

# Оценка эффективности рекламы путем учета ВХОДЯЩИХ ЗВОНКОВ: кейсы

Щербань Виктор

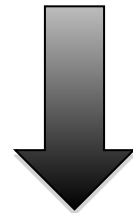
[iStat.com.ua](http://iStat.com.ua)

*«Я точно знаю, что половина моих рекламных денег тратится впустую, вот только не знаю - какая»*

*) Джон Вандермейкер*

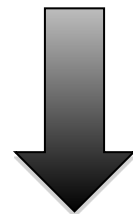
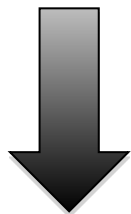
*(с*

Клиенты



Корзина

Телефон



Google Analytics



# Никакой корреляции

Источник или канал	Посещения ↓	Число страниц за посещение	Ср. продолж. посещ.	Новые посещения, %	Показатель отказов
<input type="checkbox"/> 1. <a href="#">google / organic</a>	12 848	1,79	00:01:13	72,29 %	78,21 %
<input type="checkbox"/> 2. <a href="#">hotline.ua / referral</a>	10 451	2,38	00:02:15	58,52 %	61,98 %
<input type="checkbox"/> 3. <a href="#">yandex / organic</a>	10 218	1,62	00:01:03	78,99 %	80,15 %
<input type="checkbox"/> 4. <a href="#">(direct) / (none)</a>	4 020	3,22	00:02:40	59,78 %	59,10 %
<input type="checkbox"/> 5. <a href="#">technoportal / pricelist</a>	1 684	2,11	00:01:31	71,50 %	68,65 %

Звонк  
и

?

?

?

?

?

# Используем iStat – счетчик

## ЗВОНКОВ

Принцип работы – подмена номера

AdWords  
111-11-11



Organic  
222-22-22



Яндекс.  
Директ  
333-33-33



**Call-центр продавца**

# Статистика по звонкам

№	Реклама	Звонков	Принято	Пропущено	Стоимость клика	Переходы	Конверсия	Стоимость звонка
1	Hotline	83	77	6	х.хх	1174	7.07%	16.01
2	TechnoPortal	31	31	0	х.хх	504	6.15%	22.44
3	Price.ua	28	27	1	х.хх	628	4.46%	20.70
4	AdWords	23	23	0	х.хх	280	8.21%	10.47
5	Vcene	18	18	0	х.хх	747	2.41%	35.27
6	Nadavi	10	9	1	х.хх	283	3.53%	45.91
7	Ava.ua	9	9	0	х.хх	285	3.16%	58.90
8	Mobila.ua	7	7	0	х.хх	103	6.80%	13.83
9	E-Torg	4	4	0	х.хх	220	1.82%	42.35

$$\text{Конверсия} = \frac{\text{Количество платных переходов с рекламы}}{\text{Количество принятых звонков}}$$

# Кейс №1

Продажа торгового  
оборудования, Москва

№	Реклама	Звонков	Принято	Пропущено	Стоимость клика	Переходы	Конверсия	Стоимость звонка
1	Директ	193	192	1	0.12	6779	2.85%	4.24
2	AdWords	180	180	0	0.15	2640	6.82%	2.20

# Кейс №2

## Интернет магазин электроники

Категория	31.01-6.02	07.02-13.02	20.02-26.02
Звонков	912	1384	1086
Заказов с сайта	543	549	412
Сумма действий	1465	1933	1498
Стоимость	72845 грн	55033 грн	41727 грн
Стоимость 1 действия	51,5 грн	32 грн	27 грн



# Кейс №2

## Интернет магазин электроники

Категория	31.01-6.02	07.02-13.02	20.02-26.02
Звонков	912	1384	1086
Заказов с сайта	543	549	412
Сумма действий	1465	1933	1498
Стоимость	72845 грн	55033 грн	41727 грн
Стоимость 1 действия	51,5 грн	32 грн	27 грн

# Кейс №2

Интернет магазин электроники

## Работа с AdWords, начало

<b>Звонков</b>	<b>49</b>
Заказов с сайта	94
Сумма действий	143
Стоимость	32 133 грн
Стоимость 1 действия	224,7 грн
Стоимость звонка	655 грн

Сейчас – стоимость одного звонка около **50 грн**

# Кейс №2

Интернет магазин электроники

Nadavi, период с 4 апреля по 8 апреля

---

<b>Звонков</b>	<b>18</b>
Заказов с сайта	2
Заказов всего	4
Стоимость рекламы	5411 грн
Стоимость заказа	1352 грн

---

# Выводы

- Считать звонки можно и нужно
- Отключайте неэффективные рекламы
- Освободившиеся бюджеты –  
используйте для экспериментов с  
новыми рекламами