



Попасть в десятку

## Эффективное привлечение клиентов для интернет-магазина

Презентацию подготовила  
Фирсова Елена

+7(495) 748-54-59 доб.151

июль 2010 год

Что такое эффективное привлечение клиентов?

## Критерии эффективности

Цель	Критерий
Привлечение наибольшего количества клиентов	Количество целевых посетителей на сайт
Снижение затрат на привлечение одного клиента	Стоимость привлечения одного целевого посетителя на сайт

## Источники клиентов

- Поисковая оптимизация
- Контекстная реклама
- Товарные каталоги

## Методы отслеживания эффективности

- Отслеживание действий пользователя на сайте
- Отслеживание звонков

## Классификация запросов

- ВЧ – высокочастотный запрос
- СЧ – средне частотный запрос
- НЧ – низкочастотный запрос

Частотность запросов, в месяц	Доля среди всех запросов в Яндекс
20 000 и более	3%
10 000 - 20 000	2%
5 000 - 10 000	1%
2 000 - 5 000	2%
1 000 - 2 000	3%
500 - 1 000	3%
100 - 500	9%
<b>Меньше 100</b>	<b>77%</b>

Где смотреть статистику:  
[wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru) и [adstat.rambler.ru](http://adstat.rambler.ru)

## Эффективные позиции запросов

Позиция	Вероятность клика
<b>1</b>	<b>42,30%</b>
<b>2</b>	<b>11,92%</b>
<b>3</b>	<b>8,44%</b>
4	6,03%
5	4,86%
6	3,99%
7	3,37%
8	2,98%
9	2,83%
10	2,97%
11	0,66%

Не переходят ни по одной ссылке из выдачи 46%

## Факторы, влияющие на позиции в поисковых системах

### 1. Структура сайта

Внутреннее ссылочное ранжирование.

### 2. Качественное описание товаров

- Уникальные тексты
- Наличие синонимов

(SGH-D880, Samsung D880, Samsung Duos)

### 3. Внешнее ссылочное ранжирование

- Количество ссылок на сайт
- Скорость набора ссылочной массы
- Возраст ссылок

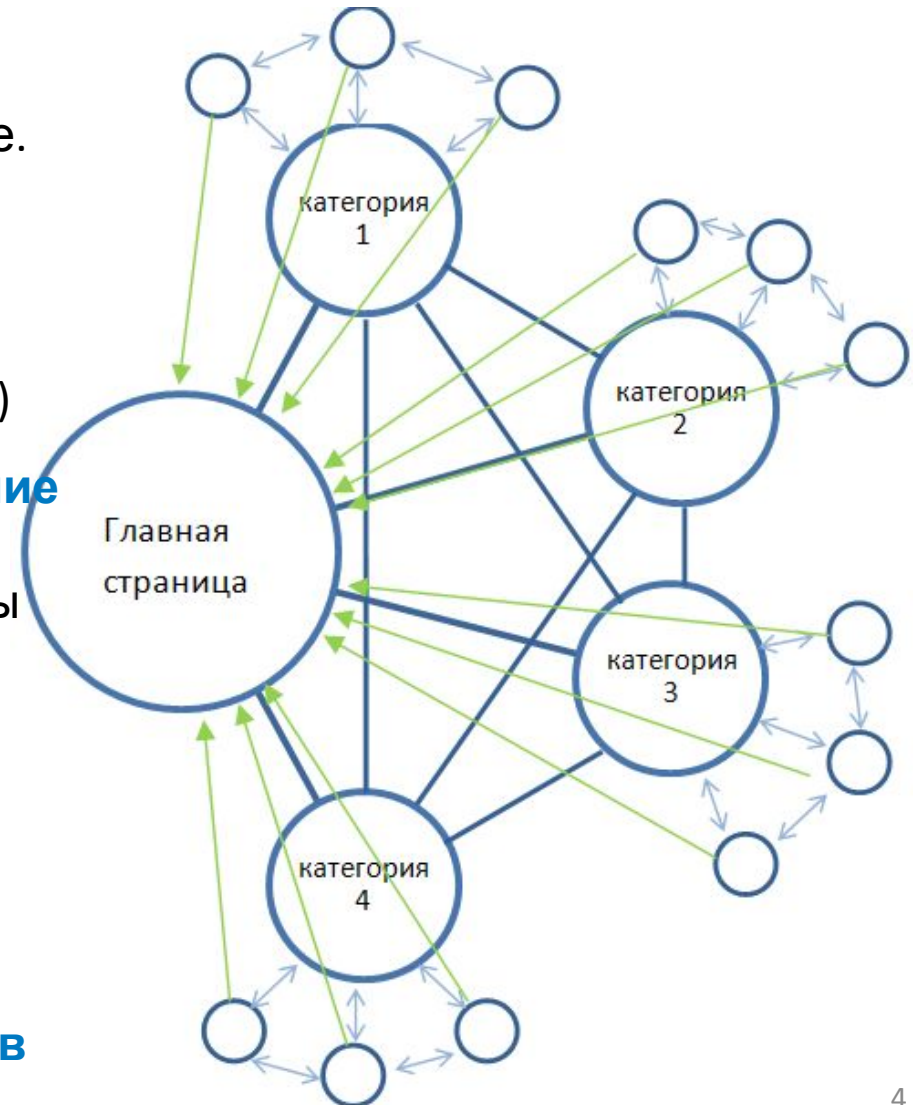
### 4. Возраст сайта

Возраст ссылок ведущих на сайт

### 5. Usability

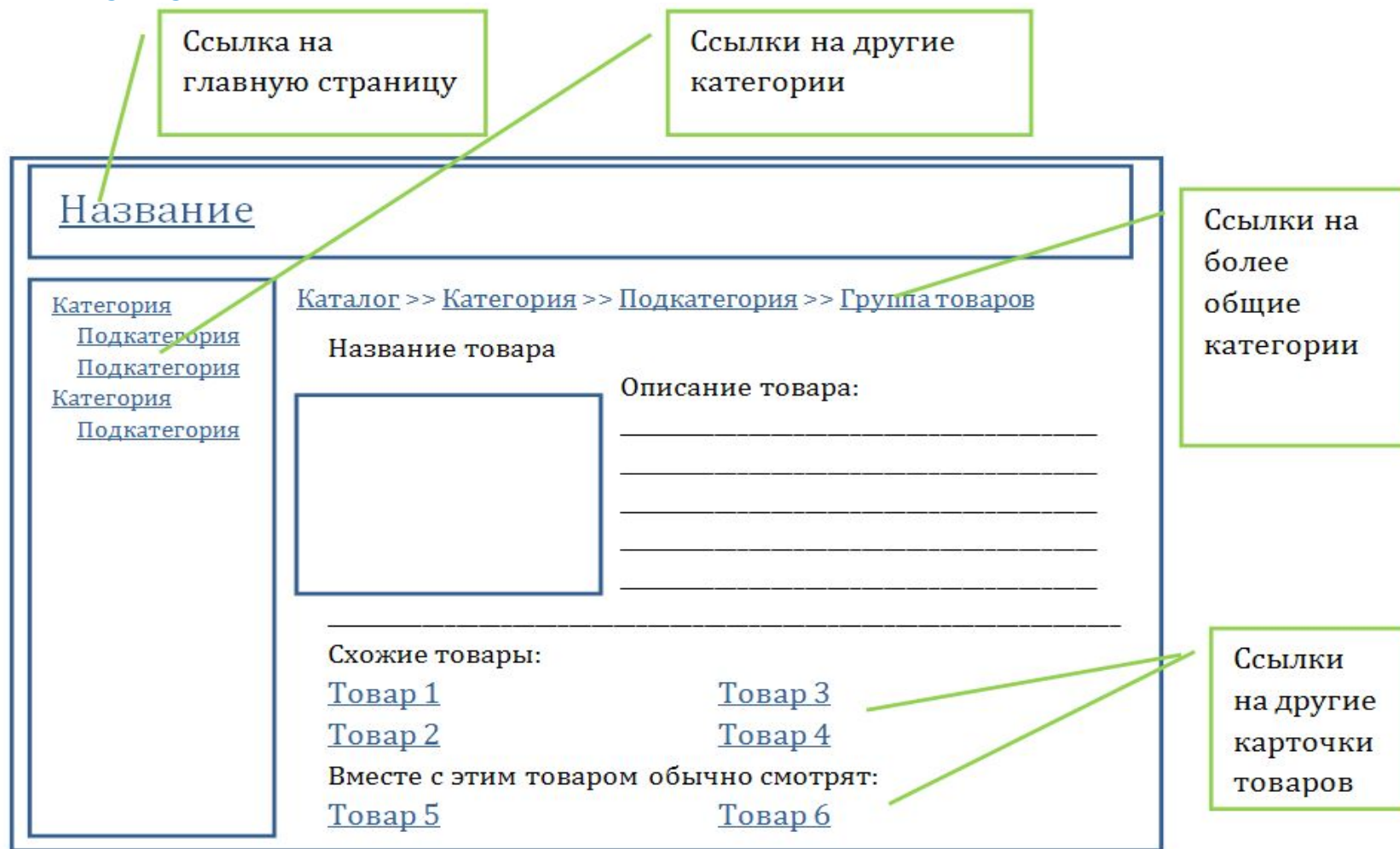
Поведение пользователей на сайте

### 6. Качество подбора ключевых слов



Факторы, влияющие на позиции в поисковых системах

## 7. Структура страниц сайта



Пример: страница карточки товара

## Преимущества и недостатки

### Преимущества перед другими источниками клиентов

- + Низкая стоимость одного привлеченного посетителя
- + Большой охват аудитории

### Препятствия на пути в Топ

- Растущий срок вывода сайта на желаемые позиции
- Необходимость вносить глобальные изменения в структуру сайта
- Нестабильность – изменчивость алгоритмов поисковых систем

### Типичные ошибки

- Обмен ссылками
- Продажа ссылок
- SEO тексты
- Устаревшие методы продвижения
- Попытка обмануть поисковые системы
- Flash

## Системы размещения контекстной рекламы

### Варианты размещения рекламы

Система размещения рекламы	Варианты размещения
Яндекс.Директ	в поиске Яндекс
	на сайтах рекламной сети Яндекс
Google.AdWords	в поиске Google
Google.AdSense	на сайтах рекламной сети Google
Begun	в поиске Rambler
	на сайтах рекламной сети Begun

## Факторы, влияющие на эффективность контекстной рекламы

1. Продающие тексты объявлений
2. Подбор минус-слов
3. Добавление продающих слов
4. Геотаргетинг
5. Временной таргетинг
6. Эффективность самих ключевых слов

## Преимущества и недостатки

### Преимущества перед другими источниками клиентов

- + Быстрый результат
- + Гарантированные показы объявлений

### Недостатки

- Более высокая стоимость по сравнению с поисковой оптимизацией

### Типичные ошибки

- Недооценка важности минус-слов и индивидуальных текстов объявлений.
- Подбор не эффективных ключевых слов.



## Наиболее популярные товарные каталоги

## Преимущества и недостатки

### Товарные каталоги

Яндекс.Маркет

Товары@Mail.ru

Price.ru

Покупки.Rambler

### Преимущества перед другими источниками клиентов

- + Низкая стоимость
- + Гарантированные показы объявлений
- + Очень эффективен для магазинов с низкими ценами

### Недостатки

- нет

### Типичные ошибки

- Указание ложной, неактуальной информации о товаре

## Что отслеживать

### 1. Для различных источников посетителей:

- Количество посетителей
- Стоимость одного посетителя
- Количество достигнутых целей
- Стоимость достижения цели

### 2. Для различных ключевых слов:

- Количество посетителей
- Стоимость одного посетителя
- Количество достигнутых целей
- Стоимость достижения цели

### 3. Эффективность страниц и элементов сайта

#### Цели на сайте:

#### 1. Заинтересованность пользователя

- Количество просмотренных страниц
- Время, проведенное на сайте
- Страница «Контакты»

#### 2. Покупатели

- Оформление заявки
- Отправка товара в корзину
- Оплата товара

#### Недостатки

- Большая часть людей заказывает продукцию по телефону

## Способы отследить звонки

Преимущества	Недостатки
<b>Анкетирование</b>	
доступность	плохая точность
<b>Виртуальный телефонный номер</b>	
не нужно ничего спрашивать	сложно отследить факт заказа товара
точно определяется количество Звонков по каждому источнику	необходимость долгое время держать телефонные номера
<b>Рекламные коды</b>	
возможность точно отследить источник звонка	сравнительно сложный метод в технической реализации
возможность легко отследить факт заказа, сумму заказа	

## Успешный интернет-магазин под ключ - [www.alba-tros.ru](http://www.alba-tros.ru)



За четыре года рост посещаемости **более чем в 10 раз**

Alba-tros.ru **вошёл в тройку (по посещаемости) крупнейших интернет-магазинов** техники для активного отдыха в России.

## Организация продаж в интернете - [www.tehnosad.ru](http://www.tehnosad.ru)



Посещаемость сайта за четыре года **выросла более чем в 20 раз**

Объем продаж в 2009 году составил **более 440 млн. рублей**



Попасть в десятку

Ваш штурман в море Интернета!