

Маркетинговый план интернет-магазина бытовой техники

<https://marketpublishers.ru/r/MF07028406ARU.html>

Дата: 31.08.2018

Страниц: 302

Цена: 45 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: MF07028406ARU

Описание

Сутью проекта является определение приоритетных типов устройств для продажи в интернет магазине, улучшение информирования клиентов о брендах, предложение бонусов для клиентов.

Данный отчет содержит конкурентный анализ на рынке бытовой техники, который вмещает анализ поискового трафика компаний, размещенных в Яндексe и Гугле, анализ платного трафика компаний, структура запросов и др.

Также проанализирован рынок бытовой техники в целом, его объем, динамика и пр.

Выдержки из текста:

Емкость рынка в 2013 году составляет xxx единиц техники. В рублях этот показатель составляет xxx руб.

Новые запросы и бонусы по продвижению (запросы, которые мы берем в работу без дополнительной оплаты):

фирмы бытовой техники – xx;

стиральные машины с сушкой – xx;

вертикальная стирально-сушильная машина – x;

стиральная машина с вертикальной загрузкой и сушкой – x

Результаты данной таблицы демонстрируют количество проданной техники за указанный период, а именно за апрель 2013 года техники xxx было реализовано на сумму xxx руб., техники xxx – xxx руб.

Наиболее активным конкурентом по количеству запросов является Electrolux, далее Indezit

Учитывая высокую стоимость доставки в отдаленные регионы, а также низкий спрос на технику исследуемых брендов, необходимо развить дилерскую сеть и тем самым сделать логистику эффективной, а уровень продаж – значительно ниже. Также это позволит оптимизировать расходы на маркетинг.

Содержание

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Суть проекта
- 1.2. Цель проекта
- 1.3. Потенциал рынка
- 1.4. Продвижение компании

2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Анализ отрасли
 - 2.1.1. Объем рынка бытовой техники РФ
 - 2.1.2. Емкость рынка
 - 2.1.3. География спроса
- 2.2. Конкурентный анализ
 - 2.2.1. Описание конкурентов и их деятельности
 - 2.2.2. Анализ проведенных РК конкурентов в сети Интернет
 - 2.2.3. Анализ сайтов конкурентов

3. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ БРЕНДОВ

- 3.1. Анализ продаж за год
 - 3.1.1. Продажи техники и наиболее продаваемые модели
 - 3.1.2. Распределение продаж по периодам времени
 - 3.1.3. Объем (поштучно) продаж с Интернет-магазинов
- 3.2. Анализ сайтов компании
 - 3.2.1. Анализ юзабилитиинтернет-магазинов с точки зрения пользователя
 - 3.2.2. Анализ посещаемости сайтов
 - 3.2.3. Анализ Яндекс метрики
 - 3.2.4. Анализ Гугл Аналитики
 - 3.2.5. Технический аудит сайта (скорость загрузки страниц, дубли, редиректы и т.д.)
 - 3.2.6. Добавление дополнительных ссылок на продвигаемые страницы
- 3.3. Добавление мета-тегов DESCRIPTION
 - 3.3.1. Общие рекомендации по составлению текстов

4. РАБОТЫ ПО РАЗВИТИЮ ВНЕШНЕССЫЛОЧНОЙ БАЗЫ

- 4.1. Позиции сайтов в поисковой выдаче, отчет по поисковому продвижению сайтов

- 4.2. Добавление дополнительных ссылок на продвигаемые страницы
- 4.3. Добавление мета-тегов DESCRIPTION
 - 4.3.1. Общие рекомендации по составлению текстов
 - 4.3.2. Работы по развитию внешне ссылочной базы
 - 4.3.3. Независимый аудит по позициям сайта в поисковой выдаче (Seomonitor)

5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 5.1. Целевая аудитория
- 5.2. Рекомендации по позиционированию продукции на Интернет рынке РФ
- 5.3. Ассоортиментная политика (продажи через интернет) и приоритеты для продвижения в Интернет
 - 5.3.1. Стиральные машины с вертикальной загрузкой
 - 5.3.2. Встраиваемая техника
- 5.4. Стратегия продаж
 - 5.4.1. Москва и Московская область
 - 5.4.2. Регионы (как рекомендации)
- 5.5. Направления работы по PR
 - 5.5.1. Контент

6. УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ПЕРЕХОДОВ С СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА САЙТ

- 6.1.1. Социальные сети
- 6.1.2. Конкурсы и акции
- 6.2. Другие методы и каналы
 - 6.2.1. Яндекс Маркет и запросы
 - 6.2.2. Другие интернет магазины

7. ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПЛАНА МАРКЕТИНГА

- 7.1. План продаж через интернет-магазин на период по года
- 7.2. Календарный план мероприятий продвижения брендов
 - 7.2.1. Видео контент
- 7.3. Бюджет мероприятий продвижения

ПРИЛОЖЕНИЯ

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1. Пример социального продвижения

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Сводный реестр активности конкурентов в Интернете за Апрель-Май 2013

Приложение 2. Страницы входа/выхода

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Выбор целевых страниц для продвижения ресурса (на основании данных поисковых систем, содержания сайта)
- Таблица 2. Выбор и коррекция целевых страниц для продвижения ресурса (на основании данных поисковых систем, содержания сайта)
- Таблица 3. Некоторые примеры размещенных внешних ссылок:
- Таблица 4. Рост рынка бытовой техники РФ, январь-декабрь 2011-январь-декабрь 2012гг. %
- Таблица 5. Разделение по брендам в общем объеме рынка по отдельно стоящей и встраиваемой технике, 2011-2012гг., %
- Таблица 6. Соотношение отдельно стоящих и встраиваемых приборов для приготовления пищи, 2011-2012 гг., %
- Таблица 7. Общие показатели рынка стиральных машин, 2011-2012 гг., %
- Таблица 8. Прирост доли продаж стиральных машин с вертикальной загрузкой, 2011-2012 гг., %
- Таблица 9. Реальные продажи бытовой техники, 2013 г.
- Таблица 10. Запланированные продажи бытовой техники, 2013 г.
- Таблица 11. ОТ анализ, 2013 г.
- Таблица 12. Представленность ТМ по регионам, 2013г.
- Таблица 13. Объемные скидки при покупке по СРМ
- Таблица 14. Объемные скидки при покупке динамических пакетов
- Таблица 15. Объемные скидки при покупке по СРС
- Таблица 16. Контекстная реклама на Yandex.ru
- Таблица 17. Контекстная реклама на Yandex.ru
- Таблица 18. Сводный реестр активности конкурентов в Интернете за апрель-май 2013г.
- Таблица 19. Данные Яндекс Маркета о запросах техники, 2013 г., количество заказов
- Таблица 20. Посещаемость сайтов конкурентов, 2013 г.
- Таблица 21. Слабые, неудобные моменты на сайтах компаний бытовой техники
- Таблица 22. Представленность по регионам
- Таблица 23. Позиции сайта в поисковой выдаче, Google
- Таблица 24. Позиции сайта в поисковой выдаче, Google
- Таблица 25. Отчет о позициях в поисковых системах, март-апрель 2013 г.
- Таблица 26. Отчет о позициях в поисковых системах, март-апрель 2013 г.
- Таблица 27. Сводная таблиц запланированных и реальных продаж, 2013 г., руб.
- Таблица 28. Распределение продаж по периодам времени
- Таблица 29. Продажи за апрель 2013 через Интрнет-магазины
- Таблица 30. Продажи за май 2013 через Интрнет-магазины

- Таблица 31. Наличие (отсутствие) стандартов в Интернет-магазинах
- Таблица 32. Наличие (отсутствие) стандартов в Интернет-магазинах
- Таблица 33. Общая посещаемость сайта за период с 13 декабря 2012 по 31 мая 2013
- Таблица 34. Посещаемость сайта с поисковых систем по популярным фразам(период с 13 декабря 2012 по 31 мая 2013)
- Таблица 35. Выборка посещаемости по продвигаемым фразам (период с 13 декабря 2012 по 31 мая 2013)
- Таблица 36. Сравнительная таблица результатов посещаемости сайтов (с конкурентами - наивысшим и наименьшим показателем)
- Таблица 37. Статистика Yandex, количество запросов
- Таблица 38. Статистика Google, количество запросов
- Таблица 39. Сводная таблица запросов техники в основных поисковых запросах, количество запросов
- Таблица 40. Сводная таблица запросов техники в основных поисковых запросах, количество запросов
- Таблица 41. Независимый аудит по позициям сайта в поисковой выдаче (Seomonitor)
- Таблица 42. Запросы пользователей на сайте
- Таблица 43. Целевая аудитория
- Таблица 44. Сводная таблица товаров для ассортиментной политики, 2013 г.
- Таблица 45. Наиболее высокие продажи стиральных машин с вертикальной загрузкой брендов за апрель-май 2013
- Таблица 46. Наиболее высокие продажи встраиваемой техники брендов за апрель-май 2013
- Таблица 47. Количество моделей брендов на маркете
- Таблица 48. Диапазон цен на стиральные машинки
- Таблица 49. Продажи за апрель 2013
- Таблица 50. Продажи за май 2013
- Таблица 51. План проведения исследования
- Таблица 52. Необходимые разделы, на которые следует обращать внимание при выборе сайтов и форматов баннеров, 2013 год.
- Таблица 53. Градация целевой аудитории по возрасту
- Таблица 54. Бюджет мероприятий, 2013 г., руб.

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Основные тенденции среди продаваемых моделей, по типу очистки камер дух. шкафов, 2011-2012 гг., %

Диаграмма 2. Основные тенденции среди продаваемых моделей, по типу очистки вар. поверхности, 2011-2012 гг., %

Диаграмма 3. Показатели продажной стоимости стиральных машин, 2011-2012 гг., %

Диаграмма 4. Показатели продаж стиральных машин, 2011-2012 гг., %

Диаграмма 5. Посещаемость по географической принадлежности, данные 2012 г., %

Диаграмма 6. Посещаемость по географической принадлежности, %

Диаграмма 7. Источники трафика (период с 13 декабря 2012 по 31 мая 2013)

Оформление заказа

Название: Маркетинговый план интернет-магазина бытовой техники

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/MF07028406ARU.html>

Цена: 45 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/MF07028406ARU.html>