



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%
Меньше 100	77%

Где смотреть статистику:
wordstat.yandex.ru и adstat.rambler.ru

Эффективные позиции запросов

Позиция	Вероятность клика
1	42,30%
2	11,92%
3	8,44%
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

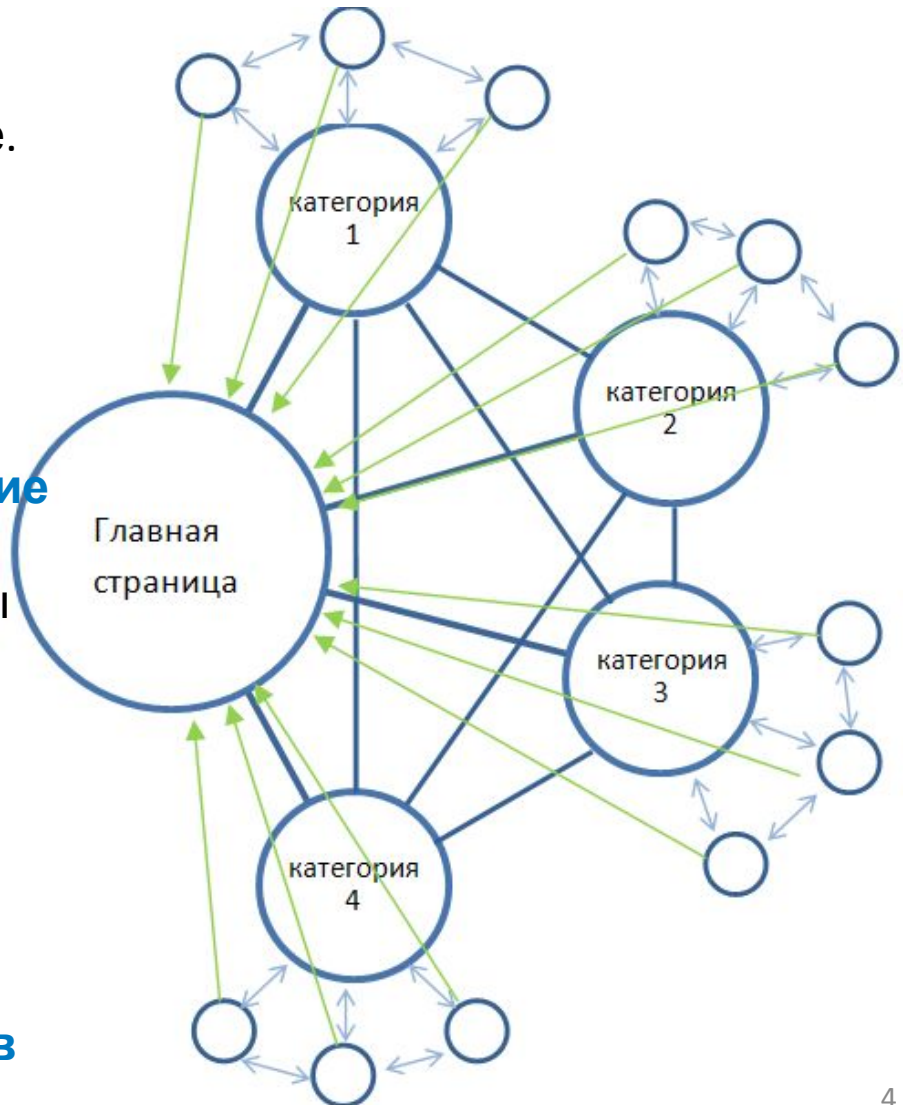
4. Возраст сайта

Возраст ссылок ведущих на сайт

5. Usability

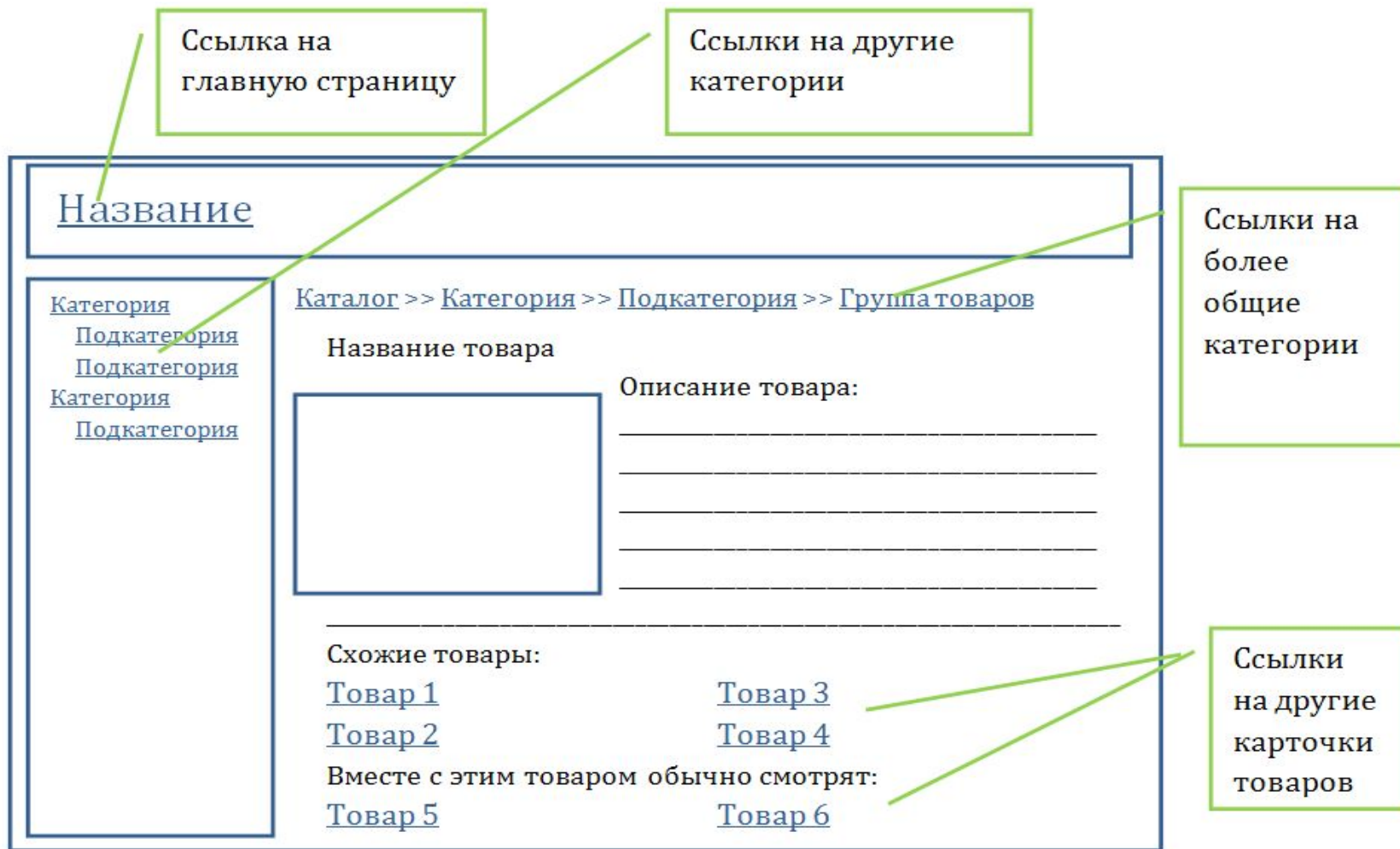
Поведение пользователей на сайте

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

Товарные каталоги

Яндекс.Маркет

Товары@Mail.ru

Price.ru

Покупки.Rambler

Преимущества и недостатки

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
Анкетирование	
доступность	плохая точность
Виртуальный телефонный номер	
не нужно ничего спрашивать	сложно отследить факт заказа товара
точно определяется количество Звонков по каждому источнику	необходимость долгое время держать телефонные номера
Рекламные коды	
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



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



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!