SPBNET DIGITAL BUSINESS SOLUTIONS, ООО "СПБНЭТ"

Как правильно вложить деньги в Интернет

Методы продвижения бренда и оценка эффективности

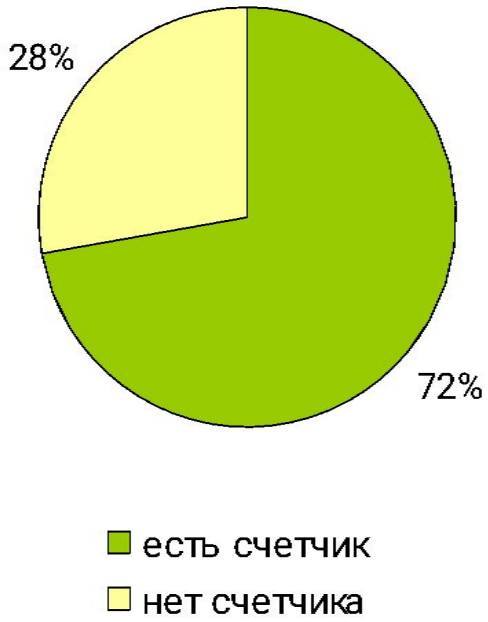
Алексей Ильин
Генеральный директор SPBNET

WWW.SPBNET.RU

ТЕЛ: +7 (812) 331 555 1
ФАКС: +7 (812) 331 555 2
191015, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
УЛ. ШПАЛЕРНАЯ, Д. 51

Аудитория тренинга

Счетчики



Качество продвижения сайта

Сайт: затраты или инвестиции?

Сайт Вашей компании - ?

Затраты
1. Создание сайта 2. Рабочее время персонала 3. Хостинг, тех. обслуживание 4. Продвижение 5. Реклама

Прибыль
• Обращения новых клиентов, покупателей и партнеров • Повышение лояльности существующих клиентов • Имидж • Привлечение кадров • Привлечение партнеров и инвесторов • Маркетинговая информация

Выбор рекламоносителей и инструментов. Прибыль или расходы??

SPBNET

SPBNET DIGITAL BUSINESS SOLUTIONS, ООО "СПБНЭТ" 2007 Г

Как продвигать?

- Популярные виды
  1. Баннерная реклама
  2. Контекстная реклама
  3. SEO-оптимизация
  4. PR классический (релизы, конкурсы)
  5. Маркетинговый подход – сайт продукта

- Новые
  1. Вирусы (открытки, игры, ICQ)
  2. Блоги, форумы социальные сети (SMO, SMM)
  3. Другое (рассылки, партнерские программы, product placement)

Баннерная реклама – самая известная, но…

Для чего?

- имидж бренда – ДА!
- увеличение узнаваемости – ДА!
- Продажи – НЕ ФАКТ!

Сколько?

от 3 000 р. – разработка
от 10 000 р. – открутка
(месяц на 1 тематической площадке)

Главная страница Yandex:
16 млн показов (около недели)-3 680 000р

Как рассчитать эффективность?

количество показов на одного пользователя
(количество контактов с брендом) или CTR?
Click per Action – новая тенденция

Баннерная реклама: пример расчета бюджета

6 тематических площадок:

bn.ru
domkontrol.ru
novostroy.su
novostroiki.spb.ru
orsn.rambler.ru
eip.ru

Информационных ресурсов с таргетингом на СПб: 6

Всего показов за месяц:
2 540 000

Средний CTR: 0,65%

- Общий бюджет на месяц:
  289 085 руб.

- Клиент: строительная компания
- Объект: новый жилой комплекс

Контекстная реклама – стимулирование продаж!

Где: Яндекс-директ, Google AdWords, Begun

Для чего?

- Продажи – ДА!
- Привлечение целевых пользователей на сайт – ДА!
- имидж бренда – СЛОЖНО

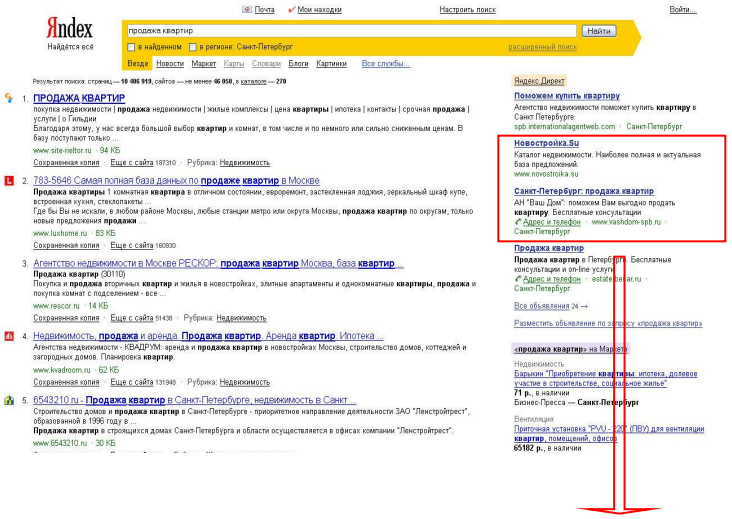
Сколько?

от 3 000 р.
Pay-per-Click (оплата за клики)

Как оценить эффективность?

- Количество переходов на сайт
- Количество обращений (с сайта, по телефону, в офис) и конверсия
- Стоимость привлеченного клиента

Контекстные объявления



Новостройка.Su
Каталог недвижимости. Наиболее полная и актуальная база предложений.
www.novostroika.su

Санкт-Петербург: продажа квартир
АН "Ваш Дом": поможем Вам выгодно продать **квартиру**. Бесплатные консультации
Адрес и телефон · www.vashdom-spb.ru · Санкт-Петербург

SEO-оптимизация – в самом начале!!

Для чего?

- первая страница в поисковиках: Yandex, Google, Rambler и др. – Вас легко найти!
- привлечение заинтересованных пользователей

Сколько?

от 15 тыс. руб. в месяц
Но все зависит от конкурентности запросов!

Как оценить эффективность?

- количество целевых посетителей сайта
- количество просмотров оптимизированных страниц
- количество входящих обращений от клиентов

НО!

1. Без гарантий
2. Подмена эффективности эффектом
3. Недолговечность результатов

Яndex
Найдётся всё

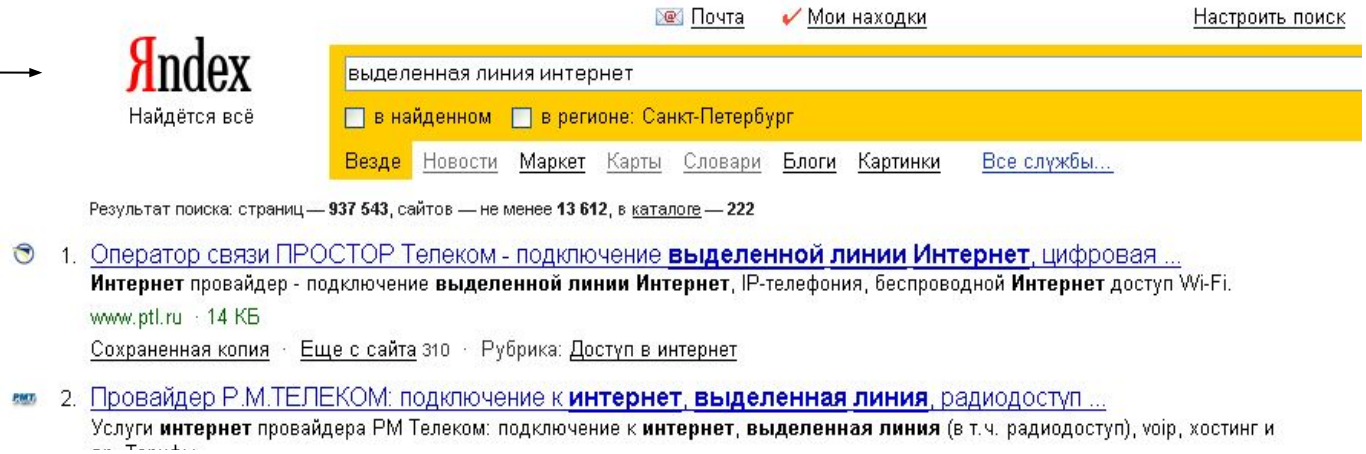
Google

Rambler

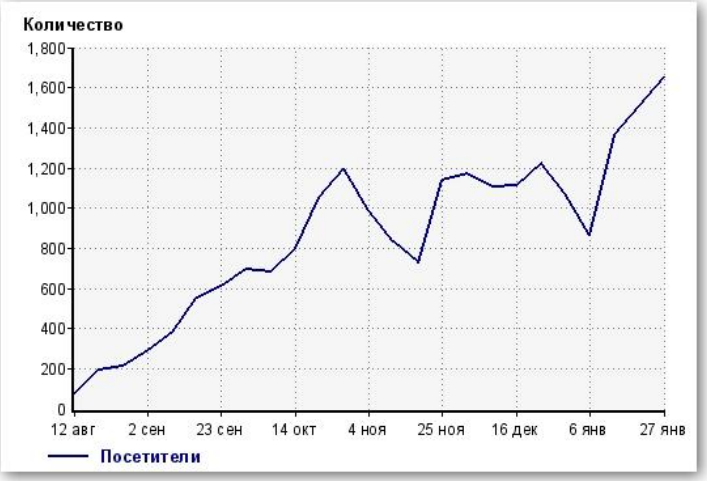
SEO-оптимизация: пример

Запрос →

Клиент →



При вводе запроса «выделенная линия Интернет» на первом месте Вы увидите Prostor Telecom



Результат:

Прирост посещаемости на 200 -400 пользователей в месяц

Маркетинговый подход. Промо-сайт продукта

Для чего?

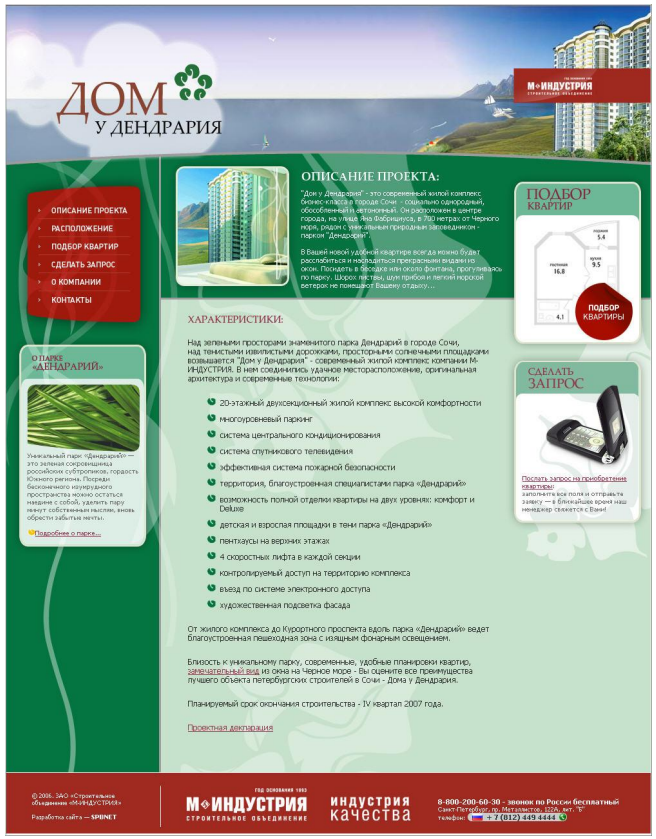
- Привлечение внимания к продукту – ДА!
- Продажи продукта – ДА!
- Привлечение целевых пользователей на сайт – ДА!
- Поддержание offline-кампании – ДА!

Сколько?

Разработка: от 150 000 р.
SEO-оптимизация: от 15 000 руб/мес.

Как оценить эффективность?

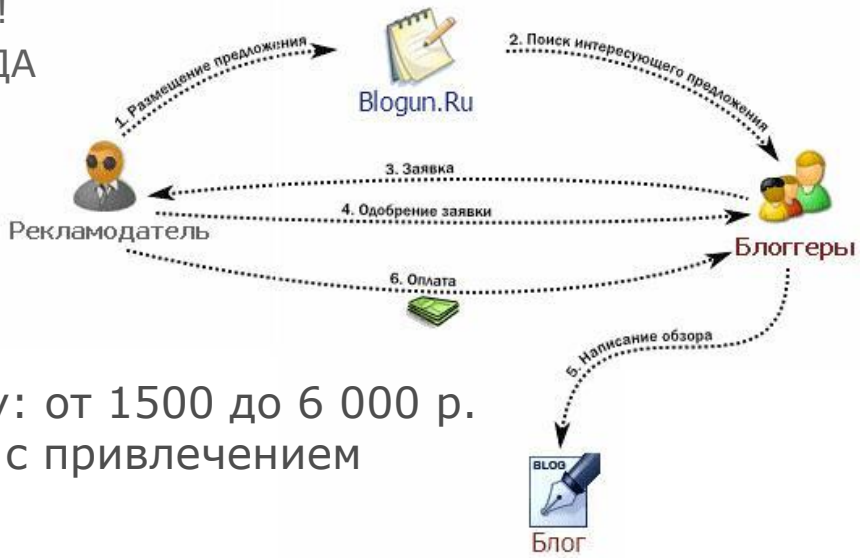
- Количество целевых посетителей сайта
- Количество обращений (с сайта, по телефону, в офис) и конверсия
- Стоимость привлеченного клиента



Блоги. Сообщества. Форумы. Или кому полезны вирусы?

Для чего?

- Привлечение внимания к продукту – ДА!
- Лояльность к компании – ЧАЩЕ ВСЕГО ДА
- Привлечение целевых пользователей на сайт – НЕ ВСЕГДА
- Продажи – НЕ ВСЕГДА



Сколько?

Плата за пост уважаемому блоггеру: от 1500 до 6 000 р.
Разработка комплексной кампании с привлечением агентов: от 150 000 руб.

Как оценить эффективность?

- Количество переходов на сайт (не всегда)
- Количество упоминаний (ссылок) на форумах, в социальных сетях
- Количество обращений (с сайта, по телефону, в офис)

Блоги. Сообщества. Форумы. Вирусы. Пример

Пример: продвижение автоцентра

Объявление о продаже мотоцикла:

«Мотоцикл Yamaha XJR 400 R
<…>

Дополнительная информация:
Моцикл куплен 2 недели назад в салоне на ВВЦ.
ПРИЧИНА ПРОДАЖИ: Купил по пьяни. С утра не понял зачем.»

По телефону, указанному в объявлении, отвечали сотрудники автоцентра

Как провести?

Грамотное управление рекламной кампанией

SPBNET

SPBNET DIGITAL BUSINESS SOLUTIONS, ООО "СПБНЭТ" 2007 Г

Это возможно только в Интернете!

1. Таргетинг

Пример:

- Ключевые запросы: подбор персонала
- Стоп - слова: - бесплатно
- Сроки размещения: 1 – 29 февраля 2008 г.
- География: пользователи Петербурга и Москвы
- Время показа: 10:00 – 19:00, ежедневно
- Стоимость клика: $ 3
- * гарантированные показы - до $1
- Бюджет: не более 400 руб. в сутки
- Запрет показа на площадках: нет
- Запрет показа отдельным IP-адресам

Запрос в Яндексе:
Подбор персонала петербург

Подбор персонала в С-Петербурге!
Подбор квалифицированного **персонала** для фирм Петербурга и Москвы. Тренинги.
Адрес и телефон · www.job112.ru · Санкт-Петербург

2. Возможность выключить/включить рекламную кампанию
3. Возможность контролировать ход кампании в реальном времени
4. Возможность оперативно заменять рекламные объявления и материалы

Как оценить?

Методы и средства оценки эффективности

SPBNET

SPBNET DIGITAL BUSINESS SOLUTIONS, ООО "СПБНЭТ" 2007 Г

Критерии оценки эффективности

- Количество посетителей, пришедших по целевым запросам
- Количество обращений от клиентов (с учетом телефонных звонков, электронных писем и посещений офиса)
- Количество покупок

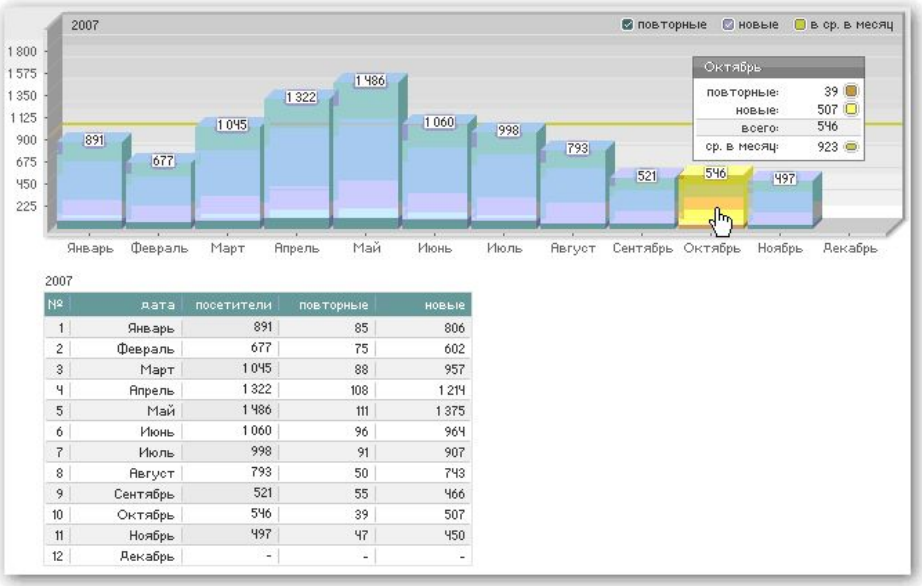
Средства сбора статистики

Google Analytics	http://www.google.com/analytics
LiveInternet	http://www.liveinternet.ru
stat24	http://www.stat24.ru
Рейтинг@mail.ru	http://top.mail.ru/stat
Rambler's TOP 100	http://top100.rambler.ru/top100
HotLog	http://www.hotlog.ru
SpyLoG	http://www.spylog.ru

Максимально подробная информация о посетителях сайта

1. Размер аудитории за день / неделю / месяц
2. В первый раз / повторно
3. В какое время больше приходят
4. Откуда (с каких сайтов)
5. По каким запросам
6. Что смотрят на сайте
7. Куда уходят с сайта

И многое другое



2007

№	дата	посетители	повторные	новые
1	Январь	891	85	806
2	Февраль	677	75	602
3	Март	1 045	88	957
4	Апрель	1 322	108	1 214
5	Май	1 486	111	1 375
6	Июнь	1 060	96	964
7	Июль	998	91	907
8	Август	793	50	743
9	Сентябрь	521	55	466
10	Октябрь	546	39	507
11	Ноябрь	497	47	450
12	Декабрь	-	-	-

География посещений

Google Analytics

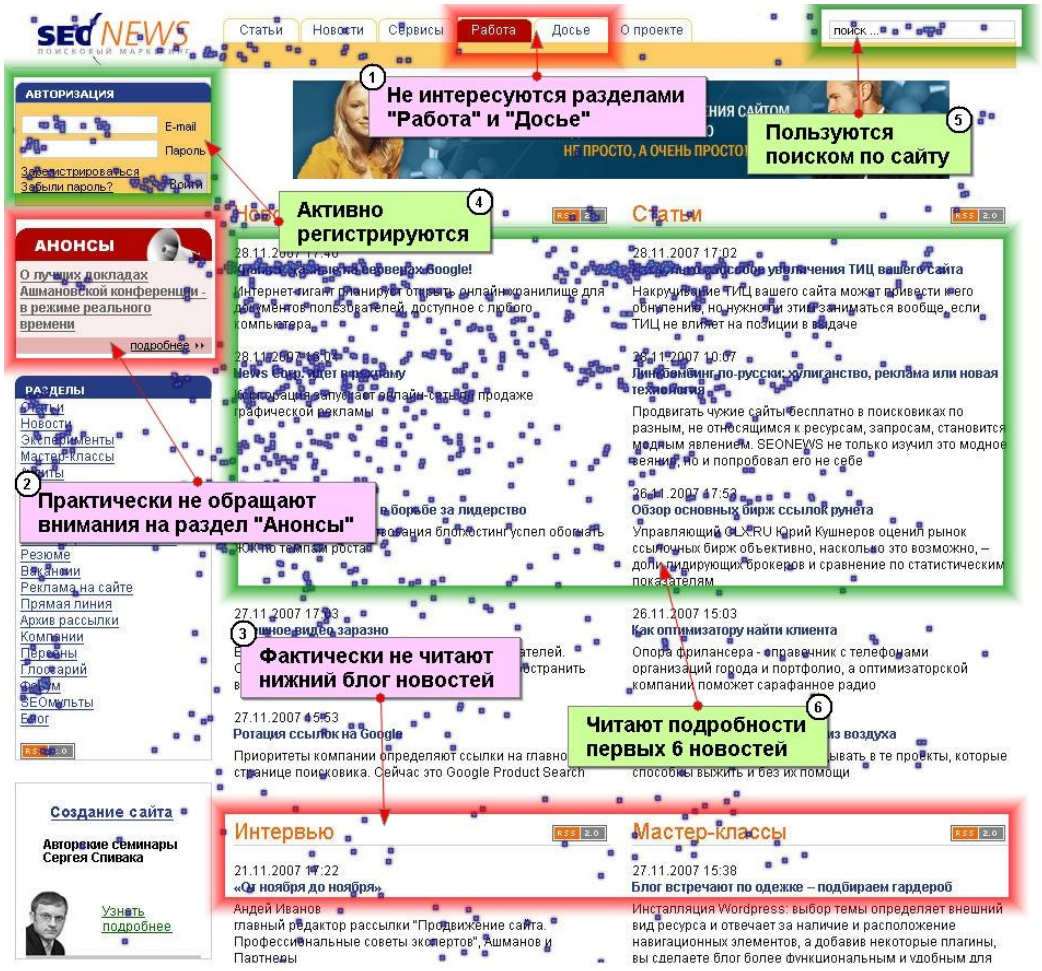
- Страны

- Города России

Тепловая карта кликов

stat24

http://www.stat24.ru



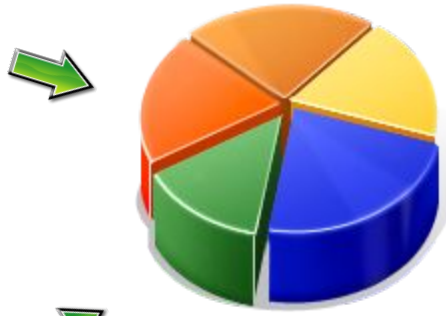
Показывает интенсивность кликов в элементы и области страниц сайта.

Незаменимый инструмент при работе над юзабилити сайта.

Схема счастья. Важен комплекс мер!

Последовательное совмещение – экономия при максимуме эффективности

Важно: комплексный подход **offline + online**



БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!

Алексей Ильин

Генеральный директор

Тел.: +7 (812) 331 5551

e-mail: a.ilyin@spbnet.ru