



КОНФЕРЕНЦИЯ ПРАКТИКА
ОНЛАЙН-БИЗНЕСА
ONLINE BUSINESS
PRACTICE CONFERENCE

onlinebusinesspractice.ru

СБОРНИК ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ,
СОСТАВЛЕННЫЙ ПО ИТОГАМ КОНФЕРЕНЦИИ
ПРАКТИКА ОНЛАЙН-БИЗНЕСА

.....

ЛИСТАЙТЕ ДАЛЬШЕ — ДАЛЬШЕ БУДЕТ ЕЩЁ ИНТЕРЕСНЕЕ!



ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИИ:



нетология
школа практического интернет-маркетинга

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

COMDI

28 ИЮНЯ 2012

СОДЕРЖАНИЕ



ОТ СОСТАВИТЕЛЕЙ

Уважаемые друзья! Перед вами — сборник, составленный на основе докладов конференции «Практика онлайн-бизнеса». В нём вы найдёте основные тезисы докладов, некоторые вопросы и ответы спикеров конференции, цитаты из Twitter, ссылки на интересные источники информации. Надеемся, сборник, как и сама конференция, будет для вас интересен и полезен!

ВВЕДЕНИЕ	3
СТАТИСТИКА КОНФЕРЕНЦИИ	4
ДОКЛАДЫ	5
СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ	20
СЕМИНАРЫ НЕТОЛОГИИ	21
ДЛЯ ВАС СТАРАЛИСЬ	23
БЛАГОДАРНОСТЬ	24
ПОЛЕЗНЫЕ РЕСУРСЫ	27

ВВЕДЕНИЕ



МАКСИМ СПИРИДОНОВ

Два месяца безостановочной подготовительной работы всей команды «Нетологии», десятки подключенных партнеров, сотни проведенных переговоров, тысячи отправленных писем. Статистика нашей работы по конференции «Практика онлайн-бизнеса» напоминает сводки боевых действий. И свою, пусть небольшую, победу мы одержали. Мы провели нашу первую конференцию; мы предложили слушателям новый формат получения знаний — нечто среднее между обучающим телевизионным шоу и интерактивной онлайн-трансляцией в HD-качестве. Мы получили очень позитивную обратную связь и мощный резонанс в соцсетях. Тезисы из выступлений докладчиков «Практики» растащили на цитаты в блогах; хеш-тег конференции на пике получал десятки твитов в минуту и поднимался до второго места в российском Твиттере; о нас писали десятки блогов и интернет-СМИ, включая Lenta.ru, Infox, Interfax. Получилось круто! Спасибо тем, кто был с нами! Кто не был — может посмотреть видео и почитать эту презентацию. Впереди — наши новые конференции. Очередную мы планируем уже в сентябре. Об этом, вскорости, сообщим отдельно.

Оставайтесь на связи!

Дальше будет еще интереснее!

СТАТИСТИКА КОНФЕРЕНЦИИ

ГЕОГРАФИЯ КОНФЕРЕНЦИИ



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ УЧАСТНИКОВ:

Москва **194** / Санкт-Петербург **47** / Новосибирск **15** / Челябинск **15** / Нижний Новгород **14**
Ростов-на-Дону **11** / Краснодар **10** / Киров **9** / Ульяновск **8** / Омск **8** / Тюмень **7** / Хабаровск **6**
Сергиев Посад **5** / Волгоград **4** / Нижневартовск **4** / Пермь **4** / Иркутск **4** / Ижевск **4** / Барнаул **4**
Казань **4** / Воронеж **3** / Владивосток **3** / Рязань **3** / Ярославль **3** / Екатеринбург **3** / Томск **3**
Николаев **3** / Лыткарино **3** / Тула **3** / Кемерово **2** / Краснознаменск **2** / Красноярск **2** / Уфа **2**
Оренбург **2** / Томилино **2** / Тверь **2** / Братск **2** / Самара **2** / Ставрополь **2** / Чебоксары **2** / Курган **1**
Луганск **1** / Владимир **1** / Видное **1** / Саратов **1** / Великий Новгород **1** / Новокузнецк **1** / Иваново **1**
Апатиты **1** / Абакан **1** / Дубна **1** / Совхоз имени Ленина **1** / Смоленск **1** / Королев **1** / Курск **1**
Котельники **1** / Климовск **1** / Ивано-Франковск **1** / Орск **1** / Люберцы **1** / Красногорск **1** / Жуковский **1**
Нахабино **1** / Петрозаводск **1** / Долгопрудный **1** / Балахна **1** / Орел **1** / Наро-Фоминск **1** / Ивантеевка **1**
Тольятти **1** / Йошкар-Ола **1** / Астрахань **1** / Трехгорный **1** / Химки **1** / Зеленоград **1** / Пенза **1** / Кострома **1**

ОДНОЙ СТРОКОЙ



564

вопроса

задали участники
спикерам конференции



1072

твита

было отправлено
по хэш-тегу #obpconf



1983

чашки кофе

выпито командой за период
подготовки конференции



15
стран

наблюдали за выступ-
лениями спикеров

СРЕДИ НИХ:

Россия, Украина, Беларусь, Казахстан, США,
Латвия, Литва, Эстония, Молдова, Германия,
Испания, Узбекистан, Азербайджан, Тайланд
и Нидерланды

ГЕНДЕРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧАСТНИКОВ



33%
женщин

67%
мужчин



ДОКЛАДЫ

БЛОК 1. ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ

БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ: СЕКРЕТЫ УСПЕХА И ПРИЧИНЫ НЕУДАЧ



АЛЕКСЕЙ БАСОВ

вице-президент и директор по
рекламным сервисам Mail.ru Group

Интернет-предприниматель, инвестор, общественный деятель. Сооснователь и генеральный директор ряда интернет-компаний: сервиса статистики SpyLOG, платёжной системы Манимейл (Деньги@Mail.ru), сервиса контекстной рекламы Бегун. Автор большого количества публикаций по вопросам интернет-рекламы и венчурных инвестиций. Автор (в соавторстве) и главный редактор первой в России книги о контекстной рекламе «Контекстная реклама в Интернете».

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Главная ошибка стартаперов на старте — короткий горизонт. В интернет-бизнесе, как и в любом другом, нужно готовиться к длинным дистанциям.
- Нужно любить свой продукт и верить в него.
- Будьте готовы маневрировать. Рынок обкатывает любой бизнес, как море — камешек.
- Время «харизматичных одиночек» прошло, всё больше компаний используют коллегиальную систему управления. Это требование времени.
- Любой бизнес стартует и идёт гораздо дольше, чем вам бы хотелось, и он всегда дороже. Аналогия с ремонтом.
- Любой стартап проходит через «долину смерти».

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Что имеет больше шансов на успех: один большой крупный портал или 100 нишевых небольших сайтиков?

Крупный стоит гораздо больше. Но некая диверсификация — нормальный бизнес для многих предпринимателей, которые не могут создать ничего уникального.

Как оценить рынок конкурентов?

Поработать в индустрии не в качестве предпринимателя.

РЕАКЦИЯ:

[@victoria_biz:](#)

Алексей Басов: Как избежать ошибок? Ничего не делать. Нам больше достанется :) **#obpconf**

[@OptimizationUA:](#)

Алексей Басов: Очень многие идеи в стартапах просто никому не нужны, Они поэтому не являются бизнесом **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

КТО И ЗА ЧТО ПЛАТИТ В СЕТИ?

СПЕЦИФИКА БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ B2B И B2C В ОНЛАЙНЕ



АРКАДИЙ САНДЛЕР

основатель и генеральный
директор Essential Commerce

В Рунете с конца 90-х годов. Основал несколько интернет-компаний. Работал директором по развитию кадрового портала HeadHunter.ru, управлял венчурными проектами в фонде DST. В 2010 году основал компанию Essential Commerce, наиболее известные проекты которой — Cardomat.ru, iSpeakVideo.ru, Rabotor.ru, Mysitecall.me

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Пользователь интернета и начинающий интернет-бизнесмен: куда пойти, как разобраться в предложениях и возможностях?
- Как принять решение о выгодности того или иного бизнеса?
- Популярные бизнес-модели B2C: рекламная и сервисная.
- Популярные бизнес-модели B2B: инфраструктурные платформы и вспомогательные каналы продвижения и продажи.
- Как быть с ростом мобильного интернета? Какие перспективы и возможности это даёт?
- Фокус и конкуренты. Главные составляющие успеха.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Каким должен быть сайт, чтобы продавать на нём услуги и чтобы он был рекламным?

Главное — сфокусироваться на том, на чём можно зарабатывать деньги. Надо выработать концепцию, гипотезу. Сфокусироваться на главном. Иначе — долину смерти можно не пройти.

Каковы риски потери лояльной аудитории при введении новых элементов монетизации на ресурсе с давно сформированной аудиторией?

На примере сайта hh.ru. После введения платного размещения вакансий — небольшая потеря. Если интересный ресурс, нет равноценных заменителей — не страшно. Главное — деликатность и хорошее понимание аудитории.

Какие есть эффективные модели продажи своих знаний с помощью скайпа?

Это примерно то же самое, что информационная модель интернет-бизнеса, просто Вы хотите использовать в качестве канала скайп. Сделайте сайт с описанием того, что продаёте, сделайте форму запроса разговора (любой вариант проявления интереса в ваших услугах), продвигайте этот сайт.

РЕАКЦИЯ:

[@Bakulevskiy:](#)

Аркадий Сандлер: Давайте думать о бизнесе и о монетизации с первого для создания бизнеса **#obpconf**

[@iz_skazki:](#)

Вы должны понимать, с кем вы конкурируете, и какова ценность того, что вы делаете. **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

ГДЕ ДЕНЬГИ? ВЫБИРАЕМ МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТ-СТАРТАПА



ПАВЕЛ ЧЕРКАШИН

*ex-Microsoft, ex-Adobe,
бизнес-ангел*

Генеральный менеджер по потребительской стратегии и онлайн сервисам MicrosoftRussia (занимает пост с 2009 г.). В течение 2007–2008 гг. выступал в качестве инвестора нескольких веб-проектов, в том числе видеоресурса Tvigle.ru и системы активных продаж Krible. С 2006 по 2009 г. возглавлял представительство AdobeSystems в России и СНГ. В 2002 году вошел в Топ-100 ИТ-мнеджеров России. С 2004 по 2006 занимал должность главы представительства Siebel Systems — ведущего мирового производителя систем CRM для автоматизации продаж, маркетинга, клиентского обслуживания, аналитики и лояльности. Частный инвестор в более, чем 10 успешных российских стартапов. Автор книги «Готовы ли Вы к войне за клиента».



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Продавать ли лицензию на свои технологии крупным компаниям, или делать сервис для частных пользователей?
- Зачем нужно партнёрство с другими компаниями, и стоит ли разрешать партнёрам продавать ваши продукты под своей маркой?
- Как сформировать цену на продукт?
- Какие модели сейчас наиболее часто используются в интернет-бизнесе и почему?



РЕКОМЕНДУЕМАЯ

КНИГА ПАВЛА ЧЕРКАШИНА:

ЭЛЕКТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ОБОГАЩЕНИЯ

Правдивая история о виртуальных амебах, современном инновационном предпринимательстве и прочей ерунде типа любви и смысла жизни.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Доклад построен на основе книжки Стива Бланка и стратегии Customer Development. Сама книжка — мастрид для всех стартапов.

Приведите пример эффективной модели продаж для малого и среднего бизнеса.

Доступный механизм — холодные звонки. Дорогие продажи. Есть и другие модели — сотрудничества с агентствами, которые платят вам за клиентов.

Как правильно запустить SMM-агентство в регионе?

Есть огромная потребность на рынке. То, что предлагают сейчас — неправильные модели. Опирайтесь на опыт западных коллег.

РЕАКЦИЯ:

@OptimizationUA:

Павел Черкашин: Если у вас есть красивая технология — это не значит, что рынок готов его купить, его надо упоковать и продать **#obpconf**

@victoria_biz:

Павел Черкашин: Запустить веб-проект сейчас может каждый школьник, а вот рост его зависит от по-настоящему опытного человека **#obpconf**

** Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!*

КОМУ И НА ЧТО ДАЮТ ДЕНЬГИ ИНВЕСТОРЫ



АРКАДИЙ МОРЕЙНИС

основатель и руководитель
компании «Главстарт»

Стартап-инвестор, основатель компании «Главстарт», которая занимается поиском интересных идей для стартапов и инвестициями в доведение их до стадии готовности к запуску. Онлайн-проектами увлёкся ещё в середине 90-х годов XX века, когда создал первую в России систему бесплатной электронной почты Extranet, онлайн-каталог цен и автомобилей «Автодром». Основатель справочной службы Price.ru. С января 2008 г. по июнь 2009 г. — директор по разработке и развитию проектов компании «Рамблер».

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Охотнее всего инвесторы дают деньги тем, кому они не требуются.
- Если же деньги на проект всё-таки нужны, то у проекта должна быть готовая команда с компетенциями, необходимыми для развития проекта, четко понятная функциональность сервиса, понятный план привлечения аудитории и зарабатывания денег.
- Самое главное — у проекта должно быть достаточно амбиций, чтобы хотеть стать лидером в своей области. Но этим амбиции должны быть подтверждены командой, компетенцией и планом

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Где лучше презентовать проект? Есть ли сервис?

www.wanted.vc

Чему отдают предпочтения инвесторы — инновационным проектам или проверенным бизнес-схемам?

Есть компании, которые вкладываются только в проверенные схемы. У каждого продукта есть аналоги. Поэтому первый совет — погуглить.

На какие показатели стартапов нужно обращать внимание в первую очередь для оценки их перспективности (ниша, конверсия и т.д.)?

Одни из самых простых — это показатели конверсии переходов с рекламы. Пришедших с рекламы — в зарегистрировавшихся, из зарегистрировавшихся — в активных, из активных — в платящих. И средний размер чека с одного платящего юзера. Если размер чека больше, чем было потрачено на привлечение платящего, значит, перспектива есть.

РЕАКЦИЯ:

@Medveding:

Аркадий Морейнис: стартап — это бизнес, создаваемый в условиях полной неопределённости #obpconf

@Bakulevskiy

Аркадий Морейнис: Стартап отличается от ларька с шаурмой тем, что ларёк с шаурмой можно просчитать ... стартап — нет))) #obpconf

@kirillgolub

Морейнис на #obpconf «Пришла гениальная идея? Погуглите сначала, я вас умоляю!..» :)



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

БЛОК 2. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА: БОЛЬШЕ ПЛАТЯЩИХ КЛИЕНТОВ ИЗ СЕТИ

ПОСТРОЕНИЕ СТРАТЕГИИ ОНЛАЙН-ПРОДВИЖЕНИЯ: ВЫБОР ИНСТРУМЕНТОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЗАДАЧ БИЗНЕСА



ФЁДОР ВИРИН

совладелец компании
НЛО Маркетинг

Совладелец компании «НЛО Маркетинг» и основатель DataInsight. Опыт работы в отрасли более 10 лет. До недавнего времени — директор по исследованиям Mail.Ru. Организатор, участник, докладчик, дискуссант, председатель сессий различных конференций. Участвует в программе «Менеджмент в сфере интернет-технологий» в ГУУ, читает курс на факультете бизнес-информатики ГУ-ВШЭ, ведёт курс «Интернет-маркетинг» в рамках программы MBA для IT-директоров в Академии народного хозяйства при Правительстве РФ. Автор книги «Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов».

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

Доклад и тезисы на основе кейса «Детский мир в социальных сетях»

- Точное определение целей. Нет прямых продаж через социальные медиа!
- Точное знание целевой аудитории: фокусировка на главных целевых группах.
- Создание интересного и полезного контента.
- Переплетение социальных медиа с оффлайновой сетью.
- Интерактивная работа с аудиторией. Аппелируйте к аудитории так, чтобы она была вам благодарна.
- Не упирайтесь в три большие социальные сети. Надо работать с узкоспециализированными ресурсами, их гораздо больше.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Слишком частое обновление отпугивает аудиторию?

Значит, неинтересный контент.

Есть ли разница между стратегией продвижения в FB и VK?

Глобальная. Разные аудитории и стратегия.

РЕАКЦИЯ:

[@victoria_biz:](#)

Федор Вирин: Поисковые системы и медийная реклама — основные источники трафика **#obpconf**

[@OptimizationUA:](#)

Федор Вирин: Продажи интернет-магазинов через социальные сети — это слезы. Исключение это hand-made и всего 10-тки продаж в месяц **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

** Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!*

КЛИЕНТЫ ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: КАК ИЗВЛЕЧЬ ПОЛЬЗУ ИЗ SMM ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА?



МАКСИМ ЮРИН

SMM-директор
компании Red Keds

Начинал карьеру с должности менеджера по маркетингу в новосибирской софтверной компании SoftLogica.com. Затем работал торговым представителем в России и СНГ в компании 3Dconnexion (дочерняя компания Logitech), директором по развитию Интернет-порталов www.UniverTV.ru и www.InternetUrok.ru, директором по маркетингу в рекламном агентстве Dicity Group. Автор и владелец сайта www.SmartVideos.ru (обладатель премии «Блог Рунета–2009», финалист «Премии Рунета–2010» и Международного конкурса The Best of Blogs от Deutsche Welle).

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

«Все умрут, а SMM останется»

- Люди получают максимально количество необходимой информации из социальных сетей: новости, мессенджеры, музыка, видео.
- В России кто попало занимается SMM, но ситуация меняется. Основная проблема: нехватка квалифицированных кадров.
- Только комплексная стратегия присутствия в интернете!
- К первому посту в соц. сетях нужно готовиться месяц!
- Контент: интересный/полезный/смешной (мемы, тренды, ценность бренда).
- Идеальный SMM-щик — это: работа с текстом, аналитические способности, общие знания маркетинга, продаж; креатив, всегда в тренде.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Эффективны ли соцсети для работы с аудиторией от 25 лет, с доходом выше среднего?

Сложно, но эффективно при правильном подходе.

На этапе старта имеет ли смысл привлекать соцсети? Затратно?

В зависимости от деятельности проекта, соответственно, и от аудитории.

РЕАКЦИЯ:

@uspeshnyy:

Привязывайте свой контент к актуальным трендам, чтобы получать отклики
#obpconf pic.twitter.com/ln983F39

@immvs:

SMM пока действительно занимаются школьники, хипстеры и все подряд (с)
Максим Юрин на #obpconf



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

КЛИЕНТЫ ВЫСОКОЙ «СТЕПЕНИ ГОТОВНОСТИ» — КОГДА И КАК ЦЕЛЕСООБРАЗНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ CPA-МОДЕЛЬ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ



АЛЕКСАНДР ЩЕРБИНА

генеральный директор
ITECH.group

Учредитель и генеральный директор компании ITECH.group, член Российской ассоциации интерактивных коммуникаций, член Ассоциации интерактивных агентств, спикер и эксперт крупнейших конференций, посвящённых интернет-маркетингу и веб-разработке, а также маркетингу и продажам, автор серии статей об интернет-маркетинге в российских бизнес-журналах — «Генеральный директор», «Реклама. Теория и практика», «Рекламодатель», «Секрет фирмы» и др. Член Экспертного совета Премии Рунета 2011, регулярно выступает в качестве докладчика и эксперта в мероприятиях и конференциях отрасли РИФ+КИБ, RIW, «Сайт 2011».

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Эффективность продвижения с оплатой за результат. Стоит ли игра свеч?
- Виды действий («actions») в модели CPA: CPL, CPS и прочие модели.
- Отрасли бизнеса с успешным опытом применения модели CPA (российский опыт).
- CPL (оплата за лид) — поиск клиентов «высокой степени готовности». Как создаются лиды и где их купить?
- Стоимость и ценность лида. Оценка результатов кампании по лидогенерации.
- Особенности и подводные камни работы по CPL-модели.
- Перспективы развития CPL-модели. Чего можно ожидать в ближайшем будущем?

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Расскажите об успешном кейсе по лидогенерации для B2B?

Чаще всего CPA используем в медицинской тематике. Тут свои сложности, но в медицине нам удавалось на этом зарабатывать.

РЕАКЦИЯ:

[@uspeshnyy:](#)

Лид живёт от 15 минут до 2х месяцев. С каждой минутой вероятность конверсии падает **#obpconf** pic.twitter.com/oo6QNRZL



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

ГАРАНТИРОВАННЫЕ СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КЛИКАБЕЛЬНОСТИ КОНТЕКСТНЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ



АННА КАРАУЛОВА

генеральный директор
компании MediaGuru

Генеральный директор рекламного агентства контекстной рекламы MediaGuru. В 2007–2008 гг. прошла обучение в ГУУ RMA по специальности «Менеджмент в сфере интернет-технологий», защитила диплом по Social Media Marketing. Работает в интернете с 2005 года. Занимается интернет-рекламой более четырёх лет. Предыдущий опыт работы: компании «Ашманов и партнёры», DefaGruppe, «Технологии внимания». Регулярно участвует в качестве докладчика в отраслевых конференциях eTarget, РИФ+КИБ, Ажиотаж и других.

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Геотаргетинг: почему важно делить рекламную кампанию по регионам России и как правильно её настроить.
- Влияние уникальности объявления на его CTR.
- Отличие в принципах построения структуры рекламных кампаний у Яндекс.Директ и GoogleAdWords.
- Основные ошибки при создании рекламной кампании в Яндекс.Директ и GoogleAdWords.
- Как настройки по времени суток влияют на эффективность и стоимость рекламной кампании.
- Влияние призыва в объявлении на его конверсию.
- Как оформление объявления влияет на его CTR.
- Каким образом CTR влияет на размещение объявления в Яндекс.Директ и GoogleAdWords.
- Как работают дополнительные ссылки в спецразмещении.
- Несколько полезных советов по функционалу систем.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Насколько активны чёрные методы у недобросовестных рекламодателей (скликивание и прочее)?

Сейчас очень развит функционал Яндекс.Директ и Google Analytics, баны ведутся очень жёстко, поэтому подобного мы не замечаем (при подсчёте конверсионности рекламных кампаний скликивание было бы заметно)

РЕАКЦИЯ:

[@Patefon:](#)

Пока лучший доклад **#obpconf** был у Анны Карауловой. Хороший ликбез по контекстной рекламе.

[@victoria_biz:](#)

Анна Караулова: геотаргетинг — очень важный элемент в рекламе **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

УМНОЕ SEO ДЛЯ БИЗНЕСА: ФАКТЫ, МЕТОДЫ, ПОДХОДЫ, КЕЙСЫ



МИХАИЛ СЛИВИНСКИЙ

Руководитель отдела
поисковой аналитики Wikimart

Эксперт в области оптимизации сайтов и повышения эффективности поискового продвижения. В интернет-маркетинге более пяти лет. Участвовал в продвижении около 70 сайтов. Ведёт блог о SEO для Wikimart, проводит корпоративные мастер-классы и семинары по поисковому продвижению и аналитике. Автор программы «Аналитикум» на MegaIndex TV.

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

Мифы и реалии поискового продвижения. Доступно о факторах, мономах и машинном обучении.

- Возможно, вашему бизнесу НЕ нужно SEO. Как избежать ненужных трат?
- Эффективное SEO: семантика, контент, качество сайта, ссылки. Что должен делать хороший оптимизатор?
- Вечный вопрос — своя команда или внешний подрядчик? Выбираем KPI и измеряем эффективность SEO.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Можно ли использовать информационные запросы, если цель — захват доли рынка?

Можно, но дорого. Чем менее таргетирован ваш запрос на ваш бизнес, тем дороже поисковое продвижение.

Как рассчитывать SEO-тексты?

Прежде всего текст должен быть удобен для пользователя. С одной стороны мы помогаем копирайтеру сфокусироваться на проблеме. С другой — мы за-прещаем спамить.

Читаю текст не по диагонали

Если Вы внимательно читаете наш сборник, то это для вас значительный плюс. Напишите нам на страницу «Нетологии» в Facebook фразу «Читаю текст не по диагонали». Первый написавший получит бесплатный доступ к следующей конференции. Если же вы не первый, то пишите к этой фразе в комментариях «и я» (в течение 1 дня от основного поста) и получите скидку 15% на следующую конференцию.

РЕАКЦИЯ:

[@DenisYurasov:](#)

В SEO гарантии это миф! Подрядчик честен перед вами когда говорит, что не гарантирует вывод сайта в ТОП. **#obpconf**

[@victoria_biz:](#)

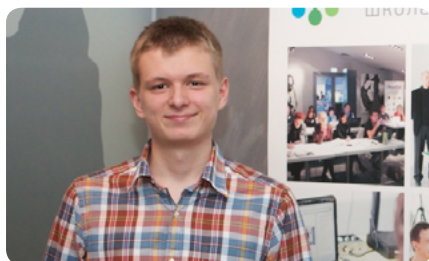
Михаил Сливинский: Контекстная реклама гораздо быстрее протестирует ваш ресурс, чем **#SEO #obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

РОСТ ПРОДАЖ С ПОМОЩЬЮ EMAIL-МАРКЕТИНГА: 5 ТЕХНИК, КОТОРЫЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО РАБОТАЮТ



ВИТАЛИЙ АЛЕКСАНДРОВ

*Владелец и генеральный директор
студии email-маркетинга «Out Of Cloud»*

Участник и докладчик конференций по email-маркетингу. В портфолио Виталия множество успешно реализованных маркетинговых кампаний. Автор и ведущий бизнес-тренингов, семинаров и некоммерческих образовательных проектов. Активно публикуется в профильных изданиях: «The Chief», «Интернет-маркетинг» (издательство Grebennikoff), «Коммерческий директор» и др. Проходил курс по деловым переговорам в London School of Economics.

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Как выстроить систему email-маркетинга, повышающую продажи.
- 5 успешных техник email-маркетинга, которые может внедрить абсолютно любая компания.
- Работа с подписчиками: как быстро собрать базу заинтересованных пользователей.
- Технология рассылки писем по партнёрам: взаимная реклама в рассылках.
- Конкретные примеры заголовков, которые работают.
- Полезные материалы для выстраивания стратегии email-маркетинга.

После прослушивания доклада всего за один день вы сможете внедрить техники, которые повышают продажи. Буквально на следующей день вы увидите результаты.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Как набрать базу компании, которая только вышла на рынок?

Самый эффективный способ в начале работы — пишите партнерам, договаривайтесь на бартер.

РЕАКЦИЯ:

[@Bakulevskiy:](#)

Виталий Александров: на 1 доллар, потраченный на e-mail маркетинг вы получаете 40 долларов прибыли!!! **#obpconf**

[@terehoff:](#)

Со вторника по четверг самое эффективное время рассылки писем **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

** Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!*

БЛОК 3. УСКОРЕНИЕ БИЗНЕСА: РОСТ ПРОДАЖ ЗА СЧЕТ УВЕЛИЧЕНИЯ КОНВЕРСИИ

ОФОРМЛЕНИЕ ПРОДАЮЩИХ СТРАНИЦ: КАК ПОВЫСИТЬ ДОВЕРИЕ К САЙТУ



ДМИТРИЙ САТИН

Гениальный директор
USABILITYLAB

Начинал карьеру с проектирования пользовательских интерфейсов. Руководил работами по проектированию и тестированию интерфейсов в компаниях WhiteSite и IT-OnlineGroup. В настоящее время занимает должности Президента Российского отделения UPA, ответственного редактора UserExperienceMagazine по странам СНГ и восточной Европе. Активно публикуется, является автором учебных курсов и рецензентом международных конференций по юзабилити.

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Кто первый скажет «ты кто такой, давай досвидания?»
- Юзабилити: конкретный пользователь решает конкретную задачу в конкретных условиях на благо бизнеса.
- Человек, пришедший из рекламного канала на посадочную страницу, за считанные секунды должен понять: кто вы и куда он попал? Доверие — важно!
- Не просите у посетителя сайта двух вещей сразу, не просите то, что вам не нужно.
- Форма регистрации — убийца конверсии. Внимательнее!



РЕКОМЕНДУЕМ:

КАНАЛ USABILITYLAB НА YOUTUBE

www.youtube.com/user/usabilitylab

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

По вашему мнению, все ли негативные отзывы можно выпускать на сайт?

Без мата, естественно. И нужно обязательно сохранять дисбаланс.

РЕАКЦИЯ:

[@DenisYurasov:](#)

Почему в банке привязывают шариковые ручки? Я доверяю им свои деньги, они должны доверять мне хотя бы свои ручки! via [@dmitrysatin](#) #obpconf

[@Bakulevskiy:](#)

Дмитрий Сатин: альтернативное мнение в отзывах приводит к доверию покупателей #obpconf



Dmitry Satin [@dmitrysatin](#)

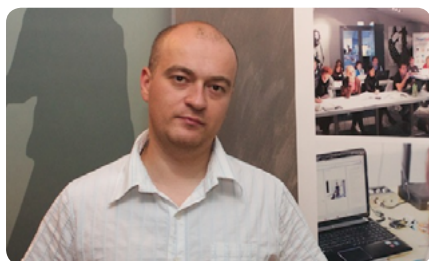
Тем слушателям #obpconf, кто захочет узнать больше после моего доклада — заходите почитать мой блог <http://t.co/KtUxWeTK>



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСЫ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ С ВАШЕГО САЙТА



СЕРГЕЙ КОТЫРЕВ

генеральный директор
компании «Юмисофт»

Руководитель группы компаний UMI, в которую входят интернет-агентство UMI Studio, софтверная компания UmiSoft (система управления сайтами UMI.CMS), сервис готовых сайтов UMI.ru, хостинг-провайдер Umihost. Руководил созданием интернет-магазинов www.mtonline.ru, www.key.ru и десятков других. Получил два высших образования в области экономики и менеджмента — СПбГМУ и Стокгольмская Школа экономики. Имеет степень MBA. Преподает в Advanced Management Institute.

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Какими способами можно вовлечь пользователя в коммуникацию и повысить конверсию?
- Инструменты взаимодействия с оператором: онлайн-чат, звонок, система обратных звонков, мониторинг упоминаний.
- Инструменты, повышающие репутацию сайта: рейтинги магазинов, сервисы, поддерживающие возможность написания независимых отзывов.
- Сервисы для повышения вовлечённости. Как стимулировать пользователя оставить email и использовать обратную связь?
- Поведенческие технологии как главный тренд повышения конверсии сайтов и магазинов.
- Влияние CMS: какие есть фишки в системах управления сайтом, которые можно использовать для повышения конверсии.
- Как правильно спроектировать landing page, чтобы она работала.
- Айттрекинговые исследования: как найти слабые места на сайте, снижающие его эффективность, и оперативно их устранить.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Нужна ли на сайте процедура регистрации через емейл? Или достаточно регистрации с помощью соцсетей? Если все же емейл, то стоит ли использовать процедуру подтверждения?

Лучшая регистрация — вообще без регистрации :)

Хороший вариант — авторизация через соцсети или одно поле для ввода «емейл или телефон» (и пароль приходит на почту или смс).

У вас есть семинары?

Да, расписание семинаров тут — www.umi-cms.ru/company/calendar

Курсы для разработчиков — www.education.umi-cms.ru

Записи некоторых семинаров — www.youtube.com/playlist?list=PLA6B23202A52940D3&feature=plcp

РЕАКЦИЯ:

[@Bakulevskiy:](#)

Сергей Котырев: Всегда показывайте картинку товара... ведите покупателя как на морковку)))) **#obpconf**

[@victoria_biz:](#)

Сергей Котырев: Всякие технические хитрости сайта могут повысить конверсию сайта. Но текст нисколько им не уступает. **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

СЧИТАЕМ ДЕНЬГИ: КАК ОПРЕДЕЛИТЬ НАИБОЛЕЕ ПРИБЫЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ



АЛЕКСАНДР ИВАНОВ

Руководитель отдела
аналитики iConText

С 2011 г. — руководитель отдела аналитики агентства iConText. В компанию пришёл в 2009 году на позицию аккаунт-менеджера, в августе 2010 года перешёл в отдел аналитики. Сертифицированный специалист GoogleAnalytics, со-автор и докладчик семинаров по веб-аналитике, постоянный участник отраслевых конференций (RIW, iMetrics, DIGITAL без силикона, «Практически»).

ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Как провести анализ и оперативно выявить ошибки рекламной кампании и/или сайта?
- Оптимизация конверсии. Комплексный подход к повышению конверсии сайта, рекламных кампаний и бренда в целом.
- Оптимизация контента — новая задача бизнеса. Как работают западные инструменты, их адаптация к действительности Рунета.
- Отслеживание поведения потенциальных клиентов в Сети и влияние результатов исследования на рекламную кампанию бренда. Последние тренды индустрии — мультиканальные последовательности.
- Эпоха предиктивного маркетинга. Чем привлекают весь мир инструменты анализа и повышения эффективности интернет-маркетинга? Российские кейсы.
- Особенности ведения, анализа и оптимизации рекламных кампаний e-commerce проектов.

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Экспериментировать необходимо всегда? Даже тогда когда всё вроде бы хорошо?

Да, потому что пока вы думаете, что у вас всё хорошо, ваши конкуренты сделают ещё лучше.

Сплит-тестирование и А/Б-тестирование — это одно и то же? Его можно делать при помощи Гугл Аналитикса?

Да. С недавних пор можно с помощью GA, т. к. Google интегрировал Google Website Optimizer в GA.

РЕАКЦИЯ:

[@Bakulevskiy:](#)

Алексей Иванов: Вечные проблемы оптимизации Нет людей Нет желания Нет доверия Нет культуры **#obpconf**

[@victoria_biz:](#)

Алексей Иванов: Рисуем рекламные баннеры в Paint! Давайте избавляться от баннерной слепоты!)) **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

СИСТЕМЫ ОНЛАЙН-ОПЛАТЫ ДЛЯ УСКОРЕНИЯ ПРОДАЖ: КАК НЕ ОШИБИТЬСЯ В ВЫБОРЕ ПАРТНЁРА?



ВЯЧЕСЛАВ ФЁДОРОВ

директор по развитию
E-MoneyNews

Специалист в области PR, менеджмента и электронных платёжных систем, владелец издания e-MoneyNews. В 2004-2007 гг. занимал должность руководителя отдела регионального развития Яндекс.Деньги, где занимался развитием партнёрских отношений со всем компьютерным и сотовым ритейлом России. В 2007-2011 гг. руководил отделом по развитию платёжных систем оператора связи Yota, где занимался запуском проекта Yota Деньги, развитием платёжной инфраструктуры компании в России, Белоруссии и Никарагуа.

ОСОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Какие типы платёжных систем представлены на рынке? Структура платёжной системы России.
- Как самостоятельно установить платёжную систему на сайте.
- Как выбрать оптимального поставщика платёжных услуг и не ошибиться.
- Финансовые условия: какие ставки можно ожидать?
- Сравнение платёжных систем: плюсы и минусы.
- Как повысить доход при оптимизации платёжных форм на сайте?
- Как увеличить доход при рекуррентных платежах.
- Увеличение конверсии при размещении на сайте мало используемых платёжных систем.
- Виды реализации приёма платежей и основные ошибки компаний.
- Мошенничество и риски. Как застраховать себя от возможных потерь?

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Как отменить рекуррент?

Прийти в банк, написать заявление и сказать, что услуга вам не была предоставлена. Если вы это сможете обосновать, то банк вернёт денежные средства.

Что вы думаете насчёт будущего мобильных платежей?

Этот тип платежей развивается и будет активно завоевывать рынок. Если на вашем сервисе средний платёж до 500 р., то смело внедряйте этот вид платежа.

РЕАКЦИЯ:

[@AdmnskRu:](#)

В сентябре ряд платёжных систем Рунета окажутся вне правового поля! Вячеслав Фёдоров на **#obpconf**

[@victoria_biz:](#)

Вячеслав Фёдоров: При выборе платёжной системы задавайте много вопросов — всем. **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ: ФОРМИРУЕМ ДОВЕРИЕ И ГОТОВНОСТЬ К ПОКУПКЕ



МАКСИМ ИЛЬЯХОВ

ответственный редактор
дизайн-бюро Артёма Горбунова

Ответственный редактор бюро с 2009 г. Автор «Советов о русском языке, редактуре и информационном стиле». Автор и ведущий практического курса «Информационный стиль и редакция текста». Клиенты: Мегаплан, Getwear.com, Актон Медиа. [Автор рекламного поста «Гетвеара»](#) в ЖЖ Тёмы. Лингвист, преподаватель МГУ.

ОСОВНЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Что такое продающие тексты и почему это не то, что вы думаете. Что значит продавать в интернете.
- Кому продавать?
- Кому мы верим, кого мы любим. Фальшь, честность и игра в текст.
- Как устроена страница товара?
- Что делать, если у товара тысяча свойств и преимуществ. Сложные продукты.
- Обещания.
- Слова, уменьшающие доверие.
- Разбор удачных и неудачных продающих страниц.



МАКСИМ ИЛЬЯХОВ

РЕКОМЕНДУЕТ ПОЧИТАТЬ:

www.artgorbunov.ru/bb/soviet/20120701

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ:

Возможно ли воспитывать аудиторию? Или мы только подстраиваемся под неё?

Обязательно. Когда мы общаемся с людьми уважительно, они на нас соответственно реагируют и приходят к нам чаще, чем к другим. Это и есть воспитание.

Лучше в тексте обращаться от третьего лица или на «вы»/«ты»?

На мой взгляд — лучше на вы (когда единственное число), но можно и через третье лицо. Единственная проблема, если к человеку обращаетесь на «ты», а он к этому не готов.

РЕАКЦИЯ:

[@Medveding:](#)

Действительно, вправду, по-настоящему, шокирующий, невероятный, попробуйте, подумайте, наконец-то — фальшивые слова в текстах **#obpconf**

[@victoria_biz:](#)

Максим Ильяхов: Если вы не можете продать товар заголовком, то вы не можете продать товар в принципе. **#obpconf**



СКАЧАТЬ ДОКЛАД*

* Ссылка на скачивание презентации действительна в течение недели.
Не забудьте скачать до 12 июля!

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



СПЕЦИАЛЬНО
ДЛЯ УЧАСТНИКОВ
КОНФЕРЕНЦИИ
СКИДКА 15%

Специально для участников конференции —
скидка 15% на любой семинар в школе
интернет-маркетинга «Нетология».
Введите при регистрации на сайте
www.netology.ru бонусный код: **obp28.06**

Скидка действительна до 1 января 2013



ЖИВЁТЕ НЕ В МОСКВЕ?

Специально для вас — интерактивные онлайн-видеотрансляции семинаров!

www.netology.ru/online

СЕМИНАРЫ НЕТОЛОГИИ

РЕКОМЕНДУЕМ ВАМ ПОСЕТИТЬ СЕМИНАРЫ «НЕТОЛОГИИ», ПОСВЯЩЁННЫЕ ПОСТРОЕНИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ БИЗНЕСА В СЕТИ:

1

БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ: ОТ ИДЕИ ДО ПРОДУКТА, ИЛИ КАК ЗАПУСТИТЬ УСПЕШНЫЙ СТАРТАП

Минимум бюрократии, максимум свободы и возможностей реализации своих целей на локальном и глобальном уровне — это то, что отличает интернет-предпринимательство от традиционного бизнеса не только в России, но и во всём мире.

ДАТА И ВРЕМЯ: 17 ИЮЛЯ С 10:00 ДО 18:00

2

ПРОДВИНУТЫЙ КУРС ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

В компактном, практичном двухдневном семинаре будет рассказано о всех важнейших инструментах интернет-продвижения, их взаимосвязях, возможностях, способах получения максимально возможного результата. Подробно будут рассмотрены такие инструменты интернет-маркетинга, как оптимизация в поисковых системах (SEO), контекстная и медийная реклама, продвижение в социальных медиа и интернет PR, а также даны конкретные методики по анализу эффективности использования этих инструментов.

ДАТА И ВРЕМЯ: 19-20 ИЮЛЯ С 10:00 ДО 18:00

3

SOCIAL MEDIA MARKETING ОТ А ДО Я: ЛОЯЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Семинар рассчитан на специалистов, уже имеющих некоторый опыт работы с социальными сетями и желающих получить детальные знания по всем инструментам продвижения в них. Слушатели узнают, как эффективно использовать социальные медиа для привлечения и удержания клиентов, как построить интеграцию сайта с социальными сетями и как измерять эффективность работы на этих площадках. Семинар включает в себя пошаговое руководство по созданию и развитию сообществ компании в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Twitter, а также использованию скрытого маркетинга и геосервисов.

ДАТА И ВРЕМЯ: 26-27 ИЮЛЯ С 10:00 ДО 18:00

4

SEO-АНАЛИТИКА: КЛЮЧ К ЭФФЕКТИВНОМУ ПРОДВИЖЕНИЮ

SEO — одна из самых изменчивых сфер интернет-маркетинга. На семинаре вы поймёте принципы и нюансы работы поисковых систем, сможете объективно прогнозировать результаты и находить эффективные методы SEO-продвижения для успешного привлечения клиентов из поисковых систем.

ДАТА И ВРЕМЯ: 22 АВГУСТА С 10:00 ДО 18:30

ДВОЙНОЕ ЛЕТО В НЕТОЛОГИИ

«НЕТОЛОГИЯ» ОБЪЯВЛЯЕТ АКЦИЮ **«ДВОЙНОЕ ЛЕТО — ДВА ПО ЦЕНЕ ОДНОГО!»**.
НЕ УПУСТИТЕ СВОЙ ШАНС — УЧИТЕСЬ БОЛЬШЕ, УЧИТЕСЬ В КОМПАНИИ С КОЛЛЕГАМИ,
ОСВАИВАЙТЕ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ И ДОБИВАЙТЕСЬ ВЫСОТ В КАРЬЕРЕ И БИЗНЕСЕ!



Два по цене одного

Мы дарим возможность двум представителям от одной компании учиться по цене одного участника!



Онлайн-семинар в подарок

Теперь, при покупке семинара в нашей школе, вы получаете любой онлайн-семинар в подарок!

РЕГИСТРАЦИЯ И КОНТАКТЫ

Регистрируйтесь на сайте: www.netology.ru/calendar, звоните по телефону: +7(495) 540-55-28

Мы поможем подобрать курсы и ответим на ваши вопросы!

УСЛОВИЯ АКЦИИ

Акция проходит в течение лета 2012г., при оплате участия в семинарах в период
с 01.06.12 по 31.08.12.

Условия акции **«Два семинара по цене одного!»** распространяются на семинары с равным или меньшим количеством дней, то есть за участие в однодневном семинаре — в подарок дается любой однодневный онлайн-семинар, за участие в двухдневном семинаре — в подарок дается любой двухдневный или однодневный онлайн-семинар.

ДЛЯ ВАС СТАРАЛИСЬ

СДЕЛАТЬ ПОЛЕЗНОЙ И ИНТЕРЕСНОЙ КОНФЕРЕНЦИЮ ДЛЯ ВАС СТАРАЛИСЬ:

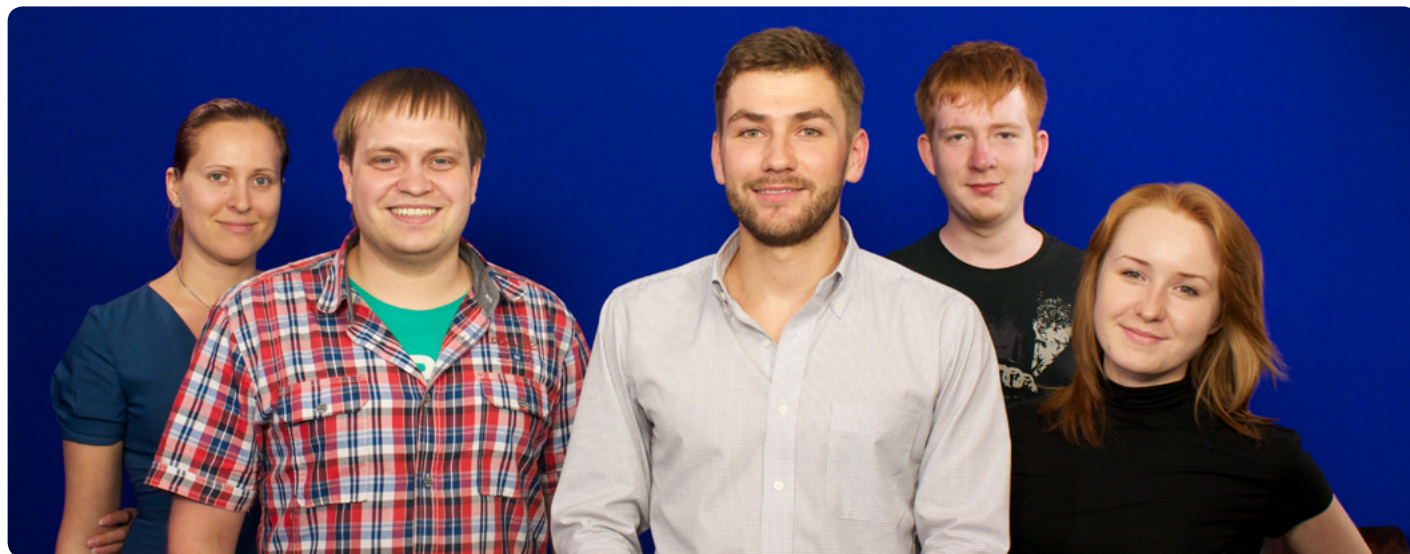
КОМАНДА «НЕТОЛОГИИ»

СВЕТЛАНА ФЕДЯХИНА, ТАТЬЯНА СИЗОВА, ЮЛИЯ МИКЕДА, ЮЛИЯ ЗАВДОВЬЕВА, МАКСИМ СПИРИДОНОВ, НАТАЛИЯ ХАРИТОНОВА, НАТАЛЬЯ ШЕЛАГИНА, АНАСТАСИЯ ФИЛИМОНОВА, НАТАЛЬЯ ИВАШКЕВИЧ, АЛЕКСАНДР КУЗНЕЦОВ И ЮЛИЯ ЯКОВЛЕВА.



КОМАНДА «COMDI»

ЕКАТЕРИНА КЕНАРЕВА, ЕГОР УЛИН, АРТЕМ ПОЛЯНСКИЙ, ДМИТРИЙ АРТИЩЕВ И АНАСТАСИЯ ГАВРИШ.



БЛАГОДАРНОСТЬ

БЛАГОДАРИМ ЗА ПОДДЕРЖКУ НАШИХ ГЕНЕРАЛЬНЫХ ПАРТНЁРОВ:



FORBES, бизнес-партнёр

www.forbes.ru

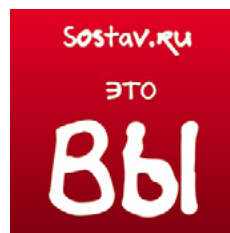
Сайт www.forbes.ru — естественный путь развития российского издания журнала Forbes в онлайн. В нём сочетаются высокие стандарты деловой журналистики и оперативное освещение важнейших новостей, современная инфографика и фоторепортажи. И всё это — о бизнесе и бизнесменах, как начинающих свое дело, так и уже вошедших в рейтинги богатейших людей Forbes.



SOSTAV, партнёр проекта

www.sostav.ru

Ведущий российский информационно-аналитический портал, посвящённый рынку рекламы, маркетинга, PR. Проект охватывает все этапы производства рекламных продуктов и проведения рекламных кампаний, спецпроектов, используя индивидуальный подход под каждого клиента.




SUPERJOB, HR-партнёр

www.superjob.ru

Портал Superjob.ru — лидер на рынке онлайн-рекрутмента в России. Ежедневно в базу данных сайта добавляется более 110 000 новых резюме специалистов и публикуется более 40 000 объявлений о вакансиях.



РАЭК, при поддержке

www.raec.ru

РАЭК — Российская Ассоциация электронных коммуникаций. РАЭК была создана в 2006 году, и на сегодняшний день объединяет более 90 игроков отечественной интернет-отрасли.

Миссия Ассоциации: формировать цивилизованный рынок электронных коммуникаций, поддерживать проекты в отраслевом образовании и науке, развивать нормативно-правовое поле по защите интересов участников рынка.

В Ассоциацию входят крупнейшие игроки российского рынка электронных коммуникаций — это позволяет РАЭК объективно представлять интересы отрасли, и эффективно решать её задачи. Хотите принимать активное участие в формировании цивилизованного рынка электронных коммуникаций в России? Присоединяйтесь — www.raec.ru

**RMA, образовательный партнёр**

www.rma.ru

С 2000 года бизнес — школа RMA реализует уникальные образовательные программы для менеджеров, главной особенностью которых является преподавание ключевых дисциплин педагогами-практиками, добившимися значительных успехов в своих отраслях бизнеса.

**INFOX, интернет-партнёр**

www.infox.ru

Интернет-издание Infox.ru предоставляет новости в режиме реального времени. В настоящее время суточная аудитория ресурса составляет более 400 тыс. человек, месячная уникальная аудитория достигла 6 млн человек. 25 ноября 2009 года Infox.ru стал лауреатом Премии Рунета в номинации «Государство и общество». Infox — это работа с проверенными источниками информации, эксклюзивный контент, высокая скорость обработки информации, удобная навигация, мультимедийный формат подачи информации.

**WAPSTART, мобильный партнёр**

www.wapstart.ru

WapStart — владелец крупнейшей в России мобильной рекламной сети Plus1 WapStart и наиболее полного и популярного в России каталога мобильных сайтов TopWapStart. Компания оказывает услуги тысячам издателей мобильных сайтов и приложений. Ежемесячная рекламная емкость WapStart — свыше 1,5 млрд показов, число уникальных посетителей — более 10 млн в месяц. Компания WapStart владеет передовыми технологиями таргетинга и анализа аудитории, позволяющими проводить рекламные кампании в мобильной среде с высокой рентабельностью инвестиций.

Крупнейшая мобильная рекламная сеть в России WapStart специально для участников онлайн-конференции представляет акцию «Пилот Вам в помощь»!

1. Зарегистрируйтесь в мобильной рекламной сети plus1.wapstart.ru
2. В форме регистрации нового пользователя введите свой партнерский код **13565**
3. Запустите рекламную кампанию на 1 000 целевых кликов

**ИНТЕРФАКС, информационный партнёр**

www.interfax.ru

«Интерфакс» с начала 1990-х годов является основным источником оперативной информации о России и СНГ для международного сообщества, входит в число наиболее часто используемых в мире источников оперативной информации.

Интернет-газета информационного агентства «Интерфакс» www.interfax.ru — это круглосуточный информационный канал, в котором оперативные новости имеют приоритетное значение. Главная задача портала — создание полной новостной картины дня, отражающей наиболее важные события в общественно-политической и экономической жизни России и мира, а также происходящее в области культуры и спорта. Специально для московской аудитории создан раздел «Москва», освещающий ежедневную жизнь столицы России.

Новости на interfax.ru — это публичная версия профессиональных новостей «Интерфакса» — ведущего информационного агентства в странах Евразии.


 LIFEHACKER
ЛАЙФХАКЕР, блог-партнёр
www.lifehacker.ru

Лайфхакер — это сайт о продуктивности, о том, как использовать компьютеры, сайты и технологии с наибольшей эффективностью и пользой. Мы рассказываем об интересных программах и методиках, о которых вы могли и не знать. Наша цель — сделать так, чтобы вы успевали закончить свою работу раньше срока. Мы ищем простые и элегантные решения для сложных проблем.


 Free-lance.ru
ФРИЛАНС, фри-ланс партнёр
www.free-lance.ru

Free-lance.ru — это самая крупная биржа удалённых работников в Рунете. За семь лет существования сайт объединил сотни тысяч человек из разных городов России и других стран, которые качественно и в срок исполняют любой заказ клиента — от дизайна буклетов и создания сайтов до переводов с пушту.


 COMDI
COMDI, технологический партнёр
www.comdi.com

COMDI — российский разработчик и провайдер сервисов для проведения вебинаров и дистанционного обучения через интернет на основе видеокommunikаций.

COMDI предоставляет возможность пригласить спикеров прочитать лекцию или организовать выступление независимо от их местонахождения.

ПОЛЕЗНЫЕ РЕСУРСЫ



rociD

www.rocid.ru

rociD — это «Единая сеть рунетчиков», участие в которой облегчит регистрацию на многие будущие профессиональные мероприятия Рунет-отрасли.



toWave

www.towave.ru

toWave — информационное интернет-издание про социальные медиа, интернет-маркетинг и интернет-проекты. Самые интересные статьи, самые актуальные новости и передовой опыт западных и отечественных специалистов.



Руформатор

www.ruformator.ru

«Руформатор» — ежедневное электронное издание, посвященное новостям интернета и технологий. Входит в состав портала «Финам. Картина дня». Аналитические статьи, обзоры, интервью, колонки экспертов, видео и фотогалереи.



МИФ

www.mann-ivanov-ferber.ru

«Манн, Иванов и Фербер» — это максимально полезные книги. Компания начала свою деятельность в сфере деловой литературы, а сейчас осваивает и новые направления, оставаясь верной своему принципу — «издавать только хорошие книги».



UMI CMS

www.umi-cms.ru

UMI.CMS — это удобная, гибкая и экономичная система управления сайтами. Более 1500 разработчиков России (это каждый третий веб-разработчик Рунета) используют UMI.CMS для создания сайтов и интернет-магазинов своим клиентам. Более 15000 веб-проектов уже работают на UMI.CMS.



Elama

www.elama.ru

Сервис для автоматизации работы с контекстной рекламой, который позволяет создавать и запускать рекламные кампании одновременно в Яндекс. Директ, Бегун и GoogleAdWords. еЛама бесплатно предоставляет дополнительные полезные инструменты, которых нет в контекстных системах, позволяющих повысить эффективность рекламы на 30-50%.



MBA

www.mbaconsult.ru

MBA Consult специализируется на подготовке российских абитуриентов к сдаче тестов GMAT и TOEFL и поступлению в лучшие западные бизнес-школы и университеты.



Rookee

www.rookee.ru

ROOKEE — это система автоматизированного поискового продвижения сайтов с полным набором инструментов, необходимых оптимизаторам. Сервис берёт всю рутинную работу со ссылочной массой на себя и заменяют 95% ручного труда.



TRINET

www.trinet.ru

Интернет-агентство TRINET работает на рынке веб-разработки с 2000 г. и входит в TOP-30 веб-студий в России. Является организатором Санкт-Петербургской Интернет-Конференции (в 2010 году СПИК проводился в пятый раз и собрал более 1350 человек, онлайн конференцию смотрело 4000 человек), ежемесячно проводит семинары по интернет-маркетингу в Санкт-Петербурге.



Optimization

www.optimization.com.ua

Optimization.com.ua — это сообщество профессионалов интернет-маркетинга. Точка сборки всех, кому небезразличны слова SEO, PPC, CPM, CTR, SMM и другие. Здесь вы не найдёте новостей о новом продукте Apple, если только это никак не влияет на сферу интернет-маркетинга. Optimization.com.ua — это статьи экспертов с реальными кейсами и действующими советами, интервью лидеров отрасли, репортажи главных событий, конспекты докладов и многое другое.



B2Blogger

www.b2blogger.com

B2Blogger.com является одной из самых популярных платформ по рассылке онлайн пресс-релизов в странах СНГ и Балтии. В несколько кликов клиент может распространять информацию о событии компании в новостях ведущих интернет-СМИ: в лентах информационных агентств, региональных СМИ, отраслевых порталов, а также в блогосфере и социальных сетях.



Moscow Business School

www.mbs-seminar.ru

Moscow Business School — одна из ведущих бизнес-школ России с многолетним опытом в сфере бизнес-образования. Мы предлагаем не только краткосрочные семинары и корпоративные тренинги, но и долгосрочное обучение по программам MBA. Среди большого выбора дистанционных MBA-программ, разработанных специалистами Moscow Business School, Вы обязательно найдете подходящую именно Вам.



Школа Жизни

www.shkolazhizni.ru

«ШколаЖизни.ру» — это ежедневный познавательный интернет-журнал, имеющий формат ответов на вопросы. По объему создаваемого профессионального оригинального контента «ШколаЖизни.ру» является одним из ведущих изданий в Рунете.



Ecwid

www.ecwid.ru

Конструктор интернет-магазинов Ecwid интегрируется в любой сайт в считанные минуты. Его можно использовать со всеми основными системами управления контентом.



Setup

www.setup.ru

Setup.ru — создай и раскрути свой сайт или интернет-магазин бесплатно! Мгновенно и просто.



Блогун

www.blogun.ru

Blogun.ru — полезный и нужный инструмент для владельца сайта, предпринимателя, SEO-специалиста и маркетолога. Реклама в социальных сетях, раскрутка в блогах и сообществах — это современный способ продвижения товаров и услуг, недорогой и очень перспективный.



SEOnews

www.seonews.ru

SEOnews.ru — первое в Рунете обновляемое ежедневно отраслевое интернет-издание, посвященное поисковой оптимизации (SEO) и интернет-рекламе. На страницах SEOnews можно найти информацию о российских и зарубежных поисковых системах, теорию и практику поисковой оптимизации, основы интернет-рекламы, а также рекомендации по выбору SEO-компании.



WEbready

www.web-ready.ru

Ежегодный конкурс WebReady: Internet&Mobile с призовым фондом 1,5 млн рублей — уникальная возможность для стартапов, работающих в сфере интернета и мобильных приложений, заявить о себе перед инвесторами, экспертами, будущими партнерами. Заявки на конкурс принимаются с 1 июня по 14 октября, финал конкурса в формате Инвестиционного форума состоится 30 ноября в Санкт-Петербурге. Подробности — www.web-ready.ru.



UniSender

www.unisender.com/ru

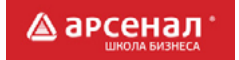
UniSender — ведущий поставщик услуг в сфере email- и SMS-маркетинга. Веб-сервис UniSender призван помочь компаниям эффективно взаимодействовать с аудиторией посредством e-mail и SMS каналов.



Ловим сетью

www.lovim.net

«Ловим сетью» — новый блог о маркетинге и продажах в интернете. Проект призван помочь ответить на вопрос: «Как добывать клиентов из интернета?».



Арсенал

www.arsenal-hr.ru

20 лет на рынке бизнес-образования. Авторские программы от признанных экспертов: Владимира Тарасова, Сергея Макшанова, Елены Сидоренко, Александра Фридмана, Глеба Архангельского. Место силы для предпринимателей, заинтересованных в выходе на лидирующие рыночные позиции.



RUSLEAD

www.cpanetwork.ru

CPA Network — это автоматизированная платформа, позволяющая СОКРАТИТЬ путь к покупке. Покупая лиды и сохраняя их в свою CRM, вы получаете уникальную возможность работать со своей целевой аудиторией и превращать её в активных и лояльных покупателей. Не это ли ТО, что ВАМ нужно?



СтартАп форум

www.startupforum.ru

Проект СтартАпФорум — это сообщество успешных интернет-предпринимателей. У нас вы сможете получить знания, связи и инвестиции для запуска своего проекта или же наоборот правильно вложить накопленные средства в перспективный стартап.



SAPE

www.sape.ru

Крупнейшая ссылочная и статейная биржа Рунета, ставшая незаменимым инструментом для SEO-специалистов, интернет-маркетологов и PR-менеджеров.



BIZZ

www.bizzteams.ru

BizzTeams.ru — это ресурс, посвящённый новостям, событиям и мероприятиям, связанным с интернет-маркетингом. На BizzTeams можно найти информацию о зарубежном рынке интернет маркетинга на русском языке. Это новости поисковых систем, интернет-рекламы, репортажи с зарубежных конференций и выставок, интервью с руководителями компаний — крупных игроков рынков западного интернета. На форуме Bizzteams.ru вы найдете актуальную и полезную информацию о поисковых системах, партнёрских программах, разработке и дизайне сайтов, отчётах с выставок западных и российских конференций.



CMS Magazine

www.cmsmagazine.ru

CMS Magazine — ведущий аналитический портал рынка веб-разработок. Цели проекта — предоставить наиболее полный обзор рынка веб-разработок, стать полноценной площадкой для общения профессиональных веб-разработчиков и их потенциальных клиентов.



TimePad

welcome.timepad.ru

TimePad — это удобный интернет-сервис для организаторов событий. Он помогает анонсировать события, приглашать и регистрировать участников, продавать электронные билеты и упрощать подготовку любого события.



Weblancer

www.weblancer.net

Биржа удалённой работы.



Ассоциация молодых предпринимателей

www.moldelo.ru

Ассоциация Молодых предпринимателей России является крупнейшей авторитетной общероссийской организацией, объединяющей более 7000 молодых предпринимателей.



Каванга

www.kavanga.ru

Каванга — одна из крупнейших рекламных сетей Рунета, работающая на собственной технологической платформе. Мы объединяем в единое рекламное пространство более 1000 качественных тематических сайтов. Уникальный месячный охват аудитории составляет 27 млн человек в возрасте 12-54 лет в России.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ И
ДО НОВЫХ ПРИЯТНЫХ ВСТРЕЧ В ЭФИРЕ!

 [TWITTER.COM/#!/NETOLOGY_RU](https://twitter.com/#!/NETOLOGY_RU)

 [FACEBOOK.COM/NETOLOGY.RU](https://facebook.com/netology.ru)

 [VK.COM/NETOLOGY_RU](https://vk.com/netology_ru)

ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИИ:



нетология
школа интернет-маркетинга

МОСКВА
КУТУЗОВСКИЙ ПРОСПЕКТ, Д. 36, СТР. 23, ОФ. 817
ТЕЛ.: +7 (495) 540-55-28
EMAIL: SEMINAR@NETOLOGY.RU