Практичне заняття з навчальної дисципліни «Управління ритейл-технологіями» тема «Digital-маркетинг в ритейлі»

Оцінити ефективність використання інструментів Digital-маркетингу різними рителерами (окремо продуктові, окремо промислові товари).

1. Наявність сайту.

2. Зручність та інформативність сайту.

3. Наявність сторінок у Facebook / Instagram та їх інформативність.

4. Наявність контент-маркетингу.

5. Контекстна реклама.

6. SERM (Search Engine Reputation Management).

За результатами проведеного дослідження скласти таблицю.

Оцінка використання інструментів Digital-маркетингу

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ритейлери | Сайт | Сторінка | Контент-маркетингу | Контекстна реклама | SERM | Разом |
| є/немає | бали | є/немає | бали | є/немає | бали | є/немає | бали | є/немає | бали |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *п* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

*Параметри оцінки сайту та сторінки*

1. Загальне враження

2. Актуальність інформації

3. Користність

4. Зручність

5. Інформативність

6. Дизайн сайту/сторінки

7. Наявність контент-маркетингу

8. Наявність форми зворотнього зв’язку.

9. Інші переваги.

Зробити висновки, розробити рекомендації.

<https://www.metro.ua/>

<https://auchan.ua/>

<http://polissya-product.ua/>

<https://www.facebook.com/kvara.zt/>

<https://shop.silpo.ua/>

<https://rodynna-kovbaska.ua/>