

Содержательный маркетинг 2.0

«Как читатель становится партнером или клиентом?»
«Можно ли конвертировать современного пользователя соц.сети?»
«Как будет выглядеть воронка продаж нового поколения?»

Чистов Кирилл
Subscribe.Ru

Выделяетесь среди конкурентов?



«Самоустранение» потребителя от рекламы



CTR 0,1%

CPA 1500 руб.?



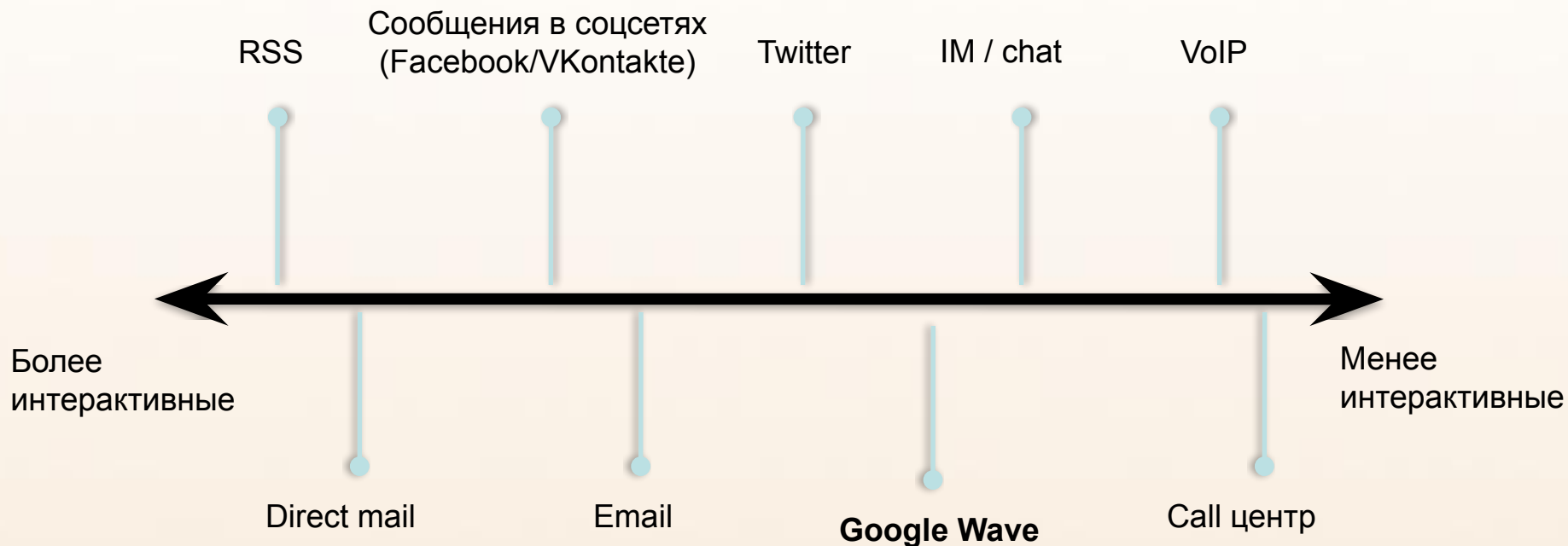
Инфо-потребление меняется



Медийная микрофрагментация



Тенденции в восприятии коммуникаций



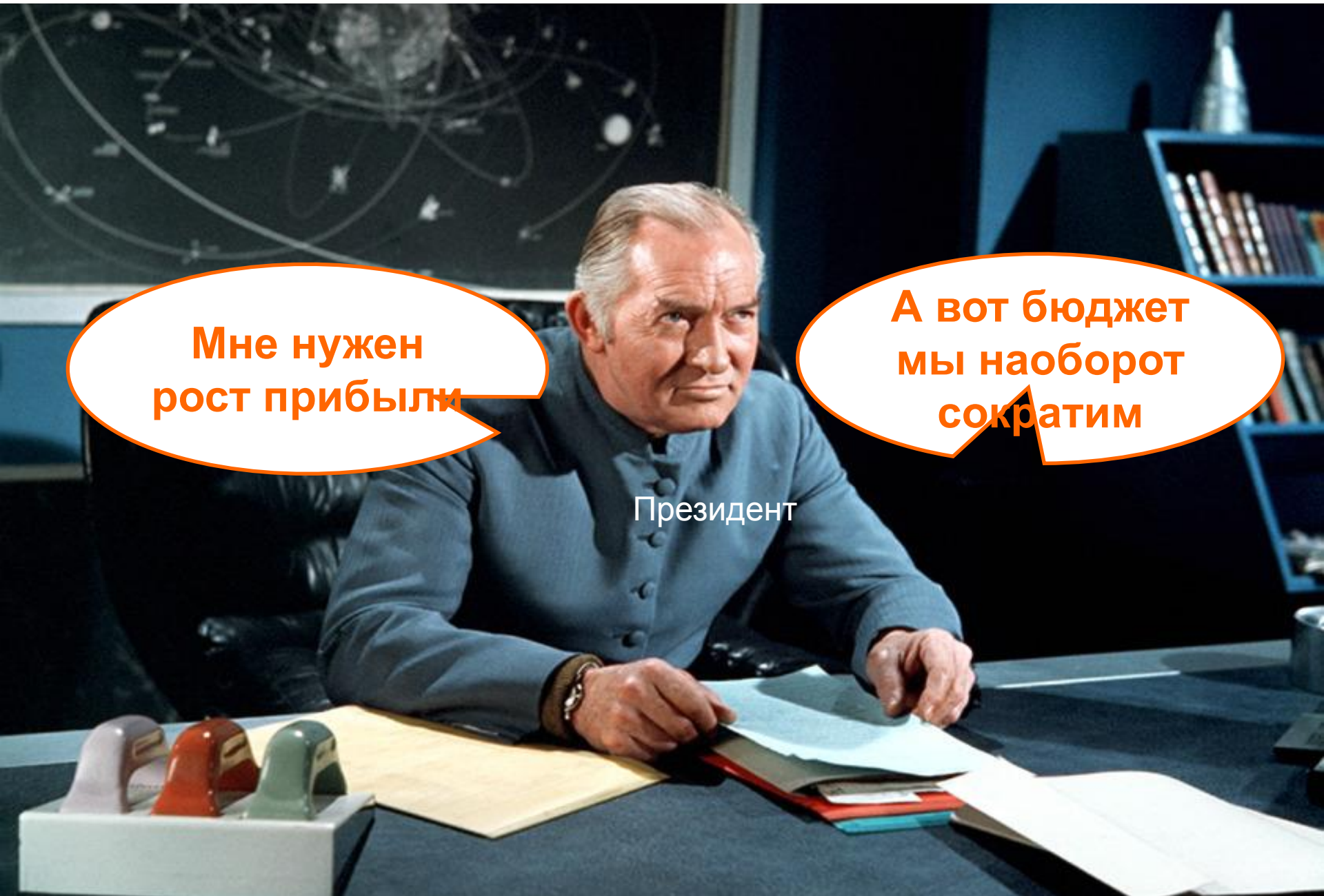


А акционеры не хотят меняться...

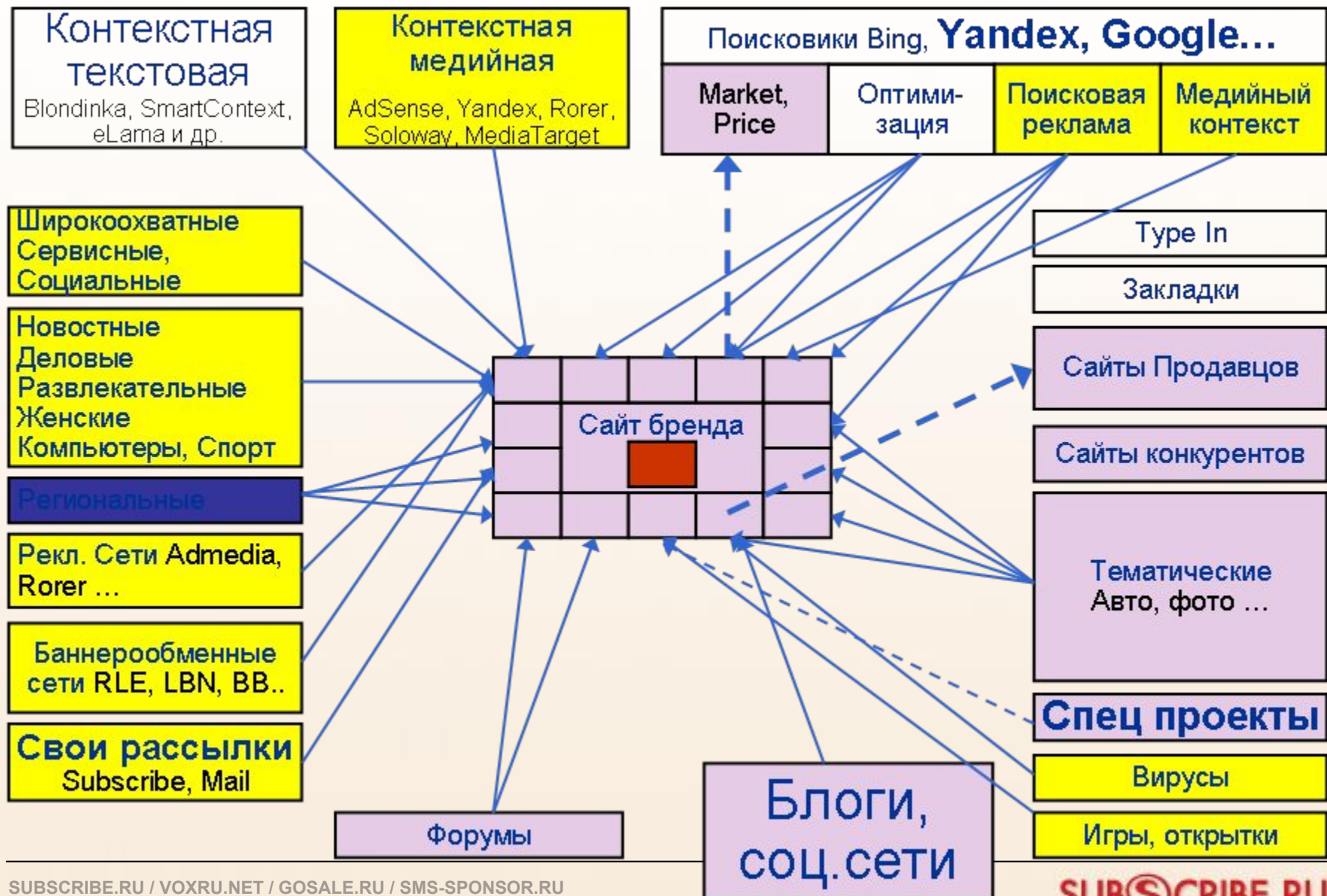
Мне нужен
рост прибыли

А вот бюджет
мы наоборот
сократим

Президент



Что выбрать для продвижения?



Рост прибыли при сокращении затрат?



Динамическая
балансировка
маркетингового
бюджета (хСРА)?

Повторное использование
инвестиций в «смежные»
маркетинговые инструменты



Я срезал PR-бюджет на 20%
И бюджет call-центра на 40%.
Теперь можно заняться
инновационным
продвижением ****SMO****?

Дерзай, братец!
Надеюсь, покажешь
реальный результат , а
иначе....

Ген. Дир.

Мар. Дир.

A photograph of three women with short, straight-cut purple hair, wearing light blue uniforms, in a control room setting. They are looking towards the camera with serious expressions. The background shows shelves with books and control panels with buttons and lights.

**А горящие туры
можно?**

**Публикуйте наши
последние новости
и пресс-релизы в
блогах и соцсетях**

**А в комментариях
будем писать
восторженные отзывы
счастливых клиентов!**

Та-дам!
У меня
новый
контракт!!!

Social Media Mgr.



Парни, есть работа!
Пора за дело!!!

Опять блоги,
группы, Twitter
и все такое?

На какую
тему будем
«жечь» на
этот раз?

SMO Группа

«Поиск вопросов и ответов»

ЦП – целевые потребители

На какие вопросы ищут ответы ЦП?

Как меня находят?

Кто потенциальные информ. партнеры?

Что у меня на сайте интересного?

Кто конкуренты?

Что и как у меня заказывают?

Где и какие ответы?

К кому от меня уходят?

Почему возвращаются?

Анализ поискового спроса (Яндекс)

Яндекс [Помощь](#)

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

Ключевые слова и словосочетания

Регионы **Москва**
[Уточнить регион...](#)

Что искали со словами «индивидуальные туры» — 1467 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
индивидуальные туры	1467
индивидуальные туры +в австрию	42
индивидуальные туры +в италию	40
индивидуальные туры +в оаз	38
индивидуальные туры +в германию	37
индивидуальные туры +в финляндию	37
организация индивидуальных туров	25
индивидуальные туры +в израиль	24
индивидуальные туры +во францию	23
индивидуальные туры +в прагу	23
индивидуальные туры +в чехию	21
индивидуальный тур +в египет	19
индивидуальные туры +в США	17
индивидуальные туры +в испанию	17
индивидуальные туры +на новый год	16
индивидуальные туры +по москве	15
индивидуальные туры +в Швецию	15
индивидуальные туры +в париж	14
вена индивидуальный тур	12
индивидуальные туры +в россию	11

Что еще искали люди, искавшие «индивидуальные туры»:

Слова	Показов в месяц
vip отдых	514
vip туры	204
vip туризм	87
vip отдых	270
отдых +в москве +и подмосковье	94
отдых +в москве	3951
индивидуальный отдых	53
продажа юрт	31
элитный отдых	435
элитный туризм	25
туроператоры +в киеве	8
аренда вилл	2265
виллы +в италии	358
вилла	22811
туры +в карловы вары	314
санатории карловы вары	1129
отдых париж	511
путевки турция	2907
санаторий дзержинского	642
санаторий фиджи	401

Анализ поискового спроса (Google)

Показать
Сортировать по алфавиту | по количеству

Все

индивидуальные туры (2)

новый год (4)

отдых на новый год (1)

туры (4)

Прочие термины (4)

Типы соответствия

Широкое

[Точное]

"Фразовое"

Справка

Почему в разных инструментах подсказки ключевых слов приведена разная статистика по объему поиска?

Как получить варианты ключевых слов и оценки трафика в инструменте подсказки ключевых слов?

Как получить дополнительные подсказки ключевых слов на основе категорий и похожих терминов?

Варианты ключевых слов Об этих данных

[+ Добавить ключевые слова](#) [Сохранить в файл](#)

Сортировать по параметру: Релевантность Режимы просмотра

Ключевое слово	Уровень конкуренции	Кол-во запросов в месяц (весь мир)	Кол-во запросов в месяц (целевые регионы)	Динамика запросов в целевых регионах
индивидуальные туры	<div style="width: 100%;"></div>	170	170	
новогодние туры	<div style="width: 100%;"></div>	320	320	
отдых на новый год	<div style="width: 100%;"></div>	91	91	
туры на новый год	<div style="width: 100%;"></div>	91	91	
индивидуальные туры в италию	<div style="width: 50%;"></div>	< 10	-	
горящие туры	<div style="width: 100%;"></div>	2 400	2 400	
горячие туры	<div style="width: 100%;"></div>	590	590	
египет отдых	<div style="width: 100%;"></div>	320	320	
vip отдых	<div style="width: 100%;"></div>	46	46	
новогодний отпуск	<div style="width: 100%;"></div>	16	16	

Сравнить:

Поисковые запросы

Страны и регионы

Периоды времени

Поисковые запросы

Совет: добавьте "+" между словами, чтобы получить данные по любому из них.

[+ Добавить поисковый запрос](#)

Фильтр

Поиск по Интернету

Россия Москва

Последние 30 дней

Туризм

Сервис: Поиск по Интернету. Запрос(ы): vip отдых, горящие туры

Москва (Россия), Последние 30 дней

[Все категории](#) > Туризм

Подкатегории: [Куда поехать отдохнуть](#)

Итого

vip отдых 10

горящие туры 59

⚠ К категории Туризм относится менее 10% поисков, содержащих указанные поисковые слова. [Подробнее](#)

Динамика популярности Прогноз Поиск по новостям

Уровень интереса Рост в сравнении с категорией "Туризм"

Анализ «социального» спроса (блоги, форумы)



[vanity_fairy](#)

2009-03-16 06:47 am UTC (ссылка)

в любом агентстве сделают такое. Я всегда через агентство делаю визу-билеты-гостиницу. Называется это индивидуальный тур. Стоимость авиабилетов может быть выше группового, но не смертельно. Езжу через Weekend Tour, нареканий к ним нет.

(Ответить) (Ветвь дискуссии)



[axeohe](#)

2009-03-16 03:41 pm UTC (ссылка)

Спасибо большое. :)

(Ответить) (Уровень выше)

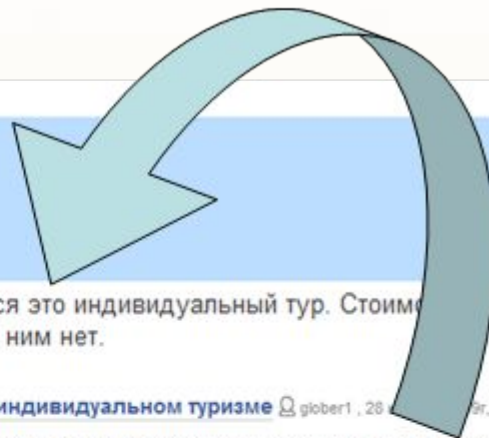


[death_for_all](#)

2009-03-16 08:42 pm UTC (ссылка)

Есть, индивидуальные туры. Не сказала бы что стоят так же или дороже обычных, групповых "по расписанию".

Ездил уже несколько раз через Альтаир, <http://www.altairtravel.ru>. По телефону все рассказала, что хочу, куда хочу, насколько - подобрали, визу оформили, отправили) Без нареканий.



Эпоха разрушений в индивидуальном туризме [giober1](#), 26 ноября 2009г., 19:14

+ Конечно дадут они же не тратили время и сил на придумывание тура и его согласование с требованиями клиента.

Турпоездки [marflow](#), 19 ноября 2009г., 09:28

+ Обычно заказываю все поездки за границу в индивидуальном порядке.

Туристические компании, мебельные магазины, грузоперевозки - новое на ...

[den-shiroky](#), 20 ноября 2009г., 11:39

+ На данный момент там расположены 2 туристических компании, дающих скидки на туры, билеты и т.д.

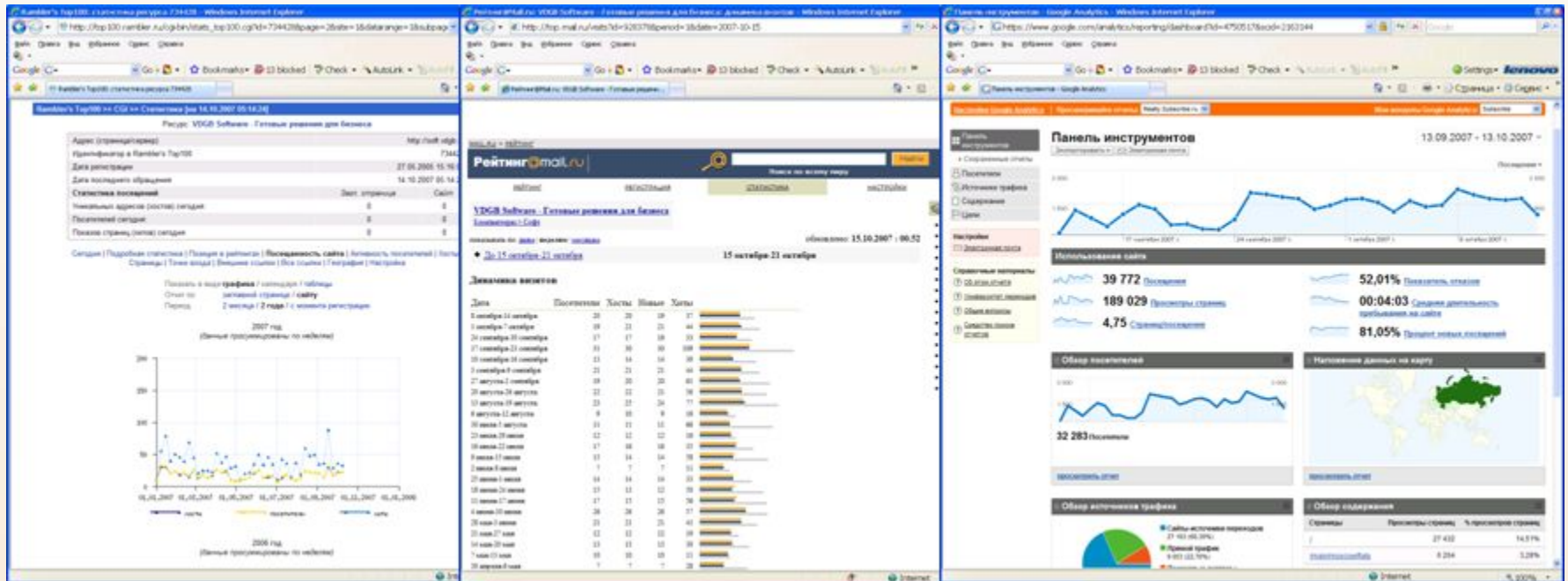
Словения, Мексика и Домбай лидеры про динамике запросов туристов в ...

[atorus](#), 23 ноября 2009г., 14:55

+ Более чем на 50 %по сравнению с предыдущим месяцем возрос интерес к турам в Мексику, на треть увеличился спрос на туры в Индию на курорт Гоа.

Конкурентная аналитика

- посещаемость сайтов и страниц-конкурентов
- ключевые фразы □ популярные страницы
- активность в конкурентных форумах, группах и блогах



«Своя» аналитика



Referring Sites

Rank	Domain	Source	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Source Rate
1	vk.com	vk.com	263,268	2.75	00:05:38	13.05%	47.34%
2	mail.google.com	mail.google.com	168,976	3.07	00:06:03	12.57%	41.63%
3	mail.ru	mail.ru	11,286	2.74	00:05:38	13.05%	46.21%
4	mail.google.com	mail.google.com	25,406	2.83	00:05:01	12.83%	46.32%
5	mail.ru	mail.ru	14,200	2.88	00:05:18	13.07%	50.27%
6	vk.com	vk.com	2,386	2.75	00:05:38	12.52%	46.67%
7	vk.com	vk.com	2,886	2.75	00:05:38	14.84%	49.74%
8	mail.ru	mail.ru	2,886	3.45	00:07:16	14.00%	39.88%
9	vk.com	vk.com	2,383	1.85	00:02:28	24.17%	71.46%
10	vk.com	vk.com	2,246	2.14	00:02:38	27.20%	71.86%
11	vk.com	vk.com	1,883	2.27	00:03:12	4.17%	66.19%
12	mail.ru	mail.ru	1,883	3.11	00:04:34	7.75%	42.51%
13	vk.com	vk.com	1,626	1.87	00:02:25	1.82%	61.70%
14	mail.ru	mail.ru	1,262	2.87	00:05:48	12.31%	43.93%
15	vk.com	vk.com	1,096	2.58	00:03:02	2.84%	70.22%
16	vk.com	vk.com	1,096	2.58	00:03:29	3.07%	67.46%


Системы анализа

- Google Analytics
- LiveInternet
- SpyLOG
- WebTrends

Create Advanced Segment

Out of a total of 860,498 visits...

- City Condition: Matches exactly Value: Moscow => 185,858 visits
- and
- Page Depth Condition: Greater than or equal to Value: 2 => 372,724 visits


The image shows three men from the movie 'The Italian Job' wearing their iconic white mesh shirts. They are in a car, looking towards the camera with serious expressions. The man on the left is slightly behind the other two. The man in the center is sitting in the driver's seat, and the man on the right is leaning forward from the passenger side. The background shows the interior of a car with red and white striped seats.

Ну как...? Есть спрос на «нашего парня»?

Есть средний поисковый трафик по продуктам, спрос в тематике

В блогах и форумах «средне-тихо», не «холиварно», негатива нет

Узнаю, что есть у «продажников»...

A photograph of three women with short, vibrant purple hair, wearing light blue uniforms, in a control room setting. They are looking towards the camera with serious expressions. The background shows shelves with books and a control panel with various lights and buttons.

**У меня есть идеи и
фото-отчеты о
необычных
экскурсиях**

**Я соберу свои
вопросы и ответы
(«Входящие» /
«Отправленные»)**

**А еще мы проведем
фото-конкурс и
аукцион прикольных
сувениров!**

The image shows three men from the movie 'The Italian Job' wearing their iconic white mesh suits. They are in a car, looking serious. The man in the center is sitting, while the other two are leaning over him. There are four yellow speech bubbles overlaid on the image, each containing text.

Парни, есть
убойный
контент

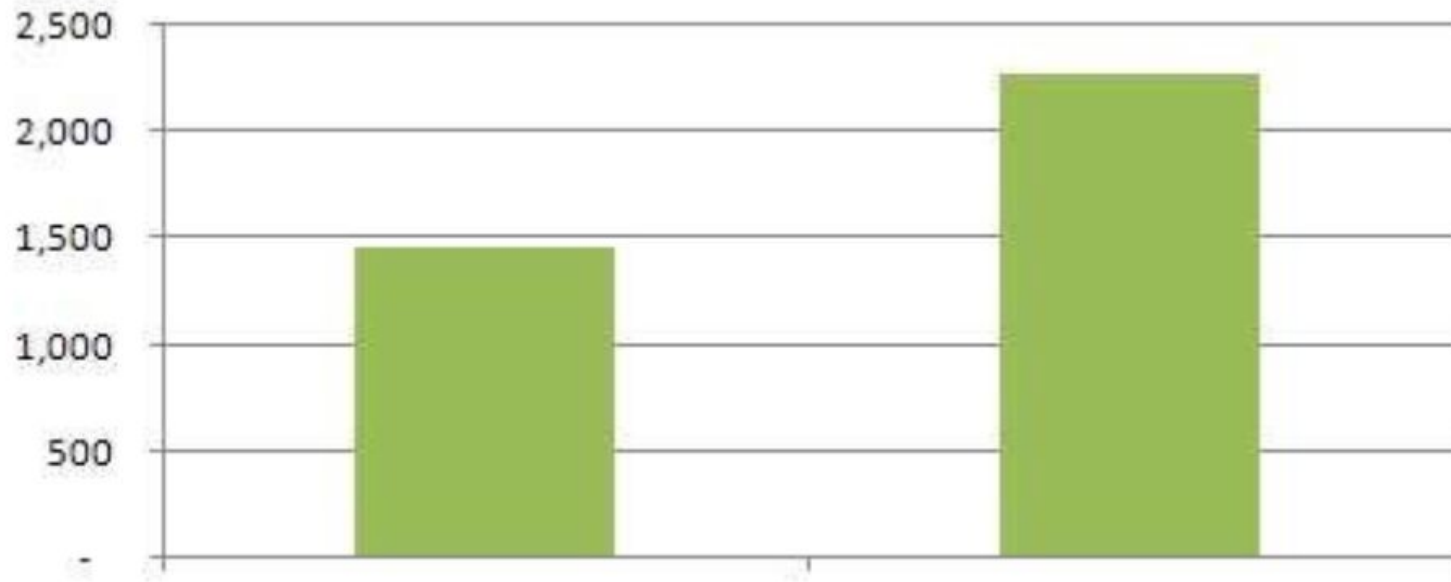
Я оптимизирую его
под запросы и
размещу

А я «нарежу» и
«закину» в наши
группы


Действуйте!

Оптимизированный контент = трафик

На сайтах компаний, ведущих блог, его на ~50% больше



Просто потому, что там обновляется контент (важно для «поисковиков»), есть ответы на реальные вопросы клиентов (важно для клиентов), есть возможность самовыражения (важно для «лидеров мнений»)

A photograph of three women with short, dark, wavy hair, wearing light-colored, textured uniforms, standing in a control room. They are looking towards the camera. The background shows shelves with books and control panels with buttons and lights. Three speech bubbles are overlaid on the image, containing text in Russian.

**Нас зафрендил
в ЖЖ 150 человек**

**И еще 100 на FaceBook
и ВКонтакте!
Гляди-ка, пошли
«комменты» и
«трекбеки»!**

**На нас подписан
почти весь
русский
Twitter!**

Круто!

Жгут!

«Аффтар,
пеши исчо!»

Финансовый контроль

Бухгалтерия

Через месяц...



Да, а что насчет
P&L?

Докладываю на базу...
Google Analytics на взлете!
В соцсетях позитив!
Уходим в отрыв!

**Обожаю такие
проекты!!!
Пора готовить
«презу» с «кейсом»
для «конфы»**

Social Media Mgr.



Три месеца спустя...

Косвенные (неключевые показатели)

Посетители сайта

Жалобы клиентов

Показы рекламы

Позитивные отзывы в СМИ

Клики

Показы на YouTube

Роздано купонов

Цитаты в Twitter

Посетители магазина

Позитивная молва

Доставлено писем

Негативная молва

Негативные отзывы в СМИ

Новых резюме

Друзья в ЖЖ / ВКонтакте

Упоминания в соцсетях

Подписчиков в Twitter

Комментарии к блогу

УРАВНЕНИЕ R.O.I.

$$\text{ROI} = \frac{\text{(ДОП. ПРИБЫЛЬ - СЕБЕСТОИМОСТЬ)}}{\text{СЕБЕСТОИМОСТЬ}}$$

КОНЦЕПЦИЯ R.O.I.



Инвестиции

Ожидаемая прибыль




Как там?

Не
понятно.

Нули!

Через 6 месяцев...


A man with short blonde hair, wearing a dark suit and white shirt, is sitting at a dark wooden table in a restaurant. He is holding a rotary telephone receiver to his ear with his right hand and has his left hand on the base of the phone. The table in front of him has a glass of orange juice, a small bowl, and a white container. In the background, other people are seated at tables, and the restaurant has warm lighting and a blue water bottle on a table.

**Все вроде бы работает, но
нет роста продаж...
В чем причина?
Необходимо выяснить и
придумать решение**

Найти узкие места и устранить их


**Измерения?
Какие измерения?!
Мы работаем
на имидж!**

Social Media Mgr.


A man with light hair, wearing a brown double-breasted suit, white shirt, and dark tie, stands in an office. He has a serious, thoughtful expression. The office background includes a window with blinds, a potted plant, and a sign with the letters 'RE'.

**Придется
разбираться
самим**

Как посчитать выгоду (прибыль)?



**Сколько можно
анализировать?**



**Это целый процесс,
дорогуша: надо не просто
вычесть и поделить,
необходимо учесть
прирост благодаря твоей
активности, учесть
сезонность и т.д.**

**После этого мы
сможем соотнести
доходы и расходы
и вычислить
уравнение.**

Сегментация по конвертируемости И ЛОЯЛЬНОСТИ

Из общего количества посещений (?) ...

Тестировать сегмент

удалить

Город

Условие

Точное соответствие

Значение

Moscow

учитывать регистр

или

Добавить оператор "or"

и

удалить

Число просмотренных страниц

Условие

Больше или равно

Значение

2

учитывать регистр

или

Число посещений

Условие

Больше или равно

Значение

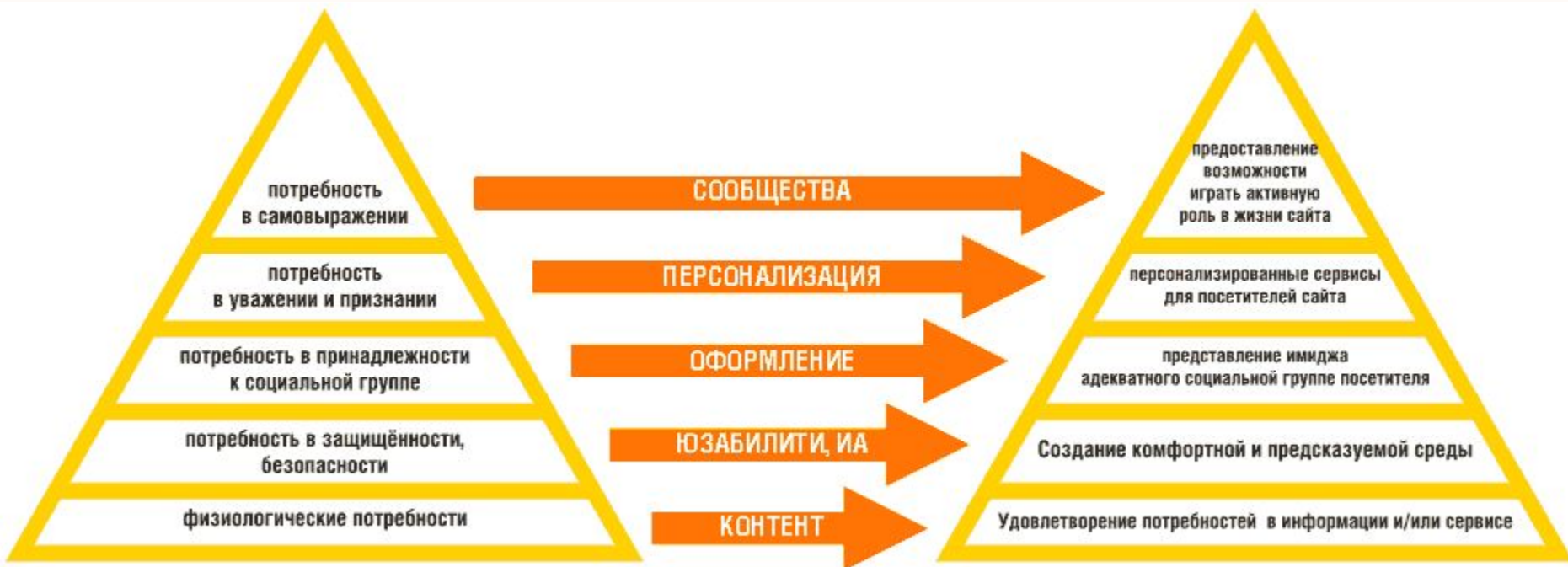
3

учитывать регистр

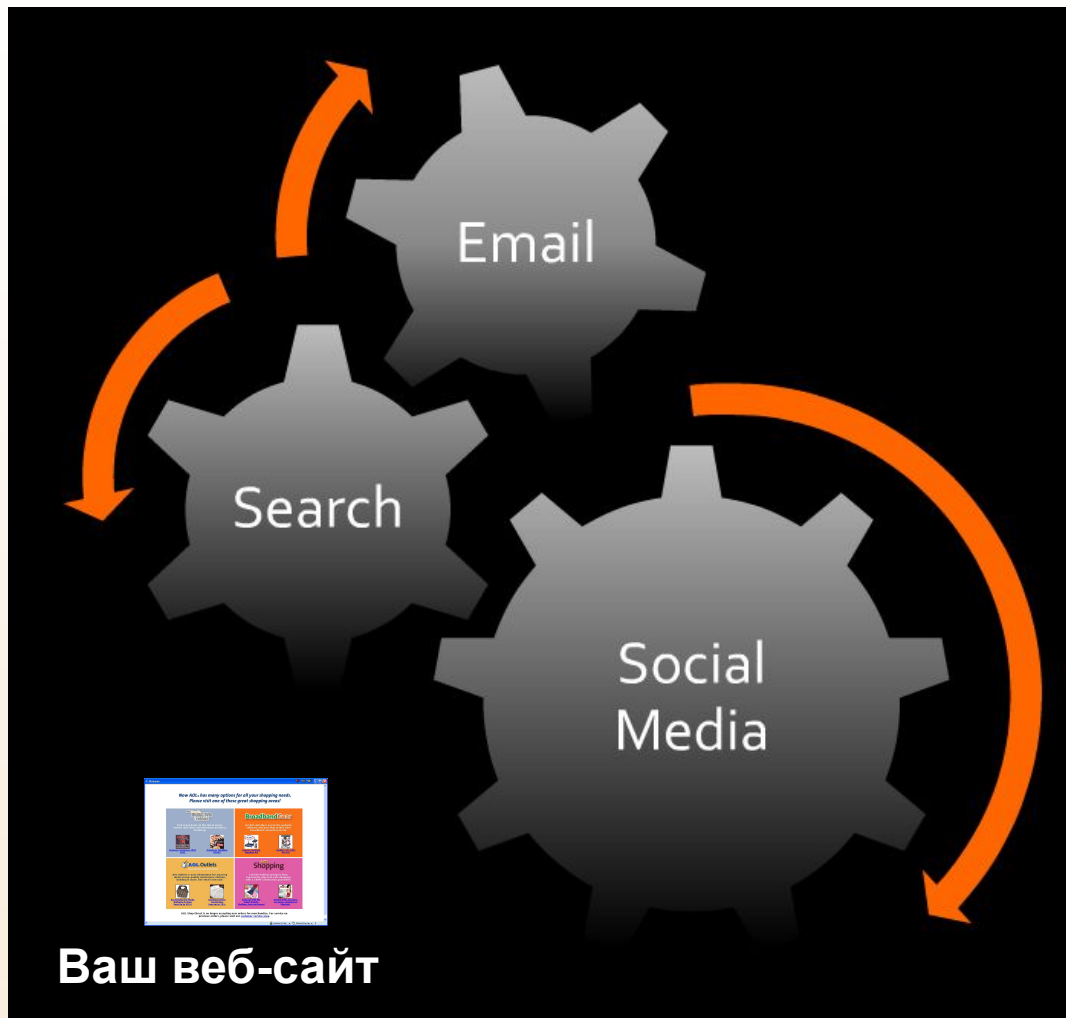
или

Добавить оператор "or"

Мотивационные предпосылки для CRM 2.0 (на базе Пирамиды Маслоу)



Составляющие eCRM 2.0



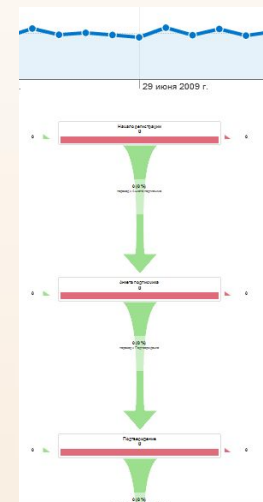
Центр общения с целевым клиентом

Центральное звено – первоисточник ценных знаний должен принадлежать компании – владельцу бренда. Это сейчас.

Это может быть отдельный сайт, но лучше сделать раздел на существующем (продающем) сайте

Ключевые характеристики (вопросы к вашему сайту):

- Достаточно ли на сайте интересных + продающих знаний?
 - «Новости», статьи, видео, подкасты и т.д.
 - Удобство работы с содержанием (CMS*)
- Видна ли на вашем сайте «воронка» конверсии?
 - Установка аналитики, настройка отчетов, разметка рекламных ссылок
- Есть ли у клиентов возможность самовыражения?
 - Комментарии, оценки/рейтинги, опросы/голосования, форум
- Работает ли регистрация потенциальных клиентов?
 - Регистрационная анкета – все ли вопросы (нужны)?
 - Мотивация и пост-коммуникация
 - Вовлечение окружения (делегирование доверия)
- Удобно ли и безопасно ли работает подписка?
 - RSS, E-mail-подписка с обязательным подтверждением, возможностью отписки



* - Хорошая новость: сойдет и бесплатный «блог-движок» с «плагинами»)

Маршрутизация потребителей

Attention

Interest

Desire

Action

Repeated action

Видимость

Поведенческие характеристики

Конверсия и лояльность

Как сделать мой сайт более заметным для ЦА?

Где я встречу клиентов?

Где и как расскажу про продукт и его преимущества?

Где и как буду конвертировать в покупателей?

Как смогу убедить вернуться на сайт?



Маркетинг Микс

- Поисквые машины
- Партнерские ссылки
- Баннерная реклама
- Email рассылки
- Direct Mail
- Радио реклама
- Выставки и форумы
- Телереклама

Входные страницы

- Главная
- Промо-акция
- Спец. страницы
- E-mail подписка

Сервис

- Поиск
- Каталог
- Брошюры по продуктам
- Свой account
- Калькулятор
- Сравнение
- Вызов консультанта

Результат

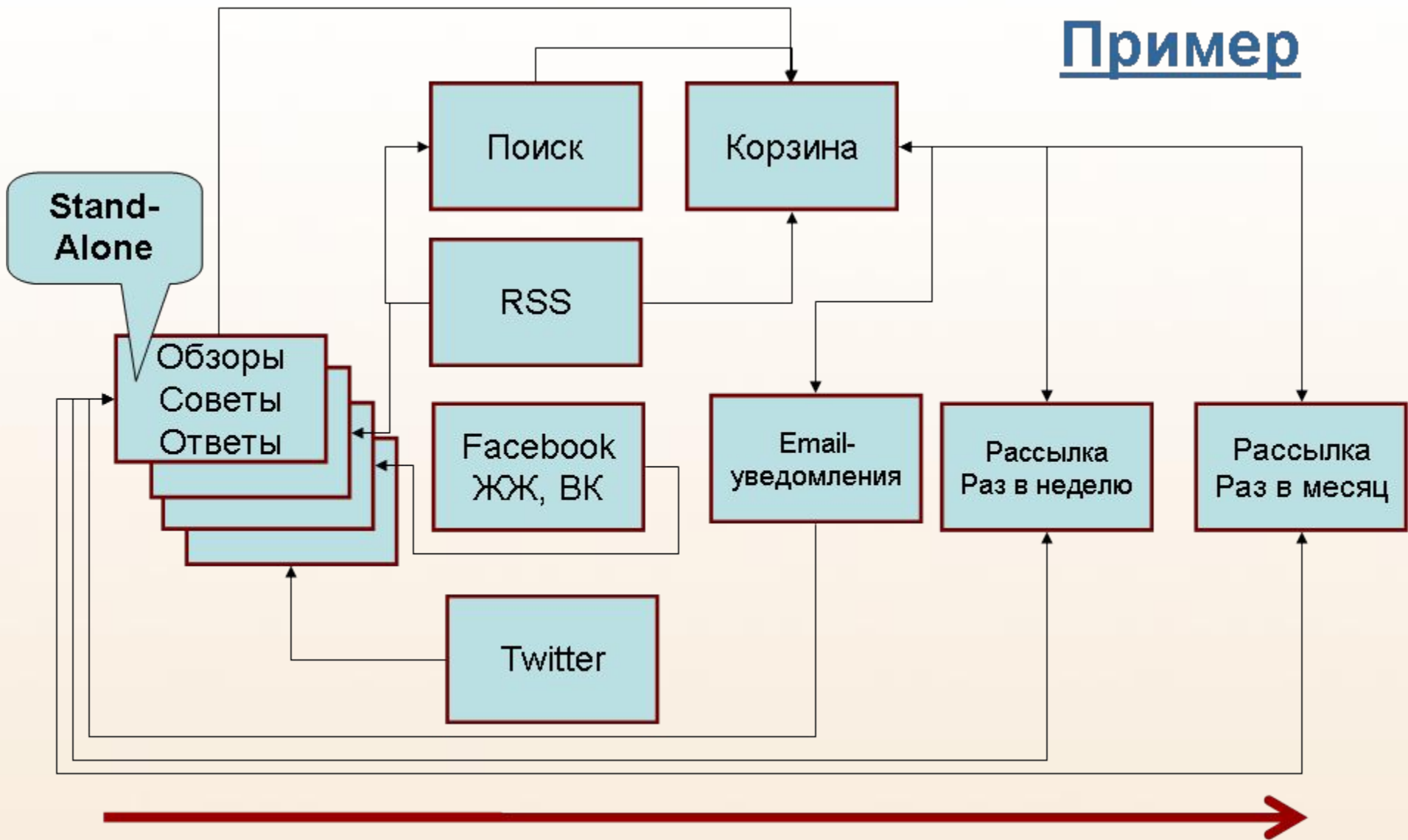
- Заказ
- Регистрация
- E-mail подписка
- Запрос доп. инфо


После заказа

- Доп. продукция
- Возвраты и обмен
- Тех. сервис
- Опросы
- E-mail подписка

Дизайн + контент + интерактивные сервисы + статистика + аналитика

Пример





**По последним данным
наши продажи выросли
на 60% за год, а также
число транзакций и
активных клиентов!
Что-то сработало!**

**Прекрасно!
Надо выяснить,
что именно
сработало!**

Прозрачность данных о конверсии

Ч.О.П.

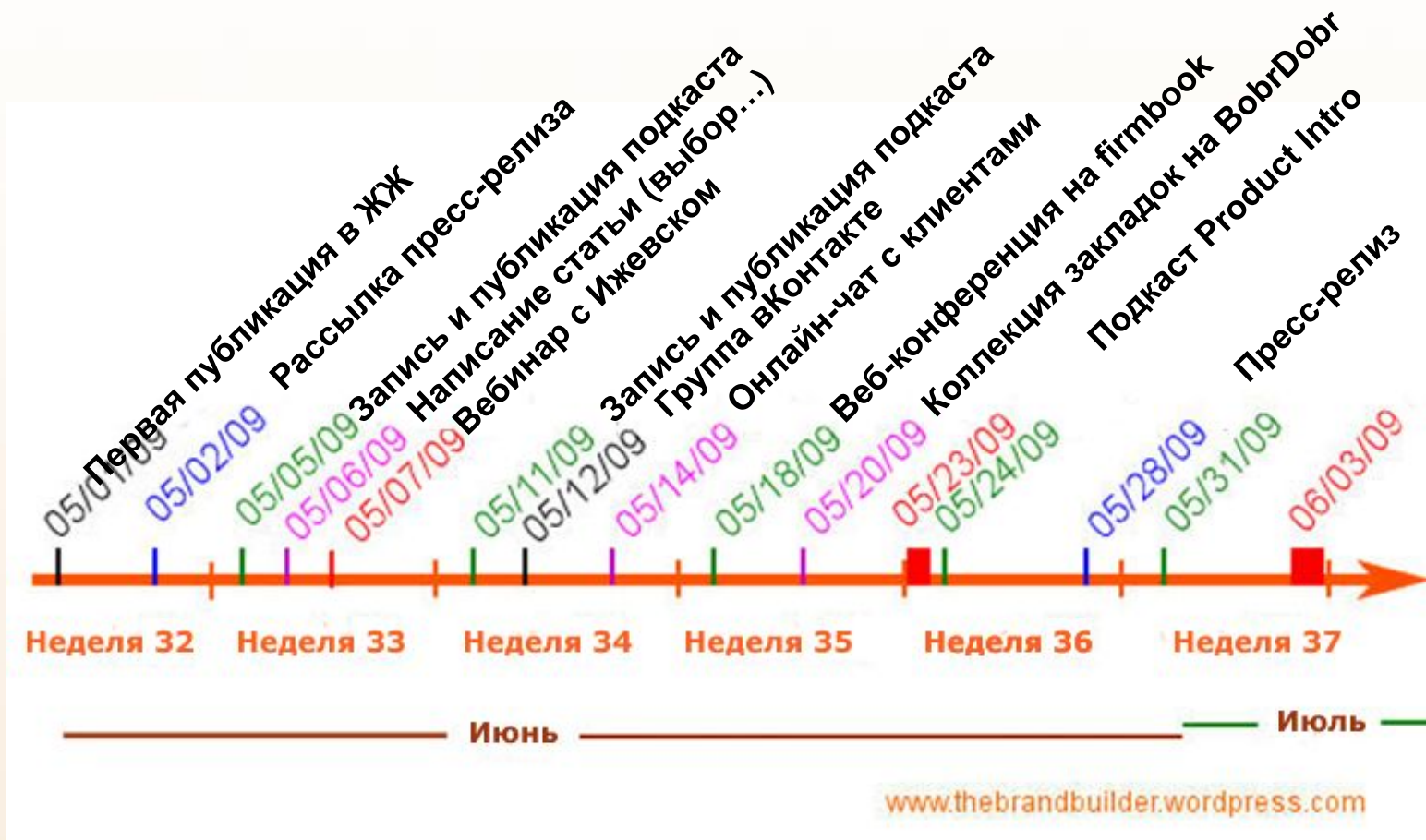
ЧАСТОТА, ОХВАТ, ПРИБЫЛЬ

Какова частота активности клиентов. (заказов в месяц)

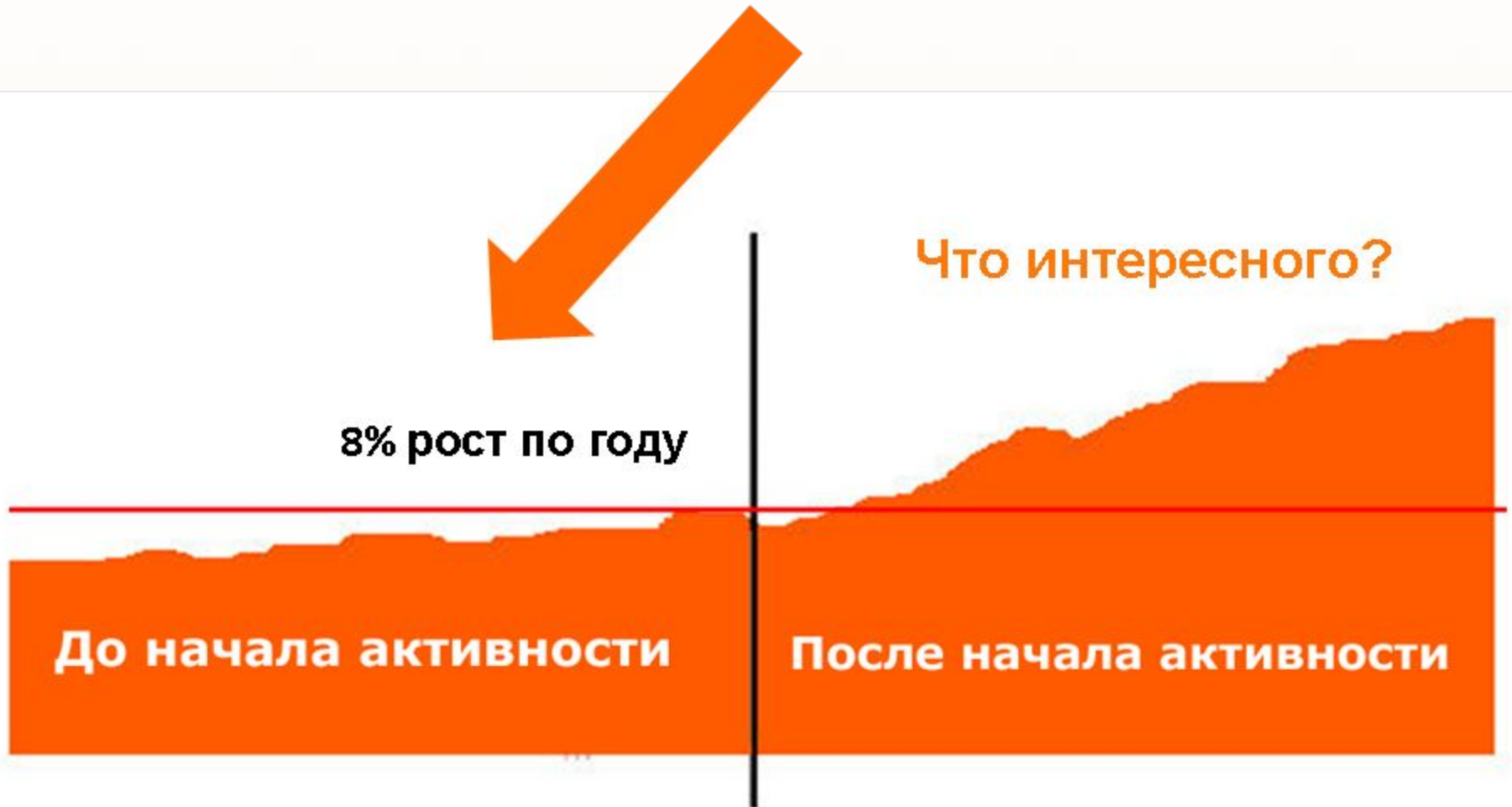
Каков охват клиентов? (Сколько новых клиентов)

Сколько они тратят? (\$ / заказа)

График активностей

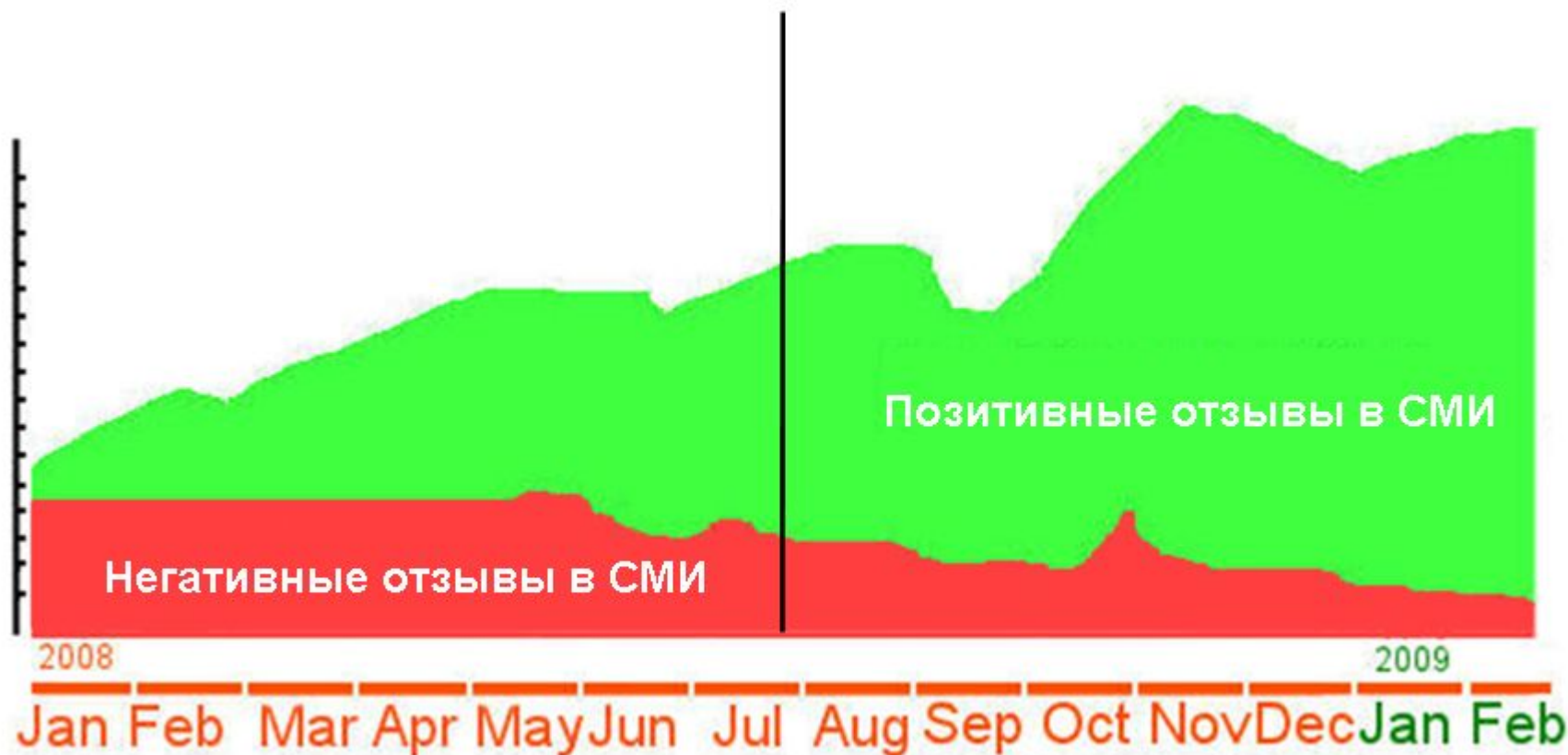


Точка отсчета



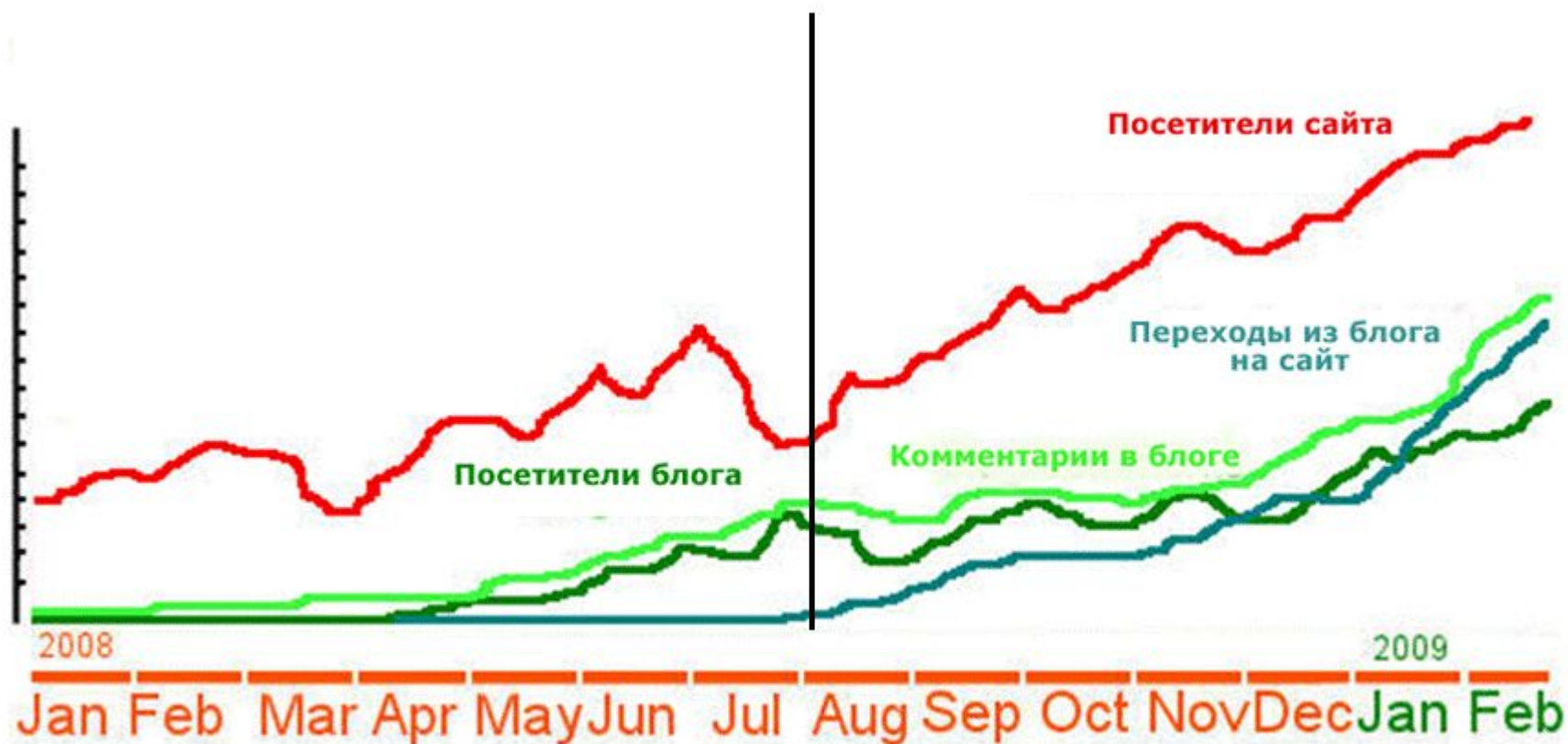
www.thebrandbuilder.wordpress.com

Предшественники продаж. Измерение



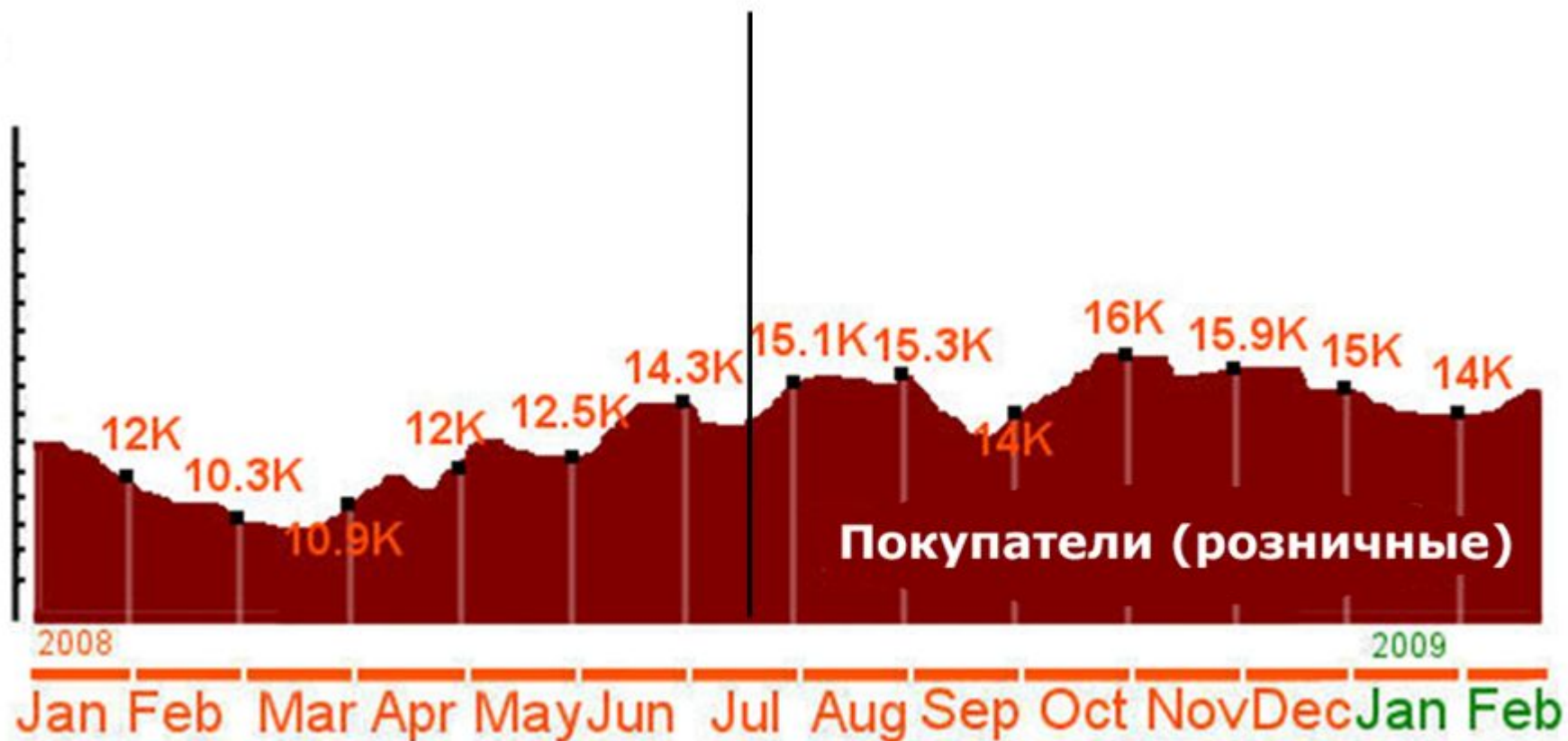
www.thebrandbuilder.wordpress.com

Предшественники продаж. Измерение



www.thebrandbuilder.wordpress.com

Предшественники продаж. Измерение

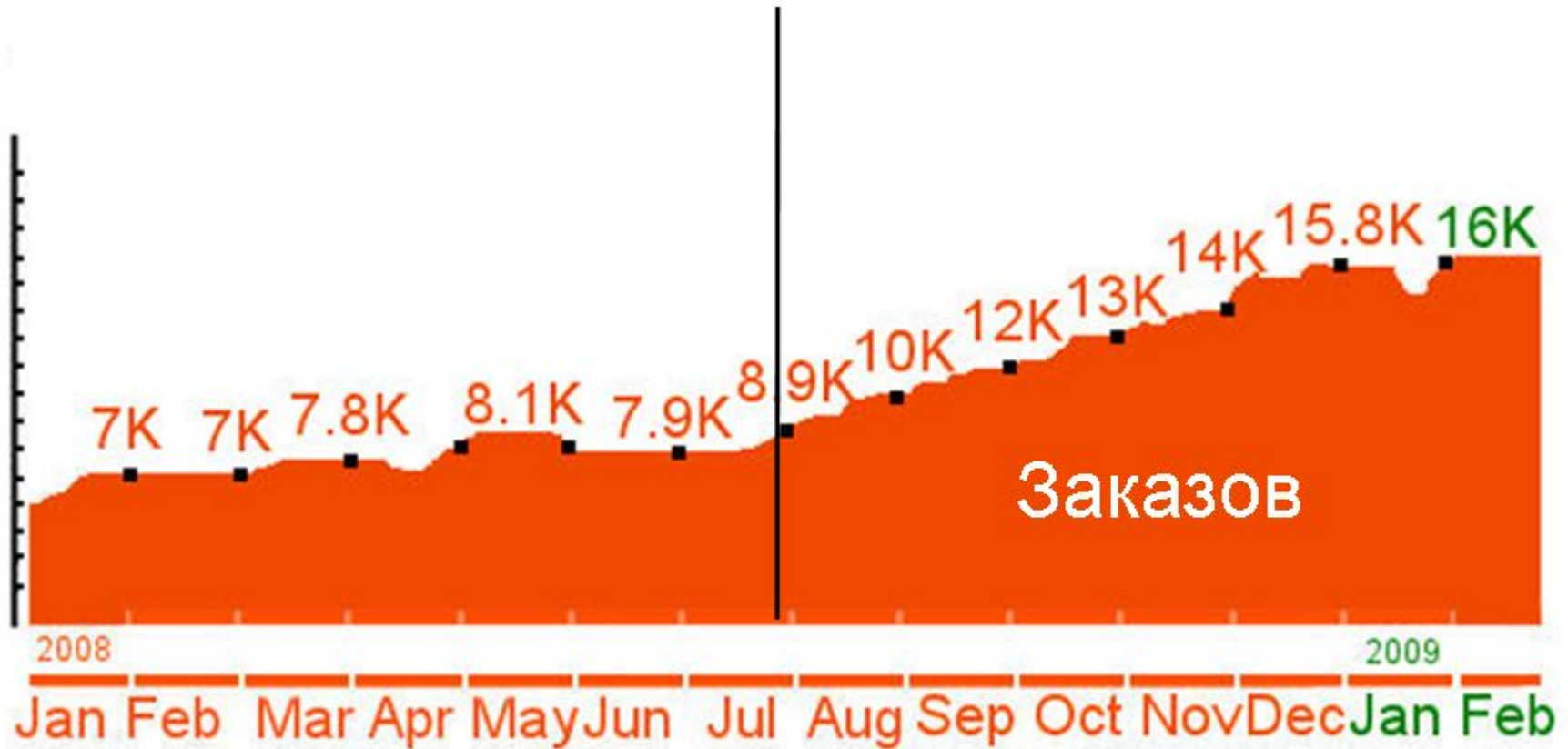


www.thebrandbuilder.wordpress.com

Картина прироста продаж



Прирост числа заказов

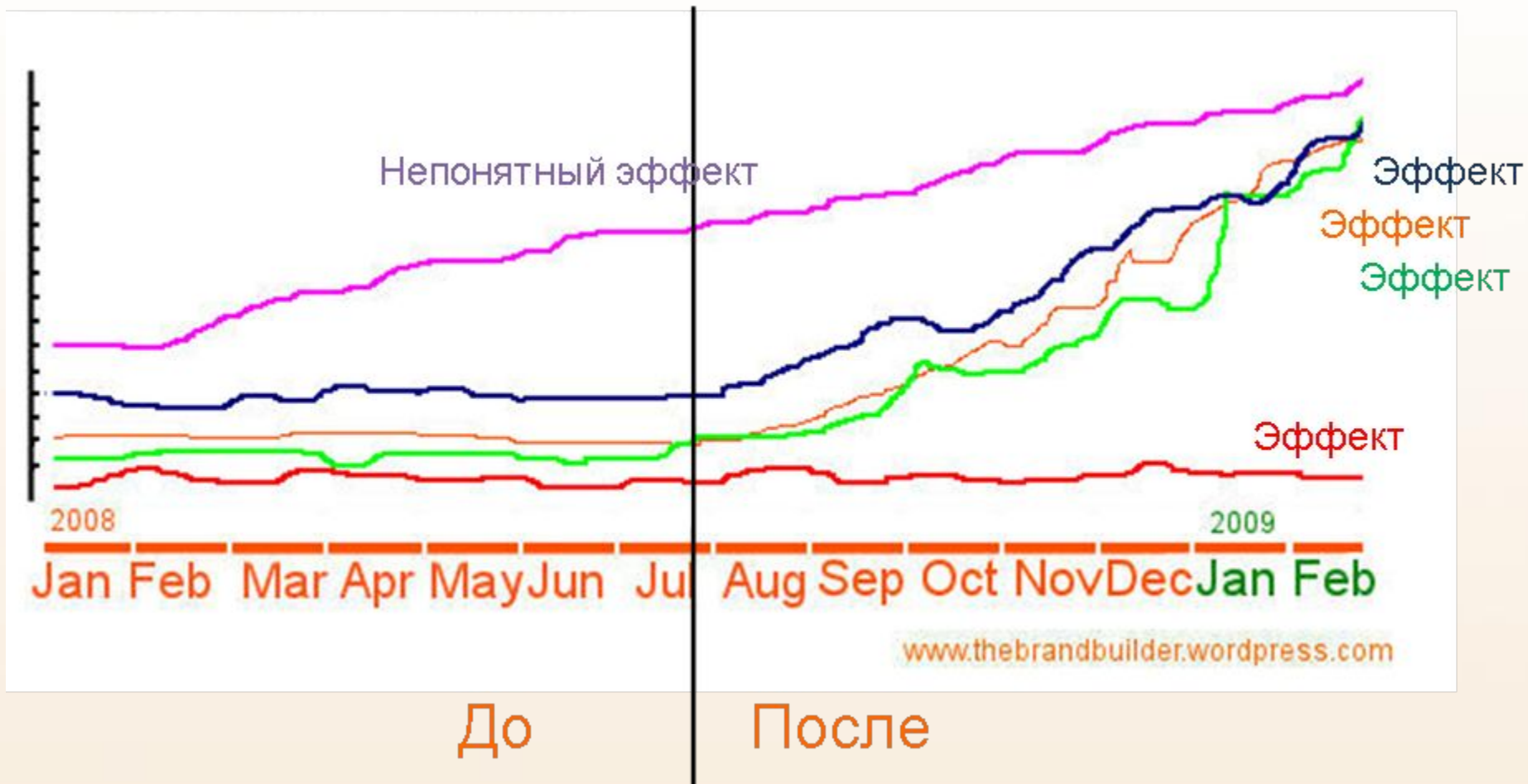


www.thebrandbuilder.wordpress.com

Прирост числа активных клиентов



Поиск шаблона активности

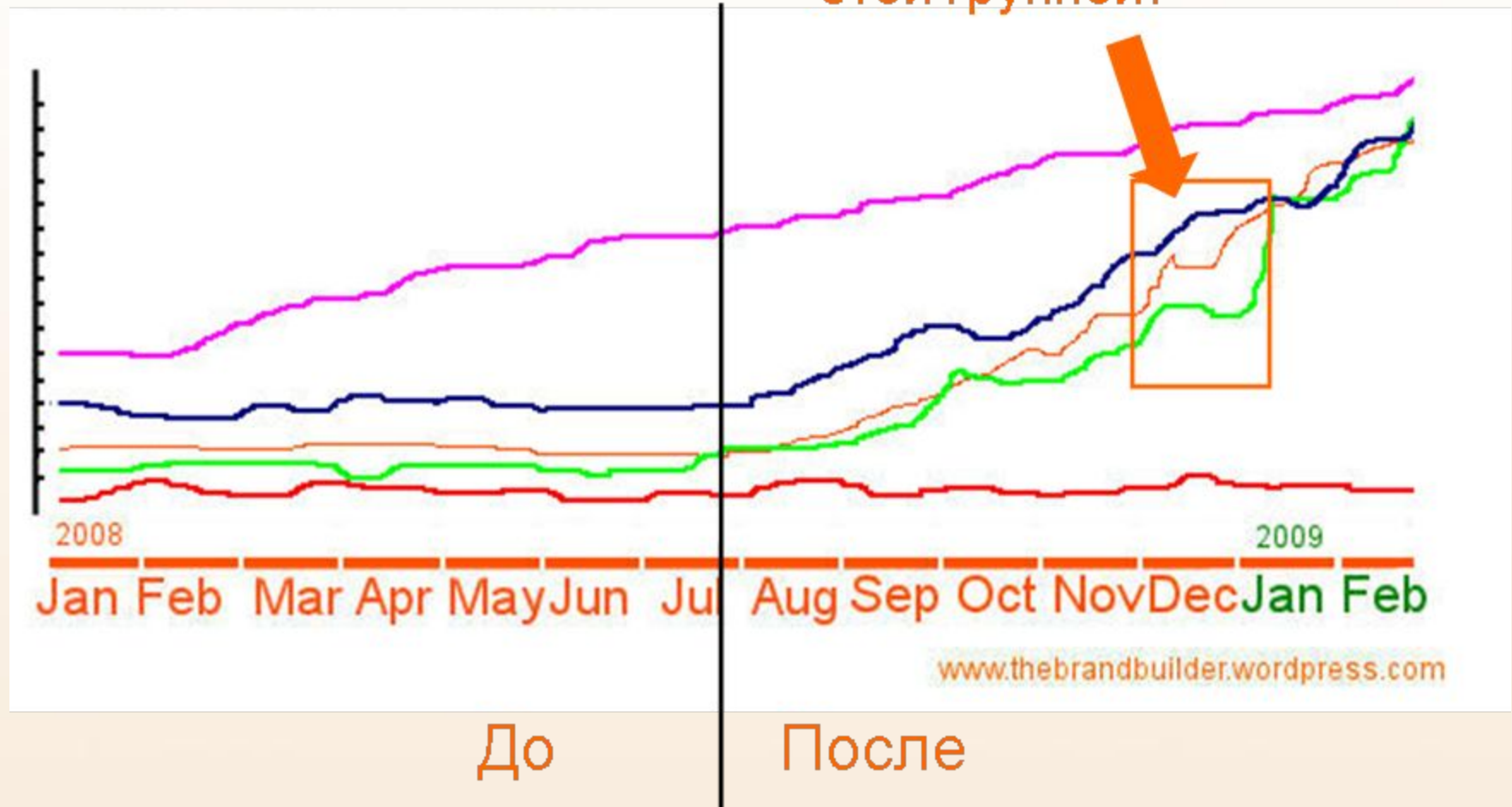


Сведение активностей




Доказательство воздействия

Что мы сделали с этой группой?



До

После



Мы сверили по графику активностей и выяснили, что как только началась кампания, наш сайт стал более посещаемым, более упоминаемым в соцсетях и более дружелюбным в глазах пользователей

Можно ли этот успех масштабировать?

Социальная сеть (торговая / сервисная)?

Фото продуктов

Наличие на
складе

Схема проезда

Рейтинги
продуктов

Обратная связь

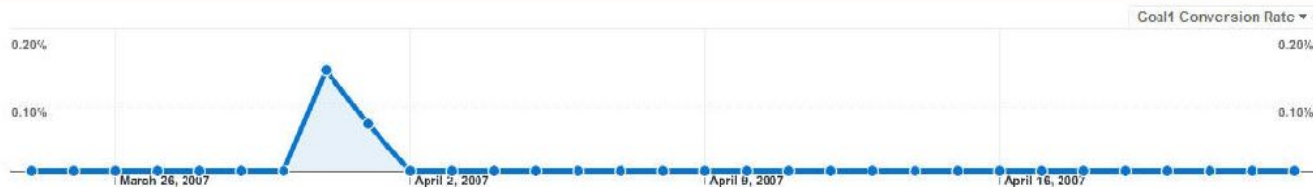
Связанные и
похожие
продукты

Статус доставки

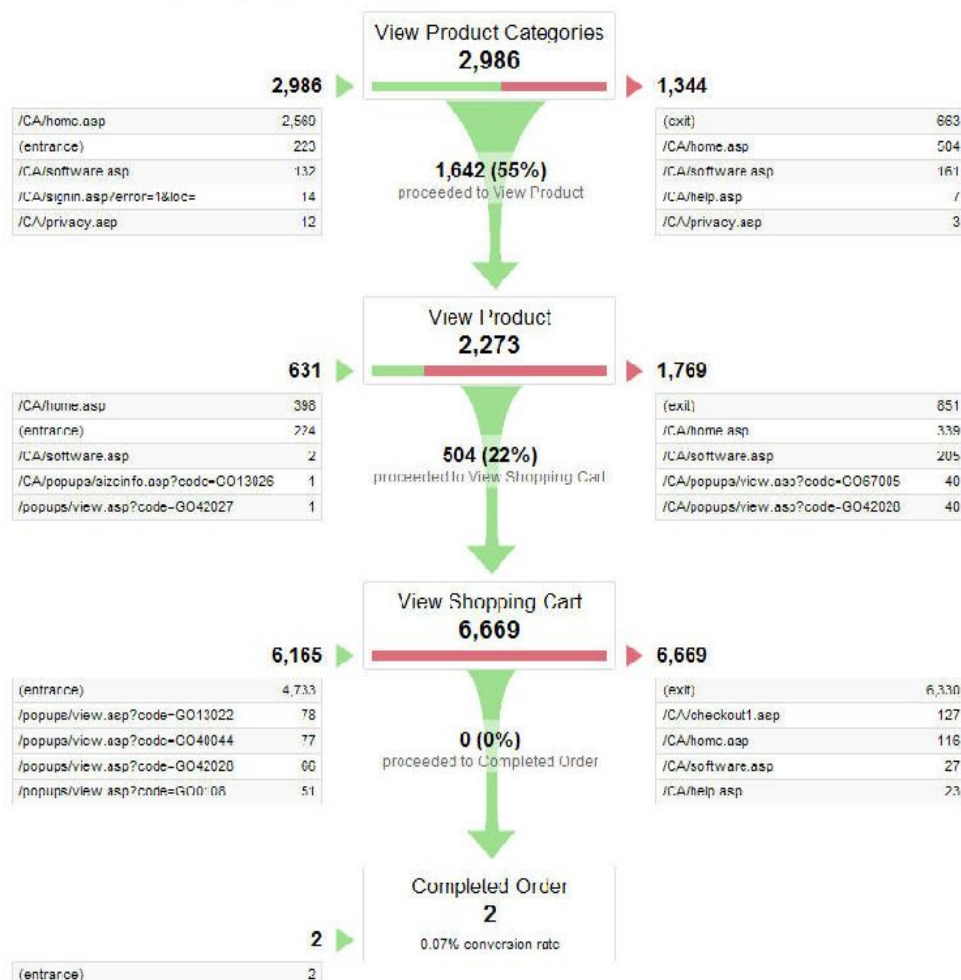
Проверка
адреса

Оплата по
кредитной карте

Визуализация «воронки»



Select Goal: **Goal 1: Completed Order**
Completed Order
 2 visitors finished | 0.07% conversion rate



Выход



Перспектива



Конверсия



Лояльность



Бюджетирование по показателям


- **Охват целевой аудитории** – с заданной частотой
 - CPMU ~ 30 руб. (в зависимости от формата, фокусировок и объема заказа)
- **Показы рекламных объявлений** – (страниц и выпусков рассылок, получаемых ЦА)
 - CPM ~ 30 руб. (в зависимости от формата, фокусировок и объема заказа)
- **Целевой отклик** – количество переходов на страницы сайта
 - CPC ~ 10 руб. (в зависимости от формата, фокусировок и объема заказа)
- **Количество регистраций** или подписчиков на рассылку
 - CPA ~ 100 руб. (в зависимости от качества содержания и периодичности выпуска)
- **Количество участников (друзей)** в группах (с учетом пересечений)
 - CPF ~ 70 руб. (в зависимости от качества содержания и поддержки обратной связи)
- **Количество респондентов** в совместных опросах
 - CPR ~ 50 руб. (в зависимости от тематики, длины опроса, фокусировок, стимуляции и т.д.)

Продвижение с положительным ФР



Оценка эффективности продвижения сайта с учетом отложенного спроса

Показатели / Объявления	Канал 1	Канал 2	Канал 3	Канал 4
Рекламный бюджет	30 000,00р.	30 000,00р.	30 000,00р.	30 000,00р.
Демонстраций рекламного объявления	1000000	1000000	800000	700000
Уникальный охват	400000	400000	320000	280000
Средняя частота контакта	3	3	3	3
Взаимодействий с объявлением (Rich, PR)	60000	60000	48000	42000
Откликов (посещений сайта)	2000	2000	2000	2000
Подписались на новости	240	240	240	240
Заполнили анкету (зарегистрировались)	200	200	200	200
Число новых заказов (в течение месяца)	30	40	60	100
Число заказов по новым клиентам (за 6 мес.)	15	20	30	50
Общий оборот по новым заказам	150 450,00р.	200 800,00р.	301 800,00р.	505 000,00р.
Уровень отклика (CTR)	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%
Уровень конверсии (CR)	1,5%	2,0%	3,0%	5,0%
Средняя цена тысячи контактов (CPM)	30,00р.	30,00р.	37,50р.	42,86р.
Средняя цена отклика (CPC)	15,00р.	15,00р.	15,00р.	15,00р.
Средний объем нового заказа (CPO)	5 000,00р.	5 000,00р.	5 000,00р.	5 000,00р.
Стоимость привлечения нового клиента	1 000,00р.	750,00р.	500,00р.	300,00р.
"Грязная" прибыль по кампании	120 450,00р.	170 800,00р.	271 800,00р.	475 000,00р.
Рентабельность ("маржа")	30,0%	25,0%	20,0%	15,0%
ROI ("ФР" - финансовый результат)	120,45%	142,33%	181,20%	237,50%



**Ну вот наконец-то!
Хоть кто-то может
показать реальный
эффект!**



**Новый
инструментарий
приводит клиентов,
позволяет
зарабатывать
больше**

**Так точно.
Увеличиваем
бюджет**

**Они согласны
увеличить
бюджет!**

Social Media Mgr.

Этапы и направления

1. Анализ информ. спроса

- «Кабинетное исследование»
- Отбор целевых площадок и тематик
- Разработка партнерской программы (интегрированная marcom-стратегия)

2. Создание «экспертов» *

- Интерактивный источник ценных знаний: ответы на вопросы, советы, мнения, наблюдения, обзоры, отзывы, комментарии, рейтинги, размышления, интервью и т.п.

3. «Опыление» (доверие)

- Тестирование мыслей и образов
- Сегментация по модели AIDA
- Персональная презентация решения

4. Мотивация (конверсия)

- Приглашение вступить в «клуб», принять участие в дискуссии
- Коммерческие привилегии (бонусы, персональные скидки)
- Приведи друга, получите премии

5. Оптимизация бюджета (ориентир на KPI)

\$ / Регистрация (анкета) / Подписка ** / Запрос / Заказ / Покупка / Закладка

* «Эксперт» - Сайт/Раздел/Блог/Группа в которой изначально есть ответы на вопросы существующих и потенциальных потребителей, возникающие на различных этапах знакомства с брендом. Это пополняемый источник ценных знаний

** Подпиской может являться подписка по e-mail, RSS, добавление в «друзья» / «закладки» и т.д.

Спасибо! Есть вопросы?

От вас бриф и ссылки на публикации – от Subscribe.Ru тестовое продвижение

В презентации были использованы знания:

<http://www.convinceandconvert.com>

<http://thebrandbuilder.wordpress.com>

DIRECT.SUBSCRIBE.RU

Кирилл Чистов, e-mail: kchistov@iprojects.ru