

Интернет и Бизнес как любовная история с проблемами взаимной пенетрации

Соркин Николай



Мы выросли :)





По данным Всеукраинской рекламной коалиции

До ТВ, конечно, пока
далеко...



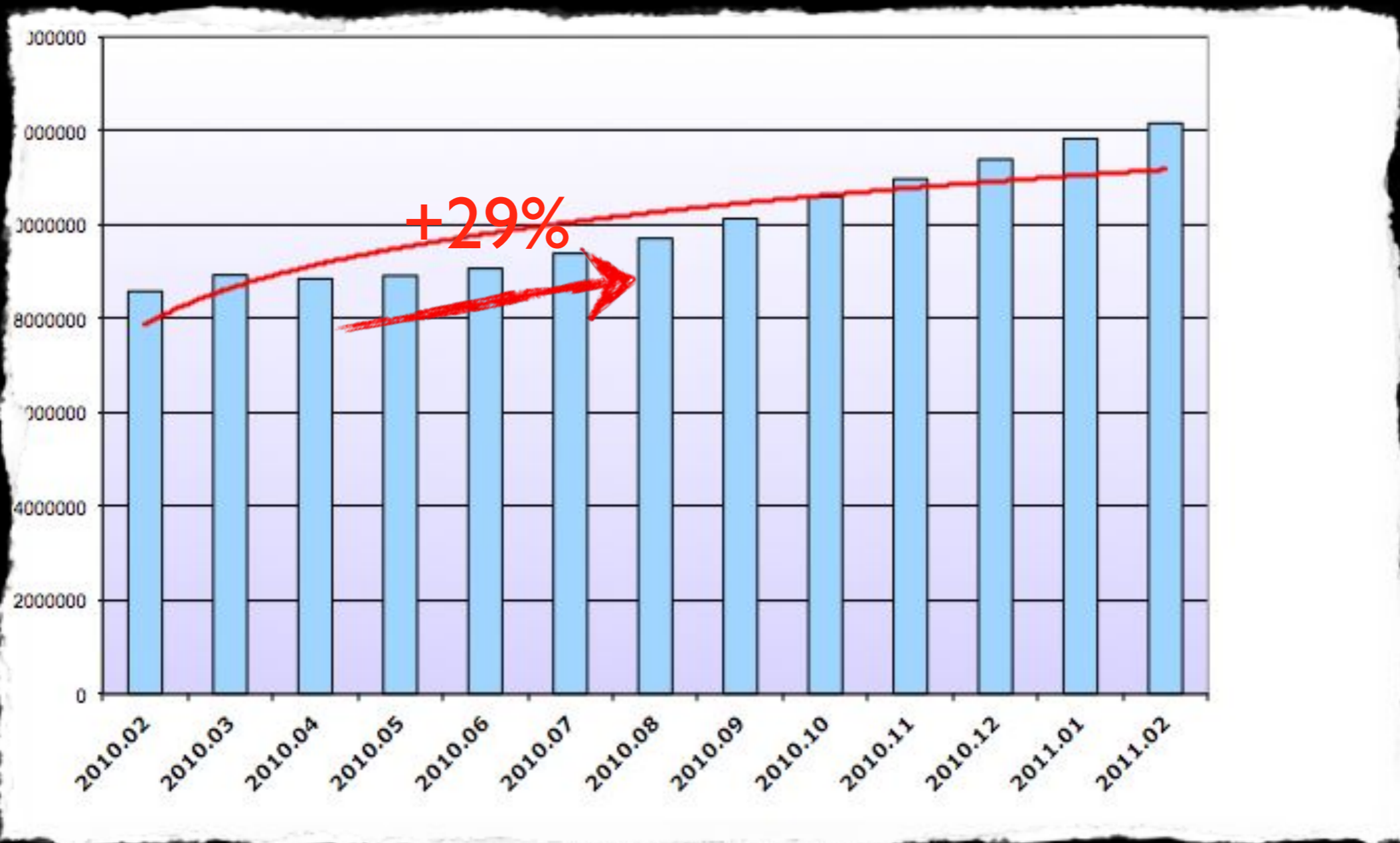
Всего 11% от ТВ и
4% от всей рекламы

Но уже вполне
упитанны :)



Прогноз на 2011
+43% в деньгах!

Причина - охват и доверие!



Gemius 14+

Впереди Европы всей...

Internet users 2009-2010

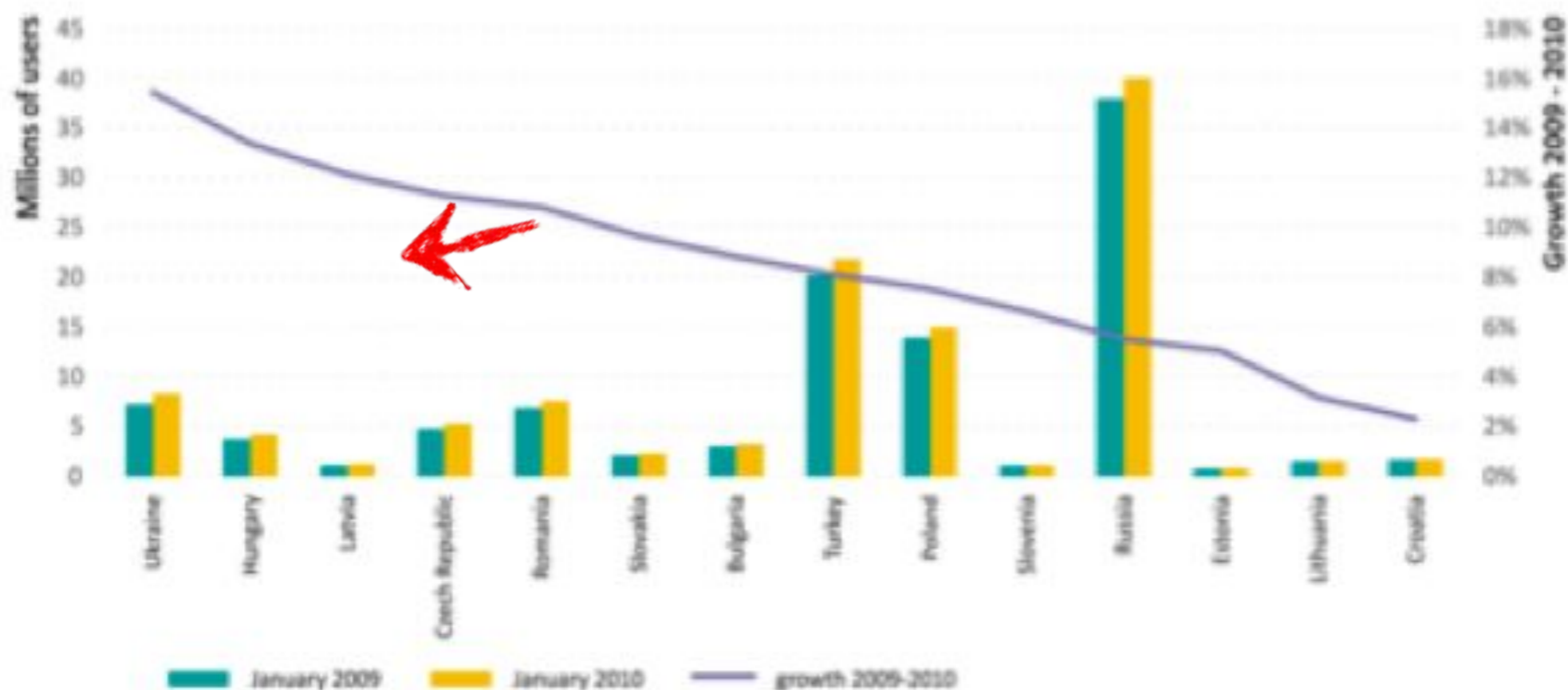


Chart 2 Internet population in the CEE region – growth (January 2009 – January 2010):

source of data: Ukraine: gemiusAudience; Hungary: gemius/Ipsos Fusion Data; Latvia: gemiusAudience; Turkey: gemiusAudience; Czech Republic: NetMonitor - SPIR - Mediaresearch & Gemius; Romania: Mercury Research; Slovakia: AIMmonitor - AIM - Mediaresearch & Gemius; Bulgaria: gemiusAudience [data collected using Synovate research]; Poland: Megapanel PBI/Gemius; Slovenia: gemiusAudience; Russia: Gemius estimation based on FOM statistics / gemiusAudience Data; Estonia: gemiusAudience [data collected using TURU-UURINGUTE AS research]; Lithuania: gemiusAudience; Croatia: gemiusAudience [age groups – CEE: 15+; Russia: 18+; Romania: 14-64; Lithuania: 15-74]

А теперь про бизнес...

Что происходит с бизнесами?

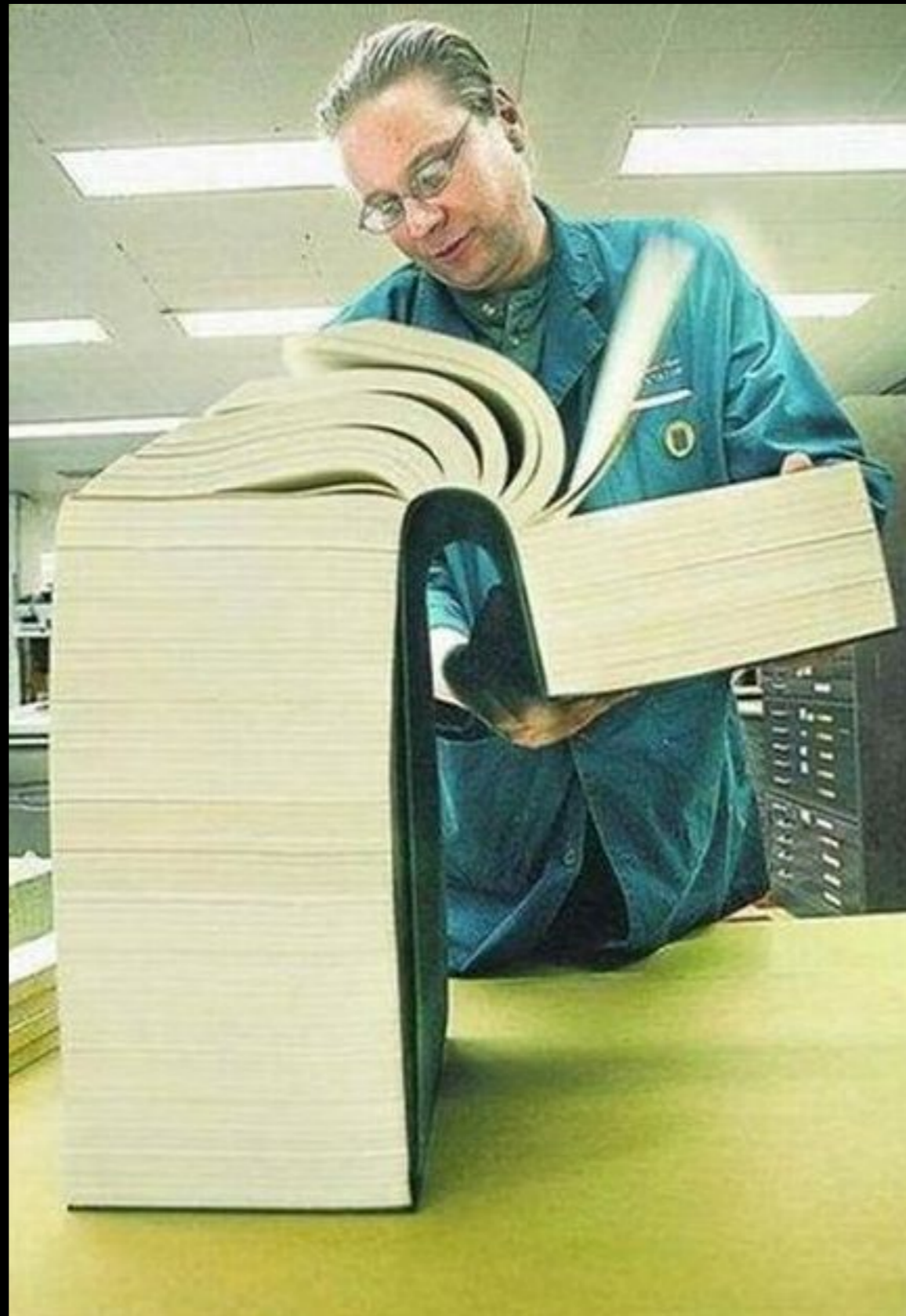
- Не верят
- Не умеют
- Не хотят

К счастью, после кризиса ТАКИХ меньше

Вопросы и требования

- Как выбирать? Что покупать?
- Как прогнозировать?
- Есть ли ценовая прозрачность?
- Как управлять?
- Как анализировать?

**С опытом приходят ответы почти
на все вопросы, кроме одного...**



Анализируй ЭТО!!!

Подобно М и Ж...



**Вначале скромные взгляды,
попытки познакомиться...**

Первый опыт...
новый формат...

... и ещё раз

... и даже ещё один
флайт

**а ВОТ ПОТОМ
конфетно-цветочный
период заканчивается!**



Как жить дальше?

Понять, что рекламу
давать **НЕ** нужно!

Любое действие
должно быть
ИЗМЕРИМО!

Готов ли Ваш бизнес к «ОТНОШЕНИЯМ»?

- Какова цель бизнеса в интернете?
- Целевая аудитория
- Что с сайтом?
- Персонал
- Продажа через интернет - **ДРУГАЯ!**

Бюджет и планирование

В жизни... Вы ведь не бежите сразу под венец?

Бюджет и планирование

- Начинать с малого
- Начинать с проверенного
- Обязательно проводить постоянный аудит РК
- Связать результаты продаж и планирования

Как не совершить
смертееееееельных
ошибок?

Как вы оцениваете
рекламу?

CTR?

CPC?

CPA?

mmm... да Вы продвинутый
пользователь :)

Только с бизнесом это
не имеет ничего общего!

Только ROI

А Ваш бизнес может
ТАК считать?

Case studies

Смертельная ошибка

№1

Реклама оконной КОМПАНИИ

- Я.Директ, Бегун, Google, Forbes-Russia
- Тексты, запросы во всех контекстных система идентичны
- На сайте использовали phone tracker под каждый из каналов

Бюджеты

- Я.Директ 125 000 руб.
- Бегун 40 000 руб.
- Google 54 000 руб.
- Forbes 56 100 руб.

Первые результаты

- Директ - 500 кликов, CPC 250 руб.
- Бегун - 200 кликов, CPC 200 руб.
- Google - 300 кликов, CPC 180 руб
- Forbes - 110 кликов CPC 510 руб.

Первые результаты

- Директ - 500 кликов, CPC 250 руб.
- Бегун - 200 кликов, CPC 200 руб.
- Google - 300 кликов, CPC 180 руб
- Forbes - 110 кликов CPC 510 руб.

СМОТРИМ НА ЗВОНКИ

- Директ - 50 звонков, 10% конверсии
- Бегун - 15 звонков, 7,5% конверсии
- Google - 25 звонков, 8,3% конверсии
- Forbes - 8 звонков, 7,3% конверсии

Цена звонка, CPA

- Директ - 2500 руб.
- Бегун - 2600 руб.
- Google - 2160 руб.
- Forbes - 5610 руб.

Делаем
ВЫВОДЫ...

Тільки спочатку давайте
поглянемо на одну цифру....

Продажи

- Директ - 1 200 000, iE = 9,6%
- Бегун - 350 000, iE = 6,25%
- Google - 380 000, iE = 7,03%
- Forbes - 1 000 000, iE = 17,8%

Продажи

- Директ - 1 200 000, iE = 9,6%
- Бегун - 350 000, iE = 6,25%
- Google - 380 000, iE = 7,03%
- Forbes - 1 000 000, iE = 17,8%

Смертельная ошибка №2

**СКИДКИ - ВСЕГО ЛИШЬ
МАТЕМАТИКА...**

Смертельная ошибка №3

**Никакая скидка не
сравнится с
профессиональным
менеджментом!**

Смертельная ошибка

№4

Не давите
подрядчика!

Смертельная ошибка №5

Каждый \$ вложенный в
эффективность x3 больше
приносит прибыли, чем \$ в
рекламе!

Morgan Stanley, 2010

СПАСИБО!



Николай Соркин
nicola@yandex-team.ru

119021, Россия, Москва,
ул. Льва Толстого, д. 16
телефон: +7 (495) 739-22-22
телефон: 8 800 333-9639
факс: +7 (495) 739-23-32

