

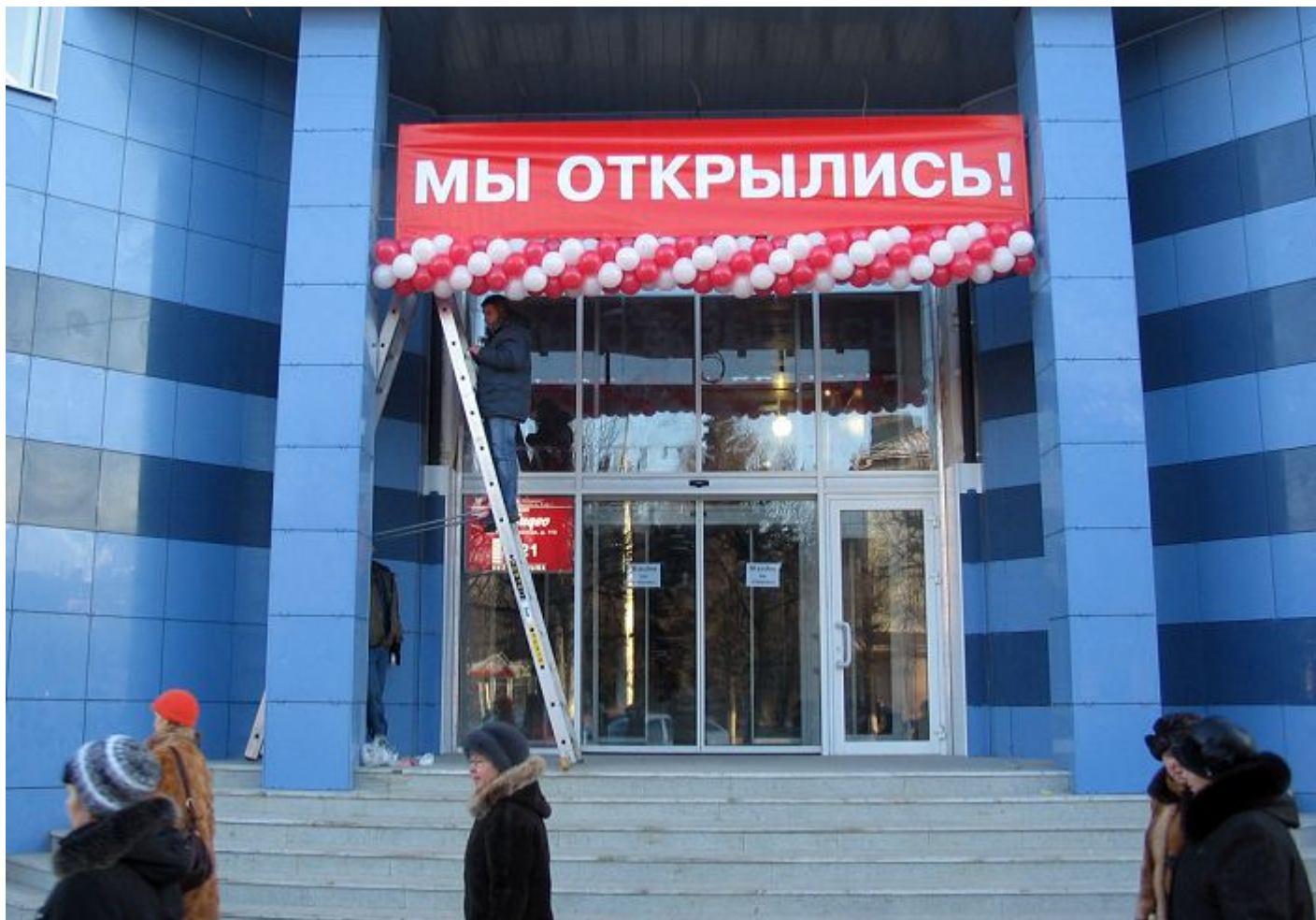
# Что делать если ваш интернет-магазин не продает? Доступные инструменты для анализа и поиска решений

*Семён Воронкин, Компания UTLab*

Семинар  
«Интернет-магазин: Начинаем зарабатывать! Формула сайта - 2011»  
18 мая 2011 года



## МЫ ОТКРЫЛИСЬ! ГДЕ НАШИ ПОКУПАТЕЛИ???

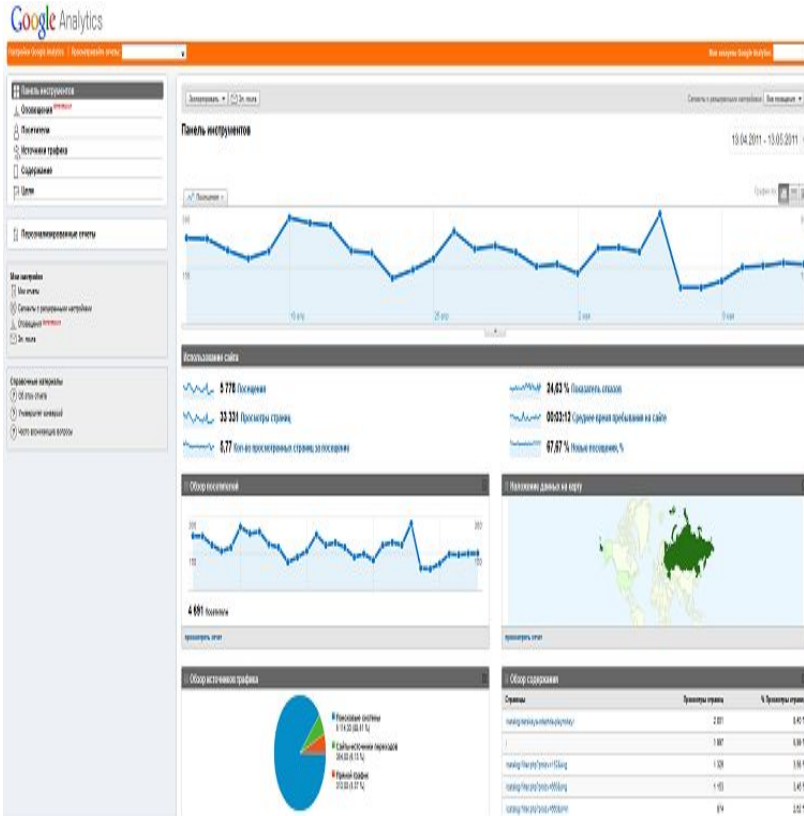


## ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ НЕЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

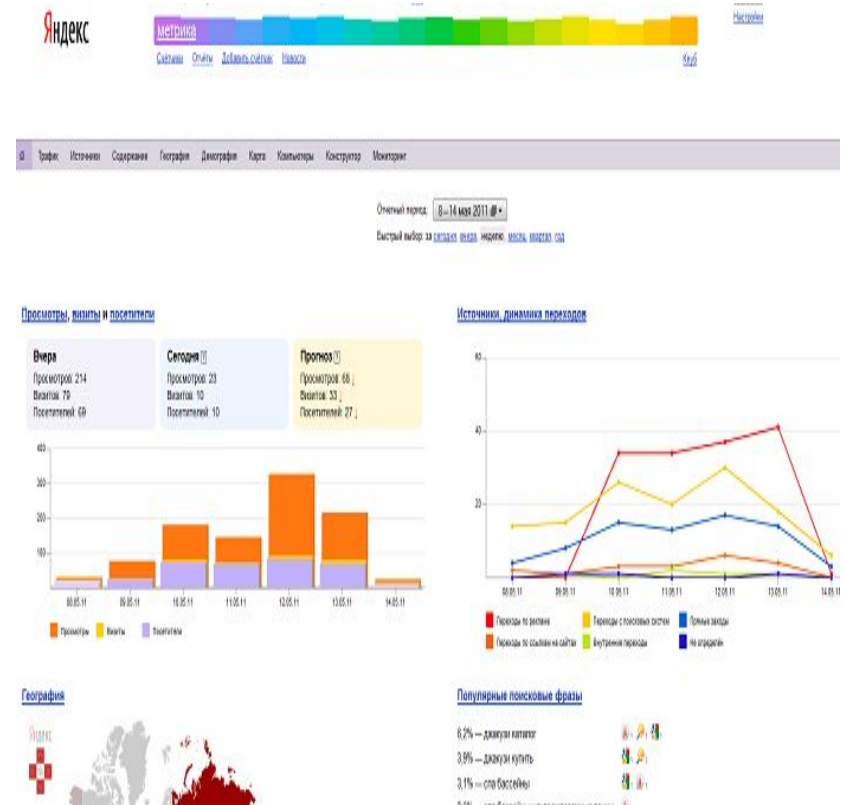
- ❑ НИЗКАЯ ПОСЕЩАЕМОСТЬ
  - неиспользование или неэффективное использование маркетинговых инструментов
  
- ❑ НИЗКИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ КОНВЕРСИИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В КЛИЕНТОВ
  - внутренние проблемы на сайте
  - проблемы с качеством привлекаемых посетителей
  - условия работы интернет-магазина

# ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ: СИСТЕМЫ ОНЛАЙН СТАТИСТИКИ И АНАЛИТИКИ

## GOOGLE ANALYTICS



## ЯНДЕКС.МЕТРИКА



## ПОСЕЩАЕМОСТЬ

Проблема обнаруживается путем просмотра статистики посещаемости сайта

### РЕШЕНИЕ:

- ❑ РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНА
  
- ❑ ПОДКЛЮЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ:
  - Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Google.Adwords)
  - Поисковое продвижение (оптимизация)
  - Размещение предложений на площадках Яндекс.Маркет, Товары@mail.ru
  - Продвижение в социальных сетях
  
- ❑ ИНСТРУМЕНТЫ УЖЕ ПРИМЕНЯЮТСЯ, НО ПОСЕЩАЕМОСТЬ НЕ УВЕЛИЧИВАЕТСЯ:
  - Аудит проводимой рекламной кампании
  - Качественная настройка рекламной кампании специалистом

## КОНВЕРСИЯ

$$\text{КОНВЕРСИЯ (\%)} = \text{ПОКУПАТЕЛИ} / \text{ПОСЕЩЕНИЯ} \times 100$$

НЕТ НИКАКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ В УВЕЛИЧЕНИИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
КОНВЕРСИИ!



## СРЕДНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОНВЕРСИИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

- Цветы и подарки – 7,83%
- Еда и медикаменты – 5,77%
- Товары для офиса – 5,75%
- Товары для красоты и здоровья – 5,59%
- Книги/Музыка/Видео – 3,37%
- Особенности, фирменные товары (не одежда) – 3,31%
- Онлайн-гипермаркеты (смешанный ассортимент) – 2,95%
- Одежда и аксессуары – 2,92%
- Компьютеры и электроника – 2,28%
- Спорттовары – 2,21%
- Игрушки и хобби – 2,18%
- Ювелирные изделия – 2,14%
- Товары для дома – 2,11%
- Товары для ремонта – 2,03%
- Автозапчасти – 1,96%

По данным *Internet Retailer TOP 500 Guide*

# КОНВЕРСИЯ

## Внутренние факторы

Проблема обнаруживается опытным путем после некоторого времени работы интернет-магазина

## РЕШЕНИЕ:

- аудит поведения пользователей на сайте (показатель отказов, путей входа и выхода, достижение целей)
- юзабилити-аудит (покупка в три клика - залог успеха!)
- улучшение представления товаров (!ценность, а не цена)
- создание доверительных факторов (первый раз клиент приходит к вам не лояльным!)
- эксперименты с содержимым сайта



## ПРИМЕР. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ТОВАРОВ НА САЙТЕ

ПЛОХО



ХОРОШО



# КОНВЕРСИЯ

## Внешние факторы

Проблема обнаруживается опытным путем после некоторого времени работы интернет-магазина

## РЕШЕНИЕ:

- аудит поведения пользователей на сайте (показатель отказов, путей входа и выхода, достижение целей в зависимости от источника входа и ключевой фразы)
- выбор наиболее эффективных источников трафика
- отключение неэффективных ключевых фраз из контекстных рекламных кампаний и поисковой оптимизации
- поисковое продвижение по большому количеству низкочастотных запросов

# КОНВЕРСИЯ

## Условия работы интернет-магазина

Проблема обнаруживается посредством обратной связи, а также опытным путем

### РЕШЕНИЕ:

- Анализ обработки онлайн заявок (скорость ответа, поддержка на стадии исполнения заказа).
- Анализ приема входящих звонков (качество обслуживания менеджером магазина, скорость ответа на звонок).
- Условия доставки заказа
- Формы оплаты заказа
- Режим работы магазина

## ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ

- Составьте бизнес-план и маркетинговый план, и следуйте этим планам с начала работы!
- Расширяйте географию: работать с доставкой на один регион (кроме Москвы) – не выгодно!
- Формируйте лояльность – предоставляйте дисконтные карты, скидки, делайте информационные рассылки клиентам, работайте с аудиторией в социальных сетях!
- Изучайте чужой опыт – учитесь на ошибках других!
- Идеально, если онлайн бизнес подкреплен оффлайном.
- Экспериментируйте как на сайте, так и вне его – все инструменты работают, нужно грамотно их использовать!



(4872) 28-52-54  
(495) 727-75-15

[www.utlab.ru](http://www.utlab.ru)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

[semen@utlab.ru](mailto:semen@utlab.ru)

**Бесплатный SEO аудит\***

\* - для всех участников семинара, обратившихся в течение 3-х дней со дня семинара.

