

## Чек-лист работы интернет - маркетолога

### Планирование

Мероприятия	Отметка о выполнении
Проведен анализ конкурентов (продукции, позиционирования, цен, стратегии продвижения).	
Проанализированы сильные и слабые стороны бизнеса, риски и возможности (SWOT-анализ).	
Поставлены достижимые и измеримые цели.	
Исследована целевая аудитория и составлены портреты покупателей. Для каждого портрета разработана стратегия привлечения.	
Определены ключевые показатели эффективности (KPI).	
Указаны сроки достижения основных и промежуточных целей.	
Разработано уникальное торговое предложение (УТП).	
Проанализирована (при необходимости — усовершенствована) воронка продаж с описанием всех этапов.	
Составлен и своевременно реализуется календарный план работы с указанием бюджета, сроков, мероприятий и ответственных лиц.	

### Работа с веб-сайтом

Мероприятия	Отметка о выполнении
Проанализирована реакция аудитории на дизайн, изображения, расположение элементов, удобство навигации.	
Поставлены задачи дизайнерам и разработчикам по доработке сайта по результатам исследований.	
Создана контент-политика, направленная на написание полезных, читабельных и структурированных текстов, оптимизированных под ключевые фразы.	
Составлен и реализуется контент-план.	
Контент сайта включает не только тексты, но и привлекательные изображения, видеоролики, интерактивные элементы.	
Структура и навигация по сайту удобна и понятна. Сайт быстро загружается, открывается корректно во всех браузерах.	
Сайт оптимизирован для социальных сетей и клиентоориентирован.	
У сайта есть мобильная версия, он удобен для просмотра на мобильных устройствах.	

## Способы и технологии привлечения трафика

Мероприятия	Отметка о выполнении
Контекстная реклама (поисковая и в партнерских сетях).	
Медийная реклама (баннерная, интерактивная и т. п.).	
Маркетинг в социальных сетях (ведение собственных групп и размещение рекламы в сторонних группах, таргетированная реклама в соцсетях).	
SEO-продвижение (создание и оптимизация контента под ключевые запросы и размещение его на собственном сайте).	
Репутационный маркетинг или SERM	
E-mail-маркетинг (организация рассылок электронных писем).	
Event-маркетинг (организация мероприятий для привлечения клиентов — конференций, мастер-классов, семинаров и т. п.).	
Партнерский маркетинг (использование партнерских программ).	
Продакт-плейсмент (использование прайс-агрегаторов и маркетплейсов для реализации продукции).	
Оффлайн-реклама (ТВ, радио, билборды, листовки, буклеты, визитки, наклейки и проч.).	
Контент-маркетинг (публикации в блогах, СМИ, видеореклама на YouTube).	