

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. Проект

2. Создание

**3. Онлайн-
продажи**

4. Оценка

**5. Обратная
связь**

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



Важность поставленной цели доводится до всех сотрудников компании



Один из ТОП менеджеров назначается руководителем проекта по внедрению Интернета в бизнес компании



+7 (495) 648-6094

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.






+7 (495) 648-6094

1.3 Главные факторы и ответственность.

Главные факторы при создании сайта

-  сроки
-  ВОЗМОЖНОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ

Кто за что отвечает?

-  Отдел маркетинга и PR – развитие
-  Отдел продаж – объёмы, заявки, звонки
-  Специализированная компания - поддержка



2. Организация онлайн-продаж

Задача – организация продаж с сайта

Цель – эффективное использование ресурсов:



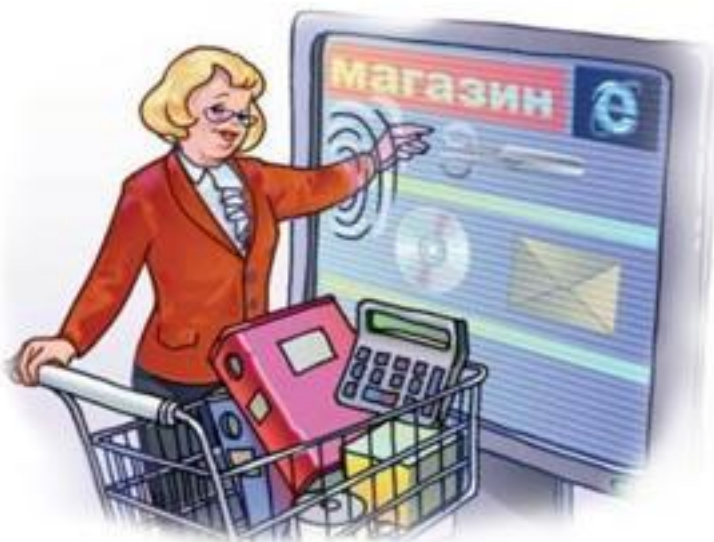
люди



финансы

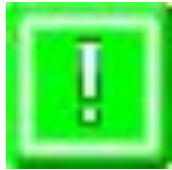


время



- 2.1 Эффективное использование
- 2.2 Ошибки онлайн-продаж
- 2.3 Юзабилити проекта
- 2.4 Пример “+”
- 2.5 Пример “-”

2.1 Эффективное использование



Что мы можем?

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

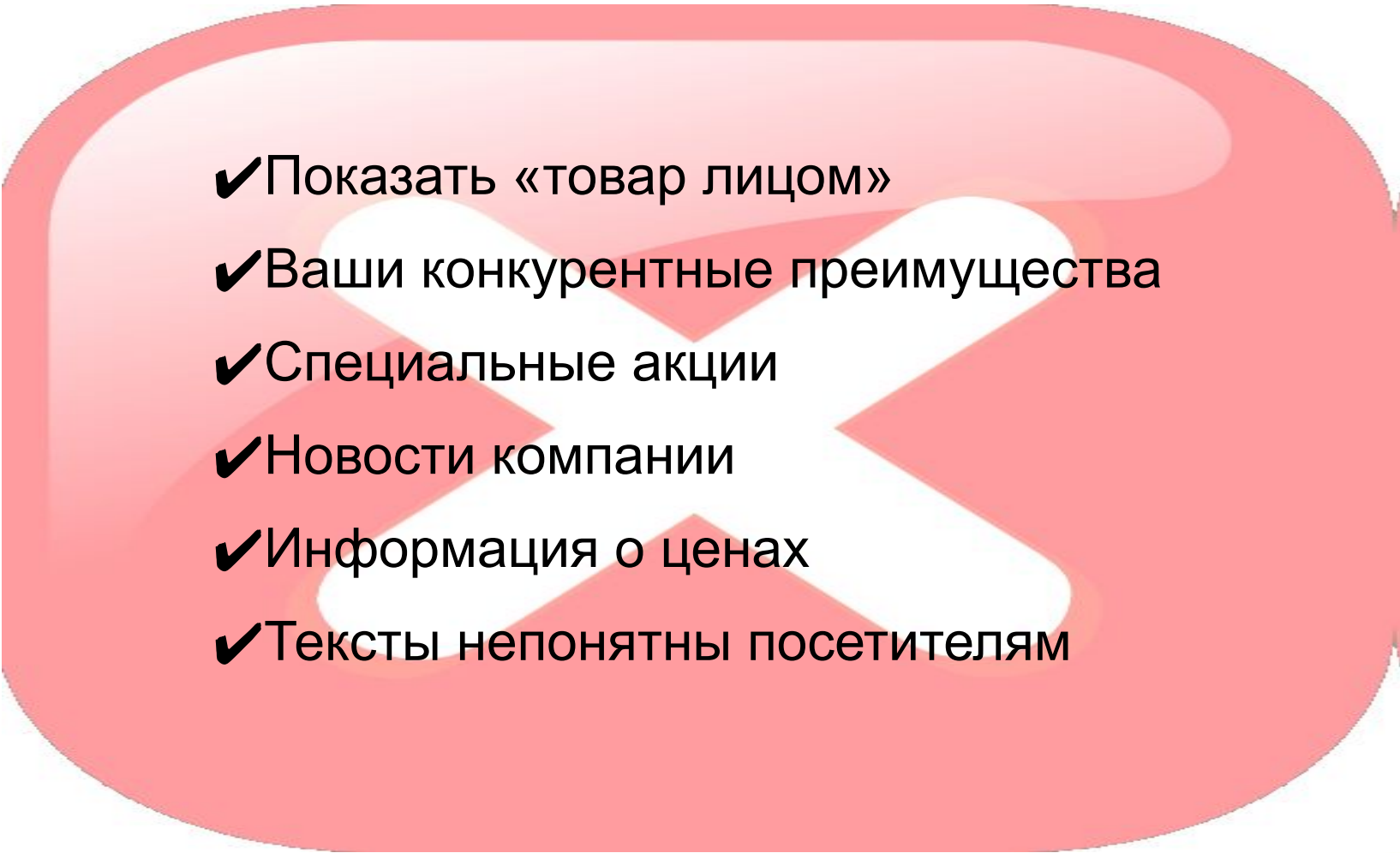


Что мы НЕ можем?

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

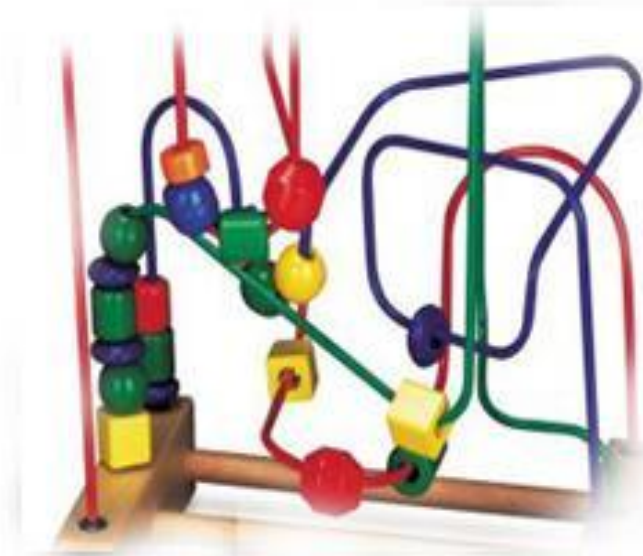


2.2 Ошибки онлайн-продаж

- 
- ✓ 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 “+”

Примеру
дачной
продажи



2.5 Пример “-”



Passport
CHESS-ONLINE.RU Регистрация

— **Функции паспорта** —

**Пример
неудачной
продажи**



Шаг 2

Поля отмеченные * обязательны к заполнению.

Псевдоним*: testuser

E-mail*: 1234500@mail.ru

Ф.И.О.*:

Дата рождения*: 10 . Марта . 2010

Пол*: Муж / Жен

Страна*: Россия

Местонахождение*:

Часовой пояс*: (GMT +3:00) Москва, Санкт-Петербург, Волгог

Web-сайт:

ICQ:

Образование:

Место работы:

Интересы:

О себе:

Аватар: Обзор...

Аватар - небольшое изображение под информацией о Вас в соот
одно изображение, шириной не более 80 пикселей, высотой не 6

Я принимаю условия [Пользовательского соглашения*](#)

Число на
картинке*:

90870

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

Price

Себестоимость =
Стоимость производства +
Величина издержек

Place

Продажи – ближе к покупателю.

- + Доступность гео и времени
- + Эффект присутствия
- + Легко получить информацию

- Доверие
- Безлюдная технология
- Способ мышления и действия

Promotion

Место надо сделать известным

- ~~/\$~~ 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

\$1K

\$ 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





trilan.ru
Новые горизонты для вашего бизнеса

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

