

Здравствуйте!

- Компания на рынке с 2000 года
- ~ 50 специалистов
- В ТОП-5 рейтинга РУНЕТ в России
- Москва центральный офис
- Вологда подразделение
- Черногория (Монтенегро) подразделение
- Екатеринбург подразделение





Сайт – Ваш инструмент бизнеса

Что нужно для того,

чтобы о вас знали в интернете?





1. Сайт как инструмент бизнеса

Как внедрить Интернет в бизнес компании?

- 1.1 Необходимые решения руководства.
- 1.2 Бизнес-план. Сайт актив или пассив?
- 1.3 Главные факторы и ответственность.





1.1 Необходимые решения руководства



▲ Цель «внедрить Интернет в работу компании» признаётся приоритетной



Ж Важность поставленной цели доводится до всех сотрудников компании



назначается руководителем проекта по внедрению Интернета в бизнес компании





1.2 Бизнес-план. Сайт – актив или пассив?

Цель на три года:

200 человек в день

180 тыс. человек за 3 года

2 % (3600 чел.) регистрации

Создание \$10К

Реклама \$1К в месяц

Ценность:

\$12 за одного человека.

Инвестиция.

Цель : создать сайт и развить.

Создание \$10К

Реклама \$1К в месяц

Что через три года? Какая цель? Какова ценность? Затрата.







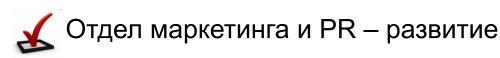
1.3 Главные факторы и ответственность.

Главные факторы при создании сайта

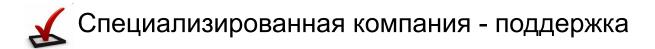




Кто за что отвечает?











2. Организация онлайн-продаж

Задача – организация продаж с сайта

Цель – эффективное использование ресурсов:









- Эффективное использование
- 2.2 Ошибки онлайн-продаж
- Юзабилити проекта
- Пример "+"
- 2.5 Пример "-"



2.1 Эффективное использование



Что мы можем?

- ✓ Документы
- ✓ Физические и юридические лица
- **✓** Поиск
- ✓ Логистика
- ✓ Финансы
- ✓ Яндекс.Маркет



Что мы НЕ можем?

- ✓ Живое общение, эмоции
- ✓ Ответы на ЛЮБЫЕ вопросы



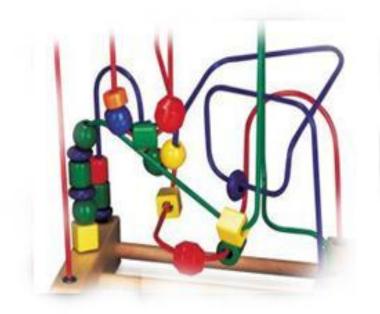
2.2 Ошибки онлайн-продаж

- ✔Показать «товар лицом»
- ✔Ваши конкурентные преимущества
- ✔Специальные акции
- ✔Новости компании
- ✓Информация о ценах
- ✓ Тексты непонятны посетителям



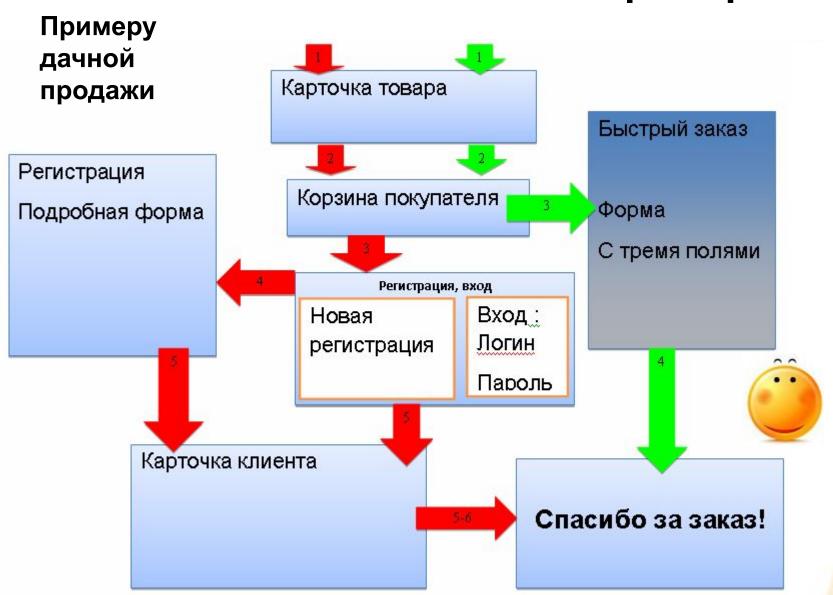
2.3 Юзабилити проекта

- ✓ Дизайн
- ✓ Предсказуемость
- ✓ Количество шагов



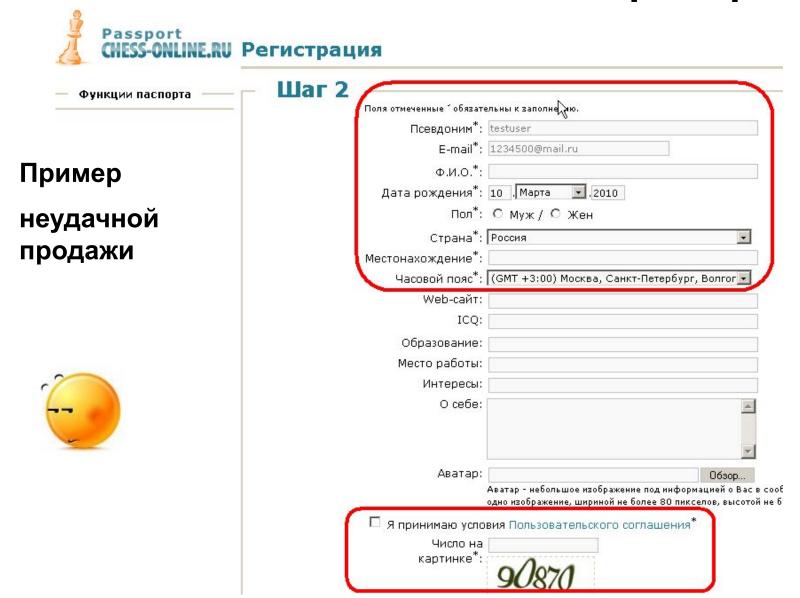


2.4 Пример "+"





2.5 Пример "-"





3. Сайт – ваш канал продаж

Алгоритм постоения интернет-канала продаж.

- ✓ Ответственное лицо
- ✔ Исполнители (НО маркетинга, развития продаж)
- ✔ Аудит, стратегия развития
- ✔ Определение показателей
- Определение правил для сотрудников, участвующих в этом канале
- План реализации





3.1 Сайт – ваш канал продаж

Четыре "П"

Product

«Жесткий» (hard product) – вещественный товар

Place

Продажи – ближе к покупателю.

- + Доступность гео и времени
- + Эффект присутствия
- + Легко получить информацию
- Доверие
- Безлюдная технология
- Способ мышления и действия

Price

Себестоимость = Стоимость производства + Величина издержек

Promotion

Место надо сделать известным

- У Регистрация, оптимизация
- **%** Партнерские программы
- ∦ PR в Интернете
- \$ Медийная реклама баннеры
- \$ Контекстная реклама



3.2 Сайт – ваш канал продаж

Как увеличить коэффициент конверсии?



Сайт

1. Просто ли найти информацию?

2. Удобно ли выбрать, купить, оплатить?

3. Есть ли доверие?



Товар/Потребитель

- 1. Готовность к покупке
- 2. Цена, доставка, номенклатура товара
- 3. Способность товара к продаже
- 4. Наличие аудитории потребителей



3.3 Сайт – ваш канал продаж

Затраты на создание \$1К \$5K, 10-20K

Ошибки:

- Нет конкретной цели ,плана, срочности
- Делегируя полномочия не делегируем ответственность
- Нет планирования средств

Плюсы и минусы платежных систем

Критерии: конфиденциальность, целостность, аутентификация, гарантия рисков, плата за транзакцию

- + Полноценный магазин со всеми атрибутами
- Значительные вложения и нехватка специалистов



Сайт – ещё один способ осуществлять продажи Быстрый, дешевый, контролируемый



