



Чек-лист Маркетолога

Чек-лист для оценки работы Маркетолога

- Проведен анализ конкурентов (продукции, позиционирования, цен, стратегии продвижения)
- Проанализированы сильные и слабые стороны бизнеса, риски и возможности (SWOT-анализ)
- Поставлены достижимые и измеримые цели
- Исследована целевая аудитория и составлены портреты покупателей. Для каждого портрета разработана стратегия привлечения.
- Определены ключевые показатели эффективности (KPI)
- Указаны сроки достижения основных и промежуточных целей
- Разработано уникальное торговое предложение (УТП)
- Проанализирована (при необходимости — усовершенствована) воронка продаж с описанием всех этапов.
- Составлен и своевременно реализуется календарный план работы с указанием бюджета, сроков, мероприятий и ответственных лиц.

Работа с Web-сайтом

- Проанализирована реакция аудитории на дизайн, изображения, расположение элементов, удобство навигации.
- Поставлены задачи дизайнерам и разработчикам по доработке сайта по результатам исследований.
- Создана контент-политика, направленная на написание полезных, читабельных и структурированных текстов, оптимизированных под ключевые фразы. Составлен и реализуется контент-план.
- Контент сайта включает не только тексты, но и привлекательные изображения, видеоролики, интерактивные элементы.
- Структура и навигация по сайту удобна и понятна. Сайт быстро загружается, открывается корректно во всех браузерах.
- Сайт оптимизирован для социальных сетей и клиентоориентирован (есть кнопки «Поделиться», «Лайкнуть», социальные виджеты, отзывы, форма обратной связи и т.д.).
- У сайта есть мобильная версия, он удобен для просмотра на мобильных устройствах.

Способы технологии и привлечения трафика

- Контекстная реклама (поисковая и в партнерских сетях).
- Медийная реклама (баннерная, интерактивная и т. п.).
- Маркетинг в социальных сетях (ведение собственных групп и

размещение рекламы в сторонних группах, таргетированная реклама в соцсетях).

- SEO-продвижение (создание и оптимизация контента под ключевые запросы и размещение его на собственном сайте).
- Репутационный маркетинг (привлечение новых и сохранение существующих клиентов путем формирования позитивного имиджа бренда).
- E-mail-маркетинг (организация рассылок электронных писем).
- Event-маркетинг (организация мероприятий для привлечения клиентов — конференций, мастер-классов, семинаров и т. п.).
- Партнерский маркетинг (использование партнерских программ).
- Продакт-плейсмент (использование прайс-агрегаторов и маркетплейсов для реализации продукции).
- Оффлайн-реклама (ТВ, радио, билборды, листовки, буклеты, визитки, наклейки и проч.).
- Контент-маркетинг (публикации в блогах, СМИ, видеореклама на YouTube).

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?