

УДК 339.138:004.9(075)
ББК 65.291.3с51я7
ШЗ7

Рецензент:

Пратусевич В. Р., канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры интегрированных коммуникаций факультета рекламы и связей с общественностью
(Российский государственный гуманитарный университет)

Шевченко, Д. А.

ШЗ7 Цифровой маркетинг : учебник / Д. А. Шевченко. – Москва :
Директ-Медиа, 2022. – 185 с.

ISBN 978-5-4499-3059-0

Представлена оригинальная концепция цифрового маркетинга в формате четырех взаимосвязанных факторов продвижения товаров и услуг в цифровой среде: SEO, SMM, контент маркетинг, реклама. Подробно рассматривается действие каждого фактора. Специальные главы посвящены мобильному маркетингу, e-mail-маркетингу, цифровой системе CRM. В учебнике содержатся уникальные авторские методики, чек-листы, кейсы.

Для студентов, изучающих маркетинг, рекламу, связи с общественностью, смежные дисциплины, преподавателей колледжей и вузов, слушателей дополнительного образования.

УДК 339.138:004.9(075)
ББК 65.291.3с51я7

ISBN 978-5-4499-3059-0

© Шевченко Д. А., текст, 2022

© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

Оглавление

ГЛАВА 1. ЭПОХА ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА.....	7
1.1 Понимание и особенности появления цифрового маркетинга.....	7
1.2 Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга.....	14
1.2.1 Digital-стратег.....	15
1.2.2 Маркетолог-аналитик.....	16
1.2.3 SEO-специалист.....	16
1.2.4 SMM-менеджер.....	17
1.2.5 Контент-маркетолог.....	17
1.2.6 Таргетолог.....	18
1.2.7 PR-менеджер.....	19
1.2.8 Специалист по контекстной рекламе.....	19
1.2.9 Копирайтер.....	20
1.2.10 Performance-маркетолог.....	20
1.2.11 Email-маркетолог / CRM – маркетолог.....	21
1.3 Стратегия цифрового маркетинга.....	24
1.4 Разработка маркетинговой онлайн кампании.....	29
1.5 Оперативное управление комплексом маркетинга.....	32
1.6 Особенности цифрового поведения потребителей.....	40
1.7 Определение целевой аудитории.....	48
1.7.1 Анализ целевой аудитории.....	48
1.7.2 Аудитория конкурента.....	51
1.7.3 Технология поиска и анализа целевой аудитории.....	51
1.7.4 Пример анализа целевой аудитории.....	52
1.8 Конкурентный анализ цифрового маркетинга.....	53
1.9 Эффективность цифрового маркетинга: метрики.....	58
Контрольные вопросы.....	63
ГЛАВА 2. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ: SEO САЙТА.....	67
2.1 Что такое SEO (поисковая оптимизация)?.....	67
2.2 SEO – внутренняя и внешняя оптимизация.....	73
2.2.1 Внутренняя оптимизация.....	73
2.2.2 Внешняя оптимизация.....	74
2.3 SEO: роль ключевых слов.....	76
2.4 SEO: роль ссылок.....	77
2.5 SEO: автоматизированные сервисы анализа сайта.....	80
2.6 SEO: анализ конкурентов.....	81
2.7 Методика оценки сайтов профессора Д. Шевченко.....	86
Контрольные вопросы.....	88
ГЛАВА 3. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ: SMM.....	89
3.1 Цифровой маркетинг социальных сетей.....	89
3.2 Стратегия цифрового маркетинга ВКонтакте.....	92
3.3 Аналитика SMM.....	93
3.4 Методика оценки коммуникаций бренда в социальных медиа профессора Д. Шевченко.....	97

3.5 Конкурентный анализ SMM.....	104
3.6 Автоматизированные инструменты аналитики социальных сетях.	105
Контрольные вопросы.	105
ГЛАВА 4. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ: КОНТЕНТ – МАРКЕТИНГ. ...	107
4.1 Основные стратегии контент - маркетинга.	107
4.2 Стратегия контент - маркетинга.	107
4.3 Планирование и реализация стратегии контент-маркетинга.	115
4.4 Контент-маркетинг ВКонтакте.	117
4.5 Конкурентный анализ контент-маркетинга.	118
4.6 Рекомендации профессионалов контент-маркетинга.....	120
Контрольные вопросы.	127
ГЛАВА 5. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ: РЕКЛАМА.	128
5.1 Понимание новых медиа.	128
5.2 Классификация новых медиа.	129
5.3 Основные форматы медийной (дисплейной) рекламы.	133
5.3.1 Цифровая баннерная реклама.	133
5.3.2 Цифровая контекстная реклама.	137
5.3.3 Цифровая таргетированная реклама.	140
5.3.4 Цифровая видеореклама.	143
5.4 Модель системы маркетинговых коммуникаций профессора Д. Шевченко.....	143
Контрольные вопросы.	149
ГЛАВА 6. МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ.	152
6.1 Преимущества мобильного маркетинга.	152
6.2 Виды мобильного маркетинга.	152
Контрольные вопросы.	156
ГЛАВА 7. EMAIL МАРКЕТИНГ.....	157
7.1 Понимание роли Email маркетинга.	157
7.2 Прямой электронный маркетинг.	158
7.3 Email-кампания.....	159
7.4 Конкурентный анализ email-рассылки.....	161
Контрольные вопросы.	162
ГЛАВА 8. ЦИФРОВАЯ СИСТЕМА CRM.....	164
8.1 Понимание цифровой системы CRM.....	164
8.2 Стратегия CRM маркетинга.	166
8.3 Технология реализации CRM маркетинга.....	171
Контрольные вопросы.	173
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.	174
ПРИЛОЖЕНИЯ.	175
Приложение 1.	175
Приложение 2.	179
Приложение 3.	183