

МАЛЫЙ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ, 2014 ГОД



ОПОРА РОССИИ

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



слова имеют значение

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение	3
1.1 Обзор	3
1.2 Отрасли малого и среднего бизнеса России	5
1.3 Малый и средний бизнес в регионах России	6
1.4 Портрет российского предпринимателя	9
1.5 Малый бизнес в социальных медиа	10
2. Малый бизнес в интернете	15
2.1 Контекстная реклама	15
2.2 SEO-продвижение	23
2.3 Электронная коммерция	27
2.4 Создание сайтов	31
2.5 Хостинги и домены	35
2.6 SMM	39
2.7 Системы управления клиентами	44
2.8 Онлайн-бухгалтерия	47
2.9 Онлайн-банкинг	49
3. Практические инструменты	53
3.1 Малый бизнес в интернете. Потребности	53
3.2 Сервисы и ресурсы для малого бизнеса	55

1.

ВВЕДЕНИЕ

1.1 ОБЗОР

ПОД МАЛЫМ И СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ ОБЫЧНО ПОНИМАЕТСЯ САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЦЕЛЮЙ КОТОРОЙ ЯВЛЯЕТСЯ СИСТЕМАТИЧЕСКОЕ ПОЛУЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖИ ТОВАРОВ, ОКАЗАНИЯ УСЛУГ, ПОЛЬЗОВАНИЯ ИМУЩЕСТВОМ И ДРУГОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. В РОССИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА СЧИТАЮТСЯ ОРГАНИЗАЦИИ, ГДЕ РАБОТАЕТ МЕНЬШЕ 50 ЧЕЛОВЕК.

Пример стран Западной Европы, США и Японии показывает, какую важную позицию в экономике и жизни страны занимают предприятия малого и среднего бизнеса, и в первую очередь небольшие компании с количеством сотрудников меньше 20 человек. На сегодняшний день в этих странах именно предприятия малого бизнеса обеспечивают больше половины прироста рабочих мест.

Преимущества малого бизнеса — это его гибкость и возможность изменяться, подстраиваться под новые условия и обстоятельства. Как правило, у подобных организаций упрощенная управленческая структура, руководитель компании и управляющий делами — одно и то же лицо, а небольшой по численности штат компании обеспечивает большую вовлеченность в работу и быструю передачу информации между сотрудниками.

Ну и, пожалуй, главная отличительная черта малого бизнеса и его основное преимущество —

это то, что для старта не требуются большие материальные вложения, а невысокие расходы на содержание штата позволяют экономить и осуществлять хорошее управление.

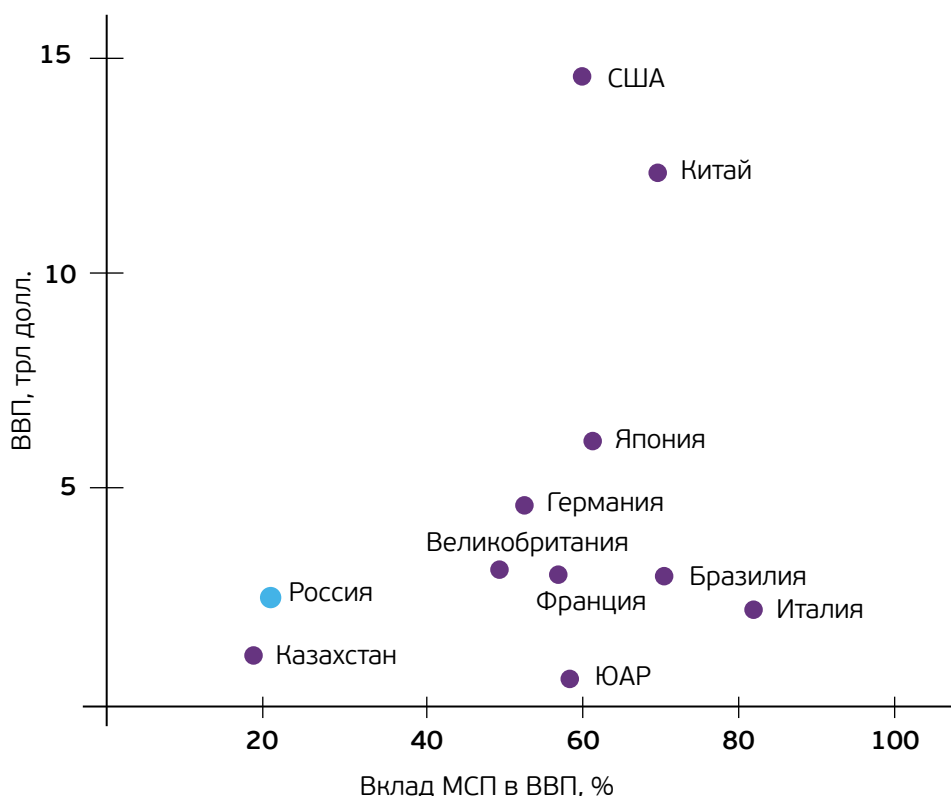
Из недостатков — подверженность изменениям экономической ситуации и воздействию внешних факторов, небольшая привлекательность для инвесторов в качестве объекта инвестирования капитала.

Современная структура рыночной экономики в территориальных и демографических масштабах России предполагает 10-12 миллионов малых предприятий, работающих на предпринимательских началах. Но в настоящее время количество малых и средних предприятий в России составляет только 5,6 млн предприятий. Это свидетельствует о том, что пока малое предпринимательство как отдельный сектор рыночной экономики еще не сформировался в полной мере и его потенциал используется не полностью.

По данным организации «Опора России», на конец 2013 — начало 2014 года в России работают **5,61 миллиона** субъектов малого и среднего предпринимательства, в их числе 2 миллиона предприятий и 3,61 миллиона индивидуальных предпринимателей.

На поддержку малого и среднего бизнеса в 2013 году из федерального бюджета было вы-

ДОЛЯ МСП В ВВП СТРАНЫ



делено **32,51 млрд рублей** и **20 млрд рублей** в качестве государственных гарантий.

С 2014 года 15% составляет минимальная доля государственных и муниципальных закупок, размещаемых у субъектов малого предпринимательства.

Однако, предприятия малого и среднего бизнеса обеспечивают работой пока лишь 16,8 миллионов россиян, т.е. всего 25% людей, занятых в российской экономике. Вклад в российский ВВП составляет 23,6%, что значительно меньше показателей западных стран, где такой вклад малого и среднего бизнеса доходит до 60% (так дело, например, обстоит в Швеции).

В среднем коллектив предприятия малого и среднего бизнеса насчитывают до 3 человек, а фактически почти 4 миллиона фирм состоят из одного человека — собственно владельца предприятия.

За 2013 году количество индивидуальных предпринимателей в России возросло на 25% и достигло 5,75% от взрослого трудоспособного населения. Но одновременно за прошлый год закрылось в два раза больше предприятий по сравнению с 2012 (по данным исследования

«Глобальный мониторинг предпринимательства» Высшей школы менеджмента СПбГУ).

Закрывается предприятие малого бизнеса в России чаще всего из-за финансовой ситуации. Около 40% участников исследования назвали главной причиной закрытие предприятия — нерентабельность. Сюда же можно добавить такие факторы, как высокая налоговая нагрузка, превышающую показатели некоторых развитых стран, высокие ставки по кредитам и прочие бюрократические формальности. Так, например, в 2012 году в два раза была увеличена обязательная сумма страховых взносов для предпринимателей — до 35 тыс. рублей в год (из них 32 500 рублей идет в пенсионный фонд, а 3 185 — на медицинское страхование). Напомним, что прежде эта сумма составляла 17 тыс. рублей.

Но в 2014 года должны вступить в силу новые изменения налогового законодательства, в том числе уменьшение страховых взносов для ИП с 35 тысяч рублей до 19 тысяч рублей.

В целом, несмотря на тяжелый прошлый год и некоторую стагнацию в МСБ секторе, доля малого и среднего бизнеса в российской экономике медленно, но поступательно растёт — с 2007 года она увеличилась до 37%.

1.2 ОТРАСЛИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РОССИИ

По данным организации «Опора России», на конец 2013 года наиболее успешно предпринимателей смогли реализовать себя в следующих видах деятельности:

- оптовая и розничная торговля, ремонт;
- обрабатывающие производства;
- операции с недвижимым имуществом;
- сельское хозяйство;
- строительство.

Малые и средние компании, занимающиеся данными видами деятельности, являются наиболее перспективным для инвестирования и банковского кредитования.

Их выручка от реализации товаров и услуг в 2013 году составила 80% от совокупной выручки малых предприятий, и они же привлекли 82,2 процента инвестиций в основной капитал средних предприятий (по данным исследования banki.ru).

ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА МСП, %



Источник: ОПОРА России

1.3 МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В РЕГИОНАХ РОССИИ

На октябрь 2013 года в России было зарегистрировано 234,5 тыс. малых предприятий, что на 1,5% меньше, чем в предыдущем году.

Нижеприведенные данные не учитывают статистику по индивидуальным предпринимателям

Рост оборота малых предприятий с учетом ИПЦ наблюдается только в трех федеральных округах: в Северо-Западном федеральном округе (6,3%), в Приволжском федеральном округе (3,3%) и в Северо-Кавказском федеральном округе (2,1%).

В остальных федеральных округах оборот малых предприятий с учетом ИПЦ сократился, в Сибирском федеральном округе снижение показателя составило 6,1%, в Центральном федеральном округе — 3,2%, в Дальневосточном федеральном

округе — 2,6%, в Уральском федеральном округе — 1,4%, в Южном федеральном округе — 1,1%.

В январе-сентябре 2013 года объем оборота малых предприятий с учетом ИПЦ по сравнению с аналогичным показателем прошлого года вырос в 41 регионе.

Лидерами по темпам роста показателя стали Республика Ингушетия (показатель вырос на 186,7%), Вологодская область (на 64,9%), Республика Северная Осетия-Алания (на 44,8%), Республика Хакасия (на 37,3%), Пензенская область (на 35,0%), Курская область (на 21,1%), Удмуртская Республика (на 19,5%), Орловская область (на 16,9%), Республика Калмыкия (на 13,5%), Архангельская область (на 13,2%), Ненецкий АО (на 10,9%).

КОЛИЧЕСТВО ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 1 ОКТЯБРЯ 2013 Г.

Федеральные округа	Количество зарегистрированных МП на 1 октября 2013 г. в расчете на 100 тыс. чел. населения ¹		
	единиц	прирост/сокращение за период 01.10.2012–01.10.2013	в % от среднего по РФ
РФ	163,6	-2,82	100,0
Центральный ФО	194,4	8,5	118,8
Северо-Западный ФО	236,9	-7,4	144,8
Южный ФО	125,8	-6,2	76,9
Северо-Кавказский ФО	55,6	-3,2	34,0
Приволжский ФО	156,9	-5,3	95,9
Уральский ФО	162,3	-8,3	99,2
Сибирский ФО	139,5	-12,6	85,3
Дальневосточный ФО	171,2	-0,6	104,6

¹ Исходя из численности населения на 1 января 2013 г.

Источник: отчёт НИСИПП «Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в январе-сентябре 2013 года»

**ОБЪЕМЫ ОБОРОТА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ЯНВАРЕ-СЕНТЯБРЕ 2013 Г.**

Федеральные округа	Объем оборота в январе-сентябре 2013 г.		
	млн руб.	на душу населения, руб. ¹	в % к январю-сентябрю 2012 г. ²
РФ	10 933 732,0	76 274,5	99,2
Центральный ФО	4 043 903,1	104 550,6	96,8
Северо-Западный ФО	1 286 249,7	93 765,5	106,3
Южный ФО	809 595,0	58 201,6	98,9
Северо-Кавказский ФО	226 516,1	23 741,9	102,1
Приволжский ФО	2 048 113,4	68 792,7	103,3
Уральский ФО	1 019 996,6	83 623,1	98,6
Сибирский ФО	1 068 588,7	55 429,9	93,9
Дальневосточный ФО	430 769,3	68 906,6	97,4

¹ Исходя из численности населения на 1 января 2013 г.

² С учетом региональных ИПЦ.

*Источник: отчёт НИСИПП «Динамика развития малого предпринимательства
в регионах России в январе-сентябре 2013 года»*

**СРЕДНЕСПИСОЧНАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ
НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ЯНВАРЕ-
СЕНТЯБРЕ 2013 Г.**

Федеральные округа	Среднесписочная численность работников МП ¹		Доля занятых на МП в общей среднесписочной численности занятых	
	тыс. чел.	в % к январю- сентябрю 2012 г.	%	изменение относительно января- сентября 2012 г., п.п.
РФ	6451,6	101,5	14,1	0,38
Центральный ФО	2023,2	108,4	15,8	1,71
Северо-Западный ФО	730,4	99,1	14,5	-0,02
Южный ФО	483,5	95,1	13,0	-0,54
Северо-Кавказский ФО	162,4	94,6	9,8	-0,49
Приволжский ФО	1360,8	100,5	14,1	0,08
Уральский ФО	575,0	98,5	12,8	-0,21
Сибирский ФО	810,7	97,8	13,3	-0,29
Дальневосточный ФО	305,5	99,0	13,8	0,05

¹ Без внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера.

*Источник: отчёт НИСИПП «Динамика развития малого предпринимательства
в регионах России в январе-сентябре 2013 года»*

**ИНВЕСТИЦИИ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ЯНВАРЕ-СЕНТЯБРЕ 2013 Г.**

Федеральные округа	Объем инвестиций в основной капитал на МП в январе-сентябре 2013 г.		
	млн руб.	на душу населения, руб. ¹	в % к январю-сентябрю 2012 г. ²
РФ	246 518,1	1 719,7	102,2
Центральный ФО	65 001,9	1 680,6	107,8
Северо-Западный ФО	11 851,7	864,0	76,8
Южный ФО	35 579,2	2 557,8	98,2
Северо-Кавказский ФО	10 929,8	1 145,6	176,0
Приволжский ФО	69 320,2	2 328,4	114,2
Уральский ФО	11 257,1	922,9	83,3
Сибирский ФО	36 669,4	1 902,1	86,8
Дальневосточный ФО	5 908,7	945,2	90,3

¹ Исходя из численности населения на 1 января 2013 г.

² С учетом региональных ИПЦ.

*Источник: отчёт НИСИПП «Динамика развития малого предпринимательства
в регионах России в январе-сентябре 2013 года»*

Для формирования региональной кредитной политики предлагается использовать рейтинги субъектов РФ, потенциально перспективных для развития банковского кредитования МСБ.

Объем инвестиций на малых предприятиях за первые три квартала 2013 года в целом по РФ составил более 246 518 млн рублей, что на 8,5% выше аналогичного показателя 2012 года.

Положительная динамика объема инвестиций в основной капитал на малых предприятиях с учетом ИПЦ отмечена только в трех федеральных округах: в Северо-Кавказском федеральном округе (на 76%), в Приволжском федеральном округе (на 14,2%) и в Центральном федеральном округе (на 7,8%).

В остальных федеральных округах объем инвестиций в основной капитал на малых предприятиях с учетом ИПЦ сократился. По итогам января-сентября 2013 года в 40 регионах отмечена положи-

тельная динамика объема инвестиций в основной капитал на малых предприятиях с учетом ИПЦ.

К лидерам по темпам роста показателя относятся следующие регионы: Республика Ингушетия (показатель вырос в 4193,2 раза), Республика Тыва (в 32,2 раза), Карачаево-Черкесская Республика (в 13,4 раза), Чукотский АО (в 5,6 раза), Республика Хакасия (в 5,5 раза), Липецкая область (в 3,8 раза), Магаданская область (в 2,9 раза), Республика Мордовия (в 2,7 раза).

Сильное увеличение (50-100%) показателя отмечено в Калининградской области (на 97,3%), Чувашской Республике (на 92,2%), г. Санкт-Петербурге (на 80,1%), Ульяновской области (на 72,5%), Тульской области (на 71,5%), Забайкальском крае (на 70,1%), Республике Алтай (на 61,4%), Республике Дагестан (на 60,2%), Республике Саха (Якутия) (на 55,6%).

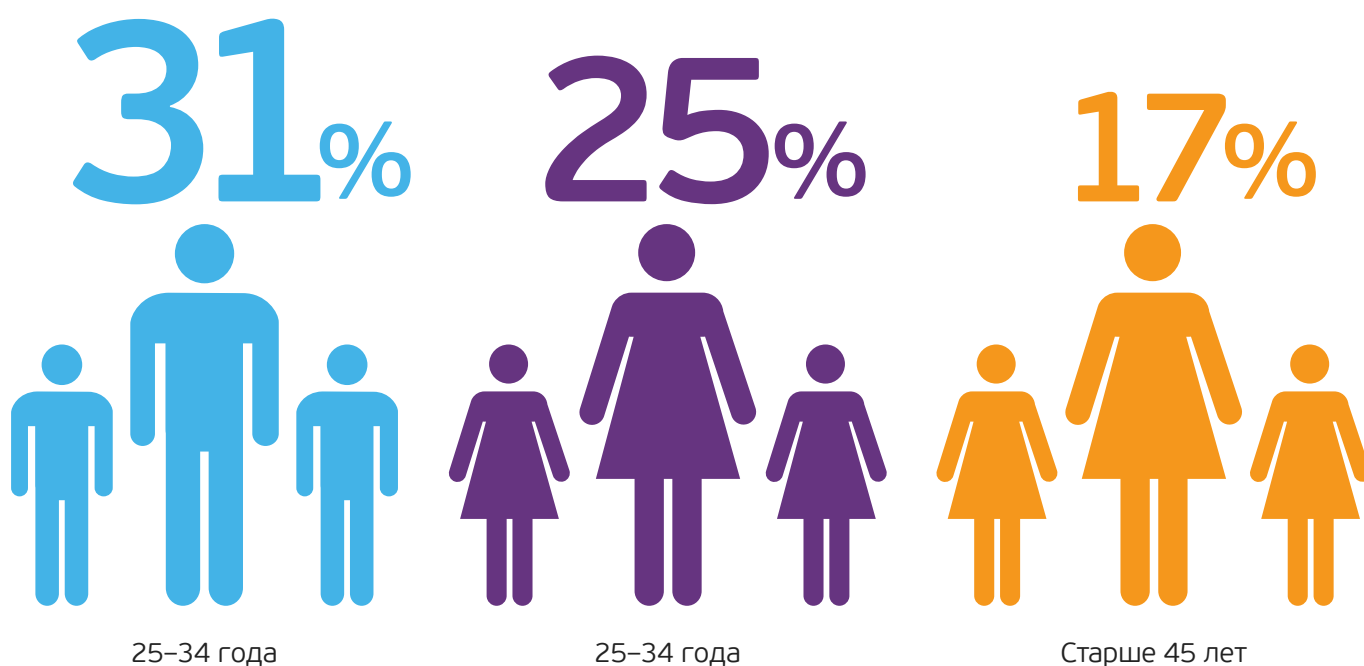
1.4 ПОРТРЕТ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Исследования последних лет позволяют взглянуть на социально-демографическую ситуацию, сложившуюся в сегменте российского малого бизнеса. Типичный владелец малого предприятия — это мужчина в возрасте от 25 до 34 лет (31% опрошенных). Мужчин догоняют женщины в той же возрастной категории — их численность составляет 25%. Третье место по интересу к малому бизнесу занимают женщины старше 45 лет — их 17%.

Подавляющее большинство руководителей малых предприятий имеют высшее образование — почти 70%, при этом более половины опрошенных получили высшее техническое или экономическое образование.

До начала предпринимательской деятельности сферой деятельности представителей российского малого бизнеса было: госслужба (14,3%), работа в инженерно-технической сфере (29%), работа руководителя предприятия (11,7%), наемная работа (9%), военная служба (4%).

ТИПИЧНЫЙ ВЛАДЕЛЕЦ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ



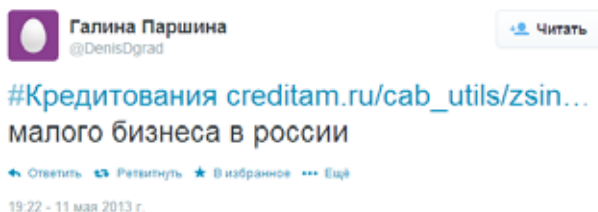
1.5 МАЛЫЙ БИЗНЕС В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Тема малого бизнеса является одной из самых актуальных в социальных медиа. По популярности ее превосходит разве что обсуждение политики.

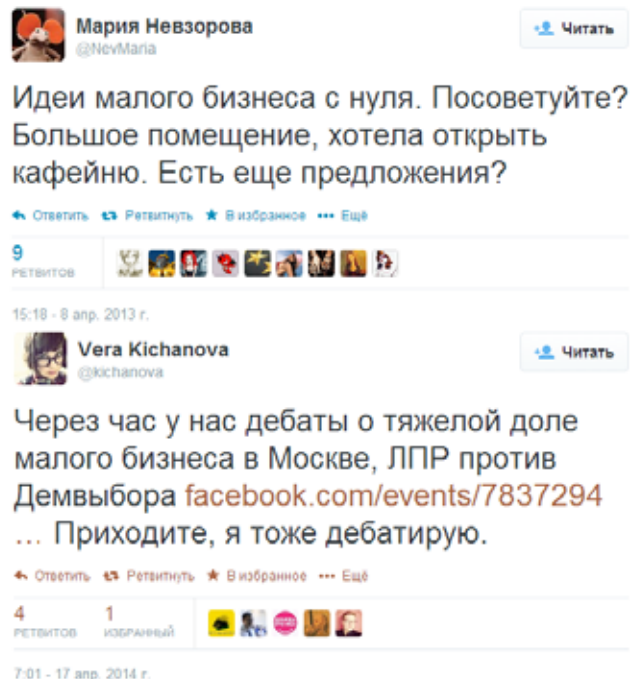
При запросе «малый бизнес» в социальных медиа мы сталкиваемся с тем, что наибольшее количество сообщений посвящены «выгодным» предложениям для малого бизнеса. Среди таких предложений можно встретить большое количество услуг по кредитованию бизнеса, по регистрации товарного знака.

Наиболее часто среди реальных услуг по кредитованию встречаются предложения от Сбербанка. Их можно встретить как в официальных аккаунтах банка, так и среди упоминаний пользователей. Значительно меньше встречается упоминание предложений от ВТБ, Уралсиба и Альфа Банка.

Если анализировать площадки, на которых чаще всего ведется обсуждение малого бизнеса и проблем, связанных с ним, то необходимо отметить, что преобладающую долю занимает сервис микроблогов **Twitter**. На данном блогохостинге распространены как сообщения из СМИ, посвященные развитию малого бизнеса, так и жалобы/вопросы начинающих предпринимателей.



Источник: Twitter

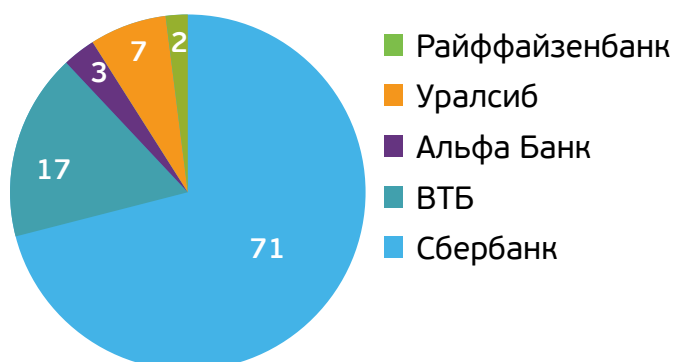


Источник: Twitter

Второй популярной площадкой стала социальная сеть **ВКонтакте**. Подобная ситуация сложилась в связи с интересом интернет-пользователей к группам и пабликам, посвященным бизнес-тематике. Пользователи ВКонтакте обсуждают и советуются по вопросам ведения бизнеса в комментариях подобных сообществ.

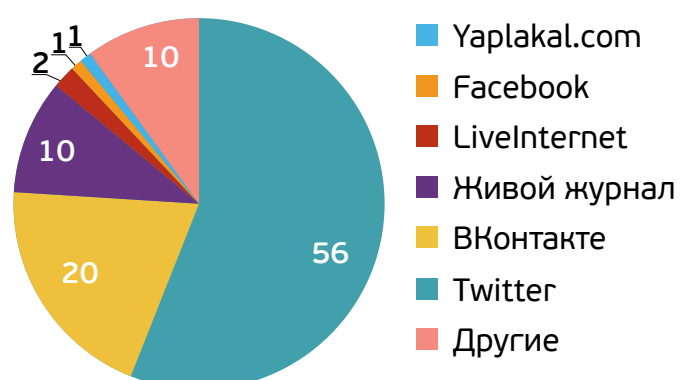
Третьей популярной площадкой для обсуждения малого бизнеса стал **Живой Журнал**. Специфика данной площадки заключается в том, что пользователи Живого Журнала, как правило, интересуются законодательными и правовыми аспектами малого бизнеса. Интернет-пользователи здесь

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАЕМОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА БАНКАМИ, %



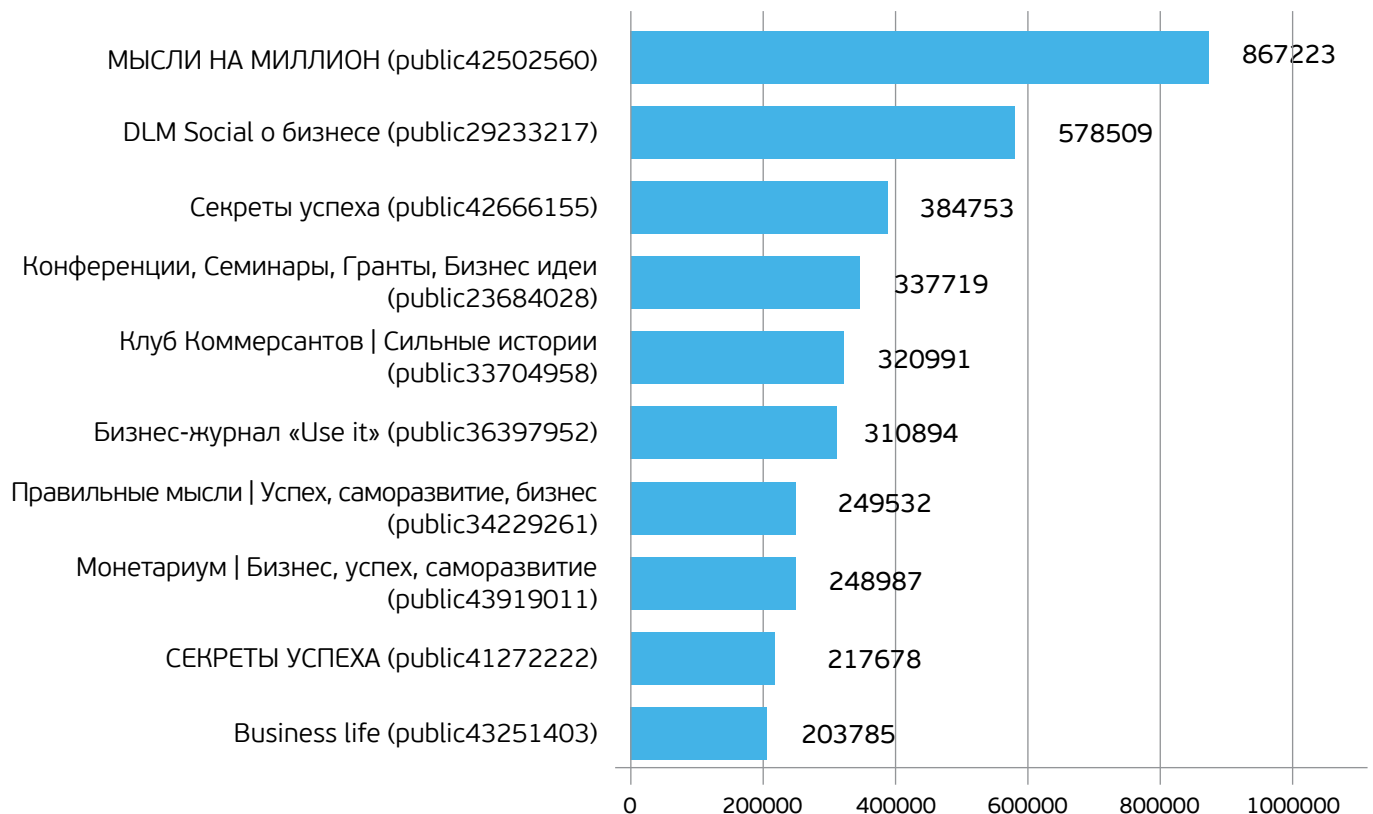
Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА ПО ПЛОЩАДКАМ, %



Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

РЕЙТИНГ ГРУПП В КОНТАКТЕ, ПОСВЯЩЕННЫХ ТЕМАТИКЕ МАЛОГО БИЗНЕСА



Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

обсуждают государственную поддержку малого бизнеса и ее отсутствие, методы стимулирования малого бизнеса и технические разработки для ведения бизнеса.

Кроме того, на данной площадке распространены сообщения, посвященные обучению молодых предпринимателей. Среди основных способов обучения можно выделить открытые лекции и мастер-классы.

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Анализ динамики сообщений, посвященных трудностям и просьбам о помощи в ведении бизнеса свидетельствует о том, что у интернет-пользователей интерес к данному виду деятельности часто сменяется спадом. Это говорит о том, что заинтересованность в ведении бизнеса — вещь весьма нестабильная.

Тем не менее, с конца 2013 года наметилась явная возрастающая тенденция по ко-

личеству подобных запросов. Такая ситуация позволяет заняться детальным изучением основных вопросов интернет-пользователей на данную тематику.

Самая главная проблема, с которой начинающие бизнесмены идут в социальные медиа, — это поиск партнеров для бизнеса.

В блогосфере присутствует большое количество пользователей с уже сформированной бизнес-идеями. Конечно, качество и разработанность этих идей различная. Тем не менее, интернет-пользователи, осознавая, что самостоятельно не в состоянии потянуть это дело, стремятся найти единомышленников, которых заинтересует их предложение.

При изучении подобных сообщений о поиске партнеров было выявлено, что наиболее часто разыскиваются партнеры в интернет-бизнесе.

Если исследовать основные площадки, на которых размещаются подобные сообщения, то лидирует социальная сеть **ВКонтакте**. Затем идет сервис

микроблогов **Twitter**. Кроме того, при исследовании было подобно запросу был выделен ряд специализированных источников: Partnersearch.ru, Biznet.ru, Homeidea.ru.

Второй вопрос, за ответом на который люди обращаются в социальные медиа, — это поиск сотрудников. В блогосфере распространены сообщения о поиске квалифицированных (а иногда и не очень) специалистов для работы в стартапе.

Наибольшее количество подобных сообщений все также распространяется в Вконтакте. Но второй место Twitter уступил Живому Журналу. При этом в топ площадок все также попадают специализированные площадки, заточенные под бизнес-тематику.

Другой популярной темой в блогосфере стал поиск инвесторов. Отличительная особенность данной темы от всех предыдущих заключается в том, что здесь начинающие предприниматели стремятся привлечь финансовые вливания в свой проект. Несмотря на то, что данная тема не является самой популярной, она выступает в качестве наиболее опасной для самих предпринимателей.

Это проявляется в том, что в блогосфере представители малого бизнеса рискуют наткнуться на «непорядочных» кредиторов. А подобных, судя по проведенному выше исследованию, довольно много в социальных медиа.

Анализ интернет-ресурсов с подобными объявлениями свидетельствует о преобладании зарубежных площадок в сравнении с предыдущими запросами. Так, на лидирующие позиции вырываются площадки Biznet.kiev.ua и Vse.kz.

Среди других проблем, с которыми сталкиваются начинающие предприниматели можно выделить:

- поиск идей для бизнеса,
- просьбы о помощи в регистрации товарного знака,
- проблемы с налогообложением в России.

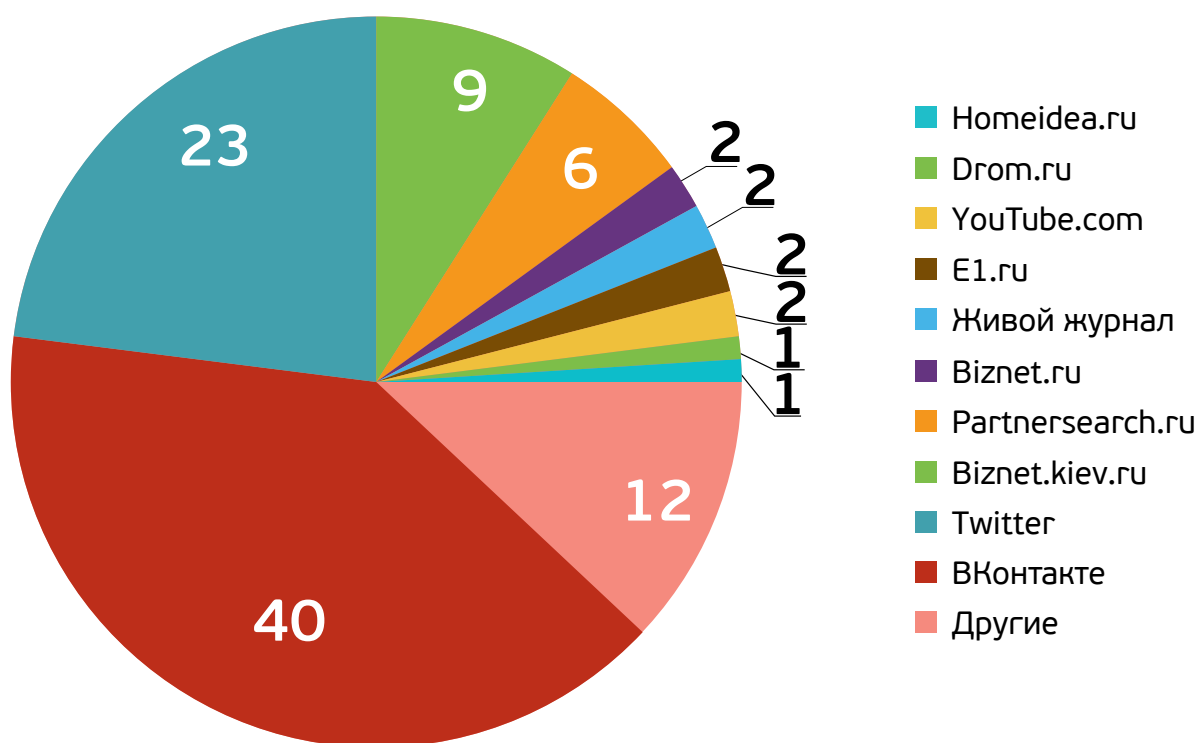
Принимая во внимание особенности малого и среднего бизнеса, а именно ограниченность финансовых ресурсов и одновременно ориентированность на дальнейшее развитие, в нашем исследовании мы расскажем о способах продвижения малого и среднего бизнеса в интернете, их аспектах и о том, какие инструменты для этого следует использовать и каких результатов ожидать.

ДИНАМИКА СООБЩЕНИЙ В БЛОГОСФЕРЕ, ПОСВЯЩЕННЫХ ТРУДНОСТЯМ ВЕДЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА



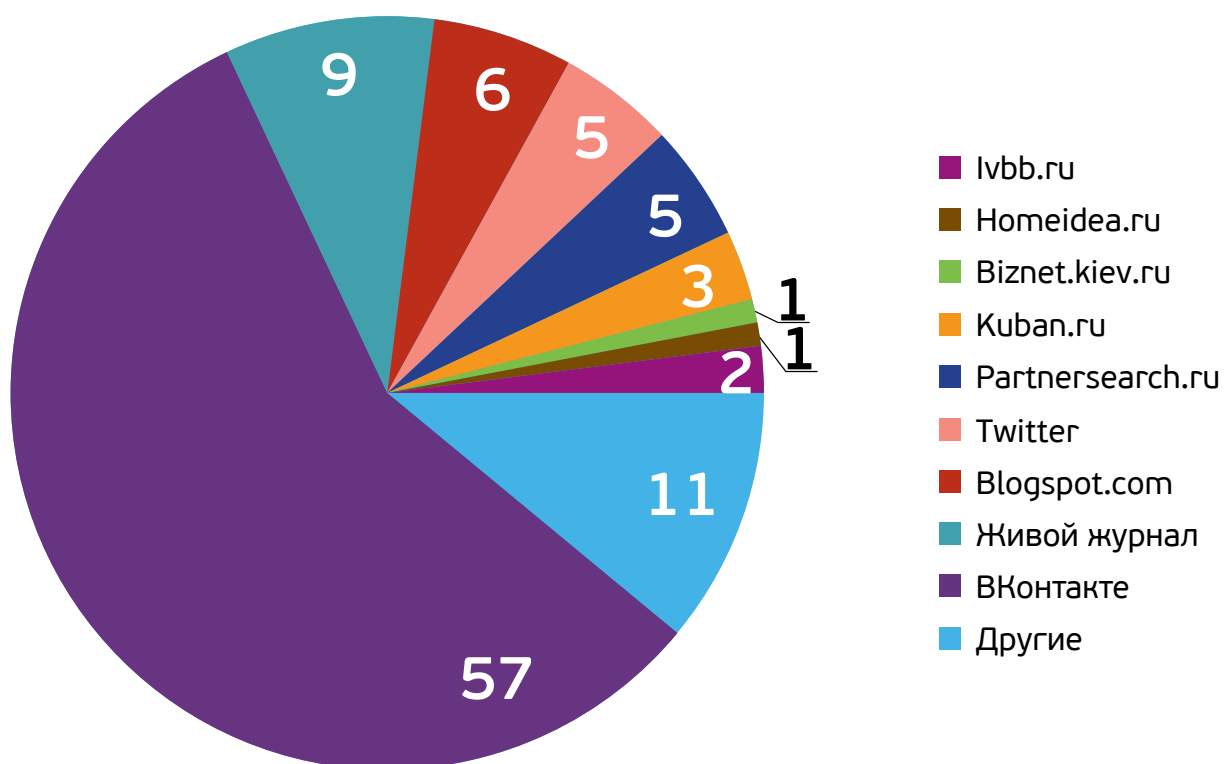
Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДОК ПО ПОИСКУ БИЗНЕС-ПАРТНЕРОВ



Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДОК ПО ПОИСКУ СОТРУДНИКОВ



Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

Автор	Сообщение
nidal1 Зарегистрирован: 13.07.2011 Сообщения: 3 Откуда: Москва	Добавлено: Вс Мар 16, 2014 22:40:23 Цитировать Наверх для организации и запуска хостела ищу инвестора-партнера. Посмотреть профиль Отправить личное сообщение
oleg_tro Зарегистрирован: 09.03.2011 Сообщения: 66	Добавлено: Пн Мар 17, 2014 12:44:22 Цитировать Наверх Здравствуйте! Напишите, пожалуйста, подробности на o.troitskiy@gmail.com Спасибо! Посмотреть профиль Отправить личное сообщение
Показать сообщения: все сообщения Начиная со старых Перейти	



Мария Невзорова
@NevMaria

Читать

Идеи малого бизнеса с нуля. Посоветуйте?
Большое помещение, хотела открыть
кафейню. Есть еще предложения?

Ответить Ретвитнуть В избранное Ещё

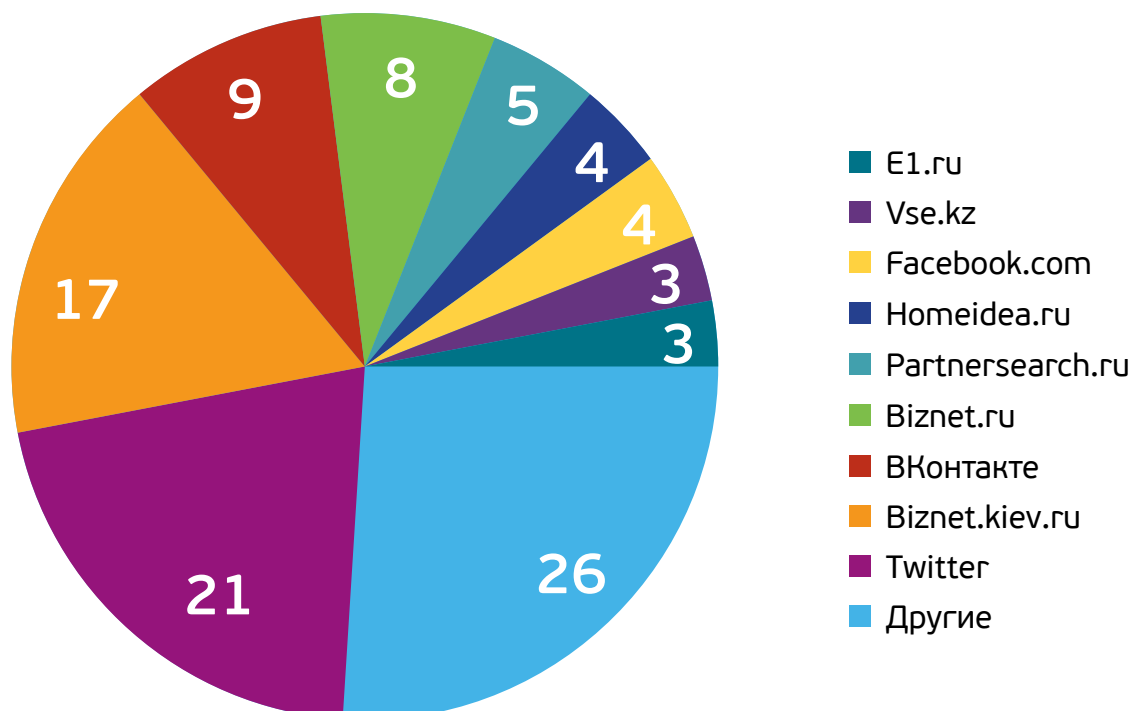
9

РЕТВИТОВ



15:18 - 8 апр. 2013 г.

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДОК ПО ПОИСКУ КРЕДИТОРОВ



Источник: исследование IQ Buzz, апрель 2014 г.

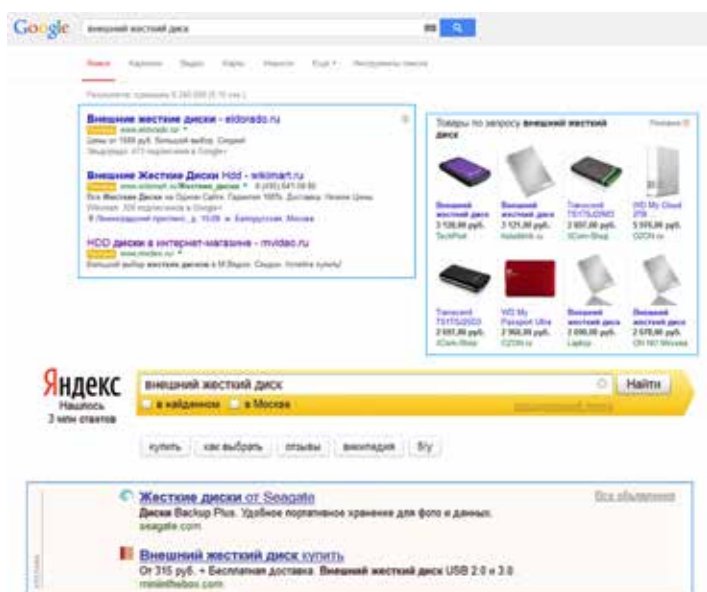
2.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ

2.1 КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА — ЭТО РЕКЛАМНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ НА СТРАНИЦАХ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ (ЯНДЕКСА, GOOGLE, РАМБЛЕРА ИЛИ MAIL.RU) И ИХ САЙТАХ-ПАРТНЕРАХ, РЕЛЕВАНТНЫЕ ЗАПРОСАМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ.

Если пользователь ищет в интернете, где купить внешний жесткий диск, на странице поиска ему будет показана только реклама внешних жестких дисков и того, что с ними связано — ремонта жестких дисков, чехлов для жестких дисков, компьютеров и аксессуаров и проч., но не реклама пароварок и дамских сумочек.



Источник: Google, Яндекс, апрель 2014

Это одно из весомых преимуществ контекстной рекламы: она **ориентирована исключительно на аудиторию, заинтересованную в рекламируемом продукте**, ведь информацию о нем пользователь сам ищет в интернете. Именно поэтому контекстная реклама, в отличие от других видов рекламы, не раздражает.

Поисковая контекстная реклама — рекламные объявления на страничке поиска.

Тематическая контекстная реклама — рекламные объявления на страницах сайтов-партнеров рекламной сети, где вы размещаете рекламу, например, Рекламной сети Яндекса (РСЯ) или Google AdSense.

Задачи контекстной рекламы: привлечение новых клиентов и увеличение продаж.

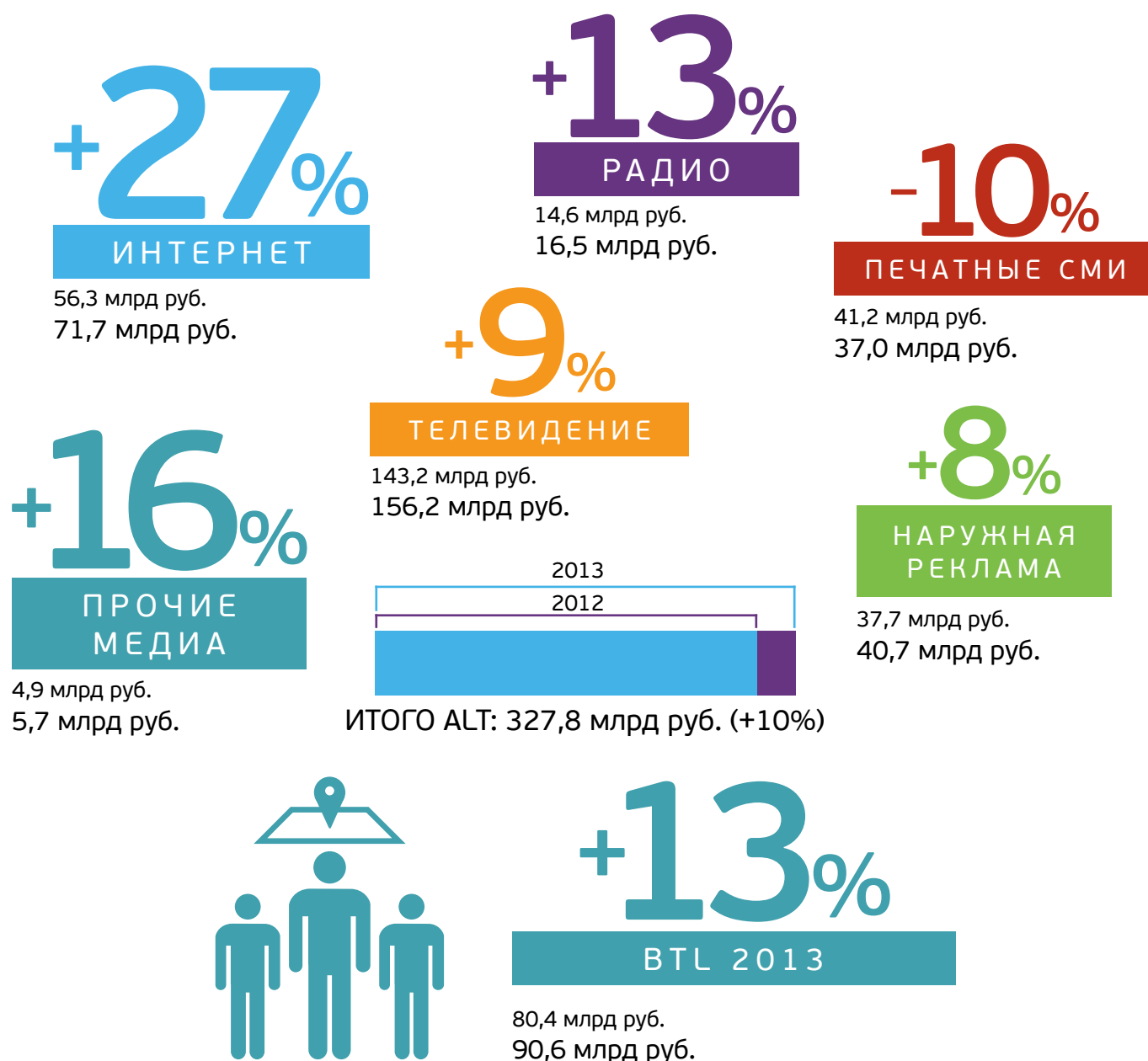
Контекст работает, если вы:

- хотите увеличить продажи;
- хотите привлечь внимание к своему бренду/бизнесу;
- хотите увеличить трафик на вашем сайте.

Основные преимущества контекстной рекламы:

- **Только заинтересованная аудитория**
Рекламу увидят только те интернет-пользователи, кто искал рекламируемый продукт или продукт, непосредственно с ним связанный.
- **Плата за клик, а не за количество показов рекламного объявления**

ОБЪЕМ РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИИ В 2013 Г.



Источник: АКАР

Оплачивается только за переход по ссылке рекламного объявления на сайт, другими словами, только клик по объявлению.

- **Бесплатный гео- и таймтаргетинг**

Геотаргетинг: выбор регионов показа, где будет демонстрироваться реклама.

Таймтаргетинг: выбор времени — дней и часов показа.

- **Демократичные цены**

Рекламирывать в контексте может как крупная компания, так и малый, средний бизнес и индивидуальные предприниматели. Рекламодатель сам устанавливает максимальную ставку, т.е. цену, которую он готов заплатить за клик по объявлению.

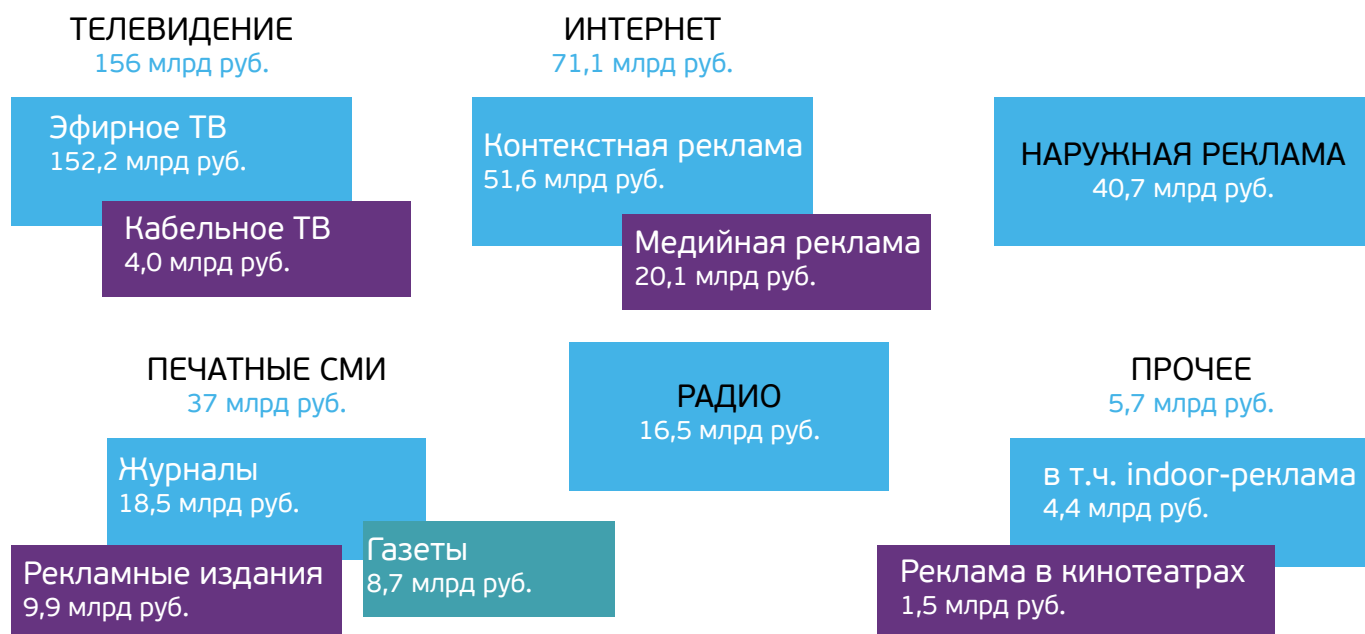
ДОЛЯ КОНТЕКСТА НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ РОССИИ ПО ИТОГАМ 2013 ГОДА (ПО ДАННЫМ АКАР).

По данным АКАР российский рынок интернет-рекламы, включающий контекстную (текстовые объявления) и медийно-баннерную (баннеры и видеореклама), за 2013 год увеличил объем на 27% и составил 71,7 млрд. рублей.

Из них в контекст ушли 51,6 млрд. рублей (или 72% от общего объема).

Контекстная реклама, по-прежнему, самый популярный и востребованный вид интернет-рекламы в России.

ОБЪЕМ РЫНКА РЕКЛАМЫ ПО СЕГМЕНТАМ



Источник: АКАР

РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДКИ

Контекстный рынок России делят между собой два гиганта: Google и Яндекс, оставляя остальным площадкам менее 5% рынка.

На третий квартал 2013 года аудитория поисковых систем в России распределилась таким образом:

Поисковая система	Доля рынка, %
Яндекс	53,4
Google	33,9
Search.Mail.ru	9,1
Rambler	1,2

Даже несмотря на то, что в последние годы доля Google на рынке заметно выросла, Яндекс прочно держит лидерские позиции, с 50% рынка контекстной рекламы в России.

Яндекс.Директ

Яндекс — поисковик №1 в России. Больше половины всех пользователей Рунета, собирающихся

что-то купить, ищут с помощью Яндекса, где это лучше сделать.

Яндекс.Директ — сервис для размещения рекламных объявлений на страницах поиска Яндекса и сайтах-партнерах.

Google AdWords

Google AdWords — рекламный сервис крупнейшей в мире поисковой системы Google. Ежедневно поиском Google пользуются 6 млн интернет-пользователей. Более 30% всех пользователей российского интернета используют Google в качестве основного инструмента поиска.

Инструменты площадок: Яндекс.Метрика и Google Analytics

Для анализа рекламных кампаний, ведения статистики и оптимизации на каждой из площадок есть бесплатная система веб-анализа, для Яндекса — Яндекс.Метрика, для Google — Google Analytics.

КАК УСТРОЕН ADWORDS АУКЦИОН

Ad Rank = Ставка x Показатель качества
(релевантность объявления
для пользователя)

	Ставка	x	Показатель	=	Ad Rank	→	Позиция
Участник I	\$2.00		10		20		1
Участник II	\$4.00		4		16		2
Участник III	\$6.00		2		12		3
Участник IV	\$8.00		1		8		

Ваша цена = Ad Rank участника / ПК + \$0.01
на след. позиции
после вас

	Ставка	ПК	Ad Rank	CPC
Участник I	\$2.00	10	20	$16/10+0.01=$ \$1.61
Участник II	\$4.00	4	16	$12/4+0.01=$ \$3.01
Участник III	\$6.00	2	12	$8/2+0.01=$ \$4.01
Участник IV	\$8.00	1	8	Наивысший CPC

Источник: Wordstream.com

ПРИНЦИП АУКЦИОНА.

КАК УСТРОЕНА КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА?

В контекстной рекламе действует принцип аукциона.

Рекламодатель решает, сколько он готов заплатить за клик по своему объявлению (т.е. за одного потенциального клиента) и назначает ставку по ключевому слову.

Ключевые слова выбирает сам рекламодатель. Например, для объявления, рекламирующего внешние жесткие диски, выбирает три ключевых слова (или фразы):

- внешний жесткий диск
- жесткий диск 1 ТБ
- жесткий диск Western digital

Значит, его объявление будет показано, если:

- а) пользователь наберет в поисковой странице один из этих запросов
- б) ставка рекламодателя превысит ставки конкурентов.

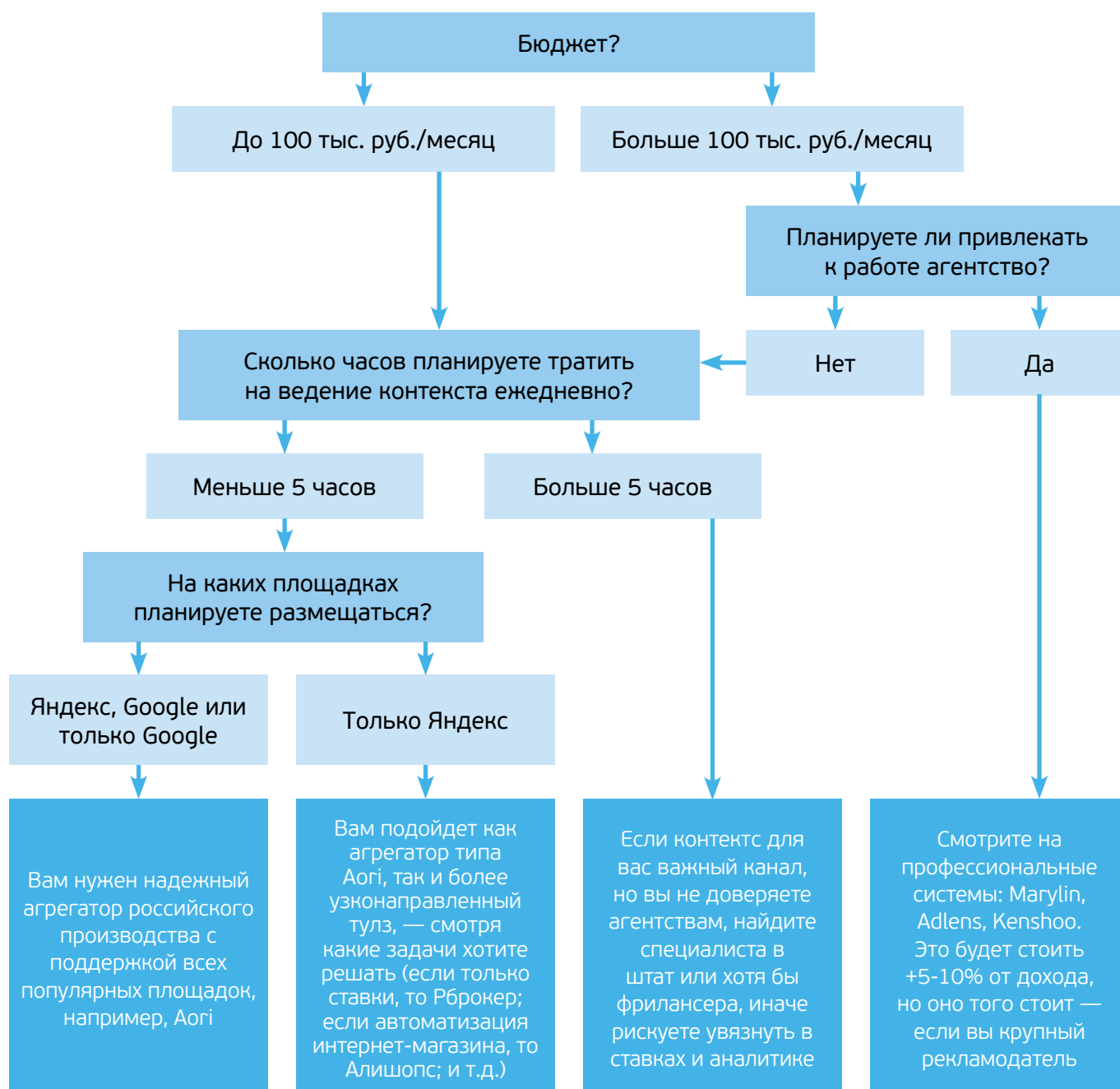
АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

В последнее время на рынке заметно увеличилось количество автоматизированных системы управления контекстной рекламой (АСУКР). Сервисы предлагают размещение контекстной рекламы сразу на нескольких площадках через единый аккаунт, либо автоматизацию определенной части функционала под потребности отрасли. Среди них: Aori, Arishops и другие.

Системы для непрофессионалов сконструированы таким образом, чтобы решать задачи тех пользователей, которые не готовы посвящать все рабочее время контекстной рекламе (это руководители бизнесов, предприниматели, помощники руководителей и

маркетологи в агентствах полного цикла, вебмастера и т.д.). То есть если контекстная реклама не является основной профессией или нет возможности тратить деньги на услуги рекламного агентства. Системы для профессионалов нацелены на людей, которые 100% рабочего времени занимаются контекстной рекламой — специалистов контекстных агентств, search-менеджеров на стороне рекламодателей и т.д. Обычно системы для профи обладают расширенным функционалом и требуют постоянного надзора.

Ниже простая схема, как можно выбрать ту или иную автоматизированную систему контекстной рекламы.



Источник: Aori.ru

Система автоматизации в идеале не просто объединяет в одном интерфейсе функционал нескольких систем, но и дает дополнительные функции, которых нет в базовых системах. Кроме того, правильная система автоматизации умеет управлять бюджетом и оптимизировать закупку кликов с минимальным участием пользователя.

Что выбрать небольшому предпринимателю — агентство, работу с системой автоматизации или непосредственно работу на площадке? Все зависит от типа бизнеса и задач. Агентства более-менее охотно берут на обслуживание

клиентов с бюджетом от 100 000 рублей в месяц в Москве и от 30 000 рублей в регионах. Непосредственно работа с площадками — достаточно трудоемкое занятие, но может быть хороша для предпринимателей, которые сами когда-то занимались контекстной рекламой и хотят по-прежнему тратить большое количество времени каждый день на ведение рекламных кампаний. Система автоматизации в этом случае — оптимальный вариант для тех, кто сосредоточен на своем бизнесе, но при этом понимает, что поисковая реклама — прекрасный источник новых клиентов и продаж для бизнеса.



«Для малого бизнеса контекстная реклама — оптимальный вариант по соотношению цена/результат. Ведь именно в поиске клиенты обычно ищут товары или услуги. И именно в поиске любой рекламодатель, независимо от размера бизнеса, может запустить объявление прямо сегодня. Проблема только в том, что контекстных систем много, они сложные, а времени у рядового предпринимателя и так не хватает. К тому же, контекстная реклама не так проста — нужно разбираться, вникать, в противном случае деньги улетят в трубу.

На помощь в этом случае приходят системы автоматизации. Это не волшебная таблетка, но реальный способ разместить рекламу сразу во всех популярных поисковых системах и при этом сэкономить время и деньги. Кстати, на западном рынке системы автоматизации для малого бизнеса — тренд последних 5 лет. Они дают дополнительный функционал, которого нет в Google AdWords, более трепетно относятся к поддержке пользователей, помогают улучшить эффективность кампаний», — комментирует Татьяна Костенкова, генеральный директор Aogi.



БЮДЖЕТ

По данным на лето 2013 года, среднемесячный бюджет рекламодателей Яндекс.Директа в Москве и Санкт-Петербурге составил 16 тыс. рублей, в среднем по регионам — 3,5 тыс. рублей.

За 2013 год более 60% клиентов Яндекс.Директа тратили на контекстную рекламу менее 4 000 рублей в месяц.

Ниже представлена средняя цена клика по отраслям в контекстной рекламе. Самые дорогие клики в сфере транспортных услуг, образования, авто.

Формула расчета правильного бюджета

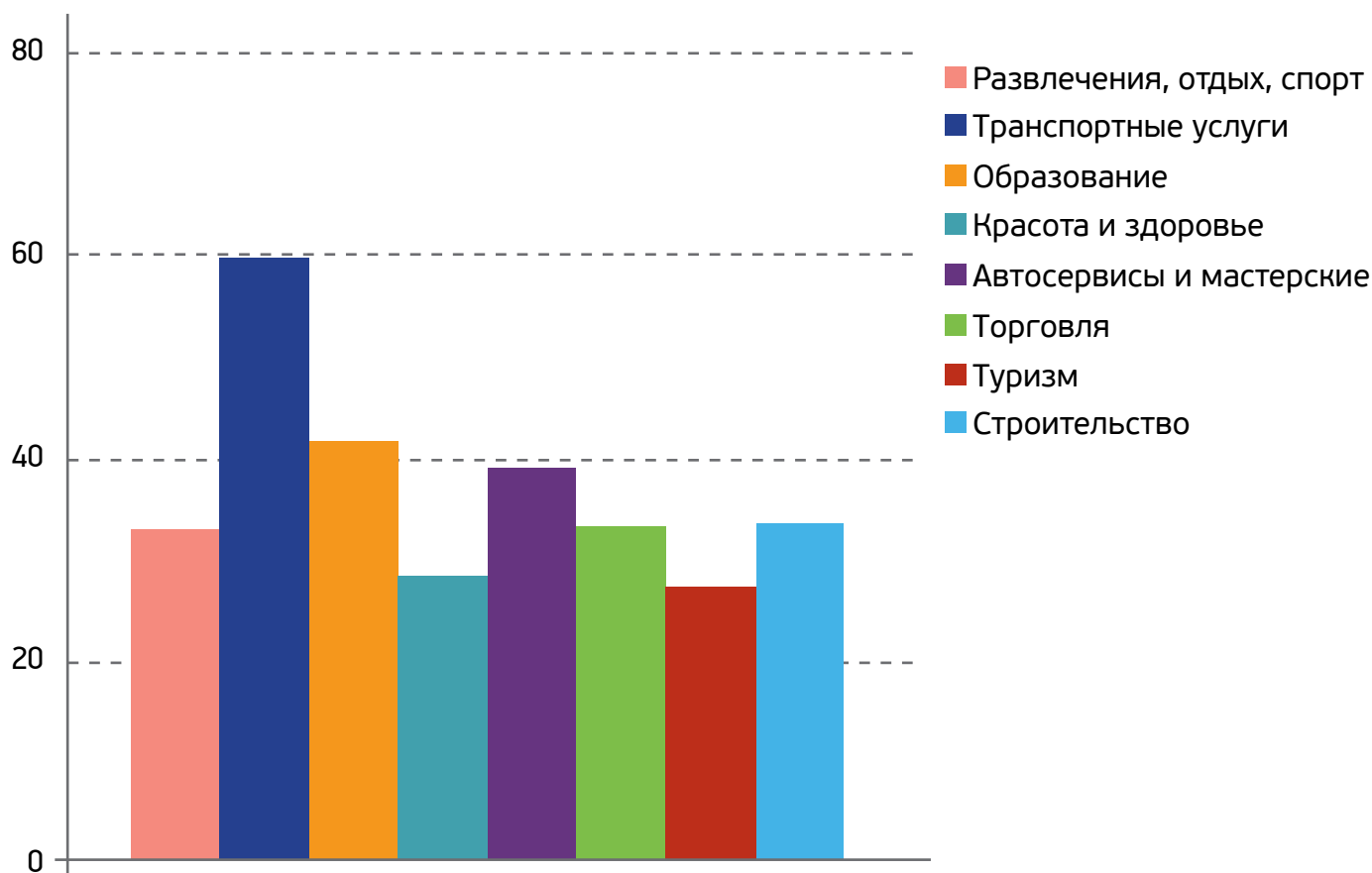
Если вы примерно понимаете, сколько заказов (максимум) готовы обслужить в день, вам достаточно узнать среднюю цену клика по своей тематике и примерный уровень конверсии, чтобы рассчитать первоначальный контекстный бюджет.

ФОРМУЛА РАСЧЕТА КОНТЕКСТНОГО БЮДЖЕТА

$$\text{БЮДЖЕТ} = \text{Количество кликов} * \text{Цена клика}$$

где

$$\text{количество кликов} = \frac{\text{желаемое количество продаж (заказов)}}{\text{уровень конверсии (в среднем 2-4\%)}}$$



Источник: индекс контекстной рекламы Aorі (далее — И.К.Р.А.)

АУДИТОРИЯ КОНТЕКСТА

80% рекламодателей контекста — это представители B2C (Business-to-consumer) бизнеса, предлагающие те или иные услуги и продукты для личного потребления.

Остальные 20% — это реклама продуктов для бизнеса, B2B (Business-to-business) сегмент.

По темпам роста регионы обгоняют Москву и Санкт-Петербург. Жители столичных регионов все равно чаще используют поиск в интернете: около 57% кликов приходится на пользователей из Москвы, Санкт-Петербурга и областей (у регионов, соответственно, 43%).

Аудитория регионов почти в 3 раза превосходит аудиторию Москвы и Санкт-Петербурга, а цены на клик в регионах на порядок дешевле.

Самая высокая цена клика наблюдается в Северо-западном регионе — 41,8 руб. В то же время на Урале — 32,4 руб.

Регион	Ср. цена, руб.
Северо-Запад	41,79
Центр	37,39
Поволжье	37,19
Дальний Восток	35,16
Сибирь	33,64
Юг	33,20
Северный Кавказ	32,61
Урал	32,43

Источник: И.К.Р.А.



Источник: Яндекс.Директ

ТОП-5 РЕКЛАМНЫХ КАТЕГОРИЙ ПО СТОИМОСТИ ПЕРЕХОДА В СЕГМЕНТАХ В2В И В2С:

Место	В2В	В2С
1	Всё для офиса (в том числе оргтехника, мебель, канцтовары, уборка, курьерские службы)	Дизайн и ремонт, товары для дома
2	Строительство (в том числе проектирование и строительное оборудование)	Финансовые услуги (в том числе страхование, ипотека, платёжные системы)
3	Услуги для бизнеса (в том числе консалтинг, бухгалтерия, полиграфия, перевозки)	Образование
4	Реклама	Недвижимость
5	Поставки материалов и оборудования для бизнеса	Красота и здоровье

Источник: Яндекс.Директ

2.2 SEO-ПРОДВИЖЕНИЕ

ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ ИЛИ SEO (АНГЛ. SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) — ЭТО КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ САЙТА В ПОИСКОВИКАХ.

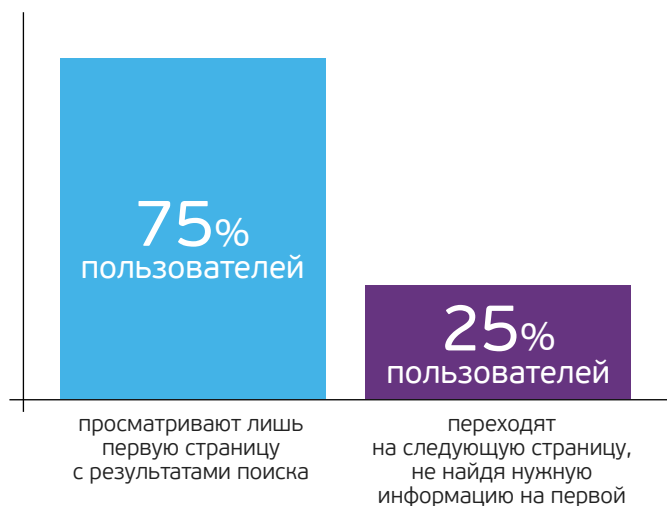
Статистика интернета

За 2013 год по данным liveinternet.ru общая посещаемость Рунета увеличилась на 30%: в мае 2013 начитывалось около 100 млн. (99,609,302) уникальных пользователей, в мае 2014 — более 130 млн (130,865,390).

1. В мире насчитывается более 2 млрд интернет-пользователей (исследование International Telecommunication Union).
2. 93% сеансов пользования сетью Интернет начинается в поисковиках (исследование Forrester, 2006).
3. 39% покупателей приходят в онлайн-магазины из поиска (исследование ITU).
4. 82,6% пользователей интернета используют поисковые системы (по данным Marketingcharts.com).
5. 75% пользователей не заглядывают дальше 1-й страницы поиска (исследование ITU).
6. 60% кликают по первым трём результатам органической выборки (исследование Optify).

Известно, что 70% пользователей предпочитают ссылки из органической выдачи на странице поиска, а 75% использующих для поиска такие системы, как Google, Yahoo, Bing, Яндекс и другие, просматривают лишь первую страницу с результатами поиска. Лишь 25% пользователей, не найдя нужную информацию на первой странице, переходит на следующую.

Именно поэтому владельцы сайтов непременно хотят оказаться в верхних строчках результатов на странице поиска. Во всех поисковых



системах работают сложные алгоритмы по сортировке и ранжированию результатов поиска, цель которых представить пользователю наиболее релевантные его запросу ссылки. Релевантность определяется множеством параметров, важнейшими среди которых являются:

- **Плотность ключевых слов на страницах сайта**

Алгоритмы современных поисковых систем включают в себя семантический анализ и умеют отсеивать спам-страницы. Так, к примеру, по запросу «лекарства от гриппа» пользователь получит ссылки на сайты аптек и медицинских энциклопедий, но не на страницу без определенной информации, с бесконечным повторением ключевого слова.

- **Индекс цитирования сайта (ИЦ)**

Показатель авторитетности ресурса. Авторитетным считается ресурс, на который ссылаются другие сайты. Ещё лучше, если на сайт ссылаются другие авторитетные сайты.

Индекс цитирования сайта рассчитывается алгоритмами ранжирования поисковых систем. Самые известные из них: PageRank от Google и тематический индекс цитирования (Тиц) Яндекса, учитывающий также тематику сайтов, ссылающихся на ресурс.

- **Пользовательские факторы**

Факторы, отслеживающие поведения пользователя на сайте. В настоящее время метод анализа пользовательских поведенческих факторов заметно усложнился, и увеличился сам вес данных факторов при ранжировании сайтов. К пользовательским факторам относят:

- **Посещаемость сайта**

- **CTR сайта в результатах поиска на странице поисковика**

- **Поведение интернет-пользователей:**

глубина просмотра сайта (сколько разделов и страничек сайта пользователь просмотрел), добавление сайта в закладки, время пребывания на сайте, количество переходов по внутренним ссылкам и т.п.

Цель поисковой оптимизации: настроить программное наполнение сайта, его контент и другие важные параметры таким образом, чтобы алгоритм поисковой системы присвоил сайту более высокое место в ранжированной выборке с результатами поиска.

РЫНОК SEO В РОССИИ

Средний бюджет поисковой оптимизации сайта в России — от 30 000 до 50 000 руб.

Средняя продолжительность комплекса мероприятий по поисковой оптимизации — 2 года.

Самые покупаемые услуги у SEO-компаний: продвижение сайта, копирайтинг, поддержка сайта.

По результатам исследования РАЭК и НИУ ВШЭ «Экономика Рунета 2012-2013», общий оборот рынка поисковой оптимизации в России в 2013 году оценивается в 12 млрд рублей (19% прирост по сравнению с 2012 годом).

ВИДЫ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ

Белая оптимизация

Комплекс мер по увеличению авторитетности сайта и привлечению посетителей без использования запрещенных и полуправовых методов. Является одной из составляющих интернет-маркетинга.

Внутренняя оптимизация занимается структурой и содержанием сайта и включает работу со следующими параметрами:

- **Юзабилити**

Удобство использования сайта и навигация по нему. Правильное расположение разделов сайта или, например, товаров в интернет-магазине. Это влияет на количество продаж.

- **Качество посадочной страницы**

Посетители должны иметь возможность интуитивно и легко выполнять необходимое действие (сделать заказ, подписаться на новости и прочее).

- **Копирайтинг**

Наполнение сайта качественным текстовым контентом.

- **Контент сайта**

Фото, видео, 3D-модели.

Внешняя оптимизация занимается продвижением сайта с помощью основных методов интернет-маркетинга. Сюда входят следующие методы:

- Регистрация в каталогах поисковых систем, таких как: Яндекс.каталог, Рамблер Top 100, каталог AOL, каталог Mail.ru, каталог Yahoo и другие.
- Обмен ссылками.
- Написание и размещение в интернете статей о бизнес или продукте, представленном на сайте;
- Раскрутка сайта в социальных сетях;
- Выпуск пресс-релизов;
- Продвижение сайта с помощью ведения блога.

Серая оптимизация

Комплекс мер, не запрещенных поисковыми системами, но не рекомендуемых для использования. Несмотря на отсутствие официального запрета, поисковые системы могут «забанить» сайт за применение серой оптимизации.

К методам серой оптимизации относится разбавление текстов на страницах сайта большим количеством ключевых слов. Или работа SEO-копирайтера: в его задачу входит написание текстов таким образом, чтобы количество ключевых слов было максимально большим, но незаметным для читателя сайта.

Черная оптимизация

Ряд мер, запрещенных для использования поисковыми системами: использование линкоферм (огромного количества ссылок спам-сайтов, ссылающихся на оптимизируемый сайт), использование страниц с большим количеством ключевых слов, специально созданных для роботов поисковых систем, использование скрытого текста на страницах и многие другие.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ:

- Более высокие позиции сайта в органической выборке результатов поиска
- Увеличение целевого трафика
- Более высокие показатели конверсии
- Бренд или компания, представленная на сайте, становится более заметной
- Улучшается юзабилити сайта

SEO VS. ЯНДЕКС

В декабре 2013 года компания «Яндекс» объявила, что запускаемый ими в 2014 году новый алгоритм поиска не будет учитывать внешние ссылки (т.е. входящие ссылки с внешних ресурсов на сайт) в качестве фактора влияния. Тем самым «Яндекс» перекрывает кислород тем, кто использует черную и серую поисковую оптимизацию, покупает ссылки и искусственно накручивает показатели авторитетности сайта.

Заявление «Яндекса» разделило общество на два лагеря: сторонники поддерживают шаг в сторону сокращения количества «мусорных ссылок» в интернете и укрепления добросовестных специалистов и компаний в сфере поисковой оптимизации, а противники утверждают, что такое решение станет препятствием для продвижения в поисковой выдаче малобюджетных сайтов и ударит по фрилансерам и seo-компаниям, ориентированным на малый и средний бизнес.

Так «чёрная» поисковая оптимизация — манипуляции со ссылками и перенаправлениями с целью заставить поисковую машину поставить сайт на строчку повыше в итоговой выдаче, — по мнению «Яндекса» и их сторонников, должна трансформироваться в оптимизацию сайта и онлайн-маркетинг — улучшение качества контента и юзабилити сайта, повышение конверсии посетителей в покупателей и проч.

12 марта 2014 года новый алгоритм вступил в действие на территории Москвы и Московской области. В планах «Яндекса» оптимизация алгоритма с отменой факторов ссылочного ранжирования во всей Российской Федерации. Отмена внешних ссылок коснулась коммерческих запросов по избранным тематикам, они были показаны представителем «Яндекса» Александром Садовским на конференции Неделя Байнета.

НЕДОСТАТКИ ПОИСКОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ

SEO требует много времени и обычно состоит из комплекса работ, включающих внутреннюю и внешнюю оптимизацию. Средняя продолжительность поисковой оптимизации сайта — 2 года.

Стоимость минимального пакета услуг по поисковой оптимизации для малого и среднего бизнеса обычно выше, чем, например, минимальный бюджет рекламной кампании в контексте. Это не является недостатком как таковым, поскольку в поисковую оптимизацию обычно входит комплекс работ — одновременно работа с контентом и дизайном сайта, а также его продвижение в интернете, стоимость поисковой оптимизации начинается от 30 000 руб.

Тематика	Тип ранжирования
Электроника и бытовая техника	Бесссылочное
Авто, мото- покупка, обслуживание, ремонт	Старое ранжирование
Аренда автомобилей, такси, логистика	Старое ранжирование
Одежда и аксессуары	Бесссылочное
Ремонт квартир, стройматериалы, инструменты	Старое ранжирование
Недвижимость	Бесссылочное
Красота и здоровье	Бесссылочное
Промышленное оборудование, станки	Старое ранжирование
Мебель, окна	Старое ранжирование
Туризм, отдых	Бесссылочное
Финансы	Старое ранжирование
Юридические услуги	Бесссылочное
Разработка сайтов и продвижение	Бесссылочное
Страхование	Старое ранжирование

Пока большинство специалистов отмечает, что существенных изменений в поисковой выдаче не произошло, некоторые связывают это с тем, что новый поисковый алгоритм уже начали использовать раньше оглашенной даты. Пока, по данным технических специалистов компании ControlStyle, изменения минимальны — на уровне 1-2%. Наиболее значительные изменения, по мнению представителя агентства поискового продвижения «Russian Promo», произошли в тематике «Недвижимость».



«Несмотря на все заверения об отключении влияния ссылочных факторов со стороны Яндекса, я так и не заметил хоть каких-то существенных изменений в поисковой выдаче. Таким образом, говорить сейчас о нивелировании влияния ссылочных факторов не приходится. Однако стоит заметить, что стратегия закупки ссылок за последнее несколько лет претерпела достаточно серьёзные изменения – от количества (покупаемых ссылок) seo-специалисты всё больше приходят в сторону качества.

Всё большее влияние оказывает контент. При этом под контентом стоит понимать не только текст, размещенный на сайте, но и все составные части страницы (ссылки, графики/изображения, заголовки, активные элементы, инфографику и т.д.). Именно такой контент способствует созданию благоприятных условий для потенциальных посетителей сайта, что в свою очередь способствует улучшению т.н. поведенческих характеристик сайта в глазах поисковых систем.

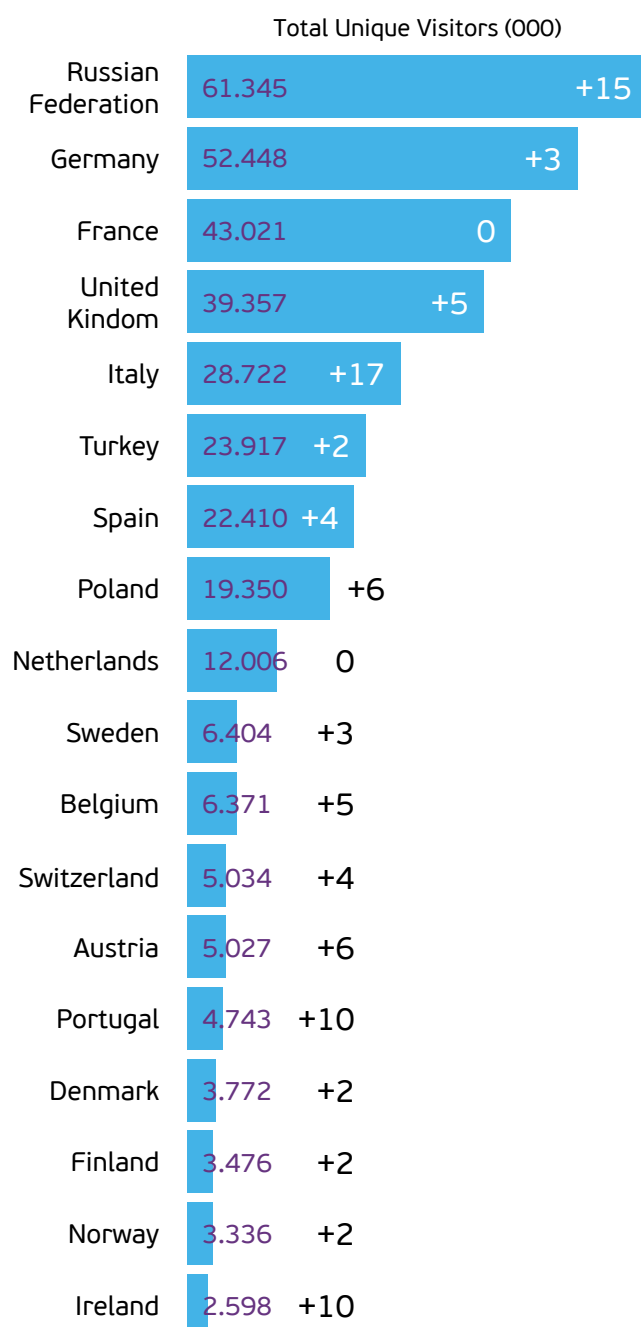
Работа с одними лишь ссылками вряд ли поможет сейчас достичь каких-либо серьезных результатов в поисковом продвижении. Тем не менее, сайт даже с самым классным контентом, но при этом лишенный ссылочной подпитки, не сможет на равных с конкурентами принимать участие в гонке за ТОП», — прокомментировал Владислав Белоусов, gookee.ru



2.3 ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ (АНГЛ. ECOMMERCE) — ЭТО СФЕРА ЭКОНОМИКИ, ВКЛЮЧАЮЩАЯ ВСЕ СОВЕРШАЕМЫЕ С ПОМОЩЬЮ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЕЙ ТОРГОВЫЕ И БАНКОВСКИЕ ТРАНЗАКЦИИ (Т.Е. ОПЕРАЦИИ С УЧАСТИЕМ БАНКОВСКОГО СЧЁТА) И ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ЭТОМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ.

ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИЯ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ, %



Источник: comScore, 2013 г.

К электронной коммерции относятся электронная торговля (англ. eTrading), электронный маркетинг, электронный банкинг, электронное страхование, электронные деньги и другие.

Электронная торговля обозначает сделки купли-продажи, проводимые с помощью сети Интернет.

РЫНОК E-COMMERCE В РОССИИ

На конец 2013 года в России насчитывалось почти 61,5 млн интернет-пользователей в возрасте от 14 до 65 лет. Прогноз на 2014 год — 80 млн интернет-пользователей. Интернет-аудитория в России самая многочисленная и быстрорастущая в Европе (данные comScore на 2013 год).

По прогнозам компании Searchlaboratory, объем российский рынка eCommerce в 2015 году составит 36 млрд долларов (напомним, что в 2012 году агентство Morgan Stanley оценивало рынок eCommerce в России в 12 млрд евро).

Кто покупает онлайн? Немного статистики eCommerce-рынка России:

- женщины в возрасте от 30 до 39 лет;
- средний возраст покупателя — 44 года;
- семьи со среднемесячным доходом более 30 000 рублей;
- средняя стоимость заказа онлайн — 3 200 рублей;
- самый популярный товар — книги и электронная техника;
- наиболее медленно развивающаяся отрасль eCommerce — продажа продуктов питания по интернету;
- в месяц более 20 миллионов человек покупают что-то онлайн;
- более половины людей, покупающих онлайн, проживают в городах с населением менее 1 млн человек;
- самый популярный вид оплаты — наличные, ими оплачивают 43% интернет-пользователей.

Доля онлайн-покупателей среди интернет-пользователей разных федеральных округов России

Конечно, надо принимать в расчёт, что основная доля покупок приходится на города-миллионники и просто крупные города, поэтому процент онлайн-покупок в том или ином регионе означает процент покупок, совершенных в крупных городах этого региона.

СПОСОБЫ ПОКУПОК В ИНТЕРНЕТЕ. КАК ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПЛАТИТЬ, %



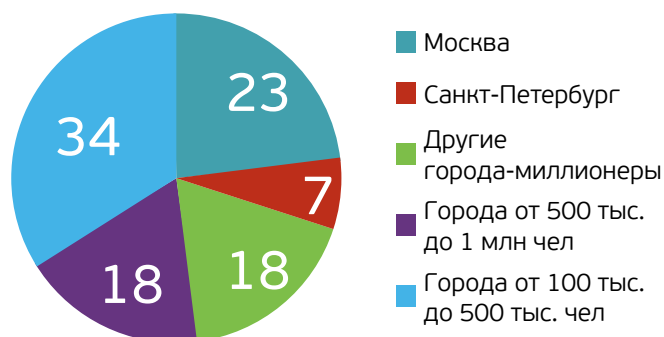
Источник: аналитическое агентство MarksWebb Rank&Report

Крупнейшие игроки российского eMarket по данным Morgan Stanley

Озон.ру: прибыль в 2012 году — 232 млн долларов, ожидаемая прибыль в 2014 — 1 млрд долларов, Avito, KupiVIP (одежда), Lamoda (одежда), Biglion (интернет-магазин), Game Insight (мобильные игры), Wikimart (интернет-магазин), AnywayAnyday (агрегатор продажи авиабилетов), Sotmarket, Wildberries.ru, Holodilnik.ru, Utkonos.ru, Svyaznoy.ru, Exist.ru.

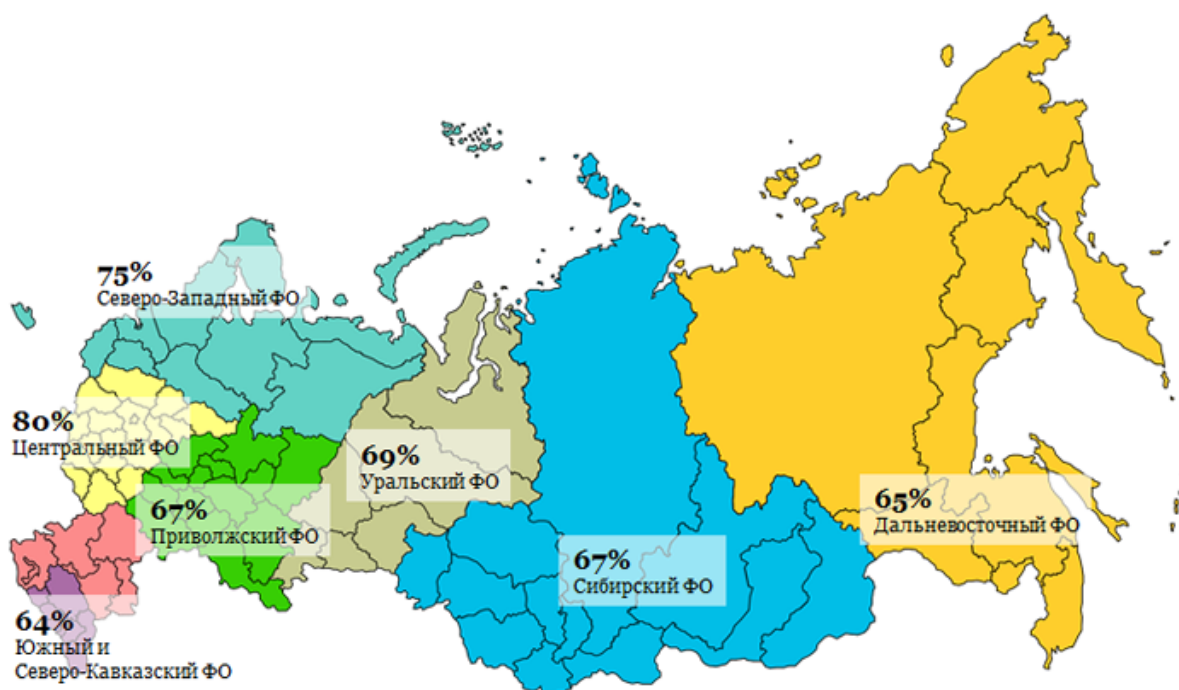
Как мы видим, только треть всех покупок приходится на Москву и Санкт-Петербург, остальные 70% составляют регионы РФ.

КТО ПОКУПАЕТ ОНЛАЙН? РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО РЕГИОНАМ, %



Источник: аналитическое агентство MarksWebb Rank&Report

ДОЛЯ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛЕЙ СРЕДИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ РАЗНЫХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ РОССИИ



Источник: аналитическое агентство MarksWebb Rank&Report

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ECOMMERCE-САЙТЫ В РОССИИ

Top 5 Retail Sites in Russia Source: comScore MMX, Dec-12	Total Unique Visitors (000)	% Grown	Avg Minutes per Visitor	Avg Pages per Visitor
Retail	42,362	20	50,3	92
Yandex.Market	15,284	18	10,4	13
Ozon.ru Sites	7,439	2	10,0	12
Svyaznoy Sites	6,404	N/A	9,4	13
M.Video	5,314	27	14,0	21
Wildberries.ru	4,900	46	19,5	38

Источник: comScore, 2013 г.

НОВОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

В настоящее время активно обсуждается возможное введение налога на покупки, сделанные в зарубежных интернет-магазинах. Правительство РФ предварительно одобрило установление порога для беспошлинного ввоза товаров, пересылаемых по адресам физических лиц, в 150 евро в месяц. Сейчас по действующему законодательству физическое лицо в России может в месяц беспошлинно получить товары из-за границы на сумму до 1000 евро и весом не более 31 кг. Если товар стоит или весит больше, взимается пошлина в размере 30% от стоимости, но не менее 4 евро за 1 кг веса. Следует помнить, что, несмотря на беспошлинный лимит, все международные курьерские службы дополнительно имеют свои внутренние ограничения на доставку товаров физическим лицам в Россию.

Обещанное введение нового налога уже вызвало недовольную реакцию и критику в Рунете.

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ — ETRADING

Преимущества eTrading для покупателя вполне очевидны: экономия времени, больший выбор, чем в оффлайн-магазинах, отсутствие очередей, возможность легко сравнить цены в разных магазинах и, как результат, более низкие цены.

Более 80% интернет-пользователей ищут товары в интернете, и более 50% — хоть раз купили что-нибудь в интернете.

Преимущества eTrading для продавца: возможность охватить наибольшую аудиторию и экономия на аренде торговых помещений.

С помощью простых инструментов отслеживания eTrading, можно узнать, что пользователи покупают, попадая на сайт, сколько времени на нём проводят и другую важную информацию.

Какую информацию можно отследить?

Товар — какие товары были куплены, сколько, какова прибыль.

Транзакции — доход, налоги, доставка, количество товара для каждой транзакции.

Время на сайте (до совершения покупки) — сколько времени прошло с начала рекламной кампании и до момента совершения транзакции.

eTrading помогает отслеживать прибыль от сайта, лучше понимать эффективность различных каналов трафика, оптимизировать рекламные кампании, сравнивать прибыльность продуктов.

Можно узнать, какие товары лучше продаются, а какие лучше продвигаются с помощью рекламы, какой доход и количество товаров приходится в среднем на одну транзакцию, сколько времени требуется посетителям сайта, чтобы что-то купить, сколько раз они заходят на сайт перед покупкой и многое другое.

СХЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

B2B (англ. business to business) — бизнес-бизнес

Торгово-денежное взаимодействие двух предприятий или компаний в сети интернет. Одна из самых динамично развивающихся отраслей eCommerce. Преимущества — контроль + прозрачность, возможность отслеживания заказчиком хода работ. Примеры: разработка и дизайн сайтов, размещение рекламы, оптовая продажа товаров и т.д.

B2C (англ. business to client) — бизнес-клиент

Торгово-денежные взаимодействия компании и клиента, в данном случае физического лица. Самое распространенное действие — розничная продажа товаров через интернет-магазины.

C2C (англ. client to client) — клиент-клиент

Проведение сделок купли-продажи между двумя лицами, ни одно из которых не является юридическим. Чаще всего — участие в онлайн-аукционах (Самые популярные — ebay.com, молоток.ру и другие), где пользователи могут размещать на продажу и приобретать товары по более низкой цене, чем в обычных и интернет-магазинах.

«Электронная коммерция — самый растущий на сегодняшний день сегмент рекламодателей в контекстной рекламе, — комментирует Татьяна Костенкова, генеральный директор Aog1. — Это люди, которые лучше всех умеют считать ROI на каждый вложенный рубль и поэтому яснее всех понимают, как работает реклама, как она влияет на продажи и рост бизнеса. И именно поэтому они сейчас являются по сути локомотивом развития всего digital рынка — они всегда готовы попробовать новое и рассказать, как это повлияло на их продажи. Если хотите честный ответ, что работает или не работает в рекламе — спросите людей, которые занимаются екоммерс. Этому подходу способствует сам тип бизнеса — если в офлайне измерить всю цепочку конверсии от клика до прихода в магазин и покупки сложно, то при заказах на сайте — все прозрачно и понятно.

В Америке и Европе екоммерс — один из самых больших сегментов в интернет-рекламе. Екоммерс — это не только интернет-магазины, но и множество сервисов, в том числе покупка билетов, бронирование отелей, туров, доставка цветов и т.д. У нас в Россию львиную долю рекламных бюджетов екоммерс составляют крупные магазины — Озон, Ламода и т.д. Но в то же время быстро растет малый и средний сегмент — небольшие магазины, сервисы, в том числе в регионах. У них возникает множество проблем — например, с логистикой, с платежами, но приятно видеть, что все-таки рост и развитие происходит и все больше товаров и услуг можно заказать онлайн, не выходя из дома».

2.4 СОЗДАНИЕ САЙТОВ

САЙТ — ЭТО НЕ ПРОСТО ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАНИЦА С ПЕРЕЧНЕМ ВАШИХ УСЛУГ И ТОВАРОВ, СПОСОБАМИ СВЯЗИ, АДРЕСАМИ И ТЕЛЕФОНАМИ, А ВАЖНЫЙ, ЕДВА ЛИ НЕ ГЛАВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА. ВПЕЧАТЛЕНИЕ ОТ ИНТЕРНЕТ-СТРАНИЦЫ ВЛИЯЕТ НА РЕШЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ — СОВЕРШИТЬ СДЕЛКУ ИЛИ НЕТ — ЕДВА ЛИ НЕ СИЛЬНЕЕ, ЧЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ТОВАРОВ ИЛИ УСЛУГ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА САЙТЕ, И ИХ СТОИМОСТЬ.

Каждому активно развивающемуся бизнесу, желающему привлечь новых клиентов и удержать старых, нужна своя интернет-страничка. Сегодня интернет-сайт — такое же

лицо компании, как операторы, принимающие звонки, и офис, где клиентов обслуживают менеджеры и продавцы.

По содержанию и представлению информации на сайте пользователь судит о надежности бизнеса, о том, стоит ли приобретать товар именно в этом интернет-магазине, а не каком-то другом. Ассортимент и цены двух интернет-магазинов могут быть практически одинаковыми, тогда решение покупателя зависит от не прямых факторов — отзывов о магазине и, конечно, той информации о товарах и услугах магазина, представленных на интернет-странице.

СОЗДАНИЕ САЙТА В РОССИИ: ЦЕНЫ И ПОКАЗАТЕЛИ

Средняя цена на сайт как средняя температура по больнице. Все зависит от количества страниц, объема работ, уникальности дизайна и прочих факторов. В стоимость сайта не включается его продвижение, это отдельная статья бюджета.

Создание сайта-визитки, то есть одной или нескольких страниц с контактной информацией, обойдется от 1 500 руб.

Для индивидуальных предпринимателей с ограниченным рекламным бюджетом существует множество конструкторов сайтов, где сайт можно сделать бесплатно, используя шаблоны дизайна и структуры.

Самый простой бизнес-сайт или интернет-магазин можно создать за сумму от 10 000 руб., а более сложный сайт, учитывающий пожелания рекламодателя, будет стоить от 50 000 руб.



«Возможности современных конструкторов сайтов позволяют удовлетворить потребности большинства представителей малого бизнеса. С их помощью любой более-менее подготовленный пользователь сможет, как правило, не только быстро развернуть корпоративный сайт, визитку или небольшой интернет-магазин, но и начать продвижение в поисковых системах, обрабатывать заказы и принимать онлайн оплату. Большинство конструкторов работают по модели freemium: большая часть функционала предоставляется бесплатно, дополнительные возможности — за плату. Цена вопроса за «максимальную комплектацию» разнится — от 300-400 до примерно 2000 рублей в месяц.

Все эти факторы способствуют тому, что конструкторы сайтов каждый день выбирают тысячи людей, этот рынок активно растет и развивается», — комментирует Андрей Ермак, pr-менеджер Nethouse.



СОЗДАНИЕ САЙТА — ВАЖНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Перед созданием нужно точно определить, какую задачу должен выполнять сайт. Задача сайта – продажа, представление товара, представление услуги или и то, и другое.

Когда основная задача для сайта поставлена, нужно понять, с какой целью интернет-пользователь зайдет на сайт. Например, узнать цены на радиодетали, купить пылесос или сравнить цены гостиничных номеров в разных системах бронирования. Сайт должен быть построен таким образом, чтобы пользователь мог легко выполнить поставленную задачу и найти то, что ему нужно.

Важные составляющие структуры и наполнения сайта:

• Юзабилити сайта

Удобство пользования. Любое действие пользователя должно совершаться интуитивно.

• Раскладка и навигация

Пользователь не должен плутать в разделах в поисках нужной вещи. Лучше создать меньшее количество разделов, в которых будет содержаться самое важное.

• Заголовки

Ясные и четкие.

• Копирайтинг

В текстах не должно быть грамматических ошибок и описок, иначе пользователь теряет доверие к неряшливо написанному контенту.

• Фото- и видеоконтент

Доказано, что крупные и объемные качественные фотографии лучше привлекают внимание пользователя.

• Онлайн-маркетинг для магазинов

Расположение товаров, их изображения, сортировка, предложение недели, дня, скидки — все играет роль и сказывается на количестве продаж.

СБАЛАНСИРОВАННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ САЙТА



Источник: digital агентство «Мир рекламы»

САМЫЕ КОНВЕРСИОННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ САЙТА:

- изображения и видео считаются более конверсионными по сравнению с обычным текстом;
- отзывы на продукт — мнение пользователя складывается из многих факторов, и хорошие отзывы от клиентов сильно повышают конверсию;
- сертификаты и классификации, свидетельствующие о хорошей репутации бизнеса или продукта;
- качественный копирайтинг.

В качестве примера копирайтинга, влияющего на конверсию, сравним страницы с условиями гарантии двух интернет-магазинов, торгующих компьютерами и электроникой.

В народном рейтинге онлайн-продавцов электроники сайта ixbt.com второй магазин занимает 1-ую строчку, демонстрируя тем самым, какую важную роль играет правильный копирайтинг.

ГАРАНТИЙНЫЕ УСЛОВИЯ ПЕРВОГО МАГАЗИНА

Возврат и обмен

1. Возврат и обмен товара надлежащего качества

1.1. Вы можете отказаться от заказанного товара в любое время до его получения, а после получения - в течение 7 дней. Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид (упаковка, пломбы, ярлыки), потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара (товарный или кассовый чек). Для возврата товара также необходим документ, удостоверяющий личность.

1.2. При возврате товара надлежащего качества **маркет.рф** вернет его стоимость не позднее чем через 10 дней с момента получения товара и Вашего письменного заявления, за исключением транспортных расходов на доставку товара.

1.3. Возврату не подлежат товары надлежащего качества:

- Имеющие индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его покупателем;
- Указанные в Перечне непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену, утвержденном Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55.

1.4. При отказе от товара, в случае если он является частью комплекта, возврат может осуществляться только полным комплектом.

ГАРАНТИЙНЫЕ УСЛОВИЯ ВТОРОГО МАГАЗИНА

ЖЕЛЕЗНАЯ ГАРАНТИЯ, тысяча чертей!

Мне нравится 84

Share 15

ЖЕЛЕЗНАЯ ГАРАНТИЯ — это когда вы остаетесь нашим любимым клиентом и ПОСЛЕ того, как отдали деньги за товар.

ЖЕЛЕЗНАЯ ГАРАНТИЯ — это простая возможность вернуть в течение двух недель купленный ноутбук если он, к примеру, не тянет желанную игру, или вы не смогли привыкнуть к клавиатуре.

Да причины вообще не важны — не нравится и все, деньги вернем в течение нескольких минут. Клиент **всегда** прав. Деньги вернем в течение нескольких минут. 100%, если на оный товар муха, как говорится, не приседала.

ЖЕЛЕЗНАЯ ГАРАНТИЯ — безукоризненное исполнение естественных обязательств, вытекающих из отношений честного продавца и добросовестного покупателя.

ЖЕЛЕЗНАЯ ГАРАНТИЯ — это когда мы заботимся о вас и после покупки. Клиент **довольный клиент** и никак иначе.

Сломалось? Не страшно! Поможем починить, подскажем куда обратиться, если не дай бог нашей квалификации не хватит.

Мы постоянно работаем над качеством сервиса, и это, в отличие от подавляющего большинства продавцов, не просто слова. С вероятностью не менее **93%** (это значение растет со временем) вам понравится покупка у нас. Мы не можем гарантировать полного отсутствия ошибок. Они бывают.

Однако мы железно гарантируем, что в каждом случае ошибки наших сотрудников, технического сбоя либо любого другого форс-мажора, мы найдем решение, которое вас устроит.

Пробки, опоздала доставка — она будет бесплатной для вас. Складская ошибка, на складе не оказалось заказанного товара — бесплатно доставим его позже в удобное время, по той же цене мы продадим лучший аналог и так далее.

Каждая проблема разбирается индивидуально.

ТРИ ТИПА ПОКУПАТЕЛЕЙ

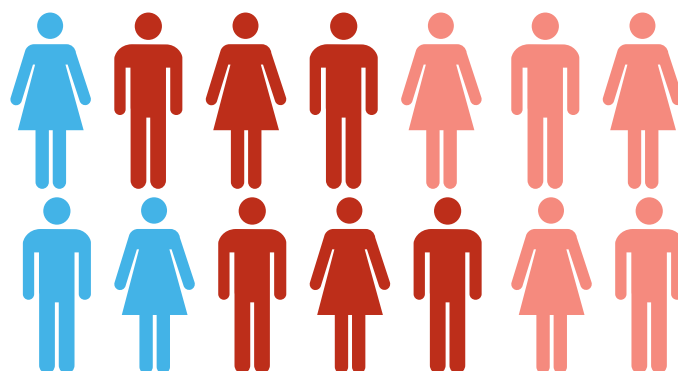
Исследования, показали, что цветовая гамма заметно влияет на восприятие содержания сайта. Вывели три типа покупателей и цвета, которые им нравятся и, тем самым, подталкивают к покупке в онлайн-магазине.



ЭКОНОМНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ
ищет выгодные предложения:
темно-фиолетовый, сине-зеленый



ИМПУЛЬСИВНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ
совершает покупку быстро,
под впечатлением от продукта:
ярко-фиолетовый, оранжевый, черный



ОБЫЧНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ:
голубой, бордовый, розовый

2.5 ХОСТИНГИ И ДОМЕНЫ

Мы уже рассказали о том, как создание и продвижение сайта в интернете стали одним из важнейших рычагов маркетинга для увеличения продаж. Давайте взглянем на техническую сторону создания интернет-сайтов и управления ими.

Чтобы создать сайт, необходимо зарегистрировать его имя в какой-нибудь доменной зоне.

Что такое доменные зоны и доменные имена?

Подключаясь к сети, каждый компьютер идентифицируется по IP-адресу (как почтовый адрес у людей). Было бы затруднительно всякий раз вводить что-то вроде 46.115.121.221, чтобы попасть на определенный сайт. Поэтому придумали ещё один способ адресации: числовой оставили компьютерам и специалистам, а для обычных пользователей создали символьный способ адресации, например, aoi.ru, blondinka.ru. **Доменное имя** — это записанный символами адрес сайта, имеющий своего владельца. **Доменная зона или просто домен** — область, объединяющая одинаковые доменные

имена, административная единица сети Интернет, позволяющая проще в нем ориентироваться.

Существуют домены разных уровней:

- домены первого уровня — RU, COM, ORG и другие
- домены второго уровня — domain.ru
- домены третьего уровня — name.domain.ru

Домены первого уровня разделяют на национальные домены (у Российской Федерации — RU, RF, SU, у Великобритании — CO.UK, у Германии — DE и т.д.) и общие домены, такие как COM, NET, ORG, INT, EDU, GOV, MIL.

Если владелец какого-то бизнеса захотел создать сайт, ему необходимо проверить, не занято ли выбранное им доменное имя и, в случае если оно свободно, купить его. Под покупкой подразумевается оплата доменного имени на определенное время — обычно сроком на один год (но можно и дольше). Например, компания, продающая сайдинг в Саратове, хочет зарегистрировать сайт с адресом

КОЛИЧЕСТВО ДОМЕННЫХ ИМЕН (.COM, .BIZ, .MOBI И ДРУГИХ)

.com

112 182 322
+338 918 ▲ 0,30%

.net

15 170 544
+5 238 ▲ 0,03%

.org

10 382 856
+16 843 ▲ 0,16%

.biz

2 641 961
+10 702 ▲ 0,41%

.info

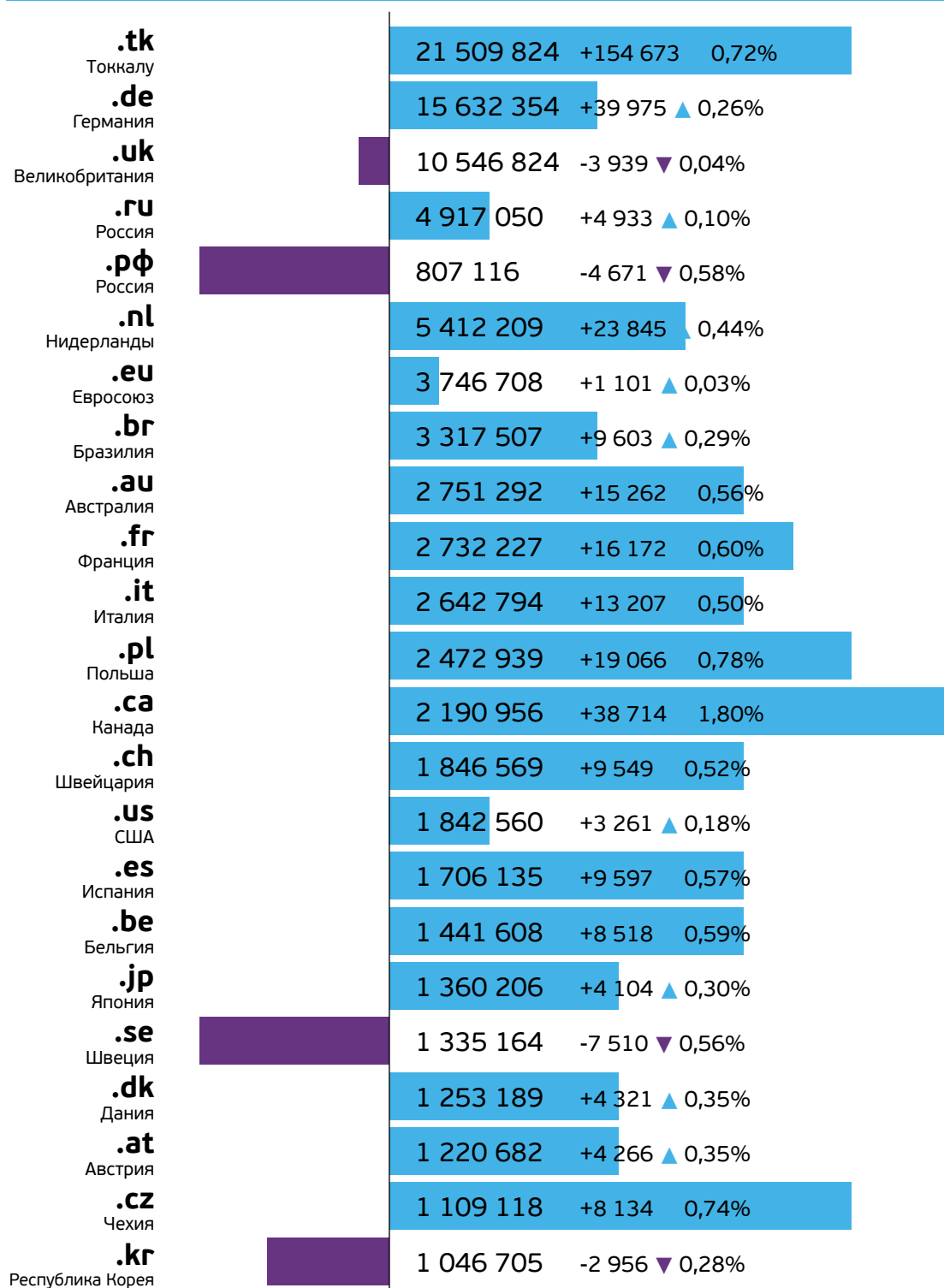
5 740 578
-90 978 ▼ 1,56%

.mobi

1 073 145
-124 998 ▼ 10,43%

Источник: Технический Центр Интернет,
январь 2014 г.

КОЛИЧЕСТВО НАЦИОНАЛЬНЫХ ДОМЕНОВ (.TK, .RU, .DE И ДРУГИХ)



Источник: проект «Домены России», январь 2014 г.

saiding-v-saratove.ru. Доменное имя свободно, можно его покупать, теперь необходимо решить следующий технический момент — хостинг сайта.

РАХ. ОБЫЧНО В ХОСТИНГ ВХОДИТ СОБСТВЕННО ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СЕРВЕРОВ И УСЛУГИ ПО АДМИНИСТРИРОВАНИЮ — РАЗМЕЩЕНИЕ ФАЙЛОВ САЙТА НА СЕРВЕРЕ.

ХОСТИНГ — СЕРВИС, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЙ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ МОЩНОСТИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ САЙТА (Т.Е. ВСЕГО КОНТЕНТА — ШАБЛОНОВ, КАРТИНОК, ВИДЕО, БАЗ ДАННЫХ С ТЕКСТАМИ И ПРОЧ.) НА СЕРВЕ-

Важным параметром хостинга является операционная система (Windows, Linux, Unix-системы), используемая для администрирования сайтов, размещенных на сервере, потому что именно от этого

зависит программное обеспечение, которое будет обеспечивать поддержку тех или иных сервисов на сайте.

Хостинг так же оценивают по наличию следующих возможностей:

- поддержка CGI: Perl, PHP, Python, ASP, Ruby, JSP;
- поддержка .htaccess/.htpasswd (для Apache);
- поддержка баз данных.

Хостинг оценивают по следующим количественным ограничениям:

- размер дискового пространства под файлы пользователя;
- количество месячного трафика;
- количество сайтов, которые можно разместить в рамках одной учетной записи;
- количество FTP пользователей;
- количество E-Mail ящиков и объём дискового пространства, предназначенного для почты;
- количество баз данных и размер дискового пространства под базы данных;
- количество одновременных процессов на пользователя;
- количество ОЗУ, и максимальное время исполнения, выделяемое каждому процессу пользователя.

И следующим качественным ограничениям:

- свободные ресурсы CPU, оперативной памяти, которые влияют на быстродействие сервера;
- пропускная способность каналов, которая влияет на загрузку информации;
- удаленность оборудования хостера от целевой аудитории сайта, которая влияет на загрузку информации.

СТАТИСТИКА ПО ДОМЕНАМ

Количество доменов в зонах RU, RF и SU на апрель 2014 по данным Интернет-ресурс «Домены России»
Статистика по хостингам доменной зоны RU.

.RU

4 935 053 ▲ +0,11%
Новых с начала месяца: **31 286**

.РФ

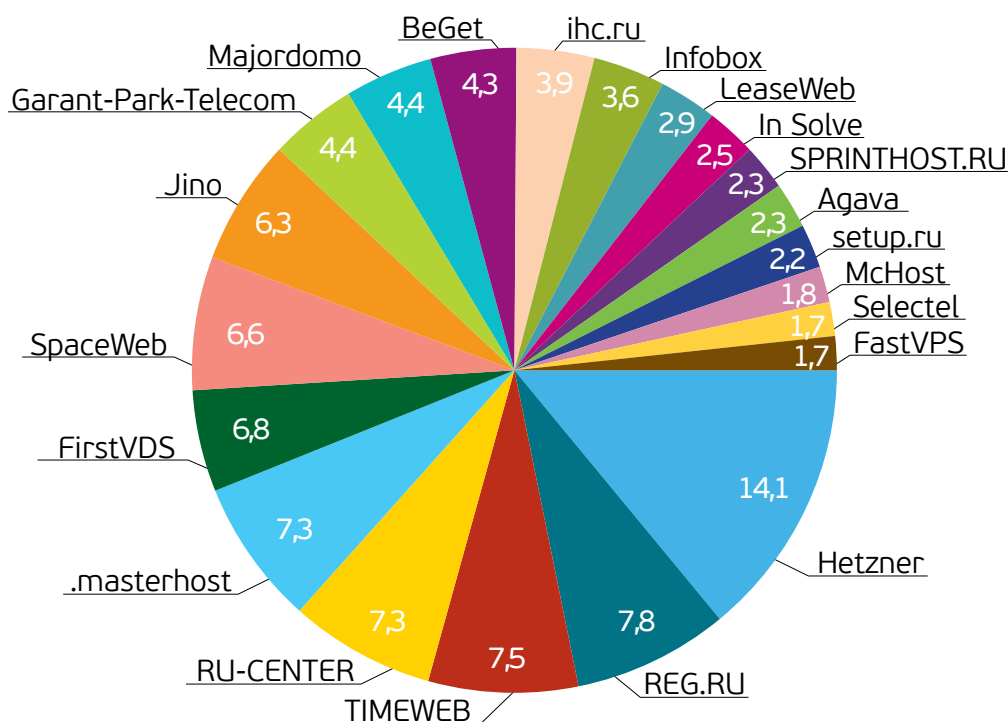
820 359 ▲ +0,1%
Новых с начала месяца: **1 985**

.РФ

120 519 ▲ +0,11%
Новых с начала месяца: **605**

Источник: statonline.ru, апрель 2014 г.

ТОП-20 ХОСТИНГ-ПРОВАЙДЕРОВ ДОМЕНОВ ЗОНЫ .RU, АПРЕЛЬ 2014, %



Источник: statonline.ru

ЦЕНЫ НА УСЛУГИ ХОСТИНГА И ДОМЕННЫЕ ИМЕНА В РОССИИ

За что платить: **место на серверах под контент сайта** (изображения, текст, шаблоны и проч.) + **аренда оборудования с круглосуточным высокоскоростным доступом к сети**, чтобы любой пользователь сети Интернет мог зайти на сайт в любое время.

Что входит в стоимость:

- программное обеспечение;
- расходы на аппаратное обеспечение (жесткие диски, материнские платы и другое оборудование имеет характерную черту быстро устаревать);
- круглосуточное электропитание;
- зарплата администраторов и других сотрудников техподдержки; и проч.

Часто некоторые компании по предоставлению хостинга при заключении контракта опла-

чивают клиенту аренду выбранного доменного имени.

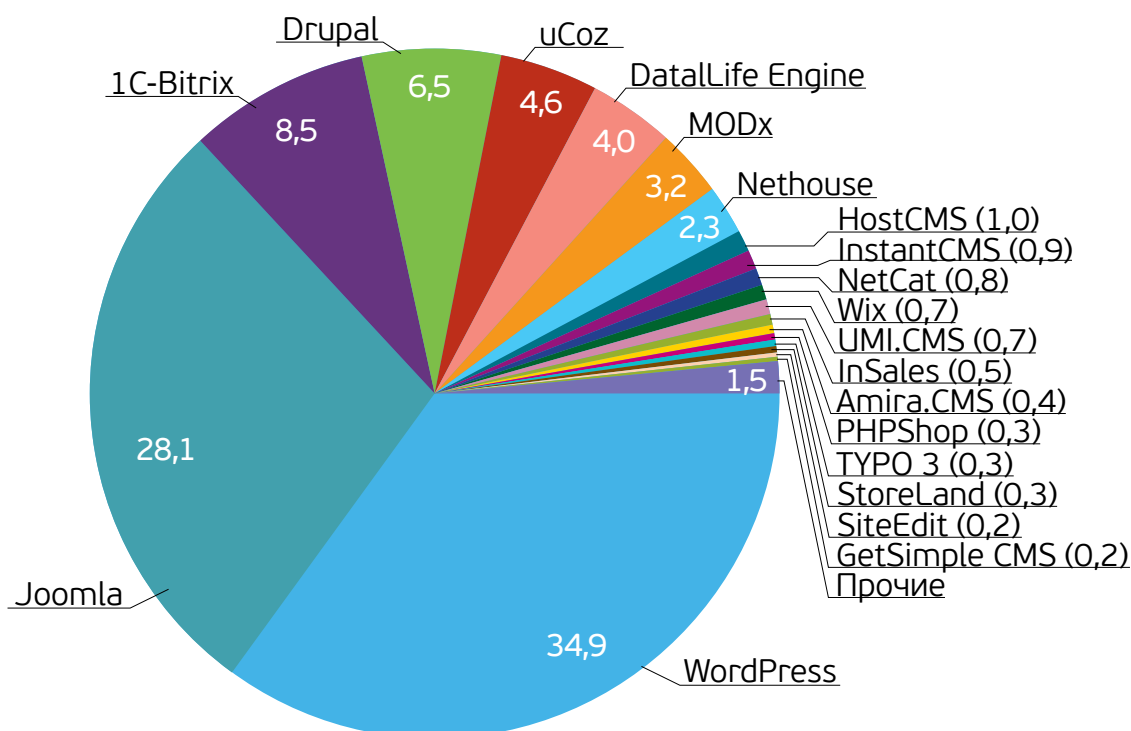
Минимальный срок регистрации хостинга — 1 месяц (хотя некоторые компании предоставляют бесплатный тестовый период с последующей оплатой за день).

Минимальные сроки регистрации домена в зоне ru — 1 год.

Стоимость регистрации домена (включая годовую аренду) в зонах RU, RF, SU — от 100 руб.

Стоимость услуг хостинга зависит от выбранного тарифа, т.е. от количества памяти, выделенного под контент сайта. Хостинг с предоставлением 3 Гб памяти будет стоить примерно 2 000 руб. Соответственно, чем больше функций и пространства предоставляет компания, тем дороже это будет стоить.

ТОП-20 CMS НА САЙТАХ ЗОНЫ .RU,
АПРЕЛЬ 2014, %



Источник: statonline.ru

2.6 SMM

SMM (АНГЛ. SOCIAL MEDIA MARKETING) — ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА В БЛОГАХ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

На огромном количестве сайтов сейчас можно найти изображения логотипов Фейсбука, ВКонтакте, Твиттера, Одноклассников и других социальных сетей, кликнув по которым вы окажетесь на странице компании, продукта или проекта. Рестораны, книжные магазины, онлайн-продавцы, радиостанции, любые бизнесы от ИП до крупных корпораций предлагают подписаться на группу или страничку своей компании в соцсетях, чтобы узнавать последние новости и получать интересные предложения.

SMM — это динамично развивающийся интерактивный маркетинг. Используя SMM, вы получаете быстрый и эффективный канал общения с потенциальными клиентами и один из рычагов управления, чтобы упрочить и улучшить позиции сайта в органическом поиске. Поисковые системы Google и Bing официально заявили, что учитывают так называемые «социальные сигналы», количество подписчиков и лайков в соцсетях, среди прочих факторов ранжирования. Таким образом, SMM является своеобразным продолжением SEO.

Итак, SMM нужно, чтобы

- сделать бренд, продукт или компанию узнаваемыми. Если продвигаете какую-то новинку, обязательно стоит раскручиваться в социальных сетях;
- увеличить количество посетителей сайта;
- увеличить интерес аудитории к бренду или продукту;
- как итог — увеличить продажи.

Услуги по SMM обычно может оказать практически любое рекламное агентство, но существуют и агентства, заточенные исключительно под продвижение в соцсетях. Если рекламный бюджет ограничен, можно создавать и обновлять новости в соцсетях самостоятельно, без сторонней помощи.

Главные направления SMM:

- создание и ведение групп, пабликов, сообществ, представляющих компанию, проект или продукт, в соцсетях «ВКонтакте, Facebook, Google+, «Одноклассники»;
- создание и ведение странички-микроблога в Twitter;
- привлечение новых подписчиков, проведение мероприятий для увеличения интереса у интернет-пользователей к страничке в соцсети: конкурсы, акции, розыгрыши и специальные предложения;
- разработка приложений, связанных с продуктом или компанией, и их раскрутка среди пользователей;
- раскрутка сайта в форумах и сообществах — продвижение в блогах, на тематических форумах, публикация статей в интернет-изданиях;
- размещение рекламы в социальных сетях;
- соцмедиа-аналитика — мониторинг сообществ, отслеживание конкурентов, разработка и оптимизация стратегии продвижения продукта и компании в российском сегменте интернета.

Преимущества SMM:

- демократичность цен — начать продвижение в соцсетях можно с ограниченным рекламным бюджетом, можно даже при его отсутствии, главное находить и публиковать интересный контент и делать это регулярно;
- широкий охват аудитории — аудитория «ВКонтакте» насчитывает более 52 млн человек, «Одноклассников» — более 46 млн;
- социальный таргетинг — можно выбирать потенциальных подписчиков по возрасту, интересам, месту жительства и многим другим параметрам;
- создание хорошей репутации компании — максимальный эффект от SMM, как и от SEO, достигается спустя некоторое время.

РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

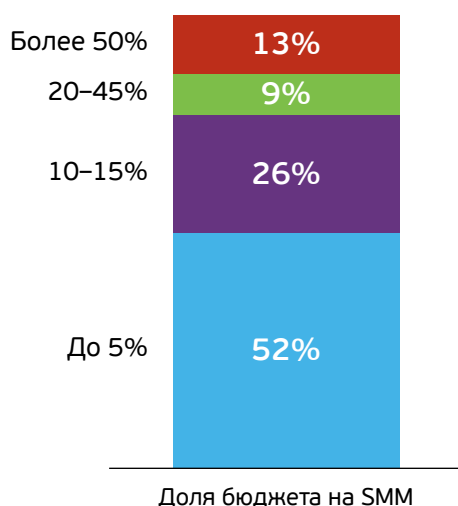
Размещать рекламу в социальных сетях можно как напрямую, на самих площадках, так и с помощью агрегаторов, например, с Aogi, на нескольких площадках одновременно.

Рекламное объявление в соцсетях состоит из картинки, короткого заголовка и текста, причём, крупные картинки, на которых изображён один предмет (например, пицца или женские туфли) работают лучше, чем пестрые картинки, где сразу много всего — и цветов, и предметов, а рисунки получают больше кликов, чем фотографии.

Огромный плюс рекламы в соцсетях — различные виды таргетинга, позволяющие выбрать именно ту аудиторию, которая нужна рекламодателю: интересы, любимые места, станции метро, места учебы, группы и прочие. Если товар или услуга рекламодателя ориентирована на широкую аудиторию (мужчины, женщины, студенты и, например, люди в возрасте от 45 до 60), то лучше всего разделить ее на группы (например, две группы для мужчин — (18-35 и 36-60) и две для женщин — 18-35 и 36-60). А также сделать отдельные объявления для каждой группы (очевидно, что молодым мужчинам понравится не та же картинка, что и зрелым женщинам).

Важная деталь: все эти таргетинги нужно устанавливать аккуратнее. Есть риск добавить нецелевую аудиторию и, наоборот, отсеять тех, кого объявление может заинтересовать, ведь далеко не все указывают конкретные интересы и свое место жительства в социальных сетях.

КАКОЙ ПРОЦЕНТ ОТ PR БЮДЖЕТА СОСТАВЯТ ВАШИ РАСХОДЫ НА SMM И DIGITAL В 2014 ГОДУ?



Источник: *communica.ru*

РЫНОК SMM В РОССИИ

Согласно исследованию SMM-рынка и рынка интернет-рекламы в целом от компании Hays, в России SMM-сегмент набирает обороты и в ближайшем будущем его ожидает стабильный рост — более 60% компаний в 2013 году искали специалиста по продвижению в социальных сетях.

Средний уровень цен на SMM-услуги (данные агентства интернет-маркетинга Matik)

Минимальный уровень цен: 15 — 18 тыс. рублей в месяц.

Малый бизнес, находящийся на рынке более 2-х лет: 15-18 тыс.

Малый бизнес, только что вышедший на рынок: 18 — 25 тыс. руб. в месяц.

Среднего бизнеса с минимальной конкуренцией: 20-30 тыс. руб. в месяц.

Средний бизнеса с несколькими сильными конкурентами: 30 — 90 тыс. руб.

В список SMM-услуг входит: создание и размещение контента, администрирование групп и сообществ компании рекламодателя, их продвижению и общение с пользователями соцсети (30-50%), привлечение подписчиков (40 — 60%).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В РОССИИ

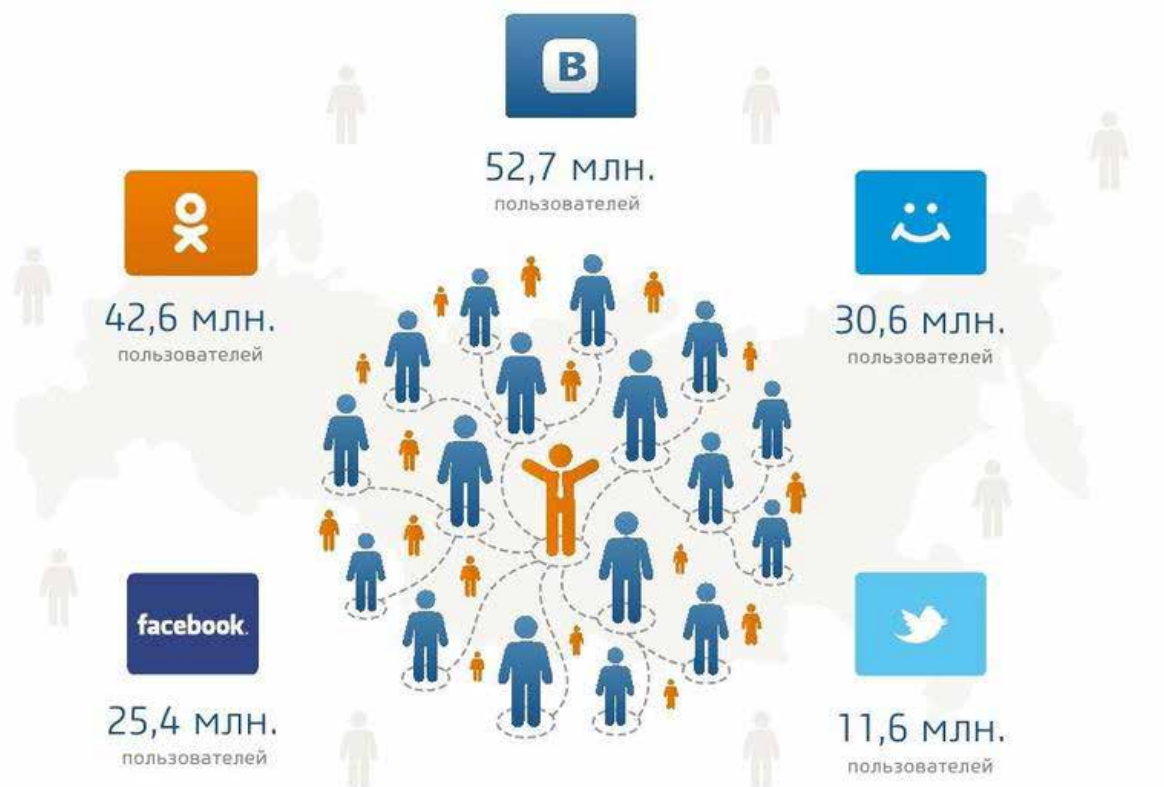
«ВКонтакте» остается самой популярной социальной сетью в России, обгоняя Фейсбук и ещё одного российского конкурента — «Одноклассников».

«Одноклассники» при этом опережают «ВК» по количеству просматриваемых страниц в месяц: 64,3 млн просмотров у «ОК» против 37 млн у «ВКонтакте».

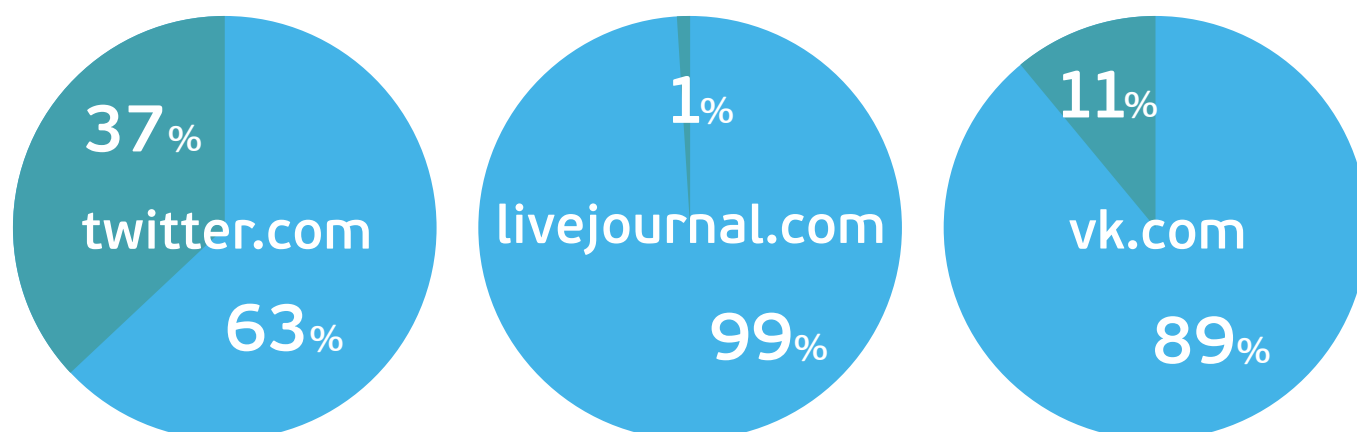
РОССИЯ: ОБЩАЯ СТАТИСТИКА



Источник: *wearesocial.sg*



Источник: TNS Web-Index,
месячная аудитория, январь 2014



■ Посетители, не проявляющие публичную активность

■ Уникальные авторы

Источник: TNS Web-Index Brand Analytics, май 2014

«Многие компании (особенно B2B сектор) до сих пор думают, что SMM — это какое-то новшество, и что их он не касается, даже не подозревая о том, насколько плотно SMM вошел в нашу деловую и личную жизнь. Пользователи, проявляющие хоть немного активности в социальных медиа, уже являются частью Social media Marketing, размещая репосты записей, обсуждая новости и оставляя отзывы.

Зачастую небольшие компании также не уделяют должного внимания Social media и это является чуть ли не главной их ошибкой, ведь клиенты этих компаний уже присутствуют в соцсетях и готовы к диалогу в своей «зоне комфорта»...

С каждым днем появляется всё больше и больше инструментов, значительно облегчающих жизнь маркетологов, smm и pr-специалистов. Использование этих инструментов компаниям нужно довести до автоматизма, ввести в привычку, как чистить зубы по утрам.

SMM — это не что-то далекое и неизведанное. Это реальность, настоящее и будущее, Альфа и Омега современного бизнеса», — коллективный разум IQ Buzz.

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ (ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОДПИСЧИКОВ) ЗА ФЕВРАЛЬ 2014



Источник: Socialbakers.com

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ СТРАНИЦЫ (ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОДПИСЧИКОВ)

#	Page	Local Fans	Fans	ER	Rating
1.	Beeline	343 781	402 859	0.017%	6
2.	Topface	306 836	1 617 781	0.154%	4
3.	Сбербанк: Банк друзей	227 023	249 330	0.206%	7
4.	Audi Russia	177 633	250 985	Find in Analytics	7
5.	Sai Vachan Creations	151 198	1 847 198	Find in Analytics	6
6.	ESET Nod32 Russia	119 258	272 107	Find in Analytics	3
7.	ClassifiedRide.Com	111 800	942 616	Find in Analytics	5
8.	Клуб любителей моцареллы	107 580	119 102	Find in Analytics	6
9.	Ahmad Tea in Russia	89 658	102 788	Find in Analytics	8
10.	eBay Global	88 082	3 066 012	Find in Analytics	5
11.	Burberry	81 853	17 041 348	Find in Analytics	5
12.	Cheaptrip	80 656	133 992	Find in Analytics	5

Источник: Socialbakers.com

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ СТРАНИЦЫ В КАТЕГОРИИ «ТОРГОВЛЯ»

#	Page	Local Fans	Fans	ER	Rating
1.	 Связной. Живи общением!	59 949	74 435	0.031%	7
2.	 Embawood	509	69 483	N/A	1
3.	 Выгода.ру	30 935	41 751	0.000%	4
4.	 Haier Russia	29 556	40 472	Find in Analytics	0
5.	 Эльдorado	27 268	39 010	Find in Analytics	1
6.	 Media Markt Russia	32 878	36 512	Find in Analytics	10
7.	 Pioner Cinema	23 228	27 136	Find in Analytics	0
8.	 Арей Томеш / WAM	618	25 993	Find in Analytics	0
9.	 M. Видео	21 840	24 354	Find in Analytics	N/A
10.	 Азбука Вкуса	13 603	24 127	Find in Analytics	N/A
11.	 PANAVTO - Mercedes-Benz	16 895	22 822	Find in Analytics	N/A

Источник: Socialbakers.com

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ СТРАНИЦЫ В КАТЕГОРИИ ECOMMERCE

#	Page	Local Fans	Fans	ER	Rating
1.	 anywayanyday.com	76 573	111 812	0.248%	4
2.	 OldSport - спортивный аукцион	38 647	77 590	N/A	0
3.	 Aviasales.ru - авиабилеты и...	21 694	70 649	0.068%	10
4.	 Издательство Альпина Паблшерз	33 876	69 661	Find in Analytics	4
5.	 Сеть магазинов re:Store	62 972	68 594	Find in Analytics	9
6.	 HRS	44 040	62 370	Find in Analytics	N/A
7.	 OneTwoTrip	36 176	61 199	Find in Analytics	1
8.	 Skyscanner	59 967	60 591	Find in Analytics	N/A
9.	 Агент.ру	47 369	52 398	Find in Analytics	4
10.	 Bravoavia	12 036	51 623	Find in Analytics	4
11.	 Sindbad	30 102	48 958	Find in Analytics	0
12.	 OneTwoTrip UA	419	46 998	Find in Analytics	0

Источник: Socialbakers.com

2.7 СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТАМИ

Практически любой бизнес — и крупные компании, и маленькие предприятия — сегодня подразумевает взаимодействие с клиентами. Обслуживание клиентской базы — важный пункт в бизнес-менеджменте и бизнес-маркетинге, ведь необходимо учитывать интересы каждого заказчика и одновременно повышать уровень продаж. Для этих и прочих задач были придуманы **CRM** (англ. Customer Relationship Management) — **системы управления взаимоотношений с клиентами**.

CRM-СИСТЕМЫ — ЭТО ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ПОЗВОЛЯЮЩЕЕ АВТОМАТИЗИРОВАТЬ СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ С КЛИЕНТАМИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СЛЕДУЮЩИХ ЗАДАЧ — ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ, ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА, УЛУЧШЕНИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ, УЛУЧШЕНИЯ РАБОТЫ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ, АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ.

В центре бизнес-модели CRM находится клиент и его интересы, поэтому основная бизнес-цель — это одновременное повышение эффективности бизнеса и удовлетворенности клиентов.

ПРИНЦИПЫ CRM

- единая клиентская база данных со сведениями обо всех состоявшихся и планируемых мероприятиях с клиентом;
- использование всех каналов связи (общение с клиентами и потенциальными клиентами по телефону, в переписке по электронной почте, организация мероприятий и встреч и т. д.);
- анализ информации о клиентах для дальнейшего формирования стратегии взаимодействия с клиентом.

Одна из главных целей CRM-систем — постоянное информационное сопровождение всех взаимодействий с клиентом по каждому из каналов связи, это фактически означает, что

- сотрудник компании имеет полный доступ к информации о сделках и мероприятиях с клиентом,
- на основании этой информации принимаются организационные решения, которые тоже в свою очередь сохраняются в клиентской истории в базе данных.

CRM-системы призваны объединить работу компании и должны использоваться как фронт-офисом,

т.е. сотрудниками, непосредственно работающими с клиентами, работниками производства и бэк-офисом — отделами, занимающимися поддержкой работы компании: юристами, бухгалтерами, IT-отделом.

CRM-системы используются практически во всех бизнес-областях: в банках, в страховых и финансовых компаниях, в области рекламы и телекоммуникаций, в туризме и проч.

Обычно **CRM-система включает следующие элементы**

- фронтальная часть — обслуживание клиентов на точках продаж и последующая обработка информации;
- операционную часть — авторизация операций и составление отчетности;
- хранилище данных;
- внутренняя система аналитики;
- распределенная система поддержки продаж.

МИРОВОЙ РЫНОК CRM-СИСТЕМ

По оценке аналитиков компании Gartner, в 2012 года объем мирового рынка CRM-систем составил 18 млрд. долларов.

Крупнейшие игроки — Salesforce.com (14 %), SAP (12,9 %) и Oracle (11,1 %).

РОССИЙСКИЙ РЫНОК CRM-СИСТЕМ

На рынке CRM-систем можно выделить два сегмента: первый — продажа лицензий, когда компания приобретает лицензию на использование системы, а настройка и поддержка системы осуществляется внутренними силами компании, второй — продажа лицензий + поддержка, когда компания помимо лицензии приобретает пакет услуг по поддержке системы, например, установку системы и годовое обслуживание и проч.

По оценкам TAdviser, продажа лицензий CRM-систем на российском рынке в 2013 составила порядка 28,39 млрд рублей, показав рост 10% по сравнению с 25,8 млрд рублей в 2012. Но основной статьей дохода CRM-рынка является установка систем (она занимает порядка 80% всего рынка продажи CRM-лицензий). На конец 2013 года объем российский рынок в сегменте «Лицензии + услуги по внедрению систем» превысил 51 млрд рублей.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА CRM-СИСТЕМ

Системы 1–4 предназначены для крупных компаний, системы 5–7 для малого и среднего бизнеса (по данным компании CRM Lite).

1 Информационные системы максимального функционала, стоимостью владения от 1 000 000\$

ERP (Enterprise Resource Planning — управление ресурсами предприятия) — это корпоративная информационная система для автоматизации и анализа всех основных бизнес-процессов в масштабе организации.

Siebel (CRM-система с очень большими расширениями)

Oracle E-Business Suite (включает функциональный блок CRM)

SAP/R3 (ERP с функциями CRM)

Microsoft Axapta (ERP с функциями CRM)

Самые функциональные системы, обеспечивающие увеличения эффективности продаж и предназначенные для крупных холдингов международного уровня. Множество функций управления и анализа. Недостатки: сроки внедрения — 2–3 года, стоимость.

Внедрения в России: по неофициальным данным, не больше 15.

2 Информационные системы мощного функционала, стоимостью владения от 200 000\$

Microsoft Axapta (ERP с функциями CRM)

Microsoft Navision (ERP с функциями CRM)

Microsoft CRM

BAAN InvensysCRM

Сроки внедрения — от 6 месяцев, перед внедрением требуется консультация специалистов фирмы-разработчика по оптимизации бизнес-процессов. Предназначены для крупных компаний, имеющих достаточный IT-ресурс и обученных специалистов для работы с системой.

Внедрения в России: по неофициальным данным, около 300.

3 Sales Logix (стоимость владения — 20 000–50 000\$)

При правильной настройке повторяет 90% функционала дорогих систем первой и второй групп. Сроки внедрения — 2–3 месяца.

Внедрения в России: по неофициальным данным, примерно 40.

4 CRM-решения российских системных интеграторов.

Парус, Галактика и большинство других системных интеграторов.

Ценовая категория между 2 и 3 группой. Различный функционал: жесткий или настраиваемый, чаще всего написанный под задачи заказчика. Сотрудничество с системными интеграторами удобно в первую очередь для постоянных клиентов, для кого они уже подготовили автоматизацию бухгалтерии, склада и офиса.

Внедрения в России: несколько сотен.

5 CRM-системы российских и украинских поставщиков «из коробки» (стоимость: от нескольких сотен до нескольких тысяч долларов).

Sales Expert

WinPeak CRM

1C-Парус: CRM Управление продажами

TerraSoft CRM

Преимущество — низкая цена. Сроки внедрения — несколько дней. В наличии клиентские данные, история сделок, аналитика, но может оказаться, что система не годна для конкретного типа продаж.

Внедрения в России: несколько тысяч.

6 Заказные CRM-системы

CRM-системы, создаваемая по заказу компании для осуществления конкретных задач. Средняя стоимость проекта — 3 000–10 000\$. Цель — создание удобной CRM-системы, оптимальной для конкретного бизнеса с возможностями роста и расширения, и её быстрое последующее внедрение и интеграция с другим программным обеспечением, используемым компанией.

Внедрения в России: несколько тысяч.

7 Настраиваемые CRM-системы

Решение из двух частей: универсальной и разрабатываемой для заказчика индивидуально.

Универсальная часть — 30 000 руб., настройка отдельных модулей под конкретные требования заказчика (500–1000 долларов стоимость одного модуля).

Сроки внедрения — 1–2 недели.

CRM-СИСТЕМЫ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Использование CRM выгодно в первую очередь в областях бизнеса с острой конкуренцией, там, где на кону каждый клиент. Тогда стратегическое планирование на основе анализа информации из клиентской базы просто необходимо.

Наиболее конкурентными сферами малого и среднего бизнеса, по мнению компании Monitor CRM, являются:

Мелкооптовые фирмы

Проблемы и потребности как у региональных производителей. Для получения прибыли необходимо обеспечивать широкий ассортимент от разных производителей, отслеживать появление новых товаров и производителей, следить за рекламой, и, конечно, держать в поле зрения всех своих клиентов.

Региональные производители

Конкуренция не только друг с другом, но и с национальными и международными брендами. Часто сбывают свою продукцию через торговые сети и мелкооптовые базы. Обычно количество закупщиков-оптовиков у подобных бизнесов сильно ограничено, а бюджет не позволяет потратить средства, например, на проведение маркетингового исследования, именно поэтому системы анализа, входящие в CRM, могут ощутимо помочь владельцам таких предприятий.

Компании-сервисы

Компании, оказывающие те или иные услуги. Аудиторские, адвокатские конторы, службы по ремонту и монтажу, компании, специализирующиеся на оказании компьютерной помощи, туристические агентства и многие другие.

Подобные бизнесы особенно активно развиваются в последнее время. Результат — жесткая конкуренция. Для того чтобы её выдержать, подобным компаниям часто приходится находить индивидуальный подход к каждому клиенту — как раз для этого и разработаны CRM-системы.

Оптимальным вариантом была бы система, содержащая все функции управления работы с клиентами и аналитический блок, но не требующая капитальных вложений при внедрении системы и обучении сотрудников. Система подобного образца помогла бы решать задачи,

наиболее востребованные предприятиями малого и среднего бизнеса.

Функционал аналитических CRM-систем обычно предоставляет:

- детальный анализ завершенных и текущих продаж;
- оценка влияния на продажи различных факторов;
- процесс маркетинговых коммуникаций с клиентами.

Для малого и среднего бизнеса CRM-системы помогают решать следующие задачи:

- формирование ценовой политики;
- осуществление контроля эффективности работы с клиентами;
- выбор каналов продвижения товаров;
- оценка эффективности маркетинговых ходов.

2.8 ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИЯ

Развитие информационных технологий дало возможность перенести самые распространенные сервисы онлайн. Все популярнее у интернет-пользователей становятся «облачные» сервисы — хранилища данных, текстовые и фото-редакторы, программы для работы с электронными таблицами и многие другие.

«Облачные» вычисления (англ. *cloud computing*) — это модель предоставления «по требованию» клиента сетевого доступа к коллективно используемым и настраиваемым вычислительным ресурсам. Одним из видов такой «облачной» модели является **SaaS (англ. Software as a service)** — бизнес-модель продажи и использования программного обеспечения, в которой поставщик веб-приложения предоставляет заказчику доступ к программному обеспечению через сеть интернет. Фактически это означает, что клиенту, покупающему лицензию на использование какой-то программы, не требуется устанавливать ее на свой компьютер (или на все компьютеры в компании), доступ к ПО осуществляется по сети интернет.

Именно эта технология доступа к программам по интернету, без предустановки помогла реализовать набирающую все большую популярность у малого и среднего бизнеса **онлайн-бухгалтерию**.

«ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИЯ» — ЭТО ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЯ, ПОЗВОЛЯЮЩАЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ ЧЕРЕЗ ИНТЕРФЕЙС ОСУЩЕСТВЛЯТЬ УДАЛЕННЫЙ ДОСТУП К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДЛЯ РАСЧЕТА, КОНТРОЛЯ, ФОРМИРОВАНИЯ И СДАЧИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.

ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИИ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Компании, ведущей предпринимательскую деятельность, или индивидуальному предпринимателю на срок действия купленной лицензии предоставляется удобный сетевой продукт, с помощью которого можно сформировать первич-

ную документацию, произвести расчет налогов и страховых взносов, оформить в электронном виде отчетность и направить ее по интернету в налоговый орган и внебюджетные фонды.

Обеспечение работоспособности и функциональности программы берет на себя сам сервис. Сервис отвечает за производство расчетов и операций с полученными от пользователя данными, интеграцию с различными базами данных, банковскими сервисами и контролирующими органами, за формирование отчетной документации, ее проверку и контроль, обновление системы, мониторинг законодательных изменений в области налогов и учета, а также контролирует отправку документации по месту назначения. «Облако» осуществляет шифровку получаемых от пользователей сведений, берет на себя риск утраты этих данных и в полном объеме обеспечивает безопасность на всех этапах работы в системе.

Пользователю не нужно иметь на своем компьютере (или на компьютерах компании) исходного программного обеспечения и обновлений к нему, настраивать, технически обеспечивать и сопровождать систему, а также следить за изменениями в законодательном регулировании вопросов сдачи отчетности. В сервис данные услуги включены по умолчанию, в максимально удобном для клиента исполнении.

Большинство подобных онлайн-сервисов начиналось как приложения с ограниченной функциональностью, но сейчас они уже превратились в универсальные инструменты, отвечающие запросы самых разных сегментов российского бизнеса.

Большим плюсом бухгалтерских онлайн-сервисов для малого бизнеса является, в первую очередь, возможность проводить расчёт и формировать финансовую отчётность самостоятельно, тем самым, не расходовать бюджет на привлечение бухгалтера.

«Бухгалтерские веб-сервисы созданы для того, чтобы упростить жизнь малого и микро-бизнеса, поэтому их стоимость, как правило, в разы ниже среднего оклада даже удаленного бухгалтера: от 0 до 2000 рублей в месяц.

Стоит отметить, что за эти деньги пользователь получает не только бухгалтерию, налоги и отчетность, но и различную бизнес-функциональность: акты, счета, договоры, склад, CRM, интеграция с интернет-банком и т.д. Дополнительные возможности, естественно, у каждого сервиса отличаются. Но тенденция превращения бухгалтерского SaaS в полноценную автоматизированную систему для бизнеса прослеживается у всех», комментирует Андрей Кадыров, руководитель проекта «Эльба».

ОБЗОР СЕРВИСОВ НА РЫНКЕ

1С

Сервис «1С: Предприятие 8 через Интернет» позволяет удаленно работать с программами «1С:Предприятие 8» без дополнительных затрат на развертывание собственной ИТ-инфраструктуры с 2012 года.

Онлайн-сервис ориентирован на предприятия, которым достаточно базового функционала и настроек прикладных решений 1С в пользовательском режиме, без внесения изменений в алгоритмы работы. Обновления сервиса учитывают мнения пользователей системы.

Облачный сервис 1С включает в себя возможность работы с прикладными решениями «1С:Предприятие 8», автоматическое обновление интернет-приложений, доступ к информационной системе ИТС на сайте its.1c.ru, сохранение данных на компьютер или сторонний источник, реализацию сдачи отчетности через интернет и техническую поддержку системы.

Эльба (Бухгалтерия.Контур)

В бухгалтерии реализованы подготовка и отправка налоговой отчетности через интернет. Имеется доступ к информации из госреестра. В стоимость всех тарифных планов включена облачная электронная подпись, которая позволит отчитываться в налоговую через интернет без оформления нотариальной доверенности.

В системе используются официальные источники информации ФНС России, Росстата, прокуратуры. По ним пользователи могут вычислить адреса массовой регистрации, массовых учредителей и руководителей. Доступна финансовая информация на основе открытой бухгалтерской отчетности организаций (для 30% юрлиц).

Сервис подходит предпринимателям и ООО на упрощенных системе налогообложения (УСН и ЕНВД) с сотрудниками и без. Пользователям совершенно не нужно знание бухгалтерских терминологий и т.п. Помимо отчетности и бухгалтерии у сервиса есть полный пакет бизнес-документов (счета, акты, накладные, договоры), многопользовательский режим и складской учет. На тарифе «Премиум» может быть встроена функция «Вопросы бухгалтеру». Кроме того, есть мобильное приложение.

Сервис помогает оптимизировать сумму страховых взносов так, чтобы снизить итоговую сумму налога.

Онлайн-бухгалтерия «Небо»

Онлайн-сервис для самостоятельного ведения бухгалтерского учета и сдачи отчетности. Часто используется индивидуальными предпринимателями и компаниями малого бизнеса, как правило, из сферы услуг, продаж или ИТ, а также профессиональными бухгалтерами, обслуживающими сразу несколько небольших бизнесов.

В сервисе реализованы документы по основным разделам бухгалтерского учета, а также реализована возможность создать, заполнить и сохранить всю необходимую отчетность по налогам и взносам. Заполнение создается в форме, максимально похожей на форму отчета, и это сразу же оценить готовый результат. В зависимости от региона система предоставляет различные варианты сдачи отчетности. Из одного аккаунта можно вести отчетность по неограниченному количеству организаций.

Специально для компаний, оказывающих услуги по ведению бухучета, создан инструмент «Кабинет уполномоченного представителя», позволяющий контролировать наличие и актуальность сопроводительных документов, а также отслеживать статусы отчетности, отправляемой в органы.

По словам разработчиков, система призвана минимизировать затраты на бухгалтерию в предприятии и обеспечить гарантию прохождения отчетности в проверяющих органах.

Моё дело

Сервис имеет два основных типа клиентов. Первый — для небольших компаний и предпринимателей без опыта ведения бухгалтерской отчетности; второй — для бухгалтеров. Версия для предпринимателей рассчитана на представителей малого бизнеса. Версия для бухгалтеров активно используется профессиональными бухгалтерами.

Отличительная особенность сервиса «Мое дело» — во все предоставляемые компанией тарифы включены сразу все возможности сервиса. Компания не продает онлайн-бухгалтерию как конструктор, а клиент покупает сразу весь спектр услуг без необходимости доплачивать за какие-то услуги после.

2.9 ОНЛАЙН-БАНКИНГ

Цель дистанционного обслуживания — удовлетворение потребностей клиента и выполнение необходимых для этого операций и мероприятий, но без выполнения процедур, которые ещё недавно казались неотъемлемыми — приезда клиента в офис или поход в магазин и т.п.

Онлайн-банкинг — это сервис дистанционного обслуживания, предоставляемый банками и позволяющий клиентам банка управлять счетами и вкладами из любой точки мира, где есть доступ к сети Интернет.

В онлайн-банкинг входят:

Интернет-банкинг (англ. e-banking) — удаленный доступ (без непосредственного присутствия клиента в отделении банка) через интернет ко всем основным услугам банка.

Мобильный банкинг — технология, позволяющая осуществлять банковские операции и получать информацию о состоянии счетов и вкладов через мобильное приложение телефона или смартфона.

SMS-банкинг — услуга предоставления информации о состоянии счета и подтверждении проведенных операций. Не привязана к сети Интернет, но является услугой дистанционного обслуживания.

Как правило, услуги интернет-банкинга включают следующие:

- операции с депозитными счетами: открытие, пополнение, снятие денежных средств, просмотр информации и истории операций, получение выписок по счёту и другие;
- операции по текущим счетам: внутренние переводы на счета банка, переводы на счета в других банках, получение выписок по счёту;
- операции с банковскими картами: заявка на получение, получение информации по счёту карты и другие;
- операции с кредитами;
- предоставление информации по продуктам банка (вкладам, кредитам, ПИФ и проч.);
- конвертация средств из одной валюты в другую;
- оплата услуг.

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

Для использования интернет-банкинга клиенту необходимо заключить с банком договор на

его использование, а потом зарегистрироваться в системе интернет-банкинга. Для физических лиц обычно используется технология тонкого клиента — пользователю не надо устанавливать стороннее программное обеспечение для использования интернет-банкинга, все операции проводятся в интерфейсе системы через обычный браузер.

Для обеспечения безопасности и конфиденциальности проводимых операций используется безопасное шифрование. Для юридических лиц — использование «толстого клиента», дополнительного программного обеспечения (клиент-банка), отображающего информацию и осуществляющего передачу в банк команд и шифрование всех операций.

Для верификации (подтверждения) операций чаще всего используют электронно-цифровую подпись или одноразовые пароли (из таблицы одноразовых PIN-кодов или с помощью генератора паролей, высылаемых SMS).

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

Помимо возможности обращаться к информации о банковских счетах и совершения различных операций, преимуществом интернет-банкинга являются более низкие тарифы и комиссии на сами банковские услуги, такие как перевод со счета на счет, конвертация, оплата услуг и т. д.

Это связано, по сути, с отсутствием посредника (операциониста) и качеством банковского подразделения.

К примеру, в одном из крупнейших банков РФ за перевод денег через Интернет на счет в другой банк возьмут 0,3% от суммы (минимум 20 рублей, максимум 150 рублей), в то время как в обычном отделении тариф составит 1,4% (минимум 169 рублей, максимум 1 690). Так же, например, можно открыть вклад онлайн с большим процентом прибыли, чем при открытии в отделении банка.

К числу недостатков интернет-банкинга относятся проблемы, связанные с безопасностью операций, проводимых через интернет, случаи интернет-мошенничества и взлом банковских счетов, управление которыми осуществляется через интернет.

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Для малого и среднего бизнеса интернет-банкинг — это система дистанционного банковского обслуживания. Так же, как и для физических, интернет-банкинг даёт возможность совершать платежи, отправлять платежные документы, получать и сохранять информацию о состоянии счетов и совершать другие важные операции через обычный интернет-браузер.

Услуга интернет-банкинга обычно включает следующие функции (на примере интернет-банкинга Сбербанка):

- прием и обработка электронных платежных документов;
- предоставление информации об операциях по счетам и остаткам;
- прием электронных документов в соответствии с условиями отдельных договоров, например реестров на пополнение счетов физических лиц;
- обмен сообщениями свободного формата в виде электронных документов с возможностью прикрепления к ним файлов;
- статусы документов позволяют отслеживать ход их обработки;
- гибкая система фильтров и сортировки, позволяющая осуществлять поиск документов по разным параметрам;
- в системе ведутся актуальные справочники банковских реквизитов, при этом существует возможность создавать собственные справочники, например, контрагентов;
- шаблоны позволяют автоматизировать создание типовых документов;
- реализован импорт/экспорт документов в формате 1С;
- наличие специального штампа на печатных формах документов об операциях по счету дает возможность не посещать банк для его проставления;
- SMS-информирование: отправка SMS-уведомлений о приеме, исполнении либо отказе в исполнении электронных платежных документов.

Таким образом, онлайн-банкинг помогает компаниям малого и среднего бизнеса удаленно (т.е. без непосредственных визитов в банковское отделение) управлять счетами и передвижением денежных средств и интегрировать необходимую отчетность в бухгалтерскую систему учёта компании.

ПЛЮСЫ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА ДЛЯ МСБ:

- простота работы с системой и отсутствие стороннего программного обеспечения;
- мобильность (использовать его можно даже в дороге);
- снижение расходов (например, на дорогу при поездках в банк);
- оптимизация использования рабочего времени;
- оперативность получения нужной информации — вся информация о транзакциях сохраняется на серверах банка и её в любой момент можно просмотреть;
- планирование бизнеса из расчёта прогноза средств, поступающих на счёт и другие.

Недостатком интернет-банкинга, как и для физических лиц, считается опасность взлома счетов кибер-преступниками и другие виды кибер-мошенничества. В свою очередь, банковские и финансовые компании, имеющие дело с денежным оборотом в сети Интернет, используют шифрование данных на страницах интернет-банкинга (обычно SSL-шифрование) и различные средства защиты от потенциальной угрозы, внедряют новые: верификация транзакций посредством получения одноразовых SMS-паролей, с помощью внешних генераторов паролей, с помощью электронной цифровой подписи и др.

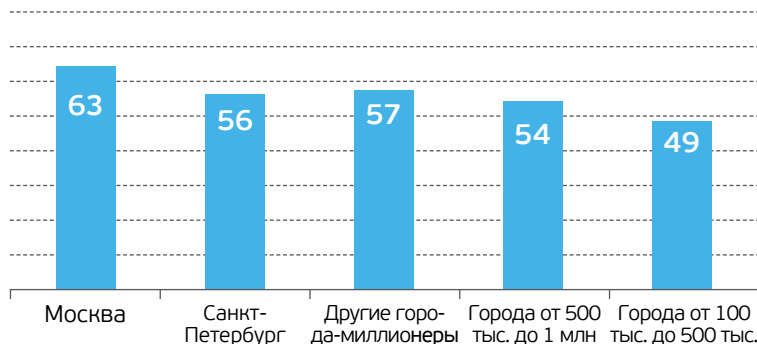
СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА В РОССИИ

Агентство Marksworld проводит ежегодное исследование, оценивающее системы интернет-банкинга, предоставляемые российскими банками. Оценкой эффективности сервиса служит удовлетворение пользователей от использования системы интернет-банкинга. В методику исследования входят анализ интерфейсов систем интернет-банкинга, проведение тестов по юзабилити систем и анкетирование банковских специалистов. Исследование замеряет следующие параметры:

- Функциональность — какие операции клиент может осуществлять самостоятельно с помощью системы;
- Удобство использования — действия для совершения операций интуитивно понятны, их просто выполнить.

ГЕОГРАФИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-БАНКОВ

Доли пользователей интернет-банков
среди интернет-пользователей по городам проживания, %



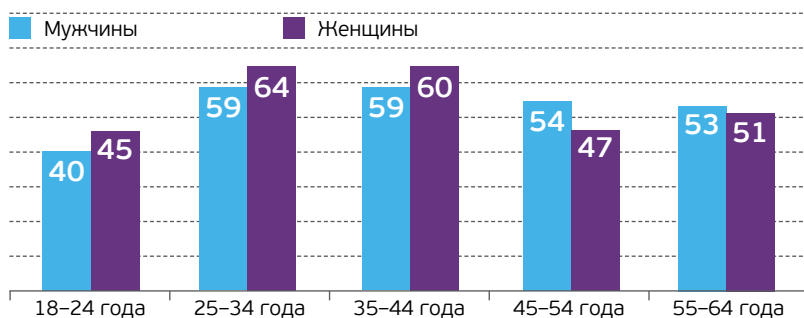
15,4 млн человек пользуются интернет-банкингом в России — это 55% всех активных интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в российских городах с населением от 100 тысяч жителей.

Наибольшее проникновение интернет-банкинга имеет в Москве — 63% московских интернет-пользователей имеют доступ хотя бы к одному интернет-банку.

По мере уменьшения размера города проникновение интернет-банкинга сокращается, однако разница между большими и малыми городами не столь существенная.

КТО ТАКИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИНТЕРНЕТ-БАНКОВ

Доли пользователей интернет-банков
среди интернет-пользователей в разных поло-возрастных группах, %



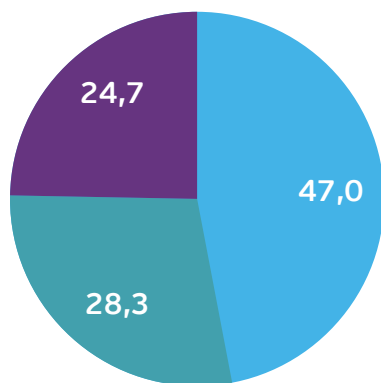
53% пользователей интернет-банкинга в России — женщины.

35 лет — медианный возраст пользователей интернет-банкинга. 50% пользователей интернет-банкинга старше 35 лет, и 50% — младше 35 лет.

При этом для возрастных групп до 35 лет женщины более активно пользуются интернет-банкингом. Напротив, среди интернет-пользователей старше 45 лет более активными пользователями интернет-банкинга являются мужчины.

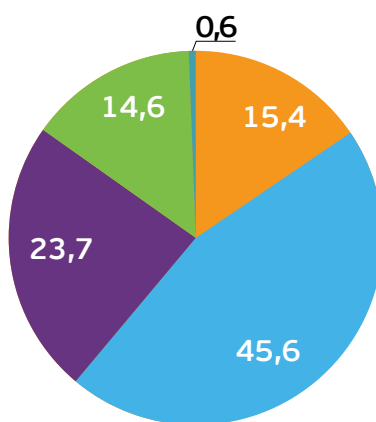
АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГОМ

Распределение пользователей
интернет-банков по количеству
используемых интернет-банков, %:



- 1 интернет-банк
- 2 интернет-банка
- 3 и более интернет-банков

Распределение пользователей
интернет-банков по давности
использования интернет-банков, %:



- Менее года
- 1–3 года
- 3–5 года
- Более 5 лет
- Затрудняюсь ответить

Большее половины аудитории интернет-банкинга используют два и более интернет-банка, что позволяет оценивать и сравнивать между собой потребительские качества разных сервисов.

Почти половина существующих пользователей интернет-банкинга начали пользоваться интернет-банком в 2011–2012 годах. На данный момент аудитория интернет-банкинга прирастает на 15–20% за год.

54% аудитории интернет-банкинга пользуются интернет-банком хотя бы раз в неделю.

ПОПУЛЯРНЫЕ СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА В РОССИИ

Самым популярным интернет-банком в России с существенным отрывом от конкурентов является Сбербанк Онлайн — им пользуются 3 из 4 пользователей интернет-банкинга. У Сбербанк Онлайн также и самая большая доля эксклюзивной аудитории — 46% его пользователей не пользуются другими интернет-банками.

В совокупности аудитория интернет-банков Альфа-Банка, ВТБ24, Русского Стандарта и ТКС Банка составляет 38% всех российских пользователей интернет-банкинга. Вместе с Сбербанк Онлайн пятерка наиболее популярных систем охватывает почти 90% пользователей интернет-банкинга. Именно эти интернет-банки формируют мнение об интернет-банкинге, пользовательские привычки и ожидания.

9 из 10 пользователей интернет-банкинга в России пользуются одной из этих пяти систем

10 наиболее популярных интернет-банков по доле пользователей интернет-банкинга

Интернет-банк	%
Сбербанк России	73,6
Альфа-Банк	15,0
ВТБ 24	14,1
Русский Стандарт	7,8
ТКС Банк	5,6
Связной Банк	4,2
ХоумКредит Банк	4,1
РайффайзенБанк	4,1
Промсвязьбанк	3,0
Банк Уралсиб	2,8

КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЮТ В ИНТЕРНЕТ-БАНКАХ

Наиболее популярной задачей, которую решают пользователи интернет-банков, является просмотр выписок по счету и истории операций.

Три четверти пользователей интернет-банков совершают хотя бы одну платежную операцию через интернет-банк за месяц. При этом наиболее популярными категориями платежей являются мобильная связь, интернет, переводы между своими счетами внутри банка и оплата коммунальных услуг.

Доли пользователей интернет-банков, совершивших операции в интернет-банке за месяц, %



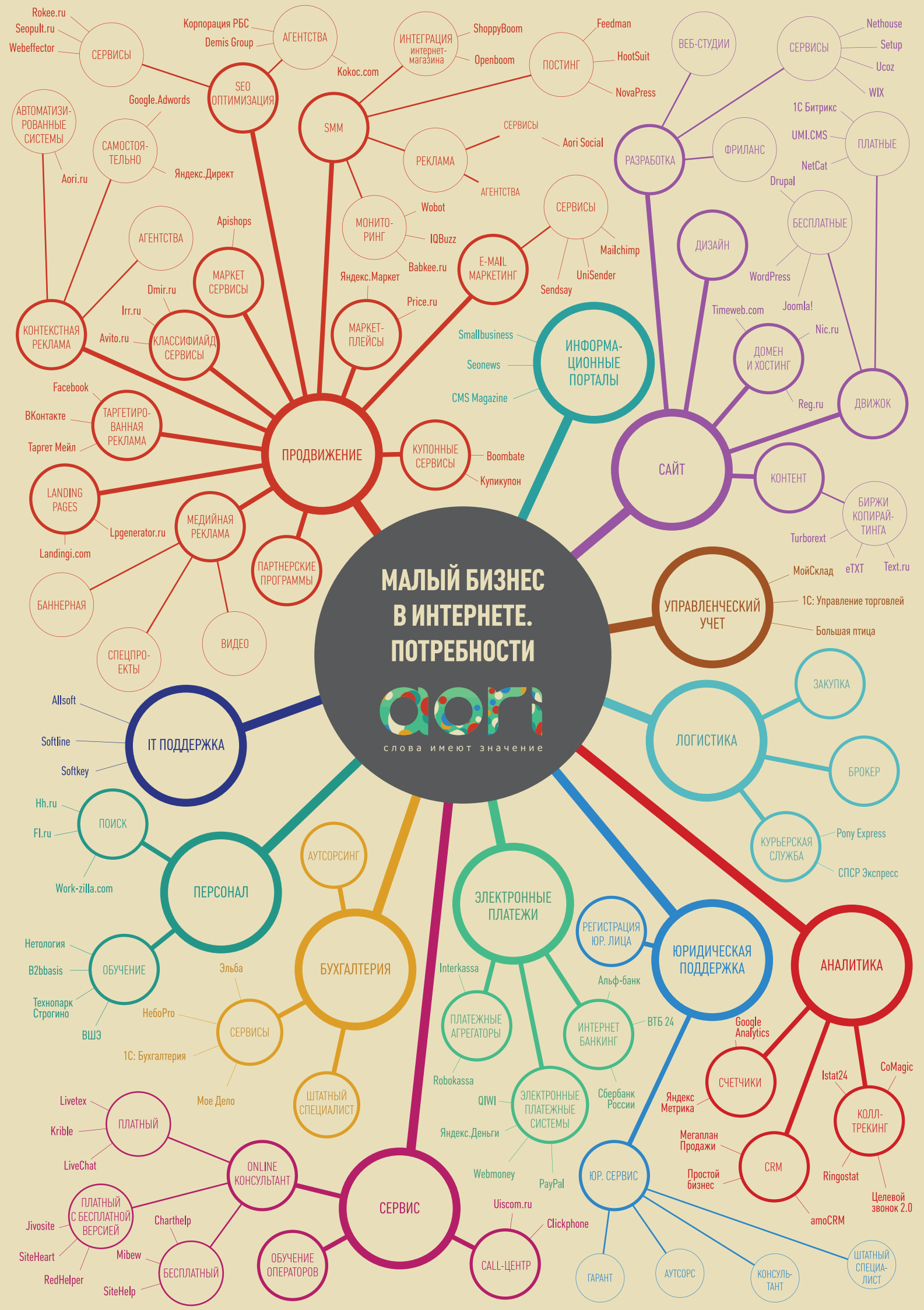
Источник: данные аналитического агентства Marksw Webb Rank & Report

3.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

3.1 МАЛЫЙ БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ. ПОТРЕБНОСТИ

Карта представляет собой дерево базовых элементов, нужных для открытия бизнеса, его ведения и рекламного продвижения. Это удобный и понятный для предпринимателя инструмент. На карте представлены необходимые сервисы и услуги, такие как бухгалтерия, юридические услуги и сервисы по продвижению и рекламе, указаны конкретные компании и технологии, наилучшим образом подходящие для использования малым бизнесом с финансовой и практической точки зрения.



3.2 СЕРВИСЫ И РЕСУРСЫ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

ПРОДВИЖЕНИЕ

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Сервисы для самостоятельного размещения

Яндекс.Директ — система размещения контекстной рекламы в «Яндексе» и на сайтах-партнерах рекламной сети «Яндекса».

Цель сервиса: увеличение продаж и привлечение новых клиентов.

Возможности сервиса: сервис позволяет самостоятельно составить рекламное объявление, выбрать ключевые слова и регион показа (страну, область или конкретный город), различные стратегии рекламных кампаний и самостоятельно управлять показом рекламы. В числе бесплатных инструментов: подбор ключевых слов и прогноз бюджета, инструмент статистического анализа Яндекс.Метрика.

Стоимость: точная стоимость зависит от ставки по выбранным ключевым словам и позициям размещения. Минимальный заказ — 300 руб.

Сайт: <http://direct.yandex.ru/>

Google AdWords — сервис контекстной рекламы от Google.

Цель сервиса: привлечение новых клиентов и увеличение продаж.

Возможности сервиса: сервис позволяет настроить контекстную рекламную кампанию и управлять ей: выбрать стратегию и регион показа, установить ограничения на расход бюджета и воспользоваться другими настройками — расширениями объявлений, настройкой сети показа и прочее. В числе инструментов — Google Планировщик ключевых слов для оценки бюджета и Google Analytics — для анализа и оптимизации рекламных кампаний.

Стоимость: точная стоимость зависит от установленной пользователем ставки по ключевым словам и выбранной позиции размещения.

Сайт: <https://adwords.google.ru>

Автоматизированные системы размещения рекламы



Agori — система автоматизированного размещения контекстной рекламы на всех основных площадках Рунета.

Цель сервиса: привлечение новых клиентов и увеличение продаж за счёт эффективной рекламы сразу на всех главных площадках Рунета (Яндекс, Google, Mail.ru, ВКонтакте, Facebook, Мой мир, Одноклассники).

Возможности сервиса: три режима для размещения рекламы в поисковых (Lite, Standart) и социальных сетях (Social). Размещение рекламы из единого аккаунта системы, не нужно заводить отдельные аккаунты на самих площадках. Помимо основных настроек рекламной кампании — выбора ключевых слов и позиции размещения, гео- и таймтаргетинга, собственные инструменты Agori для работы с контекстом: конструктор рекламных объявлений, индикатор эффективности кампании и библиотека шаблонов кампаний.

Стоимость: минимальный бюджет для запуска рекламной кампании — 3 000 руб. Услуги сервиса бесплатны, стоимость зависит только от выбранных ключевых слов и позиций размещения.

Сайт: <http://agori.ru/>

SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ

Агентства по SEO-оптимизации

Kokoc.com — агентство по продвижению сайтов в сети Интернет.

Цель: вывод сайта рекламодателя в ТОП первой страницы поисковой выдачи.

Услуги агентства: оптимизация и продвижение сайта различными способами, веб-аналитика и SEO-аудит сайта.

Стоимость: продвижение сайта с оплатой за обращение — от 200 руб., раскрутка сайта по кликам — от 2 руб., раскрутка сайтов по позициям — от 100 руб./мес., продвижение сайтов по трафику — от 30 коп., контекстная реклама — от 100 000 руб./мес., аренда сайта — от 7 000 руб./мес.

Сайт: <http://kokoc.com/>

Demis Group — компания по оптимизации и продвижению сайтов.

Цель: увеличение продаж с помощью комплексных решений интернет-маркетинга в сжатые сроки, с минимальными затратами.

Услуги агентства: поисковая оптимизация и продвижение сайтов, улучшение продающих качеств сайтов, управление репутацией в интернете (SERM),

создание и техническая поддержка сайтов, SEO-аудит, юзабилити-анализ сайта, создание сайта и другие.

Стоимость: продвижение сайта — от 26,25 тыс. руб. при продвижении по региону Москва, от 17,85 тыс. руб. — по региону Санкт-Петербург, от 6,82 тыс. руб. при продвижении по остальным регионам РФ.

Сайт: <http://www.demis.ru/>

Корпорация РБС — содружество компаний, предоставляющих услуги по продвижению, оптимизации, дизайну сайта и рекламе

Цель: эффективная раскрутка сайтов.

Услуги агентства: услуги по поисковой оптимизации и продвижению сайтов, контекстной рекламе и повышению конверсии.

Стоимость: услуги по контекстной рекламе — от 50 000 руб./мес., продвижение сайта — от 35 000 руб./мес.

Сайт: <http://www.rbscorp.ru/>

Сервисы по SEO-оптимизации



Rookee.ru — система автоматизированного поискового продвижения сайтов, предлагающая набор инструментов для привлечения посетителей на сайт.

Цель сервиса: высокие позиции сайтов и обеспечение клиента самой полной, актуальной и наглядной информацией о результатах продвижения. Система работает с 9 ссылочными биржами.

Возможности сервиса: система автоматически подбирает одну из 15 стандартных стратегий продвижения, наиболее подходящую под каждый запрос. Можно создать свою стратегию или приобрести одну из авторской на внутренней «Бирже стратегий». Система запустила в работу white-list — многоуровневый фильтр для отбора наиболее работоспособных площадок. С недавнего времени система предлагает оптимизацию поведенческих факторов. По словам разработчиков, услуга не противоречит правилам поисковых систем и поможет вам повысить позиции сайта.

Сайт: <http://www.rookee.ru/>

SEOPult.ru — сервис для автоматизации работ по продвижению сайтов в поисковых системах и управления контекстной рекламой.

Цель сервиса: верхние позиции сайта в поисковых системах при существенной экономии бюджета.

Возможности сервиса: система состоит из 6 модулей, позволяющих пользователю оптимизировать сайт и вести кампании в контексте: модуля для ау-

дита сайта, модуля для оценки стоимости продвижения, модуля первичной простановки ссылок, модуль управления ссылками, модуль отчетности и модуль ведения контекстной рекламы.

Стоимость: регистрация в системе бесплатная, деньги за SEO-продвижения сайта или контекстную рекламу списываются со счёта пользователя в системе.

Сайт: <https://seopult.ru>

Webeffector — комплекс веб-инструментов для продвижения сайта и получения качественного трафика.

Цель сервиса: продвижение сайта различными способами (SEO, интернет-реклама, статейный маркетинг, pricelist-маркетинг) и получение качественного трафика.

Возможности сервиса: возможность продвигать сайт самостоятельно с помощью сервиса, SEO-консультация и SEO-аудит специалистов, проект продвижения сайта могут составить специалисты компании.

Стоимость: консультация специалиста — от 3 600 руб., аудит сайта — от 1 000 руб., услуги веб-мастера — от 500 руб., ручной подбор запросов, анализ запросов, составление текстов — от 300 руб. за каждую из услуг.

Сайт: <http://www.webeffector.ru/>

E-MAIL МАРКЕТИНГ

Mailchimp — сервис почтовых рассылок и eMail маркетинга для работы с клиентами.

Цель сервиса: ведение рекламных eMail кампаний, отправка целевых рассылок и получение статистики по завершённым кампаниям.

Возможности сервиса: расширенный трекинг, выборки пользователей, шаблоны писем, интеграция с социальными сетями, интеграция с Google Analytics.

Стоимость: до 2 000 подписчиков (12 000 писем) — бесплатно, до 50 000 подписчиков (неограниченное количество писем) — 240 долларов США, больше 100 000 подписчиков (неограниченное количество писем) — 500 долларов США.

Сайт: <http://mailchimp.com/>



Unisender — сервис email и смс рассылок, который за счет обучения и готовых решений помогает построить систему email-маркетинга с "0", формировать группу лояльных клиентов компании и зарабатывать деньги с помощью рассылок.

Цель сервиса: быстро доставить адресатам сотни и тысячи сообщений.

Возможности сервиса: организация рассылки серии писем автоматически по указанному расписанию, HTML-формат рассылки позволяет вставлять ссылки, изображения, использовать любые шрифты и настраивать внешний вид сообщений, прикрепление к письму любых типов файлов и другие.

Стоимость: 3 тарифа для email-рассылки: тариф «Даром» — бесплатно, для начинающих в eMail-маркетинге; тариф «Редко» — 17 коп. за письмо; тариф «Часто» (до 200 000 писем за рассылку) — от 345 руб. в месяц. Тариф для SMS-рассылок — от 74 коп. за сообщение.

Сайт: <http://www.unisender.com/ru/>

Sendsay — комплексное технологичное решение для email- и sms- маркетинга, надежное и эффективное, предоставляющее необходимый функционал и качественные услуги для реализации задач коммуникаций.

Цель сервиса: создание и ведение базы клиентов, организации эффективной и гибкой системы взаимодействия с ними, как результат — увеличение продаж, повышение эффективности отдела маркетинга. Сервис позволяет своевременно обеспечивать клиентов и партнеров необходимой информацией с помощью электронной почты.

Возможности сервиса: eMail и SMS-рассылки в едином интерфейсе, персонализация и настраиваемый внешний вид писем, сегментация базы данных и управление группами подписчиков, полнофункциональное API, возможности для интеграции с другими технологичными инструментами (eCRM, CMS, eCommerce) для создания персонализированных сообщений. Предоставляет подробную аналитику эффективности вложений и дает возможность оперативно корректировать тактику взаимодействия с потребителями.

Стоимость: 6 тарифов, рассчитанных на разное количество адресов в базе. От 0 руб./месяц до 9 000 руб./месяц в зависимости от количества адресов в базе клиента.

Сайт: <https://sendsay.ru>

SMM (SOCIAL MEDIA MARKETING)

SMM Мониторинг

Wobot — система мониторинга и аналитики социальных медиа.

Цель сервиса: мониторинг упоминаний бренда в соцсетях, блогах и СМИ.

Возможности сервиса: мониторинг упоминания бренда или персоны по более 500 000 ресурсов, комплексная аналитика, а также мониторинг подписчиков в группах в социальных сетях и блогах (Facebook, Вконтакте, Twitter). Сервис имеет собственную поисковую систему, адаптированную для оптимального поиска информации по социальным сетям, блогам, форумам и другим социальным медиа, а также удобный и интуитивно понятный интерфейс личного кабинета пользователя для работы и анализа результатов.

Стоимость: 4 различных тарифа: от 1 490 руб./мес. (стартовый) до 32 000 руб./мес. (корпоративный). Аналитика — от 15 000 руб.

Сайт: <http://wobot.ru/>



IQBuzz — сервис для мониторинга социальных медиа, инструмент управления репутацией в интернете.

Цель сервиса: анализ активности конкурентных медиа, мониторинг упоминаний о компаниях и брендах в социальных сетях, на форумах, в блогах и микроблогах.

Возможности сервиса: сервис мониторинга IQBuzz обрабатывает информацию из более чем 5 000 источников онлайн-СМИ, Facebook, Twitter, Вконтакте, Мой Мир, Instagram, 4sq, LiveJournal, LiveInternet, Google+, YouTube, RuTube и множества других источников.

Стоимость: 6 различных тарифов для индивидуальных пользователей и компаний: от 7 500 руб./мес. («Стандартный») до 70 000 руб./мес. («Премиум»).

Сайт: <http://iqbuzz.ru/>

Babkee.ru — система мониторинга социальных медиа и СМИ.

Цель сервиса: следить за репутацией бренда в социальных сетях, оценивать и улучшать эффективность рекламных кампаний в Интернете, проводить анализ рынка конкурентов и целевой аудитории, своевременно реагировать на вопросы и пожелания клиентов.

Возможности сервиса: удобный для работы интерфейс и система уведомлений, профессиональный набор инструментов мониторинга и анализа упоминаний бренда в социальных сетях, возможность скачать из системы полученные данные для дальнейшей работы в удобном формате или проанализировать с помощью гибкой системы отчетности, удобная организация коллективной обработки сообщений.

Стоимость: использование базового функционала — бесплатно.

Сайт: <http://www.babkee.ru/>

SMM Реклама



Aori Social — автоматизированное размещение рекламы в социальных сетях.

Цель сервиса: размещение рекламы в социальных сетях «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассниках» и «Моем мире» через единый интерфейс системы Aori.

Возможности сервиса: простой удобный интерфейс, библиотека объявлений, фототека изображений, подходящих для каждой конкретной соцсети, различные таргетинги для всех соцсетей — социотаргетинг, геотаргетинг, таргетинг по интересам и другие. Прогноз по охвату аудитории и цене клика при создании объявления. Мощная система аналитики для оценки расхода бюджета.

Стоимость: минимальный бюджет для запуска кампании — от 3 000 руб.

Сайт: http://aori.ru/about_aori/rezhim_aori_social/

SMM Постинг

Feedman — система автопостинга в социальных сетях и микроблогах.

Цель сервиса: сервис помогает публиковать записи в социальных сетях и микроблогах по расписанию.

Возможности сервиса: публикация записей по расписанию, установленному пользователем, возможность создания каналов для публикаций, объединяющих аккаунты в различных соцсетях, rss-трансляции.

Стоимость: обычный аккаунт — бесплатно, премиум — 500 руб./мес.

Сайт: <https://feedman.ru>

HootSuit — панель управления социальными медиа для ведения и анализа групп в соцсетях.

Цель сервиса: управление социальными сетями с помощью единого аккаунта в системе.

Возможности сервиса: планирование публикаций, многоканальность, управление контактами, rss-импорт, возможность подключить Google Analytics и другие.

Стоимость: три возможных плана: бесплатный, PRO (от \$7,19/мес.) и Enterprise — для организаций.

Сайт: <https://hootsuite.com/>

NovaPress — менеджер автоматической публикации.

Цель сервиса: планирование графика публикаций в соцсетях и трансляция опубликованных мате-

риалов на сайте в группы соцсетей.

Возможности сервиса: отложенный постинг, создание RSS и трансляция — автоматическая отправка материалов с сайта в группы ВКонтакте, Facebook, Twitter, Одноклассников и Google+. Возможность отправки свежих материалов с нескольких сайтов в одну или несколько групп.

Стоимость: 250 руб./мес.

Сайт: <http://novapress.net.ru/>

SMM-интеграция интернет-магазина



ShoppyBoom — решение для быстрого создания магазина в социальных сетях ВКонтакте и Фейсбук.

Цель сервиса: увеличение продаж интернет-магазина через социальные сети.

Возможности сервиса: внедрение магазина в соцсеть, интеграция с внутренними системами и базами магазина. Специальные инструменты и модули: «социальный модуль» — like, share, комментарии; «модуль интернет магазина» — управление товарами, категориями, заказами; «модуль доставки» — интеграция с агрегаторами доставки; «платежные системы» — подключенные платежные системы; «купоны и акции» — создание одноразовых и многократных купонов; «реклама» — подключение ретаргетинга, управление оповещениями, sms рассылкой; «аналитика» — интеграция с Яндекс Метрикой и Google Analytics.

Стоимость: до 1 500 товаров в ассортименте — 1 490 руб./мес., до 5 000 товаров — 4 990 руб./мес., больше 5 000 товаров — индивидуальное предложение. Первый месяц — бесплатно.

Сайт: <https://shoppyboom.ru/>

Openboom — конструктор приложений для Facebook и ВКонтакте.

Цель сервиса: создание фирменного приложения в соцсетях.

Возможности сервиса: модуль «Социальная коммерция» — организация повторных продаж интернет-магазина через соцсети. Инструменты модуля: баллы за покупки, реферальный маркетинг, виджет клубных цен, сбор отзывов, отправка уведомлений, приложение-магазин для ВК и FB. Обновления платформы, новые функции, хостинг, техподдержка.

Стоимость: Первый месяц — бесплатно. Тариф Start (до 5 000 товаров) — 49 руб./заказ. Тариф PRO (до 5000 товаров) — 2 490 руб./мес. Больше 5 000 товаров — индивидуальное предложение.

Сайт: <http://openboomapp.ru/>

LANDING PAGES



Landingi.ru — конструктор посадочных страниц.

Цель сервиса: создание и оптимизация посадочных страниц самостоятельно и без специальных навыков.

Возможности сервиса: интуитивный редактор для создания целевых страниц, более 150 готовых шаблонов, интеграции со многими внешними сервисами (CRM, eMail-маркетинга, системами оплаты, социальными сетями). В каждом аккаунте есть сбор статистики, возможность А/Б тестирования, инструменты для рекламирования созданных страниц в форме закладок на Фейсбук.

Стоимость: 14 дней — бесплатное тестирование сервиса. Тарифы: Basic — 625 руб./мес., Starter — 1 250 руб./мес., Premium — 2 490 руб./мес., Enterprise — 7 490 руб./мес.

Сайт: <http://landingi.ru/>



Lpgenerator.ru — платформа для создания целевых страниц.

Цель сервиса: создание, тестирование, эффективный мониторинг целевых страниц, Mobile Landing Page, Facebook Fan Page и обработка лидов.

Возможности сервиса: сервис состоит из следующих разделов — шаблоны или макеты целевых страниц, сегментированные целевые страницы для конвертации мобильного трафика, конструктор целевых страниц, центр оптимизации конверсии, аналитика и статистика, CRM система управления лидами/заявками, эко партнеры LPgenerator.

Стоимость: 14 дней тестирования сервиса — бесплатно. Тарифы: Стандартный — 1 240 руб./мес., Продвинутый — 1 960 руб./мес., Безлимитный — 3 999 руб./мес., White Label (для агентств и маркетологов) — 14 700 руб./мес.

Сайт: <http://lpgenerator.ru/>

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

Facebook — социальная сеть №1 в мире.

Цель сервиса: размещение рекламы на страницах социальной сети Facebook.

Возможности сервиса: создание рекламных объявлений и продвижение страницы в Facebook. Рекламные объявления таргетируются на аудиторию, согласно выбранным рекламодателям географическим, демографическим и прочим настройкам.

Стоимость: Рекламодатели могут регулировать свои расходы, устанавливая дневной или общий бюджет. Запуская рекламное объявление, рекламодатель оплачивает только количество показов или количество кликов, которые получит объявление. Сумма, которую вам нужно будет оплатить, никогда не превысит вашего дневного или общего бюджета.

Сайт: <https://www.facebook.com/advertising/>

ВКонтакте — социальная сеть №1 в России.

Цель сервиса: размещение рекламы на страницах «ВКонтакте».

Возможности сервиса: реклама таргетируется на аудиторию, выбранную рекламодателем из 130 млн пользователей «ВКонтакте». В числе таргетингов: пол, возраст, семейное положение, страна и город проживания, вуз, факультет, школа, интересы, увлечения, любимые фильмы, книги, игры и многие другие. Возможность изменить дизайн и текст объявления в любое время. Подробная статистика эффективности кампаний. Возможность рекламировать в сообществах.

Стоимость: платить можно как за уникальные переходы (клики), так и за показы. Стоимость показов или клика устанавливаются рекламодателем. Цены на размещение рекламы в сообществах формируются рынком и устанавливаются администраторами групп или публичных страниц.

Сайт: <https://vk.com/ads>

Таргет.Mail — сервис размещения таргетированной рекламы на проектах Mail Group.

Цель сервиса: размещение рекламы в социальных сетях «Одноклассники», «Мой мир» и других проектах Mail.ru Group (Ответы, Здоровье, Путешествия).

Возможности сервиса: создание и показ рекламных объявлений только пользователям, удовлетворяющим заданным критериям благодаря многочисленным таргетингам: по географии, полу, возрасту, времени показа, интересам.

Стоимость: стоимость рекламы определяется аукционом. Рекламодатель самостоятельно назначает ставку, а сервис просчитывает возможность показа в каждый конкретный момент времени, ранжируя объявления по кликабельности объявления и текущей конкурентной ситуации в выбранном сегменте. Минимальный размер пополнения счёта в системе — 3 540 руб.

Сайт: <https://target.mail.ru/>

CLASSIFIED СЕРВИСЫ

Avito.ru — российский сайт бесплатных объявлений.

Цель сервиса: найти покупателей и увеличить продажи за счёт размещения медийной рекламы или создания интернет-магазина на сайте <http://www.avito.ru/shops>.

Возможности сервиса: для интернет-магазина — возможность группировать объявление для основной выдачи, предоставление информации о компании-продавце, размещение исключительно свои объявления (не конкурентов) в подборке похожих. Для медийной рекламы — реализация различных типов кампаний, различные форматы баннеров, построение уникальных целевых групп из аудитории сайта на основе различных таргетингов.

Стоимость: цены на медийную рекламу — от 150 руб. за 1 000 показов в зависимости от размера баннера.

Сайт: <http://www.avito.ru/reklama/advertising>

Irr.ru — сайт частных бесплатных объявлений «Из рук в руки».

Цель сервиса: размещение медийной и баннерной рекламы на сайте, управление онлайн-продажами посредством участия в партнерской программе сайта.

Возможности сервиса: в рамках партнерской программы — массовая загрузка объявлений, премиум-размещение объявлений, поднятие объявлений в ТОП, выделение объявлений. Услуги по рекламе — изготовление баннеров для показа и их размещение.

Стоимость: в зависимости от тематического сегмента и размера баннера — от 50 руб. за 1 000 показов. Минимальное количество показов — 20 000.

Сайт: <http://irr.ru/advertisingonsite/>

Dmir.ru — сайт бесплатных объявлений.

Цель сервиса: размещение баннерной и тексто-графической рекламы на сайте и партнерской сети проекта.

Возможности сервиса: для тексто-графической рекламы — таргетинги по тематикам, региону показа, ограничения по количеству показов одному пользователю, количеству кликов в сутки и т. д. предоставление подробной статистики: регионам, тематикам, CTR, объявлениям и кампаниям.

Стоимость: в среднем недельное размещение баннера или баннера-перетяжки — от 24 000 руб. Оплата тексто-графической рекламы — за клики.

Сайт: <http://dmir.ru/adv/>,
<http://partner.dmir.ru/advertisers>

КУПОННЫЕ СЕРВИСЫ



Boombate — каталог бесплатных купонов на скидки.

Цель сервиса: инструмент онлайн-маркетинга по привлечению целевой аудитории в короткие сроки.

Возможности сервиса: размещение акции — акция попадает на главную страницу в соответствующую ей категорию на сайте, предусмотрено три варианта размещения; размещение информационного блока (рекламных и PR-текстов), предоставление контентного, литературного и визуального оформления предложения; размещение баннеров; рассылка; специальные проекты. Сбор данных о пользователях, налаживание обратной связи с потребителями, возможность презентации новой продукции.

Стоимость: индивидуально рассчитывается для каждой акции.

Сайт: <https://boombate.com/>

КупиКупон — купонный российский сервис.

Цель сервиса: реклама и продвижение бренда/товара/услуги посредством организации специальной скидочной акции. Сервис организует и анонсирует акцию клиента, по условиям которой любой желающий сможет получить услугу от клиента или приобрести его товар со скидкой. Акция анонсируется на сайте kupikupon.ru, а так же в социальных сетях и поисковиках и в рассылке по базе подписчиков сервиса.

Возможности сервиса: низкие затраты на привлечение онлайн-офлайн покупателя, наличие гарантированного дохода от проведенных акций: помимо купленных купонов клиенты приобретают товары и услуги, отсутствие дополнительных расходов: сервис берет на себя создание и размещение рекламы в интернете и дает рассылку по всей базе пользователей, возможность отслеживать результаты: мониторинг пользователей, их покупательской активности и повторных визитов.

Стоимость: индивидуально рассчитывается для каждой акции.

Сайт: <http://www.kupikupon.ru/>

MARKET СЕРВИСЫ

Apishops — линейка специализированных сервисов для электронной коммерции.

Цель сервиса: сократить затраты времени и средств на рутинные операции электронной коммерции и работать эффективнее.

Возможности сервиса: единый интерфейс для всей линейки сервисов, требуется регистрация лишь для одного из них (для любого). Возможность создавать нишевые интернет-магазины, автоматизация контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google Adwords, автоматизация ставок Яндекс.Маркета, наполнение интернет-магазина уникальным контентом (описаниями, отзывами и проч.), автоматизированный мониторинг цен конкурентов.

Стоимость: бесплатные и платные инструменты. За автоматизацию контекстной рекламы взимается комиссия — от 1 до 13% при пополнении счёта.

Сайт: <http://www.apishops.com/>

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

Яндекс.Маркет — сервис сравнения характеристик товаров, их цен и отзывов на них от компании «Яндекс».

Цель сервиса: предоставление информации о продукции магазина на страницах Яндекс.Маркета.

Возможности сервиса: ежемесячная аудитория 20 000 000 человек по всей России, выбирающая товары на Яндекс.Маркете, возможность размещения прайс-листа магазина в формате YML, Excel или CSV. Оценка эффективности размещения и оптимизация кампании с помощью данных статистики в интерфейсе и дополнительных инструментов Яндекс.Метрики.

Стоимость: размещение товара в Яндекс.Маркете оплачивается по принципу контекстной рекламы, оплата взимается только за клик (то есть за переход на сайт продавца). Стоимость клика назначается продавцом — чем выше ставка, тем выше будет показано предложение в списке аналогичных товаров. Минимальная стоимость клика 3 рубля.

Сайт: <http://welcome.advertising.yandex.ru/market/>

Price.ru — сервис электронной торговли компании «Рамблер», позволяющий пользователям выбирать и сравнивать товары из разных интернет- и офлайн-магазинов.

Цель сервиса: предоставление информации о товарах магазина на сайтах Price.ru и Market.price.ru.

Возможности сервиса: простой и удобный интерфейс управления, открытие интернет-магазина внутри соцсетей Facebook и «ВКонтакте», удобное управление ассортиментом товаров, заказами, контентом магазина, доставкой, оплатой и каналами продаж.

Стоимость: бесплатные возможности — присутствие в каталоге market.price.ru, страница магазина на домене *.market.price.ru, импорт и экспорт товаров, статусы заказов и оповещения, платежные системы, агрегаторы доставок, управление контентом

магазина и прочее. Дополнительные возможности — от 49 руб./мес. Размещение на Price.ru — 990 руб./мес. до 100 товаров, 1990 руб./мес. — до 1000 товаров.

Сайт: <http://go.price.ru/>, <http://start.price.ru/>

САЙТ

ДОМЕН И ХОСТИНГ

Reg.ru — регистратор доменных имён, аккредитованный в зонах .RU и .РФ, и хостинг-провайдер.

Цель сервиса: регистрация доменных имён и предоставление хостинга.

Возможности сервиса: регистрация доменов, создание сайтов, хостинг, почта, предоставление виртуальных выделенных серверов, создание SSL-сертификатов для шифрования информации и защиты сайтов, мониторинг и продвижение сайтов.

Стоимость: Регистрация в доменной зоне .RU и .РФ — 590 руб. (3 домена — от 350 руб.), в зоне .COM, .NET, .ORG — 650 руб. Хостинг — от 87 руб./мес. (дисковое пространство — 5 ГБ), безлимитный тариф — от 179 руб./мес.

Сайт: <https://www.reg.ru/>

Nic.ru — центр регистрации доменов RU-Center.

Цель сервиса: регистрация и аукцион доменных имен, оказание услуг хостинга.

Возможности сервиса: регистрация домена в Реестре на имя или организацию покупателя, тестирование DNS-серверов, своевременное уведомление о необходимости и порядке продления регистрации доменного имени, аукцион доменов, хостинг и DNS-хостинг, конструктор сайтов, предоставление виртуальных серверов, почта, паркинг, создание SSL-сертификатов.

Стоимость: регистрация домена в зоне .RU — 600 руб./год, продление — 400 руб./год, .RU + .RU (два домена) — 750 руб, передача прав и смена администратора — бесплатно. Регистрация в зоне .COM, .NET, .BIZ — 620 руб./год. Хостинг — от 162,50 руб./мес. (3 ГБ дискового пространства). Создание сайта по шаблону — от 310 руб./мес.

Сайт: <https://www.nic.ru/>

Timeweb.com — немецкая компания, занимающаяся на российском рынке предоставлением хостинга.

Цель сервиса: профессиональные услуги хостинга, регистрации доменов и аренды выделенных серверов.

Возможности сервиса: хостинг, виртуальный хостинг, хостинг для 1С-Битрикс, аренда серверов, регистрация доменных имен, почта.

Стоимость: хостинг — от 120 руб./мес. (дисковое пространство — 2 ГБ), аренда выделенного сервера — от 5 400 руб./мес. (9 серверов), администрирование сервера — 2 500 руб./мес. Регистрация доменного имени в зоне .RU для клиентов Timeweb — 150 руб.

Сайт: <http://timeweb.com/ru/>

ДВИЖОК

Платные сервисы

1С Битрикс — профессиональная система управления веб-проектами.

Цель сервиса: универсальный программный продукт для создания, поддержки и успешного развития сайтов различного направления.

Возможности сервиса: для хранения данных сайта используется файловая система сервера и реляционная СУБД. Поддерживаются следующие СУБД: MySQL, Oracle, MS SQL. Продукт работает на Microsoft Windows и UNIX-подобных платформах, включая Linux. В состав программного продукта «1С-Битрикс: Управление сайтом» входят модули для управления информационным наполнением, структурой, форумами, рекламой и другими возможностями сайта.

Стоимость: «1С-Битрикс: Управление сайтом» продается в одной из восьми составленных фирмой-разработчиком редакций (Первый сайт, Старт, Стандарт, Эксперт, Малый бизнес, Бизнес, Веб-кластер, Бизнес веб-кластер), определяющих набор модулей и функциональность системы. Лицензия на «1С-Битрикс: Управление сайтом — Старт» — 4 900 руб., Лицензия на «1С-Битрикс: Управление сайтом — Стандарт» — 13 900 руб.

Сайт: <http://www.1c-bitrix.ru/>

UMI.CMS — профессиональная система управления сайтом.

Цель сервиса: система управления сайтами и процессом разработки, удобная и простая в освоении для разработчиков сайтов, владельцев сайтов и их пользователей.

Возможности сервиса: система предоставляется в открытом исходном коде, есть API разработчика. Большинство задач решают 26 стандартных модулей UMI.CMS — таких как «Ядро системы», «Шаблоны данных», «Интернет-магазин», «Статистика», «Фотогалереи», «Каталог», «Обмен данными», «Баннеры», «Социальные

сети», «Новости» и т. д. User-friendly интерфейс, поддержка drag-and-drop функции при редактировании, редактирование содержания страницы, объектов и структуры сайта без перехода в административный интерфейс и диалоговые окна. Использование поведенческих технологий. Система шаблонизации и самый широкий набор шаблонизаторов среди всех систем управления сайтами на рынке.

Стоимость: зависит от выбранной редакции. Lite — 3 900 руб., Corporate — 9 900 руб., Shop — 19 900 руб., Business — 19 900 руб., Commerce — 29 900 руб. Редакции UMI.CMS отличаются функционалом, количеством модулей, а также ограничением на количество сайтов. Покупка любого дополнительного модуля — 5 900 руб.

Сайт: <http://www.umi-cms.ru/>

NetCat — система управления сайтами любой сложности.

Цель сервиса: управление сайтами любого типа и сложности (от простых сайтов-визиток с минимальным контентом до сложных веб-систем), ориентированное на любого пользователя, не требующее знания интернет-технологий и языков программирования. Возможности сервиса: простой интерфейс системы, возможность управлять содержимым сайта можно как из административного раздела, так и на страницах сайта, в режиме редактирования; **5 редакций** с учетом необходимого функционала для разных типов сайтов; одна лицензия системы может обслуживать неограниченное число сайтов без дополнительных затрат, если соблюдены соответствующие пункты лицензионного соглашения; SEO-адаптированность; мобильность: покупатель получает 5 готовых сайтов: визитку, магазин, их мобильные версии (для гаджетов) и адаптивный сайт, подстраивающийся под ширину экрана любого устройства.

Стоимость: самая младшая редакция NetCat Standard для создания корпоративного сайта-визитки и управления им — 5 820 руб.

Сайт: <http://www.netcat.ru/>

Бесплатные сервисы

Wordpress — система управления содержимым сайта с открытым исходным кодом.

Цель сервиса: бесплатная платформа для создания сайтов и управления ими — от блогов до сложных новостных ресурсов и интернет-магазинов. Преимущественно используется для ведения блогов.

Возможности сервиса: лицензия: WordPress выпущен под лицензией GPL.

Платформа: PHP (версия 5.2.4 или выше) и MySQL (версии 5.0.2 или выше). Локальная установка — можно установить систему на домашний компьютер или развернуть её в сети Интернет, переносимая основа, управление пользователем, простая установка и обновление, динамическая генерация страниц, локализация на необходимом языке, шаблоны дизайна и возможность подключения различных плагинов.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://ru.wordpress.org/>

Joomla! — систему управления сайтом размещения контента и комфортного управления им.

Цель сервиса: управление сайтом для пользователей, не знакомых с программированием, альтернатива платному программному обеспечению с закрытым кодом.

Возможности сервиса: модуль безопасности для многоуровневой аутентификации пользователей/администраторов; полностью настраиваемые схемы расположения элементов; работа под Linux, FreeBSD, MacOSX, Solaris, AIX, SCO, WinNT, Win2K; возможность создания неограниченного количества страниц; четкая организация структуры сайта; выбор из 3 визуальных редакторов; возможность легкой смены дизайна; экономное использование места на сервере за счет использования базы данных MySQL; возможность использования адресов страниц адаптированных для лучшей индексации всеми поисковыми системами.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://joomla.ru/>

Drupal — это система управления сайтом (CMS), а также среда для создания веб-приложений (CMF).

Цель сервиса: средствами системы можно строить сайты и веб-приложения различного назначения и сложности.

Возможности сервиса: механизмы рубрикации — каждый документ сайта может входить в одну или несколько рубрик; интеграция всех компонентов; готовые решения типовых задач — новостной сайт, сайт-визитку компании, блог или форум можно построить пользуясь только модулями движка, идущими в поставке; навигация и поиск, различные темы оформления, оригинальная методика задания структуры сайта, разграничение прав доступа, встраиваемые скрипты, локализация на необходимом языке.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://www.drupal.ru/>

КОНТЕНТ. БИРЖИ КОПИРАЙТИНГА

Turbotext — биржа копирайтинга.

Цель сервиса: предоставление услуг по написанию и продаже контента на заказ.

Возможности сервиса: копирайтинг, рерайтинг, SEO-копирайтинг, переводы, редактура и корректура, проверка уникальности текста, продажа статей, наполнение сайтов контентом.

Стоимость: средняя стоимость копирайтинга на русском языке — 47 руб. за 1 000 символов, на иностранном языке — 82 руб. за 1 000 символов. Средняя по стоимости рерайтинга на русском языке — 34 руб. за 1 000 символов, на иностранном языке — 69 руб. за 1 000 символов.

Сайт: <http://www.turbotext.ru/>

Text.ru — биржа копирайтинга и рерайтинга.

Цель сервиса: разработка и распространение текстового контента в сети Интернет, написание качественных текстов для заказчиков.

Возможности сервиса: копирайтинг, рерайтинг, SEO-копирайтинг, проверка уникальности текста, проверка орфографии, проверка уникальности сайта и документа, продажа готовых статей и новостей.

Стоимость: Средняя стоимость написания контента — от 20 руб. за 1 000 символов. Комиссия системы — от 8,25 до 10%. Проверка текста — бесплатно.

Сайт: <http://text.ru/>

eTXT — биржа продажи и покупки уникального текстового контента.

Цель сервиса: написание контента на заказ и продажа готовых статей и текстов.

Возможности сервиса: продажа готовых текстов, написание статей на любую тему. Клиент имеет возможность установить цену и сроки выполнения заказа, контролировать написание текста и высказывать свои пожелания в процессе, общаться с исполнителем посредством личных сообщений, выбрать уровень написания текста и квалификацию исполнителя и оценить работу исполнителя.

Стоимость: рерайтинг — от 25 руб. за 1 000 символов, копирайтинг — 50 руб. за 1 000 символов, перевод — 70 руб. за 1 000 символов. Цена зависит от сложности заказа, сроков выполнения, объема работы.

Сайт: <https://www.etxt.ru>

РАЗРАБОТКА. СЕРВИСЫ

WIX — бесплатный конструктор сайтов.

Цель сервиса: создание сайта без специальных знаний и опыта.

Возможности сервиса: интуитивно понятный редактор-конструктор на основе HTML5, не требующий для работы знания программирования, множество дизайнерских шаблонов для оформления сайта, бесплатный хостинг, оптимизация сайта для мобильных устройств. Возможность добавления инструментов электронной коммерции для создания интернет-магазина.

Стоимость: базовые инструменты — бесплатно. Премиум планы — от 4 евро в месяц.

Сайт: <http://ru.wix.com/>

Ucoz — бесплатная система управления сайтом и хостинг для сайтов, созданных с её использованием.

Цель сервиса: создание уникального сайта с помощью конструктора.

Возможности сервиса: несколько сотен бесплатных шаблонов, возможность создания уникального дизайна за счёт инструментов для изменения оформления, магазин шаблонов, понятная панель управления для администрирования сайта, где можно добавлять и удалять модули сайта, управлять основными настройками модулей, менять дизайн сайта, создавать страницы и категории, управлять настройками домена, изменять права для групп пользователей и многое другое. Специальные конструкторы позволяют создать меню любой сложности, добавлять элементы и менять их расположение без знания HTML.

Стоимость: бесплатно, за плату оказываются премиум-услуги.

Сайт: <http://www.ucoz.ru/>

Setup — бесплатный конструктор сайтов и интернет-магазинов.

Цель сервиса: быстрое, без сложностей создание уникального сайта с доменом в зоне .ru.

Возможности сервиса: сервис предлагает следующий бесплатный функционал для сайта: визитка, интернет-магазин, 100Мб дискового пространства, домен 2-го уровня, почта для домена, фотогалерея, каталог, поиск, комментарии, обратная связь, раскрутка сайта по низкочастотным запросам, социальные кнопки, конструктор логотипов. За дополнительную плату — WYSIWYG-редактор, вставка HTML, продающие триггеры, подключение к Яндекс.Маркету и многое другое.

Стоимость: тариф Free — бесплатно, расширенный функционал за плату: тариф Pro — 199 руб./мес., тариф Shop — 299 руб./мес., Тариф Вечный (неограниченный срок) — 7 196 руб.

Сайт: <http://www.setup.ru/>

Nethouse — бесплатный конструктор сайтов.

Цель сервиса: позволяет любому человеку создать качественный и функциональный сайт для бизнеса буквально за полчаса. Начиная от простой «визитки» и заканчивая полноценным интернет-магазином.

Возможности сервиса: множество вариантов оформления сайта, полноценный интернет-магазин с корзиной, расширенные медиавозможности, подключение приема онлайн-платежей в несколько кликов, собственный сервис поискового продвижения сайтов с гарантией, удобная интеграция с популярными сервисами и приложениями, инструменты для маркетинга и SEO.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://nethouse.ru/>

СЕРВИС

CALL-ЦЕНТР



UNIQUE INTELLIGENT SERVICES

Uiscom.ru — телекоммуникационная компания, предоставляющая виртуальные услуги связи в Москве и Санкт-Петербурге.

Цель сервиса: решение широкого спектра задач, направленных на повышение эффективности бизнеса и сокращение затрат компании в области телекоммуникаций.

Возможности сервиса: основными решениями интернет-телефонии являются: виртуальная АТС, мобильный офис, обратный звонок с сайта, онлайн-консультант, DSL-офис, номер 8-800.

Стоимость: подключение виртуального номера — от 1 990 руб., абонентская плата — от 0 до 1 590 руб./мес. в зависимости от тарифа, без учёта НДС. Подключение мобильного офиса — 1 990 руб. Подключение номера 8-800 — 1 100 руб.

Сайт: <http://www.uiscom.ru/>

Clickphone — облачный оператор связи.

Цель сервиса: специальные отраслевые решения под любой бизнес, где есть необходимость оперативной связи с клиентами, будь то банки, службы такси или интернет-магазины.

Возможности сервиса: облачный колл-центр — среда для обработки любых звонков с возможностью самостоятельно построить разнообразные сценарии с запросом во внешнюю базу данных, интерактив с клиентом, SMS-рассылка, голосовые SMS, подключение номера 8-800, комплексная IP-телефо-

ния — виртуальные номера для входящих звонков любого региона, IVR, ATS, исходящая связь с посекундной тарификацией.

Стоимость: подключение виртуального номера 499, 812 — 300 руб., абонентская плата — 300 руб./мес. Подключение номера 495 — 2 000 руб., абон. плата — 700 руб./мес. Подключение номера 8-800 — 2 500 руб., абон. плата — 1 300 руб. IP-телефония — от 0,38 руб./мин. SMS — от 1 руб за сообщение. Цены указаны без НДС.

Сайт: <http://www.clickphone.net/>

ONLINE-КОНСУЛЬТАНТ

Платный

Livetex — сервисы для коммуникации с посетителями сайта.

Цель сервиса: повышение качество обслуживания и продаж за счёт целого набора решений для коммуникации с посетителями сайта.

Возможности сервиса: онлайн-консультант, «Генератор лидов», звонок с сайта, интеллектуальная система «Виртуальный ассистент» для вовлечения посетителей в диалог, позволяющая предлагать помощь в самый подходящий момент.

Стоимость: онлайн-консультант — от 1 275 руб./мес., генератор лидов — от 465 руб./мес., прием звонков на пульт оператора LiveTex — бесплатно, прием звонков на мобильный или стационарный телефон — 500 руб./мес. за 1 тел. линию, переадресация звонков на офисную АТС по SIP — 1 500 руб./мес. за 1 тел. линию.

Сайт: <http://livetex.ru/>

Krible

Krible — сервис общения с клиентами сайта для увеличения продаж.

Цель сервиса: увеличение конверсии сайта и продаж, контроль качества обслуживания клиентов, анализ эффективности рекламных кампаний.

Возможности сервиса: все типы контактов с клиентами в единой панели, панель включает максимум типов контактов, при скроллинге страницы не пропадет, а всегда видна посетителям. Сервисы: онлайн-консультант, телепортатор, звонок с сайта, виртуальная АТС, обратный звонок, форма-заявка.

Стоимость: первые 14 дней — бесплатно. Тарифы: Начальный — 950 руб./мес., Лидогенератор — 1 450 руб./мес., Базовый — 3 000 руб./мес., Корпоративный — 30 000 руб./мес.

Сайт: <http://www.krible.ru/>

LiveChart — онлайн-консультант.

Цель сервиса: сервис для осуществления мгновенной связи с клиентом.

Возможности сервиса: кастомизация, сохранение истории, настраиваемый чат, выбор языка, получение статистики для анализа, безопасность, API и многое другое.

Стоимость: от \$36-59 в месяц в зависимости от выбранного тарифа. Бесплатная пробная версия — 30 дней.

Сайт: <http://www.livechatinc.com/> (сайт на английском)

Платный с бесплатной версией

Jivosite — онлайн-консультант для интернет-сайта.

Цель сервиса: увеличение онлайн-продаж, рост конверсии, увеличение средней стоимости заказа.

Возможности сервиса: настраиваемый дизайн, возможность позвонить оператору прямо с сайта, операторы могут работать с любого устройства — компьютера, планшета, смартфона, шифрование диалогов SSL, интеграция с Google Analytics, инструменты контроля для руководителей, получение подробной информации о посетителях сайта — поисковый запрос, местоположение и источник перехода, сохранение истории за 30 дней и отправка журнала чата на e-mail.

Стоимость: есть бесплатная версия с ограниченным функционалом, рассчитанная на 5 операторов. Профессиональная версия с полным функционалом — 474 руб./мес. при оплате за год.

Сайт: <http://www.jivosite.ru/>

SiteHeart — платежный чат с роботом-автоответчиком.

Цель сервиса: сокращение расходов, увеличение продаж, мгновенные ответы на вопросы посетителей сайта за счёт использования автоматического чата-бота.

Возможности сервиса: прием платежей прямо из чата, настраиваемый дизайн, вопрос по тайм-ауту, автоподключение оператора в случае ненахождения ответа на вопрос, режим диспетчера, автозакрытие диалога, оценка ответа робота, тематики для автоответов для сбора статистики, формирование отчетов, настройка ответов робота под задачи бизнеса клиента, круглосуточная генерация лидов.

Стоимость: 300 диалогов робота — бесплатно, 1 000 диалогов робота — \$6 в мес., 3 000 диалогов — \$15 в мес., 10 000 диалогов — \$40 в мес.

Сайт: <http://siteheart.com/>



RedHelper — онлайн-консультант для сайта.

Цель сервиса: инструмент для коммерческих сайтов, позволяющий увеличить конверсию минимум на 30% в первый месяц использования.

Возможности сервиса: эффективный чат, совместный браузер, список посетителей сайта в RealTime, детальный портрет каждого посетителя, система контроля и оценки эффективности работы операторов, интеграция с любыми CRM, CMS, метриками Google Analytics и Яндекс, полная асинхронность кода на сайте.

Стоимость: тариф Персональный — бесплатно, тариф Бизнес — 1 600 руб./мес. (при оплате на год — 960 руб./мес., на 2 года — 800 руб./мес.), тариф PRO — 22 260 руб./год.

Сайт: <http://redhelper.ru/>

Бесплатный

ChatHelp — бесплатный онлайн-консультант для сайта.

Цель сервиса: увеличение конверсии сайта, повышение продаж и качества обслуживания.

Возможности сервиса: online-переписка с пользователями, мгновенные скриншоты страниц, просмотр экрана пользователя (т.е. перемещения курсора пользователя по сайту), анализ данных, сохранение истории чата, настраиваемый дизайн, сбор статистики, звонки прямо с сайта, Jabber-клиент.

Стоимость: онлайн-консультант — бесплатно. Дополнительные услуги: аренда операторов колл-центра — 3 руб./мин.

Сайт: <http://chathelp.ru/>

Mibew — бесплатное open-source приложение для онлайн-консультирования.

Цель сервиса: предоставляет прямую связь с операторами прямо в браузере за счет добавления на сайт кнопки прямой связи.

Возможности сервиса: открытый исходный код, свободное распространение, чат в реальном времени (без перезагрузки страниц), неограниченное количество операторов, чатов и пользователей, приоритетная очередь посетителей, ожидающих ответа, локализация на 10+ языков, поддержка unicode, простой код, легко адаптируемый под нужды клиента, возможность добавить кнопку связи в рассылку email, настраиваемое окно диалога, создание и управление шаблонов быстрого ответа, сохранение истории и сбор статистики, информация о посетителе в очереди и другие.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://mibew.org/ru/>

SiteHelp — система онлайн-чата, позволяющая осуществлять консультации посетителей сайта в реальном времени.

Цель сервиса: предоставляет возможность быстро, без дополнительных действий пообщаться с оператором/поддержкой/консультантом/продавцом сайта.

Возможности сервиса: автоматическое инициирование диалога, настраиваемый дизайн окна чата, поддержка множества операторов, трансфер клиента между операторами, мониторинг и общение с посетителями — предоставление всей доступной информации о текущих посетителях на сайте, поддержка SSL, API для разработчиков.

Стоимость: Личный пакет (для одного оператора) — бесплатно, Бизнес-пакет — \$4 в мес. за одного оператора.

Сайт: <http://sitehelp.im/ru/>

АНАЛИТИКА

СЧЕТЧИКИ

Google Analytics — платформа веб-аналитики от Google.

Цель сервиса: сбор статистики посещений интернет-сайтов и оптимизация рекламных кампаний Google AdWords на основании этих данных.

Возможности сервиса: сбор статистики по сайту за счёт размещения кода Google Analytics на страницах наблюдаемого сайта; интеграция с Google AdWords; оптимизация рекламных и маркетинговых кампаний Google AdWords при помощи анализа данных Google Analytics; возможность разделять посетителей сайта на группы, определять цели и последовательность переходов посетителей сайта. Любой пользователь может добавить до 50 профилей сайтов. Каждый профиль соответствует одному сайту. Google Analytics показывает основную информацию «на панели инструментов», более детальную информацию можно получить в виде отчёта. Доступно 80 видов настраиваемых отчётов.

Стоимость: бесплатно — до 10 млн просмотров страниц в месяц. Для имеющих аккаунт в Google AdWords — неограниченное количество просмотров страниц.

Сайт: <http://www.google.com/intl/ru/analytics/>

Яндекс.Метрика — бесплатный инструмент для повышения конверсии сайта.

Цель сервиса: наблюдение за ключевыми показателями эффективности сайта, анализ поведения посетителей сайта, оценка отдачи от рекламных кампаний.

Возможности сервиса: работает по принципу счётчика посещений, JS-код устанавливается на страницах сайта и собирает данные о каждом посещении. Сервис интегрирован с Яндекс.Директом и Яндекс.Маркетом, позволяет группировать посетителей ресурса по нескольким параметрам. Измерение конверсии сайта и эффективности интернет-рекламы. При расчете конверсии сервис оценивает, какая доля посетителей сайта достигла «цели», например, дошла до некоторой страницы или совершила определенное действие (клик на кнопку, скачивание прайс-листа и т. д.). Счётчику Яндекс.Метрики может быть задано до 100 «целей». Для создания детальных отчетов в сервис встроен специальный «Конструктор отчетов». Анализ последовательности просмотра страниц, анализ юзабилити страниц, анализ источников трафика и многое другое.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <https://metrika.yandex.ru/>

CRM



Амо CRM — онлайн-система учета потенциальных клиентов и сделок.

Цель сервиса: эффективное управление продажами, комплексное решение для координации всех сделок и коммуникаций с клиентами.

Возможности сервиса: доступ с любого компьютера или смартфона, подключенного к сети, никакого дополнительного ПО. База данных сделок и контактов — актуальная информация по активным переговорам, текущие контракты и будущие продажи, быстрый поиск, теги и фильтр, в каждой сделке есть лента событий, в которой хранятся все примечания, файлы коммерческих предложений, здесь же можно ставить новые задачи. Возможность контроля работы менеджеров руководителем, который имеет доступ к информации о количестве звонков, запланированных и проведенных встречах. Анализ продаж по ключевым отчетам, построение воронки продаж.

Стоимость: Бесплатный — 0 руб./мес, Личный — 350 руб./мес., Начальный — 600 руб./мес., Оптимальный — 1 500 руб./мес., Максимальный — 3 000 руб./мес.

Сайт: <http://www.amocrm.ru/>

Мегаплан Продажи — система управления взаимоотношениями с клиентами.

Цель сервиса: организация удобной работы с клиентами, как результат — контроль соблюдения сроков, организация времени, экономия средств.

Возможности сервиса: Модуль «Совместная работа» — управление задачами и проектами, дела и личный календарь, хранение файлов и документов. Модуль «Клиенты и продажи» — всё для совместной работы, работа с клиентами и сохранение истории отношений, ведение сделок и выставление счетов. Модуль «Бизнес» — всё для совместной работы, для обслуживания клиентов, финансовый учет + анализ расходов.

Стоимость: модуль «Совместная работа» — от 247 руб./мес., модуль «Клиенты и продажи» — от 417 руб./мес., модуль «Бизнес» — от 544 руб./месяц. Полный пакет услуг Мегаплан на сервере Megaplan.ru (одновременный доступ для 5 сотрудников) — от 3 200 руб./мес., покупка для установки на собственный сервер (одновременный доступ для 10 сотрудников) — 47 400 руб. Аренда сервиса для 3 сотрудников (и меньше) на «облаке» компании — бесплатно. Пользование урезанной версией (для малого числа сотрудников) модулями «Совместная работа» и «Клиенты и продажи» — бесплатно.

Сайт: <https://www.megaplan.ru/crm/>



Простой бизнес — программа автоматизации управления компанией.

Цель сервиса: комплексная система для автоматизации деятельности организации, которая помогает организовать управление компанией. Облачный сервис, данные хранятся на собственных серверах в России и Германии, есть коробочная версия программы, тогда данные хранятся на сервере клиента.

Возможности сервиса: включает в себя модули: CRM (управление взаимоотношениями с клиентами), организация базы контактов клиентов, поиск, сортировка, группировка, фильтрация и цветовое выделение клиентов, звонки по встроенной IP-телефонии, создание воронки продаж, диаграмм и графиков, формирование отчетов, шаблоны документов, управление проектами и задачами, управление персоналом организации, электронный документооборот, встроенные средства коммуникаций, CMS (система управления сайтом), бухгалтерский учет. Есть 4 версии системы — онлайн, для Windows, Mac и Android.

Стоимость: тариф Профи — 1 900 руб./мес., тариф VIP — 3 900 руб./мес., Коробка (установка на сервере клиента, на 30 сотрудников) — 29 900 руб., «Все включено» — 100 000 руб. + лицензия на 20 месяцев.

Сайт: <http://www.prostoy.ru/>



CoMagic — комплексное решение для коммуникации с посетителями на сайте.

Цель сервиса: анализ эффективности интернет-рекламы и сайта и повышение эффективности рекламных кампаний.

Возможности сервиса: телефонные звонки вместе с полноценной виртуальной АТС; онлайн-консультант с широким набором функций; сайтфон — бесплатный для посетителя звонок прямо со страниц сайта; лидогенерация — автоматизированный сбор контактных данных посетителей, отслеживание и анализ звонков с сайта, инструменты сбора статистики и аналитики.

Стоимость: тариф Консультант — 1 100 руб./мес., тариф Стандарт — 2 500 руб./мес., тариф Премиум — 9 900 руб./мес.

Сайт: <http://www.comagic.ru/>

Istat24 — система учета звонков (Call Tracking) для Вашего бизнеса.

Цель сервиса: учет всех принятых звонков, оценка эффективности рекламных кампаний за счёт отслеживания звонков, построение грамотной воронки продаж за счёт анализа поступивших звонков.

Возможности сервиса: личный кабинет, в котором отображены все звонки в реальном времени, отчеты об эффективности рекламных кампаний, для дополнительного анализа предоставляется звукозапись всех разговоров, рассылка на e-Mail пропущенных звонков, экспорт статистики звонков в Excel и XML, интеграция с Google Analytics, интеграция с CRM, услуга подмены номера.

Стоимость: при подключении одного номера (в Москве) — от 1 200 руб./мес. за 1 000 минут.

Сайт: <http://istat24.ru/>



Ringostat — сервис отслеживания телефонных звонков.

Цель сервиса: учет и обработка входящих и исходящих звонков с целью отслеживания эффективно-

сти каналов рекламы и улучшения качества обслуживания клиентов.

Возможности сервиса: облачная АТС, гибкая настройка схем переадресации вызовов, журнал вызовов, контроль работы менеджеров, полная аналитика звонков, их звукозапись, учет неотвеченных звонков, инструменты для оценки звонков, «виртуальный» секретарь.

Стоимость: тарифные планы Ringostat: Старт — \$50 в мес., Мастер — \$75 в месяц, Профи — \$200 в месяц.

Сайт: <https://ringostat.com/>

Целевой Звонок 2.0 — инструмент Яндекс.Метрики для, позволяющий анализировать статистику звонков.

Цель сервиса: анализ статистики звонков и эффективности различных каналов привлечения клиентов: рекламных объявлений, поисковых систем, социальных сетей и других источников трафика, приводящих посетителей на сайт компании, а также офлайн-рекламы: наружной рекламы, буклетов, визиток и т. д.

Возможности сервиса: услуга доступна на общих условиях (т.е. без размещения в Яндекс.Директе и Яндекс.Маркете). Для каждого источника клиент получает специальный номер телефона, звонки на специальные номера регистрируются Яндекс.Метрикой и переадресуются на обычный контактный телефон клиента, а информация о них отображается в группе отчетов «Звонки» Яндекс.Метрики.

Стоимость: 11 руб./сутки за один номер. Минимальный размер пополнения счёта в системе — 330 руб.

Сайт: <http://help.yandex.ru/metrika/general/target-call.xml>

ЛОГИСТИКА

СПСП Экспресс — курьерская служба, предоставляющая услуги экспресс-почты.

Цель сервиса: оказание логистических услуг по экспресс-доставке документов, почтовых отправлений и грузов по всей России и за ее пределами.

Возможности сервиса: экспресс-доставка документов «от двери до двери», экспресс-доставка документов и мелкогабаритных отправок в максимально короткие сроки из «рук в руки», экспресс-доставка грузов, посылок и документов по всей России в короткие сроки, комплексная услуга по доставке товаров для интернет-магазинов и ком-

паний дистанционной торговли, экспресс-доставка крупногабаритных и тяжелых отправок, услуги по организации перевозки тяжелых или негабаритных грузов в согласованные сторонами сроки.

Стоимость: тарифный калькулятор на сайте <http://www.spsr.ru/ru/service/calculator>. Для Экспресс-доставки документов по России — 385 рублей без НДС.

Сайт: <http://www.spsr.ru/>

Pony Express — курьерская служба, оказывающая услуги по доставке почты и грузов.

Цель сервиса: осуществление доставки грузов и почтовых отправок по России и СНГ. Оказание услуг международной доставки.

Возможности сервиса: доставка по России и СНГ, обслуживание и осуществление доставки из интернет-магазинов, доставка ко времени, организация приема, регистрации и доставки по офису входящей корреспонденции, поступающей в адрес клиента, на территории клиента, доставка внутри города, международная доставка, упаковка и страхование грузов.

Стоимость: тарифы на почтовые услуги и услуги грузоперевозки можно найти на сайте. Тарифный калькулятор: <http://www.ponyexpress.ru/tariff.php>. Логистические услуги для интернет-магазинов рассчитываются индивидуально.

Сайт: <http://www.ponyexpress.ru/>

ОНЛАЙН-БУХГАЛТЕРИЯ

Эльба — бухгалтерский веб-сервис для малого бизнеса.

контур.эльба

Цель сервиса: помогает предпринимателям на УСН и ЕНВД вести бизнес и сдавать отчетность через интернет. Деньги, документы, склад, консультации экспертов и еще множество бизнес-функций — все необходимое в одном окне.

Возможности сервиса: формирование отчетности в налоговую, документов, учета товаров, отчетности за сотрудников из интернета, электронная подпись из «облака», доступ с любого устройства, сервис работает в любом браузере, есть приложение для Android, удобный интерфейс, круглосуточная поддержка.

Стоимость: Эконом (тариф для ИП) — 500 руб./квартал, Бизнес — 1 700 руб./квартал, Премиум — 3 000 руб./квартал.

Сайт: <http://www.e-kontur.ru/>

Мое дело — сервис для ведения бухгалтерского учета онлайн.

Цель сервиса: для малого и среднего бизнеса — правильное ведение бухгалтерии, сдача отчетности и выплата налогов в срок. Для бухгалтеров — все возможности современной бухгалтерии в одном сервисе.

Возможности сервиса: режим «одного окна», не требует установки дополнительного программного обеспечения. Автоматический расчет налогов и заполнение платёжных поручений, учёт сотрудников, формирование отчетности и её сдача через интернет, актуальная база нормативно-правовых документов с возможностью отслеживания изменений, автоматизированное оформление счетов, актов, накладных и договоров, автоматизированное оформление счетов, в том числе и с НДС, а также возможность скопировать выставленный ранее счёт, автоматический обмен электронными документами с банками, отправка документов клиенту по электронной почте, разграничение уровней доступа и многие другие.

Стоимость: ИП без сотрудников — от 612 руб./мес., ООО без сотрудников — от 757 руб./мес., ИП или ООО с сотрудниками — от 1 230 руб./мес., бухгалтерия под ключ (аутсорс) — от 1 000 руб./мес.

Сайт: <http://www.moedelo.org/>

1С: Бухгалтерия — сервис онлайн-бухгалтерии от компании «1С».

Цель сервиса: ведение бухгалтерского и налогового учета, контроль бизнеса и управление им, сдача отчетности через Интернет с помощью программ фирмы «1С».

Возможности сервиса: для начала работы требуется только подключение к Интернет, никакого стороннего ПО устанавливать не нужно. Сервис позволяет вести бухгалтерию и сдавать регламентированную отчетность в ФНС, ПФР, ФСС, Росстат с помощью встроенного сервиса «1С-Отчетность», отражать любые хозяйственные операции и со пользоваться всем функционалом бухгалтерской программы «1С:Предприятие 8» через Интернет. Пользователям сервиса предоставляется доступ к материалам «1С:ИТС», а круглосуточный доступ к полнофункциональным программам «1С» через Интернет, автоматическую установку обновлений, хранение и защиту данных, широкие возможности обмена данными и многое другое.

Стоимость: Тариф ПРОФ — 24 720 руб./год, тариф ТЕХНО — 10 440 руб./год.

Сайт: <https://1cfresh.com/>



НебоПро — профессиональная онлайн-бухгалтерия.

Цель сервиса: онлайн-сервис для ведения бухгалтерского учета, дающий возможность вести бухгалтерский учет и сдавать отчетность напрямую из сервиса без покупки ЭЦП, даже на бесплатном тарифе.

Возможности сервиса: ведение бухгалтерского учета, расчёт налогов и зарплаты, учет по нескольким юридическим лицам, простое начало работы, инструменты для «уполномочки», отчетность в ИФНС, ПФР, ФСС.

Стоимость: Соло (пробный тариф) — 0 руб./мес., Тандем — 500 руб./мес., Команда — 3 500 руб./мес.

Сайт: <http://nebopro.ru/>

IT ПОДДЕРЖКА

Softkey — интернет-супермаркет и интернет-дистрибутор программного обеспечения.

Цель сервиса: площадка для заказа программного обеспечения, моментальная электронная доставка товара.

Возможности сервиса: полный ассортимент программных продуктов для домашнего и корпоративного использования, быстрая (зачастую мгновенная) электронная доставка ПО, выгодные партнерские программы для дилеров, авторов, аффилиатов, помощь высококвалифицированных менеджеров на любом этапе сотрудничества, высокая технологичность, инновационность платформы, автоматизация и прозрачность всех бизнес-процессов, более 20 способов оплаты.

Стоимость: полный каталог представлен на сайте www.softkey.ru

Сайт: <http://www.softkey.biz/>,
<http://www.softkey.ru/>



Softline — интернет-магазин лицензионного программного обеспечения и оборудования для малого и среднего бизнеса.

Цель сервиса: предоставляет корпоративным клиентам возможность online-покупки программного обеспечения и оборудования.

Возможности сервиса: в каталоге интернет-магазина представлено более 1 000 производителей, в том числе Microsoft, HP, IBM, Лаборатория Касперского, Adobe, Corel, Abbyy и многие другие. Оформ-

ление заказа через сайт позволяет мгновенно получать бухгалтерские документы по заказу на e-mail, отслеживать поступление оплаты и иметь доступ к данным заказа, документам и купленным лицензиям. Высокая скорость обработки заказа и доставки. Более 20 способов оплаты.

Сайт: <http://softline.ru/>, <http://store.softline.ru/>



Allsoft — интернет-магазин лицензионного программного обеспечения.

Цель сервиса: предлагает покупателям более 15 000 программ от 3 000 разработчиков.

Возможности сервиса: более 15 тысяч наименований программ для любых задач, заказы принимаются в режиме 24/7, более 25 способов оплаты, обеспечение быстрой доставки (электронной и физической), предоставление накопительной системы скидок.

Сайт: <http://allsoft.ru/>

ЮРИДИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Консультант Плюс — российская компьютерная справочно-правовая система.

Цель сервиса: справочная правовая система, предоставляющая огромный массив справочной правовой информации — по российскому законодательству, правовым актам, типам договоров и проч.

Возможности сервиса: информация, включённая в систему, структурирована по разделам (законодательство, судебная практика и проч.) Каждый раздел делится на информационные банки. Отдельно представлены справочная информация для специалистов и онлайн-сервисы (доступ к архивам судебных решений, сервис «Конструктор договоров»). Можно подобрать комплекты системы в зависимости от того, какая информация им необходима для работы. Существуют специализированные системы «КонсультантПлюс» для бухгалтера, кадровика, юриста, для малого бизнеса. Есть сетевая версия системы, не требующая предустановки.

Стоимость: стоимость комплекта систем «Консультант Плюс» рассчитывается из стоимости списка баз, которые будут входить в комплект, количества пользователей в компании, возможный вариант установки: компьютер, ноутбук, флэш-носитель, онлайн-версия, период предоплаты систем, индивидуальные условия.

Сайт: <http://www.consultant.ru/>

Гарант — справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации, разрабатываемая компанией «Гарант-сервис-университет».

Цель сервиса: комплексное и взаимосвязанное информационно-правовое обеспечение, необходимое для решения большого спектра вопросов.

Возможности сервиса: система состоит из информационных блоков, включающих все виды правовой информации: акты органов власти, судебная практика, международные договоры, проекты законов, формы (бухгалтерской, налоговой, статистической отчетности, а также бланки, типовые договоры), комментарии, словари и справочники.

Заказчик также может выбирать вид доступа (от локальной до многопользовательской сетевой версии), способ обновления (с переносных носителей информации или через интернет), периодичность обновления (от 1 раза в месяц до ежедневной через интернет), поддерживает такие функции, как показ документов по состоянию на заданную дату («машина времени»), визуальное сравнение редакций документа, запрос услуг правовой поддержки через интернет из интерфейса системы, подгрузку правовых новостей, обмен сообщениями между пользователями.

Стоимость: рассчитывается индивидуально в зависимости от количества блоков системы и количества пользователей.

Сайт: <http://www.garant.ru/>

ПЕРСОНАЛ

ПОИСК

Hh.ru — портал российской компании интернет-рекрутмента, развивающей бизнес в России, СНГ и странах Балтии.

Цель сервиса: подбор персонала по базе данных из 12 млн резюме.

Возможности сервиса: подробная база резюме, прошедших ручную проверку на корректность и содержащих подробное описание мест работы, название вуза, знание языков и другую подробную информацию о соискателе. Поиск по базе данных — просмотр резюме соискателей вместе с контактными данными.

Стоимость: 3 вакансии в месяц — бесплатно (кроме Москвы, Санкт-Петербурга, их областей и городов-миллионников). Размещение стандартной вакансии (до 400 просмотров в первые дни после

публикации) — 600 руб. Поиск по базе данных портала — платная услуга, недельный доступ к базе в регионе Москва и обл. — 13 800 руб.

Сайт: <http://hh.ru/>

Fl.ru — профессиональная биржа для фрилансеров и работодателей.

Цель сервиса: найти и заказать услуги фрилансеров по любой специальности, с фиксированной ценой и определенного объема.

Возможности сервиса: «Проект» — возможность опубликовать проект по выполнению задания с пост- или предоплатой, «Типовые услуги» — сервис, позволяющий фрилансерам предлагать свои услуги, а работодателям — легко и быстро находить исполнителей. Представляют собой карточки типовых услуг, предоставляемых фрилансером. Профессиональный аккаунт работодателя — возможность просматривать резюме фрилансеров с их контактной информацией. Возможность размещения проекта и конкурса-тендера на оказание услуг.

Стоимость: бесплатные и платные услуги. Предоставление профессионального аккаунта работодателя — 780 руб./мес. Профессиональный аккаунт фрилансера — 699 руб./мес.

Сайт: <https://www.fl.ru/>

Work-zilla.com — биржа удаленной работы.

Цель сервиса: подберет подходящего фрилансера для выполнения задания заказчика.

Возможности сервиса: бесплатный поиск сотрудников, размещение заданий/заказов, поиск фрилансеров, рейтинг фрилансеров и отзывы по их работе, 13 способов пополнения баланса в системе.

Стоимость: в среднем стоимость часа работы специалиста — 200 руб. Пользование сервисом — бесплатно.

Сайт: <http://work-zilla.com/>

ОБУЧЕНИЕ

Нетология — курсы онлайн-обучения.

Цель сервиса: образовательный онлайн-центр по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-бизнеса, маркетинга, электронной коммерции, веб-разработки и других направлений онлайн-индустрии.

Возможности сервиса: интерактивные курсы, онлайн-интенсивы, открытые занятия.

Стоимость: интенсивные курсы — 590 руб./мес. Регистрация на сайте — бесплатно.

Сайт: <http://netology.ru/>



B2bbasis — портал бесплатного бизнес-обучения.

Цель сервиса: эффективное бизнес-обучение. Сервис обучает, как повысить продажи и прибыль, как обучить сотрудников и как обеспечить рост компании.

Возможности сервиса: после регистрации пользователь получает: доступ к 5 дистанционным курсам, видео записи бизнес-семинаров, приглашение на бесплатные бизнес семинары (2 раза в месяц). Ежегодно на портале проходит около 200 бесплатных вебинаров по маркетингу, продажам, менеджменту и HR

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://www.b2bbasis.ru/ru/>

Технопарк Строгино — государственная стартовая площадка для малых инновационных компаний.

Цель: гособъект имущественной поддержки малого и среднего инновационного бизнеса города Москвы.

Возможности проекта: предоставляет льготную аренду для начинающих технологических компаний, предоставление на льготных условиях оборудованных офисных помещений и всей необходимой консультационной поддержки для эффективного развития проекта, предоставление производственных, офисных и складских помещений, имеющих всю необходимую инфраструктуру. Возможность организации высокотехнологичного производственного процесса, лабораторий, опытно-конструкторских бюро и т.д

Сайт: <http://www.tpstrogino.ru/>

Бизнес-инкубатор «НИУ ВШЭ» — структурное подразделение НИУ «Высшая школа экономики».

Цель сервиса: содействие созданию успешных бизнесов, которые основаны и развиваются силами молодых предпринимателей.

Возможности сервиса: Бизнес-инкубатор предоставляет стартапам-резидентам коворкинг, бизнес-консультирование, помогает с продвижением и поиском инвесторов. Параллельно реализуются следующие проекты — ежегодная премия для стартапов «Стартап года», кейс-чемпионат «Железный предприниматель», конкурс бизнес-проектов HSE 14{K}, школа HSE {Sun}, Центр прототипирования HSE {Lab}, Центр молодёжного предпринимательства HSE {Startup}.

Сайт: <http://inc.hse.ru/>

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖИ

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ

Сбербанк России — Сбербанк Бизнес Онлайн, система дистанционного банковского обслуживания.

Цель сервиса: сервис предоставляет возможность из обычного интернет-браузера подготавливать и отправлять платежные документы, получать информацию о движении денежных средств по счетам и прочее.

Возможности сервиса: различные способы подтверждения платежей, удобный и интуитивно-понятный интерфейс, войти в систему можно с любого компьютера, на котором есть доступ в интернет, высокий уровень безопасности и устойчивости к мошенничеству, возможность работать с системами ДБО за пределами РФ, прием и обработка электронных платежных документов, предоставление информации об операциях по счетам и остаткам, прием электронных документов и прочее.

Стоимость: подключение услуги — 960 руб., использование услуги — 460 руб./мес.

Сайт: http://www.sberbank.ru/moscow/ru/s_m_business/bankingservice/remoteservice/new_means/,
<https://sbi.sberbank.ru:9443/ic/>

Альфа-Банк — Альфа-Бизнес Онлайн, интернет-банкинг для индивидуальных предпринимателей и малого бизнеса.

Цель сервиса: интернет-банк, который позволяет проводить все необходимые расчетные операции в любое время и в любом месте, где есть выход в интернет.

Возможности сервиса: осуществление платежей с расчетного счета в российских рублях и иностранной валюте; работа в «одном окне» со всеми клиентами, подключенными к системе и счетами, открытыми в банке; получение информации в режиме реального времени о движении денежных средств по счетам; экспорт выписки в файл; импорт файлов в 1С; импорт платежей и автоматическая выгрузка выписки из системы «Моё дело» и «Бухгалтерия.Контур»; групповые операции; создание, отправка, изменения, копирование, удаление поручений на конвертацию.

Стоимость: информация не предоставлена на сайте банка.

Сайт: <http://alfabank.ru/moscow/sme/alfa-business-online/>

ВТБ 24 — «Банк — клиент онлайн».

Цель сервиса: предоставляет с любого компьютера, подключенного к сети интернет, в любое время

и из любого места доступ к счетам организации, открытым в ВТБ24.

Возможности сервиса: полноценное расчетное и депозитарное обслуживание с использованием всех стандартных форм платежных и иных документов; ведение рублевых, валютных счетов и счетов депозитарного учета; автоматическое получение онлайн выписок без участия банковского операциониста; аналитическую обработку онлайн выписок; ведение архива платежных документов и поиск информации в архиве по различным критериям; построение различных видов отчетов; импорт документов из текстового файла (CSV); интерфейс с бухгалтерской системой 1С (по согласованию возможна поддержка интерфейсов с системами «Парус», «Галактика» и др.); мультивалютность; автоматически обновляемая система справочников, отображение данных по кредитным договорам: информация о задолженности, в том числе просроченной; график платежей.

Сайт: <https://bco.vtb24.ru/>,

<http://www.vtb24.ru/company/service/remote/bco/Pages/default.aspx?geo=moscow>

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ

WebMoney — международная система расчетов и среда для ведения бизнеса в сети.

Цель сервиса: перевод средств и оплата через интернет. Вместо электронных денег использует титульные знаки, являющиеся финансовыми активами, поэтому не зарегистрирована в РФ как платежная система.

Возможности сервиса: позволяет заводить «кошельки» в различных валютах, для юридических лиц предоставляет сервис процессинга, выступая в качестве агента по приему платежей. Принимает платежи от клиентов юрлица и автоматически переводит средства на его банковский счет.

Стоимость: за совершение каждой транзакции системой взимается комиссия в размере 0.8% от суммы платежа.

Сайт: <http://www.webmoney.ru/>

Яндекс.Деньги — электронная платёжная система, реализующая идею электронных денег.

Цель сервиса: проведение финансовых расчётов между участниками системы, имеющими счёт в системе, в режиме реального времени. Валюта — российский рубль. Предназначена для обеспечения функционирования систем электронной коммерции.

Возможности сервиса: для интернет-магазинов: касса для интернет-магазинов, включающая такие способы оплаты, как Яндекс.Деньги, WebMoney и бан-

ковские карты, готовые модули для CMS, терминал для смартфона; инструменты для интернет-проектов, возможность настройки приема оплаты со счёта в Яндекс.Деньгах и с банковских карт, инструменты для тех, кто ведет бизнес вне Интернета — создание электронной квитанции, возможность пополнять счёт в терминалах и онлайн, с помощью банковских карт, возможность создания различных инструментов принятия денег на счёт из разных источников.

Стоимость: приниматель средств в кошелек Яндекс.Деньги — из суммы перевода вычитается комиссия: 0,5% — за перевод из кошелька Яндекс.Деньги; 2% — за перевод с карты Visa или MasterCard. Приниматель средств на банковский счёт (если отправитель платит Яндекс.Деньгами) — комиссия с отправителя: 2% от суммы перевода.

Сайт: <https://money.yandex.ru/>

QIWI — электронная платёжная система в России и странах СНГ.

Цель сервиса: позволяет производить платежи с использованием различных устройств и каналов связи.

Возможности сервиса: для физических и юрлиц подключение сервиса приема платежей на сайте — «Именной кошелек» QIWI (для малого бизнеса) и «Прием платежей» для крупного и среднего бизнеса. Во многих системах управления сайтами (CMS) уже есть интегрированный QIWI Кошелек. 4 платежных интерфейса: терминалы QIWI, интернет, мобильные телефоны и планшеты, социальные сети. 4 способа оплаты: электронными деньгами со счета QIWI Кошелька, наличными через терминалы QIWI, с лицевого счета операторов сотовой связи Билайн, МТС, Мегафон, банковскими картами Visa и MasterCard.

Стоимость: обработка средств — 3% от суммы перевода, вывод средств — от 0 до 3% от суммы перевода.

Сайт: <http://ishopnew.qiwi.ru/>

PayPal — международный оператор электронных денежных средств.

Цель сервиса: позволяет клиентам оплачивать счета и покупки, отправлять и принимать денежные переводы.

Возможности сервиса: осуществление приема платежей со счетов в PayPal и банковских карт с помощью кнопки «PayPal», путем добавления HTML-код на веб-сайт. Экспресс-платежи PayPal в качестве одного из способов оплаты, возможность продавать товары через платформу eBay и отправлять счета на

оплату по электронной почте, возможность принимать платежи в мировых валютах от пользователей из 193 стран мира, предложив клиентам региональные способы оплаты на их родном языке.

Стоимость: комиссия продавца за операцию — от 2,9% до 3,9% от стоимости товара + 10,00 руб. Комиссия за микроплатежи (средний счёт меньше 300 руб.) — 5 или 6% от перевода + 2 руб.

Сайт: <https://www.paypal.com/ru/webapps/mpp/merchant>

ПЛАТЕЖНЫЕ АГРЕГАТОРЫ

Robokassa — организация приема электронных платежей.

Цель сервиса: сервис позволяет продавцам принимать платежи от клиентов с помощью банковских карт, сервисов мобильных операторов, через интернет-банк ведущих Банков РФ, через банкоматы, терминалы мгновенной оплаты, а также с помощью приложения для iPhone.

Возможности сервиса: единоразовое подключение системы, получение средств на расчетный счет, 13 платежных систем, все виды платежей «из одного окна», один комплект бухгалтерских документов ежемесячно, учет ведет компания, прием платежей через защищенное безопасное соединение.

Стоимость: комиссия с покупателя — 0% при оплате одним из 13 способов, предлагаемых сервисом, при оплате банковским переводом или другим способом — 2% от суммы перевода. Комиссия с продавца — от 1,5 до 7% с суммы перевода в зависимости от способа оплаты и оборота предприятия в месяц.

Сайт: <http://www.robokassa.ru/ru/>

Interkassa — система приема платежей.

Цель сервиса: позволяет интернет-магазинам, веб-сайтам и другим торговым площадкам принимать все возможные формы оплаты в максимально короткие сроки.

Возможности сервиса: 16 видов электронных платежных систем, новые платежные системы подключаемые к ядру Interkassa становятся автоматически доступны для приема, функционал сервиса позволяет настроить платежный шлюз так, что комиссия может платиться продавцом, покупателем или делиться между сторонами поровну, дает возможность при выводе конвертировать выручку в любой вид денег.

Стоимость: комиссия составляет 3% от перевода, поступившего на счёт продавца.

Сайт: <http://www.interkassa.com/index.php>

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ

Мой склад — облачный сервис управления торговлей и складом с любого компьютера.

Цель сервиса: система учета для малого и среднего бизнеса. С сервисом вы можете эффективно управлять продажами и закупками, вести складской учет, контролировать взаиморасчеты, работать с клиентской базой.

Возможности сервиса: быстрый старт, доступ из интернета, не нужна установка ПО, управление торговлей, складской учет, производство и финансы, работа с клиентами и поставщиками (CRM), автоматизация розничных торговых точек, бухгалтерия и печать всех необходимых документов, учет клиентов и договоров, удобный справочник контрагентов и контактных лиц, пользовательские поля, интеграция с сервисами e-mail и SMS-рассылок, аналитические расчёты и многое другое.

Стоимость: Индивидуальный (1 пользователь, 1 юр.лицо) — 400 руб./мес., Базовый (от 2 пользователей, 2 юр.лица) — 900 руб./мес., Профессиональный (10 юр.лиц) — 2 400 руб./мес., Корпоративный — 6 400 руб./мес.

Сайт: <http://www.moysklad.ru/>



Большая птица — онлайн-система ведения учёта для бизнеса.

Цель сервиса: эффективно организовать работу малого бизнеса: вести оперативный складской учет, управлять денежными потоками, контролировать взаиморасчеты с партнерами.

Возможности сервиса: доступ из интернета, оформление операций поступления товаров, выставление счетов, резервирование товаров под покупателя, реализация товаров и услуг, учет товаров на одном или нескольких складах, ведение нескольких расчетных счетов и касс, оформление поступлений и списаний, контроль остатков и движений денежных средств, формирование, печать, отправка по электронной почте всех необходимых для ведения учета документов, анализ результатов деятельности организации с помощью различных управленческих отчетов.

Стоимость: план «Колибри» (для стартапов) — бесплатно, план «Альбатрос» — 590 руб./мес. (при оплате за год).

Сайт: <http://bigbird.ru/>

1С: Управление торговлей — инструмент повышения эффективности бизнеса торгового предприятия от компании «1С».

Цель сервиса: программа предназначена для ведения торгово-складского учёта на предприятиях.

Возможности сервиса: автоматизация задач оперативного и управленческого учета, анализ и планирование торговых операций, возможность управления отношениями с клиентами (CRM), а также возможность планирования продаж и закупок. Программа позволяет подключать различное торговое оборудование: сканеры штрих-кода, фискальные регистраторы, принтеры чеков и этикеток, терминалы сбора данных, эквайринговые системы, электронные весы, считыватели магнитных карт и др. В конфигурацию добавлен учет маркетинговых мероприятий, используется сегментация партнеров и номенклатуры.

Стоимость: 1С: Управление торговлей 8. Базовая версия — 4 600 руб.

Сайт: <http://v8.1c.ru/trade/>

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОРТАЛЫ



Smallbusiness — открытый информационно-справочный ресурс для предпринимателей.

Цель сервиса: оказание поддержки начинающим предпринимателям, предоставление необходимых материалов из области бизнеса и финансов для желающих начать и развивать свой бизнес.

Возможности сервиса: бесплатные образцы договоров, платежных поручений, списки документов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности в различных областях, представлены в разделе «Шаблоны документов». Информация о сайтах и программах государственной поддержки. Анонсирование образовательных семинаров от компаний-партнеров.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://smallbusiness.ru/>



Seonews — отраслевое интернет-издание, посвященное поисковой оптимизации (SEO), социальному медиа маркетингу (SMM), интернет-рекламе.

Цель сервиса: помогать читателям приобретать знания и навыки, которые позволят им эффективно работать в сфере интернет-маркетинга.

Возможности сервиса: информационный блок SEOnews: события из мира SEO, аналитика, обзоры, интервью со специалистами. Сервисы SEOnews: мастер-классы, глоссарий SEO-терминов, календарь событий индустрии. Бесплатное размещение информации об образовательных событиях в сфере продвижения и интернет-рекламы.

Стоимость: бесплатно.

Сайт: <http://www.seonews.ru/>

CMS Magazine — аналитический портал о рынке веб-разработок и интернет-маркетинга.

Цель сервиса: предоставление обзора рынка веб-разработок. На проекте собрана наиболее полная информация обо всех известных в России платных и бесплатных системах управления сайтами. Создан удобный сервис сравнения CMS (англ. Content management system — система управления контентом), разработаны различные аналитические рейтинги.

Возможности сервиса: на сайте можно найти наиболее полный на текущий момент каталог российских CMS, веб-студий, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы. В каталоге CMS есть специальные фильтры, позволяющие выбрать и отсорттировать системы управления сайтами по типу лицензии, распространения и тематике сайта. Для создания и продвижения сайта можно организовать тендер на <http://tender.cmsmagazine.ru/>. Данные сайта CMS Magazine используются для формирования рейтингов проекта «Рейтинг Рунета» — лучшая веб-студия, лучшая SEO-компания и проч.

Стоимость: бесплатно, регистрация на сайте веб-студии, CMS, SEO-компаний и агентства контекстной рекламы — бесплатно.

Сайт: <http://www.cmsmagazine.ru/>

«AORI» – автоматическая система управления интернет-рекламой
для малого и среднего бизнеса
aori.ru

«ОПОРА РОССИИ» – Общероссийская общественная организация
малого и среднего предпринимательства
new.opora.ru

МОСКВА, 2014