

# Нестандартные способы продвижения интернет-сайта

Как получить лояльных клиентов и повысить продажи в условиях «новой экономики»?

# Главная проблема Интернет-рекламы

Или дыра, куда утекают Ваши деньги

- **95 %-99,9%** Ваших посетителей уходят с сайта ни с чем;
- **75%** посетителей коммерческих сайтов не собираются ничего покупать;
- И для большинства посетителей Вашего сайта – **нет ни одного повода** запомнить его адрес.

# Бывают ли стандартные способы продвижения?

Мы выбираем то что проще (или нам так кажется)

- ***SEO***
- ***Контекстная реклама***
- ***И что-то еще...***

# Большой секрет

## Опасное заблуждение рекламы

- ***Любая реклама работает.***
- ***Весь вопрос не в том ЧТО вы делаете, а в том КАК вы это делаете.***
- **Разные подходы дают разные результаты.**

# Бывают ли стандартные способы продвижения?

## Что из этого не знакомо?

- **SEO (не менее 6 стратегий)**
- **Контекстная реклама (не менее 4 базовых стратегий)**
- Реклама в популярных официальных рассылках
- Вирусный маркетинг
- Продвижение через группы в социальных сетях
- Контентное продвижение в блогах
- PR на блог-площадках и прямые продажи
- Контекстная реклама на тематических площадках
- Продвижение через twitter и другие микроблоги
- Реклама в интернет-СМИ
- Продвижение через личный брэндинг владельца
- Реклама на товарных площадках (market, [torg.ru](http://torg.ru), [price.ru](http://price.ru) и другие)

# Бывают ли стандартные способы продвижения?

И это еще не все...

- Продвижение акций и распродаж
- Двухшаговые продажи: продвижение бесплатными материалами и продуктами
- Продвижение программ лояльности, дисконтных систем повторные продажи (десяток разных стратегий)
- Внедрение директ-мэйл систем для повышения повторных продаж (вариантов 20 рабочих стратегий и еще столько же экспериментальных)
- Продвижение и продажи через партнерскую программу...

**СКОЛЬКО ИЗ ЭТИХ СПОСОБОВ ВЫ НЕ ИСПОЛЬЗУЕТЕ?**

# Зачем нам нужна реклама?

Мы выбираем то что проще (или нам так кажется)

- Чтобы привлечь больше посетителей?
- Или чтобы больше продать?

**Это очень разные задачи**

## Ваша конверсия

- **SEO** – до 2%
- **PPC** - до 5%
- **SMM** – до 10-15%



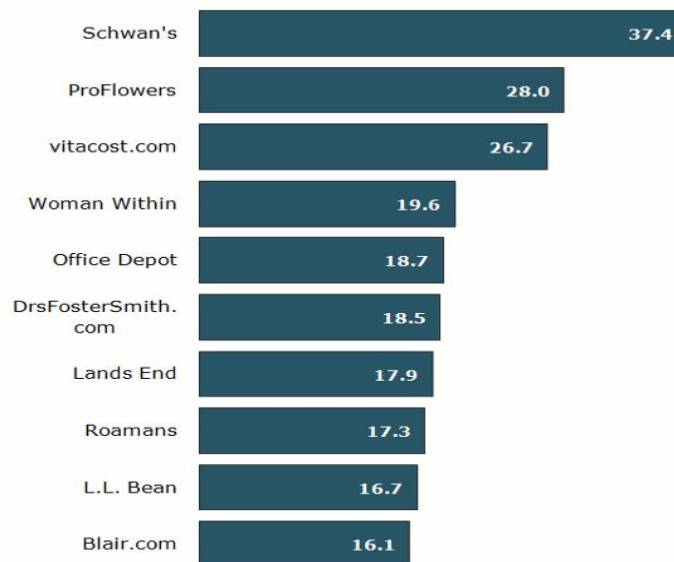
# Другая конверсия

Бывает по-другому: [marketingcharts.com](http://marketingcharts.com)

## Top 10 Online Retailers

by Conversion Rate (%)

September 2009



MC MARKETINGCHARTS.COM

Source: Nielsen Online, MegaView Retail

Пономарев Петр, [www.eshopsales.ru](http://www.eshopsales.ru). Маркетинг в Интернете по - настоящему

# Конверсия в продажи - 37,4%

Каждый третий покупает

**За счет чего это можно достичь?**

***Все данные магазины активно используют Direct-Mail системы, продвижение в социальных сетях и имеют низкий трафик с поисковых систем.***

# Самый эффективный способ продаж в сети Интернет.

Директ-мэйл – это хлеб для интернет-магазина.

*По данным Emarketer.com*

*Опрос среди 1200 владельцев интернет-магазинов в США с оборотом от 3 млн\$ в год.*

Расставьте виды рекламы по их результативности в продажах:

- direct-mail 42%
- social media marketing 29%
- pay per click 14%
- listings 6%
- SEO 6 %
- other 3%

# Что такое SMM?

SMM? SMO? Социальные сети

Новая концепция маркетинга.

*Shopping 2.0*

*Супер-маркет «на вынос»*

*Двушаговые продажи:*

Lead Generation

Lead Conversion

***Покупка клиента. А не продажа товара.***

# Продажа в два шага.

Дать человеку, то что ему нужно до того, как начнем продавать.

Контент,

*Полезный, интересный, уникальный,  
нужный*

Услуга

Сервис

# Что мы получаем

Дать человеку, то что ему нужно до того, как начнем продавать.

- Высокая лояльность.
- Человек приходит не за покупкой.
- Всегда под рукой
- Социальное подтверждение

# SMM vs SEO

За что сеошники не любят SMM

SEO	SMM
Общение посредством результатов поиска	Общение на прямую
Не имеет вирусного эффекта	Яркий вирусный эффект
Только траффик	PR, лояльность, другие...
Отсутствие отношений	Актуальная и интересная информация в обмен на согласие принять рекламное сообщение

# SMM vs SEO

За что сеошники не любят SMM

SEO	SMM
Выбор из схожих результатов поиска	Качество контента, интересная информация, рекомендации
Заинтересованность близка к нулю	Высокая заинтересованность.
SEO не всегда эффективно	SMM работает для 99% отраслей
Инструменты ограничены	Разнообразен и пополняется



# SMM vs SEO

## За что сеошники не любят SMM

SEO	SMM
Результаты можно четко отследить	Сложность в расчете ROI
Существует большое количество специалистов (есть выбор)	Специалистов практически нет.
Один специалист может вести несколько проектов	Необходима командная работа

# Инструменты

Что можно использовать?

## Группы в социальных сетях

- Позиционирование
- Брендинг
- Приглашение
- Стимулирование активности
- Связь с другими средствами продвижения

# Инструменты

Что можно использовать?

## Группы в социальных сетях

### Вконтакте:

- Продвижение встречами
- Продвижение в других группах (как найти)
- Покупка групп
- Продвижение приложениями
- Распространение бесплатного контента

# Twitter

## Что можно использовать?

- Качественная аудитория
- Быстрый запуск
  
- Общайтесь, а не продавайте
- Используйте хэш теги и листы
- Массовый фалловинг?

# Что еще?

## Что можно использовать?

- Работа с новостями News2.ru
- Флэшмобы и конкурсы
- Сарафанное радио
- Работа с лидерами мнений
- Скрытый маркетинг
- Вирусный маркетинг

# Блоги

## Что можно использовать?

Блог –

Создание и развитие

О чем писать?

Как запустить?

Платформа livejournal? Blogspot.com? liveinternet&?

Stand-alone...

SMO: связываем с twitter, связываем с сайтом, связываем с рассылками

# Что такое директ-мэйл?

Забудьте о рассылках новостей сайтов и спаме.

- *На данный момент в Рунете практически не существует директ-мэйла.*
- *Людей, которые понимают возможности директ-мэйла крайне мало.*
- *Людей, которые умеют выстраивать систему продаж на основе директ-мэйла еще меньше.*

# Ваши преимущества

О чем никто не подозревает...

- ***Максимально возможный таргетинг;***
- ***Короткое время отклика;***
- ***Абсолютная измеряемость;  
результата;***
- ***Максимальная конверсия;***
- ***Низкие издержки.***



# Мифы о директ-мэйле

Забудьте о рассылках новостей сайтов и спаме.

- *Директ-мэйл это спам;*
- *Директ-мэйл это рассылки новостей сайта*
- *Директ-мэйл не работает*
- *Директ-мэйл не работает в моем бизнесе*
- *Директ-мэйл это не серьезно*

# Что такое директ-мэйл?

Сравните с тем, что Вы думали и найдите ошибки

***Автоматизированная система  
персонализированной коммуникации  
с потенциальными  
и существующими клиентами  
при помощи email.***

# Никто не любит рассылки

Забудьте о рассылках новостей сайтов и спаме.

- ***Сколько писем мы получаем в день?***
- ***Сколько из них отправляем в спам не читая?***
- ***Мы редко читаем письма, от неизвестных адресатов***
- ***Мы не верим рекламе в email;***
- ***Мы не переходим на неизвестные сайты;***

# Никто не любит рассылки

Забудьте о рассылках новостей сайтов и спаме.

*При этом email маркетинг  
самый эффективный способ продаж в  
Интернет.*

- Конверсия **до 90%**;
- Потенциальные клиенты всегда под рукой;
- Оперативное управление;
- Прогнозируемость;
- Автоматизация: продажи на автопилоте

# КАК?

Вопросы, без ответов?

- *Как сделать так, чтобы Ваши письма читали?*
- *Как продавать через директ-мэйл?*
- *Что писать? О чем писать? Кому писать?*

# Без чего не бывает директ-мэйла

Главное:

- *Персонафикация;*
- *Сегментирование;*
- *Четкая цель;*
- *Знание и понимание аудитории;*

# Цифры и факты

## Сравним

### Не персонифицированная рассылка

- Процент открытия 12%
- Клики 2%
- Конверсия 1,1%

### Персонифицированная серия писем (3 письма)

- Процент открытия 34%
- Клики 25%
- Конверсия 14%

### Персонифицированная рассылка

- Процент открытия 27%
- Клики 19%
- Конверсия 10%

### Обучающая серия писем – 7 писем.

- Процент открытия 33%
- Клики 29%
- Конверсия 19%

# Зачем это нужно?

## Где деньги?

- *Повышение лояльности*
- *Прямые продажи*
- *Upsell*
- *Новый, низкозатратный способ привлечения целевой аудитории*
- *Повторные продажи*
- *Маркетинговая информация*



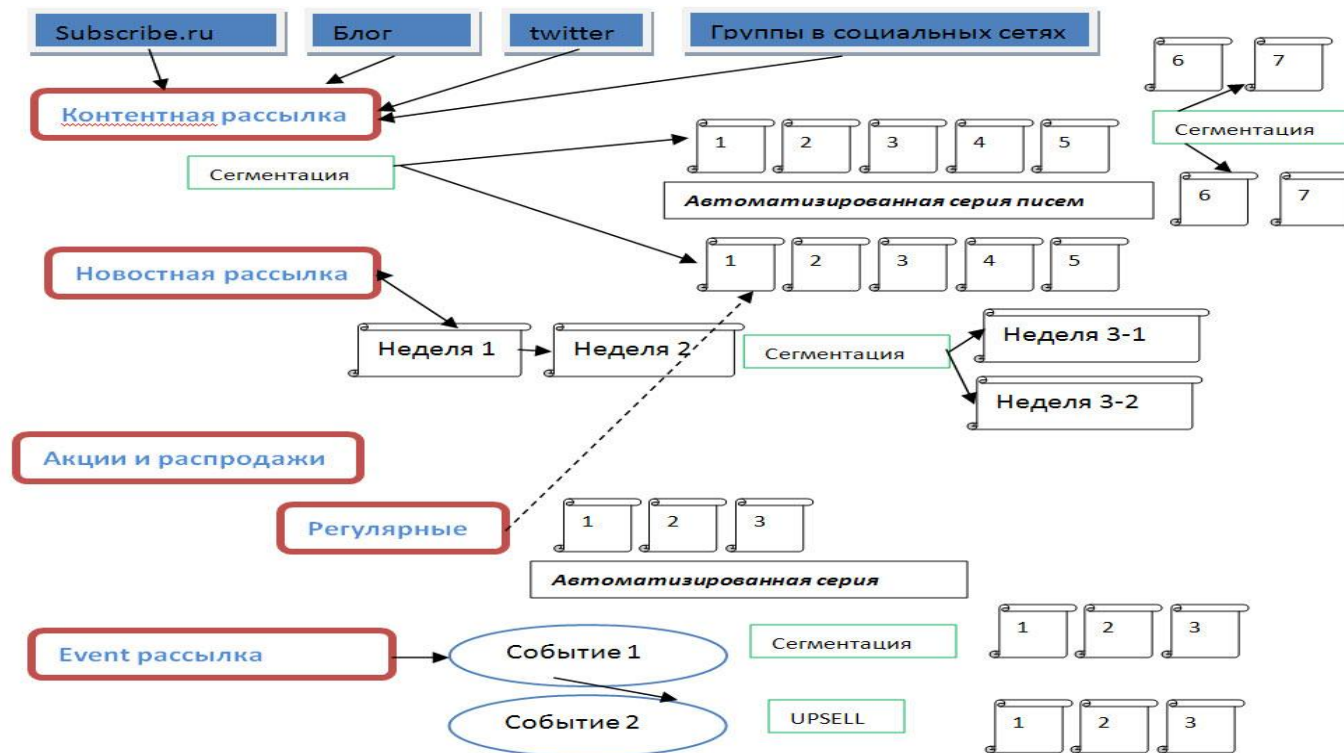
# Что входит в директ-мэйл

## Что есть в коробочке

- *Контентная рассылка (может быть продублирована на [subscribe.ru](http://subscribe.ru), [mail.ru](http://mail.ru) )*
- *Новостная рассылка – новости, которые интересны Вашей аудитории*
- *Event рассылка – основной продажный инструмент*
- *Upsell – серии писем продающие дополнительные товары в автоматическом режиме*
- *Акции и распродажи*

# Из чего состоит директ-мэйл?

Как работает система:



# Как это работает

## Снова о деньгах

- *Один из американских магазинов предлагал в обмен на подписку в 1\$ в год – набор кухонных ножей за 299\$ бесплатно.*
- **СКОЛЬКО МОЖНО ПРОДАТЬ ОДНОМУ ЧЕЛОВЕКУ ЗА ГОД?**

# Как это бывает

Реальность проще, чем кажется

- **Внедрение upsell серией писем в интернет-магазине dvd дисков \*\*\*\*\***  
**вложения 30\$**  
**срок внедрения 3 дня**  
**результаты – увеличение продаж на 24%.**

**Внедрение серии писем «Сообщите о снижении цены» интернет-магазин бытовой техники \*\*\*\*\***  
**вложения 120\$**  
**срок внедрения 4 дня**  
**результаты – увеличение продаж на 11%**

# Как это бывает

Реальность проще, чем кажется

- *Автоматическое письмо с советами по использованию купленной техники в интернет-магазине бытовой техники*

\*\*\*\*\*

*стоимость внедрения 100\$*

*срок внедрения 3 дня*

*результат – увеличение продаж на 13%*

- *Внедрение контентной рассылки в магазине dvd дисков*

\*\*\*\*\*

*стоимость внедрения 100\$ единоразово + 30\$ в месяц)*

*срок внедрения 1 месяц*

*результаты – увеличение продаж на 27%*

# Как это бывает

Реальность проще, чем кажется

- *Проведение «длинной взрывной распродажи» в магазине одежды \*\*\*\*\**

*Подготовка 2 недели*

*Стоимость внедрения 800\$*

*Длительность акции 35 дней*

*Чистая прибыль от данной акции 3900\$*

# О чем писать?

- **О том, что клиенту интересно;**
- **Дайте ему то, что ему нужно;**
- **Дайте ему больше чем он ждет;**
- **Станьте экспертом в своей области.**

# Мне писать не о чем!

## *Простые движения:*

- Как правильно выбрать «мой товар»;
- Как правильно использовать «мой товар»;
- Интересные факты о «моем товаре»;



# Мне писать не о чем!

**Fotos.com.ua** – супермаркет бытовой техники – «Недостатки бытовой техники, о которых молчат производители»

**Kinomag.ru** – Магазин редкого кино. «Интеллигентные и сексуальные новости кино».

**Manicurshop.ru** магазин наборов для маникюра – «12 уроков по маникюру в домашних условиях»

**Kombik.com** - магазин музыкальных инструментов. «Как сэкономить деньги в студии»

**Starmaster.ru** – Магазин dvd болванок «157 самых страшных секретов о CD и DVD болванках, о которых умалчивают продавцы розничных точек»

# Как это работает

## Снова о деньгах

*Клиент подписался на полезную и интересную рассылку – вероятность того, что он купит у Вас уже выросла в несколько раз.*

*Клиент получил конкретное предложение на интересные ему товары или услуги.*

*Клиента поздравили с днем рождения жены и предложили выбрать подарок.*

# Что такое копирайтинг

## Продавать текстом

- *Текст с конверсией 1% и 20% - это разные тексты*
- *Существуют разные формулы построения продающего текста*
- *Принципы –*
  - Персонализация;*
  - построение отношений;*
  - работа с эмоциями;*
  - работа с возражениями;*
  - Четкое предложение (Offer);*
  - Аргументация цены, покупки этого товара, покупки в Вашей компании, покупки сейчас*

# Как это работает

## В нужный момент

- *Event рассылка:*
- *Клиент купил на определенную сумму и в результате получил ограниченную скидку.*
- *Клиент давно не был на сайте, получил напоминание и уникальное предложение.*
- *Клиент давно ничего не покупал – получает подробный обзор интересующих его товаров и скидку.*
- *Приходит письмо с предложениями об улучшении работы магазина...*
- *.... ВАШИ ВАРИАНТЫ?*

# Ошибки директ-мэйла

## Снова о деньгах

- *Персонализация это не то, что Вы думаете...*

*Здравствуйте, уважаемый (ая) !*

- *Уникальное и полезное содержание*

*Кому интересно что у Вас новые модели кондиционеров на складе?*

- *Последовательность – мы завязываем отношения.*
- *Нерекламный характер*
- *Тестирование*
- *Письма должны быть ожидаемы*

# Ошибки директ-мэйла

## Снова о деньгах

- *Дайте максимум возможностей коммуникации*
- *Где автор?*

*С Уважением*

*Сотрудники ООО «...»*

- *Автоматизация всех процессов*

*Mailchimp.com, Streamsend.com, Icontact.com ,  
Constantcontact.com и другие...*

# Когда директ-мэйл возможен?

## Что нужно знать и иметь

- *Нужно хорошо знать свою аудиторию*
- *Нужно знать что такое копирайтинг, маркетинг и психология.*
- *Нужно уметь сегментировать базу данных*
- *Нужно уметь выстраивать и тестировать процессы*
- *Нужно уметь считать результаты и делать выводы.*

# Это не для меня

- Если Вы считаете, что директ-мэйл не даст результатов для Вашего бизнеса...

То... Ждите, когда технологию внедрят конкуренты. Это будет уже скоро.



# Начните прямо сейчас

[Eshopsales.ru](http://Eshopsales.ru):

***Продвижение интернет-магазинов в социальных сетях*** – базовый курс  
Дамира Халилова

***Директ-мэйл по правилам***: онлайн-тренинг совместно с Дмитрием Котом

# Начните прямо сейчас

***Eshopsales.ru:***

*Напишите на [office@eshopsales.ru](mailto:office@eshopsales.ru)  
и получите скидку на эти тренинги!*

# Спасибо за внимание!

Возможно, я успею ответить на Ваши вопросы

**Пономарев Петр**

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

[office@eshopsales.ru](mailto:office@eshopsales.ru)

[www.twitter.com/eshopsales](http://www.twitter.com/eshopsales)