

Практичне завдання до теми 3

КЕЙС

З метою виявлення успішних підходів, ідентифікації ключових трендів та рекомендації для розробки та впровадження успішної стратегії інтернет-маркетингу, яка відповідає стратегічним цілям організації проаналізуйте стратегії інтернет-маркетингу популярних брендів.

При виконанні завдання дотримуйтесь наступної послідовності:

1 Вибір популярних брендів для аналізу: Виберіть кілька популярних брендів з різних сфер діяльності, які активно використовують інтернет-маркетинг для просування своїх товарів або послуг.

2 Збір інформації: Проведіть дослідження щодо збору інформації про стратегії інтернет-маркетингу кожного з обраних брендів. Для цього:

- відвідайте офіційний веб-сайт брендів та перегляньте всі розділи, де присутні маркетингові матеріали, дослідіть наявність електронних розсилок та промоакцій на їхньому сайті;

- перегляньте їх соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter тощо) та зверніть увагу на публікації, акції, конкурси. Визначте, які соціальні мережі вони активно використовують, де публікують найбільше контенту;

- дослідіть, як вони використовують контент-маркетинг: чи публікують статті, блоги, інфографіку чи відео на різні теми. Аналізуйте, який тип контенту є найпопулярнішим: відео, фото, статті, або можливо вони використовують різноманітні формати;

- вивчіть їх підхід до взаємодії з аудиторією: чи вони активно відповідають на коментарі, чи проводять живі трансляції тощо;

- знайдіть відео на Instagram Reels, YouTube або інших популярних платформах, де представлені їх рекламні відеоролики чи інші інтерактивні матеріали. Дослідіть, чи створюють вони унікальний контент для кожної платформи, або використовують однаковий контент на різних каналах.

Аналіз інформації здійсніть за наступними категоріями:

- канали маркетингу (SEO, соціальні мережі, контент-маркетинг, електронна пошта, реклама тощо).

- цільова аудиторія, її потреби, способи залучення цільової аудиторії та спілкування з нею.

- використані формати контенту (статті, відео, інфографіка, живі трансляції).

- Взаємодія зі споживачами (відгуки, коментарі, обговорення).

- використання аналітичних інструментів для вимірювання результатів: веб-аналітика, соціальні мережі, email-маркетинг, SEO-аналітика, ROI та аналіз витрат)¹. Загальний аналіз цих даних допоможе Вам оцінити, як ефективно працює ваша стратегія інтернет-маркетингу та які аспекти можуть бути вдосконалені.

3 Узагальнення інформації: Узагальніть зібрану інформацію (класифікуйте зібрані дані за визначеними категоріями) та здійсніть порівняльний аналіз стратегій інтернет-маркетингу кожного бренду використовуючи методику аналізу для оцінки успішних та неуспішних аспектів кожної. З'ясуйте, чи можна визначити певні тенденції щодо їх формування серед популярних брендів.

Аналіз успішних підходів:

- виокреміть підходи та стратегії, які призвели до успіху для кожного з обраних брендів. Подивіться, як вони використовували інтернет-маркетинг для залучення аудиторії та підвищення продажів.

- проаналізуйте, які аспекти їх стратегій були особливо ефективними: цільова аудиторія, зміст, взаємодія зі споживачами, інноваційність тощо, та призвели до підвищення обсягів продажів, залучення аудиторії, підвищення взаємодії, репутації тощо.

Аналіз неуспішних підходів:

- виокреміть приклади неуспішних або менш ефективних стратегій інтернет-маркетингу.

- розгляньте, які помилки чи недоліки могли призвести до неуспіху.

4 Презентація результатів, обговорення та обмін думками. Підготуйте коротку презентацію, де ви представите основні висновки та рекомендації щодо можливих підходів, які можна застосувати для поліпшення стратегій інтернет-маркетингу проаналізованих брендів. Під час презентації залучіть учасників до обговорення. Обмінуйтеся враженнями щодо успішних та неуспішних підходів.

¹**Примітка: Класифікація аналітичних інструментів для вимірювання результатів стратегії інтернет-маркетингу.**

1. Веб-аналітика:

- встановлення Google Analytics або аналогічного інструменту на свій веб-сайт. Це допоможе вам відстежувати різні метрики, такі як кількість відвідувачів, відвідувані сторінки, час перебування на сайті та інші.

- аналіз джерел трафіку: Визначення, звідки приходить трафік на ваш веб-сайт (органічний пошук, прямий трафік, реферальні посилання тощо).

- вимірювання конверсій: Налаштування відстеження конверсій на вашому веб-сайті, що дозволить вам визначити, які джерела трафіку та кампанії приносять найбільше конверсій.

2. Соціальні мережі:

- використання вбудованих аналітичних інструментів на платформах соціальних мереж, таких як Facebook Insights, Instagram Insights, Twitter Analytics тощо.

– вимірювання зростання аудиторії: Спостерігайте за кількістю підписників, лайків, коментарів тощо, щоб виміряти ефективність вашої стратегії в соціальних мережах.

3. Email-маркетинг:

– аналіз ставок відкриття та клікабельності: Використовуйте аналітичні звіти вашої платформи для email-маркетингу, щоб виміряти, які листи відкриваються та на які посилання найчастіше натискають.

– визначення конверсій: Вимірюйте, скільки осіб здійснили бажану дію (наприклад, придбання продукту) після отримання вашого email.

4. SEO-аналітика:

– моніторинг позицій у пошукових системах: Використовуйте SEO-інструменти для відстеження позицій вашого веб-сайту за ключовими словами у результатах пошуку.

– аналіз трафіку з органічного пошуку: Спостерігайте за зростанням та зменшенням трафіку з пошукових систем, а також за тим, які сторінки отримують найбільше відвідувань.

5. ROI та аналіз витрат:

– розрахунок витрат на рекламу: Вимірюйте, скільки грошей ви витратили на різні кампанії маркетингу.

– обчислення ROI: Визначте, який прибуток ви отримали від кожної кампанії, порівнюючи з витратами.