

**Эффективная конвертация  
посетителей сайта в  
покупателей.**





# Классификация сайтов исходя из интересов покупателя-искателя

**Объединение сайтов в 3 группы исходя из интересов посетителя:**

- 1. Не целевые интернет-ресурсы;**
- 2. Тематические новостные, информационные ресурсы;**
- 3. Специализированные сайты.**



# Классификация сайтов по типу трафика исходя из целевой аудитории рекламодателя

Различают 3 типа трафика:

1. Холодный трафик (не целевые интернет-сайты);
2. Теплый трафик (тематические новостные, информационные);
3. Горячий трафик [www.IRR.Ru](http://www.IRR.Ru) (Специализированные сайты);



# Важные показатели для оценки эффективности размещения рекламы на сайте

## Показатели оценки эффективности\*:

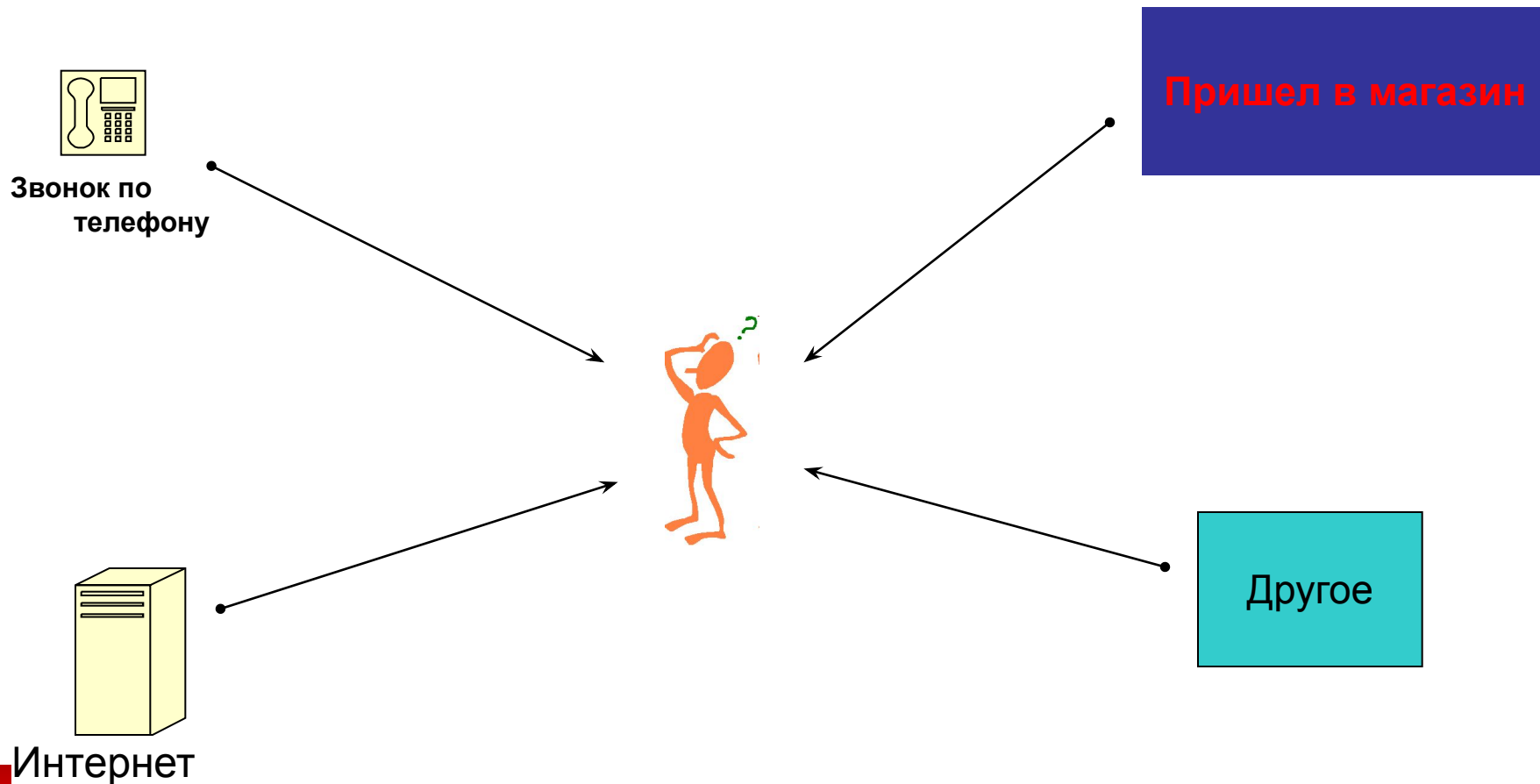
1. Количество показов рекламы, оценка стоимости за 1000 показов (СРТ);
2. Количество кликов на рекламу, оценка стоимости за клик (СРС);
3. Количество обращений к продавцу (обращения через интернет, телефон);
4. Количество покупателей.

## Дополнительно:

*Оценка количества осуществления необходимых действий (регистрация на сайте, распечатать купон и др.)*

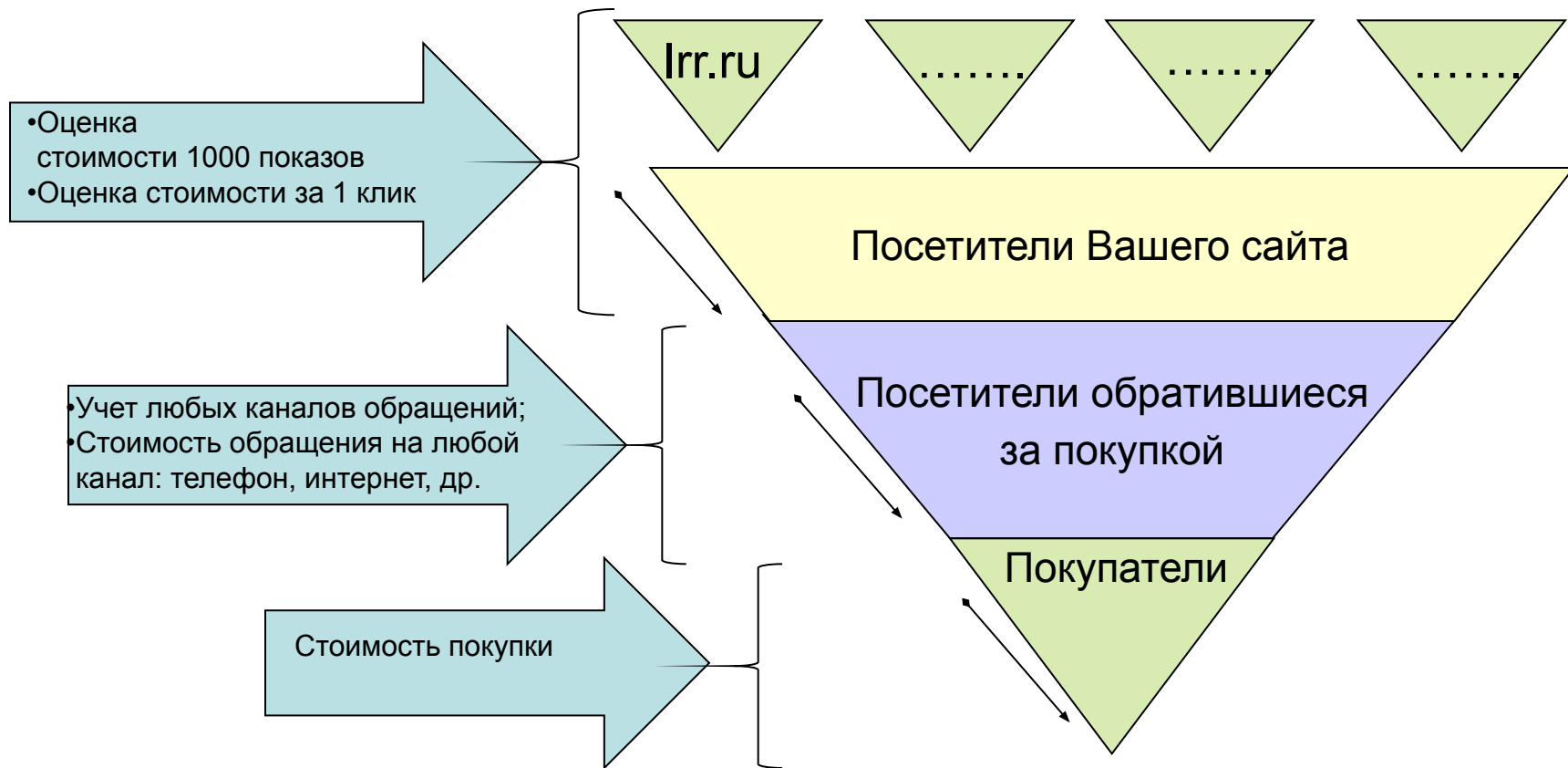
\*данный список не является окончательным

# Наладить учет всех каналов обращений клиентов и главного вопроса «Откуда вы узнали о нас?»



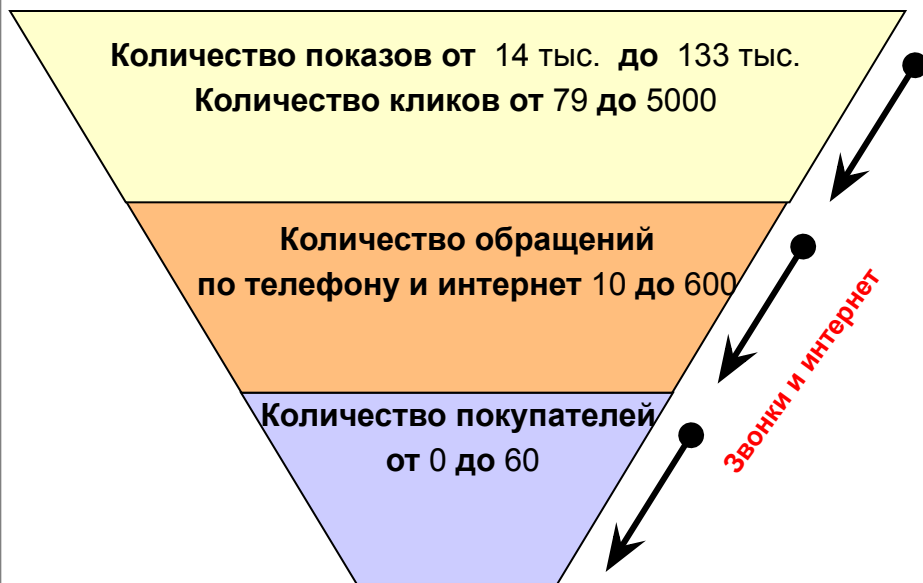
# Этапы применения показателей для оценки эффективности размещения рекламы на сайте

Вся аудитория, которая увидит Вашу рекламу

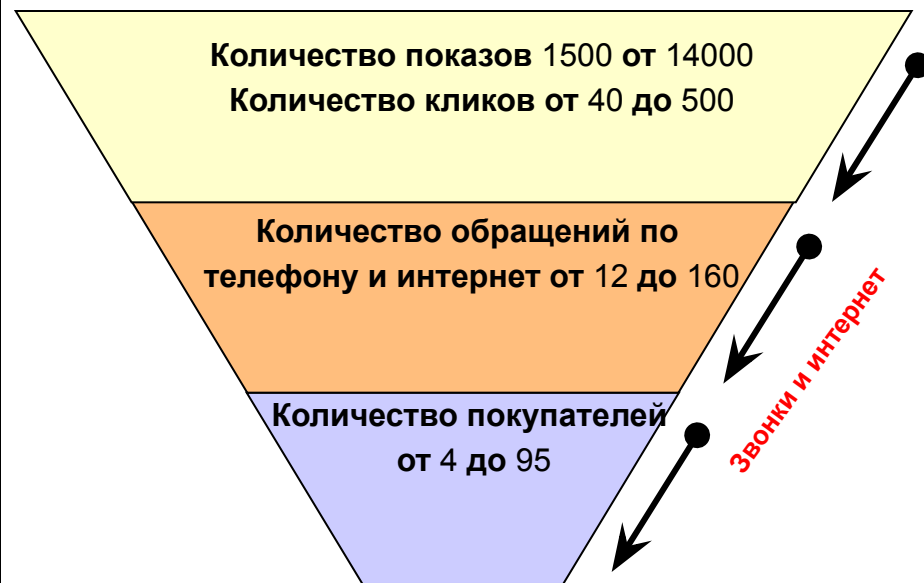


# Сравнение натуральных показателей эффективности сайтов с теплым и горячим трафиком

## Тёплый трафик



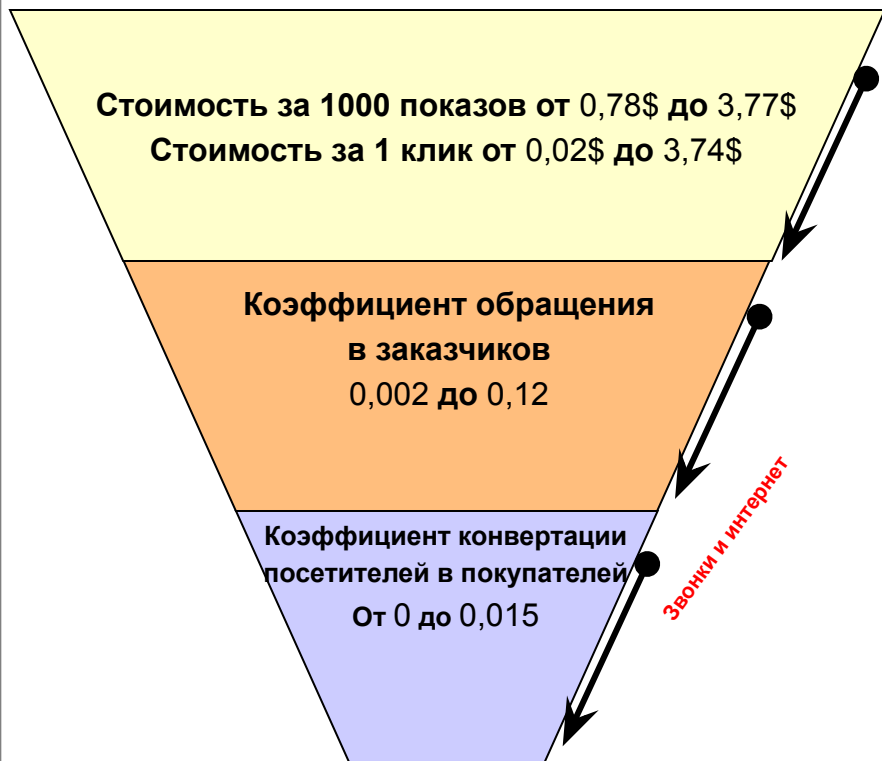
## Горячий трафик





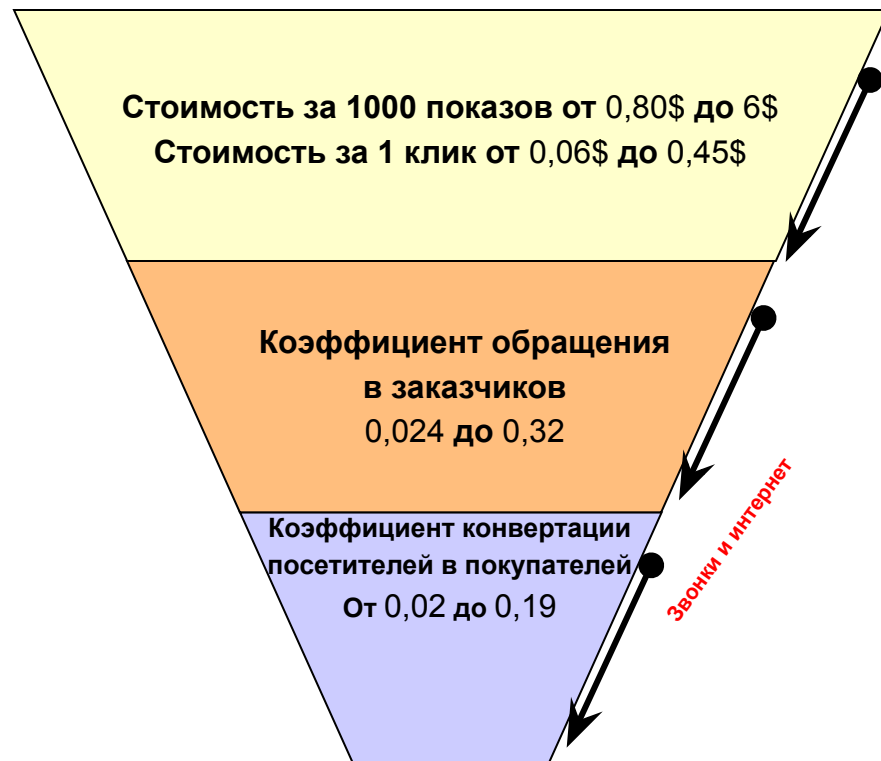
# Сравнение показателей эффективности сайтов с теплым и горячим трафиком

## Тёплый трафик



Стоимость привлечения одного покупателя  
 $4500\$/880 = 5,11\$\text{}$

## Горячий трафик



Стоимость привлечения одного покупателя  
 $2200\$/1100 = 2\$\text{}$

**Спасибо за внимание!**

