

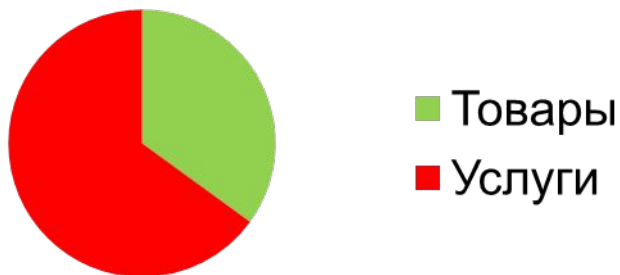
Недополучить значит потерять:  
как увеличить отдачу с сайта при минимальных  
затратах

Падерин Олег  
ITECH.group

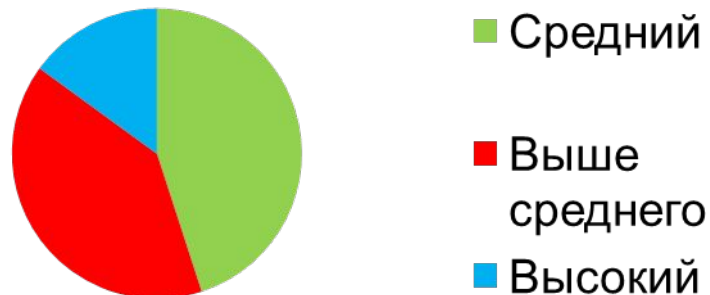
1. Определение эффективности интернет-проекта (вложение инвестиций).
2. Выявление типовых ошибок в ведении интернет-проекта (со стороны агентства и со стороны клиента).
3. Разработка рекомендаций по увеличению эффективности интернет-проекта.

## 50 компаний (малый и средний бизнес)

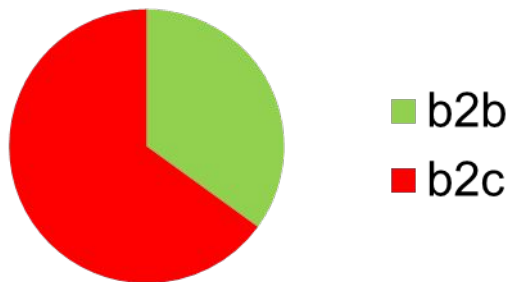
### Сфера деятельности



### Ценовой сегмент



### Тип рынка



1. Все проекты – корпоративные сайты.
2. Средний бюджет на интернет-маркетинг – 75 000 руб.
3. Доля использования инструментов:
  - поисковая оптимизация – 80%,
  - контекстная реклама – 50%,
  - медийная реклама – 30%,
  - информационные кампании – 8%,
  - развитие сайта – 86%.



Google Website Optimizer

Google Analytics

CLIC TALE®

МЕТРИКА бета

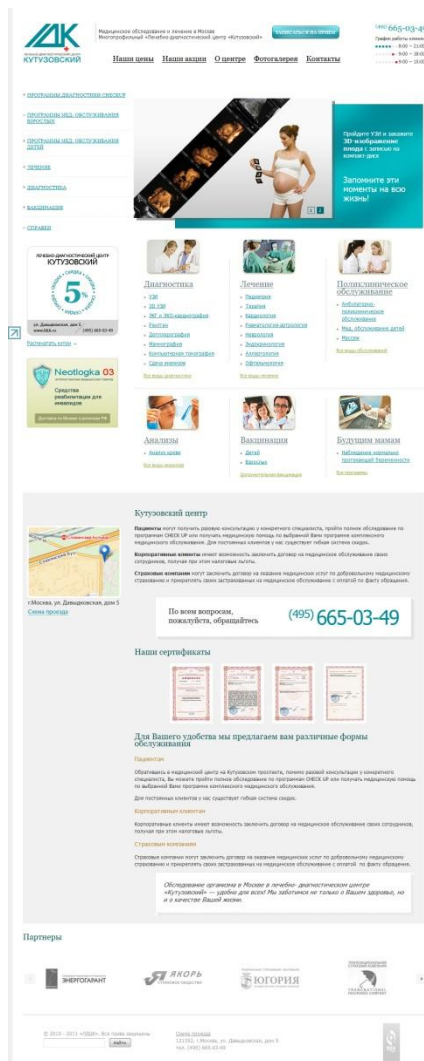
Openstat

В среднем сайты теряют 20%  
прибыли!

- Ошибки на сайтах;
- Ошибки в интернет-рекламе;
- Ошибки в обработке обращений.

- Нарушение логики структуры сайта;
- Неудобная, сложная навигация;
- Несоответствие дизайна сайта его целям;
- Некорректная работа сервисов;
- Отсутствие сквозной контактной информации;
- Отсутствие единообразия в расположении контента;
- Представление контента в нечитабельном виде;
- Некорректное отображение сайта в различных браузерах, расширениях.





Проект: Лечебно-диагностический центр Кутузовский.

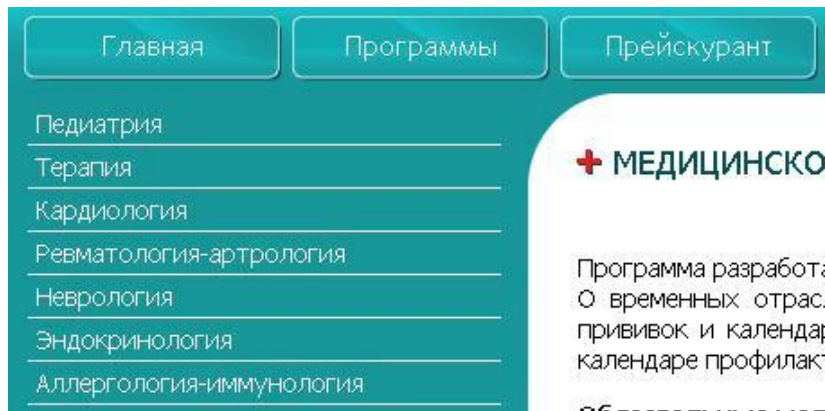
Деятельность: услуги медицинской диагностики и лечения широкого круга заболеваний.

Виды рекламы: контекстная реклама в системе Яндекс.Директ по широкому спектру запросов.

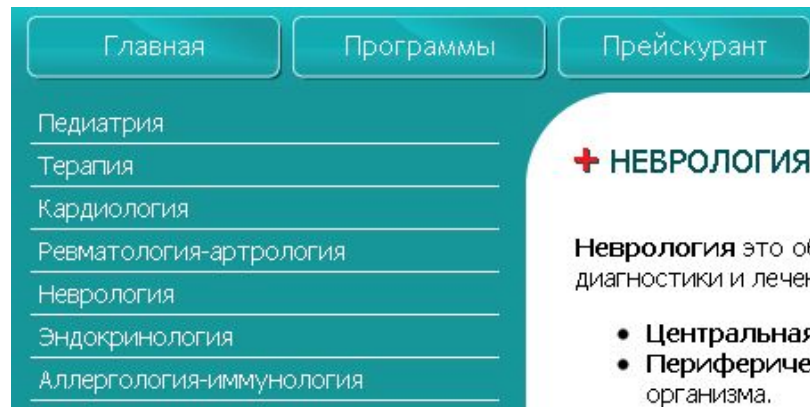
Инструменты отслеживания: Google Analytics, Рекламер.

# Кейс (ошибки)

- Проблемы навигации (отсутствие навигационной цепочки, отсутствие выделения текущего пункта меню).



Главная страница

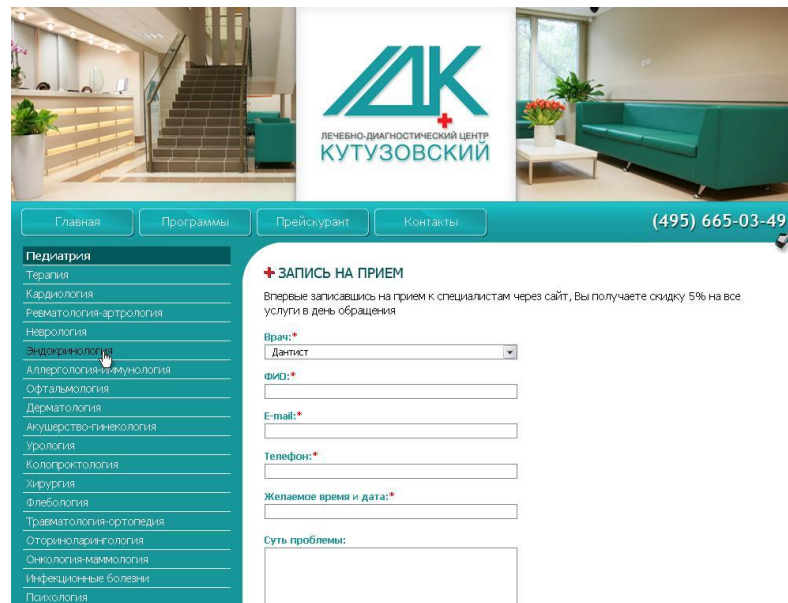
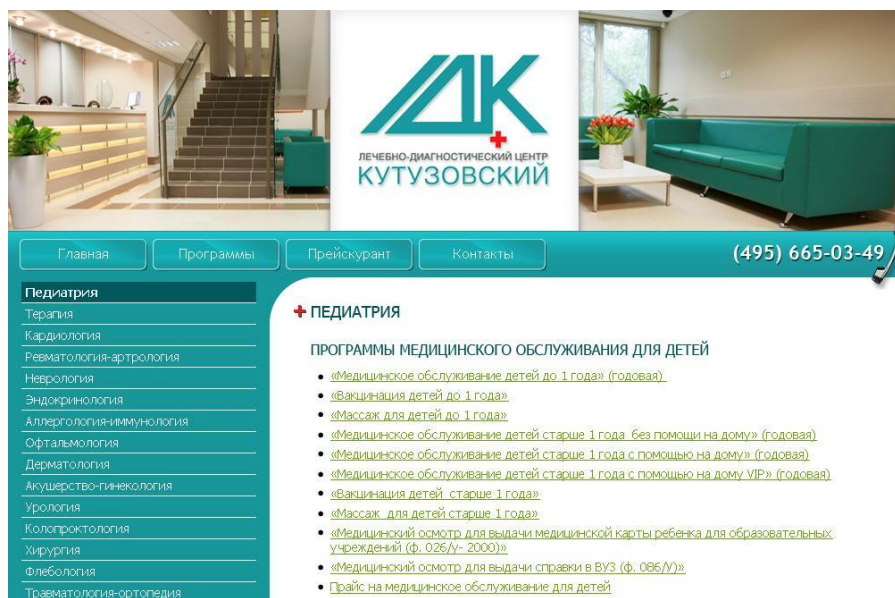


Страница «Неврология»

- Отсутствие формы обратной связи, записи на прием, раздела «Контакты».
- Сложное представление информации с большим количеством медицинских терминов.

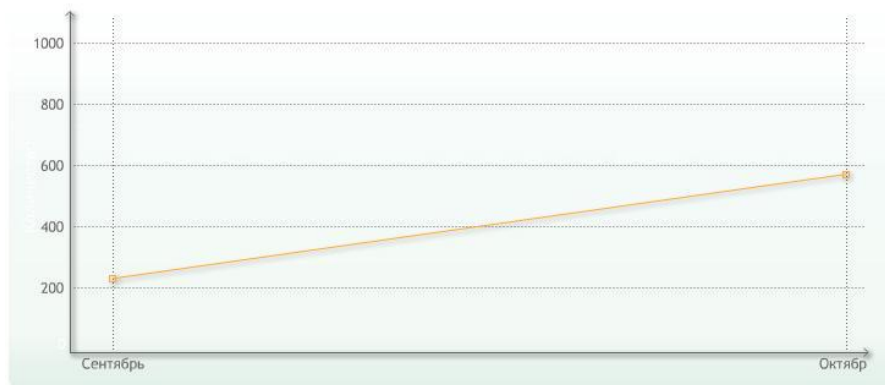
# Кейс (решение)

- Выделение навигации.
- Добавление формы записи на прием, раздела с контактами.
- Переработка контента.



# Кейс (результат)

## Увеличение количества обращений в первый месяц после внесения изменений в 2,1 раз.



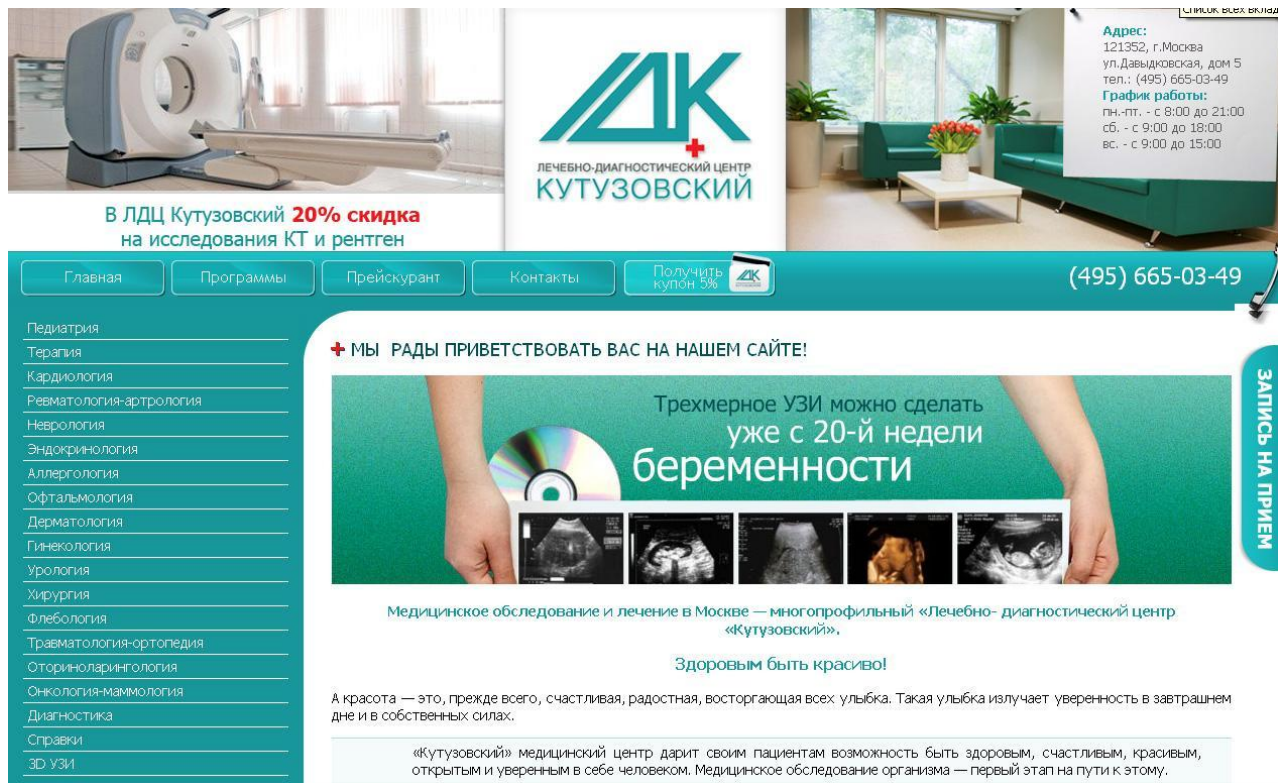
Звонки  E-mail письма  Форма обр. связи



Звонки  E-mail письма  Форма обр. связи

**Задача:** увеличить средний чек.

**Решение:** размещение на ключевых страницах более дорогих услуг.



**В ЛДЦ Кутузовский 20% скидка на исследования КТ и рентген**

**Лечебно-диагностический центр КУТУЗОВСКИЙ**

Адрес: 121352, г. Москва ул. Давыдовская, дом 5 тел.: (495) 665-03-49  
**График работы:**  
 пн.-пт. - с 8:00 до 21:00  
 сб. - с 9:00 до 18:00  
 вс. - с 9:00 до 15:00

Главная | Программы | Прейскурант | Контакты | Получить купон 5%

(495) 665-03-49

**+** МЫ РАДЫ ПРИВЕТСТВОВАТЬ ВАС НА НАШЕМ САЙТЕ!

Трехмерное УЗИ можно сделать уже с 20-й недели беременности

Медицинское обследование и лечение в Москве — многопрофильный «Лечебно- диагностический центр «Кутузовский».

Здоровым быть красиво!

А красота — это, прежде всего, счастливая, радостная, восторгающая всех улыбка. Такая улыбка излучает уверенность в завтрашнем дне и в собственных силах.

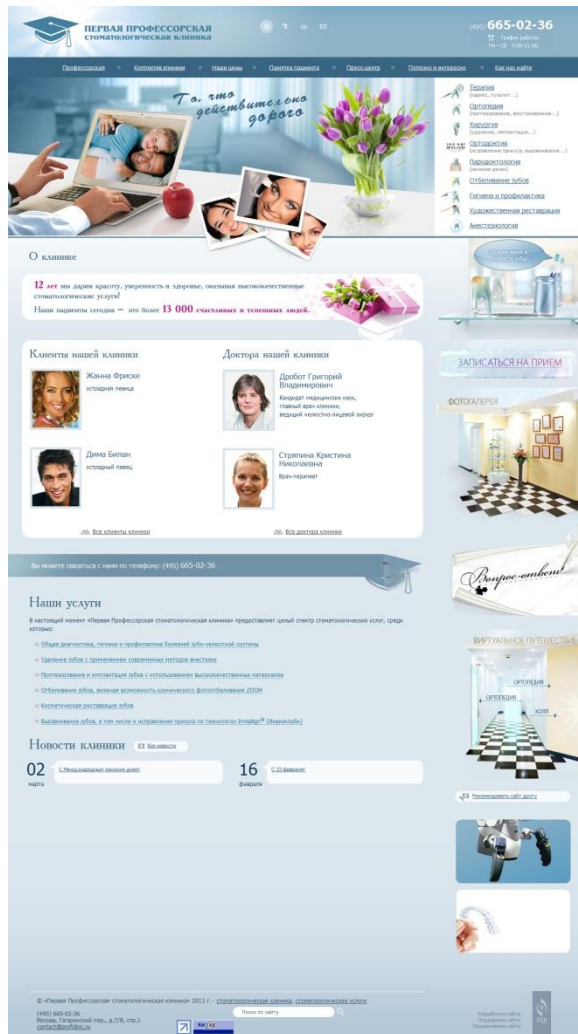
«Кутузовский» медицинский центр дарит своим пациентам возможность быть здоровым, счастливым, красивым, открытым и уверенным в себе человеком. Медицинское обследование организма — первый этап на пути к этому.

ЗАПИСЬ НА ПРИЕМ

**Результат:** через 3 месяца увеличение средней стоимости чека на 40%.



- Неправильный выбор инструментов;
- Неправильный выбор поисковых запросов;
- Некачественный выбор таргетинга;
- Игнорирование рекламной активности конкурентов;
- Несоответствие целей рекламы и рекламного сообщения.



Проект: Первая профессорская стоматологическая клиника

Деятельность: стоматологические услуги премиум-класса

Цели проекта: увеличение объема продаж услуг компании

Виды рекламы: контекстная реклама, поисковое продвижение

Инструменты отслеживания: Google Analytics, Рекламер

# Кейс (ошибки)

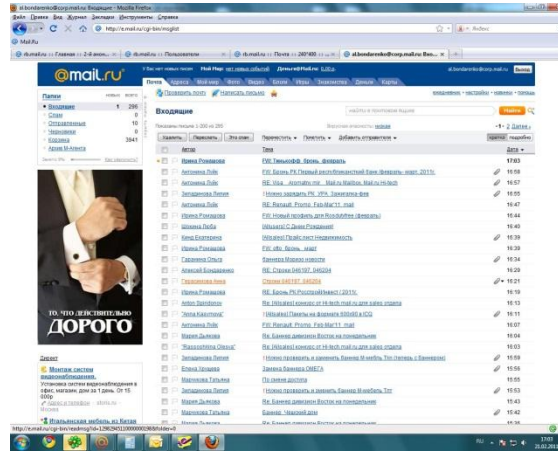
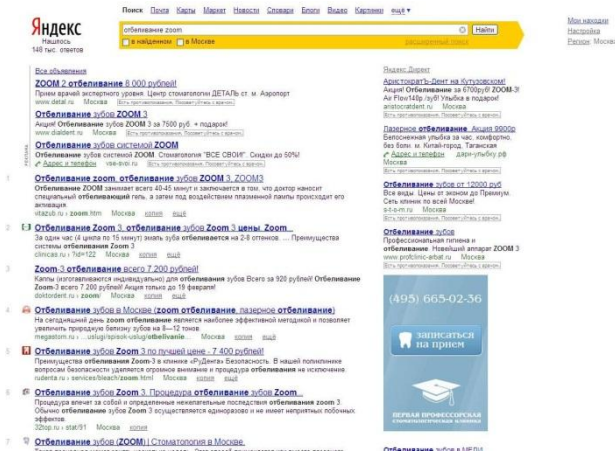
Была выбрана стратегия привлечения большого количества посетителей по целевым низко и средне-частотным запросам.

**Следствие:** обратившиеся в компанию не соответствовали характеристикам целевой аудитории.

**Решение:** выбор новых инструментов в рамках прежнего рекламного бюджета.



# Кейс (решение)



Медийно-контекстный баннер

Баннер в почте mail.ru с таргетингом на мужчин в возрасте от 30 до 55 лет

Статьи на популярных порталах

# Кейс (результат)

На фоне общего снижения посещаемости:

Панель инструментов

01.03.2010 - 28.02.2011



Снижение показателя выходов со страницы цен с 62% до 51%

Показывать статистику в период с 01.03.10 по 28.02.11

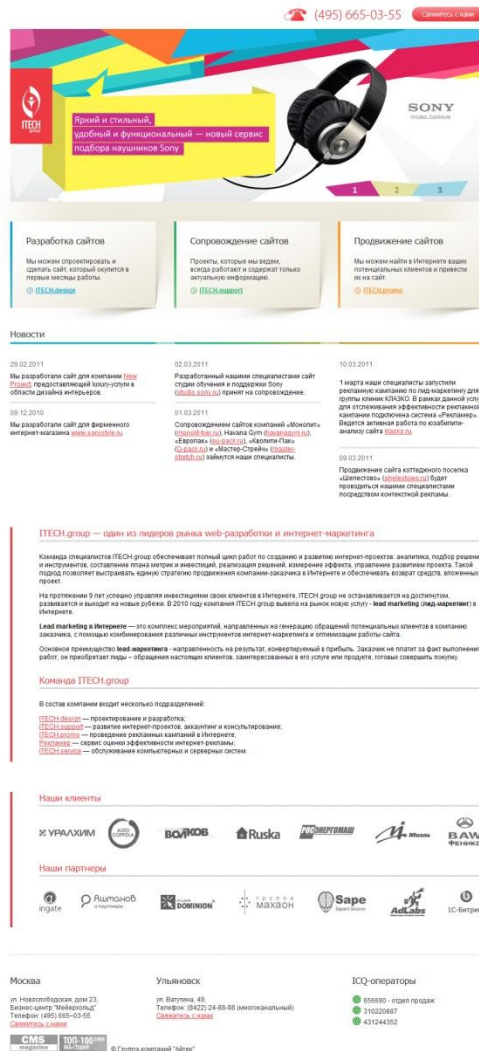
Отображать:  День  Неделя  Месяц



КОЛИЧЕСТВА

записавшихся

- Нарушение правил ведения переговоров с клиентами;
- Неосведомленность менеджеров в характеристиках товаров (услуг), условиях ценообразования;
- Низкая скорость реакции на заявки;
- Отсутствие на рабочем месте;
- Неэтичное и некорректное общение менеджеров;
- Неосведомленность о предложениях конкурентов.



Проект: компания ITECH.group

Деятельность: интернет-маркетинг, разработка и развитие интернет-проектов

Виды рекламы: поисковое продвижение, контекстная реклама

Инструменты отслеживания: Google Analytics, Рекламер

- Часто не интересуются сферой деятельности компании-клиента, статусом контактного лица,
- Отсутствуют вопросы клиенту, уточняющие его задачи и потребности,
- Используют непонятные клиенту термины;
- Не проводят работу с возражениями;
- Передают инициативу клиенту;
- Не договариваются о следующем контакте;
- Неосведомлены о ряде специфических параметров и условий оказания услуг;
- Пропущенные звонки.

# Кейс (решение)

- Регламентирование процесса приема заявок;
- Разработка сценариев проведения телефонных переговоров;
- Обучение приемам выявления потребностей клиентов;
- Обучение способам презентации преимуществ услуг на языке «пользы для клиента»;
- Обучение приемам работы с возражениями;
- Разбор реальных записей разговоров;
- Обучение специфике услуг и трендам рынка;
- Настройка переадресаций входящих звонков с рабочих телефонов на мобильные.

- Увеличение конверсии из обращений в продажи на 60%;
- Увеличение количества договоров на непрофильные услуги в 4 раза;
- Потерянных звонков - 0.

1. Улучшение ситуации без увеличения бюджетов на рекламу.
2. Наращивание бюджетов, благодаря увеличению доверия к интернет-маркетингу.
3. Нельзя оставаться только рекламным агентством.
4. Прозрачность отношений – что-то может не работать.





Падерин Олег

[www.itech-group.ru](http://www.itech-group.ru)

[paderin@itech-group.ru](mailto:paderin@itech-group.ru)

тел.раб.: +7 495 665-02-54

тел.моб.: +7 917 609-11-55

skype: o.paderin