

Тестовое задание «Поисковая оптимизация»

Оптимизация расходов на продвижение сайта

Бизнес-школа продвигает свои образовательные услуги с помощью сайта. На сайте размещена основная информация об истории, образовательных курсах и грантах, есть возможность скачать учебные пособия. Для продвижения сайта компания использует обмен ссылками, регистрацию в каталогах и платную рекламу. Статистика по сайту за последние 6 месяцев приводится ниже. Бюджет платной рекламы 10 тыс \$ в месяц.

Источник	Посетители	Кол-во просм-х страниц	Среднее время, сек	Новые посетители	Выход	% Заполнившие контактную форму
сpc	160413	4,36	422,28	0,83	0,41	0,91
organic	85826	6,03	471,12	0,66	0,27	0,97
referral	45727	4,89	500,44	0,70	0,34	0,77
direct	36831	4,73	543,38	0,68	0,35	1,26
другое	9	3,44	100,25	0,66	0,11	0,00

Перед seo-специалистом стоит задача в течение года сократить расходы на платную контекстную рекламу на 50% и перераспределить бюджет платной рекламы таким образом, чтобы не только сохранить количество посетителей, но и увеличить их лояльность. В качестве количественных показателей для оценки эффективности используются показатели «количество заполненных контактных форм» и «среднее время, проведенное на сайте».

Предложите направления работы seo-специалиста для достижения поставленных целей (без оптимизации контекстной рекламной кампании).

Критерии решения кейса:

- предложен перечень действий, направленных на достижение поставленных целей, преимуществом ответа будет, если план будет содержать прогноз результатов
- сильной стороной является многовариантность решения, указание сильных и слабых сторон различных вариантов
- выбор окончательного варианта решения обоснован с позиции его эффективности (затраты vs результаты)
- предложены оригинальные, но реализуемые варианты решения

Тестовое задание «Маркетинг»*

Разработка стратегии продвижения на белорусском рынке ноутбуков и мониторов LG Electronics

На основании ниже приведенной информации предложите стратегии продвижения для ноутбуков и мониторов, обоснуйте отличия в стратегиях. В описании стратегии необходимо раскрыть роль и прогнозируемую эффективность рекламы и других элементов маркетинг-микса, а именно стимулирования продаж, прямого маркетинга, событийного маркетинга, интерактивного маркетинга и т.д (за исключением спонсорства).

Критерии решения кейса:

- завершенность, комплексность решения
- принципиально новое, неординарное решение (отличное от представленных на белорусском рынке)
- решение позволяет сэкономить часть выделенного бюджета
- сильной стороной решения будет предложение продвижении моделей ноутбуков LG "премиум"-класса:
- решение предполагает параллельное продвижение какого-либо другого продукта марки LG

*За лучшее решение этого кейса будет вручен приз mp3-flash плеер LG UP3.



Дополнительная информация для тестового задания «Маркетинг»

Ноутбуки	19" мониторы премиум сегмента (серия Flatron Fantasy)
ПОЛОЖЕНИЕ БРЕНДА LG	
<p>Компания LG Electronics осуществляет свою деятельность в более чем 160 странах мира и входит в число мировых лидеров в области IT продукции и цифровой электроники.</p>	
<p>Компания LG Electronics, Inc является мировым лидером и пионером технологий в области бытовой электронной техники, бытовых электроприборов и мобильных систем связи; штат сотрудников компании составляет 72000 человек, занятых в 120 подразделениях компании, включая 80 дочерних предприятий, которые располагаются по всему миру.</p>	
<p>Компьютерное подразделение LG Electronics, образованное в 1982 году, имеет свои представительства в крупнейших странах мира и завоевало признание мировых потребителей продукции премиум-класса.</p>	
<p>За последние 20 лет OEM/ODM сотрудничества с ведущими мировыми производителями компьютерное подразделение компании LG аккумулировало лучшие технологии. В итоге LG Electronics первой среди всех производителей ПК освоила требования международного стандарта качества для IT индустрии CMMI третьего уровня, а также представила первый в мире ноутбук на базе платформы Sonoma (2-е поколение технологии Intel® Centrino®) и первый в мире ноутбук с поддержкой технологии ED-VO.</p> <p>Благодаря этим достижениям LG Electronics получила признание лидера компьютерной индустрии, которое было признано немецким изданием Chip Magazine, российским изданием PC Magazine, шведским Mikro Datorn, арабским изданием PC Magazine и прочими ведущими представителями мировой компьютерной прессы.</p>	<p>Серия Flatron FANTASY является воплощением идеи создания мониторов класса премиум с футуристическим дизайном. Данная линейка ляжет в основу разработки следующего поколения мониторов LG.</p> <p>Серия Flatron FANTASY создана компанией LG с целью обеспечить комфорт и легкость во время ежедневного многочасового пребывания за компьютером, а так же привнести в работу эстетическое удовольствие.</p>
<p>Основную конкуренцию составляют следующие производители IT (n% - доля рынка ноутбуков)*:</p> <p>Acer - 20,96%</p> <p>Asus - 16,10%</p> <p>Toshiba - 12,10%</p> <p>HP - 9,06%</p> <p>Dell - 7,50%</p> <p>Fujitsu-Siemens - 6,80%</p> <p>Samsung - 5,65%</p> <p>Sony - 5,40%</p> <p>IBM/Lenova - 4,76%</p> <p>Prestigio - 3,30%</p>	<p>Основную конкуренцию в сегменте жидкокристаллических мониторов составляют следующие производители IT (n% - доля рынка мониторов)*:</p> <p>Samsung 38%</p> <p>LG 33%</p> <p>NEC 10%</p> <p>Philips 8%</p> <p>Acer 4%</p>

<p>LG - 2,80%</p> <p>Philips – 1,60%</p>	
<p>СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Потребители на белорусском рынке ассоциируют продукцию компании LG Electronics в первую очередь с недорогой бытовой техникой, поэтому одна из задач – сломать данный стереотип. • В потребительских предпочтениях при выборе ноутбука цена играет большую роль, чем качество. 	<p>СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мониторы LG (в частности LCD) хорошо известны потребителю и пользуются высоким спросом. • На белорусском рынке цена на аналогичные модели с упрощенным дизайном меньше примерно на 25%. • В потребительских предпочтениях при выборе монитора цена имеет большее значение, чем дизайн (при условии одинаково высокого качества). • Наличие мониторов данного типа на «сером» рынке.
<p>УНИКАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА НОУТБУКОВ LG ПО ОТНОШЕНИЮ К КОНКУРЕНТАМ</p> <p>Высокотехнологичность</p> <ul style="list-style-type: none"> • Технологии объемного звука SRS TruSurround XT • Расширенный диапазон действия Wi-Fi: двойная 6-полосная антенна • Безопасность: <ol style="list-style-type: none"> 1. встроенный чип безопасности TPM, на котором хранятся ключи, пароли и цифровые сертификаты. TPM поддерживает также технологию шифрования отдельных файлов и папок. 2. биометрический сенсор: единственная на рынке технология подкожного сканирования TruePrint <p>Качество</p> <ul style="list-style-type: none"> • высококачественный пластик; • 90% всех комплектующих ноутбуков производится непосредственно компанией LG. (ЖК-дисплеи, оптические приводы, аудиокomпоненты, батареи (LG Chem – обладатель патентов по Li-Ion элементам), корпус, средства коммуникации и прочие компоненты для компьютеров LG поставляются другими подразделениями LG или смежными предприятиями); • работа от батареи в среднем на 1 час 	<p>УНИКАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА МОНИТОРОВ LG ПО ОТНОШЕНИЮ К КОНКУРЕНТАМ</p> <p>Качество и высокотехнологичность</p> <ul style="list-style-type: none"> • Самая передовая в мире контрастность (2000:1) благодаря DFC (цифровой усилитель контрастности); • улучшенное изображение (Flatron f-Engine – первая в мире микросистема для LCD мониторов, улучшающая изображение с использованием программы Fine Window. Процессор использует технологию DAFI, которая включает в себя функцию управления естественным цветом (RCM), обеспечивающую отображение наиболее четких и естественных оттенков на LCD мониторах, а также включает функцию адаптивной оптимизации цветности и контраста (ACE), которая улучшает баланс яркости и контраста. Эта технология идеально подходит для просмотра видео и высококачественных фотографий.); • высокая яркость; • широкие углы обзора (170°(В)/170°(Г)); • быстрое время отклика - 4 мс (GTG), что особенно это заметно при видеоиграх и просмотре кино и спортивных трансляций; • высококачественный пластик; • все комплектующие производятся непосредственно компанией LG или смежными предприятиями; • сенсорное включение;

<p>дольше, чем у аналогов других производителей</p> <ul style="list-style-type: none"> • яркая, высококонтрастная матрица <p>Дизайн</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уникальный дизайн (ноутбуки LG неоднократно были удостоены наград iF Design Award и Reddot Design Award, авторитетных международных премий в области промышленного дизайна) 	<ul style="list-style-type: none"> • модное управление посредством ПО (а не кнопок). <p>Дизайн</p> <ul style="list-style-type: none"> • Уникальный дизайн (мониторы LG LCD Flatron неоднократно были удостоены наград iF Product Design Award, iF Material Design Award и Reddot Design Award, сама же серия мониторов LG Flatron FANTASY стала победителем конкурсов Reddot Design Award и iF Product Design Award 2007); • благодаря высококачественным материалам все модели мониторов LG Flatron FANTASY выглядят стильно и дорого; • неординарная, эмоциональная и безусловно привлекающая внимание подсветка; • уникальный разъем для подключения аналогового и цифрового видеовхода и блока питания экономит пространство на рабочем месте и гармонично сочетается с общим дизайном серии мониторов LG Flatron FANTASY.
<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ПРОДУКТА</p> <p>- Высокая цена (по сравнению с аналогами других производителей)</p>	<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ПРОДУКТА</p> <p>- Высокая цена (по сравнению с аналогами других производителей)</p>
<p>ОСНОВНАЯ АУДИТОРИЯ (СУЩЕСТВУЮЩАЯ И ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ)</p> <p>Наш основной потребитель – это человек, для которого важны в первую очередь максимальная производительность и мобильность ноутбука.</p> <p>Человек, который предпочитает работать с качественной техникой, и которому важно, чтобы эта техника выглядела стильно и представительно. Человек, который любит работать и отдыхать с комфортом. Это мужчины и женщины в возрасте от 30 до 65 лет с доходом от 500 USD в месяц, имеющие среднее специальное или высшее образование, служащие, бизнесмены, домохозяйки, проживающие в Минске и областных центрах Беларуси.</p> <p>Потенциальная аудитория: мужчины и женщины в возрасте от 25 до 65 лет с доходом от 500 USD в месяц, имеющие среднее специальное или высшее образование, служащие, бизнесмены, домохозяйки, студенты, ИП, проживающие и</p>	<p>ОСНОВНАЯ АУДИТОРИЯ (СУЩЕСТВУЮЩАЯ И ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ)</p> <p>Наш основной потребитель – это человек, для которого важна гармония и эстетика, который понимает, что такое мода и стиль.</p> <p>Человек, который предпочитает работать с качественной техникой, и которому важно, чтобы эта техника выглядела стильно и представительно. Человек, который любит работать и отдыхать с комфортом. Это мужчины и женщины в возрасте от 25 до 40 лет с доходом от 500 USD в месяц, имеющие высшее образование, бизнесмены, директора и домохозяйки, проживающие в Минске и областных центрах Беларуси.</p> <p>Потенциальная аудитория: мужчины и женщины в возрасте от 15 до 40 лет с доходом от 500 USD в месяц, имеющие высшее образование, бизнесмены, руководители предприятий и подразделений, домохозяйки, ИП, люди, профессиональная деятельность которых связана с искусством, проживающие и работающие в Минске и областных центрах Беларуси.</p>



<p>работающие в Минске и областных центрах Беларуси.</p>	
<p>КАКИМ ПОТРЕБНОСТЯМ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ОТВЕЧАЕТ ПРОДУКТ</p> <p>Линейка ноутбуков LG представлена моделями, удовлетворяющими различные потребности целевой аудитории: от широко функциональных моделей для всей семьи (W1) до тонких и легких моделей бизнес класса (R400) и ультрапортативных, суперсовременных моделей с сенсорным экраном (C1).</p>	<p>КАКИМ ПОТРЕБНОСТЯМ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ОТВЕЧАЕТ ПРОДУКТ</p> <p>Линейка мониторов LG Fantasy представлена моделями, удовлетворяющими различные потребности целевой аудитории: элитность, уникальность, современность, эстетичность, высокое качество, наилучшее качество изображения, и т.д.</p>
<p>ЗАДАЧИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - увеличение доли рынка ноутбуков LG в Беларуси в течение года до 7% (около 400 ноутбуков в месяц) - расширение каналов дистрибуции - создание имиджа высококачественной техники «премиум» класса - информирование потенциальных потребителей о продукте 	<p>ЗАДАЧИ</p> <ul style="list-style-type: none"> - увеличение доли рынка мониторов LG Fantasy в Беларуси в течение года до 40% - расширение каналов розничной дистрибуции - создание имиджа высококачественной техники «премиум» класса - информирование потенциальных потребителей о продукте
<p>Бюджет</p> <p>Не более \$100 000</p>	<p>Бюджет</p> <p>Не более \$50 000</p>

**Указанные данные являются вымышленными и отражают суммарный показатель оптовых и розничных продаж в Минске и областных центрах Беларуси.*