

# ОНЛАЙН: С ЧЕГО НАЧАТЬ?



mputochki

Студия «Три Точки»  
Графический дизайн | Интернет | Мультимедиа

[www.3dots.ru](http://www.3dots.ru)



# БАНАЛЬНАЯ ФОРМУЛА БИЗНЕСА

Любой предприниматель прогнозирует, сколько денег нужно заработать, чтобы покрыть расходы и получить прибыль.

*Бизнес 1:*

Доходы – расходы = прибыль  
N руб.      N руб.      N руб.

*Бизнес 2:*

Доходы – расходы = прибыль  
N руб.      N руб.      N руб.

*Бизнес 3:*

Доходы – расходы = прибыль  
N руб.      N руб.      N руб.

Общий фин.  
результат =  
N руб.

# БАНАЛЬНАЯ ФОРМУЛА ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ

Тот же принцип относится к интернет-продвижению, будь то интернет-магазин или промо оффлайн бренда. Переформулируем:

## *Рекламный канал 1:*

Доходы – расходы = прибыль  
N руб.      N руб.      N руб.

## *Рекламный канал 2:*

Доходы – расходы = прибыль  
N руб.      N руб.      N руб.

## *Рекламный канал 3:*

Доходы – расходы = прибыль  
N руб.      N руб.      N руб.

Эффективность  
интернет-  
продвижения=  
N руб.



# ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ – ПРАКТИКА «ОТ БЮДЖЕТА»

Бюджеты на разработку сайта и продвижение зачастую:

- а) рассчитываются отдельно, без связи друг с другом;
- б) планируются не от задач, а по принципу «сколько могу».

**При таком неправильном подходе сложно найти ответы на правильные вопросы...**

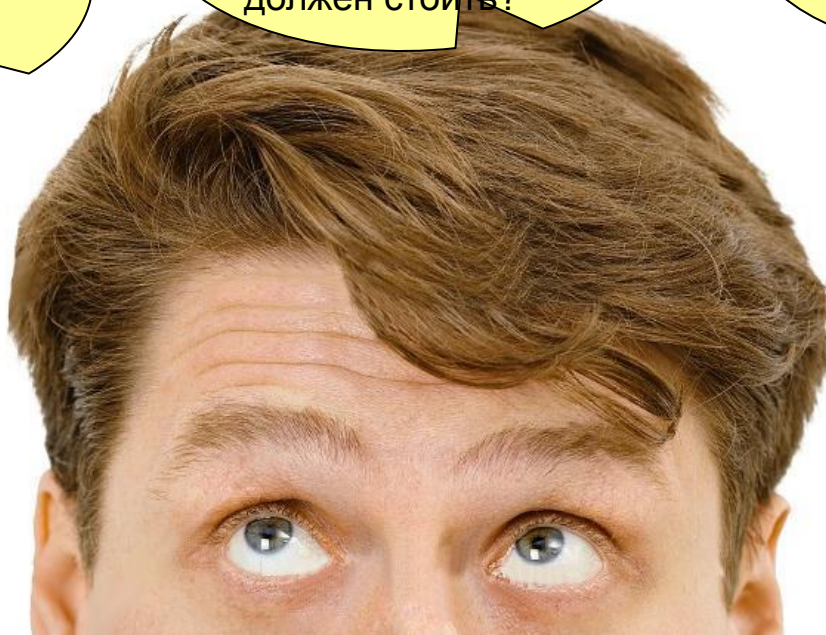
Где и почему я теряю клиентов?

Сколько стоит реальный клиент? Сколько должен стоить?

Какой вид рекламы мне подходит?

Можно ли и как снизить стоимость привлечения клиента?

Достаточен ли охват целевой аудитории?





## БУДЬТЕ КОНКРЕТНЫ! ДУМАЙТЕ В ЦИФРАХ!

**KPI (key performance indicator)** - система оценки, которая помогает организации определить достижение стратегических и тактических (операционных) целей. KPI — это инструмент измерения поставленных целей. Отрицательный KPI (при измерении в %) сигнализирует о наличии проблемы.

Цели и KPI могут различаться на разных этапах! Например,

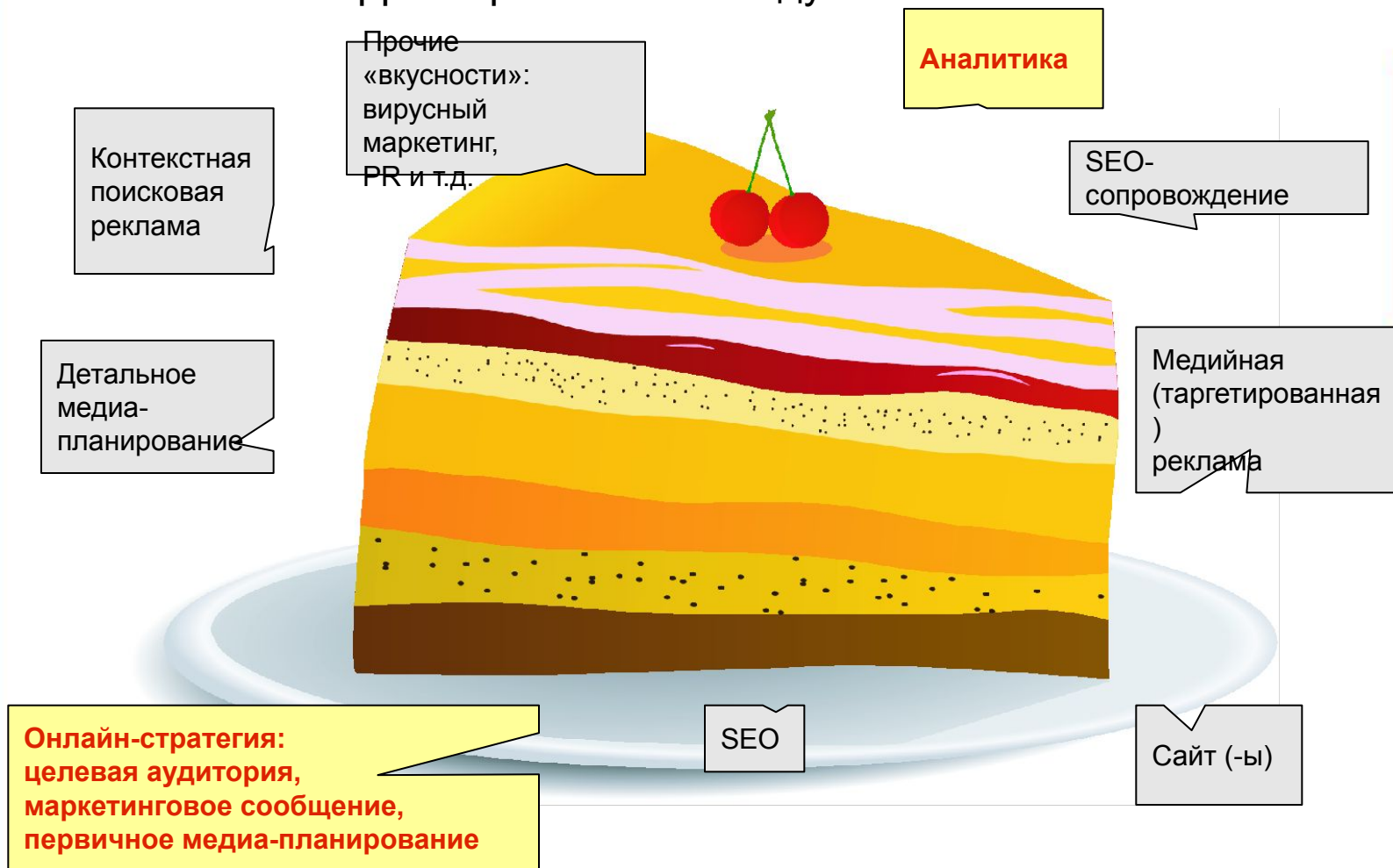
Этап	Цель	KPI и производные
Выход на рынок	Охват ЦА	Кол-во контактов □ ст-ть контакта
Первичные продажи	Формирование базы покупателей	Конверсия посетителей в покупателей □ ст-ть покупки
Активные продажи, развитие	Выполнение норм доходности	% конверсии новых и повторных посетителей □ прибыль на клиента





# ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ — ЭТО ВСЕГДА КОМПЛЕКС РАБОТ

«Рецепт» продвижения в Интернете должен быть готов сразу, но может корректироваться по ходу.



# КОМПЛЕКС МЕР ПО ПРОДВИЖЕНИЮ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ:

1. Изучение данных маркетинга, изучение сегмента в Интернете.
2. Сегментирование ЦА, постановка общих и частных задач.
3. Разработка общего маркетингового сообщения (с вариациями).
4. Продумывание инструментов продвижения (сайт, реклама, SEO и пр.)
5. Разработка/переработка/развитие сайта (если нужен).
6. Уточнение медиа-плана продвижения.
7. Реализация мер по продвижению: разовые акции, постоянное промо.
8. Аналитика результатов: в Интернете и в целом.
9. Возвращаемся к п.1... Удовольствие длится бесконечно! :-)





# СОЗДАНИЕ САЙТА, ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ

**Исходная позиция:** мы понимаем, зачем нужен сайт и в каких параметрах оценивать эффективность его работы; знаем особенности бизнеса и отрасли, предпочтения целевой аудитории. Можно приступать к разработке!

## **Этап 1**

Проектирование интерфейсов и описание функциональности.

## **Этап 2**

Создание рабочего прототипа, тестирование функциональности и эргономики.

## **Этап 3**

Оформление интерфейса: концепт-дизайн, технический дизайн.

## **Этап 4**

Внедрение дизайн-шаблонов. Итог – готовый сайт.

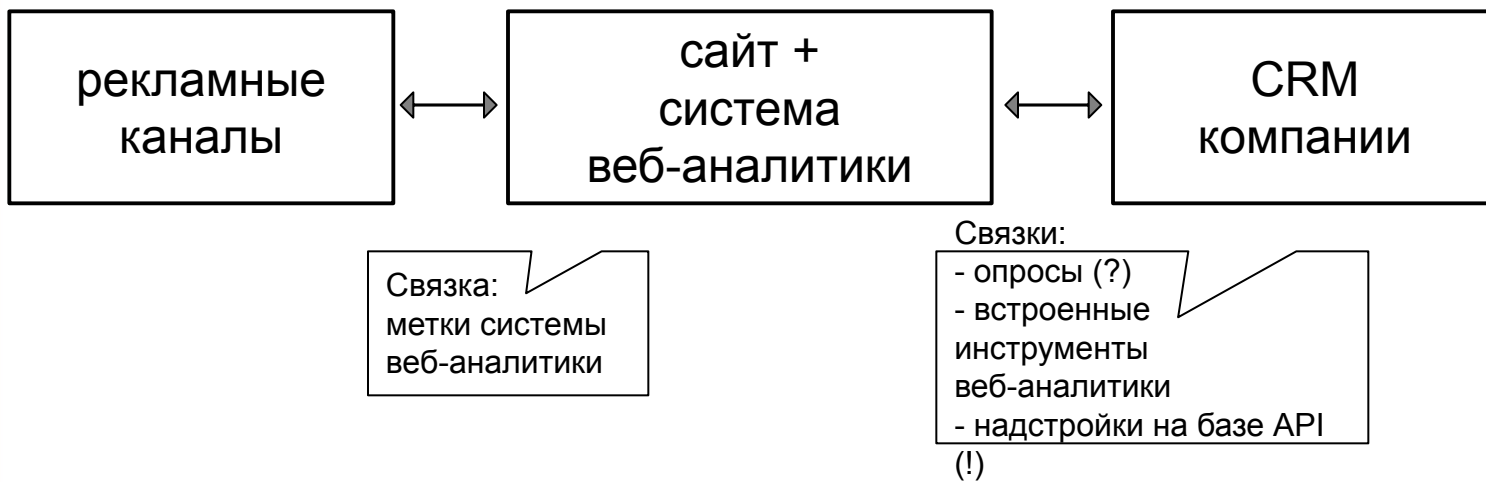
## **Этап 5**

Тестирование функциональности и эргономики, доработки.



# ЧТО АБСОЛЮТНО НЕОБХОДИМО ПРОГНОЗИРОВАТЬ И АНАЛИЗИРОВАТЬ?


- посещаемость сайта
- целевые действия: достижение целей, стоимость цели
- поведение пользователей – отражение эргономики сайта
- ключевые слова
- как работает каждый рекламный канал
- **итоговая конверсия – сколько стоит клиент?**





## ПРИМЕР ОТЧЁТНОСТИ

- Отчётность отражает эффективность каждого рекламного канала, в том числе оффлайн.
- По каждому рекламному каналу анализируются несколько параметров.
- Полученные результаты сопоставляются с параметрами KPI, после чего делается анализ и вырабатываются рекомендации дальнейших действий.

ТОЧНО 							
Клиент:	Название компании						
Клиент-менеджер:	ФИО						
Сводный отчет по эффективности интернет-продвижения							
Регион: все регионы							
Отчетный период: с ... по ...		1 янв 11	31 мар 11				
Продвигаемый продукт	Бюджет	Посетители сайта	Информированные клиенты	Кол-во продаж: факт	Кол-во продаж: KPI	Стоимость клиента: факт	Стоимость клиента: KPI
Продукт 1	0,00р.	0	0	0	0	#DIV/0!	0,00р.
Продукт 2	0,00р.	0	0	0	0	#DIV/0!	0,00р.



**Спасибо за внимание!  
Есть вопросы?**

**Студия «Три точки»  
[www.3dots.ru](http://www.3dots.ru)  
[info@3dots.ru](mailto:info@3dots.ru)  
Тел. (4232) 410-771, 411-014**