# INTERNETITURUNDUS JA SOTSIAALMEEDIA

Rode Luhaäär

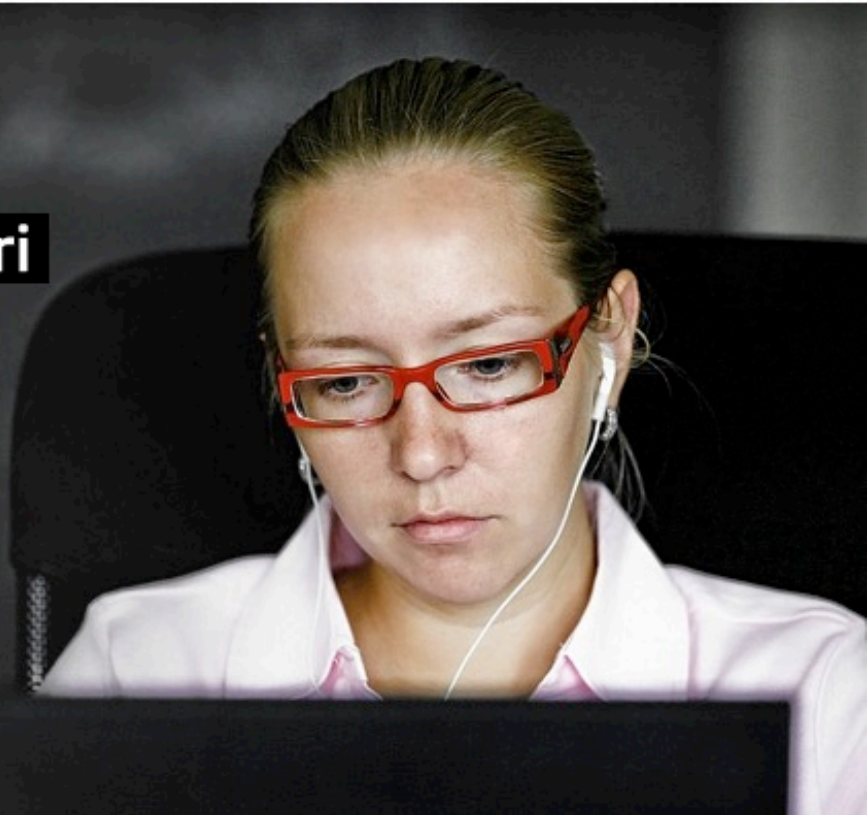
arendusest | turundusest | ettevõttest

exact
igapäevane innovatsioon

# Meie missiooniks on läbi uudsete tehnoloogiate ühendada inimesi ja edendada äri

Seetõttu tegeleme igapäevaselt veebiarenduse, internetiturunduse ja tootearendusega. Meil on suurepärane meeskond, kõnekad kliendid ja põhjalik kogemustepagas. Kuigi asutatud alles 2007 a. alguses, oleme käesolevaks hetkeks ligi 40-liikmelise meeskonnaga üks kiiremini arenevaid ja nõutumaid veebifirmasid Eesti turul.

Meid on oma igapäevase koostööpartnerina usaldanud SEB, Elisa, Reval Hotels, Riigikantselei ja paljud teised kõnekad ettevõtted ja organisatsioonid nii kodu- kui välismaalt. Erinevalt paljudest konkurentidest pakume me veebiarenduse täisteenust ning teostame projekte esmasest ärianalüüsist kuni digitaalse turunduseni.



WE ARE SPLASH, A FULL-SERVICE DIGITAL CREATIVE AGENCY FOCUSED ON GREAT IDEAS, LATEST TECHNOLOGIES AND EFFECTIVE RESULTS.

SEE OUR WORK

FLYMONT
Digital Agency

## We provide smashing digital concepts

Flymont provides digital marketing services and solutions that help you to achieve your communication goals and and reach your aims through digital concepts.

More info /



## Latest Project

Interactive quiz for L'Oréal Finland fragrance campaign in cooperation with Mytime.

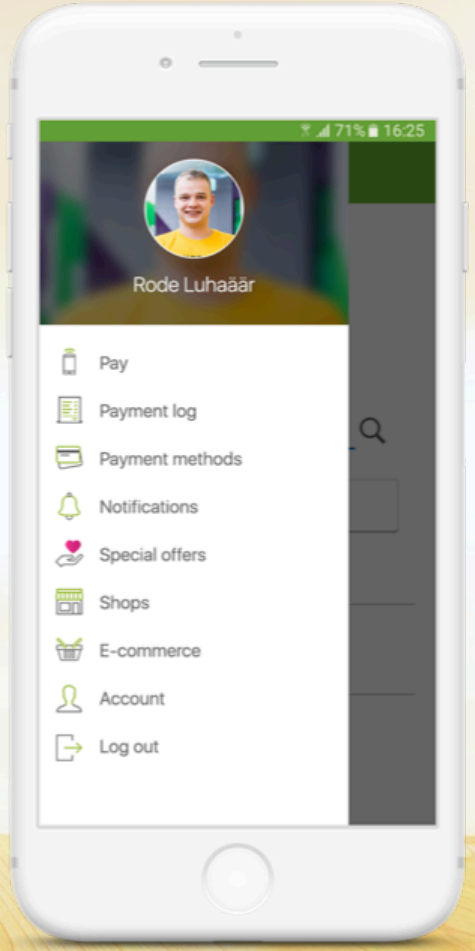
Visit page /

# Developing tons of good ideas

Beautiful design and web development fuelled by effective digital strategies.

L'ORÉAL
Swedbank
Elion
VESTMAN
NORDECON
Tallinna Vesi
HILL+KNOWLTON STRATEGIES
viru keskus
RMK
auto24 RALLY ESTONIA 17-19 JULY 2014
EESTI ETTEVÕTLUSKÕRGKOOL MAINOR
20 AASTAT ÕPPIDES JA ÕPETADES
omniva
Tiki Treiler
Pärnu Konverentsid
Premia
Seesam
KPMG
MemberShop.ee
SANDOZ
McDonald's
KUEHNE+NAGEL
RESERVED
Lindab
uponor
Coca-Cola
monster MUSIC EVENTS

Pay tailor


71% 16:25
Rode Luhaäär
Pay
Payment log
Payment methods
Notifications
Special offers
Shops
E-commerce
Account
Log out

EESTI ETTEVÕTLUS-KÕRGKOOL MAINOR





# ISETEADLIK

Investeering haridusse on teadlik otsus

ESITA AVALDUS

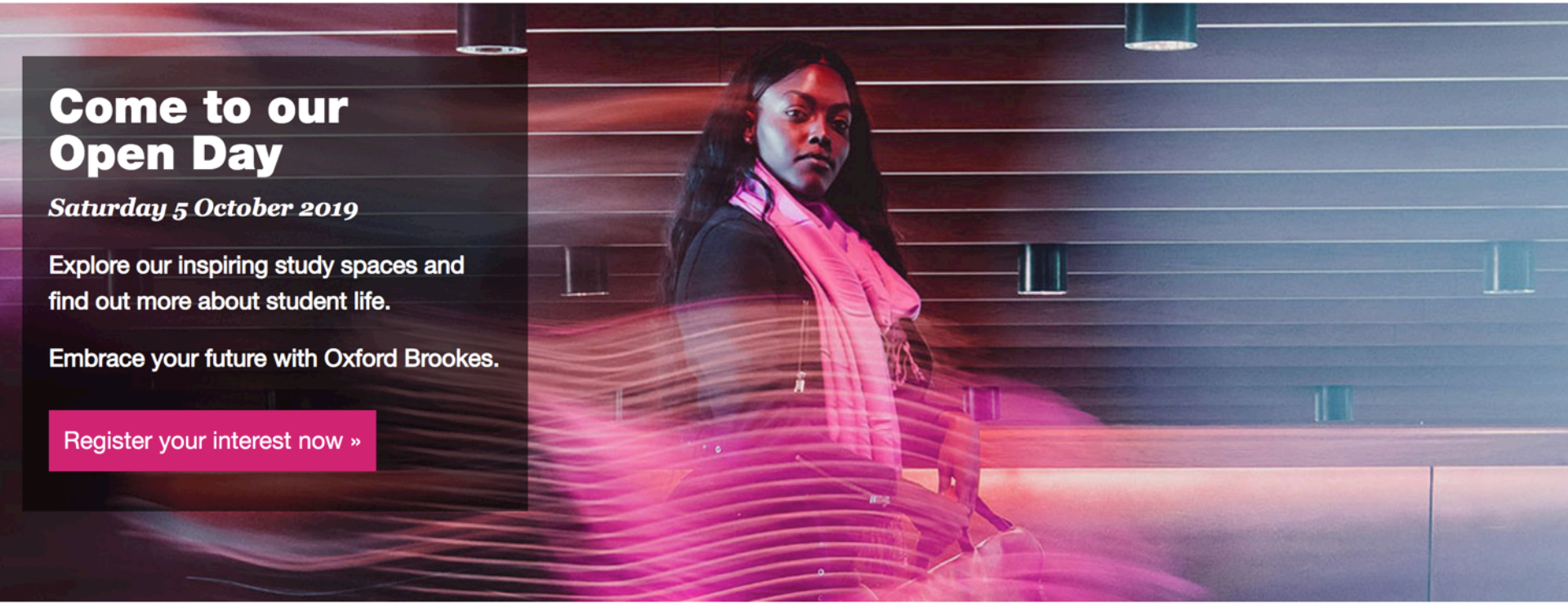
VASTUVÕTT KUNI 8 SEPTEMBER

MAGISTRIÕPE

INIMRESSURSSIDE

GRAAFILINE DISAIN

START-UP ETTEVÕTLUS



# Come to our Open Day

*Saturday 5 October 2019*

Explore our inspiring study spaces and find out more about student life.

Embrace your future with Oxford Brookes.

Register your interest now »

## FIND AN UNDERGRADUATE COURSE

## OTHER STUDY OPTIONS

JCI™

Eesti Ettevõtlike Noorte Koda

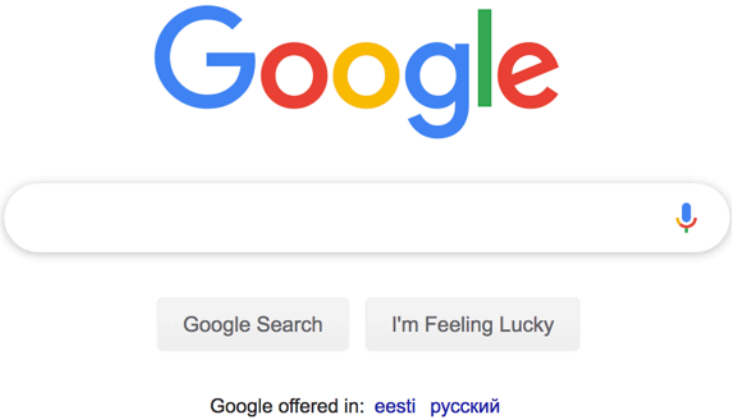
Junior Chamber International Estonia

ÕTLUSKÕR
OR
TLUSKÕRGKOOL

# Õpime mõtlemist

# INTERNETITURUNDUS

# Mis on internetiturundaja alati hea abimees?




Tööriist

google.com

# Millised internetiturunduse võimalused on olemas?

**Arvasin, et pakute:**

“Influencer” turundus

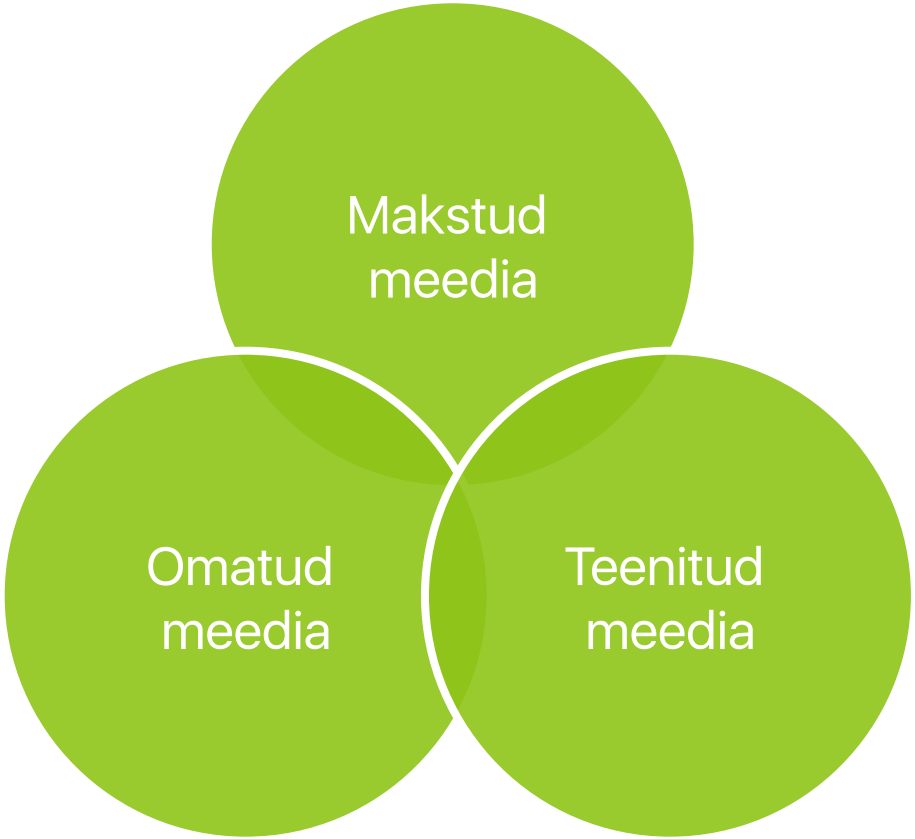
Sotsiaalmeedia turundus

E-posti turundus

Veeb

Otsi mootori turundus

Tuntumad internetiturunduse osad


Makstud meedia
Omatud meedia
Teenitud meedia

Veeb (Web)

Mobiilne veeb (Mobile web, mobile sites)

Teemaleheküljed (Micropages/themepages/microsites)

Otsingumootoritele optimeerimine (SEO, Search engine optimization)

Sisustrateegia (Content strategy/web copy)

Disain (Design)

Interaktiivsed- ja loovad lahendused (Interactive solutions)

Analüütika (Analytics)

Mobiili aplikatsioonid (Mobile applications)

Liitreaalsus lahendus (Augumented reality)

Virtuaalreaalsus lahendus (Virtual reality)

Videod (Video marketing)

E-posti turundus (E-mail marketing)

Otsimootori turundus (SEM, Search engine marketing)

Bänneri reklaam (Display advertising)

Kaasturundus (Affiliate marketing)

Artikli turundus (Article  marketing)

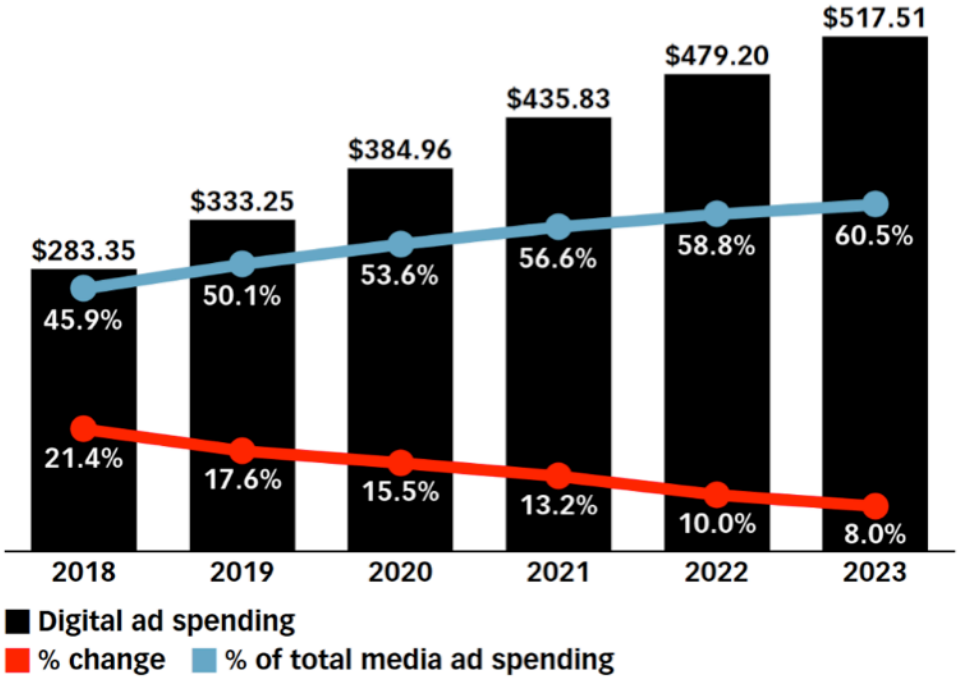
Sisuturundus (Content  marketing)

Suunamudijate turundus (Influencer marketing)

Online PR
Sotsiaalmeedia turundus (Social media marketing)
Blogid (Blogs)
Foorumid (Forums)
Pressiteated (Press releases)
Viirusturundus (Viral marketing)
Videoturundus (Video marketing)

## Digital Ad Spending Worldwide, 2018-2023

*billions, % change and % of total media ad spending*




*Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; excludes SMS, MMS and P2P messaging-based advertising*

*Source: eMarketer, February 2019*

## Countries that Will Hit at Least 50% Digital Ad Spending in 2019

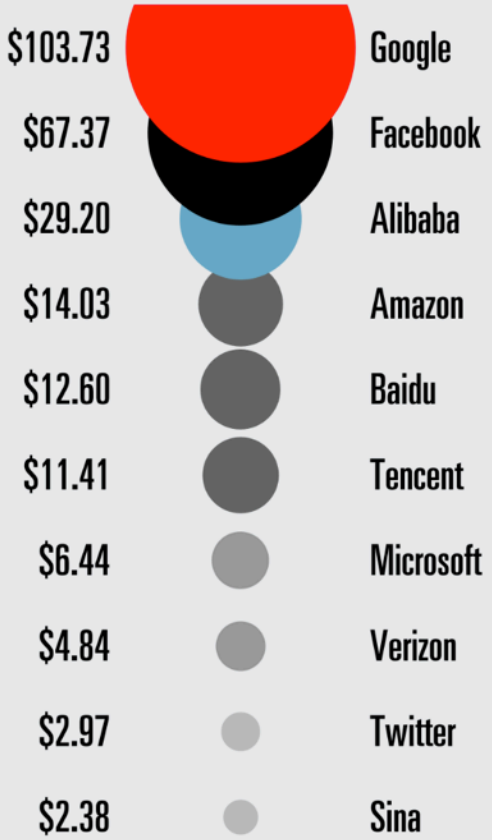
*% of total media ad spending in each country*

| | 2018 | 2019 |
|---|---|---|
| China* | 65.3% | 69.5% |
| UK | 63.8% | 66.4% |
| Norway | 61.7% | 65.5% |
| Ireland | 58.8% | 62.6% |
| Denmark | 57.8% | 61.1% |
| Sweden | 56.3% | 60.3% |
| Australia | 55.6% | 57.1% |
| US | 48.6% | 54.2% |
| New Zealand | 51.8% | 54.0% |
| Canada | 50.2% | 53.5% |
| Netherlands | 47.8% | 52.6% |
| Russia | 45.1% | 50.0% |

*Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; excludes SMS, MMS and P2P messaging-based advertising; *excludes Hong Kong*
*Source: eMarketer, February 2019*

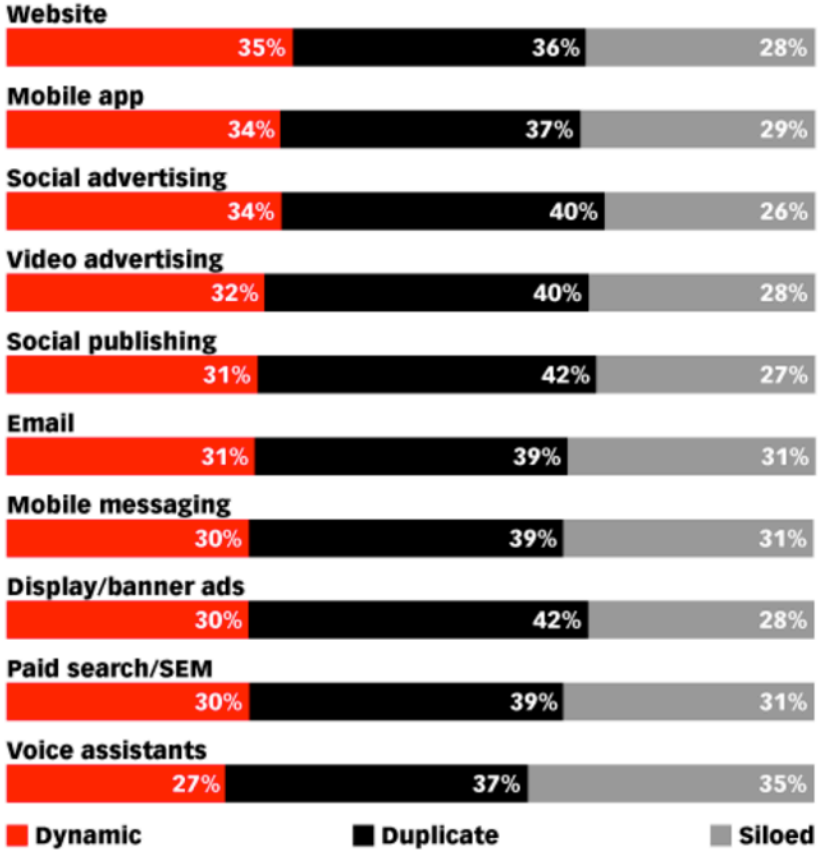
# Major Global Digital Ad Sellers

*2019 net digital ad revenues (billions)*




## How Do Marketers Worldwide Describe Their Marketing Cross-Channel Coordination?

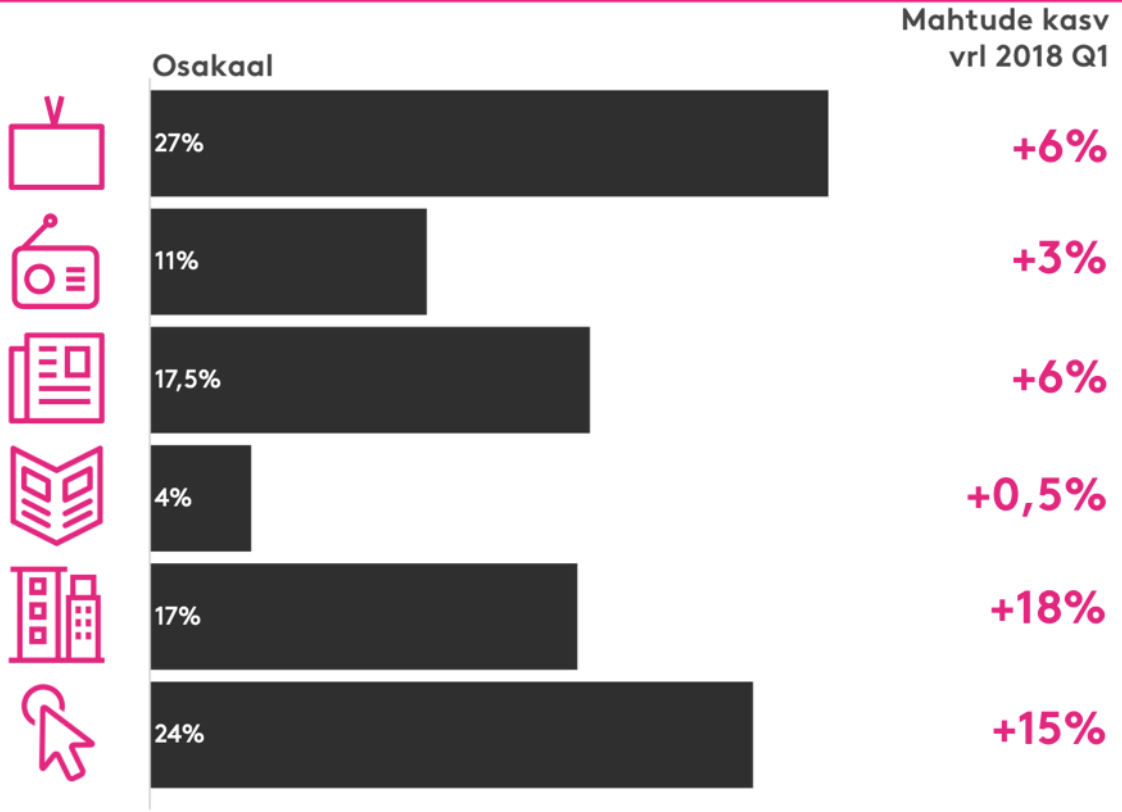
*% of respondents, by channel, Sep 2018*




*Source: Salesforce, "State of Marketing: Fifth Edition," Dec 13, 2018*

243882 www.eMarketer.com

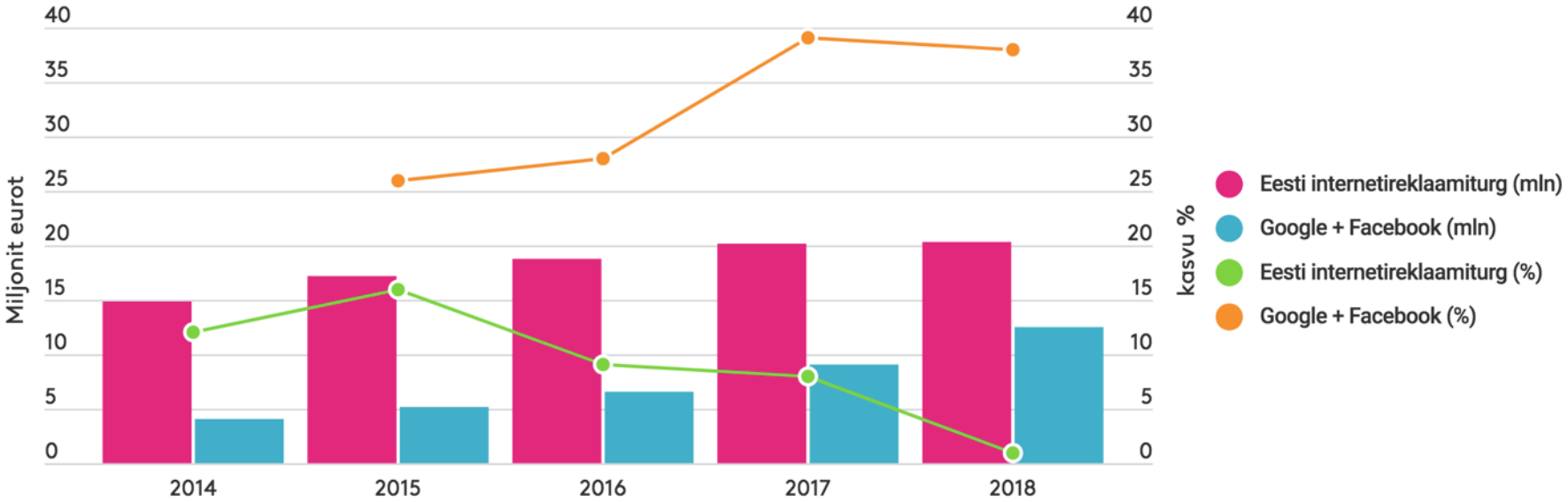
# Eesti meediareklaamiturg | Q1/2019




Share

KANTAR EMOR

## EESTI INTERNETIREKLAAMITURG




Share

KANTAR EMOR

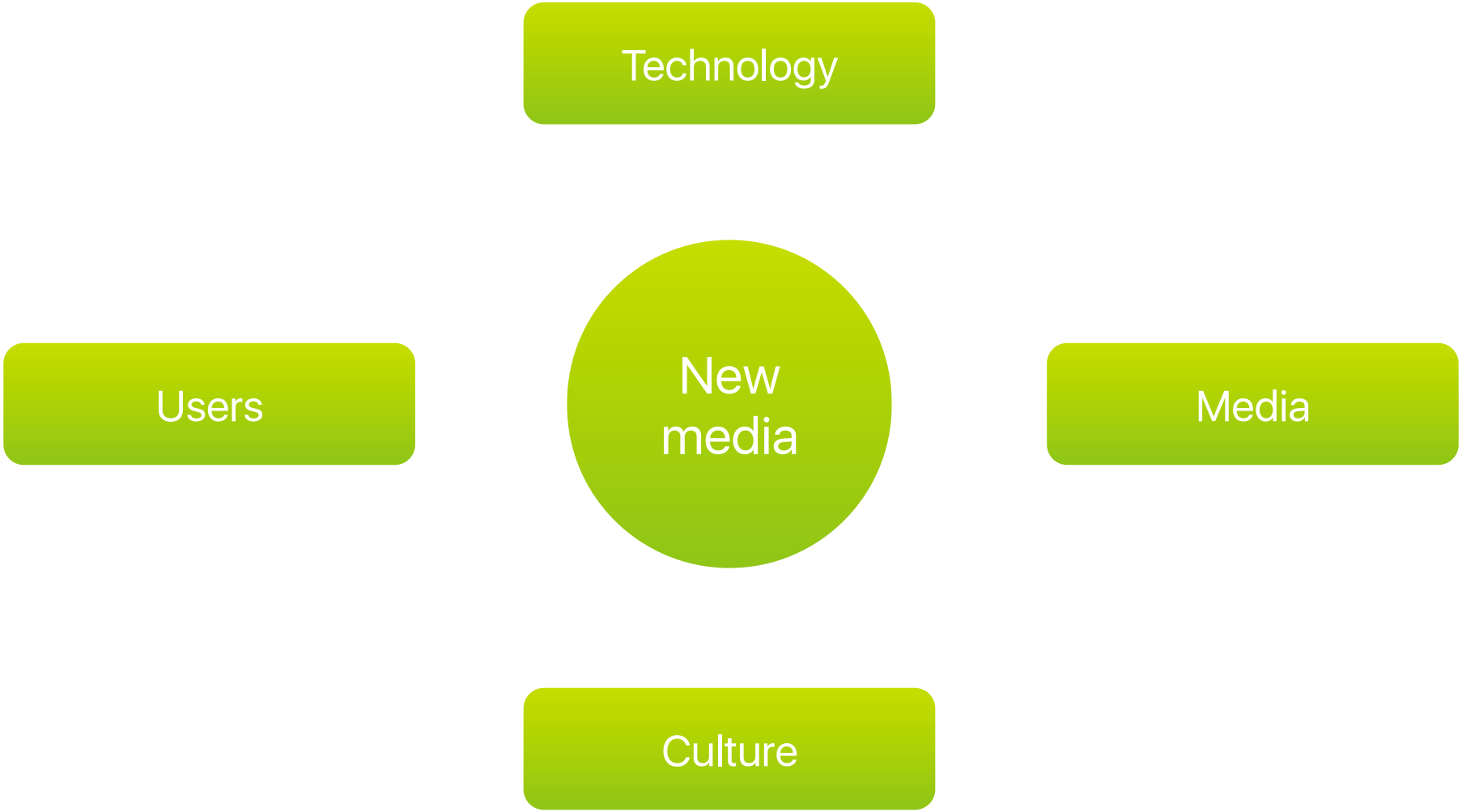
WORLD
POPULATIONS
1.
2.
YouTube
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

- Kiire start
- Sageli väike kulu võimaluste paljususe tõttu
- Paindlikud kulutused
- Potensiaalselt suur auditoorium
- Detailne analüütika
- Täpne, demograafiline ja mitmekesine sihtimine
- Võimalik viiruslik efekt
- Pikaajaline jälg
- Otsemüügi võimalus

# Internetiturunduse kasud

- Jalajälg internetis on püsiv ning seda võib olla raske muuta
- Info müra on suur ning järjest raskem on inimestele uut infot kommunikeerida
- Ka internetis tuleb lojaalsust juhtida
- Paljud tarbija käitumise printsiibid toimivad ka internetis, lihtsalt sageli unustatakse
- Kriisijuhtimine internetis on veelgi vajalikum, kuna informatsioon liigub kiiresti
- Ka vale informatsioon liigub kiiresti
- Paljud ettevõtted on edukaks saanud vaid interneti abil

## Mida tähele panna


Technology
Users
New media
Media
Culture

# KASUTAJAKOGEMUS
# (User eXperience)

**Ligipääsetavus** (accessibility)

Teenuse kasutuse võimaldamine, sageli räägitakse ligipääsetavusest erivajadustega inimeste võtmes.

**Kasutajakogemus** (user experience, UX)

Kasutajakogemus kujundab inimeste emotsioone ja hoiakuid, enne teenuse või toote kasutamist, selle kestel ja pärast seda. See hõlmab endas praktilist osa, tulemit, väärtuse loomist ja muudki, mis kasutajat toote või teenusega seob.

**Kasutatavus** (usability)

Kasutavus on kasutuse lihtsus ja õppimisvõime inimloodud objekti või teenuse kasutamisel. Ehk siis kasutusmugavus, kuidas konkreetset süsteemi või toodet on kasutada ning kas selle kasutamine on intuitiivselt arusaadav.

**Kasutajaliides** (user interface, UI)

Süsteemi visuaalne osa, millel navigeeritakse ja mida kasutatakse

- Kasutajakogemus hõlmab endas ka “päriselu”
- Kasutajakogemuses kehtib sageli 20/80 printsiip
- Kasutajakogemust saab kujundada
- Kasutajakogemuse testimiseks kasutatakse sageli testoste
- Kaubanduses kasutatakse mitmeid võtteid, kuidas kasutajat suunata vajaliku tegevuseni
- Veebis on kasutajakogemus mõõdetav analüütikaga
- Kasutajakogemus on muutuv kasutajate tõttu

## Mida tähele panna

# DISAIN

- Disain on esimene asi, mida inimesed näevad
- Psühholoogiliselt usaldavad inimesed infot allika järgi
- Kasutajate esmamulje kujuneb esimeste sekundite vältel
- Disain positsioneerib ettevõtte
- Disain võimaldab luua emotsiooni
- Disain ja selle elemendid võimaldavad veebi kasutada
- Sageli võib disaini investeering olla väiksem kui muud ärikorralduslikud kulutused
- E-kaubanduses kasutatakse värvi psühholoogiat

# Disaini tähtsus

# EESTI MOBIILTELEFON Online

- **27. detsembril laienes GSM-leviala Põlvasse.**
- **23. detsembril laienes GSM- ja NMT 450-leviala Tapale.**
- **20. detsembril laienes GSM-leviala Elvasse.**
- **19. detsembril laienes GSM- ja NMT 450-leviala Järvakanti.**


... EMT in English

- Mis on Eesti Mobiiltelefon (EMT) ?
- Lisateenused
- NMT-GSM leviala
- Helistamine välisriikides
- Mobiiltelefonide müügifirmad
- Kuidas saada kliendiks?
- Hinnakiri
- Klienditeenindus


Seni viimased täiendused on tehtud 27. detsembril 1996.a.
Kommentaarid ja ettepanekud on teretulnud aadressil webmaster@emt.ee

*Copyright © 1996 Eesti Mobiiltelefon*

Hansapank

Aktuaalne

- Hinnakiri
- Valuutakursid
- Väärtpaberid
- Hoiuste intressid
- Üleöödeposiidi intressid
- Pangakontorite nimekiri
- Hansapanga korrespondentpangad

- Kuidas valmistume euro tulekuks?
- Kaitske oma arvutit paroolide kopeerimise eest!
- Hansapanga teade lepingutingimuste muutmise kohta

- hanza.neti tekstiversioon

## » Erakliendile

Lihtsam ja mugavam elu meie abiga! Kõik vajalik kliendile. Võtmekliendile ning personaalpanganduse kliendile personaalsed pakkumised ning soodsamad intressid.

- hanza.net
  mitmekordselt kasulik internetipank

## » Ettevõttele

Kuidas kasvatada ettevõtte kasumit ja konkurentsivõimet?
Äriklient partnerluses pangaga.

- telehansa.net
  internetipank ettevõttele

**Kas käisite pangakontoris või helistasite klienditoele? Täitke ankeet siin!**
**Kas Teil on küsimus? Palun esitage küsimus siin.**

Viimased uudised

- **04.04.2006** Ajakiri Global Finance nimetas Hansapanga parimaks pangaks Eestis
- **30.03.2006** Hansapanga kliendipäeval tutvustatakse 1000 uut korterit
- **30.03.2006** Hansapank annetas Lennart Meri Euroopa Sihtasutusele 100 000 krooni

**Pressikeskus**

© 2006 AS Hansapank. Sinu privaatsus

hansa@hansa.ee - 6310 310

HAUSS

# Firmast

**Ajalugu**

2004.a. sügisel loodi osaühing Manupro, mille eesmärgiks oli pakkuda kvaliteetset ehitusteenust eelkõige eraisikuist tellijaile. 2005.a. jooksul osales firma suuremal või vähemal määral 9 eramu ehitamise juures. Valdav osa neist olid kodumaise majatootja Loodesystemi elementmajad, mis valmistatud termoprofiilkarkassil. Manupro ülesanne oli teostada majakarbile lisanduvaid üldehitustöid (vundamendid, katused, fassaadid jne.). Ettevõtte 2005.a. käive ulatus 5 milj. kroonini.

2006.a. märtsist sai osaühingu uueks ärinimeks Hauss Ehitus ning võeti kasutusele kaubamärk HAUSS. Uue tegevusalana lisandus termoprofiilkarkassil majakomplektide tootmine ja müük. Majade arhitektuursed projektid on koostanud **Hindrek Kuldbek**.

Hauss Ehitus OÜ on alates 2006.a. jaanuarist Eesti Ehitusettevõtjate Liidu (www.eeel.ee) liige.

**Põhimõtted**

Hauss Ehitus suudab tänu ajaga kaasaskäimisele pakkuda tellijatele sobivaid tehnilisi lahendusi ja heatasemelist teenust kokkulepitud tähtaegadega.

zeeper

Home About Feature Screenshot Pricing Faq Team Blog Contact Download

# BEST APP FOR YOUR BUSINESS

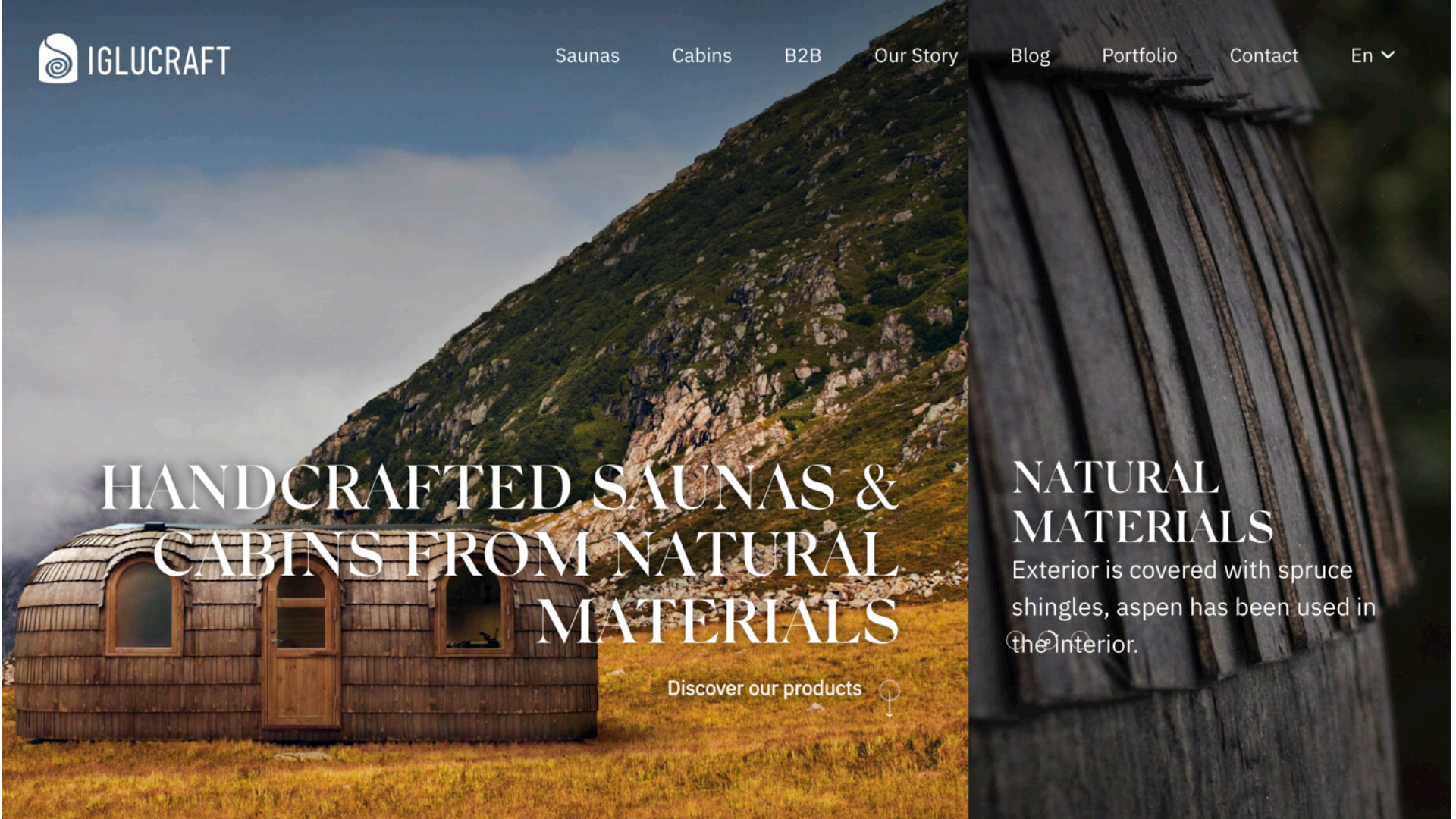
You can use the app for all kinds of business purpose. Besides you can easily customize the app according to your needs.

Download Features

# KÕIGILE!

Ole sa Teliast, Tele2-st või Elisast, meilt saavad telefone, telekaid ja muud väärt kraami osta kõik. Telefonidel boonuseks ka 3 kuud tasuta nutikindlustust!

0% intress 0€ sissemakse tasuta järgmiseks tööpäevaks


IGLUCRAFT
Saunas
Cabins
B2B
Our Story
Blog
Portfolio
Contact
En
HANDCRAFTED SAUNAS & CABINS FROM NATURAL MATERIALS
Discover our products
NATURAL MATERIALS
Exterior is covered with spruce shingles, aspen has been used in the interior.

# Music for everyone.

Millions of songs. No credit card needed.

GET SPOTIFY FREE

# Osta bussipiletid

ÜKS SUUND | EDASI-TAGASI

Lähtepeatus

Sihtpeatus

Täna, 04.09.2019

OTSI REISE

## POPULAARSED SUUNAD

Tallinn > Tartu
Tallinn > Pärnu
Tartu > Tallinn
Pärnu > Tallinn

Foto: Taavi Pabstel

I live inside my car leasing website all day Monday to Friday 9am-6pm. I lease the cheapest PCP and contract hire cars in the UK! – I am Ling, accept no substitutes

# LINGsCARS.com

Leader of the Pack – The UK's favorite car leasing website!

*Contract hire cars from Ling Valentine, LINGsCARS is the UK's favourite car leasing website – On 2016 I leased over £85 million in cars! (RRP)*

I AM **LING** YOU CAN TRUST ME

**Menu**

- Home
- Cars
- Vans
- Customers
- About Ling
- Fun stuff
- Free stuff
- Live staff

**CARS**

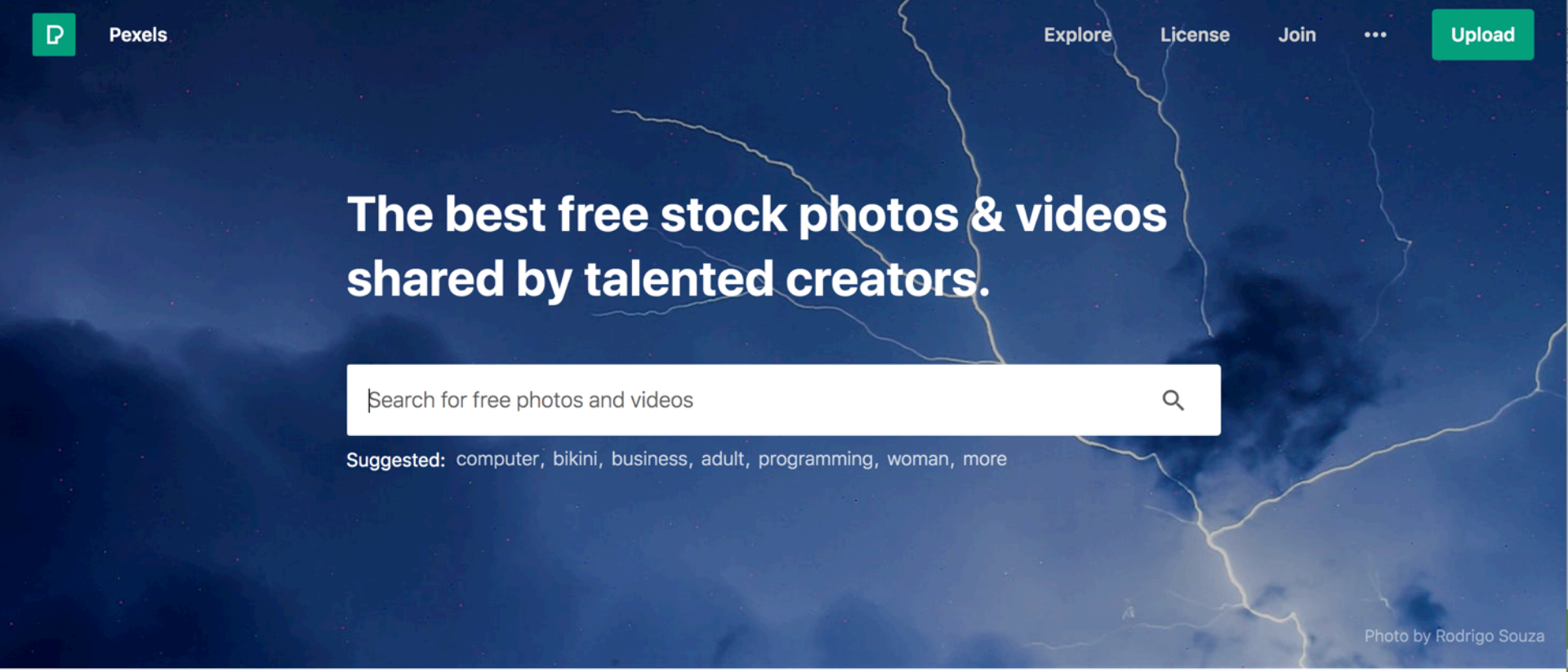
*"Believe it or not, this Gateshead-based website, featuring Mrs Ling jigging on her motorbike, is one of the biggest online drivers of car sales in Great Britain"*

*25th July 2017*

News

## Leader of the Pack

*"[Ling Valentine is] Britain's BIGGEST*




Free Stock Photos Trending | New

Tööriist

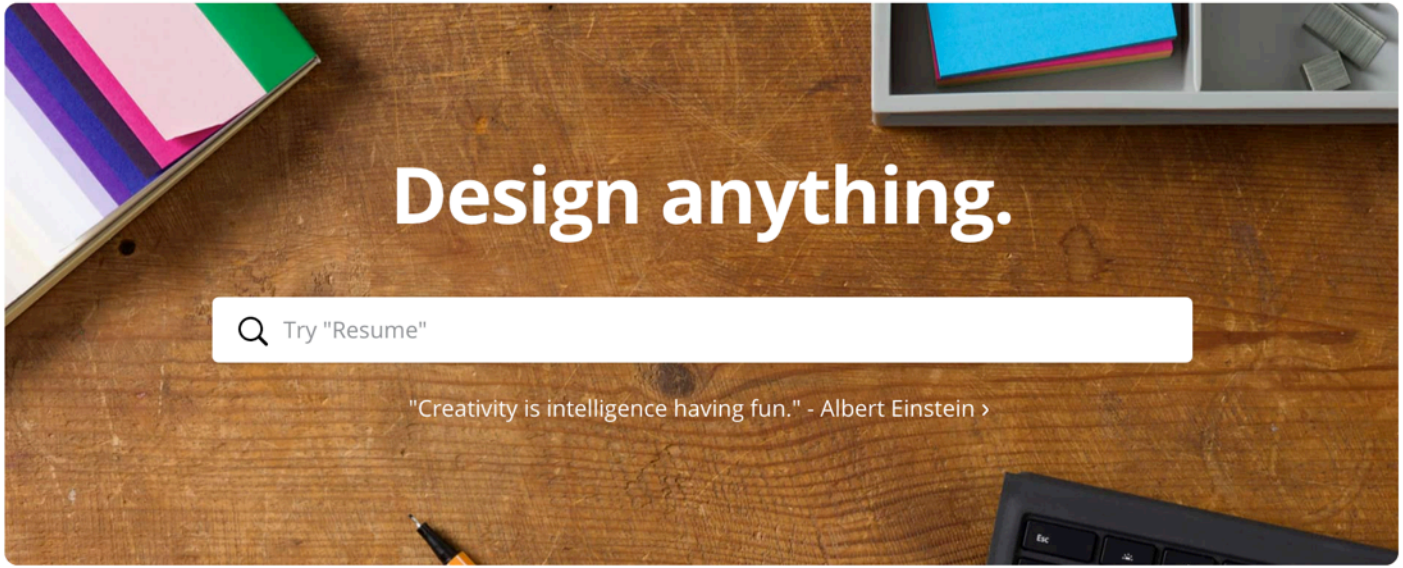
pexels.com

RL Rode Luhaäär
Add your picture

Create a design

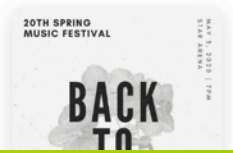
Home
All your designs
Templates
Photos
Brand Kit
Design School
Create a team

Folders
Shared with you
Trash




## Create a design ›

Custom dimensions



Tööriist

canva.com

# VEEB

**veeb** (ing.k. web) on Internetil põhinev virtuaalne keskkond, mille üksikuid komponente seob universaalne viitamissüsteem;

**veebisait** (ing.k. web site) veebilehekülgede temaatilise või struktuurse terviku moodustav kogum;

**veebiaadress** veebikoha või -lehekülje URL.

**veebileht** (ing. web page) HTML- või XHTML-faili ning hüperviidete sünergiana moodustuv elektronlehekülg.

**Domeen**(inimi) ehk inglise keeles domain name on internetis kasutatav unikaalne märgend, mis koosneb enamasti tähtedest ja/või numbritest ning, mis on määratud konkreetse IP aadressiga andmehoidlale

**veeb** = keskkond

**veebisait** = veebilehekülgede kogum

**veebileht** = lehekülg

**koduleht** = võrgumaterjali üladokument

informatiivne osa

+

tehniline osa

+

immateriaalne osa

disain ja sisu

+

sisuhaldus ja rakendused

+

turundus ja bränding

Veeb

Veebide loomine

facebook

amazon

Veebide loomine

envatomarket

Forums Start Selling Our Products Sign In

Web Themes & Templates Code Video Audio Graphics Photos 3D Files

themeforest

All Items WordPress Hosting HTML Marketing CMS eCommerce Muse UI Design Plugins Logo Maker More

# 46,567 WordPress Themes & Website Templates From $2

WordPress themes, web templates and more. Brought to you by the largest global community of creatives.

e.g. responsive wordpress

## Discover our Featured templates of the week

Every week we hand-pick some of the best new website themes from our collection. These beautiful templates are making our heads turn!

Tööriist

themeforest.net

Paytailor site

All Web Site Data

Search reports and help

HOME

CUSTOMIZATION

Reports

REAL-TIME

AUDIENCE

ACQUISITION

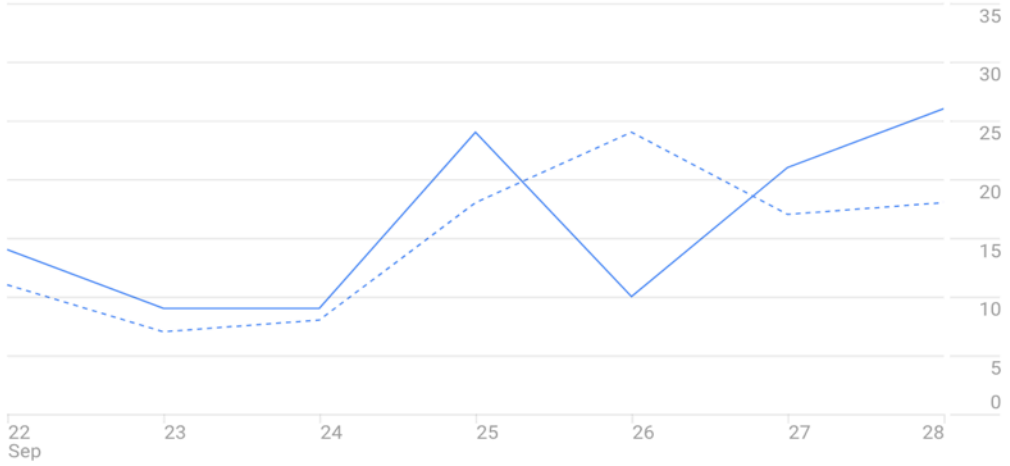
BEHAVIOR

CONVERSIONS

DISCOVER

Google Analytics Home

| Users | Sessions | Bounce Rate | Session Duration |
|---|---|---|---|
| 100 | 148 | 51.35% | 8m 27s |
| ↑9.9% | ↑29.8% | ↓19.8% | ↑992% |
| vs last 7 days | | | |




# Google analytics

# OTSIMOOTORI TURUNDUS

**veeb** (ing.k. web) on Internetil põhinev virtuaalne keskkond, mille üksikuid komponente seob universaalne viitamissüsteem;

**veebisait** (ing.k. web site) veebilehekülgede temaatilise või struktuurse terviku moodustav kogum;

**veebiaadress** veebikoha või -lehekülje URL.

**veebileht** (ing. web page) HTML- või XHTML-faili ning hüperviidete sünergiana moodustuv elektronlehekülg.

**Domeen**(inimi) ehk inglise keeles domain name on internetis kasutatav unikaalne märgend, mis koosneb enamasti tähtedest ja/või numbritest ning, mis on määratud konkreetse IP aadressiga andmehoidlale

# Search Engine Marketing

Search Engine Optimization

Paid Search

# MAKSTUD REKLAAM

Google

turundus

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 5,540,000 results (0.46 seconds)

Reklaampostitus blogis | marimell.eu | Aeg proovida uut lähenemist
Ad www.marimell.eu/reklaamblogis
Reklaami end Eesti ühes loetuimas blogis, millel üle 300 000 külastuse kuus. Kui tunned, et senine tegevus ei kanna vilja, siis võiks ehk proovida uut lähenemist. Email: info@marimell.eu. Teenused: Reklaampostitus blogis, Internetiturundus, Sotsiaalmeedia reklaam.
Reklaampostitus · Miks reklaamida blogis? · Sisuturundus · Reklaami end Google's

Kas sinu turundus vajab abi? | Küsi kohe pakkumist | brainwiz.ee
Ad www.brainwiz.ee/
Pakume põhjalikku turundusanalüüsi nii uutele kui tegutsevatele firmadele.

Turundus - Vikipeedia, vaba entsüklopeedia
https://et.wikipedia.org/wiki/Turundus Translate this page
**Turundus** ehk marketing (inglise keeles marketing) on tegevuste süsteem, mille eesmärk on viia kokku ostjate soovid ja vajadused ning müüja eesmärgid.
Ajalugu · Turundusmeetmestik ja ... · Tarbijakeskne lähenemine · Turundusuuring

Turundus - EAS
https://www.eas.ee/alustav/esimese-kliendi-leidmine/turundus/ Translate this page
**Turunduse** juhtimine on ettevõttes kesksemaid äriprotsesse, mis seob endaga kõik teised valdkonnad selleks, et luua võimalused klientide ootuste täitmiseks ja ...

Juhtimine ja turundus < Majandusteaduskond < Erialad < Magistriõpe ...
https://www.ttu.ee/sisseastujale/...2/...10/.../juhtimine-ja-turundus/ Translate this page
Juhtimise ja **turunduse** õppekava on lõpetanud näiteks Eesti Energia arenduse- ja koolitusjuht Kadi

All campaigns

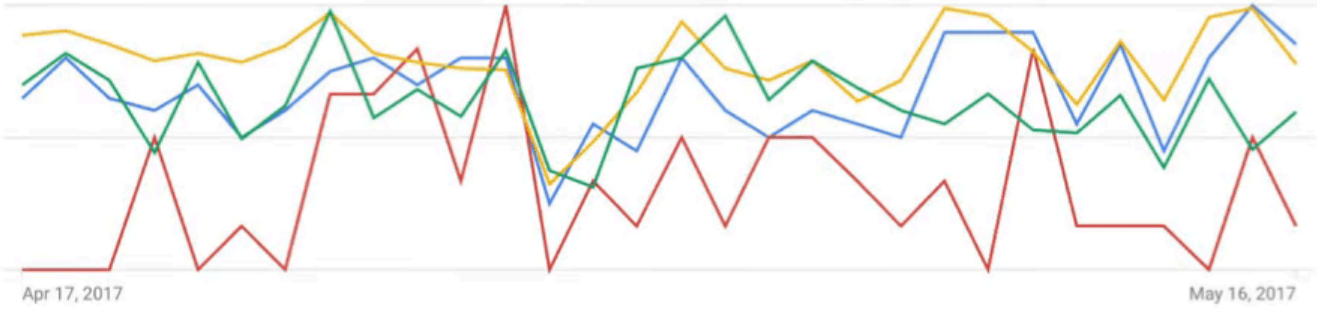
Overview
Opportunities
Campaigns
Ad groups
Ads & extensions
Videos
Keywords
Audiences
Demographics
Topics
Placements
Settings

## Overview

Custom
Apr 17 – May 16, 2017

Help

| Clicks | Conversions | Cost | Impr. |
|---|---|---|---|
| 407 | 55.00 | $284 | 28.8K |




### Biggest changes

Cost

Apr 17 – May 16, 2017 compared to Mar 18 – Apr 16, 2017

SpicaCastAdvice.com ›
+$15.58

### Campaigns

| | Clicks | Conversions | Cost |
|---|---|---|---|
| SpicaCastAdvice.com | 353 | 48.00 | $130.70 |

SEM

# OTSIMOOTORITELE OPTIMEERIMINE

Veebi otsingumootoritele optimeerimine ehk **SEO** (search engine optimization) on veebi väärtuse tõstimine otsingu-mootorite silmis, et saavutada paremaid otsingututemuste positsioone.

Veebi optimeerimine kätkeb endas erinevaid **tehnilisi tegevusi** veebi lähtekoodis, **veebi sisu** muutmist ning **veebi ümbritevat** infot.

Google Ads | Keyword plan

GO TO | REPORTS | TOOLS

469-423-2130
rodevip@gmail.com

- Keyword ideas
- Plan overview
- Ad groups
- Keywords
- Locations

Locations: Estonia  Language: Estonian  Search networks: Google

## Keyword ideas

turundus

DOWNLOAD KEYWORD IDEAS

Last 12 months
Sep. 2017 – Aug. 2018

Found 309 keyword ideas

FILTER  COLUMNS

Exclude adult ideas  Add filter

RESET

| Keyword (by relevance) | Avg. monthly searches | Competition | Ad impression share | Top of page bid (low range) | Top of page bid (high range) | Account Status |
|---|---|---|---|---|---|---|
| turundus | 100 – 1K | Medium | – | €0.31 | €0.70 | |
| reklaam | 100 – 1K | Medium | – | €0.32 | €0.84 | |
| koolitused | 1K – 10K | Medium | – | €0.17 | €0.98 | |
| kiirlaen | 1K – 10K | High | – | €3.27 | €14.98 | |
| kindlustus | 1K – 10K | Medium | – | €0.29 | €0.50 | |
| raamatupidamine | 1K – 10K | High | – | €0.57 | €1.94 | |

# Keyword planner

Google

reklaam

All | Images | Videos | Maps | News | More | Settings | Tools

About 15,200,000 results (0.58 seconds)

**Reklaam - Reklaamide Disain Ja Teostus - reklaamivabrik.ee**
Ad www.reklaamivabrik.ee/
Hooldus Ja Remont Reklaamivabrikust

Bännerreklaam | Valgusreklaam
Plakatid | Digitrükk

**Reklaam - Vikipeedia, vaba entsüklopeedia**
https://et.wikipedia.org/wiki/Reklaam Translate this page
**Reklaam** on turunduses kasutatav kommunikatsioonivõte toodetele vahendatud tähelepanu pööramise kaudu tarbijate manipuleerimiseks. **Reklaam** on ...

**Reklaam - Veeb - Ekspress Meedia**
www.ekspressmeedia.ee/reklaam/veeb/ Translate this page
Kõik reklaamimaterjalid (plakatid, lingid, statistikakoodid jne) tuleb esitada vähemalt kaks (2) täistööpäeva enne algust. Kui reklaamimaterjali esitamise ...
Kontakt · Bännerite mõõdud ja hinnad · Lisateenused

Google

reklaam

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 15,200,000 results (0.58 seconds)

About 15,200,000 results (0.58 seconds)

**Reklaam** on turunduses kasutatav kommunikatsioonivõte toodetele vähendatud tähelepanu pööramise kaudu tarbijate manipuleerimiseks. **Reklaam** on ...

Reklaam - Veeb - Ekspress Meedia

www.ekspressmeedia.ee/reklaam/veeb/ ▾ Translate this page

Kõik reklaamimaterjalid (plakatid, lingid, statistikakoodid jne) tuleb esitada vähemalt kaks (2) täistööpäeva enne algust. Kui reklaamimaterjali esitamise ...

Kontakt · Bännerite mõõdud ja hinnad · Lisateenused

- **10 esimest** otsitulemust saavad **95% külastustest**
- Inimesed kasutavad sageli otsingumootoreid **veebi navigeerimise alguspunktina**
- Inimesed usaldavad otsingumootorite poolt pakutavaid tulemusi kuna tunnetuslikult on need kõige sobivamad
- Ka veebi analüütika näitab paljudel juhtudel, et suurem hulk kasutajaid tulevad läbi otsingumootorite
- ROI. Hiljem aitab see kokku hoida näiteks **kulusid reklaamilt**, kuna inimesed jõuavad pidevalt sinuni

## Miks see vajalik on?

- Sageli kasutavad erinevad veebibrauserid **otsimootoreid maandumislehena**, kui nad ei leia sobivaid vasteid
- Mitmed populaarsed portaalid toovad välja otsingumootorite tulemused, kui saidisisene otsing ei anna tulemusi
- Inimesed alustavad sageli veebi navigeerimist otsingumootorist ning Google Chrome brauser on iseenest juba otsingumootor

## Miks see vajalik on?

Otsingumootori ülesandeks on valida kõige **relevantsem vaste otsitavale** sõnale või fraasile

- Veebi tehniline optimeerimine
- Veebi sisu ja metaandmed
- Leheküljele viitav info
- Lehe orgaaniline kajastus ja sotsiaalmeedia

- **Sisu.** Nüüd üksikute märksõnade asemel pigem sisu
- **Viitavad lingid.** Suunavate linkide usaldusväärsus
- **Mobiilne kuva.** Lehekülg mobiilis kasutatav
- **Tehnilised faktorid.** Https, pealkirjad.

## Peamised tulemuse mõjutajad

- Lehe pealkirjade täiendamine(Title tag)
- Veebiaadressi viimine korralikule kujule(nice url)
- Pealkirjade välja toomine kodulehel(Heading 1)
- Metakirjeldused lehekülje lähtekoodis
- Mitte tekstilistele elementidele info määramine(alt tag)
- Otsisõna tekstis
- Duplikaatsisu vältimine
- Failide nimed
- Lehele viitavate linkide arv ja sellele viitamine
- Kataloogidesse lisamine
- Robots.txt, sitemap.xml, Urllist.txt, ror.xml jne...
- Lehesisene viitamine
- Veebanalüütika keskkondadesse lisamine
- Lehe vanus, riikliku info kajastamine ja viide jne...
- Kajastused sotsiaalmeedias

# Mis üldse mõjutab tulemusi

- Korrektsed **veebiaadressid**
- Võimalus sisestada **metaandmeid** lehekülje lähtekoodi
- Piltide ja pealkirjade korrektne välja toomine lähtekoodis
- **Sisupuu** olemasolu. Pluss otsingumootorite tarvis failid saidi korralikuks indekseerimiseks
- Lehekülje **laadimiskiiruse** suurendamine

MOZ Products Blog About Moz Pro Moz Local Free SEO Tools Log in

# Moz SEO Products

Improve Search Rankings. Drive Traffic. Get Customers.

## All-in-One Website SEO

*Moz Pro*

The SEO toolset that's got it all: keyword research, link building, site audits, and page optimization insights, in one.

**Start My Free 30-Day Trial**

What makes Moz Pro the complete SEO toolset? Learn about Moz Pro.

## SEO-Integrated Business Listings

*Moz Local*

Consistency is key when it comes to connecting customers with your business online. Can customers find you online?

**Get My Free Listing Score**

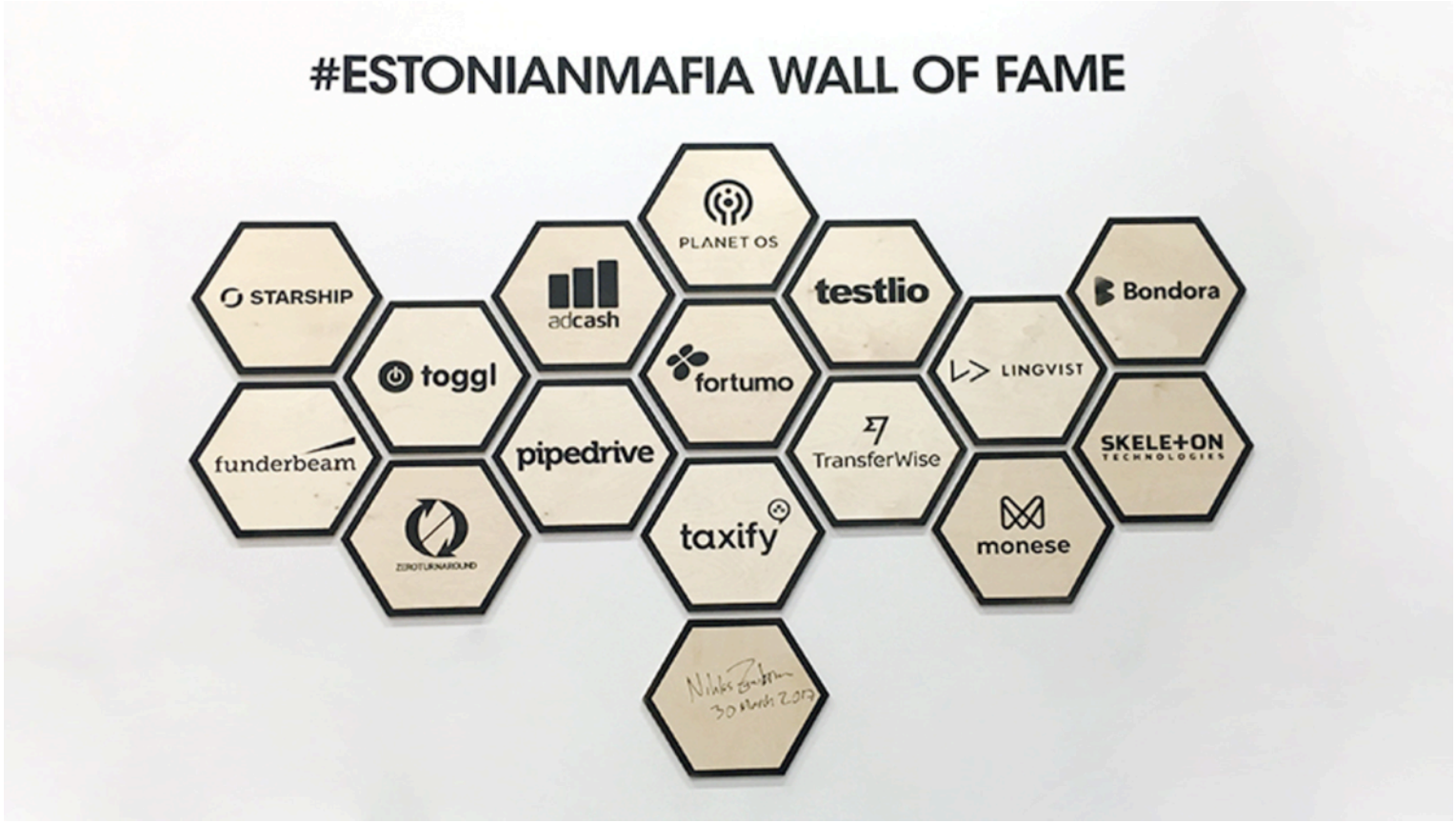
Understand the impact of local

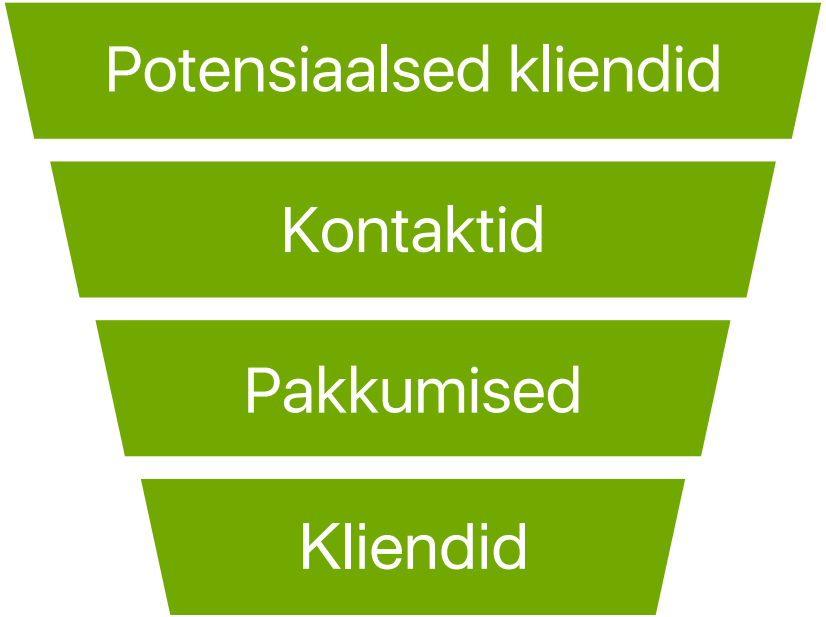
Veebi sisuline muutmine

```
6
7  <!DOCTYPE html>
8  <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="en-US">
9
10 <head>
11   <meta charset="utf-8" />
12   <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge,chrome=1" />
13   <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
14   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1" />
15
16   <link rel="home" href="https://moz.com/" />
17   <link rel="stylesheet" href="https://d2eeipcrcdle6.cloudfront.net/assets/dist/styles/moz-b259
18   <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="RSS 2.0" href="http://feedpress.me/mo
19
20   <link rel="shortcut icon" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/favicon.ico">
21   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="57x57" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/a
22   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="72x72" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/a
23   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="114x114" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net
24   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="144x144" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net
25
26
27
28 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
29 <meta name="referrer" content="always" />
30 <meta name="generator" content="SEOmatic" />
31 <title>SEO Software, Tools and Resources for Better Marketing | Moz</title>
32 <link type="text/plain" rel="author" href="/humans.txt" />
33
34 <link rel="canonical" href="https://moz.com/products" />
35
36   <meta name="keywords" content="SEO" />
37
38   <meta name="description" content="Backed by industry-leading data and the largest community c
```

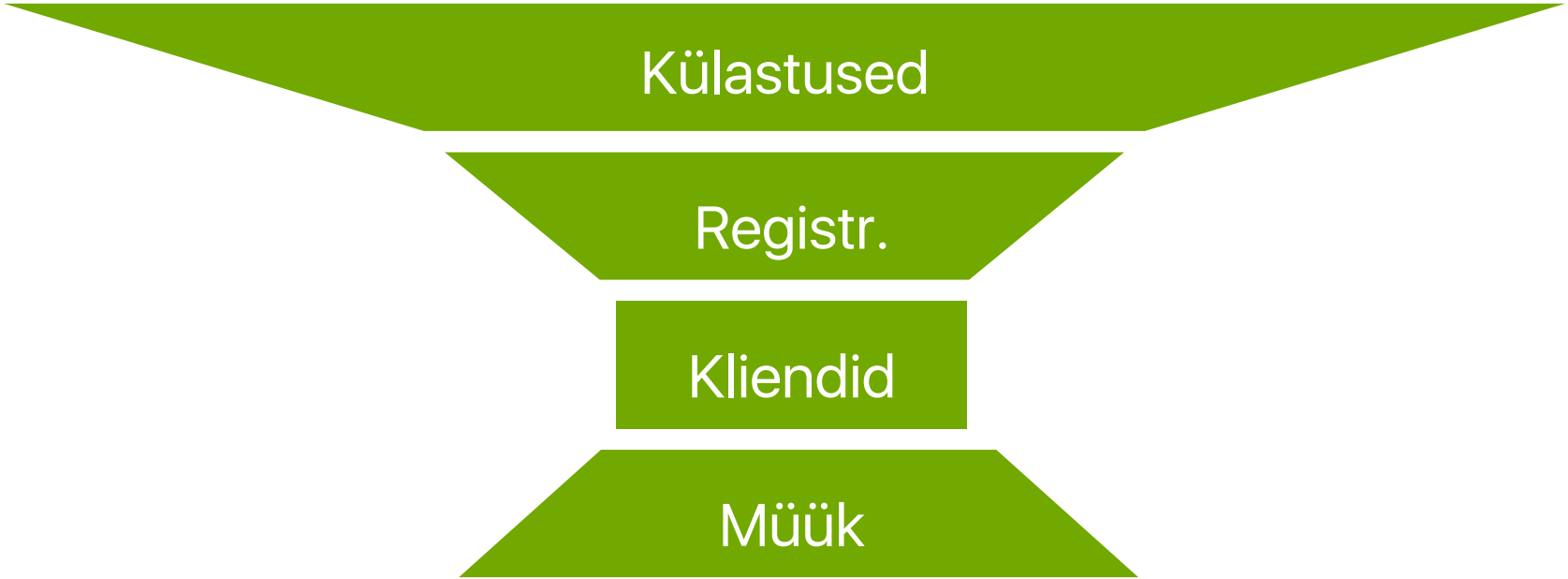
# Veebi sisuline muutmine

# IDUFIRMAD


#ESTONIANMAFIA WALL OF FAME
STARSHIP
toggl
funderbeam
ZEROTURNAROUND
adcash
pipedrive
PLANET OS
fortumo
taxify
testlio
TransferWise
LINGVIST
monese
Bondora
SKELETON TECHNOLOGIES




Tavapärane müügi lehter




Müügilehter online kanalites

Raha küsimise mudelid

Viiruslik levi

Lisamüük

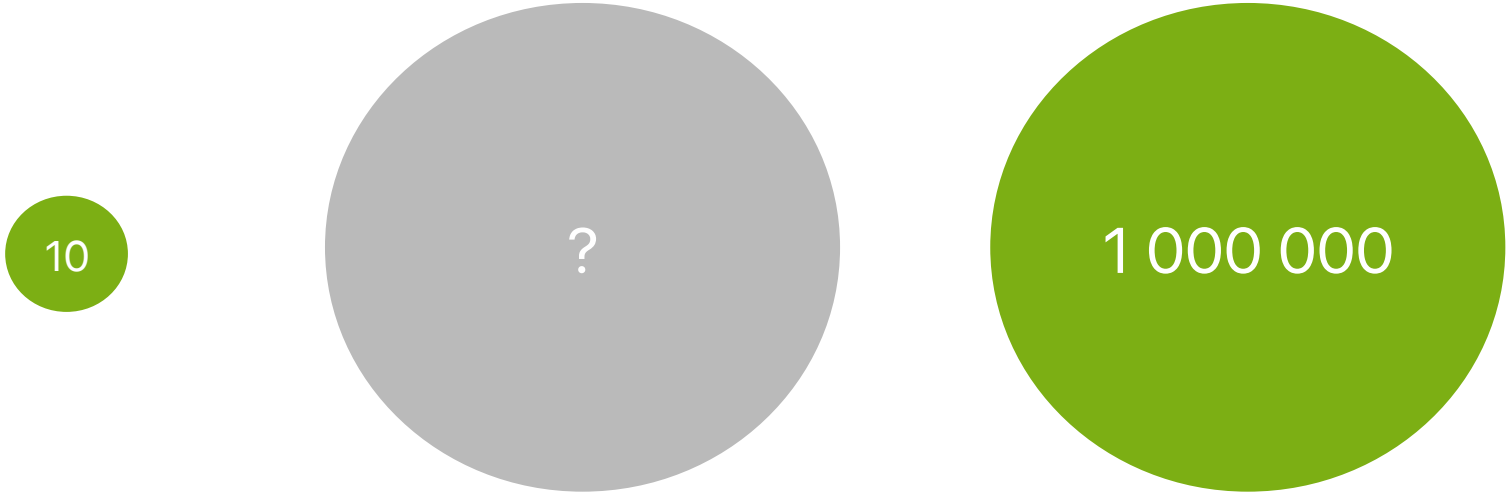
Skaleerimine

Lojaalsus

# Müüki mõjutavad tegurid

| | |
|---|---|
| A | Attention |
| I | Interest |
| D | Desire |
| A | Action |
| S | SATISFACTION |

Kui palju on meil kliente vaja, kui soovime 10€ online toodet müües teenida 1 000 000€.
Näiteks aasta jooksul.



8334

Rahastamise mudel

**Freemium model.** Some basic functionality is for free. (LinkedIn)
**Investing model.** Client attached, tailored solution will cost. (Magento)
**Ad model.** Solution is free, business receive money from the ads. (Facebook)
**Volume based model.** Additional amount of operations will cost. (Mailchimp)
**Time based model.** Full functionality is free only certain time. (Pipedrive)
**Virtual goods.** Clients will pay to upgrade. (Drag Racing)
**Donating.** Client pays if they to support the author. (Dano Songs)
**Flexibility.** Nothing is for free but you can buy things item per item. (iTunes)
**Regular sales.**

# Rahastamise mudel

Value

Strategy

Execution

3 Idufirma põhiosa

- Accessible
- Cost
- Entertaining
- Informative
- International
- Logistics
- Personal
- Simplicity
- Social
- Technologically advanced
- Time
- User Experience

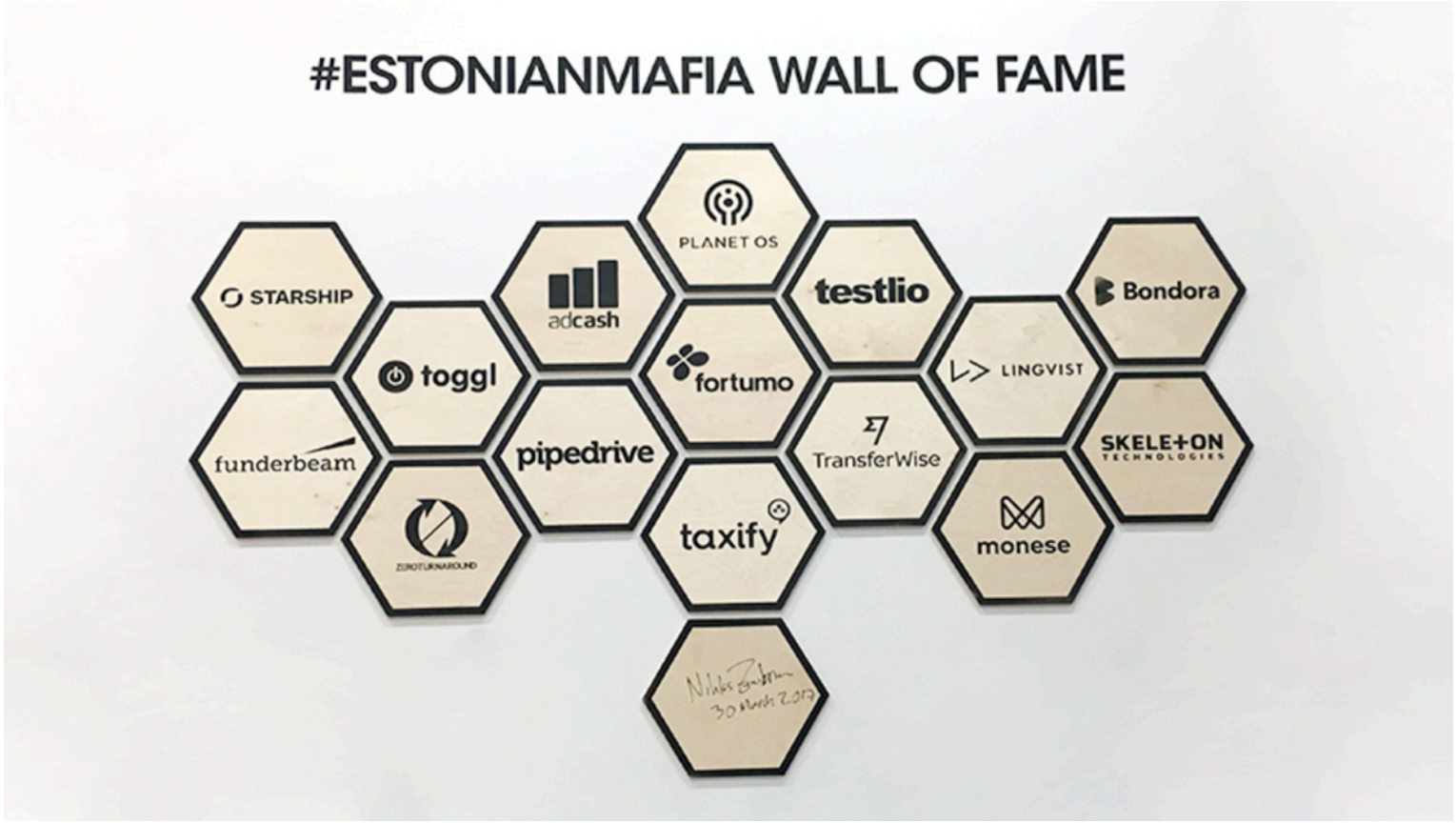
# “Whole world can talk for free”

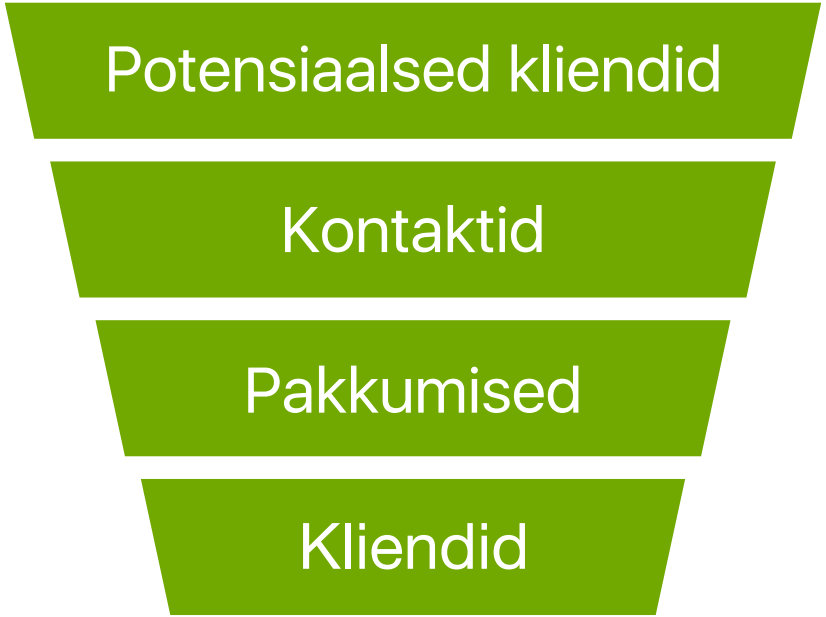
“It isn’t about what you do, it’s about how you do it”

**“It isn’t about what you said, it’s about how you said it”**
**-Women-**

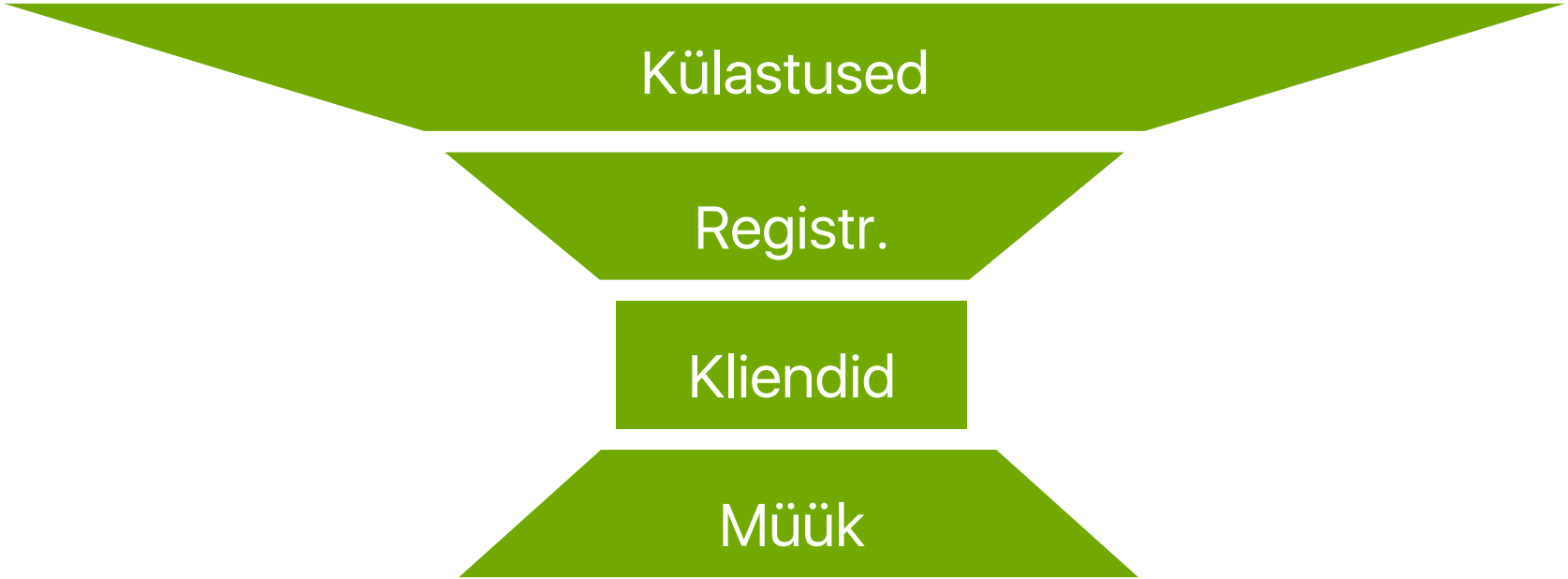
# Kahepoolne suhtlus kasutajaga

# IDUFIRMAD


#ESTONIANMAFIA WALL OF FAME
STARSHIP
toggl
funderbeam
ZEROTURNAROUND
adcash
pipedrive
PLANET OS
fortumo
taxify
testlio
TransferWise
LINGVIST
monese
Bondora
SKELETON TECHNOLOGIES




Tavapärane müügi lehter




Müügilehter online kanalites

Raha küsimise mudelid

Viiruslik levi

Lisamüük

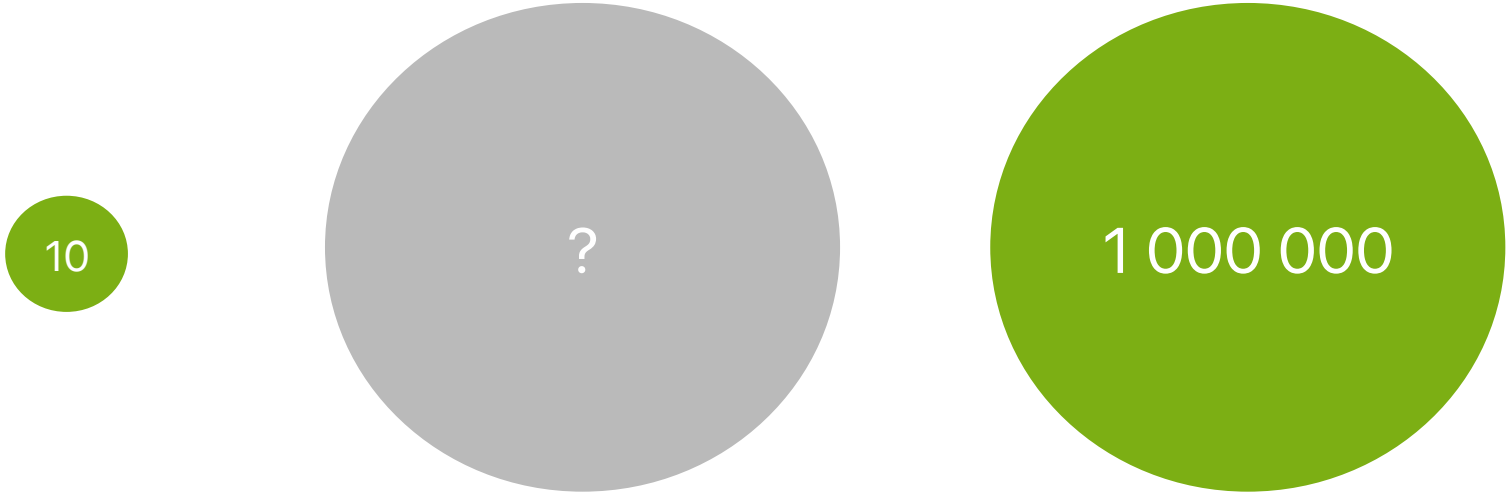
Skaleerimine

Lojaalsus

# Müüki mõjutavad tegurid

| | |
|---|---|
| A | Attention |
| I | Interest |
| D | Desire |
| A | Action |
| S | SATISFACTION |

Kui palju on meil kliente vaja, kui soovime 10€ online toodet müües teenida 1 000 000€.
Näiteks aasta jooksul.



8334

Rahastamise mudel

**Freemium model.** Some basic functionality is for free. (LinkedIn)
**Investing model.** Client attached, tailored solution will cost. (Magento)
**Ad model.** Solution is free, business receive money from the ads. (Facebook)
**Volume based model.** Additional amount of operations will cost. (Mailchimp)
**Time based model.** Full functionality is free only certain time. (Pipedrive)
**Virtual goods.** Clients will pay to upgrade. (Drag Racing)
**Donating.** Client pays if they to support the author. (Dano Songs)
**Flexibility.** Nothing is for free but you can buy things item per item. (iTunes)
**Regular sales.**

# Rahastamise mudel

Value

Strategy

Execution

3 Idufirma põhiosa

- Accessible
- Cost
- Entertaining
- Informative
- International
- Logistics
- Personal
- Simplicity
- Social
- Technologically advanced
- Time
- User Experience

# “Whole world can talk for free”

“It isn’t about what you do, it’s about how you do it”

**“It isn’t about what you said, it’s about how you said it”**
**-Women-**

# Kahepoolne suhtlus kasutajaga

# Liftikõne struktuur

## Räägi ja “jaluta” publik läbi kena loo

**10 sek -** Sissejuhatus. Kujutle, et publik kuuleb teist esimest korda

**70 sek –** Kirjelda enda toodet- kirjelda, millist probleemi see lahendab jaluta publik läbi lahenduse ja miks just see töötab

**40 sek –** Kirjelda oma sihtturgu ja segmenti. Milline on teie turunduse strateegia klientide / kasutajate saamiseks. Kuidas te maailma paremaks muudate.

**20 sek –** Tutvusta enda meeskonda ja pane publik uskuma, et sul on maailma parim tiim, kõikide vajalike kompetentsidega.

**160 sek 2.40 -** 20 sekundit varuks, et sa üle aja ei läheks

# MAKSTUD REKLAAM

Google

turundus

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 5,540,000 results (0.46 seconds)

Reklaampostitus blogis | marimell.eu | Aeg proovida uut lähenemist
Ad www.marimell.eu/reklaamblogis
Reklaami end Eesti ühes loetuimas blogis, millel üle 300 000 külastuse kuus. Kui tunned, et senine tegevus ei kanna vilja, siis võiks ehk proovida uut lähenemist. Email: info@marimell.eu. Teenused: Reklaampostitus blogis, Internetiturundus, Sotsiaalmeedia reklaam.
Reklaampostitus · Miks reklaamida blogis? · Sisuturundus · Reklaami end Google's

Kas sinu turundus vajab abi? | Küsi kohe pakkumist | brainwiz.ee
Ad www.brainwiz.ee/
Pakume põhjalikku turundusanalüüsi nii uutele kui tegutsevatele firmadele.

Turundus - Vikipeedia, vaba entsüklopeedia
https://et.wikipedia.org/wiki/Turundus Translate this page
**Turundus** ehk marketing (inglise keeles marketing) on tegevuste süsteem, mille eesmärk on viia kokku ostjate soovid ja vajadused ning müüja eesmärgid.
Ajalugu · Turundusmeetmestik ja ... · Tarbijakeskne lähenemine · Turundusuuring

Turundus - EAS
https://www.eas.ee/alustav/esimese-kliendi-leidmine/turundus/ Translate this page
**Turunduse** juhtimine on ettevõttes kesksemaid äriprotsesse, mis seob endaga kõik teised valdkonnad selleks, et luua võimalused klientide ootuste täitmiseks ja ...

Juhtimine ja turundus < Majandusteaduskond < Erialad < Magistriõpe ...
https://www.ttu.ee/sisseastujale/...2/...10/.../juhtimine-ja-turundus/ Translate this page
Juhtimise ja **turunduse** õppekava on lõpetanud näiteks Eesti Energia arenduse- ja koolitusjuht Kadi

All campaigns

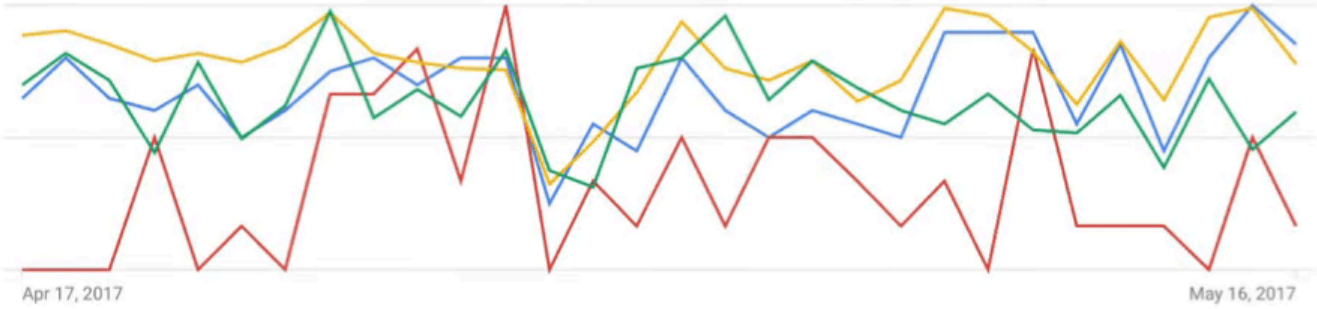
Overview
Opportunities
Campaigns
Ad groups
Ads & extensions
Videos
Keywords
Audiences
Demographics
Topics
Placements
Settings

## Overview

Custom
Apr 17 – May 16, 2017

Help

| Clicks | Conversions | Cost | Impr. |
|---|---|---|---|
| 407 | 55.00 | $284 | 28.8K |




### Biggest changes

Cost

Apr 17 – May 16, 2017 compared to Mar 18 – Apr 16, 2017

SpicaCastAdvice.com ›
+$15.58

### Campaigns

| | Clicks | Conversions | Cost |
|---|---|---|---|
| SpicaCastAdvice.com | 353 | 48.00 | $130.70 |

SEM

# OTSIMOOTORITELE OPTIMEERIMINE

Veebi otsingumootoritele optimeerimine ehk **SEO** (search engine optimization) on veebi väärtuse tõstimine otsingu-mootorite silmis, et saavutada paremaid otsingututemuste positsioone.

Veebi optimeerimine kätkeb endas erinevaid **tehnilisi tegevusi** veebi lähtekoodis, **veebi sisu** muutmist ning **veebi ümbritevat** infot.

Google Ads | Keyword plan

GO TO REPORTS TOOLS

469-423-2130
rodevip@gmail.com

- Keyword ideas
- Plan overview
- Ad groups
- Keywords
- Locations

Locations: Estonia Language: Estonian Search networks: Google

## Keyword ideas

turundus

DOWNLOAD KEYWORD IDEAS

Last 12 months
Sep. 2017 – Aug. 2018

Found 309 keyword ideas

FILTER COLUMNS

Exclude adult ideas Add filter

RESET

| Keyword (by relevance) | Avg. monthly searches | Competition | Ad impression share | Top of page bid (low range) | Top of page bid (high range) | Account Status |
|---|---|---|---|---|---|---|
| turundus | 100 – 1K | Medium | – | €0.31 | €0.70 | |
| reklaam | 100 – 1K | Medium | – | €0.32 | €0.84 | |
| koolitused | 1K – 10K | Medium | – | €0.17 | €0.98 | |
| kiirlaen | 1K – 10K | High | – | €3.27 | €14.98 | |
| kindlustus | 1K – 10K | Medium | – | €0.29 | €0.50 | |
| raamatupidamine | 1K – 10K | High | – | €0.57 | €1.94 | |

# Keyword planner

Google

reklaam

All | Images | Videos | Maps | News | More | Settings | Tools

About 15,200,000 results (0.58 seconds)

**Reklaam - Reklaamide Disain Ja Teostus - reklaamivabrik.ee**
Ad www.reklaamivabrik.ee/
Hooldus Ja Remont Reklaamivabrikust

Bännerreklaam | Valgusreklaam
Plakatid | Digitrükk

**Reklaam - Vikipeedia, vaba entsüklopeedia**
https://et.wikipedia.org/wiki/Reklaam ▾ Translate this page
**Reklaam** on turunduses kasutatav kommunikatsioonivõte toodetele vahendatud tähelepanu pööramise kaudu tarbijate manipuleerimiseks. **Reklaam** on ...

**Reklaam - Veeb - Ekspress Meedia**
www.ekspressmeedia.ee/reklaam/veeb/ ▾ Translate this page
Kõik reklaamimaterjalid (plakatid, lingid, statistikakoodid jne) tuleb esitada vähemalt kaks (2) täistööpäeva enne algust. Kui reklaamimaterjali esitamise ...
Kontakt · Bännerite mõõdud ja hinnad · Lisateenused

Google

reklaam

All Images Videos Maps News More Settings Tools

About 15,200,000 results (0.58 seconds)

About 15,200,000 results (0.58 seconds)

**Reklaam** on turunduses kasutatav kommunikatsioonivõte toodetele vähendatud tähelepanu pööramise kaudu tarbijate manipuleerimiseks. **Reklaam** on ...

Reklaam - Veeb - Ekspress Meedia
www.ekspressmeedia.ee/reklaam/veeb/ ▾ Translate this page
Kõik reklaamimaterjalid (plakatid, lingid, statistikakoodid jne) tuleb esitada vähemalt kaks (2) täistööpäeva enne algust. Kui reklaamimaterjali esitamise ...
Kontakt · Bännerite mõõdud ja hinnad · Lisateenused

- **10 esimest** otsitulemust saavad **95% külastustest**
- Inimesed kasutavad sageli otsingumootoreid **veebi navigeerimise alguspunktina**
- Inimesed usaldavad otsingumootorite poolt pakutavaid tulemusi kuna tunnetuslikult on need kõige sobivamad
- Ka veebi analüütika näitab paljudel juhtudel, et suurem hulk kasutajaid tulevad läbi otsingumootorite
- ROI. Hiljem aitab see kokku hoida näiteks **kulusid reklaamilt**, kuna inimesed jõuavad pidevalt sinuni

## Miks see vajalik on?

- Sageli kasutavad erinevad veebibrauserid **otsimootoreid maandumislehena**, kui nad ei leia sobivaid vasteid
- Mitmed populaarsed portaalid toovad välja otsingumootorite tulemused, kui saidisisene otsing ei anna tulemusi
- Inimesed alustavad sageli veebi navigeerimist otsingumootorist ning Google Chrome brauser on iseenest juba otsingumootor

## Miks see vajalik on?

Otsingumootori ülesandeks on valida kõige **relevantsem vaste otsitavale** sõnale või fraasile

- Veebi tehniline optimeerimine
- Veebi sisu ja metaandmed
- Leheküljele viitav info
- Lehe orgaaniline kajastus ja sotsiaalmeedia

- **Sisu.** Nüüd üksikute märksõnade asemel pigem sisu
- **Viitavad lingid.** Suunavate linkide usaldusväärsus
- **Mobiilne kuva.** Lehekülg mobiilis kasutatav
- **Tehnilised faktorid.** Https, pealkirjad.

## Peamised tulemuse mõjutajad

- Lehe pealkirjade täiendamine(Title tag)
- Veebiaadressi viimine korralikule kujule(nice url)
- Pealkirjade välja toomine kodulehel(Heading 1)
- Metakirjeldused lehekülje lähtekoodis
- Mitte tekstilistele elementidele info määramine(alt tag)
- Otsisõna tekstis
- Duplikaatsisu vältimine
- Failide nimed
- Lehele viitavate linkide arv ja sellele viitamine
- Kataloogidesse lisamine
- Robots.txt, sitemap.xml, Urllist.txt, ror.xml jne...
- Lehesisene viitamine
- Veebanalüütika keskkondadesse lisamine
- Lehe vanus, riikliku info kajastamine ja viide jne...
- Kajastused sotsiaalmeedias

# Mis üldse mõjutab tulemusi

- Korrektsed **veebiaadressid**
- Võimalus sisestada **metaandmeid** lehekülje lähtekoodi
- Piltide ja pealkirjade korrektne välja toomine lähtekoodis
- **Sisupuu** olemasolu. Pluss otsingumootorite tarvis failid saidi korralikuks indekseerimiseks
- Lehekülje **laadimiskiiruse** suurendamine

MOZ Products Blog About Moz Pro Moz Local Free SEO Tools Log in

# Moz SEO Products

Improve Search Rankings. Drive Traffic. Get Customers.

## All-in-One Website SEO

*Moz Pro*

The SEO toolset that's got it all: keyword research, link building, site audits, and page optimization insights, in one.

**Start My Free 30-Day Trial**

What makes Moz Pro the complete SEO toolset? Learn about Moz Pro.

## SEO-Integrated Business Listings

*Moz Local*

Consistency is key when it comes to connecting customers with your business online. Can customers find you online?

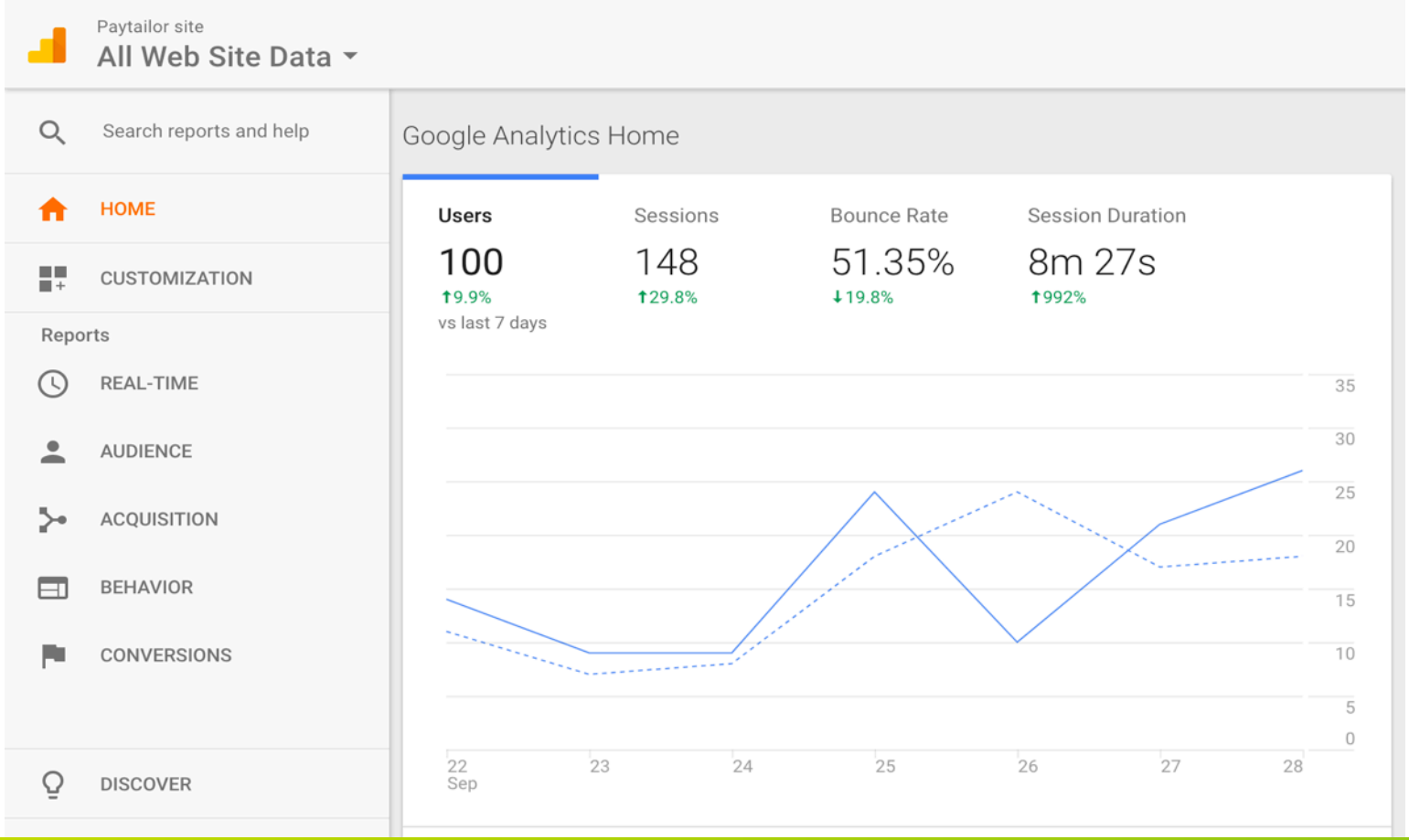
**Get My Free Listing Score**

Understand the impact of local

Veebi sisuline muutmine

```
6
7  <!DOCTYPE html>
8  <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="en-US">
9
10 <head>
11   <meta charset="utf-8" />
12   <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge,chrome=1" />
13   <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
14   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1" />
15
16   <link rel="home" href="https://moz.com/" />
17   <link rel="stylesheet" href="https://d2eeipcrcdle6.cloudfront.net/assets/dist/styles/moz-b259
18   <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="RSS 2.0" href="http://feedpress.me/mo
19
20   <link rel="shortcut icon" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/favicon.ico">
21   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="57x57" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/a
22   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="72x72" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/a
23   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="114x114" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net
24   <link rel="apple-touch-icon-precomposed" sizes="144x144" href="//dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net
25
26
27
28 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
29 <meta name="referrer" content="always" />
30 <meta name="generator" content="SEOmatic" />
31 <title>SEO Software, Tools and Resources for Better Marketing | Moz</title>
32 <link type="text/plain" rel="author" href="/humans.txt" />
33
34 <link rel="canonical" href="https://moz.com/products" />
35
36   <meta name="keywords" content="SEO" />
37
38   <meta name="description" content="Backed by industry-leading data and the largest community c
```

# Veebi sisuline muutmine




# Google analytics

# E-POSTI TURUNDUS

Spam

- Lihtne
- Võimalus olla personaalne
- Võimalus sihtida sõnumeid
- Segmenteerimise võimalus
- Saab arendada tihedat suhtlust
- Võimalus testida sihtgruppi
- Sageli väikesed kulutused
- Analüüsi võimalus

## E-posti turunduse kasud

- Peaks olema plaan või strateegia
- Peaks defineerima lugejaskonna
- Tuleks postitada mida soovitakse
- Tuleks postitada õige intervalliga
- E-post peaks olema tehniliselt korrektne
- Soovitatav oleks kasutada haldustarkvarasid
- Peaks olema võimalus liitumiseks ja lahkumiseks
- Tuleks teha järelanalüüsi

## Mida meeles pidada

- Kogutakse eposti saajad
- Startupide puhul kasutatakse lansseerimiseks
- Saajad peaks infot soovima
- Info peaks olema saajatele kasulik
- Võimalus e-posti listist lahkumiseks
- Mõistliku intervalliga saatmine

## Mida meeles pidada

- Paeluv pealkiri või "poolik"
- E-posti sisu võiks olla personaalne
- Sisu struktuur peaks olema lihtne ning ülevaatlik
- "Meil on midagi erilist"
- Ära müü, suhtle!
- "Call to action"
- Väga pikk e-post ei ole parim praktika

# E-posti sisu

Features Pricing Support Learning Blog What's New Sign Up Free Log In

# Build your brand. Sell more stuff.

Sign Up Free

MailChimp is the world's largest **marketing automation platform**. It's like a **second brain** that helps millions of customers—from small e-commerce shops to big online retailers—find their audience, engage their customers, and build their brand.

E-posti halduse tarkvarad

MemberShop MEIE KOHTA EE

LOGI SISSE | UUS LIIGE?

E-posti aadress

Parool

Jäta mind meelde

Sisselogimine ei õnnestu?

LOGI SISSE

või

LOGI SISSE FACEBOOKI KAUDU

## 4. Nõuded elektroonilise otseturustuse tegemiseks

Kommertsteadaannete edastamise tingimused ja elektrooniliste kontaktandmete kasutamine on reguleeritud ESS §-s 103[1].[4]

Olenemata sellest, kellele (kas juriidilisele või füüsilisele isikule) reklaamteade saadetakse, kehtivad igal juhul teatavad nõuded edastatava teabe sisule. **Isik, kelle nimel vastav teave edastatakse, peab olema tuvastatav** ning iga saadetav sõnum peab sisaldama **viidet, juhendit või teavet selle kohta, kuidas adressaat saab oma kontaktandmete kasutamist otseturustuseks keelata**. Lisaks peab edastatav **teave olema selgelt otseturustuslik**.

http://www.aki.ee/sites/www.aki.ee/files/elfinder/article_files/Juhised/Elektrooniliste%20kontaktandmete%20kasutamine%20otseturustuseks-uuendatud20.02.2015.pdf

Nii ei ole hea

Tere
Vaatasin teie e-poodi
Ja panin tähele et pood on oma disaini ja süsteemi poolest veidi ajast maha jäänud.

Aga mul oleks teile pakkuda täiesti uus ja ülivõimas e-pood millele vastast ei leidu.

ülisuur adminpaneel
sms, msn, e-mail teavitus klientide ostudest
kõikvõimalikud e maksed nagu paypal e-gold jne
võimalik ka eestipangalingid lisatasuga
**42** erinevat disaini ja kujundust
google map sisse ehitatud
google analytics sisse ehitatud

antud pood pakub kõike mida hetkel üks poe omanik soovib
minu 2009 aasta portfooliosse kuuluvad järgmised e-poed

http://www.tervislik.ee
http://www.sgt.ee
http://www.dokument.ee
http://www.motoshop24.eu

ja neid poode on veel küll mis kahjuks on nüüdseks pankrotis ja suletud

kõik kliendid on äärmiselt rahul oma uuema süsteemiga mis pakub neile kõike vajaminevat antud poe juures
Kui teile pakub antud poe soetamine huvi siis helistage alloleval numbril

Hinnad soodsaimad kui mujal
**Lugupidamisega**
**spider28@hot.ee**

# REKLAAM INTERNETIS

Kui kindlustad,
VÕTA IIZILT

SINU KINDLUSTUSTE KODU

VAATA LÄHEMALT »

iizi

Kindlustusvahenduse pakkuja on IIZI Kindlustusmaakler AS. Tutvu tingimustega www.iizi.ee või pea nõu spetsialistiga 16660.



# Postimees

«Mulle meeldivad organisatsioonid, kus on vähem juhte.»
RAIN LAANE, HAIGEKASSA JUHT

Establishing secure connection...

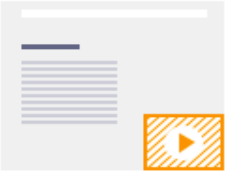
- Display reklaamid
- ROI põhised kampaaniad (CPC, CPA)
- Analüütika
- SEM, Reklaam otsingumootorites
- Teksti reklaamid
- Mobiilireklaam, (Rich media)
- SEM, Reklaam mobiilses otsingumootorites
- SMS kampaaniad

## Võimalused

## PREMIUM LAHENDUSED

UUS: Skyscraper

Overlay

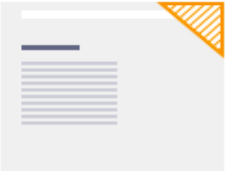


Video

Expanding

Expanding header

Scrolling / RSS



Dogear

Dogear + scrolling

## STANDARD LAHENDUSED

Header

Standard

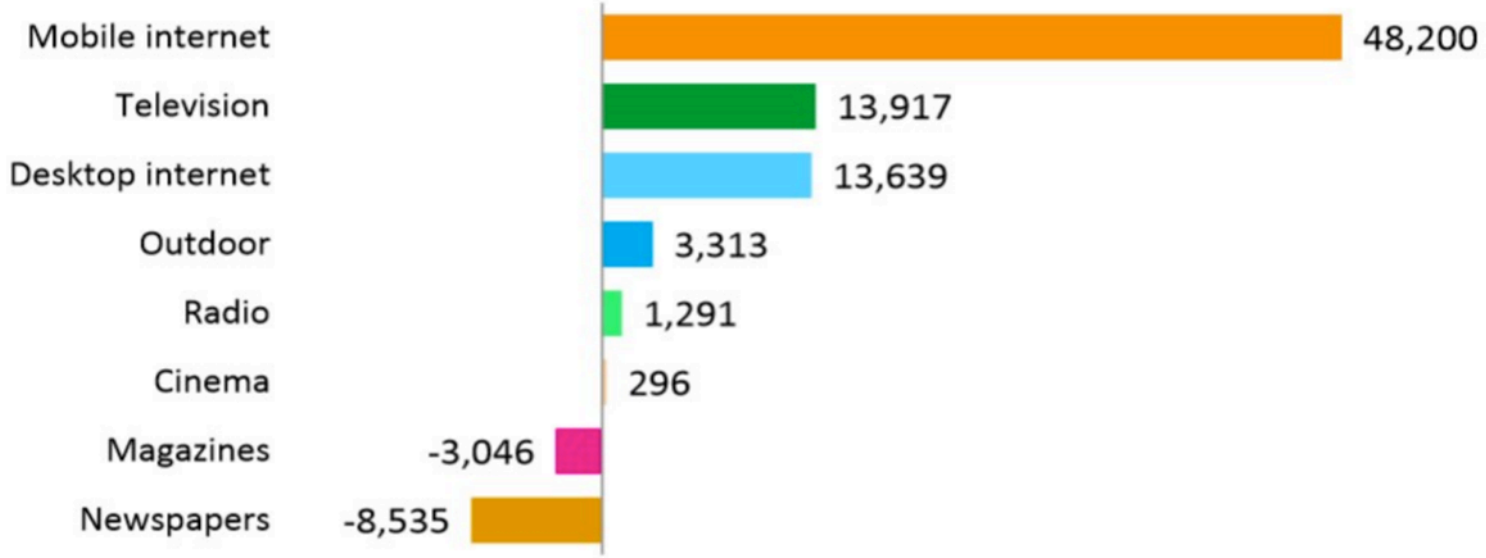
$$\text{Conversion rate} = \frac{\text{Number of Goal Achievements}}{\text{Visits}}$$

- **CVR- Conversion rate**
- CPI- Cost Per Impression
- **CPM- Cost per mille, the advert cost per thousand views**
- eCPM-Effective cost per mille
- CPMV- Cost per Thousand Viewable ads
- **CPC- Cost per click**
- PPC- Pay per click
- **CPA- Cost per action**
- eCPA- Effective cost per action
- **CTR-Click-through rate**

# Cost per ...

- Multiscreen Display Advertising
- Advanced Display Ads
- Better Viewability
- More Programmatic Advertising
- Big Data
- More Personalisation
- Budget Spending

## Contribution to global growth in adspend by medium 2014-2017 (US$ million)




*Source: ZenithOptimedia*

- Sihtimine
- Segmenteerimine
- Visuaalsus
- Interaktiivsus
- Mõõdetavus

- Leia õige kanal, koht kus saad võimalikult efektiivselt pihta oma tarbijale.
- Valida tuleb lahendus mis toetab eesmärki: on see siis nähtavus (printmeedia tüüpi lähenemine) või reaktsioonidele keskendumine
- Lähtuvalt eesmärgist tuleks valida õige ostumudel

- Uuringute põhjal
- Sihtgrupi põhjal
- Konteksti põhjal
- Piirkondlik suunamine
- Ajaline sihtimine
- Abivahendiks on adserving tarkvarad/serverid: Adform, Gemius, Doubleclick…

## Online reklaami segmenteerimine

- Sageli paremaid tulemusi tagavad suured rahvusvahelised portaalid
- Kindlasti peab tulemusi mõõtma
- Võimalusel maksa tulemuse eest
- Hea oleks kui kampaania käigus kogutakse klientide andmeid
- Mobiilsetel platvormidel on hulgaliselt võimalusi reklaami edastamiseks ja kliendi andmete saamiseks

## Mida järgida

# REKLAAMID OTSIMOOTORITES JA SOTSIAALVÕRGUSTIKES

facebook
Ads

Google AdWords

LinkedIn

Ads Analytics Roo

**Tweet engagements** (e.g., retweets, favorites, replies)
Reach more people and drive conversation
Select

**Website clicks or conversions**
Send people to your site (to purchase, sign up, etc.)
Select

**App installs or app re-engagements**
Get people to install or re-engage with your mobile app
Select

**Video views** BETA
Get people to watch your videos using Twitter's native video player.
Select

**Followers**
Grow your community on Twitter
Select

# INTERAKTIIVSUS

# Kahepoolne suhtlus kasutajatega

WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

Main page
Contents
Featured content
Current events
Random article
Donate to Wikipedia
Wikipedia store

Interaction

Help
About Wikipedia
Community portal
Recent changes
Contact page

Tools

What links here

# Web 2.0

From Wikipedia, the free encyclopedia

**Web 2.0,** also called **Participative (or Participatory)**[1] and **Social Web**[2], refers to World Wide Web websites that emphasize user-generated content, usability (ease of use, even by non-experts), participatory culture and interoperability (this means that a website can work well with other products, systems, and devices) for end users. The term was invented by Darcy DiNucci in 1999 and popularized several years later by Tim O'Reilly and Dale Dougherty at the O'Reilly Media Web 2.0 Conference in late 2004.[3][4][5][6] Web 2.0 does not refer to an update to any technical specification, but to changes in the way Web pages are designed and used. The transition was progressive and there is no precise date on which the change occurred.[2]

A tag cloud (a typical Web 2.0 phenomenon in itself) presenting Web 2.0 themes

A Web 2.0 website may allow users to interact and collaborate with each other in a social media dialogue as creators of user-generated content in a virtual community, in contrast to the first generation of Web 1.0-era websites where people were limited to the passive viewing of content. Examples of Web 2.0

Web 2.0 ja interaktiivsus

Luuakse interaktiivseid võimalusi kuna see võimaldab oluliselt kauemaks saada kasutajate tähelepanu ning seeläbi edastada soovitud informatsiooni

Kasutajad loovad ise sisu vastates või kommenteerides olemasolevat informatsiooni ja tekivad nö "infokeskused"

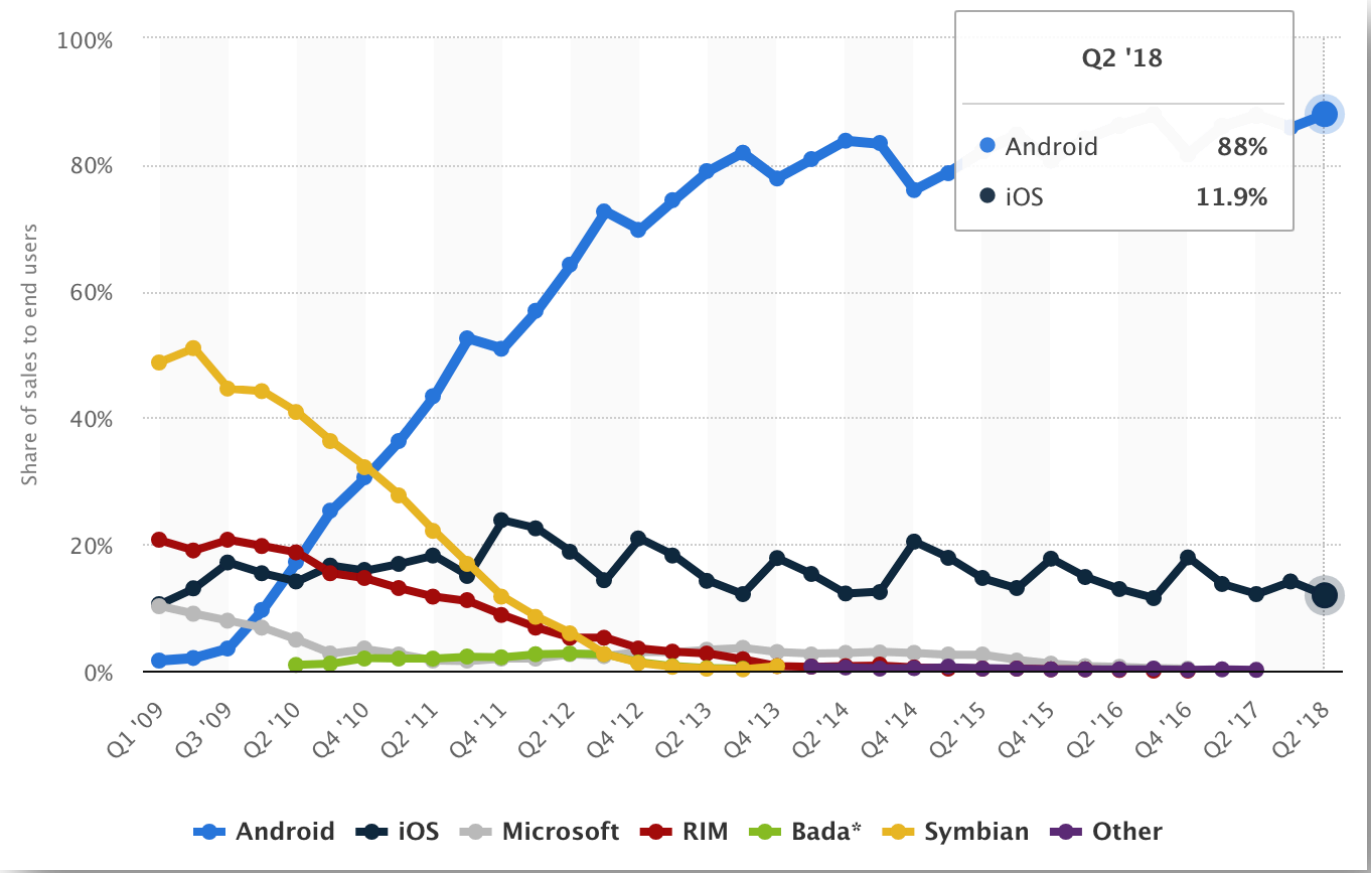
Paljud asjad luuakse potensiaaliga, et teine pool sellele vastab, muidu levikut ei teki. Seega ei teki ka turundust.

## Kahepoolne suhtlus turunduses

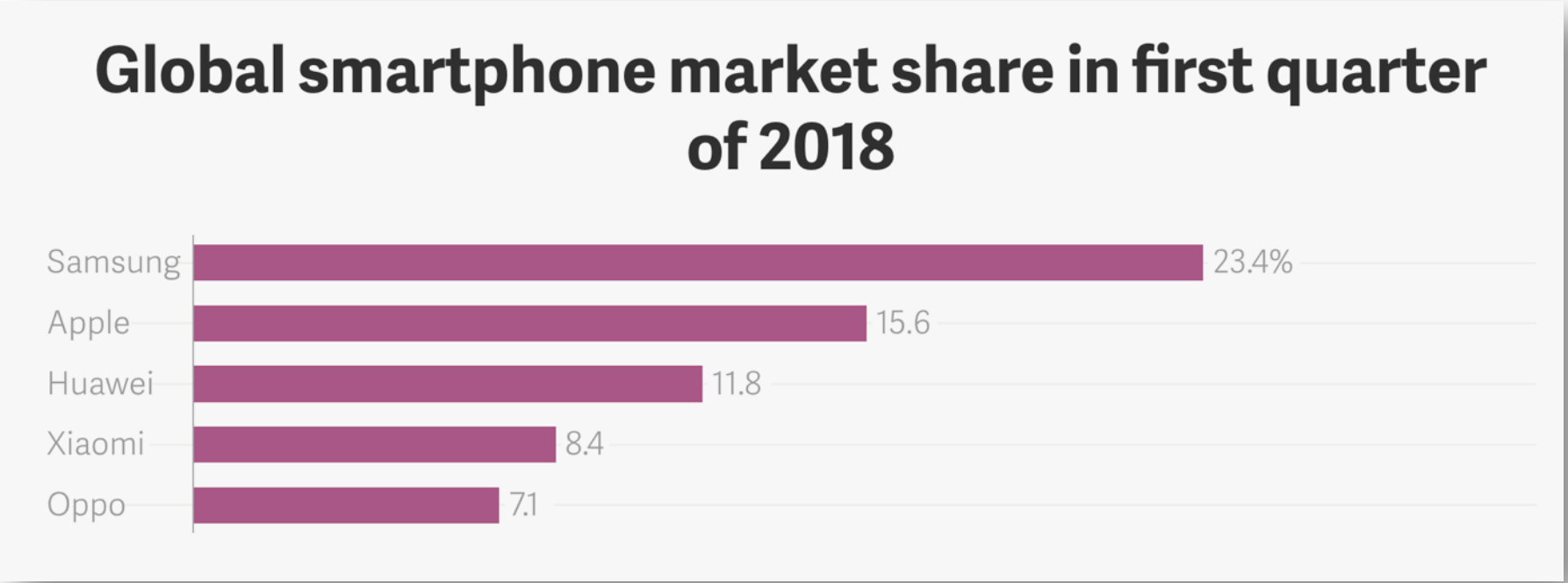
“Words tell, emotion sells”

Näited

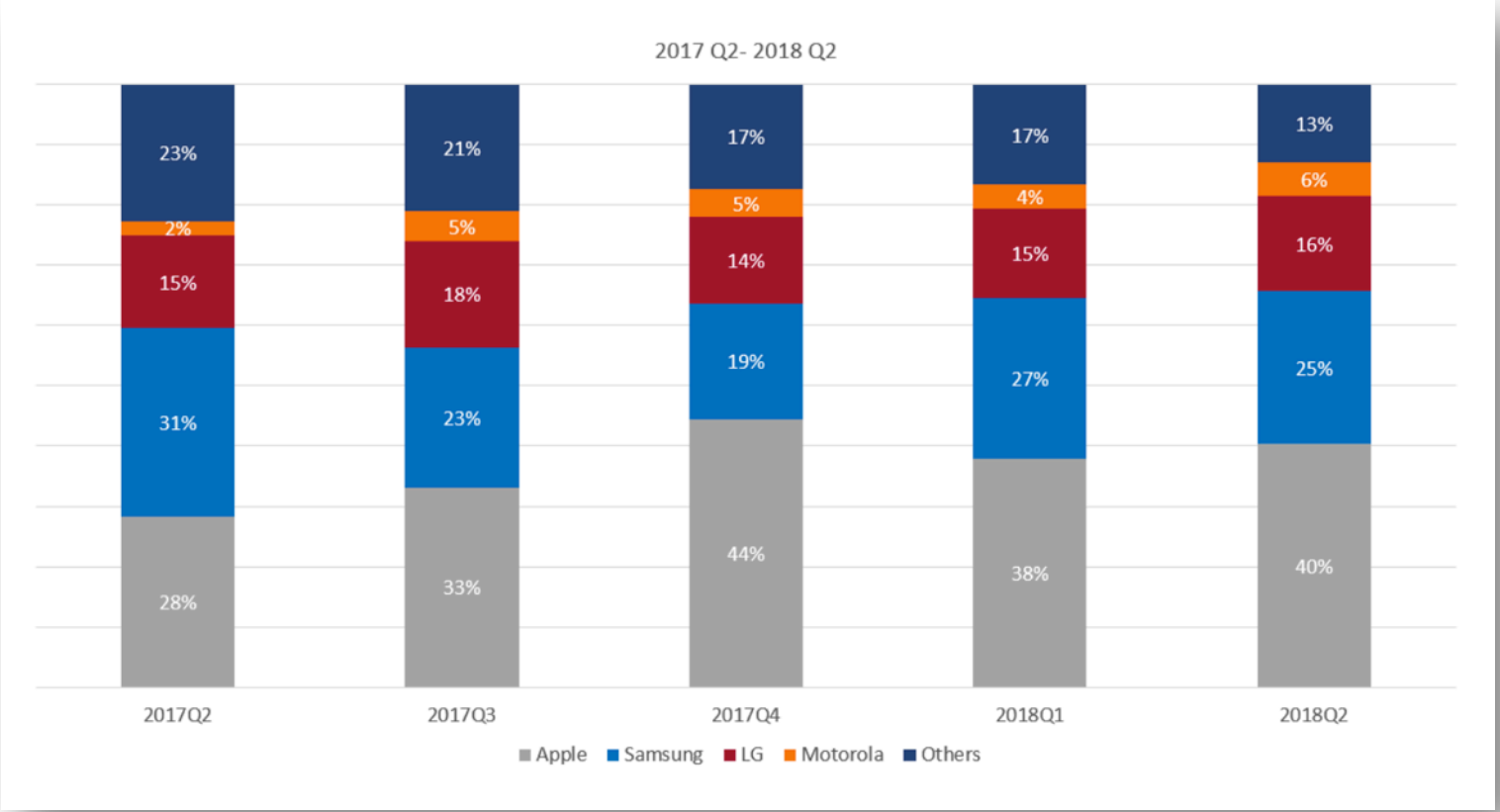
# MOBIILSED LAHENDUSED




# Maaima nutitelefonide operatsiooni süsteemide jaotus




Nutitelefonide turuosad




# USA Nutitelefonide turuosad

Elisa juuli nutitelefonide müügitop:

Samsung Galaxy J3 (2017)

Huawei P20 Lite

Samsung Galaxy A8

Huawei P Smart

Nokia 5 Dual SIM

OnePlus 6 128GB

Sony Xperia XZ1 Compact

Apple iPhone SE 32GB

Apple iPhone 8 64GB

Samsung Galaxy A6 (2018)

| Year | Month | Applications available | Downloads to date |
|---|---|---|---|
| 2009 | March | 2,300[114] | |
| | December | 16,000[115] | |
| 2010 | March | 30,000[116] | |
| | April | 38,000[117] | |
| | July | 70,000[118] | |
| | September | 80,000[119] | |
| | October | 100,000[120] | |
| 2011 | April | | 3 billion[121] |
| | May | 200,000[122] | 4,5 billion[122] |
| | July | 250,000[123] | 6 billion[123] |
| | October | 500,000[124][125] | |
| | December | | 10 billion[126] |
| 2012 | April | | 15 billion[127] |
| | June | 600,000[128] | 20 billion[128] |
| | September | 675,000[129] | 25 billion[129] |
| | October | 700,000[130] | |
| 2013 | May | | 48 billion[131] |
| | July | 1 million[132] | 50 billion[132] |
| 2016 | | | 82 billion[133] |
| 2017 | February | 2.7 million[5] | |

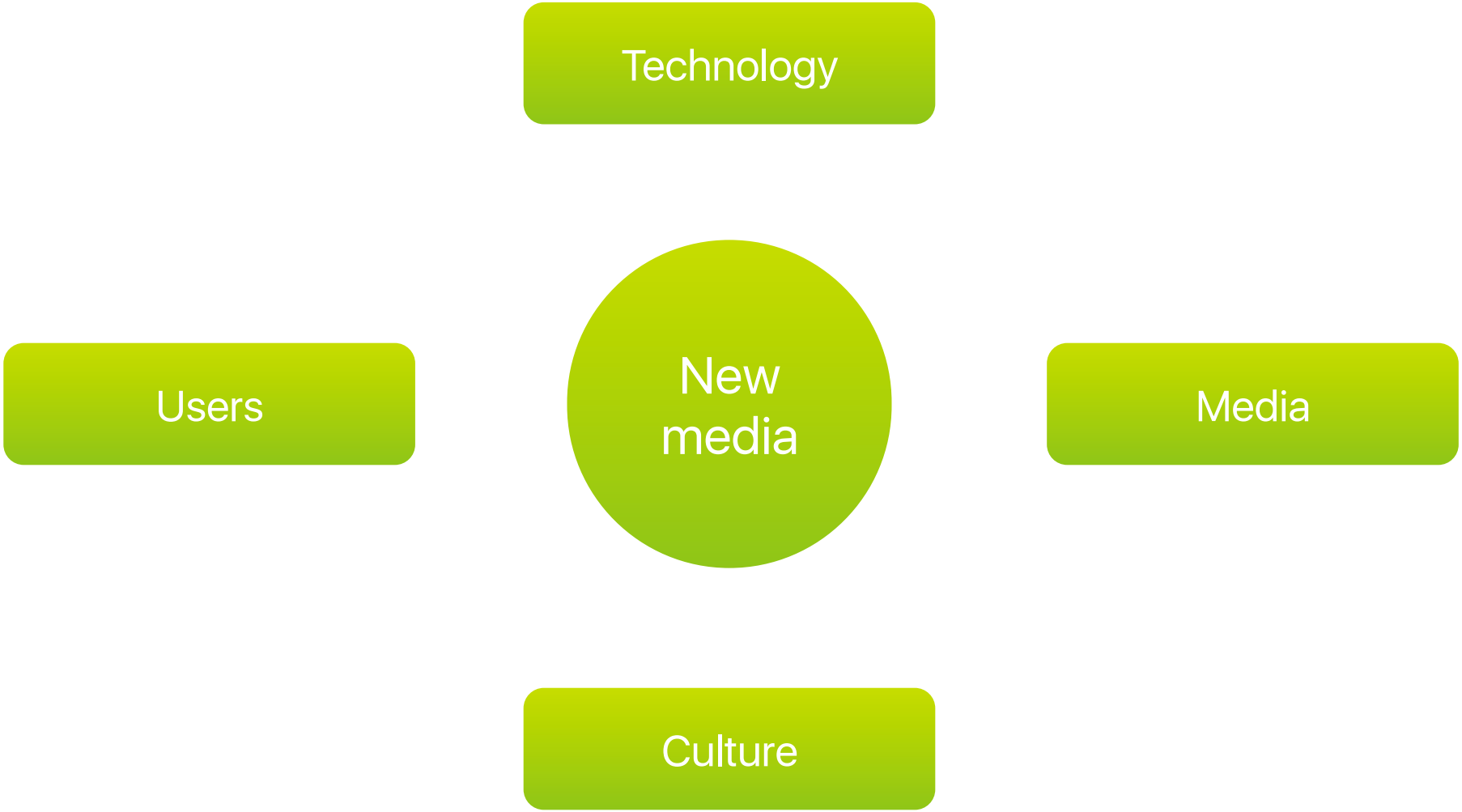
Google Play

| Date | Available apps | Downloads to date |
|---|---|---|
| June 7, 2010 | 225,000+[106] | 5,000,000,000+[106] |
| August 28, 2010 | 250,000+[91][107] | 5,000,000,000+[106] |
| September 1, 2010 | 250,000+[91] | 6,500,000,000[108] |
| October 20, 2010 | 300,000[109] | 7,000,000,000[110] |
| January 22, 2011 | 350,000+[111] | 10,000,000,000+[111][112] |
| July 7, 2011 | 425,000+[113][114] | 15,000,000,000+[113][114] |
| October 4, 2011 | 500,000+[92][115] | 18,000,000,000+[92][115] |
| March 2, 2012 | 500,000+[92] | 25,000,000,000[116] |
| June 11, 2012 | 650,000+[117] | 30,000,000,000+[117] |
| September 12, 2012 | 700,000+[118] | 30,000,000,000+[117] |
| January 7, 2013 | 775,000+[119] | 40,000,000,000+[120][119][121] |
| January 28, 2013 | 800,000+[122] | 40,000,000,000+[120] |
| April 24, 2013 | 800,000+[122] | 45,000,000,000+[123] |
| May 16, 2013 | 850,000+[124] | 50,000,000,000+[125][126] |
| June 10, 2013 | 900,000+[127][128] | 50,000,000,000+[127][128] |
| October 22, 2013 | 1,000,000+[93][129] | 60,000,000,000+[93][129] |
| June 2, 2014 | 1,200,000+[130] | 75,000,000,000+[130] |
| September 9, 2014 | 1,300,000+[131][132] | 75,000,000,000+[130] |
| January 8, 2015 | 1,400,000+[133][134] | 75,000,000,000+[130] |
| June 8, 2015 | 1,500,000+[135] | 100,000,000,000+[136][135][137] |
| June 13, 2016 | 2,000,000+[94][138][139] | 130,000,000,000+[94][138][139] |
| January 5, 2017 | 2,200,000[140][141] | 130,000,000,000+[94][138][139] |

Appstore

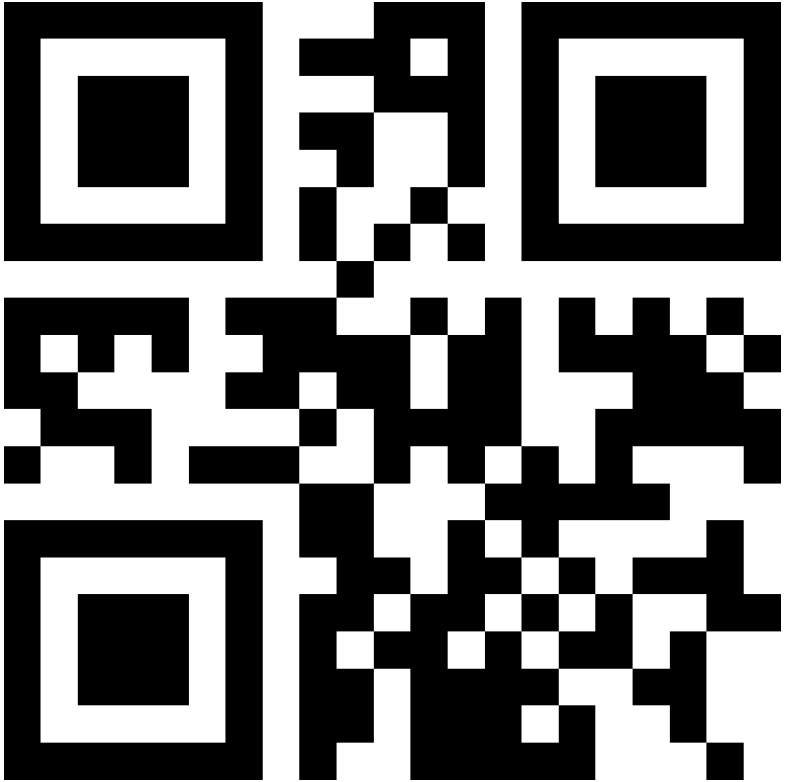
SAMSUNG
SAMSUNG

Internet
3G/4G/5G
Touch Screen
navigation
GPS
Applications
Processor
Photo and
video content
Gyroscope
?


Technology
Users
New media
Media
Culture

- Nutikellad
- Autod
- Kaamerad
- Mängu konsoolid
- Printerid
- Iseteeninduse lahendused
- Kodu juhtimise lahendused
- Vituaalreaalsus lahendused
- Nutikad külmikud
- Jne…

## Mobiilset operatsiooni süsteemi kasutavad

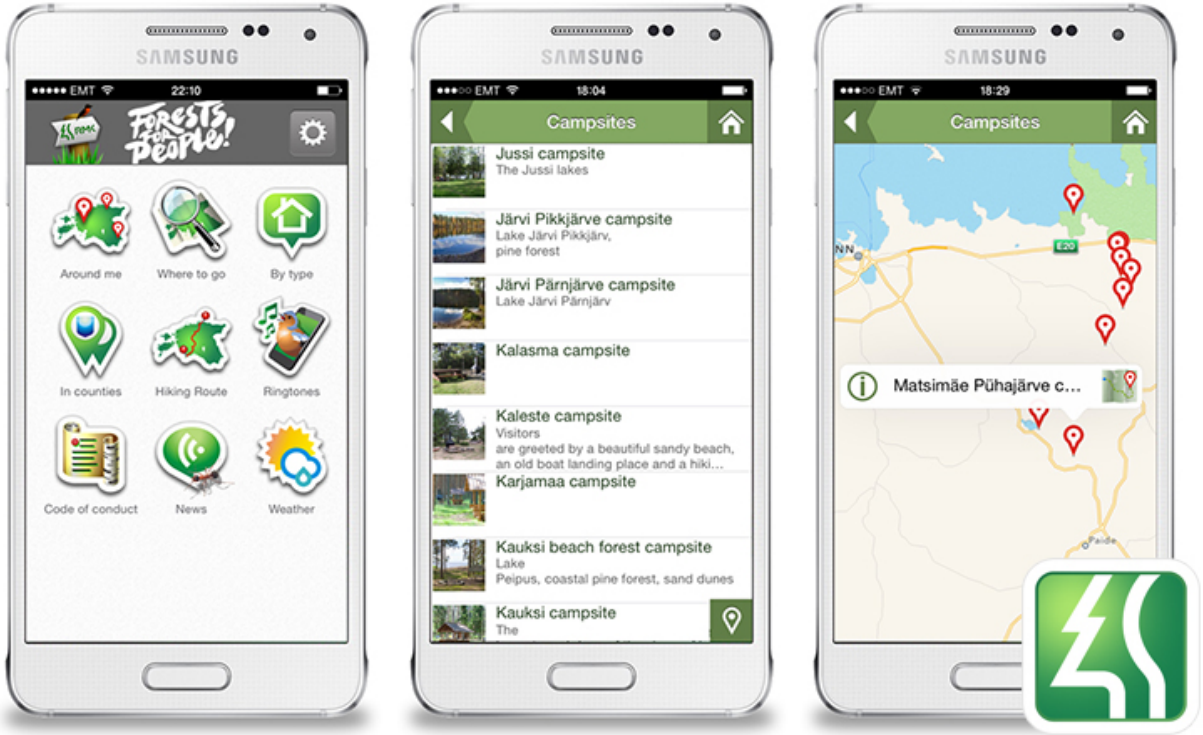


NFC
NEAR FIELD
COMMUNICATION

# SMS

- Inimesed avavad SMS’i keskmiselt 5 minuti jooksul
- SMS võib olla teistest mobiili reklaami kanalitest odavam
- On võimalik luua kliendibaas
- SMS’i sisse on võimalik lisada link
- Inimeste kaasamine
- SMS’iga saab tasuda
- SMS’iga saab teavitada
- SMS’iga on võimalik identifitseerida

- Äpi turundus
- Turundus mängude kaudu
- QR/NFC kampaaniad
- Otsingu reklaamid
- Multimeedia ja teksti reklaam
- Mobiilsed veebid
- Lokatsiooni põhised reklaamid




# Mobiili rakendused

According to digitaltrends.com

Pill reminder

Shazam

Wear OS

Google Keep

Google Authentic…

LevelUp

**Check out 25 of the best Wear OS apps for your smartwatch**

- Medisafe Meds and Pill Reminder. ...
- Shazam. ...
- Wear Audio Recorder. ...
- Water Drink Reminder. ...
- Calendar for Android Wear. ...
- Feel The Wear. ...
- Eat24. ...
- Wear Mini Launcher.

More items...

# Nutikella rakendused

# KAASTURUNDUS

WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia



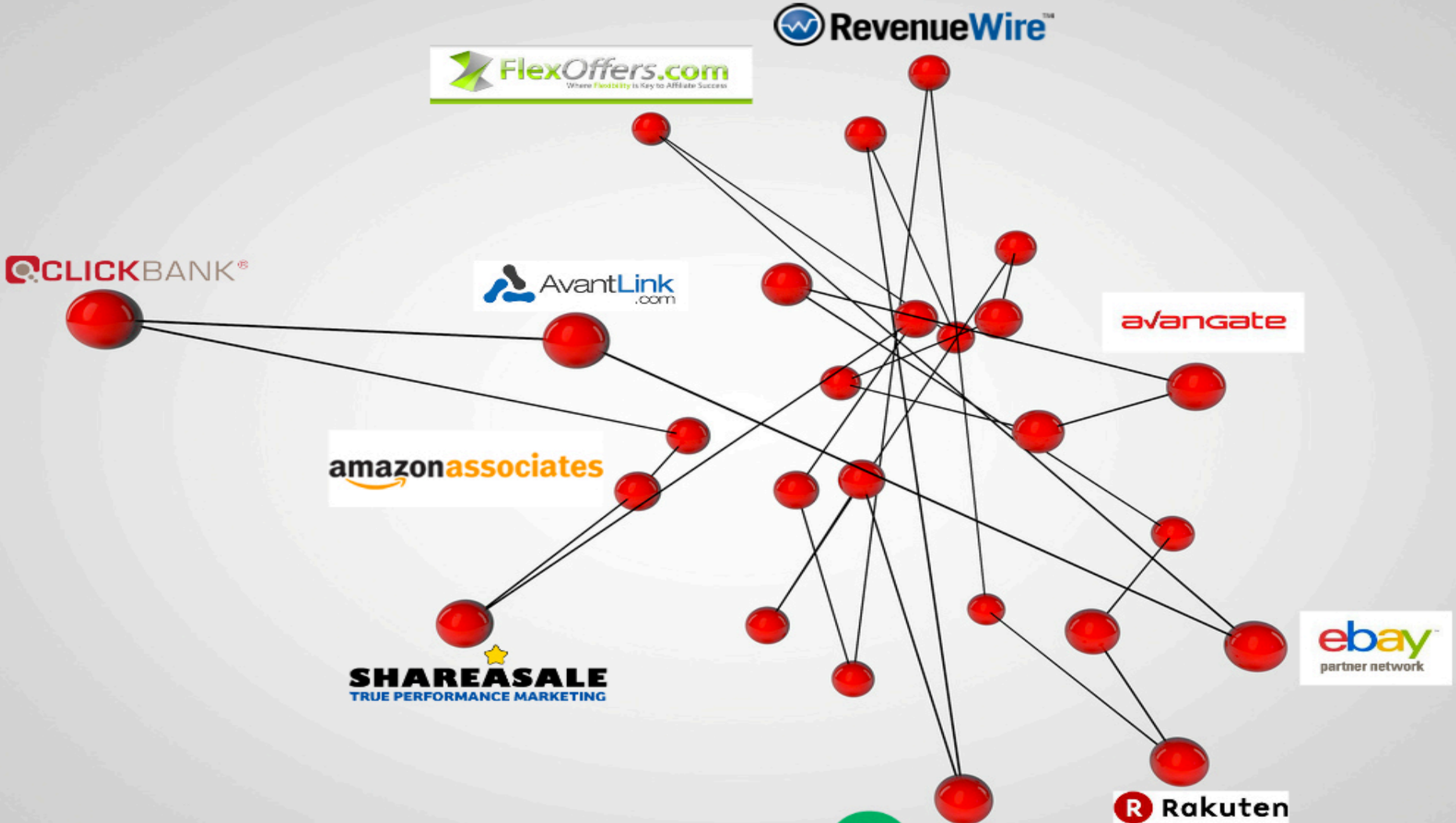
# Affiliate marketing

From Wikipedia, the free encyclopedia

*For marketing to a specific interest group, see Affinity marketing.*

**Affiliate marketing** is a type of performance-based marketing in which a business rewards one or more affiliates for each visitor or customer brought by the affiliate's own marketing efforts.[1]

Affiliate marketing at its very core is about relationships,
a relationship between three parties:


RevenueWire
FlexOffers.com
Where Flexibility is Key to Affiliate Success
CLICKBANK
AvantLink
.com
avangate
amazonassociates
SHAREASALE
TRUE PERFORMANCE MARKETING
ebay
partner network
Rakuten

- Clickbank
- ShareASale
- JVZoo
- CJ Affiliate
- Amazon Associates

## Mõned kaasturunduse programmid

amazonassociates

Email or Phone | Password | Sign In

Stay Signed In

Profit from our experience

# Earn up to 10% advertising fees with a trusted e-commerce leader

Join Now for Free

Learn More »

Earn up to 8.5%* on Sports, Outdoors & Hobbies

## Advertise

Choose from over a million products to advertise to your customers

Whether you are a large network

## Earn

Get up to 10% in advertising fees

Earn advertising fees from Qualifying

## Join

It's easy and free to join

Get up and running today. Just one

## What's New

### Amazon Bounty Program

It's easy. Refer and earn fixed advertising fees when visitors try and/or sign-up

New Bounty Program

# Online PR

"The voice of none is stronger than the voice of one"

*~Anonymous*

- Inimesed tarbivad informatsiooni iseseisvalt
- Informatsiooni üle otsustatakse selle kanali järgi
- Levi ei maksa palju kui sõnum on uudisväärtuslik
- Suure sihtgrupini jõudmine
- Positsioneerimine

- Otsingumootorid
- Portaalid
- Kasutajate loodud sisu
- Blogid
- Foorumid
- Sotsiaalmeedia
- **Grupid**

- Millisel telekanalil pole veebikeskkonda?
- Millist raadiot ei saa veebist kuulata?
- Millist ajalehte ei saa veebist lugeda?

- Millisel telekanalil pole veebikeskkonda?
- Millist raadiot ei saa veebist kuulata?
- Millist ajalehte ei saa veebist lugeda?

- Kas Tallinna TV-d oleks võimalik ilma digiboxita vaadata?
- Mis on SpinFM'i sagedus?
- Kas olete paberkujul Elu24 lugenud?

# VIIRUSTURUNDUS

- Suure levikuga
- Tihti meelelahutuslik
- Enamjaolt spontaanne
- Pikk jalajälg
- Võimalik müügi initsiaator
- Aitab online PR’ile kaasa

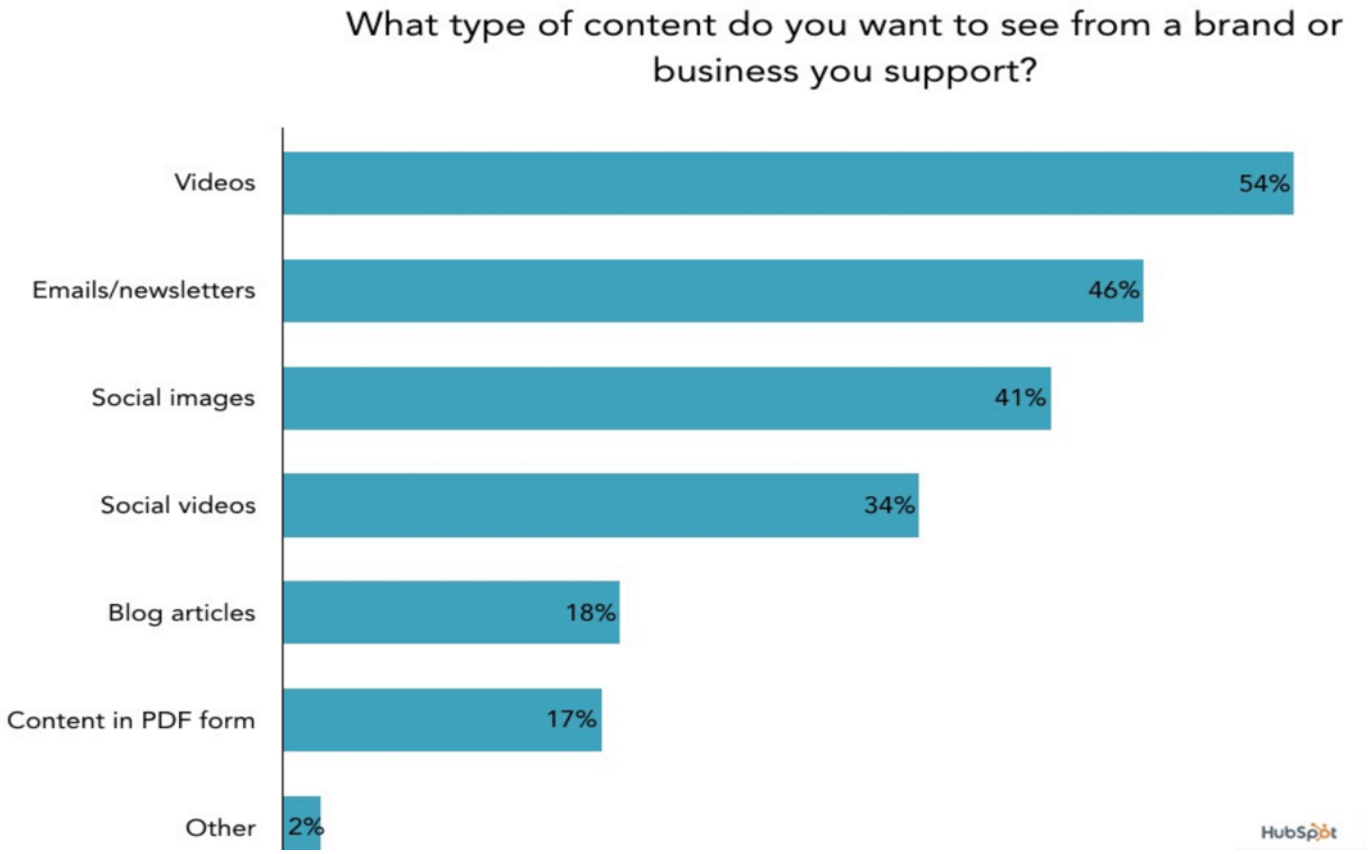
# VIDEO TURUNDUS

- Lisaks video tarbimise soovile, soovitakse seda ka toota
- Live videod
- Ruudu kujulised videod sotsiaalmeedias
- Videot kasutatakse tihti müügi alguspunktina
- Videote loomine on läinud üha odavamaks
- Video teel õppimine
- 360 ja muud virtuaalreaalsusele lähedased video formaadid
- Video muudab ettevõte kredibiilsemaks
- Videot levitatakse paljudes sotsiaalmeedia kanalites

## Videoturunduse trendid

- Multimeedia sisu muutub järjest populaarsemaks
- Videod on kaasahaaravamad
- Video portaalid ise on juba sotsiaalmeedia kanalid
- Lai levik
- Sageli lihtne toota
- Pikk jalajälg
- Videotele satutakse sageli ka läbi otsingu tulemuste

## Videoturunduse kasud




Sisu tootmine

- Filmides hoia telefon horisontaalselt (landscape)
- Püüa leida piisavalt valgust
- Ära filmi vastu valgust
- Mitmeid tasuta tarkvarad videote töötlemiseks
- Mitmed äpid videote töötlemiseks

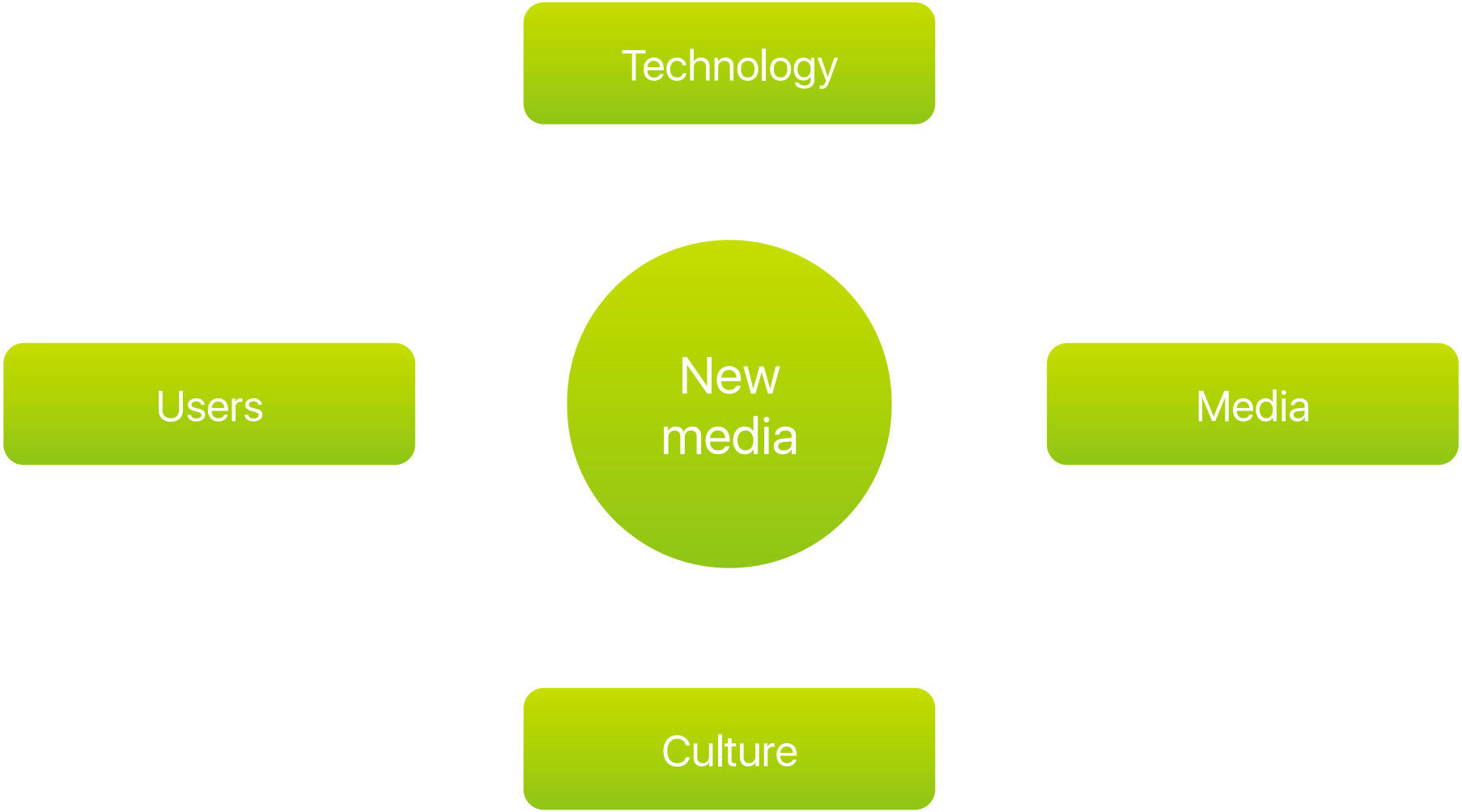
# SOTSIAALMEEDIA TURUNDUS

- Mida kommunikeerime, kuidas ettevõtet positsioneerime?
- Millised kanalid kasutusele võtta?
- Keel, regioonid, milliseid võimalusi kasutatakse?
- Millist sisu jagame ja kui tihti (kommunikatsiooni plaan)
- Kes sotsiaalmeediaga tegeleb?
- Kriisiplaan

- Teemad, millest rääkida.
- Ajaline sisu plaan
- Mehitamine

- Chatbot’id
- Ajutine sisu (Story’d)
- Augumenteeritud lahendused
- Influencer’id
- Video sisu

## Mõned hilisemad trendid


Technology
Users
New media
Media
Culture

| Name | Description/focus | Date launched | Registered users | Registration | Global Alexa page ranking |
|---|---|---|---|---|---|
| Google+ | General | 28 June 2011 | 1,600,000,000[119] | Open to people 13 and older [120] | NA[n 3] |
| Facebook | General: photos, videos, blogs, apps. | February 2004 | 1,280,000,000[73] | Open to people 13 and older | 2[74] |
| Twitter | General. Micro-blogging, RSS, updates | 15 July 2006 | 645,750,000[285] | Open to all ages [286] | 8[287] |
| Qzone | General. In Simplified Chinese; caters for mainland China users | | 480,000,000[223][224] | Open to the general public | NA[n 3] |
| Instagram | A photo and video sharing site. | October 2010 | 300,000,000[146] | Open to anyone 13 or older | 41 |
| Sina Weibo | Social microblogging site in mainland China. | 14 August 2009 | 300,000,000[240] | Open | 28[241] |
| Habbo | General for teens. Over 31 communities worldwide. Chat room and user profiles. | August 2000 | 268,000,000[125][126][127] | Open to people 13 and older | 15,255[128] |
| VK | General, including music upload, listening and search. Popular in Russia and former Soviet republics. | September 2006 | 249,409,900[294] | Open | 38[295] |
| Tumblr | Microblogging platform and social networking website. | February 2007 | 226,950,000[283] | Open | 41[284] |
| LinkedIn | Business and professional networking | May 2003 | 200,000,000[167] | Open to people 14 and older[168] | 12[169] |

- Me elame sotsiaalses veebi keskkonnas
- Sotsiaalmeedia on sama elementaarseks, kui veebilehed
- Sotsiaalvõrgustikud on **sotsiaalplatvormid**
- See on pikaajaline investeering
- Tuleb arvestada ka võimalike kaotustega

“We are facing social media platforms rather than social networks”

WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

Main page
Contents
Featured content
Current events
Random article
Donate to Wikipedia
Wikipedia store

Interaction

Help
About Wikipedia
Community portal
Recent changes
Contact page

Tools

# Web 2.0

From Wikipedia, the free encyclopedia

**Web 2.0,** also called **Participative (or Participatory)**[1] and **Social Web**[2], refers to World Wide Web websites that emphasize user-generated content, usability (ease of use, even by non-experts), participatory culture and interoperability (this means that a website can work well with other products, systems, and devices) for end users. The term was invented by Darcy DiNucci in 1999 and popularized several years later by Tim O'Reilly and Dale Dougherty at the O'Reilly Media Web 2.0 Conference in late 2004.[3][4][5][6] Web 2.0 does not refer to an update to any technical specification, but to changes in the way Web pages are designed and used. The transition was progressive and there is no precise date on which the change occurred.[2]

A Web 2.0 website may allow users to interact and collaborate with each other in a social media dialogue as creators of user-generated

A tag cloud (a typical Web 2.0 phenomenon in itself) presenting Web 2.0 themes

Interaktiivsus

- Veebilehena
- Klientuuri koondaja
- Kliendihaldus platvorm
- Informatsiooni kanal
- Müügi platvorm
- Kontakti saamise kanal
- Video platform

Sotsiaalmeedia kasutamine

- Profiil, kommuun või lehekülg
- Disain
- Plaan, mis seal tegema hakatakse
- Järgijatega tegelemine
- Kriisi plaan
- Eesmärgiks ei ole igal pool olemas olla

# Manage all your social media in one place

From finding prospects to serving customers,
Hootsuite helps you do more with your social media.

Start Your Free 30-Day Trial

Compare Plans

Rode Luhaäär
rodevip@gmai...

Create a design

All your designs
Explore Canva 2.0 BETA
Shared with you
Create a team
Your brand
Find templates
Design School NEW

Add new folder 0/2
Trash

Upgrade

Get design inspiration

Canva has a new Privacy Policy. Learn more.

Got it

# Create a design

Use custom dimensions

Infographic

Social Media

Presentation Wi...

Poster

More...

- Järgijate saamine läbi järgimise
- Kvaliteetsed pildid
- Videote jagamine
- Hashtag'ide kasutamine
- Story'de loomine
- Live video

Instagram

- Ettevõtte kasutaja
- Hashtag
- Järgijate kogumine
- Reklaam
- Social plugins

- Ettevõtte lehekülg
- Reklaaam, sõnumite boost’imine
- Järgijate kogumine
- Gruppidesse postitamine
- Social plugins
- Rakenduste võimalus

Linkedin

- Ettevõtte lehekülg
- Reklaaam, sõnumite boost’imine
- Järgijate kogumine
- Gruppidesse postitamine
- Social plugins
- Rakenduste võimalus
- Hashtag

- Kasutajate identifitseerimine ja nende andmete kogumine
- Arendaja keskkond
- Rakendustega seotud võimalused

- Müra on suur ja mujal võid edukam olla
- Tee plaan, kuidas sa kasutajatega suhtled:

  "Sotsiaalmeedia strateegia"
- Tee ajaline plaan kui võimalik:

  "Sotsiaalmeedia kommunikatsiooni plaan"
- Reklaami eelarvet on vaja igal juhul
- Järgijate arv ei pruugi peegeldada ettevõttest huvitunud

- inimeste hulka
- Järgijatega peab midagi peale hakkama