



**Как из посетителя сделать клиента
или как не потерять деньги,
вложенные в рекламу**

Владислав Флакс

Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в сети Интернет
Харьков, 23 октября 2009 года

то, что нельзя измерить, то нельзя улучшить

посетитель + оплата товара = клиент



то, что нельзя измерить, то нельзя улучшить

посетитель + оплата товара = клиент

1) определить процессы

2) выделить показатели, определяющие их эффективность

3) научиться их измерять и улучшать

1. Выбор товара. Поиск по сайту

Показатель А: доля запросов, не давших результатов

Показатель В: конверсия после поиска

Как измерять: ПО магазина + Google Analytics



В 3,53 % посещений использовался поиск по сайту.

- 2 215 Посещения с выполнением поиска
- 5 936 Всего уникальных поисков
- 1,20 Просмотров страниц результатов за поиск
- 16,24 % Выходы после поиска
- 56,81 % Уточнение поиска
- 00:06:09 Время после поиска
- 1,65 Глубина поиска

Посещения: Кто и когда выполнял поиск?

Когда посетители выполняли поиск по сайту?
Чем посетители, выполнявшие поиск, отличаются от тех, которые ничего не искали?

Поиск: что искали посетители?

Какие поисковые запросы использовали посетители?
В каких категориях посетители выполняли поиск?

Содержание: где посетители проводили поиск?

Где посетители начинали поиск?
Какие страницы нашли посетители?

1. Выбор товара. Поиск по сайту

Как улучшить:

1) Анализировать запросы
("нокия", "стиральные машины", "о доставке")

2) Работать над релевантностью



1. Выбор товара. Навигация

Показатель: ???

Как измерять: Google Analytics

- точки выхода
- прерванные последовательности
- пути пользователей

Как улучшать:

- тестирование удобства использования
- АВ, АВС тестирование

2. Принятие решения о покупке

Показатель: доля пользователей, посетивших страницу товара и начавшая оформление заказа

Измерять:

- Google Analytics для электронной коммерции
- Мини-АТС, Call-центр

2. Принятие решения о покупке

Как улучшить: выделить магазин (почему надо покупать именно у вас, чем вы лучше конкурентов)

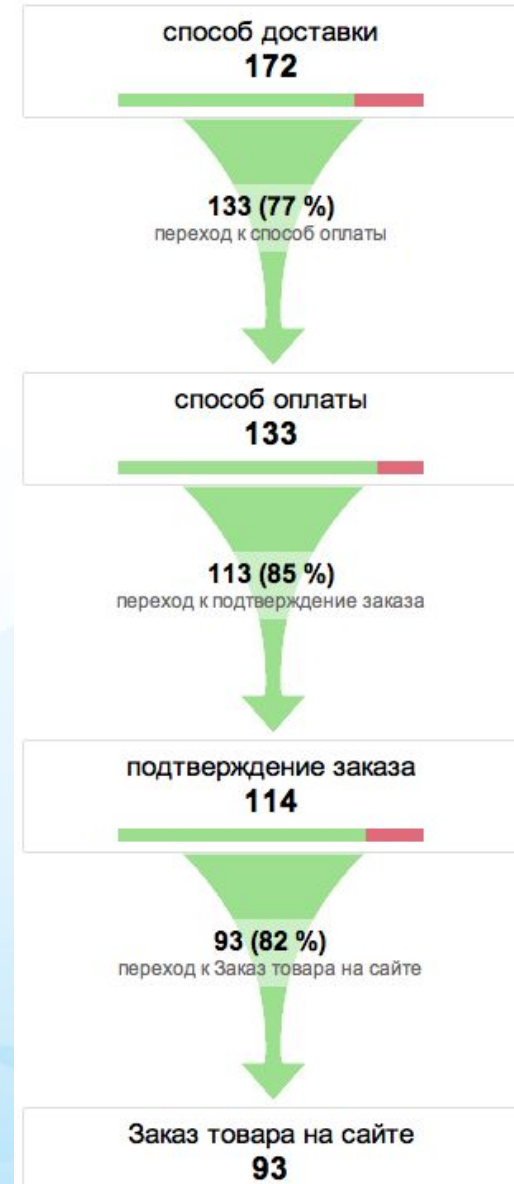
- **продать товар** (чем этот товар хорош, какие выгоды он даст пользователю?)
- **аргументировать цену** (это новинка, лидер продаж или, может, вы его рекомендуете? действует ли на этот товар скидка, была ли цена на него пару дней назад выше?)
- **сделать призыв к действию** (например акция, ограниченная по времени)

3. Оформление заказа на сайте

Показатель: доля пользователей, начавших и завершивших оформление заказа на сайте

Как измерять: Google Analytics (настройка целей)

Как улучшить: выявите узкие места, посмотрите на проблему глазами клиента



4. Согласование заказа по телефону

Показатель: доля заказов, переданных в отдел логистики

Как измерять: заполнение формы звонка

Как улучшить: анализировать причины отказа



5. Доставка заказа

Показатель: доля заказов, доставленных вовремя

Как измерять: ПО магазина

Как улучшить: система контроля качества и мотивации персонала



6. Бонус I. Повторные заказы

Показатель: Доля повторных заказов

Как измерять: CRM

Как улучшать:



6. Бонус II. Время доступности сайта

Показатель А: Доступность

Показатель В: Средняя скорость открытия страницы

Как измерять:

host-tracker.com

zabbix

nagios

Как улучшать:

Правильно выбрать дата-центр

Аппаратное обеспечение

ПО магазина

Человеческий фактор

7. Итого

	2009, Январь	2009, Февраль	2009, Март	2009, Апрель	2009, Май	2009, Июнь
1. Доля запросов без результатов	5,96%	5,55%	5,74%	6,47%	5,59%	6,20%
2. Поиск по сайту. Конверсия после поиска	24,63%	20,52%	22,45%	16,98%	20,17%	23,39%
3. Принятие решения о покупке	2,90%	2,48%	2,39%	2,64%	2,68%	2,91%
4. Оформление заказа на сайте	75,48%	75,57%	75,39%	75,87%	75,22%	75,07%
5. Согласование заказа по телефону	12,77%	11,95%	11,40%	6,65%	10,65%	13,56%
6. Доставка заказа во время	90,23%	90,34%	90,55%	90,87%	90,51%	90,11%
7. Повторные заказы	20,73%	20,74%	20,46%	20,28%	20,61%	20,96%
8. Время доступности сайта	99,39%	99,34%	99,70%	99,85%	99,62%	99,31%
9. Посещаемость	5 187	5 002	5 150	5 119	5 197	5 061
10. Конверсия	2,33%	2,17%	1,78%	1,98%	1,69%	1,63%
11. Средняя стоимость чека	1 775	1 702	1 781	1 702	1 750	1 800
12. Доход	500 158	500 250	500 015	500 964	500 274	500 516

Спасибо за внимание

Владислав Флакс

(044) 237-39-40

mail@owox.com

www.owox.com