

А эффективен ли сайт?

Докладчик:
Ильнара Сафина
Руководитель отдела продаж Интернет - корпорации «Матрица»



Содержание

- 1. Критерии оценки эффективности**
- 2. Инструменты оценки («Веб-аналитика»)**
- 3. Истории успеха**

Критерии оценки эффективности

Еще раз - задачи продающего сайта:

- **Привлечь целевую аудиторию**
 - «Касание» - измеряем количество посетителей (сайт)
- **Превратить потенциального клиента в покупателя**
 - «Сделка» - измеряем количество продаж (сайт или CRM)
- **Ответить на вопросы потенциального клиента**
- **Вызвать доверие**



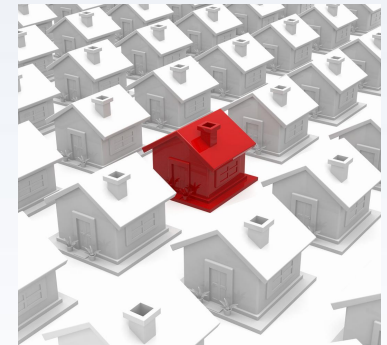
Эффективность сайта. Для чего измерять?

- Это помогает эффективно использовать ресурсы:
- Если узкое место «Касание»
 - необходимо вкладываться в контекстную рекламу SEO и продвижение бренда (Медийная реклама)
- Если узкое место «Интерес»
 - Следует пересмотреть контент и юзабилити сайта
 - Необходимо выделять отдельную телефонную линию для звонков с сайта
- Если узкое место «Сделка»
 - Проверяем и совершенствуем работу отдела продаж, внедрение CRM



Как измерить?

- Количество заказов с сайта
- Статистика посещаемости сайта
- Анализ целевой аудитории
- Рейтинги позиций сайта



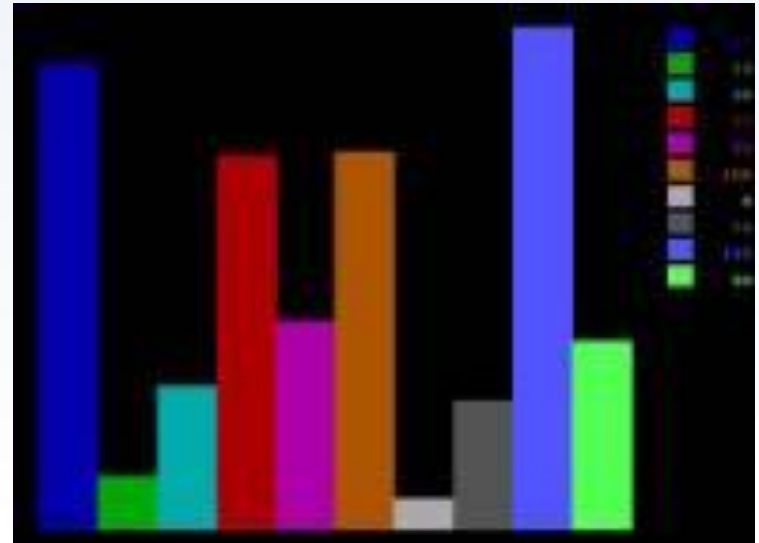
Анализ потока посетителей

- Анализ выделенных потоков:
 - Статистические данные
 - Внимание к контенту
 - Анализ событий
 - Финансовые показатели (ROI)



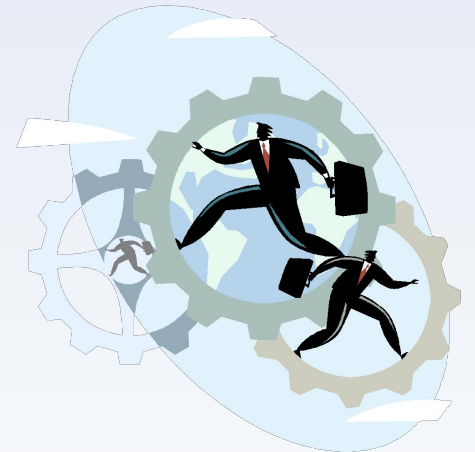
Статистические данные

- число переходов;
- число новых посетителей;
- число уникальных посетителей;
- число просмотренных страниц;
- добавление сайта в избранное;
- возвраты посетителей на сайт;
- статистика посетителей на возвратах;
- динамика потока по дням и графики.



Внимание к контенту

- посещаемость разделов и страниц
- точки входа на сайт
- точки выхода
- пути по сайту



Анализ событий

С помощью специальных счетчиков статистики возможно отследить шаги посетителя по сайту:

- скачивание файла;
- уход на покупку;
- переход по ссылке;
- клик по баннеру;
- регистрация;
- заполнение анкеты;
- сообщение в форуме.



Финансовые показатели ROI

ROI (Return on Investments) – финансовый показатель эффективности рекламной кампании, процентное соотношение прибыли и затрат.



Какую рекламу в Интернет можно анализировать?

- контекстные объявления
- медийные и медийно-контекстные баннеры
- результаты поиска в Yandex, Google, Rambler и других поисковиках



Как быть, если реклама неэффективна?

- проанализировать настройки рекламной кампании:
 - ключевые слова
 - текст объявления
 - регион показа
 - время показа и т.п.
- сменить площадку показов
- изменить баннер
- предложить специальные условия



Матрица - опыт в создании сайтов для эффективного продвижения

- Матрица на рынке создания сайтов с 2002 года
- За время существования Матрицей было создано более 350 сайтов
- Большая часть сайтов создана с целью их дальнейшего продвижения



Истории реальных эффективных рекламных кампаний на Яндекс.Директ и поисковой оптимизации

Компания ИнжеСтрой (средний бизнес) – продажа техники и услуг в области ГНБ

1. Произведено исследование рынка Интернет
2. Поставлена задача. Требуемый результат - увеличение продаж по России.
3. Организована рекламная кампании на Яндекс.Директ + Поисковая оптимизация сайта.
4. Бюджет более 100 000 рублей.

ИТОГ: Задача выполнена ! Продажи идут!



Истории реальных эффективных рекламных кампаний на Яндекс.Директ

Медицинский центр Он Клиник – предоставление медицинских услуг.

1. **Цель: увеличение пациентов медицинского центра, пришедших через сайт.**
2. **Организована рекламная кампании на Яндекс.Директ, Google Adwords и Бегун.**

ИТОГ: Задача выполнена! Приток пациентов через сайт обходится гораздо дешевле, чем через другие источники!



Эффективный сайт приносит реальную прибыль!



**Исследование рынка
Контекстная реклама
Медийная реклама
Поисковая оптимизация**



Наши контакты:

- Тел: +7 843 248 06 60
- E-mail: info@i-matrix.ru
- Адрес: г.Казань, ул. Табейкина, д.19а, офис 101
- web-сайт: www.i-matrix.ru

Есть вопросы?

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !