



к.э.н., доц. Слепенкова Елена Михайловна
кафедра Маркетинга



**Отражение изменений интернет
среды в маркетинге**

- 1. Аналитика больших данных**
- 2. Контент маркетинг**
- 3. SMM**

Аналитика больших данных открывает новые возможности для маркетинга

McKinsey 2016 опрос (573 управляющих US & EU) Использование данных и аналитики отличает быстрорастущие компании (81 %)

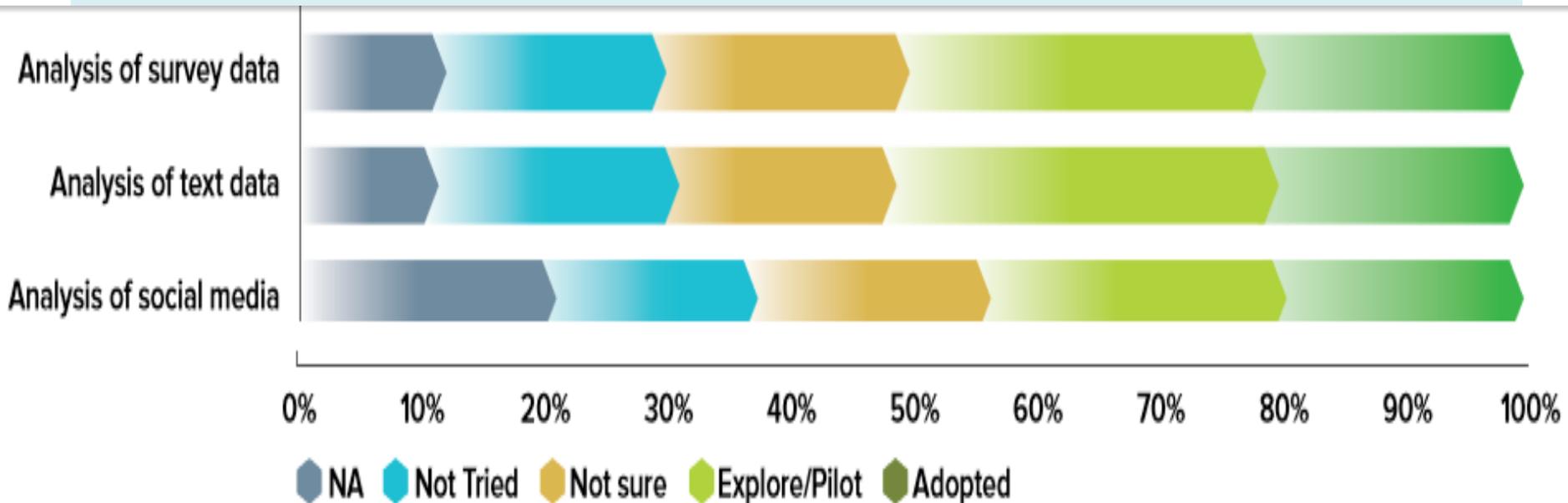
Используя продвинутую аналитику лучшие компании увеличивают на 10-30% выручку и удержание клиентов

Kabir Ahuja, Jesko Perrey, and Liz Hilton Segel

Article - March 2017

Invest, Create, Perform: Mastering the three dimensions of growth in the digital age

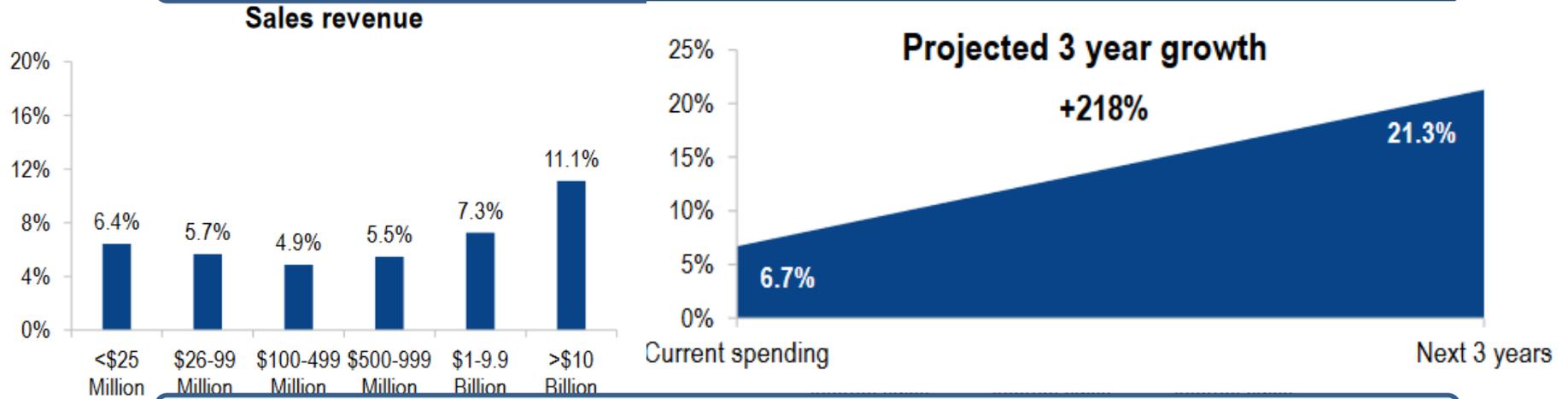
Использование маркетинговой аналитики больших данных на рынке МИ



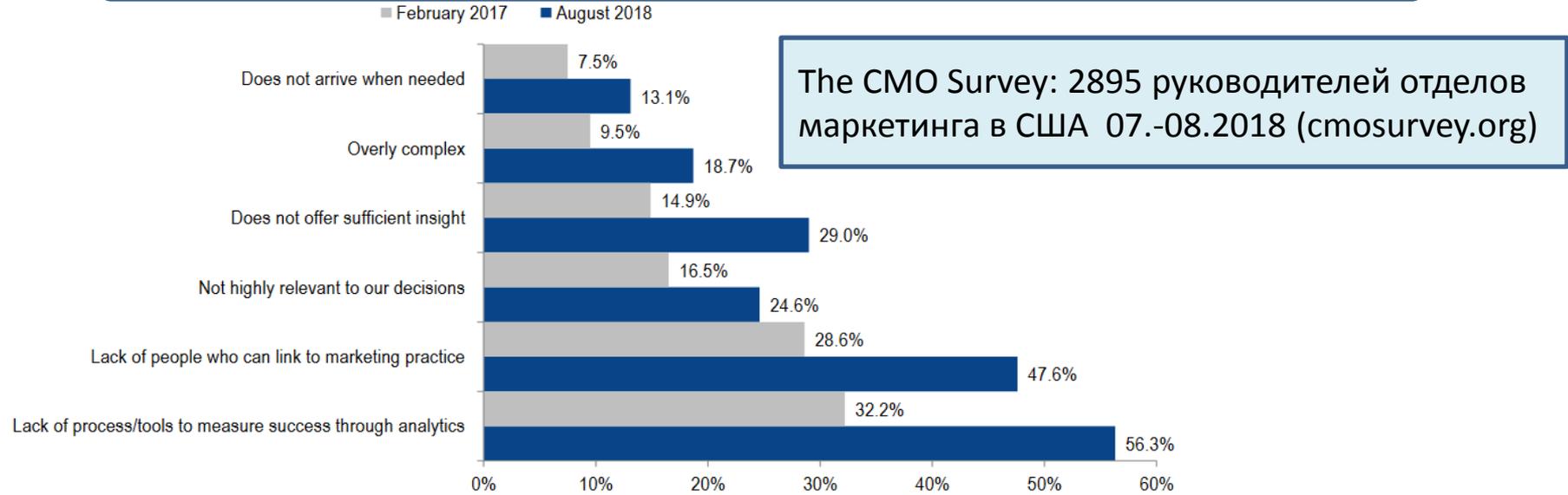
- Автоматические платформы широко используются исследовательскими компаниями (50% респондентов)**

Использование маркетинговой аналитики в практике компаний (США, 2018)

Затраты на аналитику в %% от маркетингового бюджета



Препятствия к использованию маркетинговой аналитики



Развитие рынка– широкие возможности использования аналитических сервисов в учебном процессе

Подбор конкурентов, анализ ключевых слов

- similarweb.com
- Alexa.com
- serpstat.com
- spywords.ru
- megaindex.com
- SimilarSites.com
- ru.Semrush.com

Рейтинг конкурентов, анализ трафика

- wordstat.yandex.ru
- trends.google.ru
- liveinternet.ru
- Alexa.com
- Seogadget.ru
- SERanking.ru
- MegaIndex.ru
- pr-cy.ru

Анализ интересов аудитории

- **Анализ ссылочного трафика:** • monitorbacklinks.com
- backlinkwatch.com
- megaindex.ru
- similarweb.com
- **Мониторинг соцмедиа:** • Brandspotter
- BuzzLook
- IQBuzz
- Wobot
- Brand Analytics
- Popsters
- YouScan

Анализ платного продвижения, Внутренней оптимизации

- **Анализ платного продвижения:** • Serpstat.com
- Advse.ru
- Advodka.com
- **Анализ внутренней оптимизации:** • grader.com
- megaindex.com
- pr-cy.ru

Искусственный интеллект (*Artificial intelligence, AI*) – Актуализация и трансформация проблемы сегментирования



Масштабирование CLV сегментов с технологией look-alike

- сегмент клиентской базы от 1000 записей (e-mail, ТФ или ID моб. устройств) загружается в сервис, и Яндекс.Аудитории находят этих и похожих людей в Сети

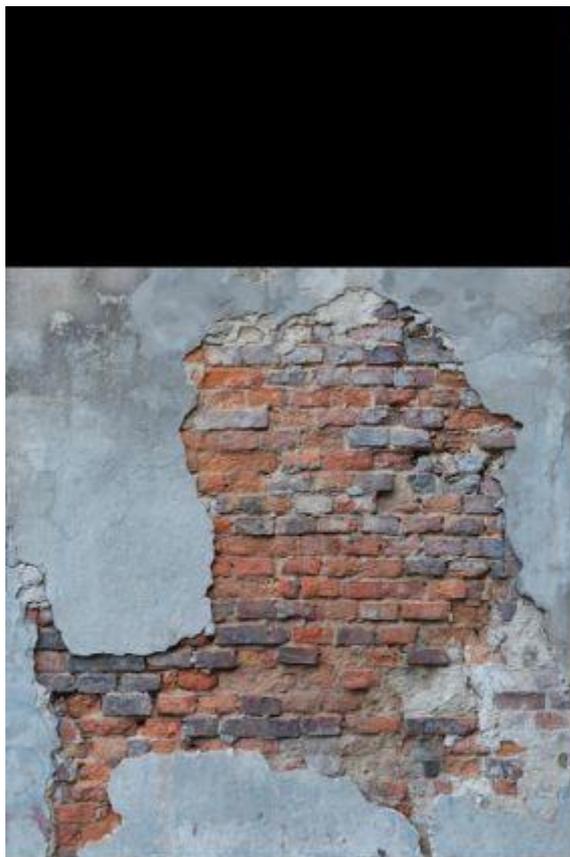
AI: Прогнозирование и новые бизнес-модели одежный интернет-ритейлер Stitch Fix

Рекомендательная система: 1. опрос, данные о размерах, ссылка на фото коллекций, личные пожелания. 2. Профиль и комментарии в соцсетях 3. История покупок и отзывов

2800 чел. Работают на дому – На основе рекомендаций AI подбор 5 предметов одежды + записка – высылают

AI -Обработка обратной связи, прогнозирование трендов

Magic Pony Technology: *Изображение справа
сгенерировано на основе образца слева*



Изменение модели маркетинга

Matt Lawson Jul 2016 : «Настало время переосмыслить маркетинговые измерения в целях роста»

Каков основной подход к маркетингу в Вашей организации?

“We primarily conduct inbound marketing.”



реклама более не является адекватным инструментом продвижения в интернете

Инструменты входящего маркетинга

(Prescott, Bill, 2012 "Business Sense: Inbound marketing")

Контент (на платформе бренда, вне ее, потребительский) –
основной инструмент маркетинга в интернет среде

Маркетинг в социальных сетях (SMM – Social Media Marketing)

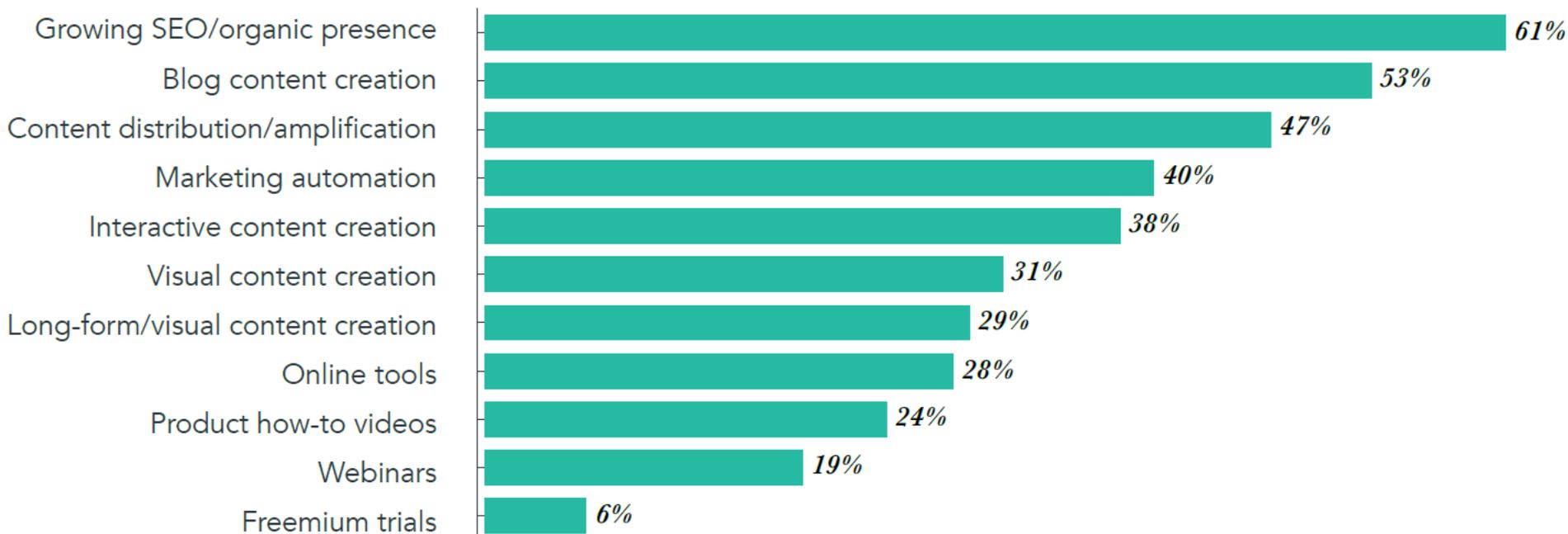
Поисковая оптимизация (SEO – Search Engine Optimization)

Брендинг (*что не ложится в классификацию конкретных инструментов*)

Prescott, Bill (February 5, 2012). ["Business Sense: Inbound marketing"](#). Times-Standard. Retrieved February 27, 2012

Маркетинг в новых условиях требует переосмысления измерений

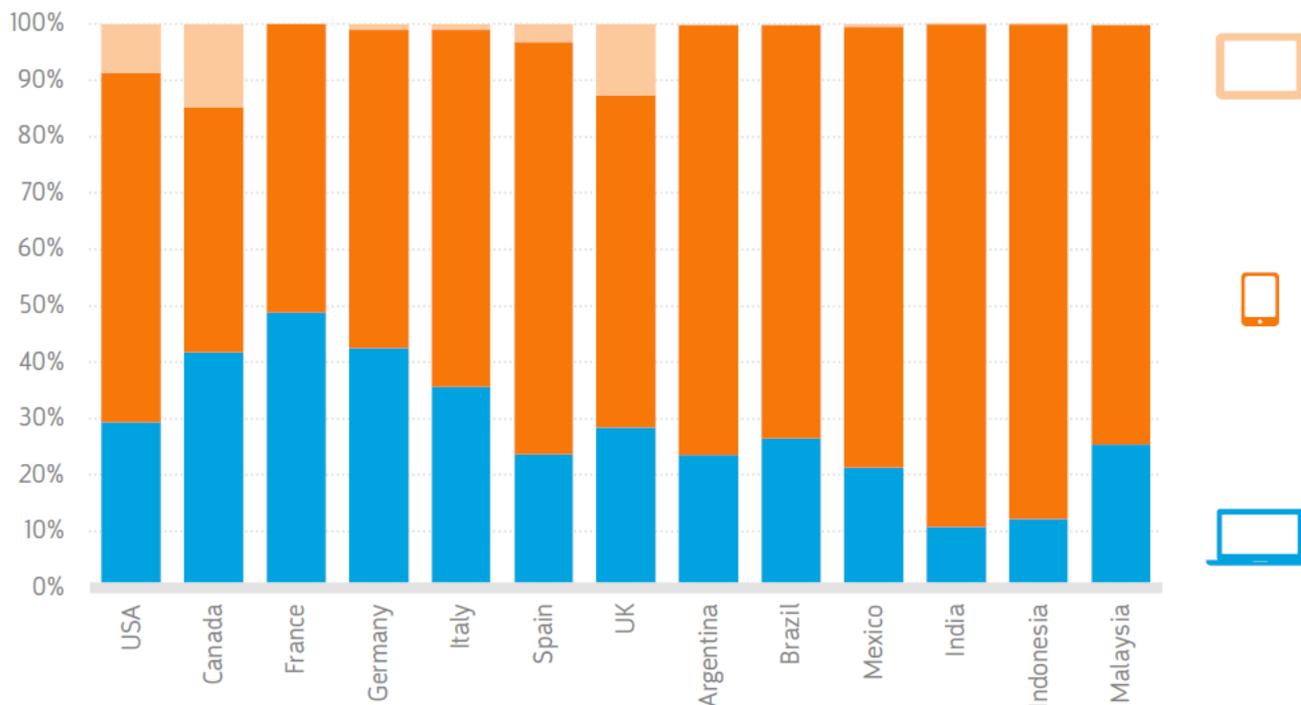
Цели входящего маркетинга



- **1. SEO - место в органической поисковой выдаче**
- **2. Создание контента для блогов**
- **3. Распространение контента и усиление действенности - охват и вовлеченность**

Мультиканальный способ потребления контента в интернете – основная трудность для маркетинга

Распределение времени пользователей:
десктопы/смартфоны/планшеты (%) по странам



с марта
2018
mobile-first
индексация

75% пользователей начинают на одном девайсе, заканчивают – на другом
Comscore Global Digital Future in Focus Dec 2017 (MMX Multi-Platform)

Пользовательский контент (UGC - User-generated content) и его анализ

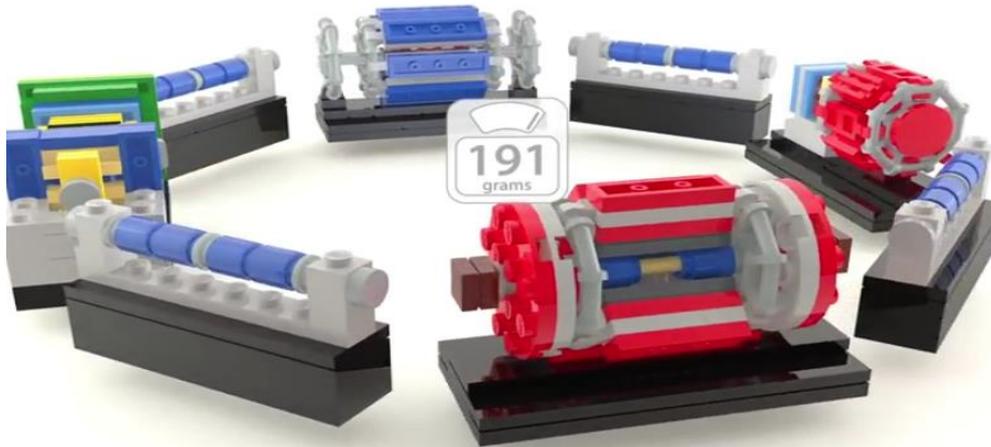
Комментарии,
отзывы

Рецензии, обзоры
товаров -
подробны,
доказательная база

Дизайн, рисунки,
продукты

Фотографии и видео

Подкасты



Сервисы анализа
Voice of the Customer

Verint (США)
<http://ru.verint.com>

русская VESOLV
Voice of Customer

[Lego Ideas](#); На каждое видео Лего потребители создают 20 видео

Дистрибуция контента – научно-практическая проблема для различных рынков

B2B Content Marketing 2018: North America

Любой контент нужно распространять.

Главное правило бренда - никогда не выпадать из инфополя

Email (e.g., newsletters, welcome emails)

93%

Social Media Platforms (e.g., LinkedIn, Twitter)

92%

Blogs

79%

In-Person Events

56%

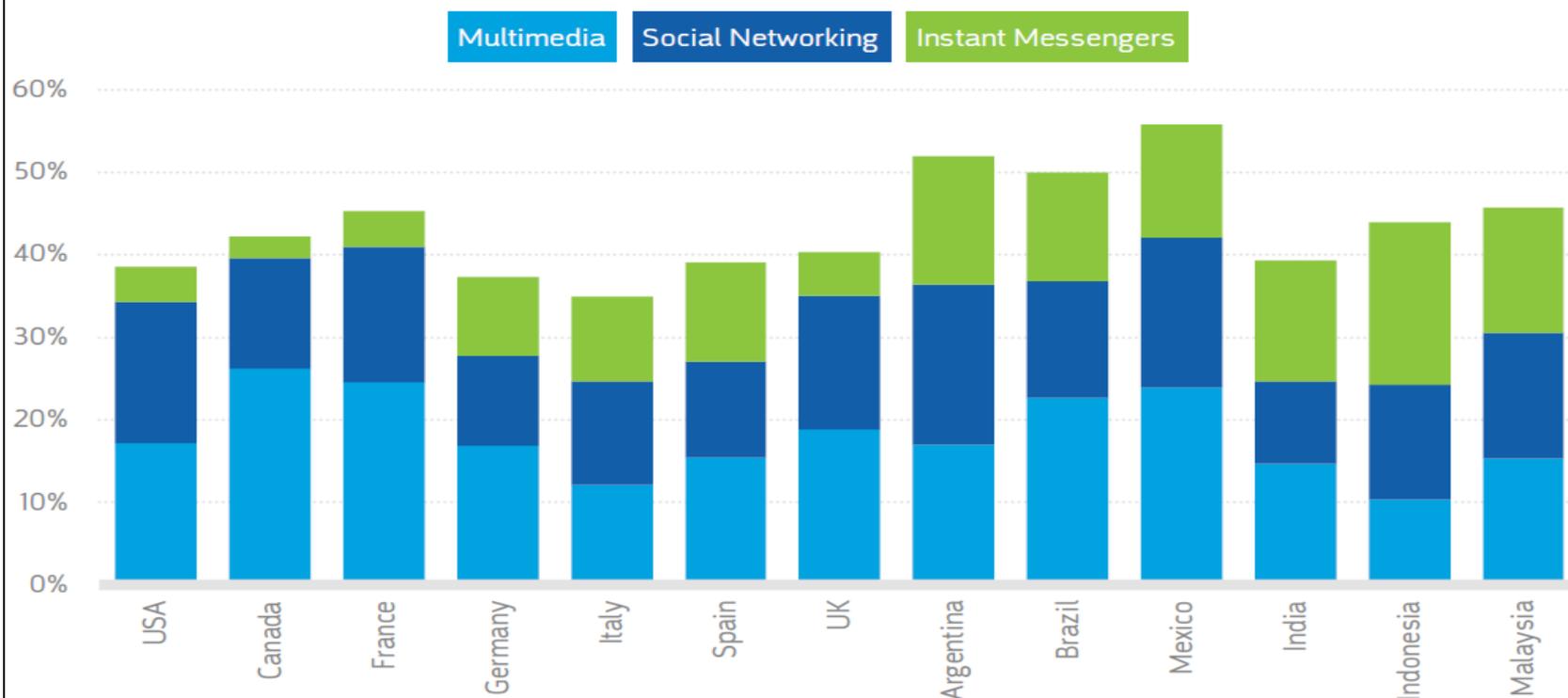
Webinars/Webcasts/Virtual Events

55%

3 основных канала дистрибуции контента (более ½ времени пользователей интернета)

Comscore Global Digital Future in Focus Dec 2017

Share of Total Digital Minutes

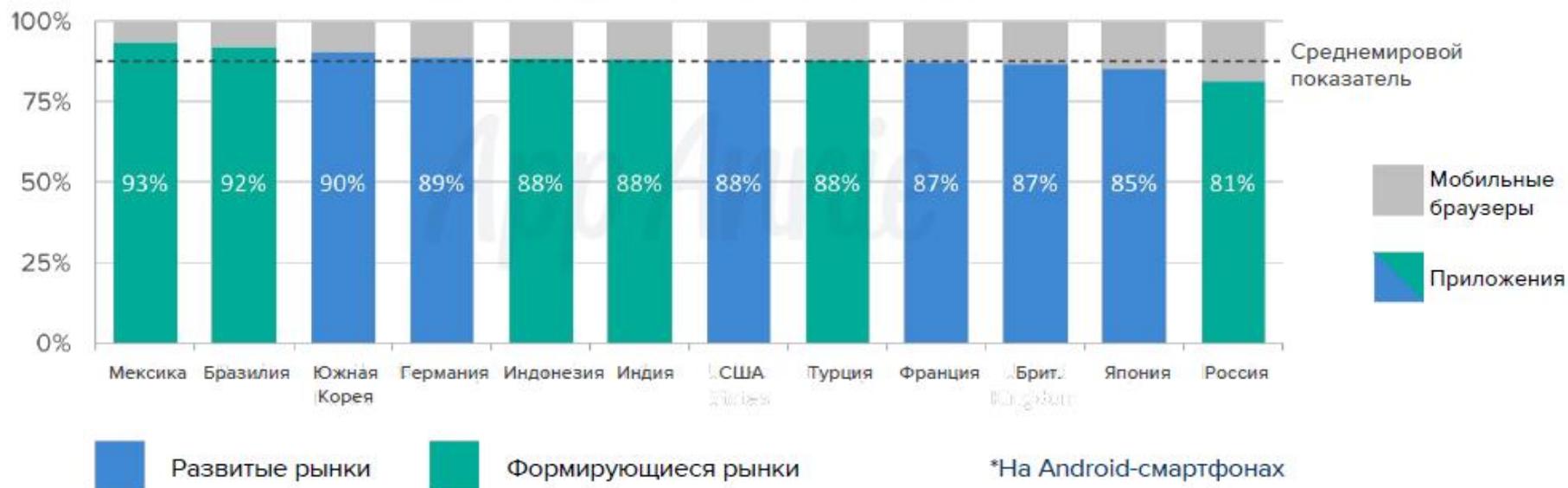


- Мультимедиа (в т.ч.видеостриминговые сервисы) и социальные сети – значительная доля рынка
- Мессенджеры – трафик с мобильных устройств

Маркетинг мобильных приложений

App Annie Ретроспектива 2017 App Annie Intelligence

Разбивка затрат времени* на приложения
на выбранных рынках, 2017 год



Приложения vs мобильные браузеры

- В 7 раз больше времени
- Конверсия в 3 р. Выше

Расходы потребителей в магазинах приложений

86 млрд.долл. в 2017, что превышает

- Мировые доходы от живой музыки и записей — на 70%
- Мировые кассовые сборы — на 195%
- Доходы от игр на ПК/консолях — на 70%

Проблема во всех маркетинговых каналах – удержание клиентов



Video

Comcast Cable CEO Neil Smit

- My standard question has become, **“Where else can we find money to put into marketing?”**
- **«Churn and retention were not in the vocabulary seven or eight years ago»**

Параметры новой модели продвижения в интернете (Web Summit 2017)

▶ Text is out, video is in

▶ Contact forms are out, chats are in

▶ Emailing is out, messenger is in

▶ PR is out, social is in

Старый подход к маркетингу в интернете: привлечения пользователей стационарных компьютеров в контролируемых каналах (сайт, блог, e-mail)

SMM – экспоненциальный рост роли маркетинга. Научные проблемы

Стратегия маркетинга «многие для многих» приводит к **новой модели формирования лояльности**

Необходимость **разработки теории маркетинга влияния**: классификация рекомендательных площадок и лидеров мнений, методов их выявления и привлечения для продвижения брендов

В обобщении нуждается самый передовой зарубежный опыт, в частности, китайский



Бизнес-модель работы китайских «инкубаторов знаменитостей»

Инкубатор

Знаменитость

- ▶ поиск кандидатов
- ▶ обучение

Менеджмент

- ▶ управление магазином (в т.ч. создание контента)
- ▶ фан менеджмент (знаменитость)
- ▶ клиентский сервис

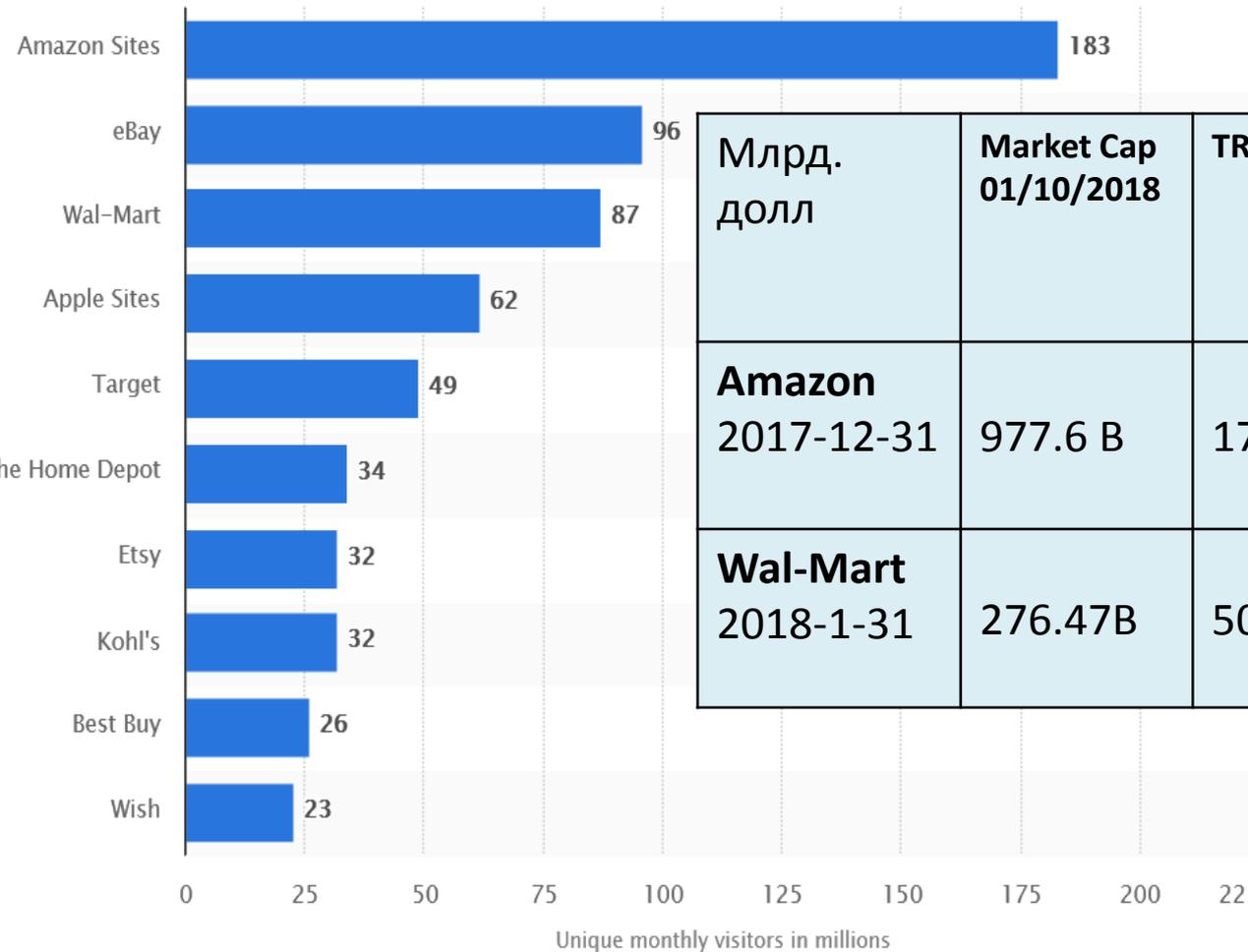
Поставки

- ▶ организация каналов поставки
- ▶ организация доставки

Алибаба в ноябре 2016 инвестировала 300 млн. юаней (46 млн \$) в ханчжоуский Ruhan

К концу 2016 заключены контракты со 100 лидерами мнений для 50 магазинов на Таобао

О силе маркетинга в интернете ...



| Млрд. долл | Market Cap 01/10/2018 | TR | Operating Income |
|------------------------------|-----------------------|-------------|------------------|
| Amazon 2017-12-31 | 977.6 B | 177,866,000 | 4,106,000 |
| Wal-Mart 2018-1-31 | 276.47B | 500,343,000 | 22,249,000 |

finance.yahoo.com

Рейтинг американских сайтов - Млн.уникальных посетителей в месяц (март 2017) statista.com

Персонализация - главное преимущество интернет-торговли перед классическим ритейлом



Magnify your
marketing
Connect and convert.

Know every customer before, during, and after
the purchase – in real time across every channel.

Sitecore Experience Commerce™ integrates content and commerce on one platform

Облачные сервисы
персонализации
опыта покупок:

- Персонализация
скидок: HucksterBot,
Personali
- Товарные
рекомендации:
RetailRocket