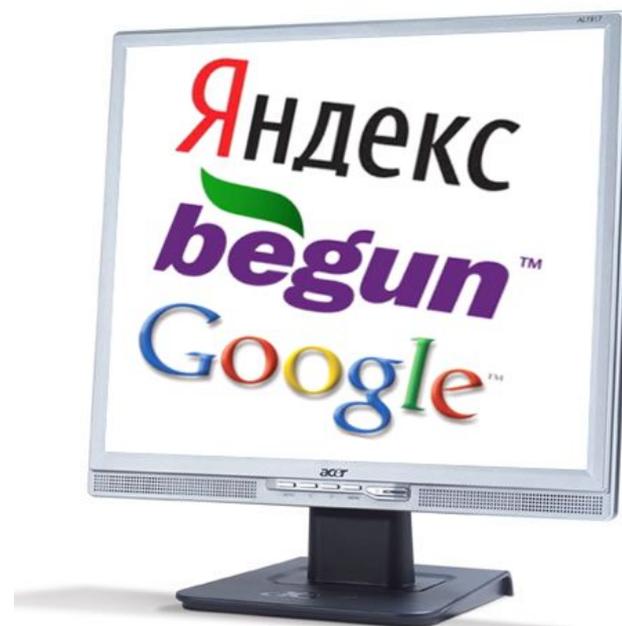


Сладкая парочка «Контекст + TV»



Почему мы отдаем предпочтение контексту?

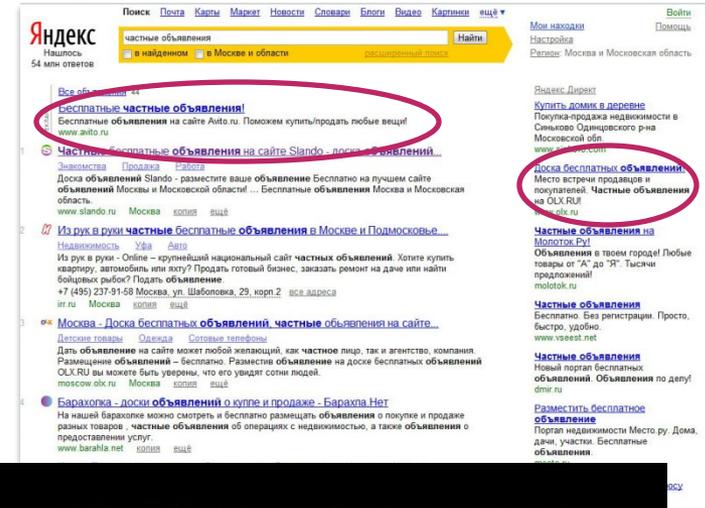
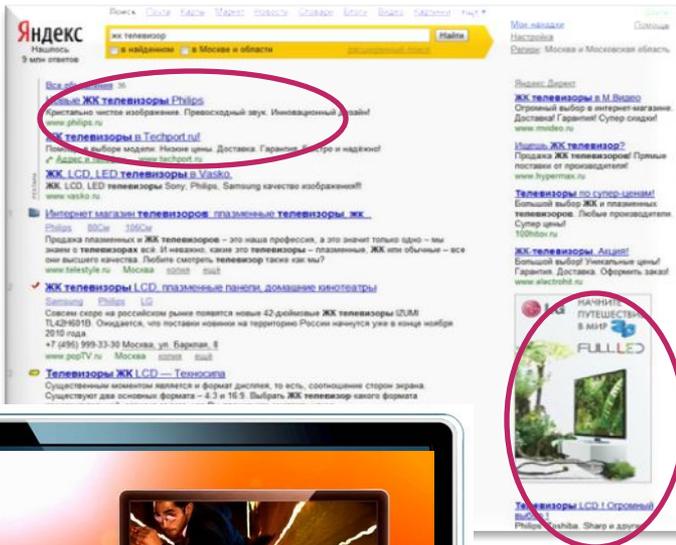


Как следствие, мы выбираем только те каналы продвижения, которые влияют на конверсию. И пренебрегаем каналами, которые дают малую конверсию.

TV vs КР: мифология



Что происходит на самом деле



А все потому, что...



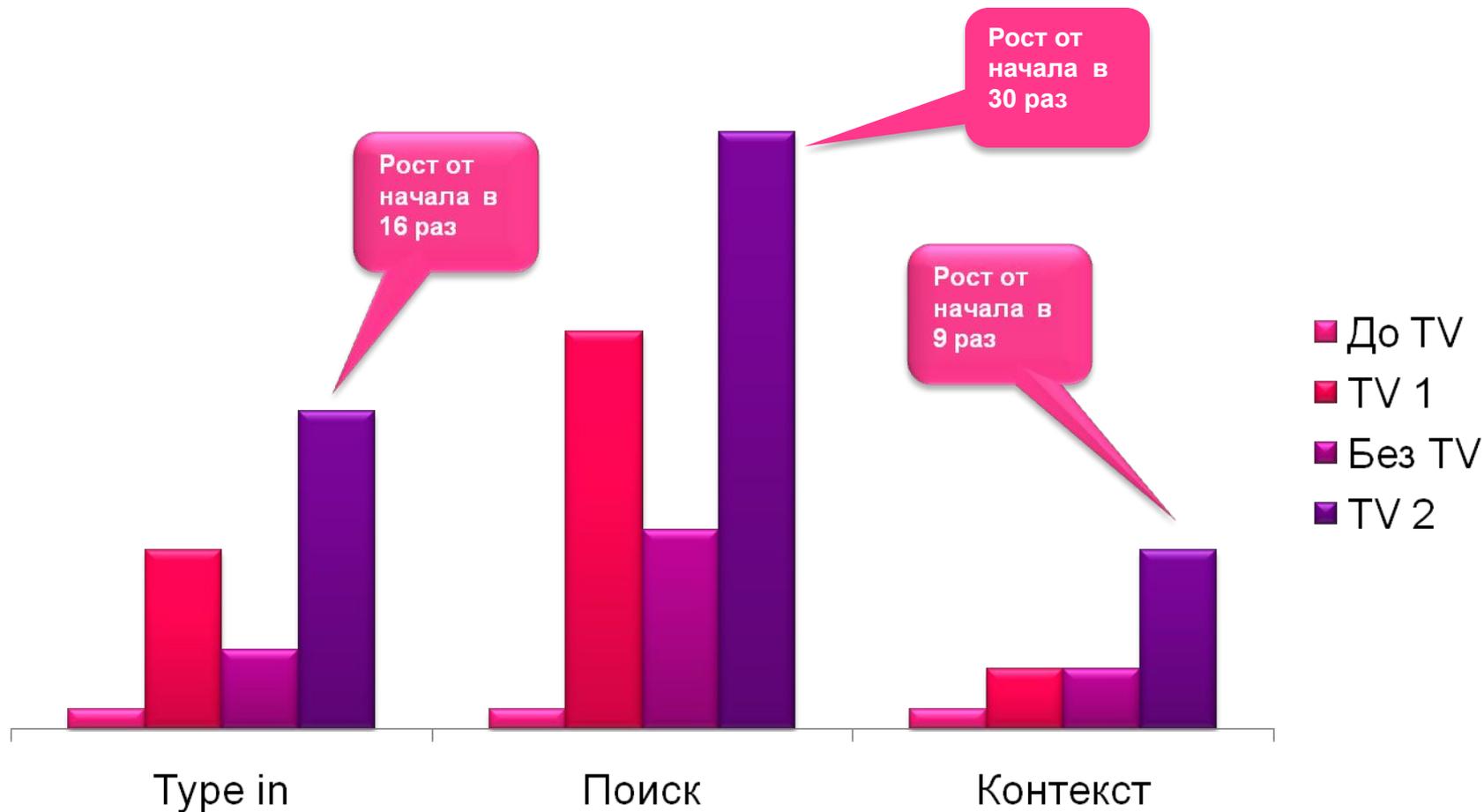
...я иду искать

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

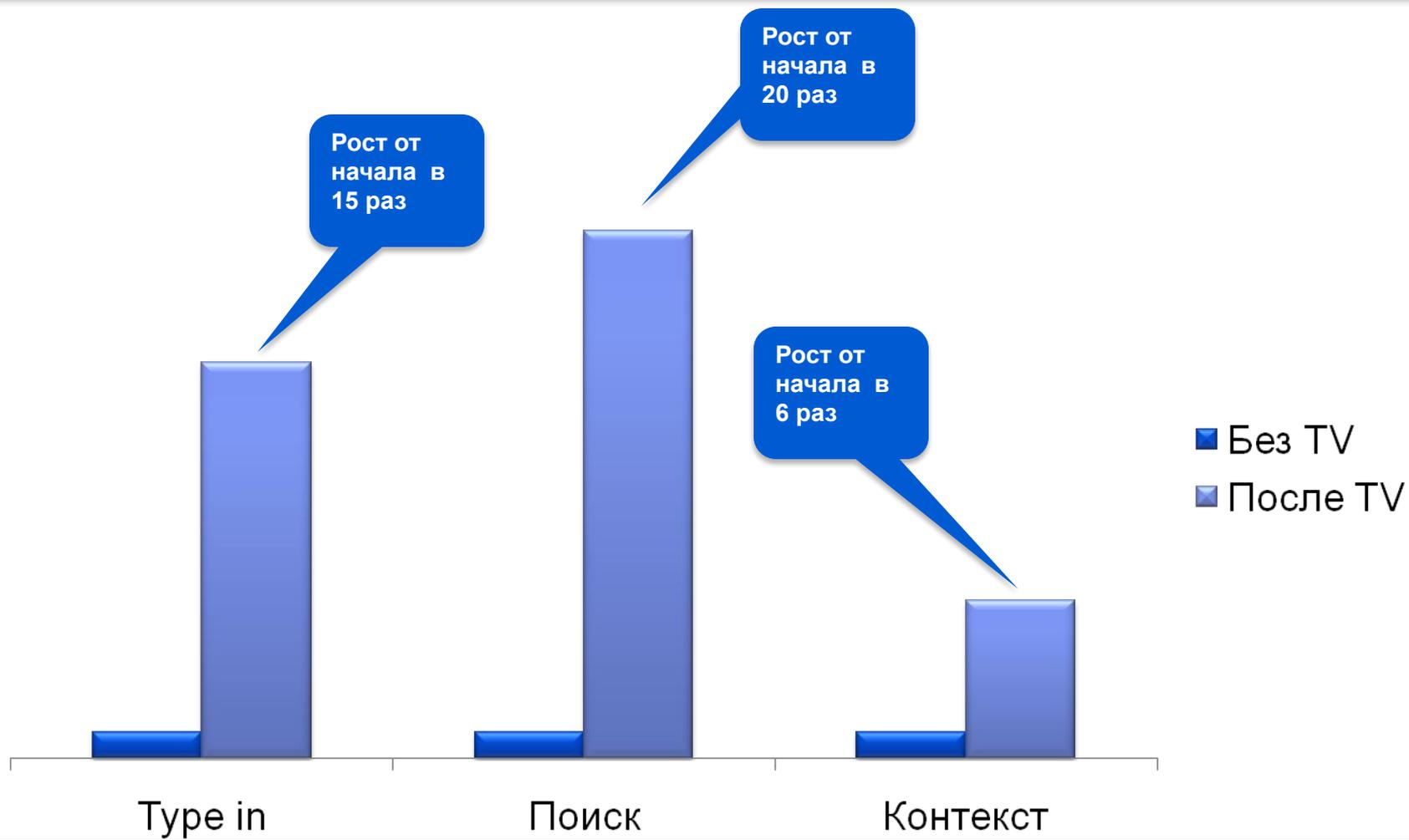


* По словам-названиям бренда.

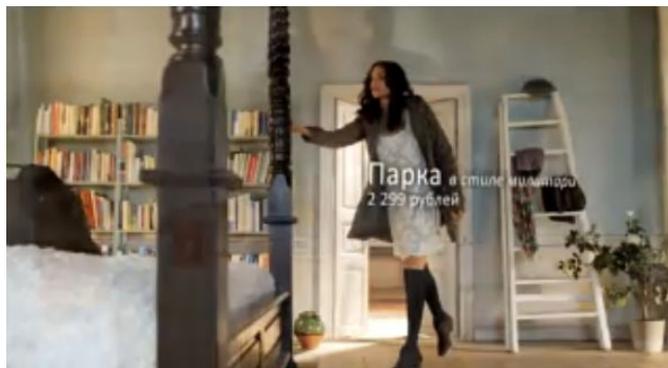
Примеры. Web based бизнес.



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

+7 (499) 929-85-95
www.icontext.ru