B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/178.pdf

Как сделать имидж в сети или особенности национального Интернет-брендинга

24 July , 2006 - Интернет агентство Водолей | Просмотров: 1009
Маркетинг, Реклама и PR

Если раньше для эффективного выживания человеку требовалось воспринимать как можно больше информации из окружающего мира, то в нынешний век информационной перегрузки это уже не работает. И вот тогда, самые яркие, так сказать «брендовые» имена лидеров помогают ориентироваться в бесконечном информационном потоке. В наш веке информационных технологий именно ИТ играют колоссальнейшую роль в развитии современного общества. Поэтому очень важно в позиционировании Вашего бизнеса место разработки и продвижение его в сети, т.е создание ИТ-бренда. В этом нелегком деле есть свои нюансы.

Бренд, маркетинг, таргетинг, информационные технологии - эти, бывшие совсем недавно иностранными, слова быстро вошли в обиход повседневной жизни. Если раньше для эффективного выживания человеку требовалось воспринимать как можно больше информации из окружающего мира, то в нынешний век информационной перегрузки это уже не работает. В целях экономии трудозатрат приходиться воспринимать только то, что необходимо. И вот тогда, самые яркие, так сказать «брендовые» имена лидеров помогают ориентироваться в бесконечном информационном потоке. Вообще, бренд – это то, что позволяет Вам выделиться из среды конкурентов, то, благодаря чему Ваши потенциальные клиенты будут помнить о вас и отдавать именно Вам свое предпочтение. И далеко не секрет, что бренд строится на имиджевом содержании, на уникальной его мифологизации. Сразу хочется процитировать фразу Станислава Ежи Леца: «Создавайте мифы о себе – даже боги начинали с этого». О имидже в сети следующая информация. В наш веке информационных технологий именно ИТ играют колоссальнейшую роль в развитии современного общества. Поэтому очень важно в позиционировании Вашего бизнеса место разработки и продвижение его в сети, т.е создание ИТ-бренда. В этом нелегком деле есть свои нюансы. Во-первых, это доменное имя. Проблема выбора доменного имени сайта непроста. Здесь очень важно выбрать наиболее подходящее название. Идеальным вариантом будет – совпадение доменного имени с названием компании. Очень интересна с это точки зрения, такая статистика: количество посетителей на Вашем сайте как минимум наполовину определяются его именем. Безусловно, для корпоративного сайта имя не является жизненной необходимостью, как, к примеру, для информационного, однако имеет значение для бренда в целом. Не стоит забывать, что домен по сути — это часть Вашего сайта, более того — это вход на сайт, который важен как по звучности и запоминаемости, так и по соответствию тематике сайта, что особенно важно будет, когда Вы займётесь раскруткой своего сайта. Регистрировать домен надо, учитывая тематику сайта, и будет совсем не лишним посоветоваться со специалистом или воспользоваться программой подбора доменов, которых немало на сайтах, посвященных регистрации доменов. При регистрации домена многие задумываются, в какой зоне регистрировать домен — RU или COM/NET/ORG/BIZ и так далее. Каждая из доменов имеет свои минусы и плюсы. Домен RU многим кажется ближе, "роднее". Сайты с доменами в зоне RU некоторые российские поисковики находят автоматически, а для других зон иногда надо писать письмо вебмастеру поисковика, чтобы сайт был включен в список для индексации. С другой стороны — COM/NET/ORG и прочие дешевле, оформление их намного проще. Во-вторых, контент и дизайн собственно сайта. Здесь важно продумать, для какой аудитории предназначен Ваш сайт, какие цели преследует. Будет ли это сайт, продвигающий определенный товар или услугу, или же он будет больше информативный. Будет ли он использоваться как основной «двигатель торговли» или же выполнять вспомогательную роль? От этого зависит объем текстового наполнения, жанр и стиль, в котором оно выложено. Охват аудитории также должен отражаться на вашем сайте. Актуален ли Ваш сайт и, соответственно, ваша компания в других регионах, странах? От этого зависит будет ли сайт представлен на других языках. Если вы используете сайт как инструмент продаж, то Вам не помешает выложить на сайт наглядные образцы продукции в виде каталога, прайс-листа Дизайн сайта должен отражать фирменный стиль Вашей компании. Как правило, он должен быть оригинальным, но в тоже время простым. И самое важное - запоминающимся, ассоциативным! В-третьих, обновление. Бывают статистические сайты, а бывают динамические. В первых, информация заливается всерьез и надолго. Чтобы ее изменить требуется человек, владеющий знаниями языка html или же придется обращаться к разработчику. Если же в Вашей фирме события меняются практически мгновенно, такую информацию необходимо обновлять. Для этого существуют специальные разделы «новости», «пресс-релизы», «объявления». Иногда для посетителей сайта существует подписка на Ваши новости. Собственный PR в сети безусловно тоже играет большую роль. Регулярное размещение пресс-релизов, новостей, объявлений в каталогах, на специализированных сайтах позволяет быть всегда на виду и на слуху. В-четвертых, маркетинговые исследования. Очень важно знать своего потребителя как «свои пять пальцев»! Для анализа аудитории на сайте помещается разделы: «вопрос-ответ», форум или специальная анкета. Это позволяет узнать, что непонятно, какой информации не хватает на сайте, пожелания и отзывы клиентов, а также решить возникающие вопросы быстро и оперативно. В-пятых, оптимизация и раскрутка сайта. В принципе, это самое главное. Не секрет, что основа привлечения клиентов – это лидирующие позиции сайта по целевым запросам в крупных поисковых системах. Заметьте, что по статистике, большинство пользователей поисковых систем находят нужные им товары и услуги, забираясь не дальше третьей странице результатов поиска. Есть люди, искренне не понимающие, почему их усилия по накрутке рейтинга какими только можно методами улетели в трубу, а результаты не оправдали желания. Профессионалы в области оптимизации знают, что, как правило, в этом виноват сам ресурс. А именно некорректно написанный сайт. Наглядный пример – ситуация, когда на сайте, состоящем из сотен страниц проиндексировано менее десятка. Это указывает на проблемы с навигацией. Или вот: бывает так, что их корневого каталога разработчики забывают убрать необходимый при тестировании специальный файл, запрещающий роботу доступ ко всему сайту и к его разделам. Раскрутка сайта - также нелегкая работа. Вложив некоторую сумму в первоначальную раскрутку, вы всегда должны быть готовы к новым действиям. Поисковикам нужно время, чтобы найти, проиндексировать сайт. Занесение в каталоги, повышение индекса цитируемости также требует времени Неприемлема единоразовая раскрутка. Не верьте тем, кто обещает вам завтра же 10-кратное увеличение посещаемости. Как говорится, чуть зазевался – и конкуренты тебя обошли. Следует вести наблюдение, предсказывать тенденции развития, продумать новые ходы, постоянно обновлять сайт. В конечном счете, интернет-брендом может быть не только доменное имя, но и оригинальный дизайн сайта, структура, его раскрутка, реклама и PR, и это все вместе. То есть весь комплекс маркетинга. И, если Вы – серьезная компания, то создание собственного бренда в сети – непременное условие развития вашего бизнеса. Позиционирование в Интернет для Вашей компании проведет Интернет агентство ВОЛНА. Подробнее об этом Вы можете узнать здесь www.wavegroup.ru