

МАРКЕТИНГ В ИНТЕРНЕТЕ

iМаркетинг

Вау-форум | Тюмень | апрель 2012

iПродюсер ГК "Маркетинг-Консультант"

Программа

Вау-форум разделён на три блока:

I БЛОК

APPLE TIME | SPECIAL EVENT

только для участников iМаркетинга!

II БЛОК

iМаркетинг | уникальный авторский микс

маркетинговые on-line и off-line инструменты!

III БЛОК

ДИСКУССИОННАЯ ПАНЕЛЬ | ИНТЕРНЕТ 3.0

всё самое актуальное о продвижении в сети Интернет!

I БЛОК

APPLE TIME | SPECIAL EVENT только для участников iМаркетинга!

Специальный мастер-класс от Apple*

Вся маркетинговая политика Apple , все рекламные инициативы и весь ее продуктовый ряд уже более 20 лет строятся на противопоставлении себя остальному миру IT. Думать иначе, иначе жить, работать и развлекаться - «инность» ставится Apple во главу угла во всем, это ядро ее идеологии. «Яблочная» компания - нарядная, стильная и нарочито простая. Бизнес-инструменты от Apple - ярко, наглядно, интересно.

** Apple Inc. — производитель программного обеспечения, персональных и планшетных компьютеров. Штаб-квартира — в Купертино, штат Калифорния, США. В 2011 году торговая марка Apple была признана самым дорогим брендом в мире и стала самой дорогой компанией по рыночной капитализации. Мастер-класс проведёт представитель Apple в России.*

II БЛОК

iМаркетинг | уникальный авторский микс маркетинговые on-line и off-line инструменты!



**Максимально эффективное
сочетание традиционного маркетинга
с новейшими интернет-технологиями и инструментами.**

Игорь Манн –
маркетер и интернет-маркетер. Блог: <http://igor-mann.ru/>

**Принципиально новый, логичный,
простой и понятный подход к маркетингу в Интернете.**

Виталий Мышляев –
Восходящая «звезда» в сфере интернет-технологий! Блог: <http://myshlaev.ru/>



** Около года назад в компании «ЛидМашина» родилась идея, которую в скором времени воплотили в жизнь. Виталием Мышляевым и Игорем Манном было принято решение об интеграции маркетинговых on-line и off-line инструментов: систематизировать, задать вектор и эффективно использовать.*

Тезисы мастер-класса*

Смычка онлайн и офлайн

1. Мышление необходимое для интернет-маркетёра;
2. Как разработать позиционирование для вашего сайта;
3. Ваша компания и Интернет: какая у вас совместимость;
4. Кто должен реализовывать вашу стратегию интернет-маркетинга.

Социальные сети: как ими ловить клиентов

1. А нужны ли соцсети? (и кому они обязательны)
2. Что и как делать?
3. 5 стратегий работы в социальной сети;
4. «Зачем мне вступать в социальную сеть?» - вопрос вопросов!
5. Кейс-инсайд: как ЛидМашина заставила людей любить кофейную сеть.

Все на сайт

1. Новая модель размещения рекламы онлайн: отдаем, отмеряем, отрезаем;
2. Три типа рекламы: имидж, компания, товар;
3. Какие инструменты использовать для привлечения клиентов — и как?
4. Как правильно увязать онлайн и офлайн-инструменты привлечения клиентов?
5. Кейс-инсайд: как продать 100 инверсионных столов.

Аналитика

1. Считаем все — от эффективности... до пола и возраста;
2. Как посчитать ROMI рекламных кампаний (узнаем об утечке бюджетов в сети);
3. Кто ходит на наш сайт? Возраст, пол, город, страна, компьютер...

Они возвращаются

1. Как при помощи интернет-инструментов удерживать существующих клиентов;
2. Как повысить лояльность к решениям компании;
3. Как конвертировать удержание в продажи;
4. Как «включить» обратную связь с клиентами;
5. Кейс-инсайд: рассылки известных интернет-магазинов;
6. КлиентоМания в действии! (специально для web)

Точка отсчета сайт

1. 17 целевых действий посетителей сайта - что нужно вам?
2. Заставьте клиентов выполнить то, что вам нужно - шесть «рычагов» в помощь;
3. Что делать с «рычагами» для получения нужного вам максимального эффекта?
4. Кейс-инсайд: убеждение банка.

* На данном слайде представлена краткая программа Вау-форума. Более подробная информация находится у iПродюсера.

III БЛОК

ДИСКУССИОННАЯ ПАНЕЛЬ | ИНТЕРНЕТ 3.0

всё самое актуальное о продвижении в сети Интернет!

Вопросы к обсуждению:

1. На какой стадии развития IT-сфера в регионах?
2. Готов ли потребитель заказывать услуги с помощью сети Интернет?
3. Перспективы региональных специалистов: значимость, эффективность, рост?

Что нас ждёт в 2012 году:

тренды, инструменты, не раскрытые возможности продвижения в сети Интернет.

** Коммуникативный клуб проходит для встречи специалистов в области рекламы, маркетинга и PR: всех, кому небезразличен имидж их компаний в глазах потребителей, кто хочет расти профессионально. В Клубе мы будем знакомиться, общаться друг с другом, обсуждать новости рынка, устраивать «мозговые штурмы» интересных бизнес - кейсов.*

Резюмируем

Вы получите:

структурированную, «разложенную по полочкам», информацию о том, что нужно делать в Интернете для увеличения потока клиентов и повышения их лояльности и повторных покупок — и как это нужно делать.



Знания iМаркетинга необходимы:

1. Директорам компаний, которые понимают реалии времени;
2. Специалистам по маркетингу для повышения своей эффективности;
3. IT-специалистам для обогащения багажа знаний.



Вау-Партнёры

Кликни на логотип и узнай больше!



Стратегический партнёр:

Идеологический партнёр:

Медиа партнёр:



Генеральный партнёр:

Гостеприимный партнёр:

PR-партнёр:



Генеральные информационные партнёры:



Дополнительно

Регистрация на сайте



Обсуждение форума



После Вау-форума вы выйдите:

- 1. С системным пониманием iМаркетинга;*
- 2. С множеством идей, приемов, практик и «фишек»;*
- 3. С четким планом: что делать, как делать, кому делать маркетинг в Интернет;*
- 4. Со знанием инструментов работы компании Apple;*
- 5. С новыми деловыми контактами регионального рынка.*

Стоимость участия:

Условия/сроки	Январь	Февраль		Март		Апрель
		1 - 14	15 – 29	1 - 15	16 - 31	
Один участник	6 700	7 700	8 700	9 700	10 700	11 700
Два участника	6 400	7 400	8 400	9 400	10 400	11 400
От трёх и более	6 100	7 100	8 100	9 100	10 100	11 100

Контакты iПродюсера:

Вау-Консультанты!

+7 (3452) 395-470.

[Написать письмо](#)

Партнёрство

+7 908. 874. 80. 85.

[Написать письмо](#)

Сотрудничество

+7 919. 956. 13. 12.

[Написать письмо](#)