ABBYY®

Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций особенно важна в кризис.

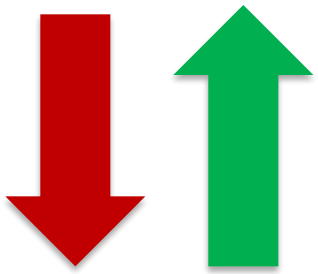
Настасья Савина
ABBYY

Кризис и маркетинговые коммуникации

Цель маркома:
обеспечить высокую прибыльность компании сейчас,
и в далекой перспективе.

Функции:

Долгосрочные цели
(дорогостоящие
построение имиджа,
брендинг,
просвещение,
имиджевая реклама,)

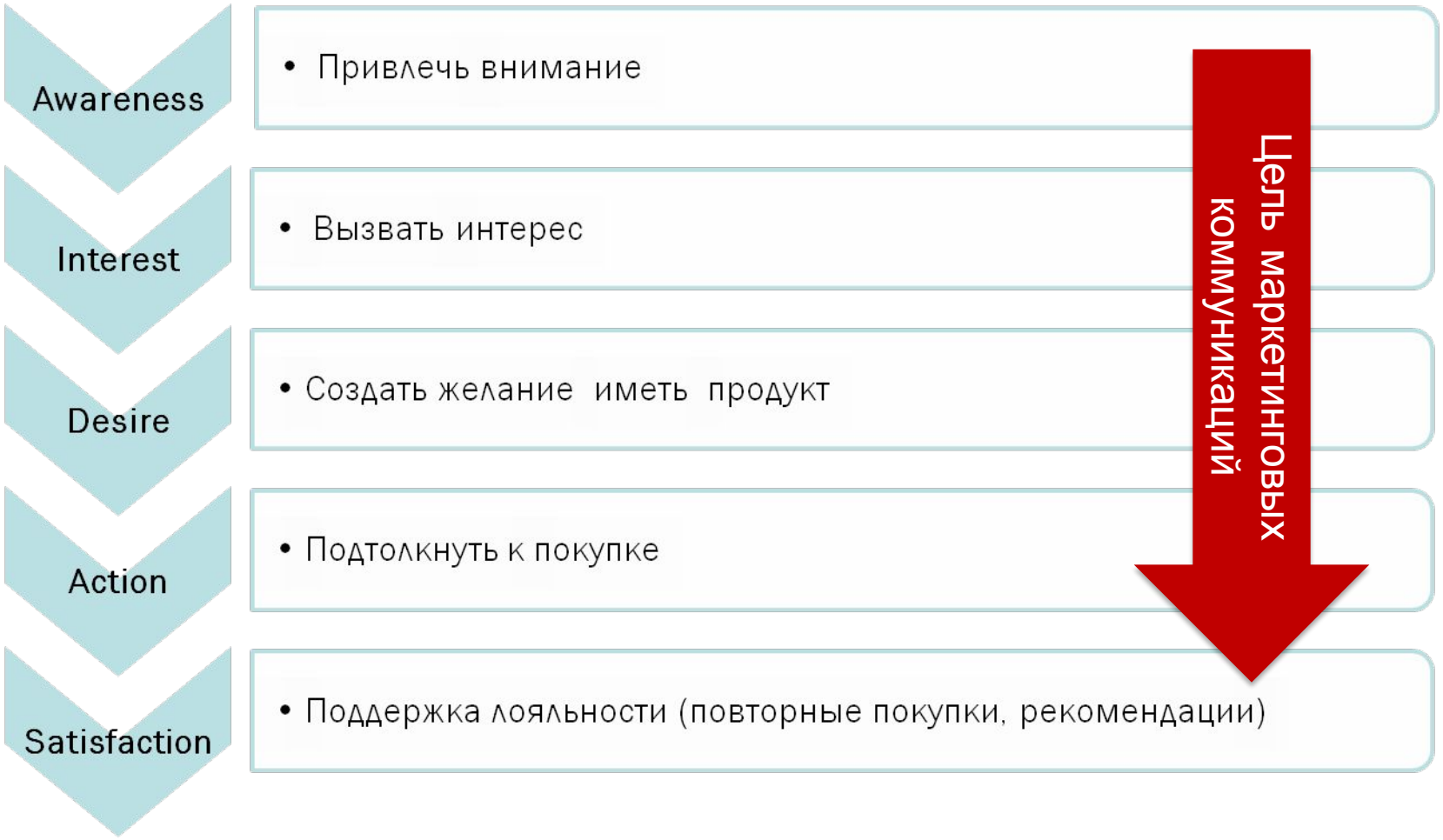


Кратко-
и среднесрочные цели
(стимулирование продаж,
информирование,
тщательное измерение
эффективности)

ABBYY®

Как оценивать эффективность коммуникаций?

AIDA(S). Воронка.



Расчет воронки AIDA(S).

Описание ЦА на опредленной стадии.	Стадия (I)	Доля перешедших на следующую стадию (II)	%% от всей ЦА (III)	Всего человек (IV)
Вся потенциальная ЦА	Base	100%	100%	1,000,000
Осведомленные о существовании продукта	Attention\ Awareness	50%	50%	500,000
Заинтересовавшиеся продуктом. Например, кликнувшие на баннер	Interest	50%	25%	250,000
Те, кто ОЧЕНЬ сильно заинтересовался , позвонил в офис с вопросом, скачал Trial-версию	Desire	50%	13%	125,000
Те, кто осуществил покупку (и не передумал).	Action	50%	6%	62,500
Те, кто остался удовлетворен продуктом и не исключает возможности приобретения его вновь в будущем. Лояльные пользователи, которые становятся евангелистами бренда.	Satisfaction	50%	3%	31,250

Воронка AIDAS

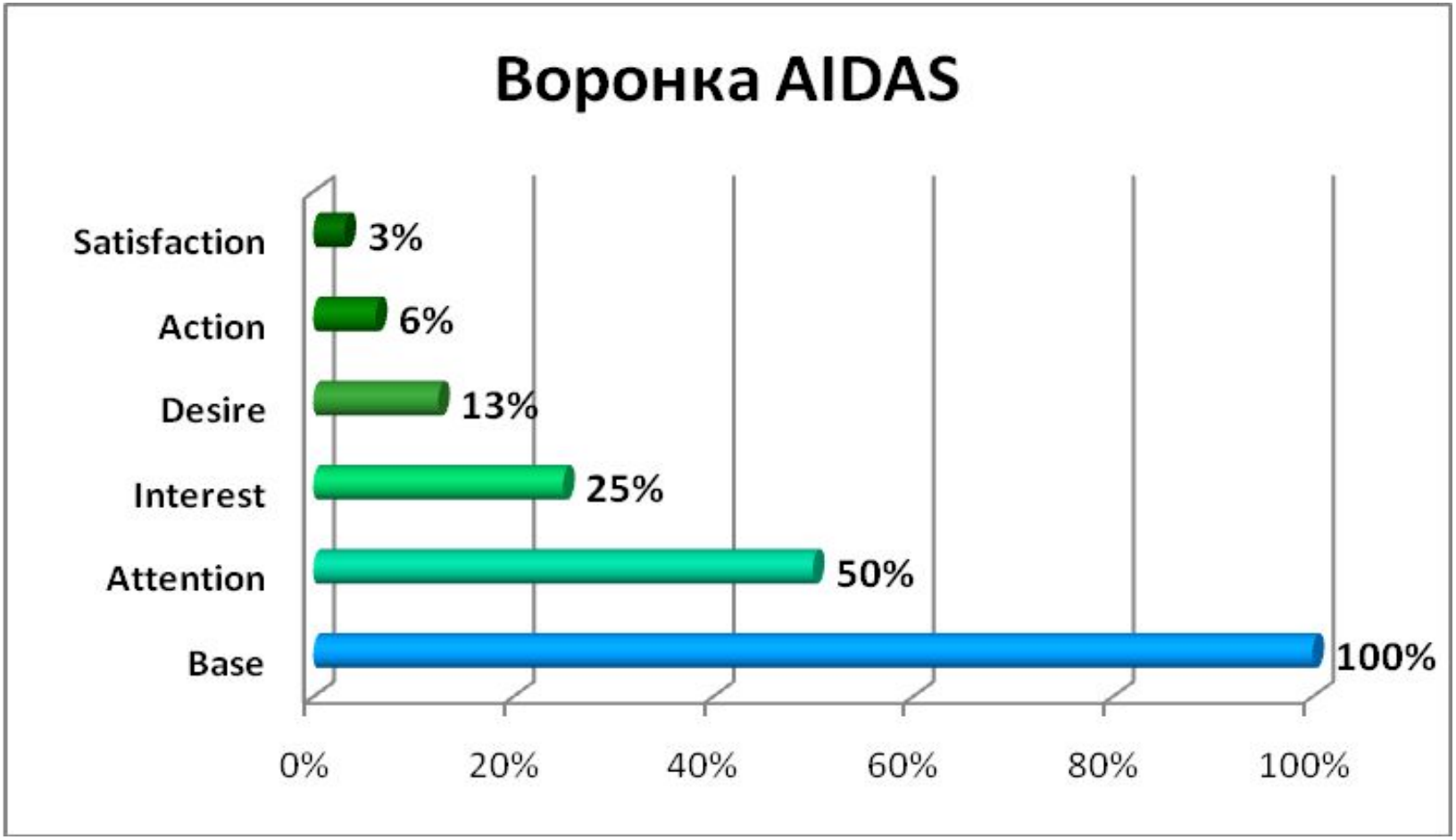


Таблица AIDA(S)

			Awareness => => =>				Interest => => =>			Desire => => =>			Action => => =>				Sat.
	Промо-акции и комментарии	Цена промо-акции	Показы/ Impressions	Осведом-ленные уникалы	Impression/ уникал	Цена О. одного уникала	Заинтере-сованные уникалы	% З	Цена З. одного уникала	Желающие уникалы	% Ж	Цена Ж одного уникала	Купившие/ заказавшие	% К	цена К.	Предель-ная цена К (маржа)	
Эталон: контекстная реклама	Контекстная реклама (январь 2008). Только Lingvo Desktop	100,000.00р.	2,500,000				50,000	2%	2.00р.	1,500	3%	66.67р.	150	10%	667р.	1,000р.	
	комментарии		количество показов, а не уникалов														
Эталон: lingvo.ru	Lingvo.ru: уникалов за Январь	0.00р.	2,000,000	500,000	4	0.00р.	500,000	100%	0.00р.	15,000	3%	0.00р.	1500	10.00%		1,000р.	
	комментарии		pageviews за декабрь (Осведомленные = заинтересованные)	Осведомленные = заинтересованные в данном случае, потому что это люди, самостоятельно пришедшие к нам на сайт.	pageview/уникала (Осведомленные = заинтересованные)			(Осведомленные = заинтересованные)		BUY - уникальные посещения lingvo.ru/buy	% посетивших lingvo.ru/buy от всех уникалов Lingvo.ru						
Реклама Polarki.RBC.ru	Страница Lingvo X3 ME + блок на месяц в разделе "Любимому"	35,000.00р.	80,000	20,000	4.00	0.57р.	5,000	25%	7.00р.	1250	25%	28р.	125		280р.	1,000р.	
Flycards	Flycards, рекламирующие Lingvo X3ME	65,000.00р.	20,000	10,000	2	6.50р.	10,000			100	1%	650р.	10		6,500р.	1,000р.	
	комментарий		количество открыток двух типов, которое было разложено по стойкам fLycards	гипотеза: один уникал берет две разных открытки			все, взявшие открытки			мы сделали уникальный адрес www.lingvo.ru/fly.							

Awareness =>Interest

			Awareness => => =>				Interest => => =>		
	Промо-акции и комментарии	Цена промо-акции	Показы/ Impressions	Осведом-ленные уникалы	Impression/ уникал	Цена О. одного уникала	Заинтере-сованные уникалы	% З	Цена З. одного уникала
Эталон: контекстная реклама	Контекстная реклама (январь 2008).	100,000.00р.	2,500,000				50,000	2%	2.00р.
	комментарии		количесвто показов, а не уникалов						
Эталон: Lingvo.ru	Lingvo.ru: уникалов за Январь	0.00р.	2,000,000	500,000	4	0.00р.	500,000	100%	0.00р.
	комментарии		pageviews за декабрь		pageview/уникала			(Осведомленные =заинтересованные)	
Podarki.RBC.ru	Страница Lingvo X3 ME	35,000.00р.	80,000	20,000	4.00	0.57р.	5,000	25%	7.00р.
Flycards	Flycards, рекламирующие Lingvo X3ME	75,000.00р.	20,000	10,000	2	7.50р.	10,000		
	комментарий		количество открыток двух типов	гипотеза: один уникал берет две разных открытки			все, взявшие открытки		

Desire => Action

			Desire => => =>			Action => => =>			
	Промо-акции и комментарии	Цена промо-акции	Желающие уникалы	% Ж	Цена Ж одного уникала	Купившие/ заказавшие	% К	цена К.	Предель-ная цена К (маржа)
Эталон: контекстная реклама	Контекстная реклама (январь 2008). Только Lingvo Desktop	100,000.00р.	1,500	3%	66.67р.	150	10%	667р.	1,000р.
	комментарии								
Эталон: Lingvo.ru	Lingvo.ru: уникалов за Январь	0.00р.	15,000	3%	0.00р.	1500	10.00%		1,000р.
	комментарии		BUY - уникальные посещения lingvo.ru/buy	% посетивших lingvo.ru/buy от всех уникалов Lingvo.ru					
Реклама Podarki.	Страница Lingvo X3 ME + блок на месяц в разделе "Любимому"	35,000.00р.	1250	25%	28р.	125		280р.	1,000р.
Flycards	Flycards, рекламирующие Lingvo X3ME	75,000.00р.	100	1%	750р.	10		7,500р.	1,000р.
	комментарий		уникальный адрес www.lingvo.ru/fly.						

ABBYY®

Каковы принципы эффективных коммуникаций?

Принципы эффективных коммуникаций

Служат цели !!!!!!!!!!!!!!!

- Тест: вам должно быть очень легко ответить на вопрос «зачем мы все это делаем, тратим деньги и силы»
- Отвечают позиционированию
- Легко сформулировать KPIs

Ориентированы на ЦА!!!!!!!

- Правильный канал коммуникации (приоритетный для ЦА)
- Правильная интонация, тон (соответствует «Личности ЦА»)

Фокусировка!!!!!

- Слава таргетингу
- Одно короткое и ясное сообщение

Принципы эффективных коммуникаций (2)

Последовательность/постоянство сообщения (=consistency)

- во времени
- во всех регионах
- во всех каналах (touchpoints)

Cross-channel синергия

- Одно сообщение из двух разных каналов действует лучше, чем два одинаковых сообщения из одного канала. Сочетайте разные каналы!

Измеримость

- Цели надо формулировать так, чтобы было понятно, как измерить успех.
- «Примерная», «субъективная» оценка лучше, чем никакая.
- Используйте много параметров (references в поисковых системах, сравнительная популярность сайта, кол-во запросов и т.д.)

Вопросы?