



Cum să investești în marketing digital?

În acest articol vă vom învăța cum să investiți în **marketing digital**. Aflați în acest articol mai multe despre principalele forme de *marketing digital* în prezent, indiferent dacă sunt strategii plătite sau organice.

Nu este o exagerare că trăiești într-o lume digitală și din această perspectivă este imperativ ca afacerea ta să aibă o prezență impresionantă în spațiul digital.

În esență, **marketingul digital** este viitorul marketingului în lume, cu beneficiile suplimentare că este mai ieftin decât marketingul tradițional, plus că este măsurabil. Deci, este de o importanță capitală să investești în **marketing digital**.

În acest articol, vom enumera diferitele moduri prin care poți folosi mediul digital pentru a populariza, dar și pentru a genera conversii pentru startup sau afacerea ta și pentru a face investiții în acest domeniu. Lectură bună!

Optimizare pentru motoarele de căutare (SEO)

În termeni simpli, optimizarea pentru **motoarele de căutare** sau **SEO** este, în esență, să modifice site-ul dvs., astfel încât să apară natural sau organic pentru rezultatele căutării pe Google, Yahoo Bing sau orice alt motor de căutare. Google își actualizează în mod regulat algoritmii, astfel încât să iasă la iveală numai rezultatele relevante.

Google încearcă constant să prevină manipularea algoritmilor și filtrelor site-urilor care nu merită să fie în fruntea **SERP**-urilor (Search Engine Result Pages).

Deci, nu există nicio îndoială că ar trebui să investești în munca **SEO**. Site-ul dvs. ar trebui să abordeze aspectele tehnice legate de potrivirea conținutului și de interogare și indexare. Amintiți-vă, este cea mai rentabilă strategie de marketing care va aduce trafic organic în afacerea dvs.

Marketing în motoarele de căutare (SEM)

Marketingul pentru motoarele de căutare sau SEM este strategia cuprinzătoare de a genera trafic către afacerea dvs., în principal prin eforturi plătite. De aceea se mai numește și Paid Search Marketing.

Universul SEM este divers și complicat. Pe baza structurii afacerii dvs., puteți alege modelul PPC (pay-per-click) sau CPC (cost pe clic) sau CPM (cost per mia de afișări).

Există diferite platforme pentru SEM. De departe, Google AdWords (pe Google Network) și Bing Ads (pe Yahoo Bing Network) sunt cele mai populare.

SEM include, de asemenea, publicitate grafică, redirectionare în căutare și remarketing pe site, marketing mobil și publicitate socială plătită.

Puteți alege o strategie cu un singur punct, cum ar fi PPC, sau puteți alege o strategie SEM completă, inclusiv Display și Retargeting.

Dar orice ai face, asigură-te că munca ta este gestionată de experți. Pentru că planificarea greșită vă poate face costurile să dispară.

crearea de conținut

Cercetările arată că crearea de conținut este o metodă definitivă de marketing. Toate modificările recente ale algoritmului Google indică faptul că conținutul este cea mai importantă măsură atunci când filtrați rezultatele căutării.

Puteți prezenta conținut în diferite formate, inclusiv bloguri, cărți electronice, studii de caz, ghiduri, articole de întrebări și răspunsuri, forumuri, știri și actualizări, imagini, bannere, infografice, podcasturi, seminarii web, videoclipuri sau conținut pentru microbloguri și rețele sociale. site-uri.

Puteți deveni creativ și puteți crea conținut pe orice subiect și apoi îl puteți conecta indirect cu afacerea dvs.

De asemenea, trebuie să vă personalizați conținutul pentru diferite platforme. De exemplu, conținutul mobil ar trebui să fie clar și scurt. Amintiți-vă, o strategie eficientă va implica cititorii dvs. și îi va face interesați de mai multe informații de la dvs. Conținutul bun este partajat și este cea mai bună modalitate de a vă marca afacerea.

Social Media Marketing (SMM) Social

Marketingul media sau SMM este o ramură a eforturilor dvs. fără. Implica traficul către site-urile web sau afacerea dvs. prin intermediul site-urilor sociale precum Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Google+, LinkedIn etc.

După cum am menționat mai sus, conținutul bun este împărtășit și apreciat. Apoi creați și personalizați conținut pentru diferite platforme de social media. Amintiți-vă să fiți prolific și original; trebuie să interacționați cu utilizatorii zilnic, de cel puțin patru până la cinci ori pe zi. Eforturile dvs. SMM pot fi deosebit de utile în crearea de mărci și pentru stimularea vânzărilor.

Publicitate cu afișaj digital

Acesta este din nou un subset al eforturilor dvs. SEM. Puteți utiliza o varietate de formate de publicitate grafică pentru a vă viza publicul potențial – fie că este vorba de reclame text, imagine, banner, rich media, interactive sau video.

Vă puteți personaliza mesajul în funcție de interese, subiecte de conținut sau poziția clientului în ciclul de cumpărare.

Cu toate acestea, rețineți că publicitatea afișată digital este relativ scumpă. Ai nevoie de experți pentru a obține un bun rentabilitate a investiției pentru afacerea ta.

Retargeting și remarketing

În esență, **retargeting** sau **remarketing** este o strategie pentru a ajunge la clienții care v-au vizitat deja site-ul web. Se bazează pe tehnologia cookie-urilor. Retargeting-ul a apărut ca o strategie preferată, deoarece vizați clienții care și-au arătat deja interesul pentru afacerea dvs.; și prin urmare rata de conversie este mare.

Puteți participa la Retargeting pe site-ul dvs. web, pe rețelele de socializare sau pe mobil. Vizualizați-vă strategiile bazate pe ciclul de cumpărare al clienților dvs.

marketing mobil

Vă recomandăm insistent să încercați Mobile Marketing. Rețineți, site-ul web, aplicațiile și conținutul trebuie să fie personalizate pentru dispozitivele mobile.

Deci, pe măsură ce tot mai mulți oameni folosesc smartphone-uri, tablete și alte dispozitive mobile, potențialul pieței mobile continuă să crească.

Marketing interactiv

Asigurați-vă că strategia dvs. de publicitate implică prospectul într-o conversație.

Utilizați instrumente precum widget-uri și funcții de înscriere pentru a vă face site-ul interactiv, pentru a solicita feedback și pentru a urmări comportamentul utilizatorilor. Interacționați activ cu clienții și personalizați ofertele în funcție de preferințele și activitățile de navigare ale acestora.

Marketing viral

Marketingul viral este o strategie în care conținutul unic se răspândește exponențial online, pe măsură ce conținutul este savurat, partajat și bucurat enorm. Aceasta este o modalitate excelentă de a marca și de a genera trafic către site-ul dvs. Conținutul poate avea orice format. Tot ce ai nevoie este să fii creativ.

Cum să investești în marketing digital: marketing prin e-mail

Când trimiteți un mesaj comercial prin e-mail unei liste de potențiali clienți, strategia se numește **Email Marketing**.

Cu un software eficient de **marketing prin e-mail**, puteți menține liste de e-mail care sunt separate în funcție de diverși factori, inclusiv gusturile și antipațiile clienților și obiceiurile de cheltuieli. Nu uitați să trimiteți e-mailuri personalizate; acest lucru ajută la dezvoltarea încrederii. Cu toate acestea, rețineți că *marketingul prin e-mail* poate fi considerat și spam și există legi împotriva acestuia în unele țări.

Cum să investești în marketing digital: Marketing afiliat

Acesta este un program de marketing bazat pe performanță în care plățiți editorii care aduc clienți.

Performanța se poate baza pe conversii – promoții, clienți potențiali sau pur și simplu vânzări. Ați putea dori să faceți parte din programele de afiliere ale diferiților editori.

În esență, editorii vă vor oferi spațiu pe paginile lor pentru a vă promova afacerea și pentru a vă ajuta să generați conversii; și le vei plăti pe baza modelului de compensare.

Puteți beneficia de ajutorul unei rețele de afiliați, care vă va oferi o bază mare de editori și alte beneficii, cum ar fi tehnologia de urmărire și raportare.

Marketingul afiliat este util în special pentru startup-uri, deoarece va aduce mai mult trafic către afacerea dvs. prin intermediul site-urilor web cu trafic mare. În esență, *Marketingul afiliat* este o situație câștigătoare pentru atât pentru comercianți, cât și pentru editori.

De fapt, majoritatea afacerilor online cu trafic considerabil au propriile **programe de afiliere**.

Planificarea și achizițiile media digitale

Când o **agenție media** cercetează și realizează un cadru strategic cuprinzător, îl numim Digital Media Planning. Fie că generează vânzări sau conversii, lansarea unui brand nou sau promovarea unui brand consacrat sau schimbarea comportamentului clienților. În esență, Media Buying and Planning presupune toate strategiile pe care le-am discutat mai sus.

Cum să investești în marketing digital: Web Analytics

Poate cel mai important aspect al marketingului dvs. digital este Web Analytics. În esență, Web Analytics vă ajută să colectați, să măsurați, să înțelegeți, să analizați, să planificați, precum și să raportați și să preziceți activitățile web pentru afacerea dvs. Web Analytics nu trebuie confundat cu Web Statistics. Spre deosebire de rapoartele simple, Web Analytics oferă analize și diferite unghiuri de gândire la afacerea dvs.

Este de la sine înțeles că fiecare agent de publicitate ar trebui să utilizeze Web Analytics pentru a-și înțelege afacerea și pentru a îmbunătăți rentabilitatea investiției și conversiile.

Concluzie despre cum să investești în marketing digital

Este important să utilizați diferite **strategii de marketing** pentru afacerea dvs. și apoi să găsiți care funcționează cel mai bine. În cele mai multe cazuri, este combinația mai multor strategii care vă vor servi obiectivelor. **Marketingul digital** este un mediu dinamic, în plus, trebuie să te adaptezi mereu la schimbări. Prin urmare, utilizați un instrument de **analiză web** pentru a urmări performanța și pentru a vă planifica următoarea mișcare.

Cu [Agenția Creativ24](#) , vă garantăm mult mai mult decât un aspect atractiv, precum și un aspect modern pentru site-ul dvs. Obiectivul nostru principal este de a oferi companiilor din întreaga lume soluții eficiente pentru a genera vizibilitate pe internet.

Agentia noastra dezvolta **strategii SEO** si pozitionare brand pentru companii multinationale, mari, mijlocii, cat si mici, toate proiectele sunt importante pentru noi.

Creativ24 vă oferă [servicii profesionale de web design](#) la prețuri avantajoase, creare de site-uri prezentare pentru companii mici și mijlocii, [creare magazine online](#) și cataloage de produse, precum și alte servicii conexe: [întreținere și administrare site-uri web](#), [optimizare SEO](#) și [promovare online](#), [design grafic și identitate companie](#), [găzduire web](#) și înregistrare nume de domenii.