

**Эффективная конвертация
посетителей сайта в
покупателей.**

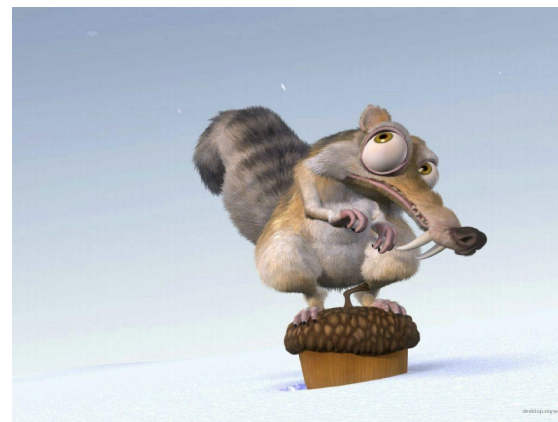




Классификация сайтов исходя из интересов покупателя-искателя

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 (Специализированные сайты);



Важные показатели для оценки эффективности размещения рекламы на сайте

Показатели оценки эффективности*:

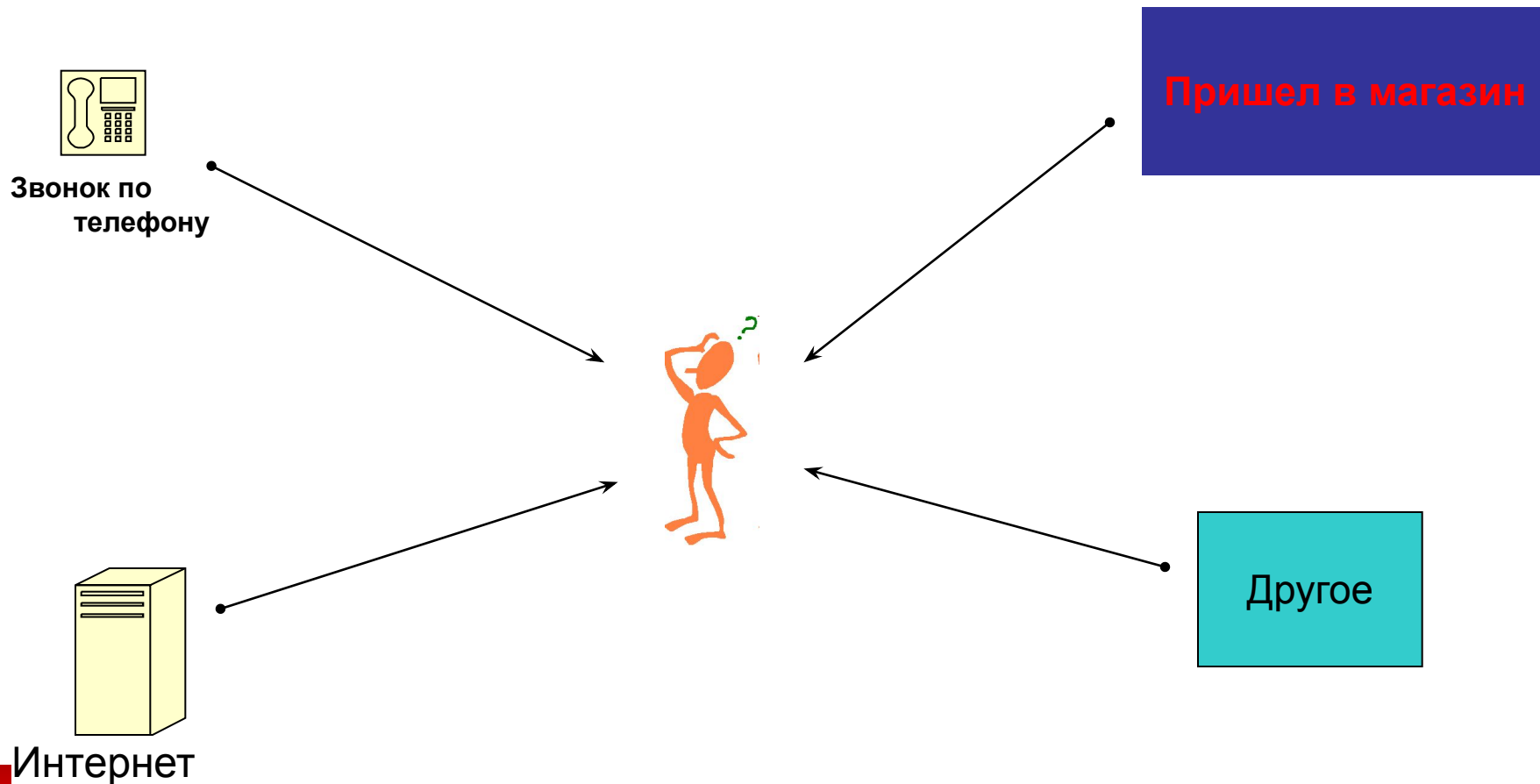
1. Количество показов рекламы, оценка стоимости за 1000 показов (СРТ);
2. Количество кликов на рекламу, оценка стоимости за клик (СРС);
3. Количество обращений к продавцу (обращения через интернет, телефон);
4. Количество покупателей.

Дополнительно:

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

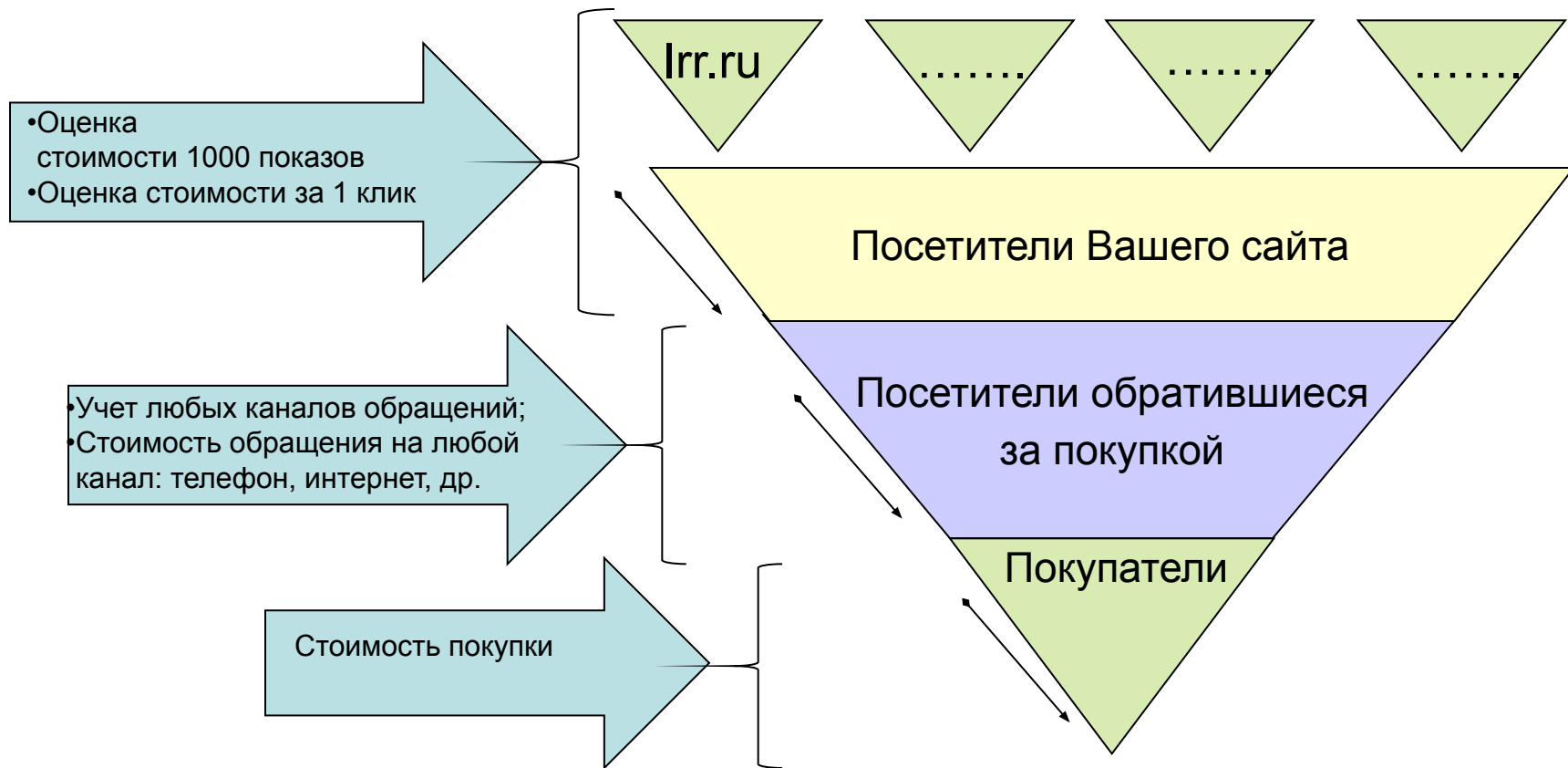
*данный список не является окончательным

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



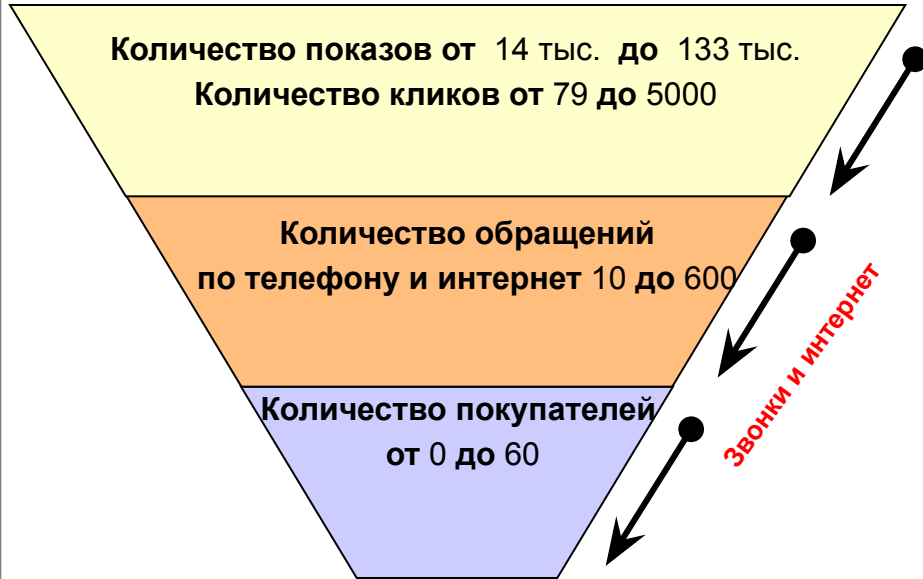
Этапы применения показателей для оценки эффективности размещения рекламы на сайте

Вся аудитория, которая увидит Вашу рекламу

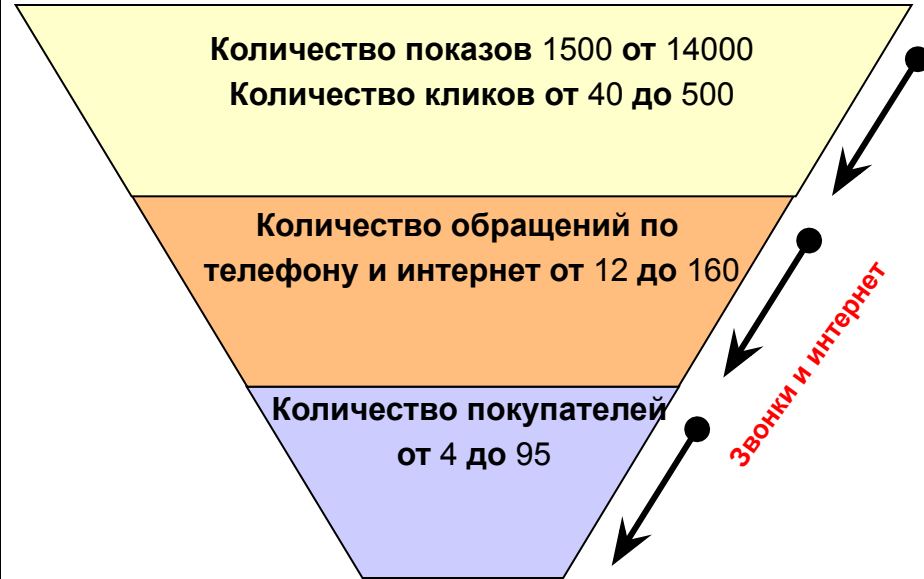


Сравнение натуральных показателей эффективности сайтов с теплым и горячим трафиком

Тёплый трафик

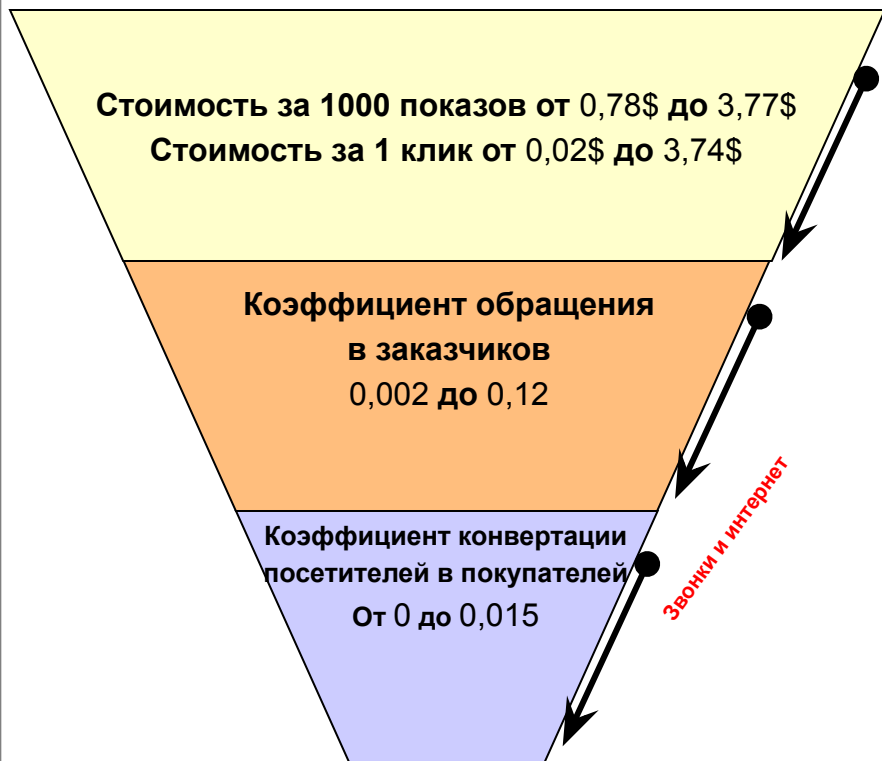


Горячий трафик



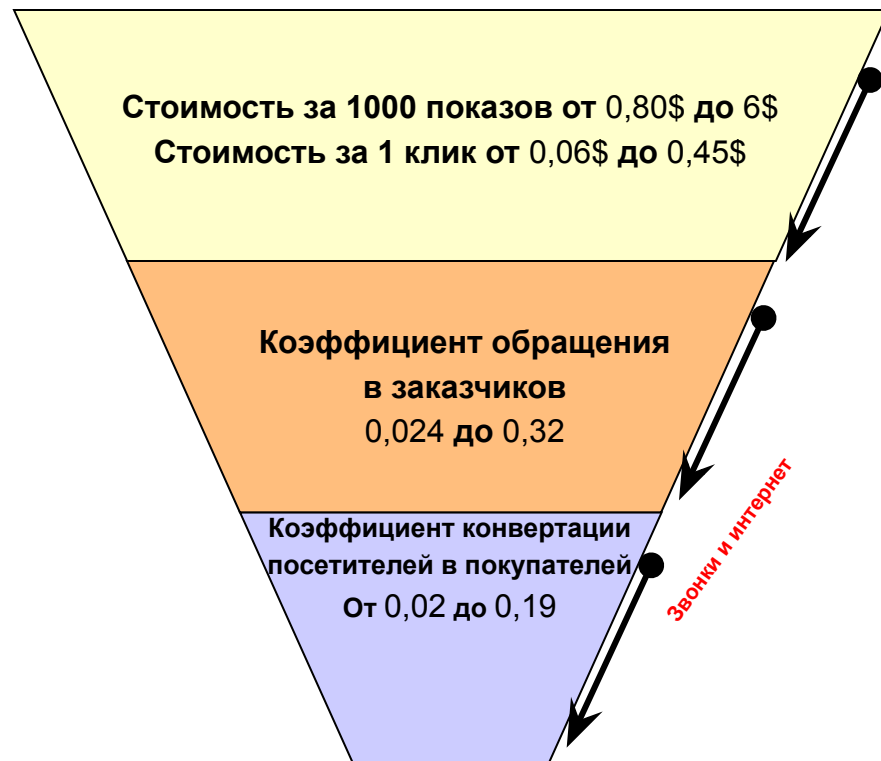
Сравнение показателей эффективности сайтов с теплым и горячим трафиком

Тёплый трафик



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

Горячий трафик



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

Спасибо за внимание!

