

Клиент Super-Lock s.r.o. владеет интернет-магазином косметики <https://www.seaofspa.cz/> и хочет привлечь больше розничных покупателей, а не только оптовых. Магазин сейчас плохо виден в поисковых системах и неэффективно работает в социальных сетях.

1. Цели и ключевые показатели эффективности (KPIs):

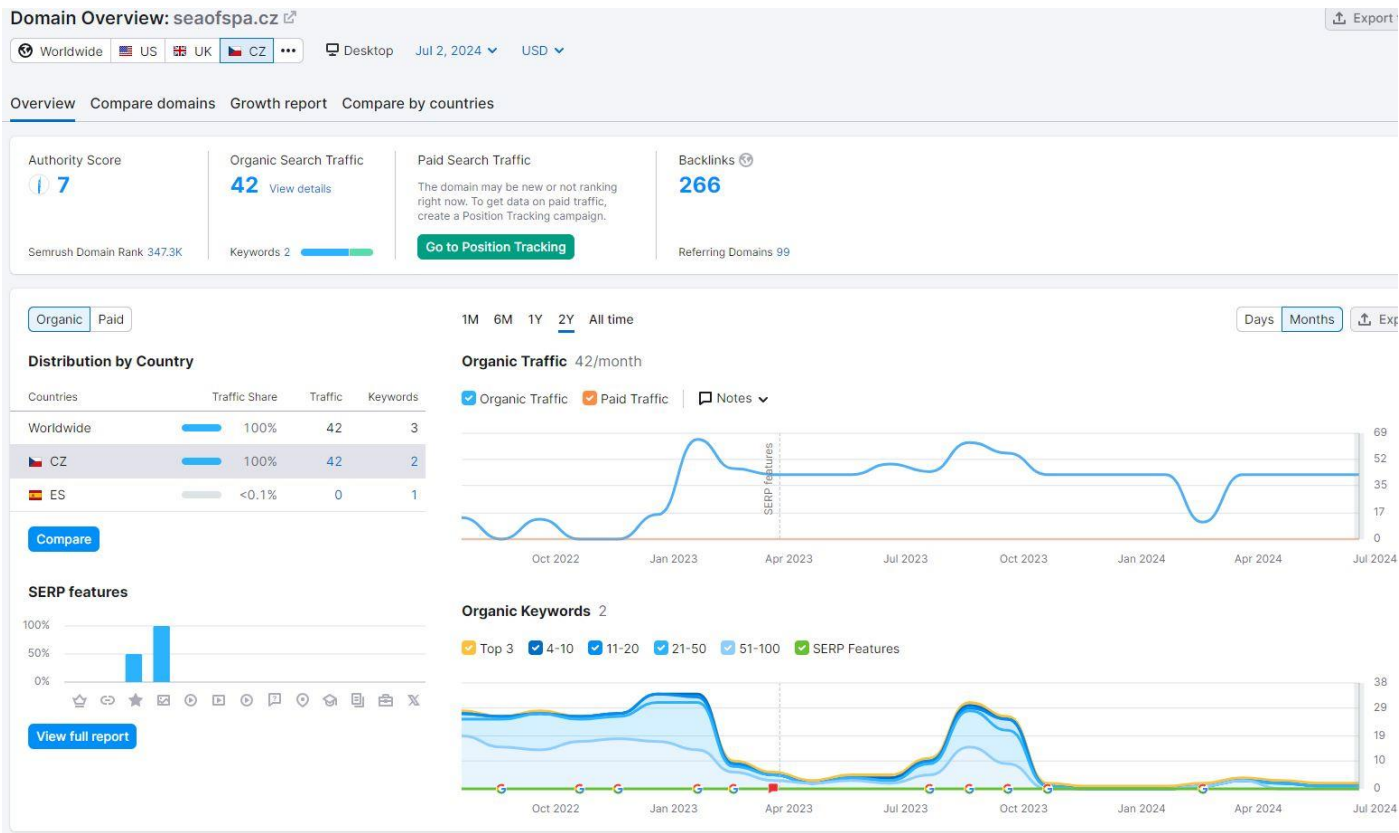
- Увеличить органический трафик на 30%
- Повысить конверсии на 10%
- Улучшить видимость в поисковых системах по важным ключевым словам

2. Определение целевой аудитории и идеального клиента:

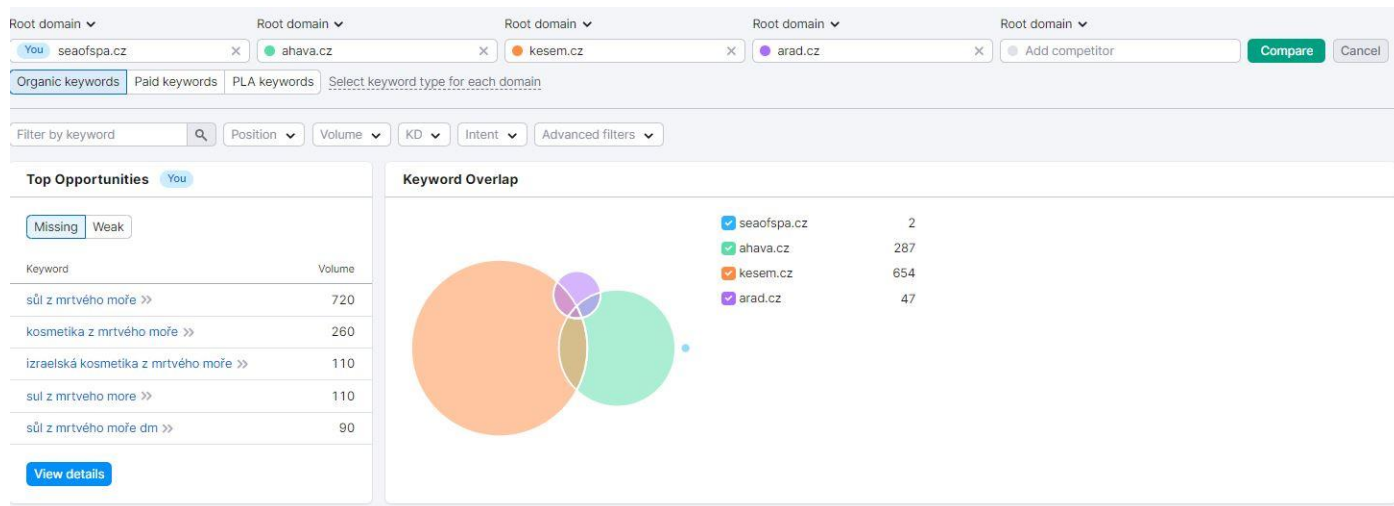
- Женщины в возрасте 25-55 лет в Европе со средним и высоким доходом
- Интересы: натуральная и органическая косметика, здоровый образ жизни, йога, путешествия

3. Проблемы, которые нужно решить:

- Низкие позиции в поисковой выдаче по важным ключевым словам
- Неэффективная работа в социальных сетях, особенно на Facebook
- Нет блога и другого полезного контента на сайте



Скриншоты отчетов из Semrush, предоставленные клиентом. В отчете представлено подробное описание текущего состояния интернет-магазина косметики seaofspa.cz, включая анализ авторитета домена, органического и платного трафика, обратных ссылок, географического распределения трафика и динамики органического трафика и ключевых слов за последние 24 месяца.



Маркетинговый план для Super-Lock s.r.o.

1. Цели и ключевые показатели эффективности (KPIs):

- Увеличить органический трафик на 30%
- Повысить конверсии на 10%–20%
- Улучшить позиционирование в поисковых системах по ключевым словам

2. Определение целевой аудитории и идеального клиента:

Целевая аудитория:

- Женщины в возрасте 25-55 лет в Чехии со средним и высоким доходом
- Интересы: натуральная и органическая косметика, здоровый образ жизни, йога, путешествия, wellness-программы
- Привычки: активное использование социальных сетей, покупка косметики онлайн, чтение обзоров и статей по уходу за кожей

Идеальный клиент:

- Возраст: 35 лет
- Работа: Менеджер в IT-компании
- Доход: Выше среднего
- Место проживания: Прага, Чехия
- Интересы: Уход за кожей, здоровый образ жизни, йога, путешествия, wellness-программы
- Покупательское поведение: Часто заказывает косметику онлайн, предпочитает продукты с хорошими отзывами, следит за новинками в области натуральной косметики

3. Разработка контент-стратегии:

Блог:

- Создание блога на сайте с регулярными обновлениями

Темы публикаций:

- Преимущества косметики с минералами Мертвого моря
- Советы по уходу за чувствительной кожей
- Истории успеха и отзывы клиентов
- Профессиональное мнение о косметике из Мертвого моря

SEO:

- Провести технический SEO-аудит и устранить выявленные проблемы

Оптимизация страницы, по ключевым словам:

- "Kosmetika z Mrtvého moře"
- "Přírodní kosmetika z Mrtvého moře"
- "Přínosy minerálů z Mrtvého moře pro pokožku"
- "Nejlepší krém na obličej z Mrtvého moře" и др.

Контентные ресурсы:

- Создать инфографику и визуальные материалы о продуктах
- Публиковать статьи и образовательные материалы

4. Продвижение в социальных сетях:

Платформы:

- Основной акцент на Facebook, в последствии дополнительно использовать Instagram

Контент-план:

- Публиковать 3–4 поста в неделю

Тематика:

- Обзор косметических продуктов
- Советы по уходу за кожей
- Истории и впечатления клиентов
- Новости и тренды в бьюти-индустрии
- Профессиональные советы и мастер-классы

Взаимодействие:

- Регулярно отвечать на комментарии и вопросы подписчиков
- Проводить конкурсы и акции для повышения вовлеченности

5. Развитие обратных связей и отзывов:

- Мотивировать клиентов оставлять отзывы на сайте и в социальных сетях
- Использовать положительные отзывы в контенте и рекламных материалах

6. Анализ конкурентов:

- Изучить успешные стратегии конкурентов, по ключевым словам, и контенту
- Использовать лучшие практики для улучшения SEO и контент-маркетинга

Конкуренты:

<https://www.ahava.cz/>

<https://www.kesem.cz/>

<https://manufaktura.cz/mrtve-more/>

<https://www.arad.cz/>

7. Метрики и отчетность:

- Ежемесячный анализ и отчетность по ключевым показателям
- Корректировка стратегии на основе полученных данных

Срок выполнения:

1. Анализ аудитории и конкурентов (1-2 недели, 20 часов):

- Неделя 1: Исследование аудитории (10 часов, по 2 часа в день)
- Неделя 2: Анализ конкурентов (10 часов, по 2 часа в день)

2. SEO аудит и оптимизация (2-4 недели, 40-80 часов):

- Неделя 3-4: Проведение SEO аудита (20 часов)
- Неделя 5-6: Оптимизация сайта на основе аудита (20-60 часов, возможно увеличение времени в зависимости от задач)

3. Разработка и внедрение маркетингового плана (2-4 недели, 30-60 часов):

- Неделя 7-8: Разработка плана (15 часов)
- Неделя 9-10: Внедрение плана (15-45 часов)

4. Планирование и создание контента для социальных сетей (постоянно, 5-10 часов в неделю):

- Ежедневно уделять 1 час в день на планирование и создание контента.

Таким образом, выполнение всех задач займет приблизительно 3-4 месяца.