



www.silakadrov.ru

«Сильные кадры»

№ 5 (40) июнь 2011 г.

Подписано в печать 21.06.2011 г.

Дата выхода 27.06.2011 г.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 18-3080 от 17 ноября 2006 года выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охраны культурного наследия по Приволжскому федеральному округу.

Учредитель, издатель и главный редактор

Вера Владимировна Сизова

Авторы: Людмила Шабалина, Кирилл Александров,

Галина Сартан, Татьяна Коробейникова, Зуфар Гарипов,

Владимир Широков, Евгений Неустроев

Дизайн и верстка: Сергей Ильин

Дизайн обложки: Сергей Ильин

Отдел рекламы: (3412) 77-33-22

Адрес редакции и издателя:

426057, Удмуртская Республика,

г. Ижевск, ул. Наговицына, 4,

тел./факс: 8 (3412) 55-22-00

E-mail: silakadrov@mail.ru

Тираж 2000 экз.

Отпечатано в ГУП УР

«Ижевский полиграфический комбинат»:

426039, г. Ижевск, ул. Воткинское шоссе, 180,

тел.: (3412) 44-43-00

Заказ № 0094

Цена свободная.

Уважаемые рекламодатели, Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ требует, чтобы реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, сопровождалась пометкой «Подлежит обязательной сертификации», а объявления о деятельности, подлежащей лицензированию, содержали номер лицензии и название органа, ее выдавшего. Убедительно просим вас указывать эту информацию в тексте ваших объявлений.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Перепечатка и ссылка на материалы издания возможны только с письменного разрешения редакции.



– этим знаком в журнале помечены материалы, публикуемые на правах рекламы.

Предприятия

HeadHunter, компания – 22

Адеон, ООО – 3

АК БАРС БАНК, ОАО – 11

АССО-Строй, УК – 6

Белкамнефть, ООО – 4

Вадим, ООО – 3

Восход, ОАО – 4

Девять утра, компания – 16

Деловая печать, ООО – 4

Дизайн-18, веб-студия – 14

Дядя Ваня, ООО – 3

Зверохозяйство Можгинское – 4

Ижевский государственный технический университет – 4

Ижевский мотозавод Аксион-холдинг, ОАО – 4

Ижнефтемаш, ОАО – 4

Ижсталь, ОАО – 4

Ильинское молоко, ООО – 3

Импульс, ООО – 3

Компас, ООО УМЦ – 3

Крестьянский рынок, ООО – 3

Лада-С, ООО – 3

Лескоммебель, ООО – 3

Лодос, СКХ – 4

Мальчиш-Кибальчиш, музей-кафе – 3

Министерство образования и науки УР – 7

Министерство по делам молодежи УР – 6

Министерство промышленности и энергетики УР – 5

Министерство строительства, архитектур и жилищной поли-

тики УР – 6

Министерство транспорта и дорожного хозяйства УР – 5

Милтек, ООО – 14

Национальный банк УР ЦБ РФ – 3

Новый дом, ООО – 3

НОМОС-БАНК, ОАО – 10

Пиком, ООО – 15

Премьер, центр психологии управления – 19

Пресс-тайм, компания – 3

Редуктор, ОАО – 3

Сарапульский электрогенераторный завод, ОАО – 4

СКБ-банк, ОАО – 9

Союз строителей Удмуртии, ОР – 5

Спарта, юридический кабинет – 12

Строитель, НП СРО – 7

Строительный лицей №4, АОУ НПО УР – 6

УБРИР, ОАО – 11

Удмуртгеология, ООО – 4

Удмуртия, ВЦ – 5

Удмуртнефть, ОАО – 4

Удмуртская торгово-промышленная палата – 5

Удмуртский государственный университет – 4

УРАЛСИБ, ОАО – 11

УФНС России по УР – 4

Учебный центр Ижмаш, НОУ ДПО – 19

Фанат, ООО ПКФ – 3

Хилис, ООО – 3

Центр увеличения прибыли, компания – 24

Цербер, ООО ЧОП – 4

Чепецкий механический завод, ОАО – 4

Электонд, ОАО – 4

Лица

Абрамов Антон – 4

Ахметзянова Галина – 3

Баженов Александр – 16

Балакирев Алексей – 6

Бикбулатов Ильдар – 4

Богатырев Валерий – 7

Борисова Надежда – 22

Бурдогова Елена – 16

Валитов Фарид – 3

Волков Александр – 3

Горев Виталий – 3

Горшков Максим – 7

Горюнов Юрий – 4

Гусманова Фирдания – 3

Дворецкий Павел – 3

Домбровский Валентин – 16

Идрисов Рустам – 4

Искакова Елена – 3

Кавачев Тимодей – 16

Килин Александр – 7

Королев Дмитрий – 3

Кудрявцев Олег – 10

Лекомцева Екатерина – 3

Лекомцева Надежда – 3

Леокумович Елена – 11

Макаров Андрей – 3

Мансурова Венера – 3

Никитина Елена – 11

Новиков Анатолий – 3

Нэзла Юрий – 3

Овечкин Артем – 16

Павлова Зоя – 3

Попов Андрей – 3

Проказов Павел – 3

Райцин Михаил – 16

Самсонов Иван – 3

Севостьянов Иван – 16

Серов Олег – 3

Ситников Александр – 3

Танда Юлия – 3

Хабибуллин Рустам – 7

Халауллин Айрат – 7

Ходярев Александр – 7

Шарафутдинова Наталья – 3

Широбоков Владимир – 3

Шумакова Елена – 3

Ястребова Надежда – 3

**ИЩЕМ
СИЛЬНЫЕ
КАДРЫ**

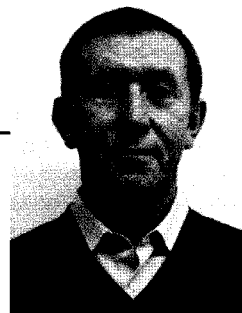
В ОТДЕЛ ПРОДАЖ

тел. 90-65-22
E-mail: silakadrov@mail.ru



ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Владимир Широков,
Канд. техн. наук, эксперт Межведомственного координационного совета
по информатизации при Правительстве Удмуртской Республики,
директор ООО «МИТТЕК», ooo-миттек.pф



Слово «маркетинг» происходит от английского market – рынок, ing – движение и означает рыночную деятельность, рыночное движение. **Маркетинг в сети Интернет** соответствует классической концепции маркетинга и в то же время обладает особой спецификой, которая заключается в появлении новых эффективных инструментов.

Замечательное определение маркетингу дал Джо Витале, президент компании Hypnotic Marketing, Inc., оказывающей консалтинговые услуги по маркетингу, а также один из героев известного фильма «Секрет»: «Маркетинг – это желание поделиться любовью к своему товару или услуге с теми, кто больше всего хочет о них услышать, а услышав, непременно захочет их приобрести».

Можно выделить три основных направления интернет-маркетинга, в которых новые эффективные инструменты дают максимальный результат: маркетинговые исследования; проведение кампании по продвижению; организация торговли через Интернет.

Основные инструменты интернет-маркетинга

Первый и самый важный инструмент интернет-маркетинга – сайт.

Корпоративный Web-сайт – это виртуальный офис компании, ее представительство в сети Интернет, который выполняет множество функций:

- предоставление информации о компании и товарах;
 - продвижение продукции и торговой марки в Интернете;
 - проведение текущих маркетинговых исследований;
 - обеспечение обратной связи с потребителями;
 - сервисное обслуживание и информационная поддержка клиентов;
 - работа сайта в качестве электронного магазина;
 - привлечение посредников и поддержание деловой связи с партнерами
- и так далее.

Именно сайт анализируется поисковиками. Именно дизайн, информация (контент) и сервисы сайта, скорость его загрузки формируют

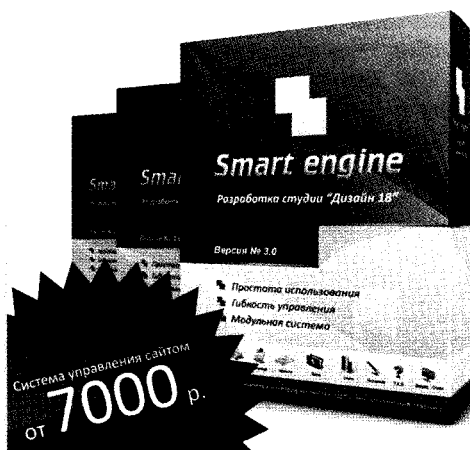
Web-сайт является центральным звеном в продвижении интернет-проекта

впечатление посетителей о компании. Поэтому Web-сайт является **центральным звеном** в продвижении интернет-проекта **в целом**.

В части **продвижения** продукции и торговой марки в интернет-маркетинге созданы специальные инструменты:

Поисковая оптимизация (SEO) – Search Engines Optimization, оптимизация сайта под поисковые системы. Результат поисковой оптимизации – продвижение сайта в первые страницы поисковой выдачи по определенным ключевым фразам.

Контекстная реклама – рекламные текстовые объявления или баннеры, отображаемые под строкой



Создание и продвижение сайтов

Smart Engine - это предельно простой в использовании инструмент управления сайтом, который не требует от Вас никаких специальных знаний. Мы полностью приспособляем систему управления к задачам и нуждам конкретного сайта.

Подробнее по тел.: (3412) 61-34-33, 61-33-34
и на сайте www.design18.ru

реклама

Таргетинг – от слова target – мишень – целенаправленная выдача рекламных объявлений представителям конкретных целевых групп в оптимальное время и в оптимальном месте, чтобы снизить число «пустых» показов, не приводящих к эффекту

поиска либо в правой колонке от выдачи поисковой системы по запросам пользователей (рекламные сети Яндекс.Директ, Google AdWords, Бергун, Mail.ru).

Медийная реклама – рекламные сообщения в виде статичных либо анимированных картинок (gif- или flash-баннеров), расположенных на страницах различных сайтов или рекламных сетей (с таргетингом или без) для продвижения товаров, услуг компании или раскрутки бренда.

SMO (Social Media Optimization), SMM (Social Media Marketing) – продвижение в социальных сетях – в блогах, форумах и пр. Основная идея SMO – внести такие изменения в структуру и содержимое сайта, чтобы на него больше ссылались, цитировали в социальных сетях, в блогах и на форумах. Если SMO – это внутренняя оптимизация сайта для различных видов соцсетей, то SMM – это собственно продвижение сайта, товара, услуги и т. п. в социальных сетях. При использовании данного вида продвижения нужно очень серьезно позаботиться о контенте сайта, чтобы он был интересен для посетителей и вызывал желание читать больше, а также проявлять более активные действия – задавать вопросы, голосовать, заполнять анкеты и т. п.

Продвижение в профессиональных сообществах – новый действенный способ, является разновидностью SMM. В подобных сообществах преимущественно участвуют люди, интересующиеся конкретной профессиональной тематикой. И если продвигаемый продукт соответствует тематике сообщества, то он наверняка сможет заинтересовать пользователей.

Вирусный маркетинг (не путать с компьютерными вирусами!) строится на свойстве людей делиться друг с другом интересной информацией. Фишка заключается в создании таких маркетинговых условий, при которых товары и услуги рекламируют сами клиенты. Что может являться лучшей рекламой, чем рекомендация друга? Поэтому вирусная реклама считается одной из самых эффективных.

Рассылки – рекламные письма, рассылаемые с помощью электронной почты. Основное преимущество – дешевизна кампании. При этом существует возможность отбора целевой аудитории по характеру деятельности, по географическому положению и другим параметрам.

Следует отметить, что основная цель интернет-маркетинга остается прежней: удовлетворение потребностей людей, поэтому прежде чем вкладывать средства в SEO, SMM, SMO и другие инструменты накручивания посетителей и рейтингов, нужно определить, **в чем кроется основная привлекательность производимого продукта для потребителей**. Зная это, можно так спланировать политику продвижения, чтобы деньги маркетинговой кампании не ушли на

ветер. Хочется также пожелать, чтобы компании начали больше времени и средств вкладывать в маркетинговый и технический анализ, наполнение и оптимизацию сайтов. Сайт – основа интернет-маркетинга. Любое продвижение станет пустой тратой денег при плохом, не оправдывающем ожидания посетителей сайте.

Наиболее значимые события на рынке интернет-маркетинга, произошедшие в 2010 году

■ Взрыв популярности социальных сетей: в марте 2010 года число посетителей Facebook в США превысило число посетителей Google. Сеть «ВКонтакте» запустила свою систему «контекстной» рекламы, а фактически – рекламы с оплатой за клик, основанной на социальном таргетинге.

■ Роботизация проведения рекламных кампаний в ведущих рекламных сетях: Яндекс.Директ, Google AdWords, Бергун, Mail.ru.

■ Появление автоматизированных систем продвижения сайтов и их дальнейшее развитие.

■ Все большее значение придается работе над **содержанием** сайта, над тем, чтобы сайт был **удобен** для посетителя, повышается роль так называемых **поведенческих факторов** (например, покупка Яндексом сервиса Вебвизор, который будет интегрирован с Метрикой).

Что нового ожидается в 2011 году?

■ Переход на качественно новый уровень развития интернет-маркетинга, ставящий во главу угла продвижение конечного продукта, а не первые позиции в выдаче поисковиков. Это потребует комплексного подхода, который включает

picom



- создание сайтов
- поисковая оптимизация
- интернет-реклама
- продвижение в соцсетях
- программное обеспечение

реклама

Выжми максимум!

Закажи анализ эффективности интернет-маркетинга всего за 6 000 руб.

до 15 июля

т. (3412) 636-737
www.picom.ru info@picom.ru
г. Ижевск, ул. Коммунаров, 216Б

в себя не только SEO и SMM, но и рекламу, и юзабилити-тестирование (в переводе с английского use ability – возможность пользоваться), и современный дизайн, и качественную верстку.

■ Окончательное превращение социальных сетей в качественные рекламные площадки для бизнеса практически любой сферы деятельности и любого размера.

■ Формирование рынка систем автоматического продвижения сайтов, увеличение их доли в генерации ссылочной массы, усилится битва бюджетов. Все больше мелких компаний и частных специалистов откажутся от самостоятельной работы над ссылками и переведут их в агрегаторы.

■ Персонализация выдачи при использовании поисковиков. Индексация социальных сетей; определение адреса с точностью до дома в поисковой выдаче Яндекс; определение координат пользователей мобильных устройств по встроенным GPS-датчикам и формирование выдачи в зависимости от координат... – все это делает выдачу еще более фрагментированной, и поисковая оптимизация в старом ее понимании станет менее актуальной.

Маркетинг



tyragemata.com

PS.

И, наконец, главный секрет интернет-маркетинга:

на это поле
Успехов и удач всем, кто вступает
еще более эффективны.
важные преимущества интернета делают
Эффективный маркетинг использо-
вать также многое и многое другое.
рынке, продаж и оплат через Интернет,
ан и инновационная торговая марка

лоя. Фактически интернет-маркетинг
подразумевает целый комплекс дочер-
них отраслей, включающий не только
баннерную рекламу и public relations, но
и методики проведения маркетинговых
исследований в интернете, освоение
алгоритмов формирования и обеспе-
чения эффективности и качества реклам-
ных кампаний, способствующих повыше-

Одним из интернет-маркетинга
просто не существует: есть маркетинг
в мире, где присутствует Интернет, и его
называют «интернет-маркетинг».
любое (хоть – все:)) звено марке-
тингового процесса может быть выделено
с применением интернет-инстру-
ментов там, где это нужно, или более
эффективно, или просто – так захоте-

Статья подготовлена с использованием публикаций ведущих специалистов интернет-маркетинга: Александра Баженова (БИПЛАН); Ивана Севостьянова (ВебПроекты); Валентина Домбровского (NextUp Media); Елены Бурдюговой (NotaMedia); Артема Овечкина (агентство Matik); Тимофея Квачева (TRINET); Михаила Райцина (WebEffector).

ТОЛЬКО ДО 1 АВГУСТА!



Заключите с нами
договор на размещение
рекламы в следующих
5 номерах 2011 года
и получите в подарок
баннер на нашем сайте!

тел.: 90-65-22, 77-33-22