

Turundus ja internet

Kuidas tuua turist oma
kodulehele?

Priit Kallas
Sevenline internetiturundus



Mis on internetiturundus?

- Nähtavus (tähelepanu võitmine)
- Tegutsema panemine (tähelepanu hoidmine ja suunamine)



Millest alustada?

- Mis on tegevuse **eesmärk**?
- **Kellele** te sõnumi suunate, et eesmärki saavutada?
- **Mida** te neile pakute, et nad teeksid seda, mida soovite?
- **Kuidas** - tehnoloogiline, kujunduslik ja logistiline aspekt



Eesmärk

- Mida te saavutada tahate?
- Konkreetne, mõõdetav sihtmärk



Sihtgrupp

- Kellele on keskkond suunatud?
- Kes on sihtgrupiks, et saavutada eesmärk?



Sisu

- Mida sihtrühmale pakkuda selleks, et oma eesmärk saavutada?



www.sevenline.ee/kliendid/ebs/www-worksheet.xls

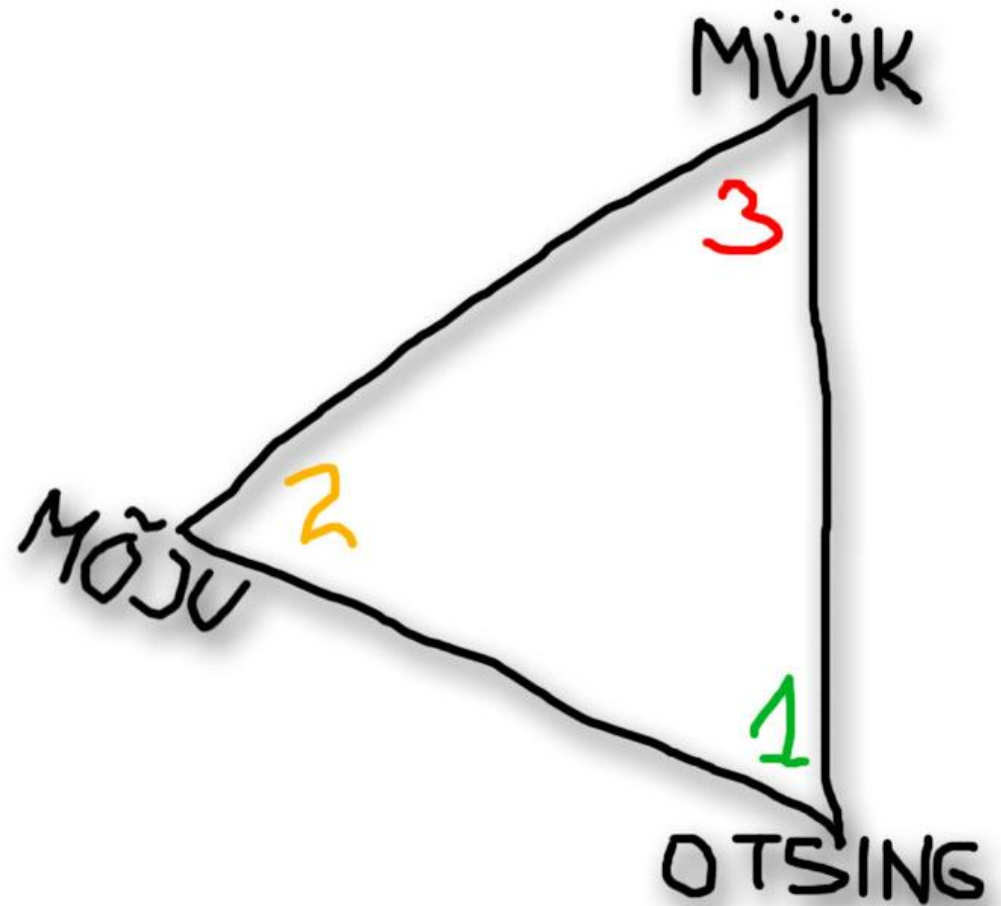
Millal infot otsitakse

- Interneti kasutatakse kõige rohkem info kogumise varajases faasis
- Esmalt otsitakse üldist teavet ja uuritakse võimalusi
- Mida suuremad otsused, seda varem hakatakse infot koguma



Sisu loomine

- Pidev uuendamine
- Sisu, sisu, sisu!
- Kolm komponenti
märksõnad
info
müük



Nähtav

Külastaja toomine lehele

- Leht peab olema leitav
- Olge kohal, teavitage inimesi
- Andke nõu ja suhelge
- Looge fänne



Linkimine

- Tähtsus otsingumootoritele
- Partnerid, kataloogid, foorumid, blogid
- Erialakeskkonnad
- Huvitav sisu
- www.marketleap.com/publinkpop



Kättesaadav

- Kindlustage, et teie koduleht oleks kättesaadav kõigile külastajatele
- Erinevad tehnoloogiad
- Erinevad keeled



Kasutajasõbralik

Külastaja peab leidma otsitava info

- Enamus kodulehed ei ole kasutajasõbralikud
- Lihtne ülesehitus
- Rõhk asjalikul sisul



www.sevenline.ee/blog/?itemid=95

Usaldusväärne

- Paljudelt lehtedelt lahkuvad inimesed kohe peale saabumist
- Usaldusväärne koduleht jätab külastajale asjatundliku ja usutava mulje
- Kasutage loomulikku tooni mitte turunduskeelt



Veenev

**Nähtav, kättesaadav,
kasutajasõbralik ja
usaldusväärne
koduleht on veenev**

Külastaja suhtub tõsiselt
teie väidetesse ja arvestab
nendega



Abiks tehingu sooritamisel

Kui inimene asub tehingut sooritama, siis on oluline, et ta seda ka teha saaks

→ Kasutajasõbralikkus

→ Kliendilt nõutav info



Tavalised kodulehed

→ *Enamus kodulehti ei toimi*

→ Kaotatud võimalused



Reklaamikampaaniad

- Bännerid
- Otsingupõhine reklaam
- Uudiskirjad
- *Landing page* e. kampaanialeht



Reklaam otsingumootorites

- Positsiooni osta ei saa
- Otsingupõhine reklaam
- Google AdWords
- Neti.ee



Kampaaniate efektiivsus

- Külastajate muutmine ostjateks
- Millised kampaanialehed on kõige efektiivsemad?
- Testimine!
- Kliendi kvaliteet / *conversion rate*



Statistika

→ Mida statistika näitab?

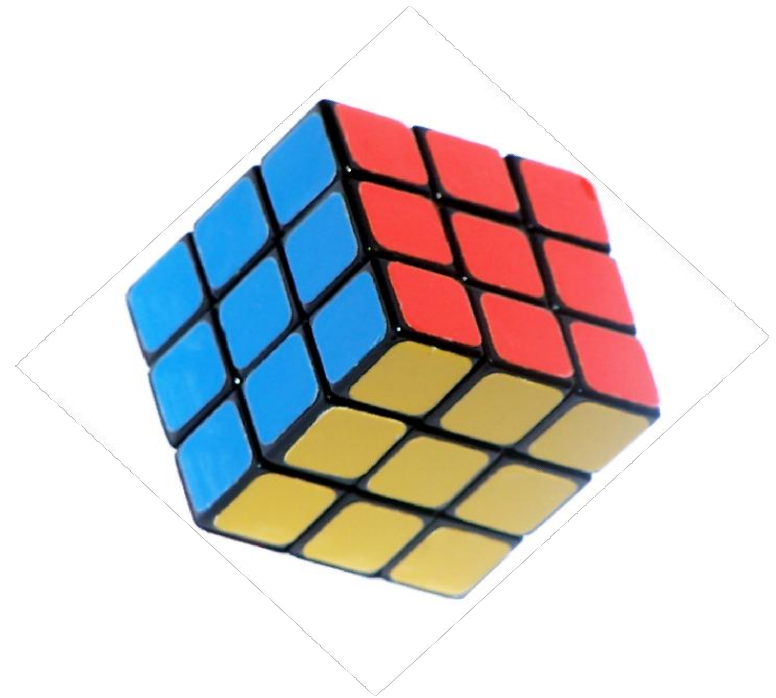
→ Google Analytics



• www.sevenline.ee/blog/?itemid=194

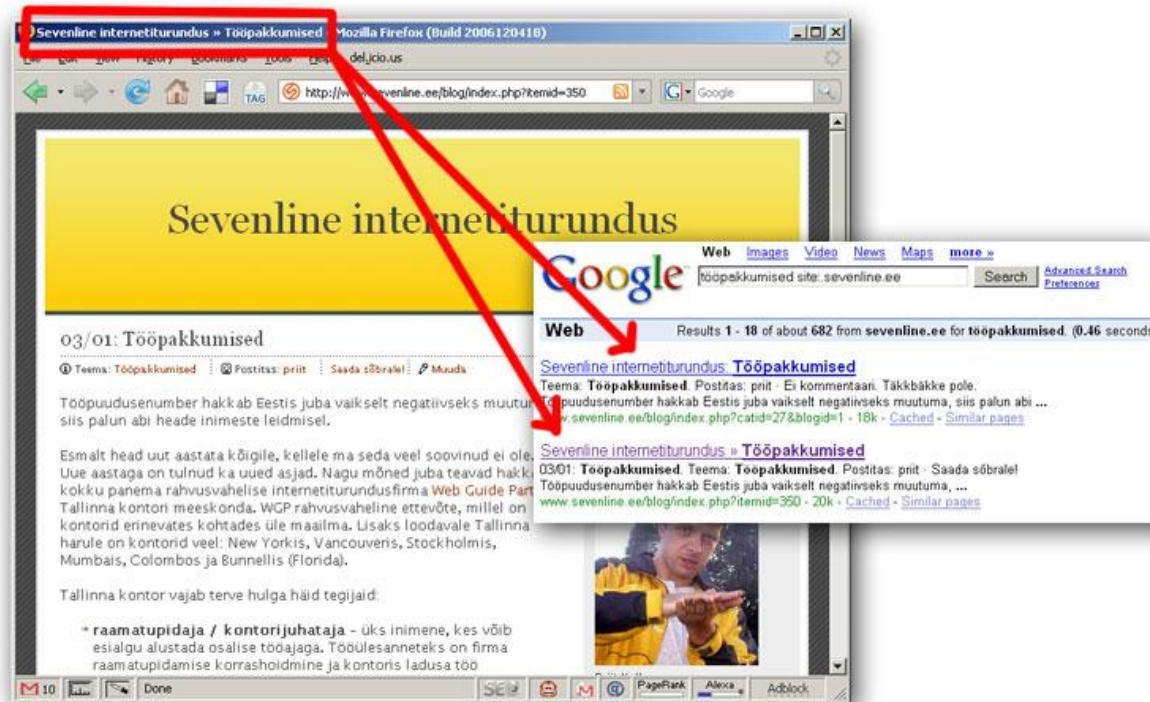
Uuele ringile

- Analüüsida tulemusi
- Täpsustage eesmärke
- Kohendage sisu
- Valige kanaleid



Praktiline nõuanne

→ <title> Märksõnad lehe tiitlis </title>



- www.mikes-marketing-tools.com/ranking-reports
- reklaam.elion.ee/?id=2
- www.sevenline.ee/?sisuhaldustarkvara-internetiturundus

Täna tähelepanu eest!



Küsimused?

www.sevenline.ee/blog

priit@kallas.biz