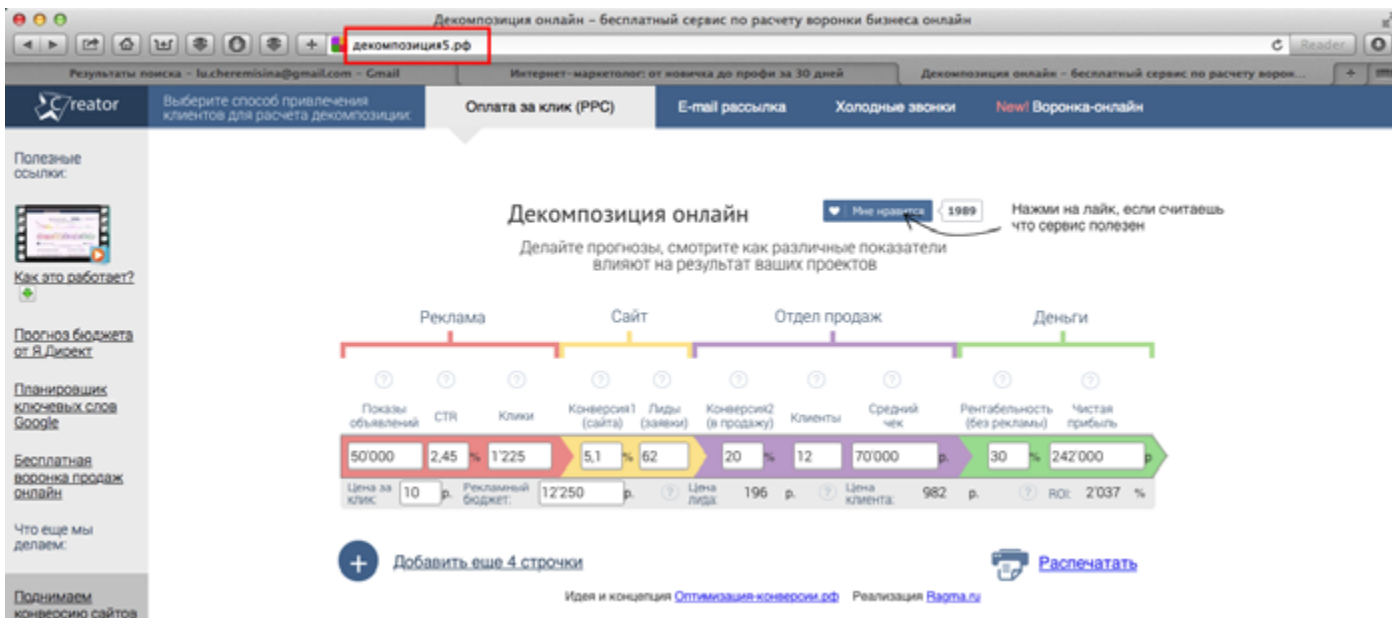
сделано!

попозже



# Идея 47

Для успешного развития online-проекта важно быть внимательным к таким ключевым показателям как: количество трафика, какое необходимо привлечь, стоимость этого трафика, стоимость одного клика, стоимость одной заявки, полученной с этого трафика и, соответственно, сколько «стоит» один клиент с привлеченного трафика. Важно – **рассчитать перед запуском рекламной кампании окупаемость вложенных инвестиций** – чистую прибыль от ее проведения. Этот прогноз необходим перед стартом каждой следующей рекламной кампании. Для своевременной корректировки результатов контроль показателей производите ежедневно, а спрогнозировать ключевые показатели возможно с помощью сервиса Декомпозиция5.рф. Он поможет рассчитать сколько, например, необходимо трафика, чтобы получить желаемое количество чистой прибыли исходя из рентабельности проекта. Используйте этот ресурс и успешно развивайте свои проекты! Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

.....

.....

.....

.....

☐ сделано!

попозже ☐



# Идея 48

Основное преимущество online-маркетинга в точном подсчете в каждый момент времени финансовой эффективности предпринятых действий продвижения в интернете. После создания площадки - сайта или landing page – и запуска на них трафика, в том числе из Инстаграм или Яндекс.Директ, с первого часа запуска рекламной кампании важно считать ее эффективность. Прибыльно ли размещение рекламы в том или ином интернет-канале, и какой канал оптимальный по соотношению затрат и отдаче? Это **сквозная аналитика**. Аналитика трафика на ваш сайт внутри каждого канала. Если одновременно подключена реклама в Инстаграм и Яндекс.Директ, то важно понимать ключевые показатели в каждом из этих каналов в каждый момент времени. «Снимайте мерки» – сколько человек пришло с каждого из каналов, количество сделанных заявок, количество оформленных покупок в общей сумме на каждом из них. Учитывайте индивидуальное поведение пользователей в различных интернет-каналах и выбирайте подходящий вариант для вашего проекта. Используйте на старте каждой рекламной кампании бесплатный сервис для ведения воронок продаж и сквозной аналитики – Воронка-онлайн.рф. При запуске платной рекламы фиксируйте каждый потраченный рубль и подводите итоговую эффективность вложений. Помните, деньги любят счет! Удачи.

воронка-онлайн.рф/sign\_up.php

Воронка-онлайн.рф

Приветствую! 20

Мои проекты 177

Пользователей: 4279

Войти

Зарегистрироваться

## Бесплатная и удобная воронка продаж онлайн

Внеси ясность в бизнес процессы: *легко* сравнивай эффективность *всех* рекламных каналов

Начни вести воронку сейчас.  
Зарегистрируйся бесплатно

Е-мэйл (он же логин)

Придумай пароль

Начать сейчас

Проще и удобнее чем Excel

- Среды по периодам
- Все формулы уже введены
- Онлайн работа в команде

Дополняет Я.Метрику и G.Analytics

- Сравнивайте все источники рекламы, как онлайн, так и оффлайн

Быстрее и нагляднее

- Быстрое заполнение
- Больше данных на экране
- Легко сравнивать периоды

Бесплатно навсегда

- Полный функционал для ведения воронок продаж
- Неограниченное число проектов

## МОИ ИНСАЙТЫ

---



---



---



---

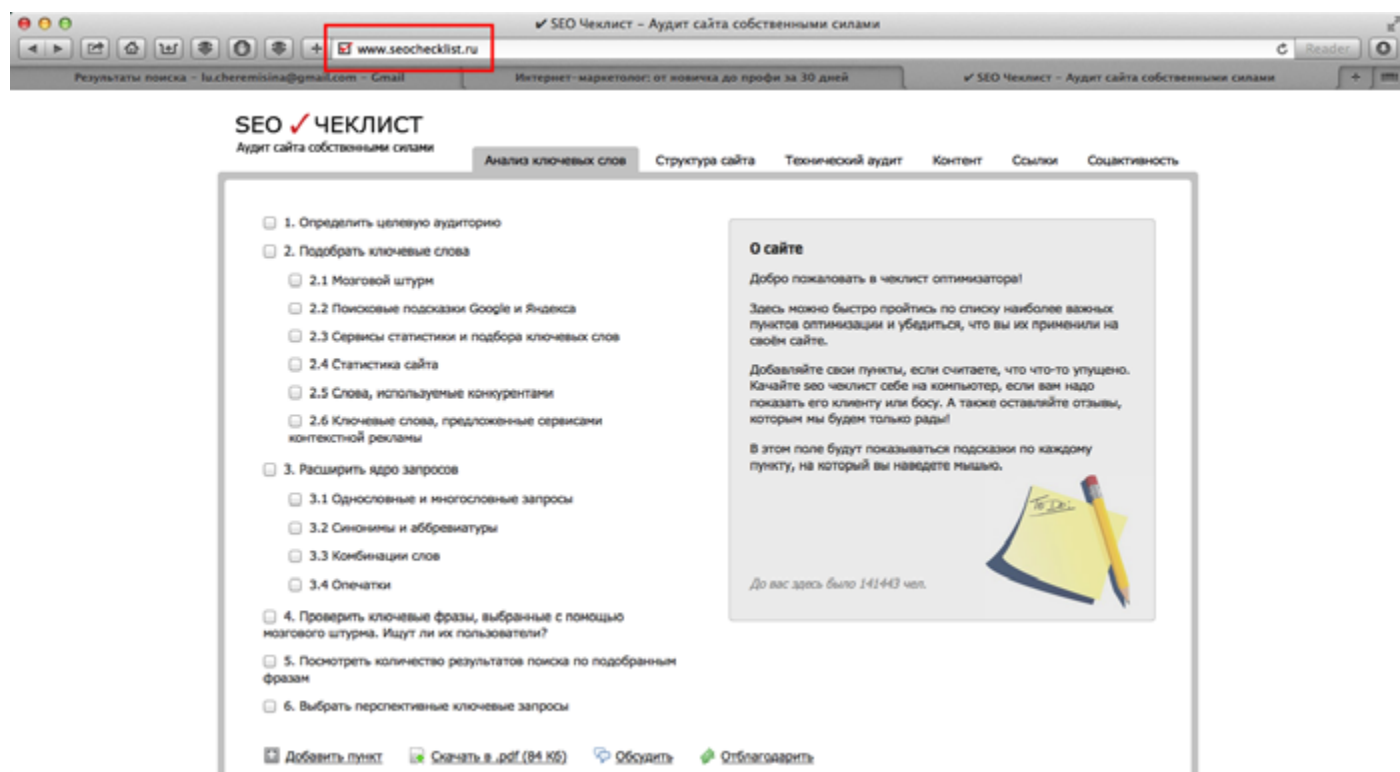
☐ сделано!

попозже ☐

# Идея 49

Трафик из поисковых систем является интересным и перспективным каналом привлечения посетителей на ваш сайт. Для получения этого трафика на свои многостраничные сайты или блоги занимайтесь seo-оптимизацией, или поисковой оптимизацией. Это оптимизация сайта для дальнейшего продвижения в поисковых системах. Сложный и масштабный вопрос, и делится он на два блока: оптимизация внутренняя и оптимизация внешняя. Внешняя оптимизация относится к области контент-маркетинга и об этом мы уже говорили выше. Внутренняя оптимизация сайта - это понимание законов и механизмов поисковых роботов и настройка под них внутреннего кода сайта. Для высокого ранжирования сайта в поисковых системах **важно знать правила работы этих систем и правил этих достаточно много.**

Есть удобный в работе сервис seocheklist.ru, который собрал воедино все необходимые правила в один чек-лист. Если вы не располагаете временем для самостоятельного погружения в этот вопрос, то этот сервис - отличная постановка задачи для подрядчиков-seo-оптимизаторов. Возьмите за отправной точкой данный ресурс. Выберите пункты чек-листа, необходимые к оптимизации и на выходе вам легко будет принять выполненную работу. Если все пункты чек-листа проработаны, то это возможность для сайта выйти на лидирующие позиции в поисковой выдаче. Удачи.



## МОИ ИНСАЙТЫ

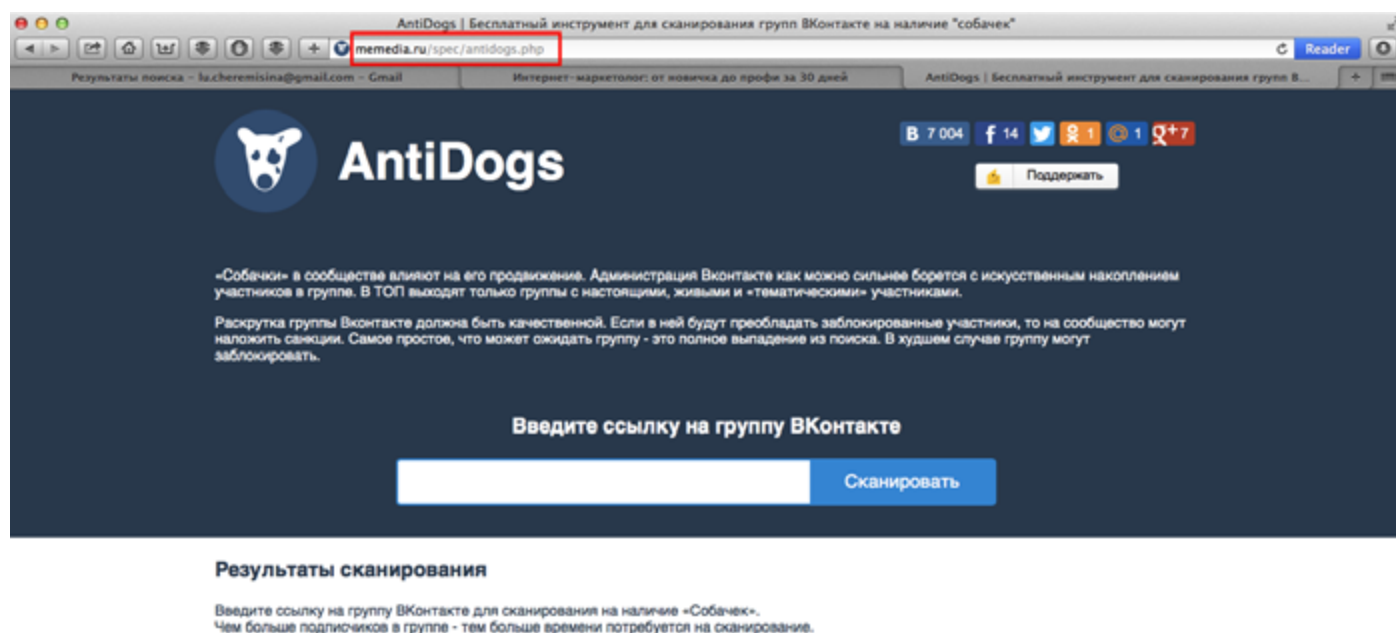
сделано!

попозже

## Идея 50

Идея 50 о полезном инструменте **для продвижения вашей группы** в ВКонтакте. Важно знать, что на продвижение группы и ее выдачу в поиске **влияет количество заблокированных участников, которые состоят в группе**. Внимательно и постоянно проверяйте наличие таких участников. Если вам предложили разместить рекламный пост, то проанализируйте активность группы и количество «накрученных» участников. Часто группы, предлагающие размещение рекламы на своих площадках, обосновывая эффективность этого размещения высоким числом подписчиков, обладают «несуществующими» анкетами.

Проверьте количество таких «собачек» в группе с помощью сервиса [memedia.ru/spec/antidogs.php](http://memedia.ru/spec/antidogs.php). Достаточно ввести ссылку на группу и сервис проверит наличие несуществующих анкет. И если возникнет необходимость, то воспользуйтесь платной услугой и очистите от таких анкет свою группу – дайте зеленый свет дальнейшему продвижению вашего online-проекта. Удачи.



AntiDogs | Бесплатный инструмент для сканирования групп ВКонтакте на наличие "собачек"

memedia.ru/spec/antidogs.php

Результаты поиска - la.cheremisina@gmail.com - Gmail Интернет-маркетолог: от новичка до профи за 30 дней AntiDogs | Бесплатный инструмент для сканирования групп В...

**AntiDogs**

В 7 004 f 14 1 1 7

Поддержать

«Собачки» в сообществе влияют на его продвижение. Администрация ВКонтакте как можно сильнее борется с искусственным накоплением участников в группе. В ТОП выходят только группы с настоящими, живыми и «тематическими» участниками.

Раскрутка группы ВКонтакте должна быть качественной. Если в ней будут преобладать заблокированные участники, то на сообщество могут наложить санкции. Самое простое, что может ожидать группу - это полное выпадение из поиска. В худшем случае группу могут заблокировать.

Введите ссылку на группу ВКонтакте

Сканировать

**Результаты сканирования**

Введите ссылку на группу ВКонтакте для сканирования на наличие «Собачек».  
Чем больше подписчиков в группе - тем больше времени потребуется на сканирование.

## МОИ ИНСАЙТЫ

☐ сделано!

попозже ☐

Остались вопросы?

Задайте мне их лично по e-mail: [lu.cheremisina@gmail.com](mailto:lu.cheremisina@gmail.com)

или в ВКонтакте: [https://vk.com/lu\\_cheremisina](https://vk.com/lu_cheremisina)



Любовь

