

## **92134 Анализ методов продвижения интернет-магазина**

### **ВВЕДЕНИЕ 2**

### **1 АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СИТУАЦИИ И ПРИМЕНЕНИЯ НОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА 3**

#### **1.1 Общая характеристика компании ООО «Мульма». Интернет-магазин компании 3**

#### **1.2 Анализ маркетингового управления ООО «Мульма» 3**

#### **1.3 Формирование требований к продвижению Интернет-магазина. Семантическое ядро 8**

### **2 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ 16**

#### **2.1 Инновации в привлечении целевой аудитории с помощью интернет-ресурсов 16**

#### **2.2 Методы продвижения сайтов в сети интернет, их разновидности 22**

#### **2.3 Системы учета статистики 26**

### **3 РАЗРАБОТКА ПЛАНА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА КОМПАНИИ 38**

#### **3.1 Анализ конкурентов исследуемого интернет-магазина 38**

#### **3.2 Описание маркетингового плана внедрения инструментов онлайн-маркетинга. Проведение комплекса SEO –мероприятий 40**

#### **3.3 Проведение редизайна Интернет-магазина с целью повышения уровня юзабилити 53**

3.4	Внедрение SMM и дополнительных методов продвижения	56
4	ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ПРЕДЛАГАЕМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ	62
4.1	Расчет стоимости предлагаемых мероприятий по продвижению интернет-магазина	62
4.2	Определение параметров возможной экономической эффективности	66
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	71
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	74