

Выводы по анализу конкурентов

1) Рынок услуг интернет-маркетинга характеризуется высоким уровнем конкуренции. Только по результатам анализа компаний, находящихся на первой странице поисковых систем было выявлено 125 сайтов.

2) Конкуренцию компаниям, оказывающим консалтинговые и внедренческие услуги, составляют также веб-сервисы и обучающие компании. Потенциальному клиенту, столкнувшемуся с вопросом «повышения эффективности», нужно будет выбрать, какой путь решения проблемы подходит ему больше.

3) Рынок услуг интернет-маркетинга является довольно развитым с точки зрения собственного интернет-маркетинга. Большинство рассмотренных в рамках данного конкурентного анализа сайтов отличаются хорошим дизайном и юзабилити, более половины сайтов обладают хорошей продающей архитектурой сайта, большим количеством полезного контента и уровнем его распространения.

4) Слабой составляющей большинства компаний является позиционирование, то есть неспособность выделить по-настоящему конкурентные преимущества и сфокусировать свой маркетинг вокруг них.

Наилучшее позиционирование на рынке – у компании Webprofiters: «Мы повышаем прибыль бизнеса, используя веб-аналитику». Две опорные точки этого позиционного заявления находят отражение в кейсах, статьях и выступлениях на всех конференциях.

5) Компании, присутствующие на рынке давно («Ашманов и партнеры» и Techart) представлены в интернете хуже, чем молодые компании. Позиционирование и архитектура сайта — их основные слабые точки. Это прямое следствие роста компании, наращивания ассортимента услуг и стремление присутствовать во всех нишах рынка одновременно.

6) В рамках анализа конкурентов компании Конгру была проведена экспертная оценка основных параметров качества Позиционирования сайта (П1), его Информационной Архитектуры (А), Дизайна (Д), Юзабилити (Ю), а также использования инструментов Привлечения (П2) и Контент-маркетинга. При этом каждому сайту присваивались баллы от 1 до 10.

В таблице ниже приведены результаты проведенной экспертной оценки сайтов-конкурентов. Сайты отсортированы по увеличению итоговой позиции в рейтинге.

Сайт	П1	П2	А	Д	Ю	КМ	Сумма баллов	Место в рейтинге
Webprofiters.ru	10	9	8	10	10	6	53	1
Completo.ru	9	4	8	9	10	9	49	2

Leadmachine.ru	6	4	8	8	9	10	45	3
IT-Agency.ru	9	1	8	9	10	7	44	4
Adventum.ru	6	3	5	10	9	10	43	5
CubeLine.ru	4	2	6	10	10	6	38	6
KeyVision.ru	7	7	6	6	8	2	36	7
Kongru.ru	2	2	6	9	8	6	33	8
promo.Binario.ru	7	5	4	10	5	1	32	9
Ashmanov.com	1	6	5	7	8	4	31	10
TechArt.ru	2	5	3	7	7	5	29	11
IM-SEO.ru	2	3	5	8	10	1	29	12

По результатам проведенного анализа 4 компании, предложенные клиентом к рассмотрению, оказались на вершине рейтинга. За этими компаниями следует продолжить пристальное наблюдение.

Конгру занимает 8 позицию в рейтинге экспертной оценки. Это говорит о наличии существенного потенциала в повышении эффективности интернет-маркетинга компании.

Ниже приведены подробные сравнительные характеристики конкурентов, на основе которых были сделаны вышеописанные выводы.

Сравнительный анализ конкурентов

Позиционирование

9 из 12 рассмотренных сайтов предприняли попытки сформулировать свое позиционное заявление и отстроиться от конкурентов, у 3 из них это получилось хорошо (они набрали 9-10 баллов), еще у 4 это почти получилось (они набрали 6-7 баллов).

Наиболее удачным примером проработки позиционирования является сайт компании Webprofiters. С ходу заявляя о том, что основным методом работы над задачами клиентов является веб-аналитика, компания подтверждает это заявление своими публикациями в блоге, выступлениями на вебинарах и конференциях, обучающими курсами.

Компания КОМПЛЕТО также неустанно подтверждает название своего подхода (Системный Электронный Маркетинг) подробными презентациями, инфографикой, выступлениями.

Компания «Ашманов и партнеры», вероятно, считает, что ей уже не нужно отстраиваться, она свою нишу на рынке заняла уже давно.

Компании IMSEO и Конгру выбрали в качестве подстрочников слоганы, не несущие никакой смысловой нагрузки, опорных точек и слабо подтверждающиеся другим контентом.

Критерии	webprofiters.ru	completo.ru	leadmachine.ru
	1	2	3
Позиционное заявление в виде слогана-подстрочника	Мы повышаем прибыль бизнеса, используя веб-аналитику	Системный Электронный Маркетинг	Аналитика. Конверсия. Доказано
Опорные точки позиционирования	Повышаем прибыль. Используем веб-аналитику	Системный подход. Электронный маркетинг	Увеличиваем конверсию (ценность для клиента). Используем аналитику (метод работы)
Как позиционирование поддерживается на сайте?	Блог. Материалы. Кейсы. Обучение	Описание подхода. Вебинары	—
Количество баллов экспертной оценки:	10	9	6

Критерии	it-agency.ru	techart.ru	ashmanov.com
	4	5	6

Позиционное заявление в виде слогана-подстрочника	Строим продажи через интернет. Работаем на результат	Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг	Нет
Опорные точки позиционирования	Построение продаж. Добиваемся результата	—	—
Как позиционирование поддерживается на сайте?	Кейсы. Презентации	—	—
Количество баллов экспертной оценки:	9	2	1

Критерии	promo.binario.ru	keyvision.ru	adventum.ru
	7	8	9
Позиционное заявление в виде слогана-подстрочника	Клиент и агентство. Две стороны одной истории успеха. Performance Based Marketing	Web Analytics	Advertising. Consulting. Performance
Опорные точки позиционирования	Работаем вместе с клиентом. Добиваемся необходимых показателей.	Используем веб-аналитику	Рекламируем. Консультируем. Добиваемся результатов
Как позиционирование поддерживается на сайте?	Продающий текст	Блог. Проекты. Мероприятия. Обучение	Кейсы. Решения для различных направлений.
Количество баллов экспертной оценки:	7	7	6

Критерии	im-seo.ru	cubeline.ru	kongru.ru
	10	11	12
Позиционное заявление в виде слогана-подстрочника	Успешность в деталях!	Marketing Engineering	Делаем интернет-маркетинг лучше
Опорные точки позиционирования	—	—	—
Как позиционирование поддерживается на сайте?	—	—	Блог. Рассылка.
Количество баллов экспертной оценки:	2	4	2

Привлечение

Из 12 отобранных компаний в поисковых системах лучше всего представлены Webprofiters и Techart. Первые — потому что дают контекстную рекламу по интересующим нас запросам, вторые — благодаря нескольким сайтам: главному, сайту Университета и сайту конференции «Интернет-консалтинг». Сайт Techart также обладает самым большим количеством проиндексированных страниц.

Сайт компании «Ашманов и партнеры» обладает наибольшим количеством внешних ссылок и упоминания в Яндекс.Блогах – скорее всего, в силу возраста домена и компании в целом.

Сайт компании Конгру попал в поисковую выдачу только один раз, за что и получил низкую оценку в 2 балла.

Критерии	webprofiters.ru	completo.ru	leadmachine.ru
	1	2	3
SEO (поисковое продвижение):			
- Видимость по тематичным запросам (регион - Москва)	25%	12,5%	12,5%
- Количество проиндексированных страниц Яндекс/Google	302/441	227/668	165/253
- Количество внешних ссылок	2000	2000	607
- Кол-во упоминаний в Яндекс.Блоги	398	6661	434
- ТИЦ	500	210	100
- Google PR	3	4	3
Контекстная реклама:			
- Ведутся ли рекламные кампании	Да	—	—
- Используется ли UTM-разметка кампаний	Да	—	—
- Используются ли специальные посадочные страницы	—	—	—
- Используются релевантные страницы приземления	Да	—	—
Количество баллов экспертной оценки:	9	4	4

Критерии	it-agency.ru	techart.ru	ashmanov.com
	4	5	6
SEO (поисковое продвижение):			
- Видимость по тематичным запросам (регион - Москва)	0%	37,5%	16,7%
- Количество проиндексированных страниц Яндекс/Google	219/423	3000/6580	895/1660
- Количество внешних ссылок	770	9000	11000
- Кол-во упоминаний в Яндекс.Блоги	309	375	1936
- ТИЦ	100	600	1600
- Google PR	4	4	5
Контекстная реклама:			
- Ведутся ли рекламные кампании	—	—	Да
- Используется ли UTM-разметка кампаний	—	—	Да
- Используются ли специальные посадочные страницы	—	—	—
- Используются релевантные страницы приземления	—	—	Да
Количество баллов экспертной оценки:	1	5	6

Критерии	promo.binario.ru	keyvision.ru	adventum.ru
	7	8	9
SEO (поисковое продвижение):			
- Видимость по тематичным запросам (регион - Москва)	0%	4,2%	4,2%
- Количество проиндексированных страниц Яндекс/Google	122/244	132/162	379/597
- Количество внешних ссылок	453	657	4000
- Кол-во упоминаний в Яндекс.Блоги	421	67	265
- ТИЦ	120	20	130
- Google PR	3	3	4

Контекстная реклама:			
- Ведутся ли рекламные кампании	Да	Да	—
- Используется ли UTM-разметка кампаний	Да	Да	—
- Используются ли специальные посадочные страницы	Да	—	—
- Используются релевантные страницы приземления	Да	Да	—
Количество баллов экспертной оценки:	5	7	3

Критерии	im-seo.ru	cubeline.ru	kongru.ru
	10	11	12
SEO (поисковое продвижение):			
- Видимость по тематичным запросам (регион - Москва)	8,3%	4,2%	4,2%
- Количество проиндексированных страниц Яндекс/Google	134/201	196/398	332/389
- Количество внешних ссылок	488	685	786
- Кол-во упоминаний в Яндекс.Блоги	28	229	365
- ТИЦ	40	40	40
- Google PR	3	3	3
Контекстная реклама:			
- Ведутся ли рекламные кампании	—	—	—
- Используется ли UTM-разметка кампаний	—	—	—
- Используются ли специальные посадочные страницы	—	—	—
- Используются релевантные страницы приземления	—	—	—
Количество баллов экспертной оценки:	3	2	2

Архитектура сайта

Сайты первой четверки, которые были определены как конкуренты еще до начала аудита поисковой выдачи, получили равный высокий балл – 8 из 10.

Интересно отметить, что ни одна из 12 компаний не использует на своих сайтах сервисы онлайн-консультантов. Номер телефона можно найти на 10 из 12 сайтов.

Описанием преимуществ самой компании занялись лишь 5 из 12 компаний, другие либо сконцентрировались на описание своего предложений, либо просто развернули каталог услуг.

Компания Techart стала единственной, чей сайт не убеждает стать клиентов и очень неохотно рассказывает о том, чем занимается. Интерактивный мозг на главной странице занимает слишком много места и сильно затрудняет перемещения по сайту. За это сайт получил минимальный балл.

Критерии	webprofiters.ru	completo.ru	leadmachine.ru
	1	2	3
Наличие ярко выраженной архитектуры убеждения (точки входа, путевые точки)	Да	Да	Да
Наличие четко выделенных целевых действий, оформленных в форме призывов к действию	Да	Да	Да
Наличие на главной странице описания преимуществ компании (Почему мы?)	Да	Да	Да
Наличие отзывов и кейсов	Да	Да	Да
Элементы установления контакта:			
- Телефон	Да	Да	Да
- Форма заявки	Да	Да	Да
- Форма обратной связи	Да	Да	Да
- Заказ обратного звонка	—	Да	—
- Онлайн-консультант	—	—	—
Элементы вовлечения и интерактивные элементы:			
- Блог	Да	Да	Да
- Подписка на рассылку	Да	Да	Да
- Полезные материалы	Да	Да	—
Количество баллов экспертной оценки:	8	8	8

Критерии	it-agency.ru	techart.ru	ashmanov.com
	4	5	6
Наличие ярко выраженной архитектуры убеждения (точки входа, путевые точки)	Да	—	Да

Наличие четко выделенных целевых действий, оформленных в форме призывов к действию	Да	—	Да
Наличие на главной странице описания преимуществ компании (Почему мы?)	Да	—	—
Наличие отзывов и кейсов	Да	—	—
Элементы установления контакта:			
- Телефон	Да	Да	Да
- Форма заявки	Да	Да	Да
- Форма обратной связи	Да	Да	Да
- Заказ обратного звонка	—	Да	Да
- Онлайн-консультант	—	—	—
Элементы вовлечения и интерактивные элементы:			
- Блог	Да	—	—
- Подписка на рассылку	Да	—	—
- Полезные материалы	Да	—	—
Количество баллов экспертной оценки:	8	3	5

Критерии	promo.binario.ru	keyvision.ru	adventum.ru
	7	8	9
Наличие ярко выраженной архитектуры убеждения (точки входа, путевые точки)	Да	Да	Да
Наличие четко выделенных целевых действий, оформленных в форме призывов к действию	Да	Да	Да
Наличие на главной странице описания преимуществ компании (Почему мы?)	Да	—	—
Наличие отзывов и кейсов	Да	Да	Да
Элементы установления контакта:			
- Телефон	—	Да	Да

- Форма заявки	Да	Да	Да
- Форма обратной связи	—	Да	Да
- Заказ обратного звонка	—	Да	—
- Онлайн-консультант	—	—	—
Элементы вовлечения и интерактивные элементы:			
- Блог	—	Да	Да
- Подписка на рассылку	—	—	—
- Полезные материалы	—	—	—
Количество баллов экспертной оценки:	4	6	5

Критерии	im-seo.ru	cubeline.ru	kongru.ru
	10	11	12
Наличие ярко выраженной архитектуры убеждения (точки входа, путевые точки)	Да	Да	Да
Наличие четко выделенных целевых действий, оформленных в форме призывов к действию	Да	Да	Да
Наличие на главной странице описания преимуществ компании (Почему мы?)	—	—	—
Наличие отзывов и кейсов	Да	Да	Да
Элементы установления контакта:			
- Телефон	Да	Да	—
- Форма заявки	Да	Да	Да
- Форма обратной связи	Да	Да	Да
- Заказ обратного звонка	Да	—	—
- Онлайн-консультант	—	—	—
Элементы вовлечения и интерактивные элементы:			

- Блог	—	Да	Да
- Подписка на рассылку	—	Да	Да
- Полезные материалы	—	—	Да
Количество баллов экспертной оценки:	5	6	6

Дизайн

Дизайн всех отобранных сайтов нельзя назвать плохим. 7 из 12 сайтов получили высокие оценки (9 и 10), самой низкой оценкой стала 6. Это неудивительно, поскольку рынок интернет-маркетинга довольно молод, поэтому и сайты получаются молодыми и современными. Единственное, что вызывает сомнение – это их уникальность. И хотя некоторые сайты могут выглядеть модно и современно, на следующий день будет трудно вспомнить цветовую гамму или хотя бы один графический элемент.

Критерии	webprofiters.ru	completo.ru	leadmachine.ru
	1	2	3
Актуальный и соответствует нормам современной визуальной эстетики	Да	Да	Да
Внушает доверие	Да	Скорее да	Скорее да
Уникальный и хорошо запоминается	Да	Да	Нет
Единая стилистика всех элементов и разделов (согласованность)	Скорее да	Да	Скорее да
Расставлены визуальные акценты: главным вещам – главное внимание (четкость)	Да	Да	Да
Графика и интерактивные элементы используются умеренно и не раздражают (умеренность)	Да	Скорее нет	Да
Сохраняется баланс занятого и пустого пространства	Да	Да	Да
Количество баллов экспертной оценки:	10	9	8

Критерии	it-agency.ru	techart.ru	ashmanov.com
	4	5	6
Актуальный и соответствует нормам современной визуальной эстетики	Да	Да	Да
Внушает доверие	Да	Да	Да
Уникальный и хорошо запоминается	Скорее нет	Скорее нет	Скорее нет
Единая стилистика всех элементов и разделов (согласованность)	Да	Да	Да
Расставлены визуальные акценты: главным вещам – главное внимание (четкость)	Да	Скорее нет	Скорее да

Графика и интерактивные элементы используются умеренно и не раздражают (умеренность)	Да	Скорее да	Да
Сохраняется баланс занятого и пустого пространства	Да	Да	Скорее нет
Количество баллов экспертной оценки:	9	7	7

Критерии	promo.binario.ru	keyvision.ru	adventum.ru
	7	8	9
Актуальный и соответствует нормам современной визуальной эстетики	Да	Скорее да	Да
Внушает доверие	Да	Скорее да	Да
Уникальный и хорошо запоминается	Да	Скорее нет	Скорее да
Единая стилистика всех элементов и разделов (согласованность)	Да	Скорее да	Да
Расставлены визуальные акценты: главным вещам – главное внимание (четкость)	Да	Скорее да	Да
Графика и интерактивные элементы используются умеренно и не раздражают (умеренность)	Да	Да	Да
Сохраняется баланс занятого и пустого пространства	Да	Скорее да	Да
Количество баллов экспертной оценки:	10	6	10

Критерии	im-seo.ru	cubeline.ru	kongru.ru
	10	11	12
Актуальный и соответствует нормам современной визуальной эстетики	Да	Да	Да
Внушает доверие	Скорее да	Да	Да
Уникальный и хорошо запоминается	Скорее нет	Да	Скорее да
Единая стилистика всех элементов и разделов (согласованность)	Да	Да	Да
Расставлены визуальные акценты: главным вещам – главное внимание (четкость)	Скорее да	Да	Скорее да

Графика и интерактивные элементы используются умеренно и не раздражают (умеренность)	Да	Да	Да
Сохраняется баланс занятого и пустого пространства	Да	Да	Да
Количество баллов экспертной оценки:	8	10	9

Юзабилити

Как и дизайн, юзабилити рассмотренных сайтов находится на достаточно высоком уровне. Большинство компаний довольно успешно справилось с представлением информации о компании и своих предложениях. С формами обратной связи также все хорошо – их количество достаточно для того, чтобы пользователь мог быстро их найти, они понятны и удобны для заполнения.

К сожалению, западный тренд «адаптивных сайтов» пока не отразился на сайтах интернет-маркетинговых агентств.

Критерии	webprofiters.ru	completo.ru	leadmachine.ru
	1	2	3
С первых секунд понятно, чем занимается сайт	Да	Да	Да
Четкая структурированность информации	Да	Да	Скорее нет
Удобная система навигации	Да	Да	Да
Удобные каталоги продуктов	Да	Да	Скорее да
Элементы расположены в ожидаемых местах, а их назначение понятно	Скорее да	Да	Да
Четкое выделение активных элементов, использование интерактивности (ховеры, подчеркнутые ссылки и т.п.)	Да	Скорее да	Да
Достаточное количество хорошо заметных вариантов обратной связи	Да	Да	Да
Удобные и понятные формы	Да	Да	Скорее да
Хорошо сверстаные тексты	Скорее да	Да	Скорее да
Адаптация под мобильные устройства	Нет	Нет	Нет
Мобильная версия сайта	Нет	Нет	Нет
Количество баллов экспертной оценки:	10	10	9

Критерии	it-agency.ru	techart.ru	ashmanov.com
	4	5	6
С первых секунд понятно, чем занимается сайт	Да	Скорее нет	Скорее да
Четкая структурированность информации	Да	Да	Да
Удобная система навигации	Да	Да	Да
Удобные каталоги продуктов	Да	Скорее да	Да
Элементы расположены в ожидаемых местах, а их назначение понятно	Да	Да	Да

Четкое выделение активных элементов, использование интерактивности (ховеры, подчеркнутые ссылки и т.п.)	Скорее да	Скорее да	Скорее да
Достаточное количество хорошо заметных вариантов обратной связи	Скорее да	Да	Да
Удобные и понятные формы	Да	Скорее нет	Скорее нет
Хорошо сверстанные тексты	Да	Скорее да	Да
Адаптация под мобильные устройства	Нет	Нет	Нет
Мобильная версия сайта	Нет	Нет	Нет
Количество баллов экспертной оценки:	10	7	8

Критерии	promo.binario.ru	keyvision.ru	adventum.ru
	7	8	9
С первых секунд понятно, чем занимается сайт	Скорее нет	Скорее да	Скорее нет
Четкая структурированность информации	Да	Скорее да	Да
Удобная система навигации	Нет	Да	Да
Удобные каталоги продуктов	Нет	Да	Да
Элементы расположены в ожидаемых местах, а их назначение понятно	Нет	Да	Да
Четкое выделение активных элементов, использование интерактивности (ховеры, подчеркнутые ссылки и т.п.)	Нет	Да	Да
Достаточное количество хорошо заметных вариантов обратной связи	Да	Да	Да
Удобные и понятные формы	Да	Скорее да	Скорее нет
Хорошо сверстанные тексты	Да	Скорее нет	Да
Адаптация под мобильные устройства	Нет	Нет	Нет
Мобильная версия сайта	Нет	Нет	Нет
Количество баллов экспертной оценки:	5	8	9

Критерии	im-seo.ru	cubeline.ru	kongru.ru
	10	11	12
С первых секунд понятно, чем занимается сайт	Да	Да	Скорее нет
Четкая структурированность информации	Да	Да	Да
Удобная система навигации	Да	Да	Да

Удобные каталоги продуктов	Да	Да	Нет
Элементы расположены в ожидаемых местах, а их назначение понятно	Да	Да	Да
Четкое выделение активных элементов, использование интерактивности (ховеры, подчеркнутые ссылки и т.п.)	Да	Да	Да
Достаточное количество хорошо заметных вариантов обратной связи	Да	Да	Да
Удобные и понятные формы	Да	Да	Да
Хорошо сверстанные тексты	Скорее да	Да	Скорее да
Адаптация под мобильные устройства	Нет	Нет	Нет
Мобильная версия сайта	Нет	Нет	Нет
Количество баллов экспертной оценки:	10	10	8

Контент-маркетинг

Контент-маркетинг набирает обороты, и интернет-маркетинговые компании являются источником этой движущей силы. Большая часть рассмотренных агентств успели добиться значительных успехов: они ведут блоги, выпускают email-рассылки, записывают видеоролики и выкладывают презентации.

Хорошими показателями в социальных сетях может похвастаться только ЛидМашина. Они ежедневно выкладывают новый контент, на их группу iKurilka на момент проведения анализа было подписано 17852 человека.

Наиболее активна с точки зрения блоггинга компания Adventum. Их собственное видео-шоу Digital Yoga на канале YouTube пользуется большой популярностью,

Критерии	webprofiters.ru	completo.ru	leadmachine.ru
	1	2	3
ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ НА САЙТЕ			
Виды используемого контента:			
- Мини-книги, руководства	Да	—	Да
- Истории успеха	Да	—	Да
- Аудио	—	—	—
- Видео	Да	Да	Да
- Инфографика	—	Да	
- Презентации	Да	Да	Да
Качество контента с точки зрения вовлечения	3 из 5	3 из 5	5 из 5
Количество контента	скорее много	скорее много	много
БЛОГ			
- Тематический профиль блога	Веб-аналитика	Обо всем, что происходит в компании	Интернет-маркетинг
- Частота публикаций	1-2 раза в месяц	4 раза в месяц	4-5 раз в месяц
- Наличие кнопок соц.сетей	Да	Да	Да
- Уровень вовлечения (лайки)	—	Да	Да
- Уровень распространения (кол-во репостов)	—	5	20
Е-МЕЙЛ МАРКЕТИНГ			
Наличие подписки на блог	Да	—	Да
Как еще используется емейл маркетинг?	—	—	Предложения нового премиум-контента, приглашения на мероприятия
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА			
Facebook			
- Количество фанов	295	491	17852
- Частота публикаций	2-3 раза в месяц	8-10 раз в месяц	3 раза в день

- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	3	10	2
- Распространение (кол-во репостов)	1	2	1
Вконтакте			
- Количество подписчиков	—	—	530
- Частота публикаций	—	—	1 раз в день
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	—	—	1
- Распространение (кол-во репостов)	—	—	1
Twitter			
- Количество фолловеров	459	—	1238
- Частота публикаций	2-3 раза в месяц	—	3 раза в день
- Распространение (кол-во ретвитов)	1	—	1
Youtube			
- Количество подписчиков	133	316	124
- Количество видео	32	48	7
Позиция в рейтинге экспертной оценки:	6	9	10

Критерии	it-agency.ru	techart.ru	ashmanov.com
	4	5	6
ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ НА САЙТЕ			
Виды используемого контента:			
- Мини-книги, руководства	—	—	—
- Истории успеха	—	—	—
- Аудио	—	—	—
- Видео	—	—	—
- Инфографика	—	—	—
- Презентации	Да	—	—
Качество контента с точки зрения вовлечения	Отличное	—	—
Количество контента	Мало	—	—
БЛОГ			
- Тематический профиль блога	—	—	—
- Частота публикаций	—	—	—
- Наличие кнопок соц.сетей	—	—	—
- Уровень вовлечения (лайки)	—	—	—
- Уровень распространения (кол-во репостов)	—	—	—
Е-МЕЙЛ МАРКЕТИНГ			

Наличие подписки на блог	Да	—	—
Как еще используется емейл маркетинг?	—	—	—
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА			
Facebook			
- Количество фанов	9174	577	412
- Частота публикаций	4-5 раз в месяц	10 раз в месяц	2-3 раза в месяц
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	30	15	5
- Распространение (кол-во репостов)	10	1	1
Вконтакте			
- Количество подписчиков	8536	—	—
- Частота публикаций	4-5 раз в месяц	—	—
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	30	—	—
- Распространение (кол-во репостов)	10	—	—
Twitter			
- Количество фолловеров	67	693	1024
- Частота публикаций	1-2 раза в месяц	2-3 раза в день	n/a
- Распространение (кол-во ретвитов)	1	1	n/a
Youtube			
- Количество подписчиков	—	—	217
- Количество видео	—	—	40
Позиция в рейтинге экспертной оценки:	7	5	4

Критерии	promo.binario.ru	keyvision.ru	adventum.ru
	7	8	9
ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ НА САЙТЕ			
Виды используемого контента:			
- Мини-книги, руководства	—	—	—
- Истории успеха	—	—	Да
- Аудио	—	—	—
- Видео	—	—	Да
- Инфографика	—	—	—
- Презентации	—	—	Да
Качество контента с точки зрения вовлечения	—	—	Хорошее
Количество контента	—	—	Немного
БЛОГ			

- Тематический профиль блога	—	Веб-аналитика	Интернет-маркетинг
- Частота публикаций	—	1 раз в месяц	10-12 раз в месяц
- Наличие кнопок соц.сетей	—	Да	Да
- Уровень вовлечения (лайки)	—	Да	7
- Уровень распространения (кол-во репостов)	—	10	n/a
Е-МЕЙЛ МАРКЕТИНГ			
Наличие подписки на блог	—	—	Да
Как еще используется емейл маркетинг?	—	—	—
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА			
Facebook			
- Количество фанов	57	249	1323
- Частота публикаций	n/a	1-2 раза в месяц	10
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	2	2	10
- Распространение (кол-во репостов)	1	1	1
Вконтакте			
- Количество подписчиков	—	—	316
- Частота публикаций	—	—	10 раз в месяц
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	—	—	1
- Распространение (кол-во репостов)	—	—	1
Twitter			
- Количество фолловеров	—	—	184
- Частота публикаций	—	—	5-10 раз в месяц
- Распространение (кол-во ретвитов)	—	—	0
Youtube			
- Количество подписчиков	—	—	725 (два канала)
- Количество видео	—	—	18 (два канала)
Позиция в рейтинге экспертной оценки:	1	2	10

Критерии	im-seo.ru	cubeline.ru	kongru.ru
	10	11	12
ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ НА САЙТЕ			
Виды используемого контента:			
- Мини-книги, руководства	—	—	Да
- Истории успеха	—	—	—

- Аудио	—	—	—
- Видео	—	—	Да
- Инфографика	—	—	—
- Презентации	—	—	Да
Качество контента с точки зрения вовлечения	—	—	Хорошее
Количество контента	—	—	Мало
БЛОГ			
- Тематический профиль блога	—	Маркетинг и кофе	Интернет-маркетинг
- Частота публикаций	—	4-5 раз в месяц	2-3 раза в месяц
- Наличие кнопок соц.сетей	—	Да	Да
- Уровень вовлечения (лайки)	—	10	20
- Уровень распространения (кол-во репостов)	—	n/a	n/a
Е-МЕЙЛ МАРКЕТИНГ			
Наличие подписки на блог	Да	Да	Да
Как еще используется емейл маркетинг?	n/a	n/a	Рассылка предложений
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА			
Facebook			
- Количество фанов	2	156	1235
- Частота публикаций	7	1 раз в день	3-4 раза в месяц
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	0	4	4
- Распространение (кол-во репостов)	—	2	
Вконтакте			
- Количество подписчиков	4	488	—
- Частота публикаций	n/a	1 раз в день	—
- Уровень вовлечения (лайки/комментарии)	n/a	1	—
- Распространение (кол-во репостов)	n/a	0	—
Twitter			
- Количество фолловеров	512	93	987
- Частота публикаций	5 раз в день	3-4 раза в день	3-4 раза в месяц
- Распространение (кол-во ретвитов)	0	1	1
Youtube			
- Количество подписчиков	—	19	68
- Количество видео	—	7	11
Позиция в рейтинге экспертной оценки:	1	6	6