

# Написання електронних листів

частиною статейного маркетингу як засобу зовнішньої перелінковки є підготовка текстів для розсилки на електронні адреси. Електронний лист має свої особливості в створенні

01

## Звертання:

- у темі листа обов'язково використовувати ключові запити як заголовок до листа (один лист – одна пропозиція)
- звертайтеся до свого потенційного споживача за тим особовим займенником та варіантом подання імені, який буде корелювати із аватаром ЦА

02

## Нарощування маси посилань:

- в основному блоці обов'язкове дублювання покликання на вебсайт тричі (вступ, основна частина, висновок)
- покликання повинні органічно вписуватися в структуру листа та бути описані ключовим словом

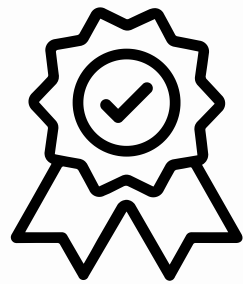
03

## Оформлення:

- на фірмовому інтерактивному бланку з обов'язковими елементами корпоративного стилю або у текстовому форматі
- зображення та відео повинні бути з активними покликаннями

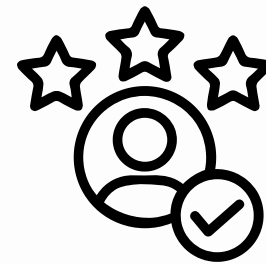
# SERM

Search Engine Reputation Management.  
управління репутацією компанії в пошуковій системі.



## База для роботи

- сайт підприємства
- соціальні мережі
- сайт з відгуками
- форуми
- ЗМІ



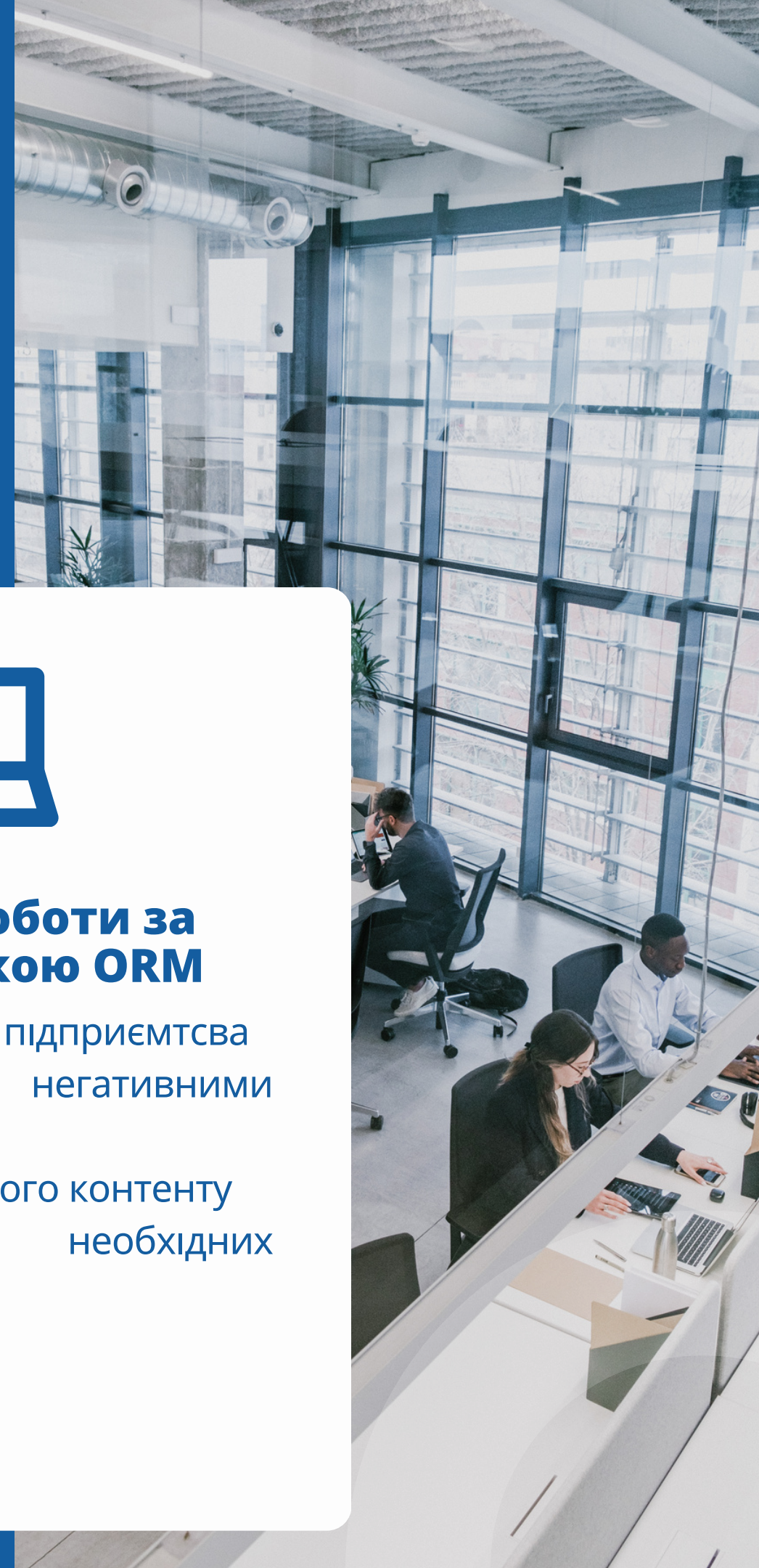
## Види Online Reputation Management

- Search Engine Reputation Management (SERM) – створює гарну репутацію у пошукових системах
- Social Media Reputation Management (SMRM) – моніторинг згадок підприємства на його офіційних сторінках, різноманітних спільнотах та форумах
- Hidden Marketing (HM) – створюються штучні обговорення підприємства на сайтах з відгуками, форумах тощо.



## Етапи роботи за методикою ORM

- Аналіз репутації підприємства
- Робота з негативними відгуками
- Створення якісного контенту
- Просування необхідних джерел



# Social Media Marketing

Активна поведінка компанії в соцмережах підвищить залучення користувачів, що завжди допомагає просуванню. Все це враховується пошуковими системами, тому є частиною зовнішньої оптимізації сайту.

- ▶ Визначення концепції (основні принципи, ідеологію, ключова ідея)
- ▶ Формування цілей і задач використання цього методу за моделлю SMART
- ▶ Визначення ЦА та її сегментування
- ▶ Визначення соціальних мереж за SWOT-аналізом
- ▶ Вивчення репутації бренду (сильні асоціації, привабливі пропозиції, унікальні якості) і аналіз його конкурентів
- ▶ Затвердження KPI (показники вимірюваності)
- ▶ Формування контент-плану з органічними покликаннями
- ▶ Планування взаємодію з іншими майданчиками