…Все основные пункты, которые будут вам интересны. Начнем с того, что наблюдается очевидный позитив в экономике. Содержание доклада будет состоять на *(из – прим.)* таких разделов. И начнем с того, что позитив в экономике наблюдается в том, что количество… происходит непрерывный рост, рост нефти, что говорит о том, что наши… что есть смысл уже выбрать компанию по продвижению сайтов, именно ту, которая будет продвигать ваш бизнес в Интернете, и вы будете развиваться с этой компанией.

 Коротко расскажу о нас: мы, наша компания – это группа профессионалов в области Интернет-маркетинга. Сотрудничаем мы с такими брендами, как «Union», как компания «DoorHan», также продвигаем различные Интернет-магазины. Был опыт продвижения крупного Интернет-магазина, крупного дизайнера, «Bella Potemkina»… На этом слайде я хотел бы вам показать, что мы непрерывно участвуем в различных семинарах, вебинарах, проводим их. Мы видим, что количество просмотров данного вебинара в 2016-м году составило в 2 раза больше по отношению, чем у Артемия Лебедева. Это говорит о том, что наша тема, она актуальная, она бизнес ориентирована. Мы также будем все чаще выходить в эфир, рассказывать о наших новинках, о новинках в области Интернет-маркетинга, в области Интернет-технологий. Вот буквально летом меня уже пригласили, компания «Smartfox», в прошлом году мы с ними также проводили вебинар. В этом году выступает, по-моему, в мае будет, 22 мая, если я не ошибаюсь, будет вебинар в составе данной компании. Также я рекомендую вас посетить, посмотреть его – мы дадим много нового.

 Что касается сути нашего продвижения, сути того, (что), как мы вообще делаем продвижение сайтов и продвижение бизнеса в нашей компании, оно заключается в том, что для доменов второго уровня мы создаем домены третьего уровня, и каждый домен непосредственно оптимизируем и продвигаем на тот регион, на который необходимо сделать это продвижение. Хочу также отметить, что основное, что мы делаем – это не то, что мы технически производим региональное продвижение и настраиваем сайт. Сайт – это все само собой. Мы именно вникаем в суть бизнес процесса самой компании-заказчика, стараемся вникнуть, какие недоработки, какие новинки есть на его рынке. И дальше мы смотрим, как лучше смасштабировать бизнес непосредственно этой компании, компании-заказчика.

 На этом слайде я хотел бы вам показать то, (что), как происходит (наш) комплекс работ по каждому сайту, мы, когда, компания обладает определенным Интернет-хозяйством, это может быть один сайт или это может (*могут– прим.*) быть несколько сайтов, работая с крупными компаниями, такими как «Doorhan», например, сталкиваемся с тем, что количество сайтов, очень огромное, там порядка 200 сайтов может быть. В каждом городе нашей необъятной России идет продвижение с помощью Интернет–технологий и, соответственно, создается некий сайт либо подсайт. Также это могут быть компании, которые имеют представительства либо дилерскую сеть в регионах, что говорит о том, что, тоже им нужна Интернет-поддержка. И если мы немножко проще будем смотреть на Интернет, на создание сайта, когда любой сайт из нашей системы, который на вход нашей компании, проходит определенный чек-лист, по которому сотрудник анализирует, предварительно производит аудит его, затем на базе, причем, с помощью нашей автоматизированной системы «Brand New Look», я чуть дальше ее покажу, функционал ее объясню, на базе этого аудита мы проводим уже оптимизацию сайта, после этого, устранение ошибок, устранение ошибок на совместимость сайта с поисковыми роботами. Затем это переходит либо в региональное продвижение, как вот здесь показано, то есть мы создаем «Region.site.ru», создаем «Odintsovo.site.ru», либо «Yekaterinburg.site.ru», и домен третьего уровня продвигается в своем городе. Почему это так сделано, потому что «Яндекс» именно по IP-адресу определяет ближайший сайт в его городе и, соответственно, создает запрос, релевантный запрос того сайта, который находится максимально близко к этому сайту, к этому региону.

 Что касается следующих этапов, мы запускаем контекстную рекламу. Хочу напомнить, что мы именно комплексно работаем с нашим сайтом заказчиков и этот комплекс позволяет производить, более эффективно, настраивать более эффективно рекламный канал, потому что, не секрет (*что - прим.*), размещая, например, рекламу в контекстной рекламе влияет прямо пропорционально на естественную выдачу. Также мы запускаем «SMM» рекламу. Это все социальный сети, которые на сегодняшний день активны для разного бизнеса, субъектов. Для магазинов мы безусловно используем такие социальные сети, как «Instagram» и «Periscope». Также у нас есть автоматизированная система – размещаем пост, в который сразу же идет синхронизация с такими социальными сетями, как «Facebook», «Контакт», «Одноклассники» и «Google+”. Безусловно мы поддерживаем эти социальные сети, мы делаем «биг медиа-план», который позволяет нам с учетом анализа конкурентов смотреть, как лучше сделать рекламную компанию в социальный сетях, и этот медиа-план, утверждается заказчиком и мы двигаемся по нему, ежедневно размещая конкурентные посты. Это взаимосвязано также с нашим SEO-копирайтингом и, грубо говоря, заканчивается наш комплекс. Я хочу сказать, что много на самом деле действий происходит еще промежуточных, например, таких как, редизайн сайта, который, здесь не указан, Дальше мы устанавливаем, систему аналитики, которая позволяет выявить, какой канал больше всего привлек потенциальных пользователей на сайт и в следующем месяце уже делаем размещение с учетом этого. Вот так технически выглядит продвижение, например, нашего сайта в городе, регионе Одинцово, то есть, на домене третьего уровня, как я сказал, это продвижение происходит.

 Основные преимущества(о) нашего продвижения, оно заключается в том, чтобы не использовать закупку ссылок, а использовать свою систему, автоматизированную систему продвижения вообще бизнеса в целом. И не используя вот эту ссылочную массу, мы обгоняем наших конкурентов, потому что мы более эффективно распределяем рекламный бюджет. Мы создаем систему из доменов третьего уровня, как было показано вот на этом слайде, и, каждый домен пересылается друг на друга, происходит некая перелинковка, (что) которая позволяет продвигать сайт, домен, например, второго уровня, продвигать сайты других городов за счет самого себя. Через, 6 месяцев мы гарантируем нашим заказчикам о том, что сайт, сама система сайта будет продвигать сама себя. Соответственно (размещая), продвигаясь по такому принципу, мы в 2 раза оптимизируем бюджет по отношению к нашим конкурентам и имеем определенные преимущества. Также мы гарантируем любое продвижение сайта, потому что у нас накоплено за 15 лет нашей компании… накоплен большой опыт. Мы гарантируем продвижение, потому что есть определенные у нас сервисы (за этот опыт). Я напомню то, что у нас есть своя собственная автоматизированная система. Мы можем проанализировать сайт – был ли он в песочнице, был ли он в «бане», либо был ли он аффилирован «Яндексом».

 Наша аудитория по деятельности, и по деятельности и по направлению бизнеса, - это дежурно-строительные компании, это архитекторы, дизайнеры интерьеров, любые репаты и ремонтные компании, которые либо продают строительные материалы, либо так или иначе связаны со строительством. Очень хорошо у нас также получается работать с Интернет-магазинами. У нас накоплен большой опыт, как я сказал, по строительному сектору, а также, по любому Интернет-магазину, это любой Интернет-магазин, это может быть и (товары…), и вещи какие-то, либо это строительные товары, опять же, могут быть (либо) какие-то… одежда может быть, «фэшн» какой-то, «фэшн» одежда может быть. У нас сформирована, за последние 15 лет сформирована определенная стратегия по этим направлениям. У нас есть некая база знаний по каждому из секторов бизнеса, но именно по этим у нас наиболее ярко выраженное семантическое ядро, у нас накоплен опыт в этой части очень широкий.

Что касается дальнейшего продвижения, как мы делаем, то это мы задействуем основные наши 9 Федеральных округов. Напомню, что такой Федеральный округ, как Крым, недавно к нам присоединился и (мы уже), есть опыт и продвижения даже в этом Федеральном округе. На этом слайде я хотел бы вам показать то, что развитие бренда, в том числе нашего, нашей компании, происходит по все территории России и, преимущественно, это, конечно, Центральная часть, это Урал, редко когда мы дальше Урала идем, есть заказы на продвижение дальше.

 Основные каналы нашего продвижения. Еще раз напомню, что мы стартуем с оптимизации сайта, переходим на региональный «SEO», запускаем контекстную рекламу на «Яндекс Директ» и «Google Adwords»… Безусловно, на «Google Adwords» тоже нужно размещать, потому что все чаще пользователи заходят с мобильных устройств и, заходя с мобильных устройств, по умолчанию, «Google» уже чуть ли не запатентовал, что будет только поисковая система «Google» на всех мобильных устройствах. Безусловно, социальные сети. Есть опыт создания трех магазинов на платформе «Avito», также размещаем мы его в автоматизированном режиме на «Avito». Если это Интернет-магазин, подключаем «Яндекс маркет», если это какой-то бизнес более крупный либо особенность, имеет какую-то особенность, например, это может быть юридическая компания, мы подключаем call-центр. Мы сотрудничаем с несколькими call-центрами, есть опыт сотрудничества – у нас, по-моему, порядка 4-х call-центров по каждому call-центру. У нас есть определенный сотрудник, который специализируется именно в той области, то есть, у нас есть сотрудник в одном call-центре, который специализируется на продаже юридических услуг, есть сотрудник, который специализируется на продаже веб-услуг, есть сотрудник, который специализируется на продаже «фэшн» одежды. Есть сотрудник, который специализируется на продаже строительства. Запустив этот call-центр, у нас разработаны определенные скрипты, которые наиболее эффективно осуществляют продажу. Дальше, у нас неплохо развит «E-mail» маркетинг. Вкратце напомню – у нас больше 2 миллионов базы наших подписчиков, по которым происходит рассылка – либо это компании-заказчики, либо это наша компания. И также под компанию-заказчика мы можем персонально подобрать еще определенную базу, которая (*представляет – прим.*) его целевую аудиторию и произвести рассылку, настроить «E-mail» маркетинг именно под его целевую аудиторию. Сейчас мы активно развиваем, такую новую достаточно технологию – вебинары. Активно используем «Woble Hangouts», с которой настроено взаимодействие с «YouTube». Напомню, что компания «YouTube» принадлежит компании «Google» и есть готовые решения, как проводить вебинары, как проводить их системно. Мы создаем вебинарную комнату. На базе вебинарной комнаты наши дизайнеры рисуют рекламные баннеры и, когда происходит трансляция, то справа или слева вы в будущем можете увидеть рекламные баннеры нашей компании. Также мы можем задействовать рекламные баннеры других компаний. Безусловно, это один из инструментов привлечения, привлечения потенциальных клиентов и набора популярности самой компании, чтобы компания была более узнаваема. Есть и готовые, я напомню, инструкции и это тоже один из каналов привлечения, который мы тоже своим заказчикам, некоторым, рекомендуем и технически помогаем все настроить. И один из заключительных каналов привлечения наших клиентов – это «Бизнес-завтрак». Это «Off-line» мероприятие, где будет участие в выставках. Мы активно используем такой формат, как «Бизнес-завтрак», либо, сотрудничая с другими компаниями, такими компаниями, как «Business Family», либо какие-то мероприятии мы запускаем самостоятельно, экспериментируем с различной аудиторией, привлекая различную аудиторию. На этом слайде предварительная такая, приблизительная, средняя цена по каждому каналу привлечения. Если вас заинтересует, вы можете нам позвонить по нашему номеру телефона, и я могу вам выслать нашу презентацию, с которой вы более подробно сможете ознакомиться.

На этом слайде я хотел бы вам показать, каких успешных результатов мы добиваемся в нашей работе. Например, это одна из статистик по одному из наших клиентов. Я не называю названия нашего клиента, но обращаю внимание на то, что принцип происходит следующим образом, что запустив расход на рекламу, мы видим, что в день, примерно, 3500 рублей, после этого мы видим прямо пропорциональный рост заказов относительно расходов на рекламу. Такой отчет мы выгружаем по каждому нашему клиенту. Отчет выгружается 2 раза в месяц и происходит некий «разбор полетов». Если это Интернет-магазин, то мы анализируем «воронку продаж» и видим, на каком шаге, например, может уйти наш потенциальный клиент и, видя, что, на «personal/order/make» ушли с первого шага 25%. Перешли на следующее оформление заказа, соответственно, только 381 человек, а вообще завершили заказ и произвели оплату только 184. Мы видим, что с оформления, шага №2, ушло (*ушел – прим.*) еще 51%. Соответственно, вместе с нашим дизайнером, вместе с нашими маркетологами, мы анализируем каждую из страниц и стремимся к тому, чтобы процент ухода был минимален и всячески смотрим, чтобы заказы увеличились у заказчиков, потому что в данном случае, именно по этому Интернет-магазину, у нас была договоренность оплаты именно за завершенный заказ.

Расскажу немного про эволюцию «SEO», как эволюционировало «SEO», как эволюционировал Интернет-маркетинг.… На тот момент количество сайтов было небольшое, скажем, их было 10, 15, 20 и продвигаемых слов тоже было, как правило, до десяти. Продвинув каждое слово в «Топ-10», если мы продвигали 8 слов из 10-ти и, соответственно, условие договора было выполнено на 80%, и оплата происходила за фактический результат, за 80%, которые мы выполняли. Дальше мы перешли на трафик, потому что сайт стали усложняться, появились Интернет-магазины, которые стали загружать в себя тысячи товаров и, безусловно, 10000 запросов отслеживать мало того, что… это не проблематично, это просто долго… То есть количество дней могло… неделю можно было проверять статистику по запросам и (мы) перешли на такую удобную форму оплату, как оплата за трафик. В среднем, оценили стоимость перехода из контекстной рекламы, оценили отдельно стоимость перехода из «SEO» продвижения, стоимость перехода с баннерной рекламы, отдельно стоимость перехода с E-mail маркетинга. И, суммировав это, мы могли сформировать расчет для нашего заказчика. Дальше, «SEO», безусловно, развивалось, заказчики становились более требовательными. Образованность стала повышаться непосредственно у заказчиков. И пользователи, заказчики, перешли на такое понятие, как «лиды» - это любое совершенное действие на сайте, за которое заказчик был готов платить: либо это просмотр видео, либо это скачивание файла, либо скачивание прайс-листа, либо оформление заказа с помощью отправки той же почты, либо заказ обратного звонка это может быть. Это любое действие, которое направлено, так или иначе, на совершение заказа. Затем уже дальше заказчик стал оценивать именно заказ завершенный, потому что эти данные, как мы видим – 514, 381 – это те действия, это те «лиды», которые пользователь совершил, но всем нужен совершенный заказ, оплаченный. И заказчики стали понимать совместно с нами то, что нужно производить оплату за результат. Результатом в данном случае является действительно завершенный заказ, в данном случае, 184 было совершено заказов. И на сегодняшний день наша компания пришла к тому, что мало того, что мы можем и отследить с помощью метрик заказы, мы можем… Мы пришли к тому, что мы можем гарантировать получения дохода, то есть, мы можем спрогнозировать, сколько мы привлечем денег на вложенные средства от заказчика и пришли к такому (*такой – прим.*) системе взаимодействия, это новая, напомню, система, именно по доходу. Суть ее заключается в следующем: что на каждые вложенные средства, например, 50 тысяч рублей – мы стартуем от этой суммы – мы гарантируем, что мы в 3 раза увеличим приход на расчетный счет заказчика. На каждые вложенные 100 тысяч рублей мы гарантируем, что заказчик заработает через месяц 300 тысяч. На каждые вложенные 200 тысяч мы гарантируем, что приход на расчетный счет заказчика будет 600 тысяч. И на каждые 300 тысяч мы гарантируем миллион. То есть, наша революционная система заключается в том, что мы гарантируем именно деньги. Мы берем на себя риск, подключаем все наши способности, весь наш 15-летний опыт, подключаем нашу Интернет-монополию и гарантируем, что на вложенные средства мы увеличим прибыль в 3 раза. То есть, на вложенные 300 тысяч мы вам сделаем миллион. В договоре мы, безусловно, прописываем определенные риски и гарантии. Очевидно, что вопрос у заказчиков всегда возникает следующий: а вдруг не получится у вас заработать нам миллион? На что мы пишем, черным по белому, в договоре, что если вдруг – такого никогда не происходит, потому что мы очень сильно прокачиваем и сам бизнес заказчика, и всю его техническую составляющую, и самого заказчика прокачиваем таким образом, что этот тренинг, который не забудет никто – ни сам заказчик!.. Он с удовольствием… Честно говоря, такой эмоциональный эффект получается, что мало того, мы зарабатываем все вместе в 3 раза больше, так плюс к этому – все это остается у заказчика, накапливается. Это очень колоссальный фундамент. Даже если мы в 2 раза увеличиваем прибыль, это как минимум, то все, как правило, счастливы. Тем не менее, мы, напомню, в договоре прописываем, что если мы не выполняем наши условия, то есть, не увеличиваем в 3 раза, не зарабатываем миллион с трехсот (тысяч – прим.), мы обязуемся вернуть 50% на расчетный счет заказчика, в данном случае – 150 тысяч рублей от 300. Напомню, что такого не происходит, потому что мы заранее уже настраиваем самого заказчика, что будет серьезная работа. Практически, первые два месяца она в круглосуточном режиме происходит. Как мы этого добиваемся? Напомню, что мы производим… Мы запускаем концепцию Интернет-монополии, напомню, как это выглядит. Мы перекрываем полностью всю видимость сайта с поисковой выдачи с помощью контекстной рекламы, с помощью доменов третьего уровня, и таким образом, в данном случае из 4-х сайтов мы видим 3 сайта, принадлежащие нашей компании. Куда бы пользователь не позвонил, он попадает к нам. Даже если он с третьей попытки звонит и попадает опять на нас, у него может быть резонный вопрос: «Куда бы я не нажал, все время ваша компания»? На что мы отвечаем, что: «Да. Даже дальше не надо нажимать, потому что вы все равно попадете на нашу компанию». Продажа происходит практически уже на втором клике, потому что сами пользователи понимают, что так или иначе они попадают в нашу компанию. Тем самым, перекрывая в данном случае 75% первого экрана, продажи растут в геометрической прогрессии. И напомню, для будущего это колоссальный прорыв и хочу напомнить такую вещь, что мы берем, естественно, по одному, максимум по два заказчика под определенную тему, под определенный товар, и делаем ему монополию. То есть пока у нас есть еще места, которые мы можем взять. Напомню, что клиенту уже прорыв экономики будет, буквально на следующей неделе мы услышим позитивные данные от Владимира Владимировича, 14-го апреля будет ежегодное его вещание. И рост нефти будет только расти, и экономика России будет только развиваться. Запустив в мае даже, заказав услугу у нас на май, загрузив нашу компанию технически, загрузив работой нашу компанию, вы к июню, июлю будете уже на «гребне волны». А к сентябрю продажи у вас вырастут, вы перейдете на принципиально новый уровень, ваша компания перейдет на принципиально новый уровень. И мы вам это гарантируем. Дальше… Рост идет заказов из городов, как я сказал, из области… Сейчас немножко прервусь, хочу и организационно немножко… сказать, что доклад еще будет у нас проходить 10 минут и после этого у вас еще будет возможность задать нам вопросы в виде комментариев, либо позвонив. Наши менеджеры ответят вам, если какие-то вопросы остались. Проконсультируем мы вас абсолютно бесплатно, и вы можете подъехать к нам в офис – мы вам более детально все объясним. Произведя, проработав, «прокачав», как мы говорим, бизнес, за счет концепций различных, которые мы используем, напомню уже в течение 15-ти лет, вы получите увеличение своей доли на рынке вашей компании, то есть, суть маркетинга, суть монополии… Именно суть маркетинга заключается в том, чтобы создать монополию, захватить как можно большую долю на вашем рынке. Улучшение видимости в Интернете будет у вас расти в такой геометрической прогрессии по каждому Федеральному округу. На этом слайде показан некий пример ежемесячной статистики по каждому запросу, по каждому городу, в каждом Федеральном округе. Напомню, что максимального успеха мы достигаем через 3-4 месяца и договор заключаем, минимум на 6 месяцев, потому что и технически нам нужно понять, как лучше настроить ваше продвижение и сам бизнес ваш изучить. Но есть уже готовые, напомню, решения… Но на пик мы выходим через 3-4 месяца. Это по опыту как это происходит. Соответственно, увеличение прибыли лучше закладывать (с учетом того), что на максимальный эффект мы выйдем через 3-4 месяца. Дальше я хочу вас ознакомить с нашей новинкой, нашей разработкой. Это автоматизированный сервис «Brandnewlook», который позволяет произвести комплексный аудит сайта… Я анализировал сайт компании «Union». Мы видим, что есть определенные ошибки. На мобильных устройствах только 65% из 100. Мы видим, что часть экрана перекрыта, очевидно, что сайт не адаптирован под мобильные устройства. Проанализировав его с помощью нашей системы, напомню, «Brandnewlook», мы сразу же видим такие очевидные ошибки, которые могут влиять на продвижение самого сайта.

 Дополнительные возможности нашей компании, компании «Brand Maker», заключаются в следующем. У нас есть готовые Интернет-магазины с поставщиками. Например, один из наших сайтов «igornosov.ru”. Мы видим, что на этом сайте есть такие разделы, как: «Для женщин, «Для мужчин», и сайт продает, специализируется на продаже кожаных сумок. Главная суть заключается в том, что нами настроен автоматизированный сервис, который подтягивает некий .xml-файл с компаний-поставщиков, непосредственно с самих поставщиков. Этот файл разворачивается на самом сайте – здесь порядка нескольких тысяч товаров, 1000 по женщинам, 1000 – по мужчинам. Это кожаные сумки, это перчатки, это зонты, все, что связано с кожаными изделиями, портмоне… И главное, что нами настроена система, которая подтягивает товары от поставщиков. Цены умножаются, грубо говоря, на 2. Например, сумка, которая стоит 15980, она у поставщика стоит гораздо дешевле, порядка 8 тысяч рублей (8 тысяч рублей) она стоит у поставщика. Здесь у вас автоматически выгружается розничная цена и при поступлении заказа с вашего сайта с помощью… здесь перечислены одни из наших поставщиков, которых мы задействуем. Напомню, что это не только кожаные сумки, это и различный текстиль, и одежда, и какие-то могут быть простыни, например… Кому что нравится, чем нравится торговать… И браслеты это могут быть, и так далее. Главное – технически мы настроили выгрузку этого товара. Дальше мы подключаем логистические компании, которые… ваша задача – принять заказ, передать заказ в логистическую компанию. Логистическая компания забирает заказ, например, в виде курьера, может быть. Отвозит его по розничной цене покупателю, и вы зарабатываете ровно 50%, например, с любого товара... Либо это шарф может быть, либо сумка, либо еще что-то, выбрав именно тот товар из поставщиков, которые у нас уже есть. Как только вы заказываете у нас эту услугу, я напомню, что мы делаем уже сайт таким образом, так как мы – «SEO» компания, мы сайт именно делаем «продвиженческого» характера, и создав его, заказав его в нашей компании, сайт будет очень сильно продвинут, то есть, заказы будут, по опыту, если не с первого месяца, со второго, третьего, заказы у вас уже пойдут и дальше мы сможем даже смасштабировать, мы заранее заложили такую функцию, чтобы можно было смасштабировать, уже на регион. Я напомню, это именно наше приложение по Интернет-магазину… масштабируем его дальше на регионы, вы подключаете логистические компании, которые будут отвозить ваш товар в регионы, и, тем самым, развиваетесь и развиваетесь.

Второе готовое решение для наших пользователей – это «Лэндинг пэйдж». Напомню, что первое готовое решение – это готовый Интернет-магазин с поставщиками. То, что мы сейчас рассмотрели. Второе готовое решение– это готовый «Лэндинг пэйдж». Нами наработана большая система готовых «Лэндинг пэйджев» по различным категориям. И это можно применить, как и к Интернет-магазинам, так и к какой-то отдельной услуге. Например, вы решили заниматься каким-либо бизнесом, например, это могут быть прически для животных.. Нажимая… Заказывая у нас… Мы уже разворачиваем на готовом шаблоне, на готовом «Лэндинге» всю информацию о вашей компании. Напомню, что наши копирайтеры пишут текст. Дизайнер уже разработал готовые шаблоны. Мы там можем частично что-то поменять, какие-то фотографии, но вся суть в том, что мы нажимаем на кнопку, и разворачивается готовое решение. Суть заключается данной услуги в том, что вы получаете готовый сайт уже «под ключ», который… Это для старта, может быть, такой «стартап». Напомню, что каждое из этих готовых решений у нас стоит от 50 тысяч рублей. В зависимости от каких-нибудь особенностей в плане разработки либо обработки фотографий, и наполнения каталога продукцией. В целом, надо рассчитывать на то, что готовый Интернет магазин – это 50 тысяч рублей и готовый «Лэндинг пэйдж» - тоже 50 тысяч рублей, причем оплата происходит, 50% в начале и 50% по факту выполнения. Напомню, что все это уже в готовом варианте, то есть, вы получаете результат уже на следующий день.

Основная информация, которую я хотел вам рассказать, она изложена. Если у вас есть вопросы, напомню, что вы можете позвонить нашим менеджерам, написать нам. Мы вас проконсультируем… Все расскажем, покажем… И главное… Я бы хотел вернуться на этот слайд, чтобы у вас отложилась информация, что на вложенные средства мы гарантируем вам увеличение ваших денег, вашей прибыли и вашего прихода. Мы проводим некий тренинг для вашей компании, для вашего юр. лица. Есть тренинги для физ. лиц, где происходит саморазвитие. Мы делаем тренинги для юр. лиц, где происходит развитие вашего бизнеса, вашей компании, то есть, вы пока еще свой «бренд мэйкер», свое юр. лицо. Относимся к нему практически, как к человеку. Дни рождения можем в виде презентации проводить для компании, так или иначе. Хочу рассказать, что мы прокачиваем именно ваше юридическое лицо. Напомню, что это в любом случае инвестиции в ваш бизнес. Напомню, что наша компания стабильная, давно на рынке.

Я лично занимаюсь более 15-ти лет занимаюсь Интернет-маркетингом. Много у нас положительных отзывов. Ждем нас в нашем офисе… Либо это может быть в формате бизнес-ланча, где подробно объясним, расскажем… Главное, чтобы вы сами настроились на продуктивную работу. Спасибо за внимание! Я сейчас переключусь на сам экран… И если вопросов не осталось, я предлагаю завершить наш вебинар… И будем ждать положительные отзывы к нам на почте. Всем спасибо! С вами был Игорь Носов, генеральный директор диджитал агентства «Брэнд Мэйкер». Всем удачи!