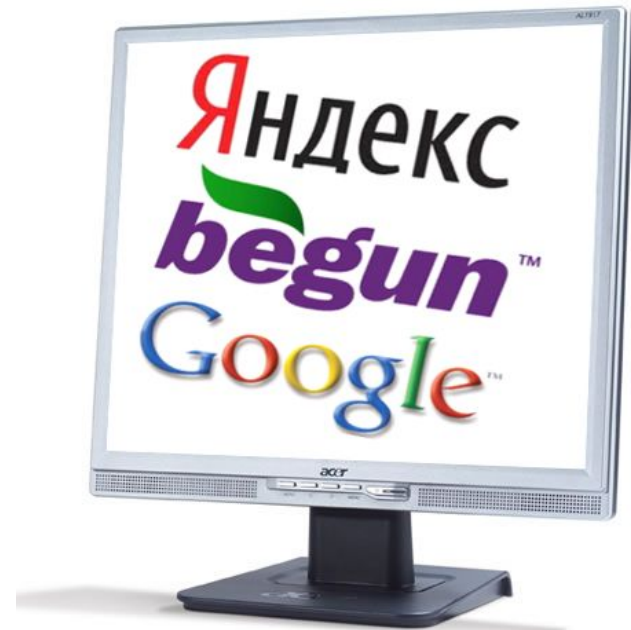


# Сладкая парочка «Контекст + TV»



# Почему мы отдаем предпочтение контексту?

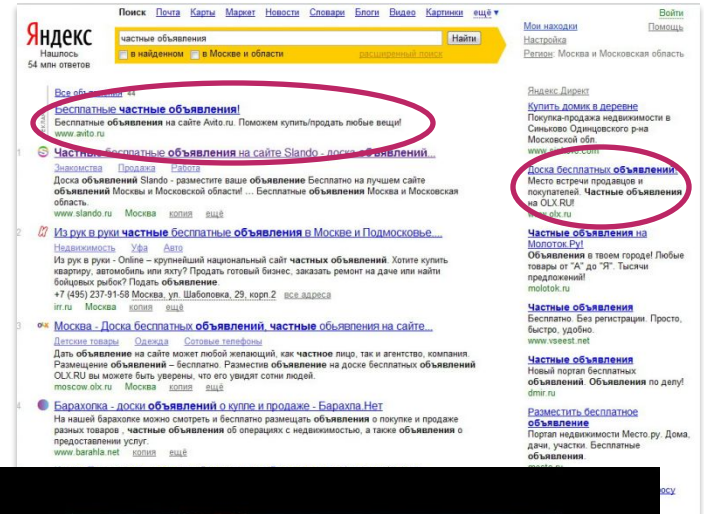
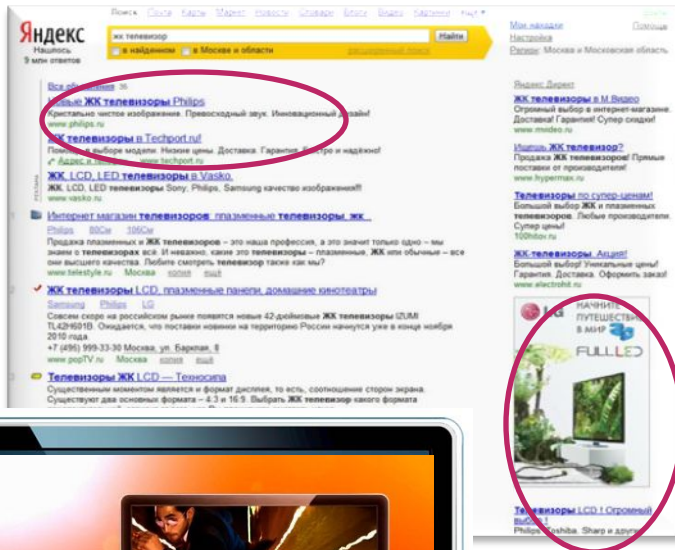


Как следствие, мы выбираем только те каналы продвижения, которые влияют на конверсию. И пренебрегаем каналами, которые дают малую конверсию.

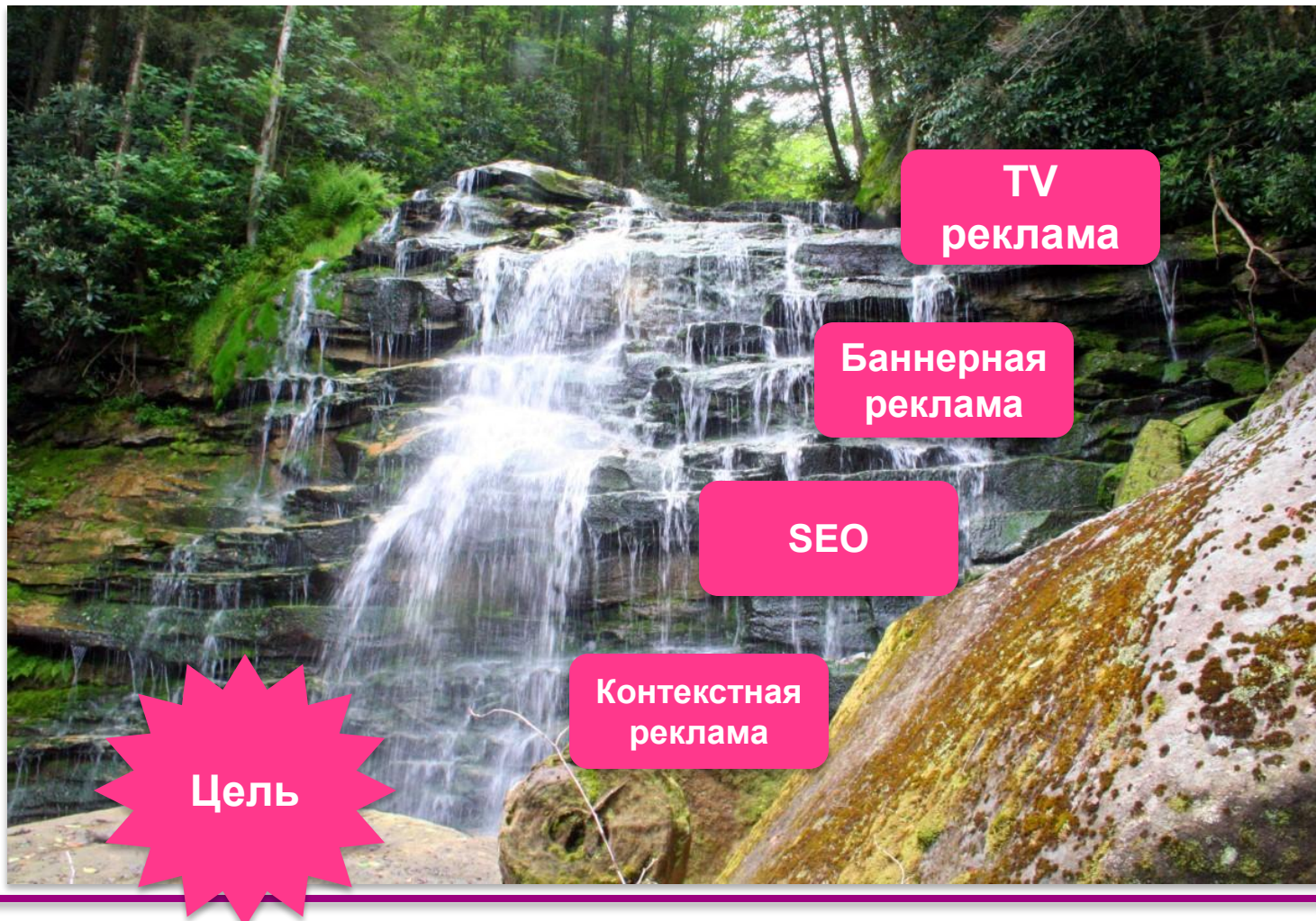
# TV vs КР: мифология



# Что происходит на самом деле



# А все потому, что...



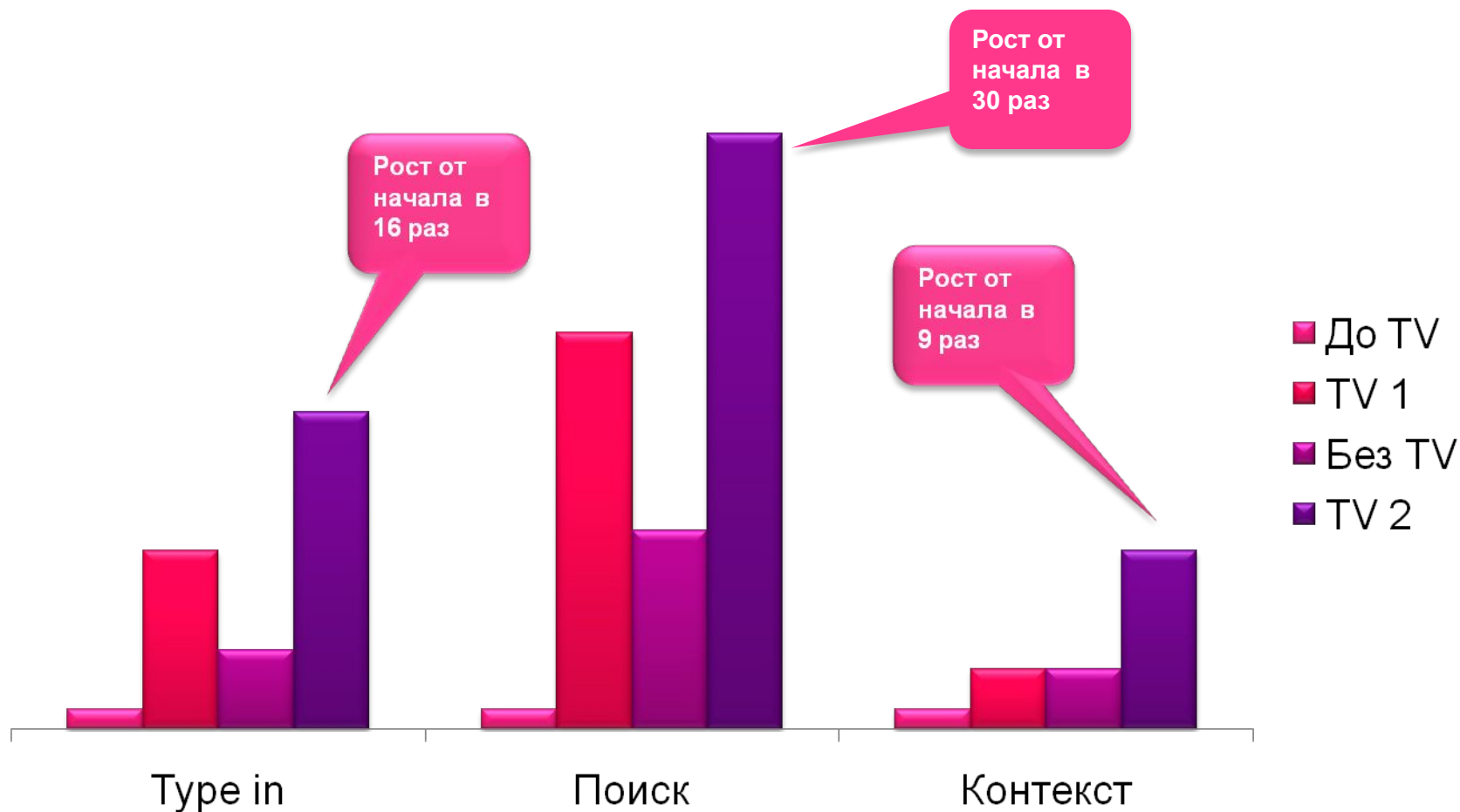
## ...я иду искать

- Следы TV рекламы в интернет статистике
  - Рост type in
  - Рост числа переходов из органической выдачи\*
  - Рост кликабельности контекстных объявлений\*

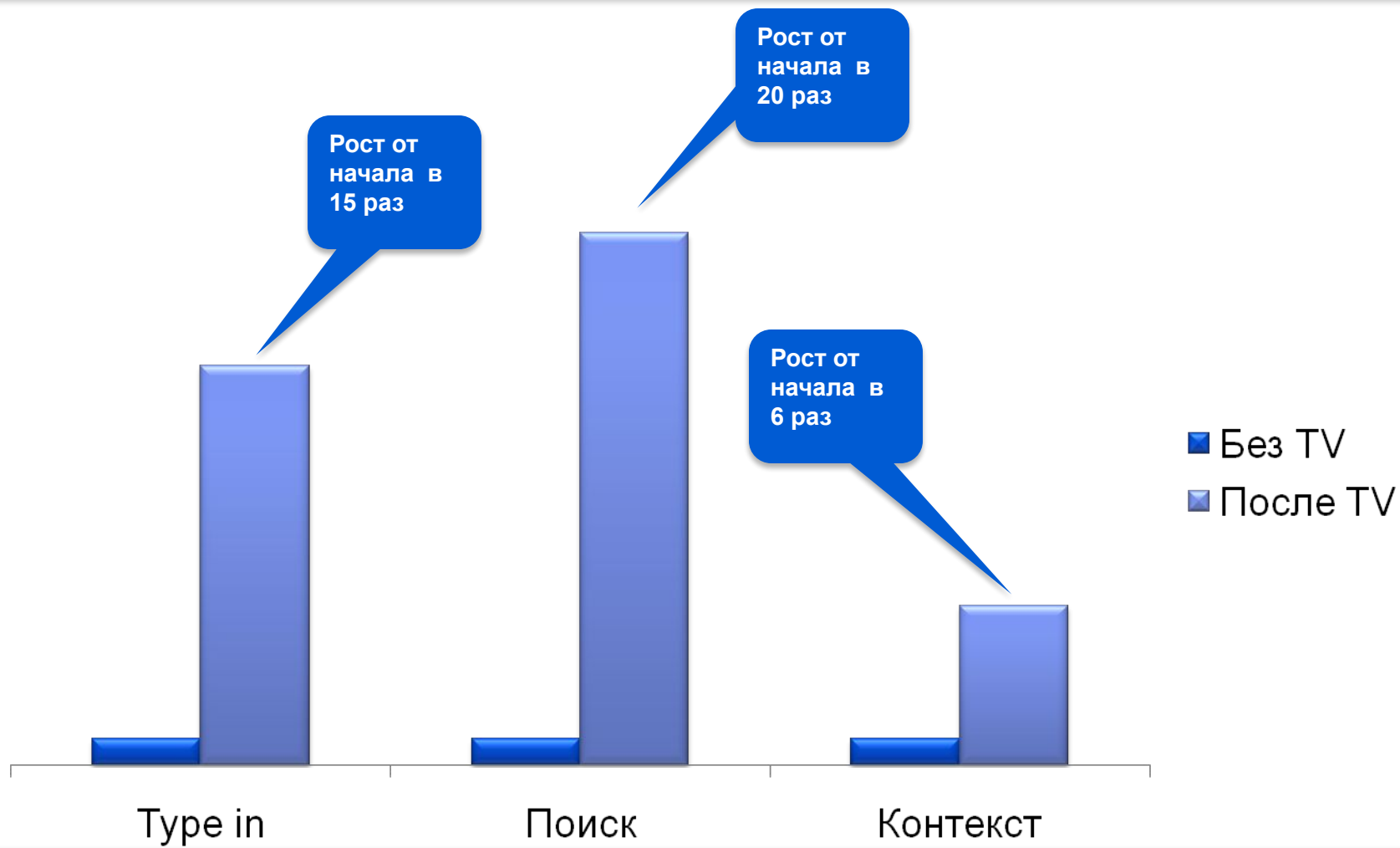


\* По словам-названиям бренда.

# Примеры. Web based бизнес.

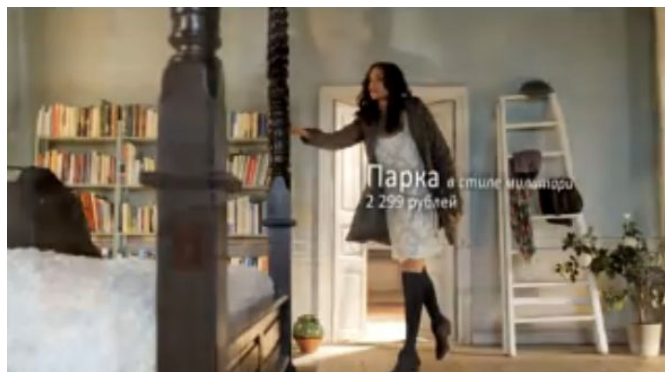


# Примеры. Магазин на диване.





# Примеры. Он лайн магазин LA REDOUTE.



Отчётный период	01.09.2010-15.09.2010
Всего посещений	13,57%
Уникальных посетителей	84,16% ↑
Просмотров страниц	91,10%
Среднее время на сайте	120,68% ↑
Показатель отказов	90,62% ↓
Средняя глубина посещения	115,51%
Конверсия	55,79% ↑
Количество заказов	93,25%

## Контакты:

Мария Черницкая  
[masha@icontext.ru](mailto:masha@icontext.ru)

+7 (499) 929-85-95  
[www.icontext.ru](http://www.icontext.ru)