Содержательный маркетинг 2.0

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

Чистов Кирилл
Subscribe.Ru

Выделяетесь среди конкурентов?

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

«Самоустранение» потребителя от рекламы

Инфо-потребление меняется

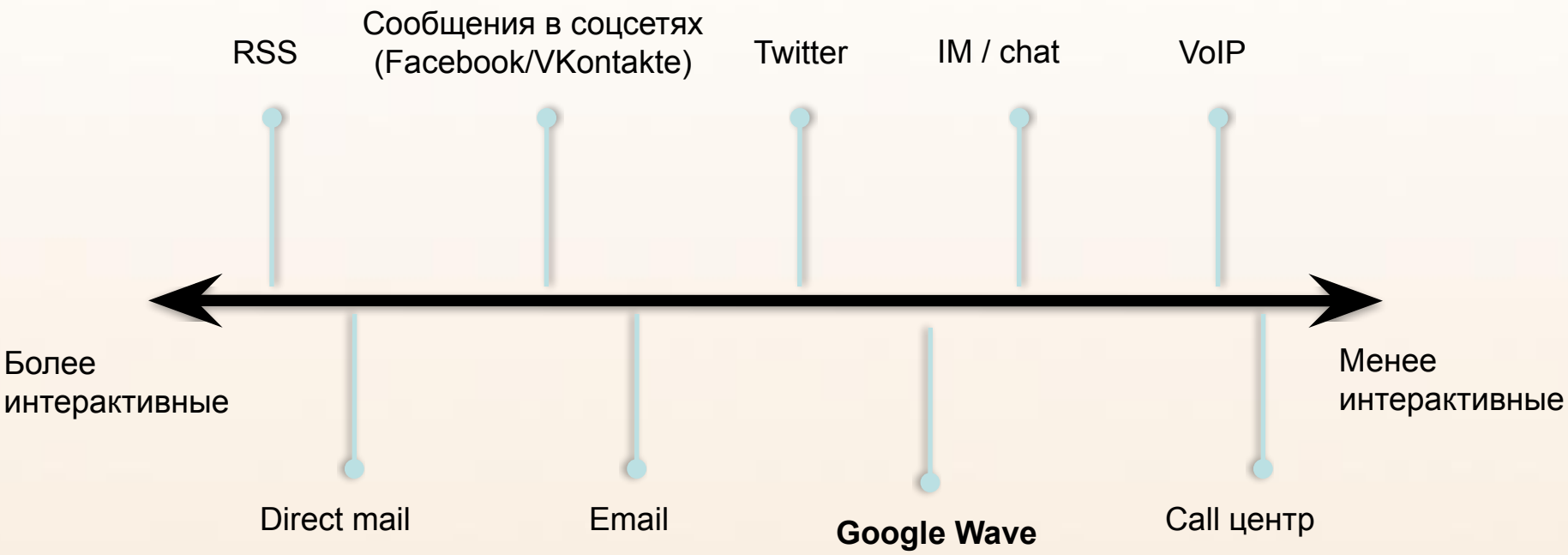
ENGAGING WITH THE USERS IN THE NEW MEDIA ENVIRONMENTS FORCES ADVERTISERS TO TRY OUT NEW FORMATS.

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Медийная микрофрагментация

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Тенденции в восприятии коммуникаций

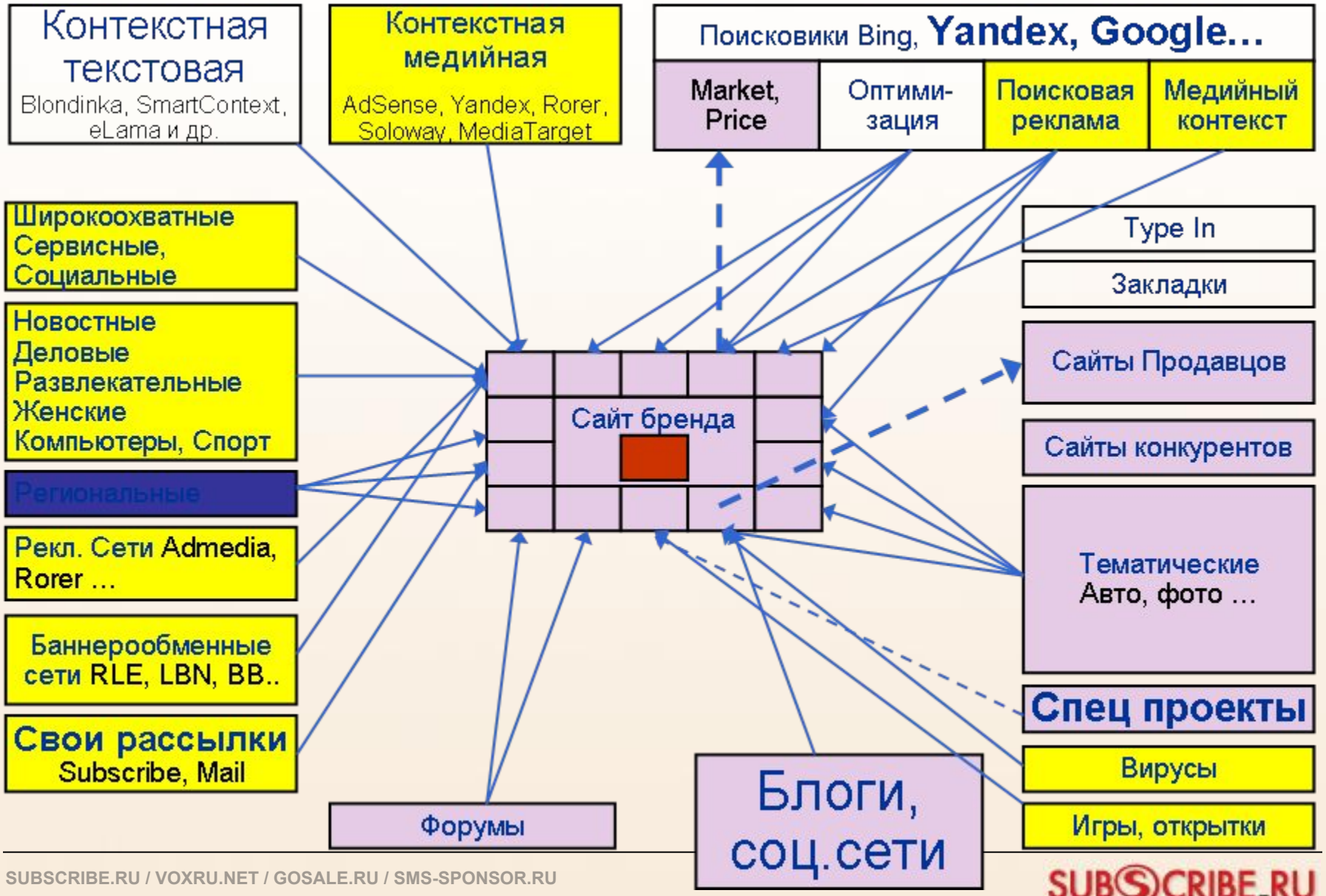


SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Hey Kids
YO!

А акционеры не хотят меняться…

Что выбрать для продвижения?



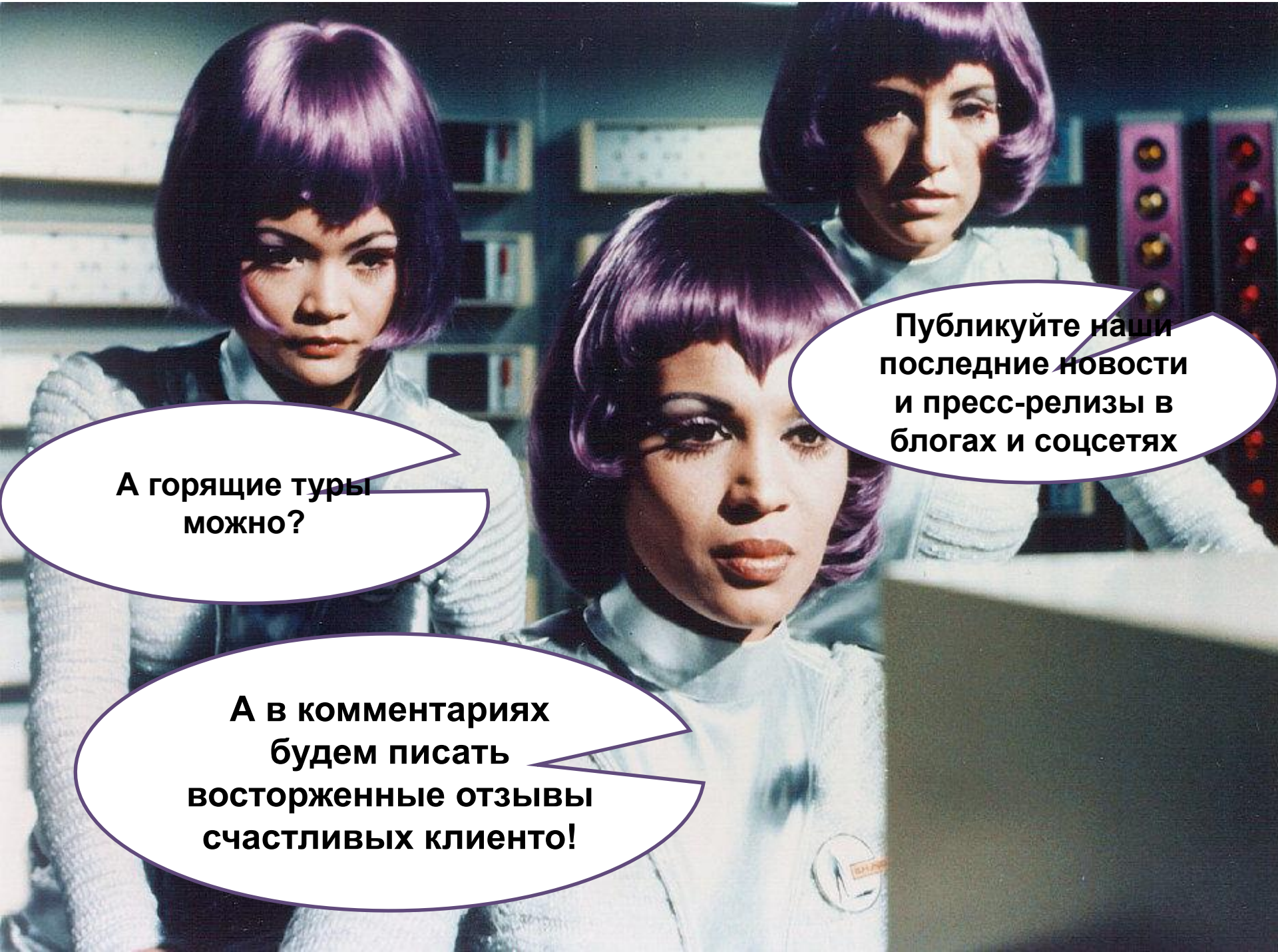
SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Рост прибыли при сокращении затрат?

Динамическая балансировка маркетингового бюджета (xCPA)?

Повторное использование инвестиций в «смежные» маркетинговые инструменты

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

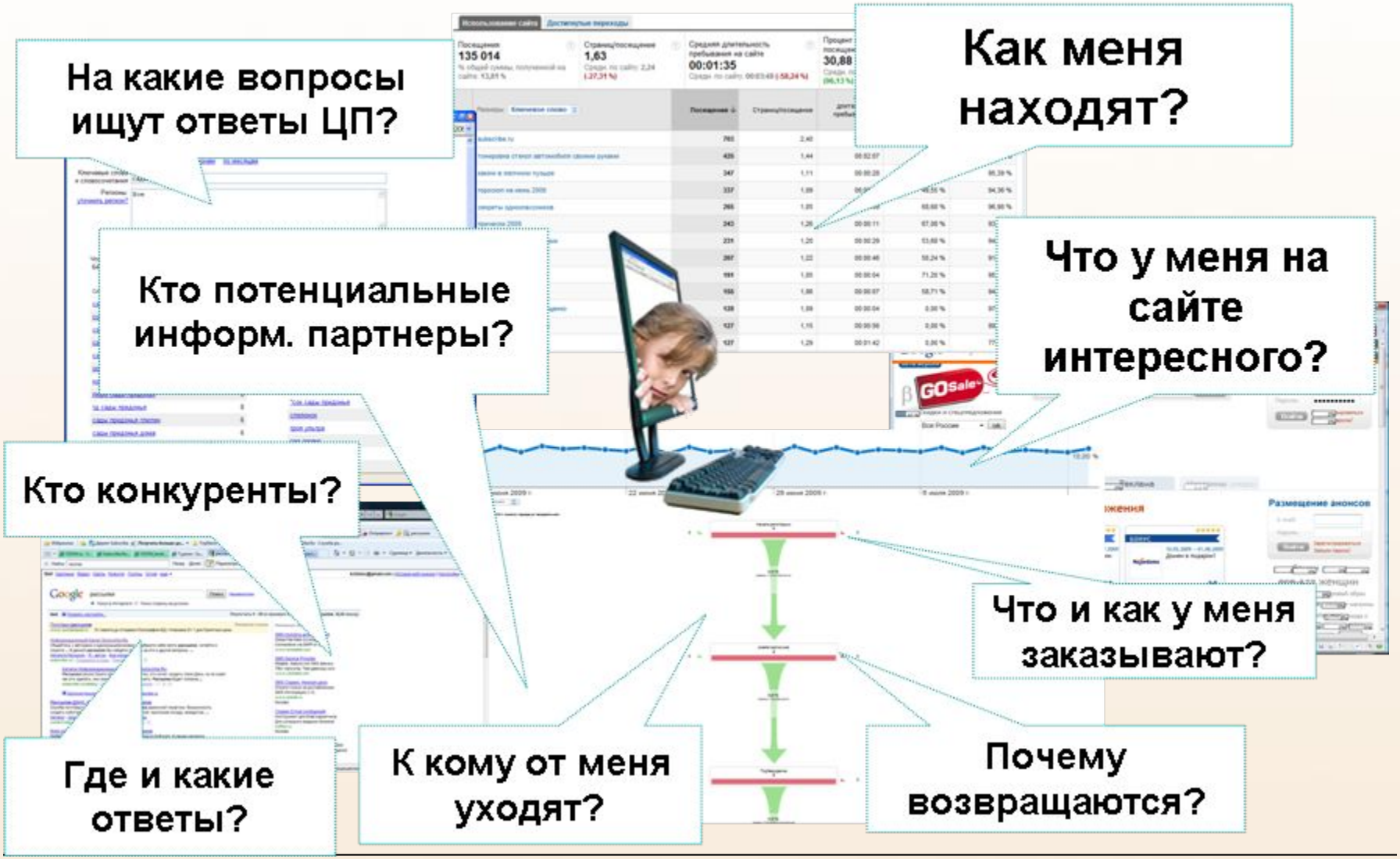

Публикуйте наши последние новости и пресс-релизы в блогах и соцсетях
А горящие туры можно?
А в комментариях будем писать восторженные отзывы счастливых клиенто!

Та-дам!
У меня
новый
контракт!!!
Social Media Mgr.

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

«Поиск вопросов и ответов»

ЦП – целевые потребители



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Анализ поискового спроса (Яндекс)

Яндекс

статистика ключевых слов

Помощь

по словам | по регионам | на карте | по месяцам | по неделям

Ключевые слова и словосочетания: индивидуальные туры

Регионы: Москва

Уточнить регион...

Подобрать

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 оаэ	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 +по россии	11

Что еще искали люди, искавшие **«индивидуальные туры»**:

Слова	Показов в месяц
vip отдых	514
vip туры	204
vip туризм	87
вип 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 фрунзе	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		170	170	
новогодние туры		320	320	
отдых на новый год		91	91	
туры на новый год		91	91	
индивидуальные туры в италию		< 10	-	-
горящие туры		2 400	2 400	
горячие туры		590	590	
египет отдых		320	320	
vip отдых		46	46	
новогодний отдых		16	16	
tez tour				
отдых на				
новый г				
отдых в				
элитный				

Сравнить:

- Поисковые запросы
- Страны и регионы
- Периоды времени

Поисковые запросы

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

vip отдых

горящие туры

+ Добавить поисковый запрос

Фильтр

Поиск по Интернету | Россия | Москва | Последние 30 дней | Туризм | Поиск

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

Москва (Россия), Последние 30 дней

Все категории > Туризм

Подкатегории: Куда поехать отдохнуть

К категории Туризм относится менее 10% поисков, содержащих указанные поисковые слова. Подробнее

Итого

vip отдых	10
горящие туры	59

Динамика популярности

Прогноз | Поиск по новостям

Уровень интереса | Рост в сравнении с категорией "Туризм"

Узнайте, что означают эти цифры

100

80

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. Стоим
авиабилетов может быть выше группового, но не смертельно. Езжу через Weekend Tour, нареканий к ним нет.

(Ответить) (Ветвь дискуссии)

axeoxe
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".
Ездила 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 glober1 , 28 … 9г, 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.

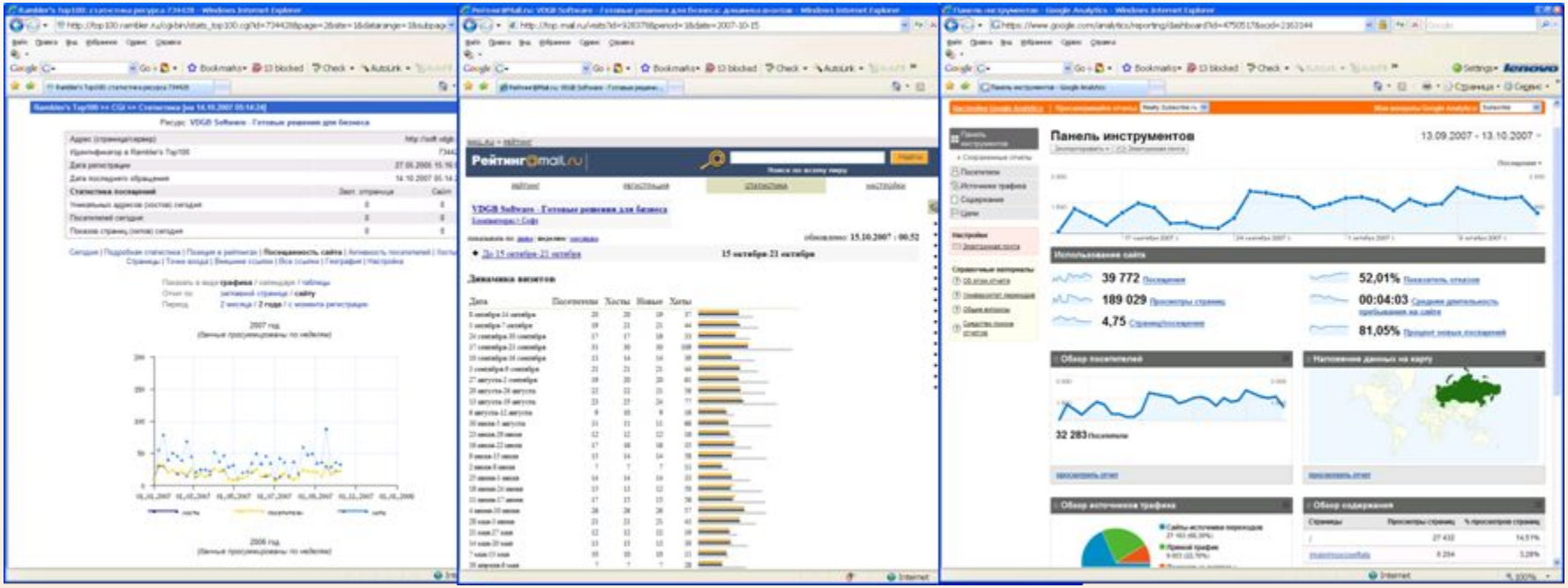
Словения, Мексика и Домбай лидеры про динамике запросов туристов в ...
atorus , 23 ноября 2009г, 14:55

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.

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

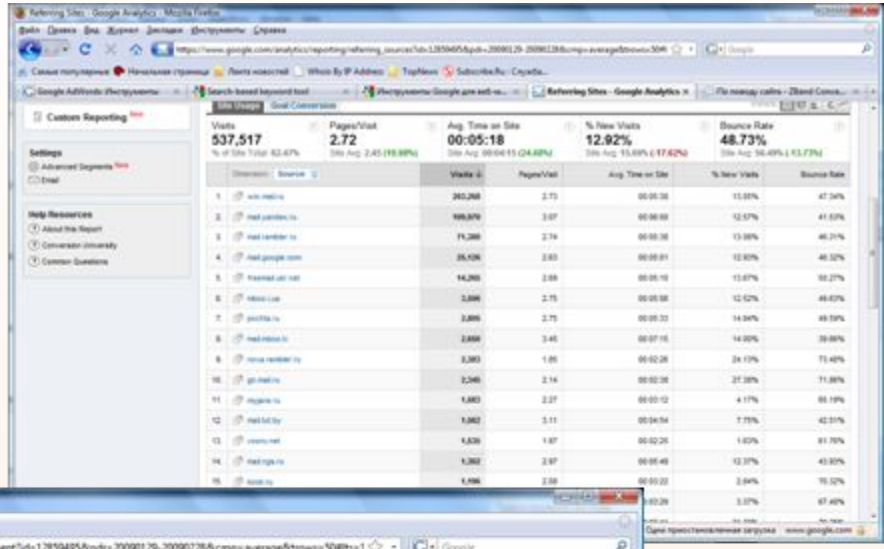
Конкурентная аналитика

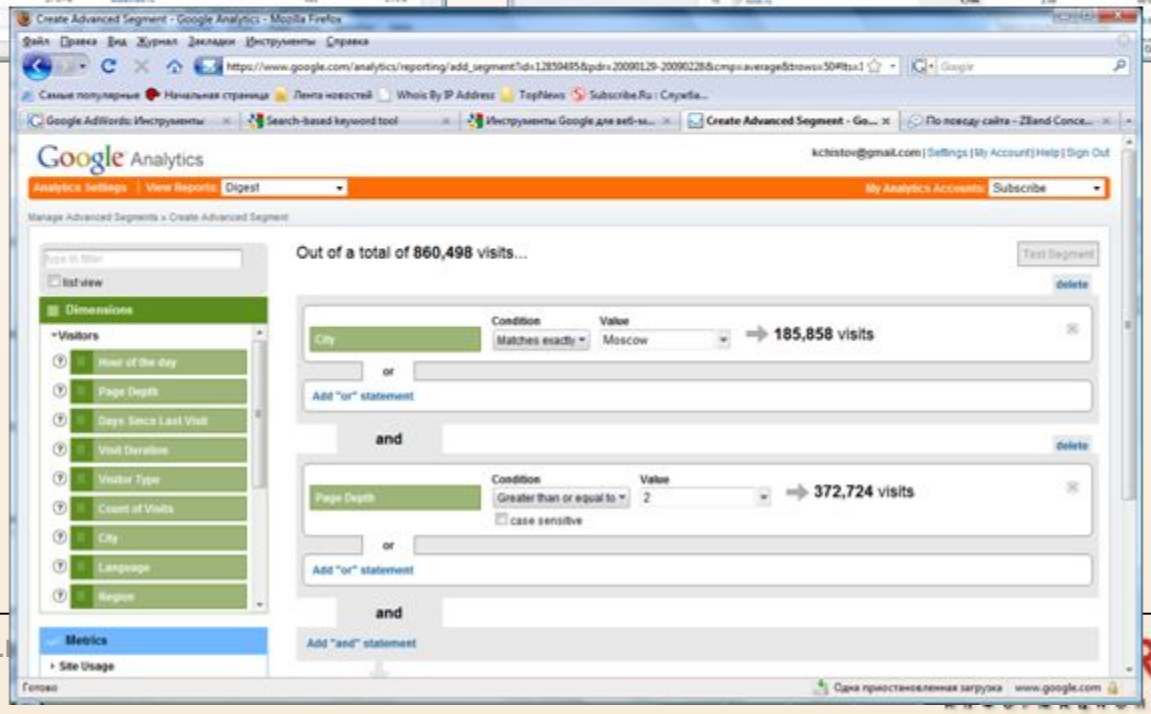
- посещаемость сайтов и страниц-конкурентов
- ключевые фразы популярные страницы
- активность в конкурентных форумах, группах и блогах



SUBSCRIBE.RU
ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАНАЛ

«Своя» аналитика

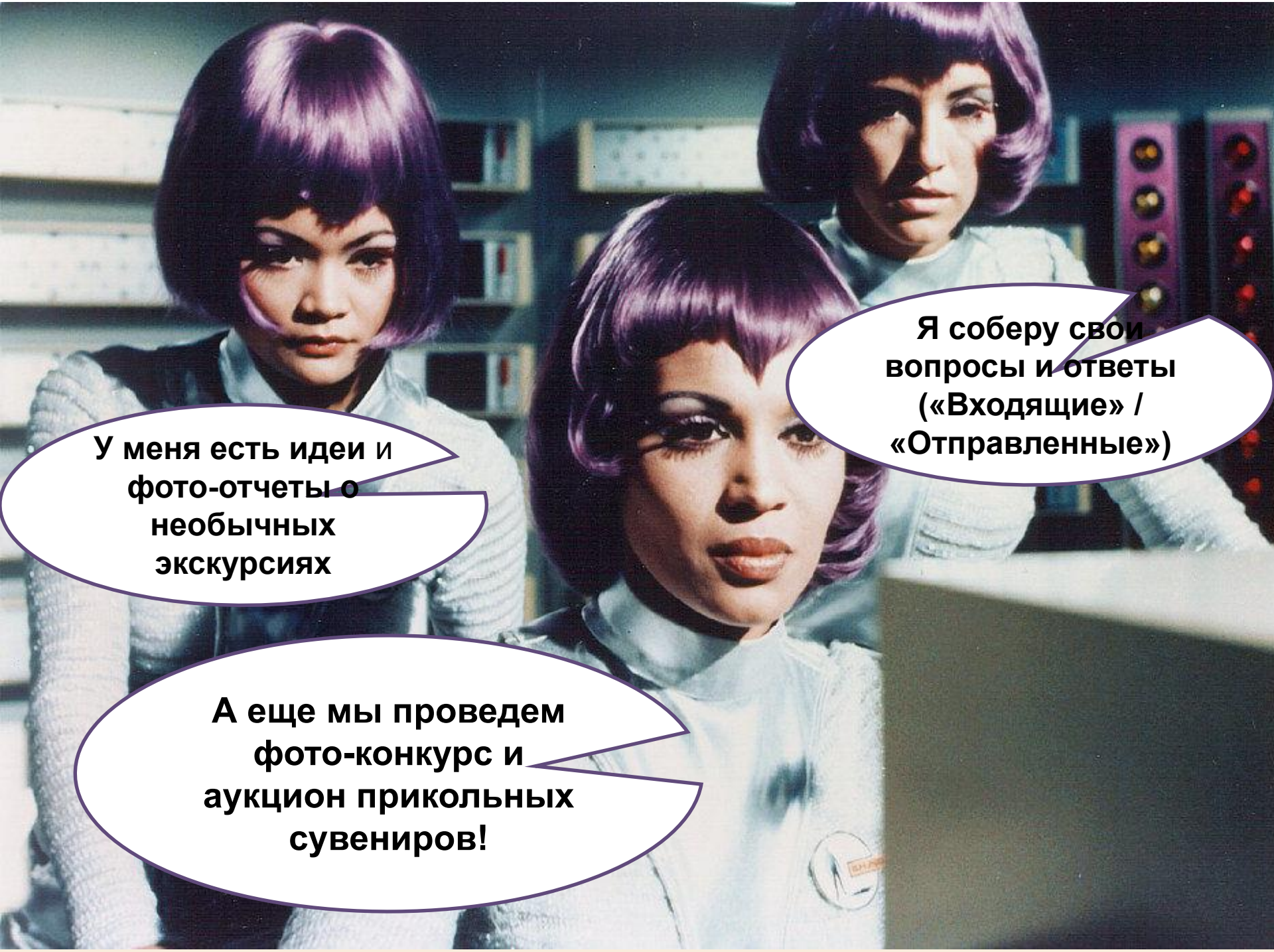




Системы анализа

-- Google Analytics
-- LiveInternet
-- SpyLOG
-- WebTrends

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»…


Я соберу свои вопросы и ответы («Входящие» / «Отправленные»)
У меня есть идеи и фото-отчеты о необычных экскурсиях
А еще мы проведем фото-конкурс и аукцион прикольных сувениров!

Парни, есть убойный контент

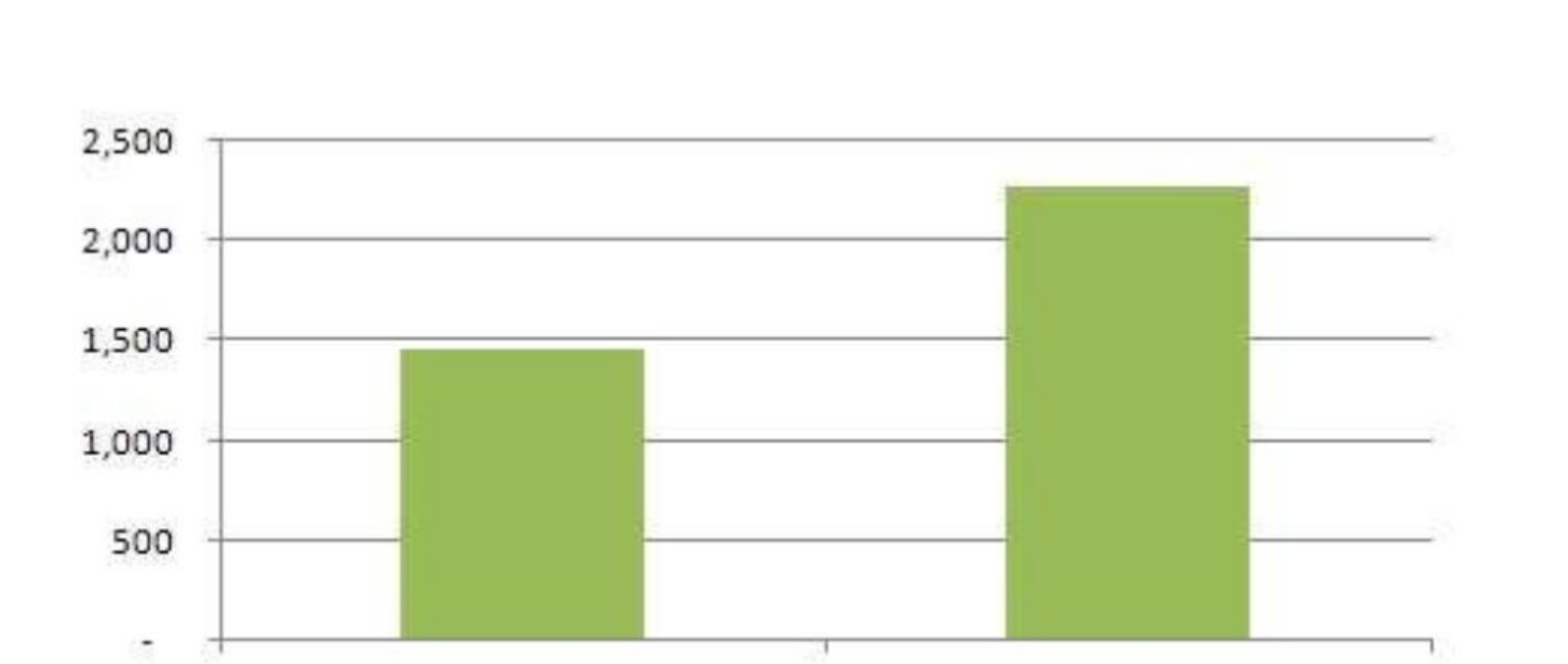
Я оптимизирую его под запросы и размещу

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»)

На нас подписан почти весь русский Twitter!
Нас зафрендили в ЖЖ 150 человек
И еще 100 на FaceBook и ВКонтакте! Гляди-ка, пошли «комменты» и «трекбеки»!

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 месяца 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

Негативные отзывы в СМИ

Негативная молва

Новых резюме

Друзья в ЖЖ / ВКонтакте

Упоминания в соцсетях

Подписчиков в Twitter

Комментарии к блогу

УРАВНЕНИЕ R.O.I.

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

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

КОНЦЕПЦИЯ R.O.I.

Инвестиции

Ожидаемая прибыль

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Через 6 месяцев…

Найти узкие места и устранить их

Измерения?
Какие измерения?!
Мы работаем
на имидж!
Social Media Mgr.

Как посчитать выгоду (прибыль)?

SUBSCRIBE.RU / VOXRU.NET / GOSALE.RU / SMS-SPONSOR.RU

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

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

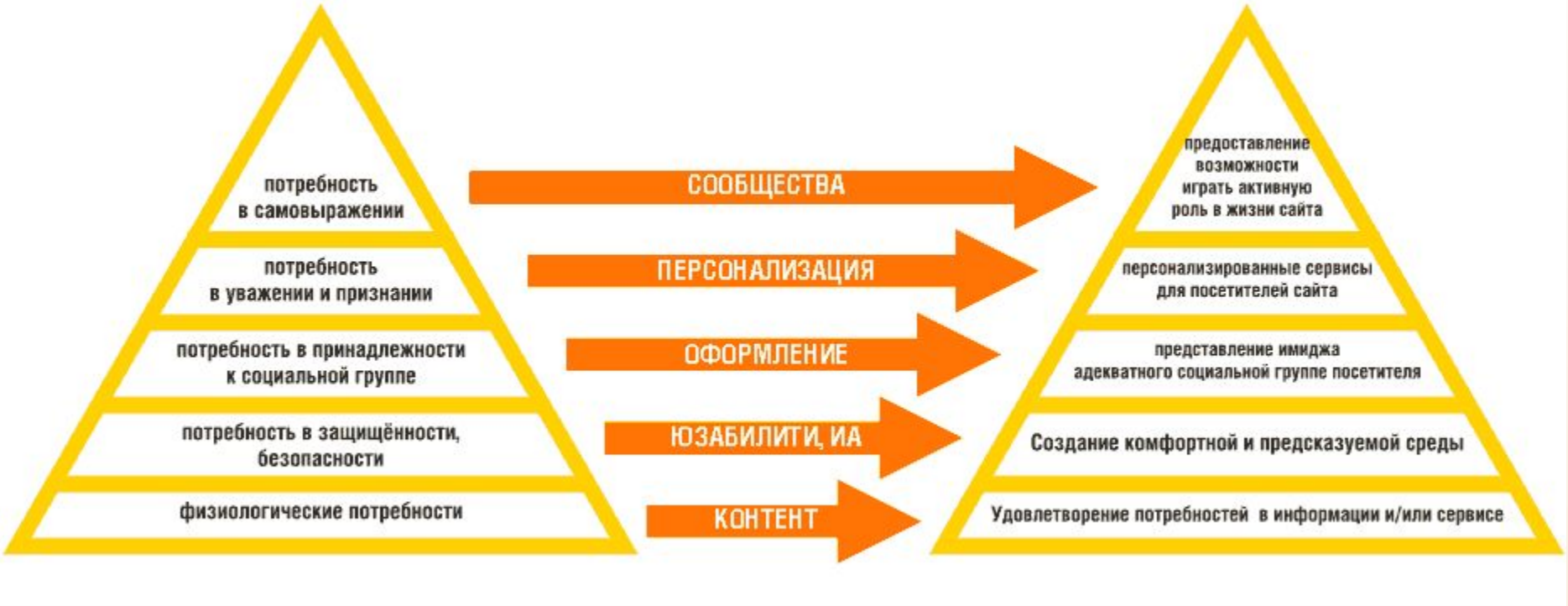
Значение: 3

учитывать регистр

или

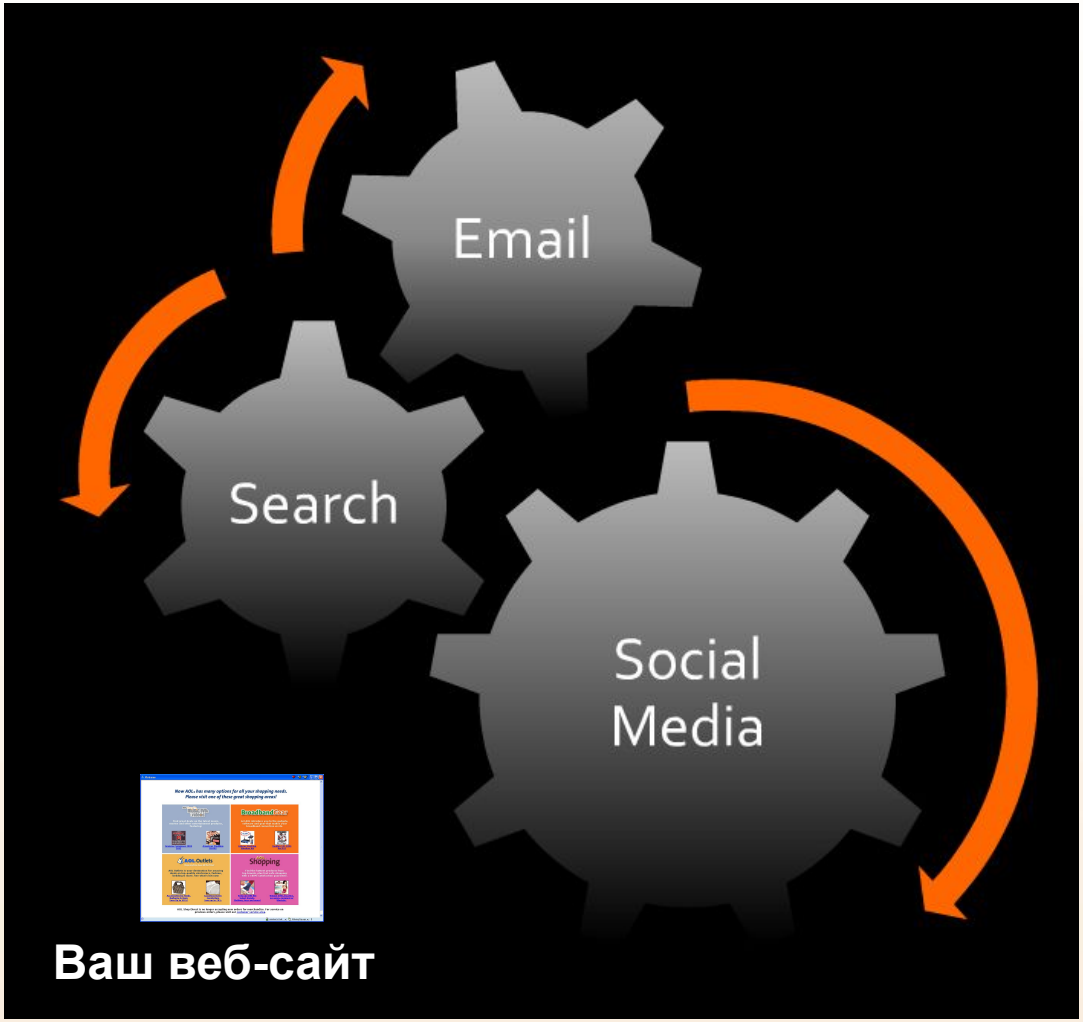
Добавить оператор "or"

Мотивационные предпосылки для CRM 2.0
(на базе Пирамиды Маслоу)



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Составляющие eCRM 2.0



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

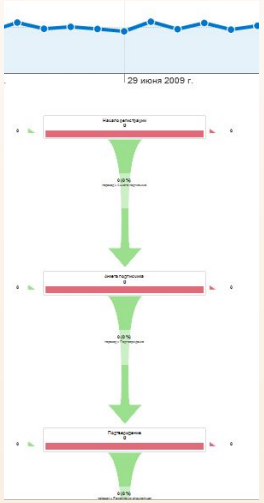
Центр общения с целевым клиентом

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
-- Поисковые 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

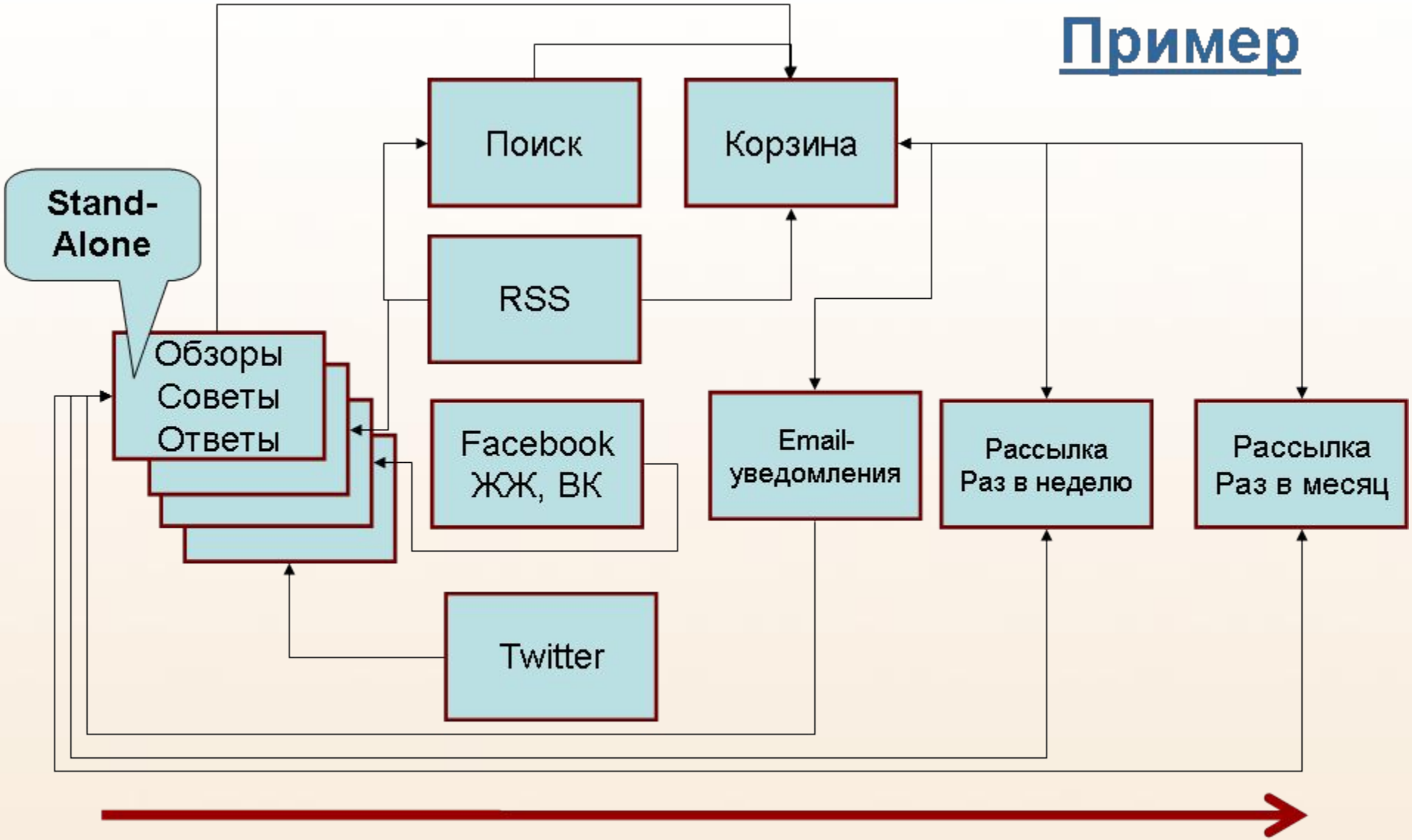
Сервис
-- Поиск
-- Каталог
-- Брошюры по продуктам
-- Свой account
-- Калькулятор
-- Сравнение
-- Вызов консультанта

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



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

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

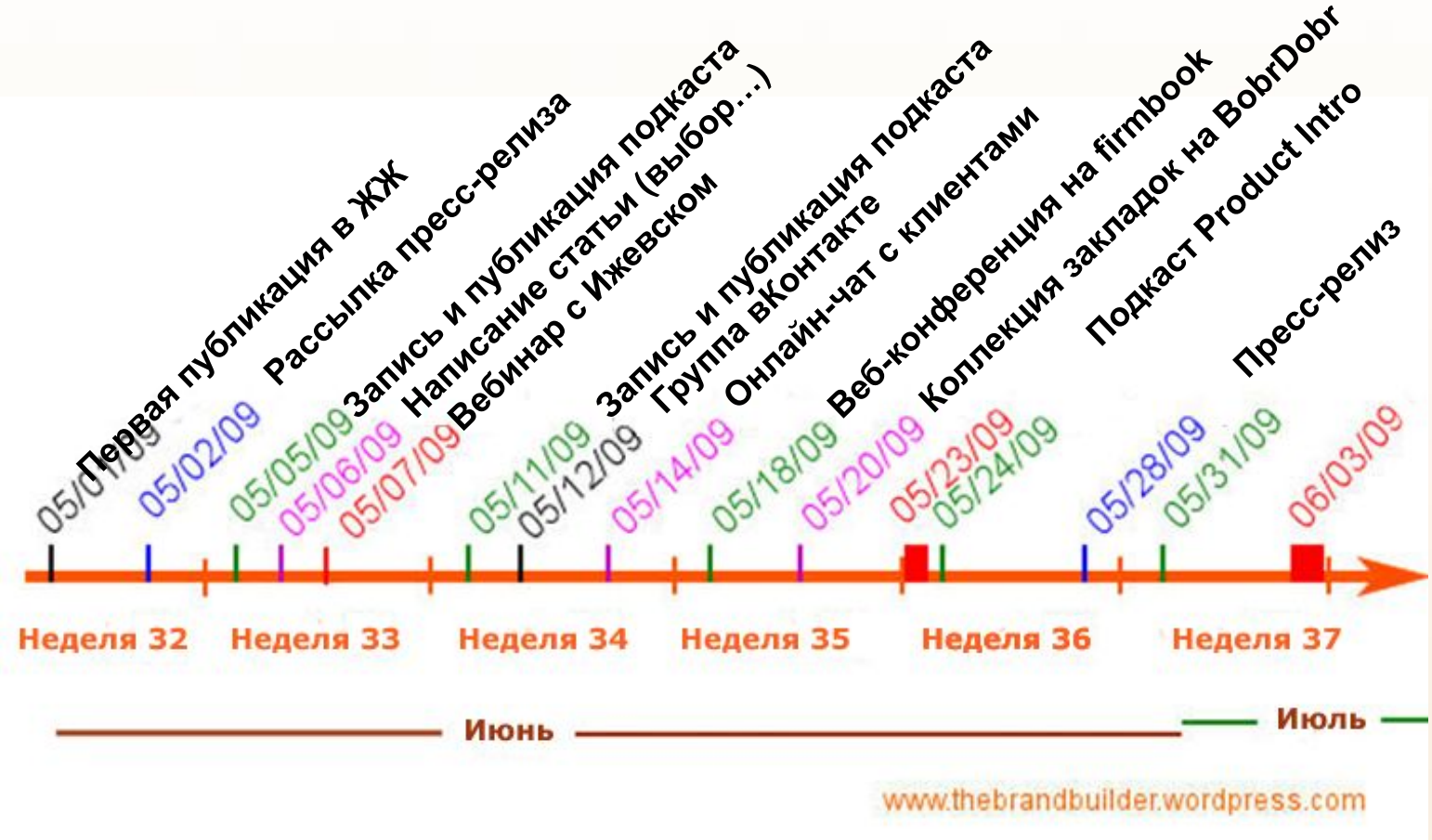
Ч.О.П.

ЧАСТОТА, ОХВАТ, ПРИБЫЛЬ

Какова частота активности клиентов. (заказов в месяц)
Каков охват клиентов? (Сколько новых клиентов)
Сколько они тратят? ($ / заказа)

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

График активностей

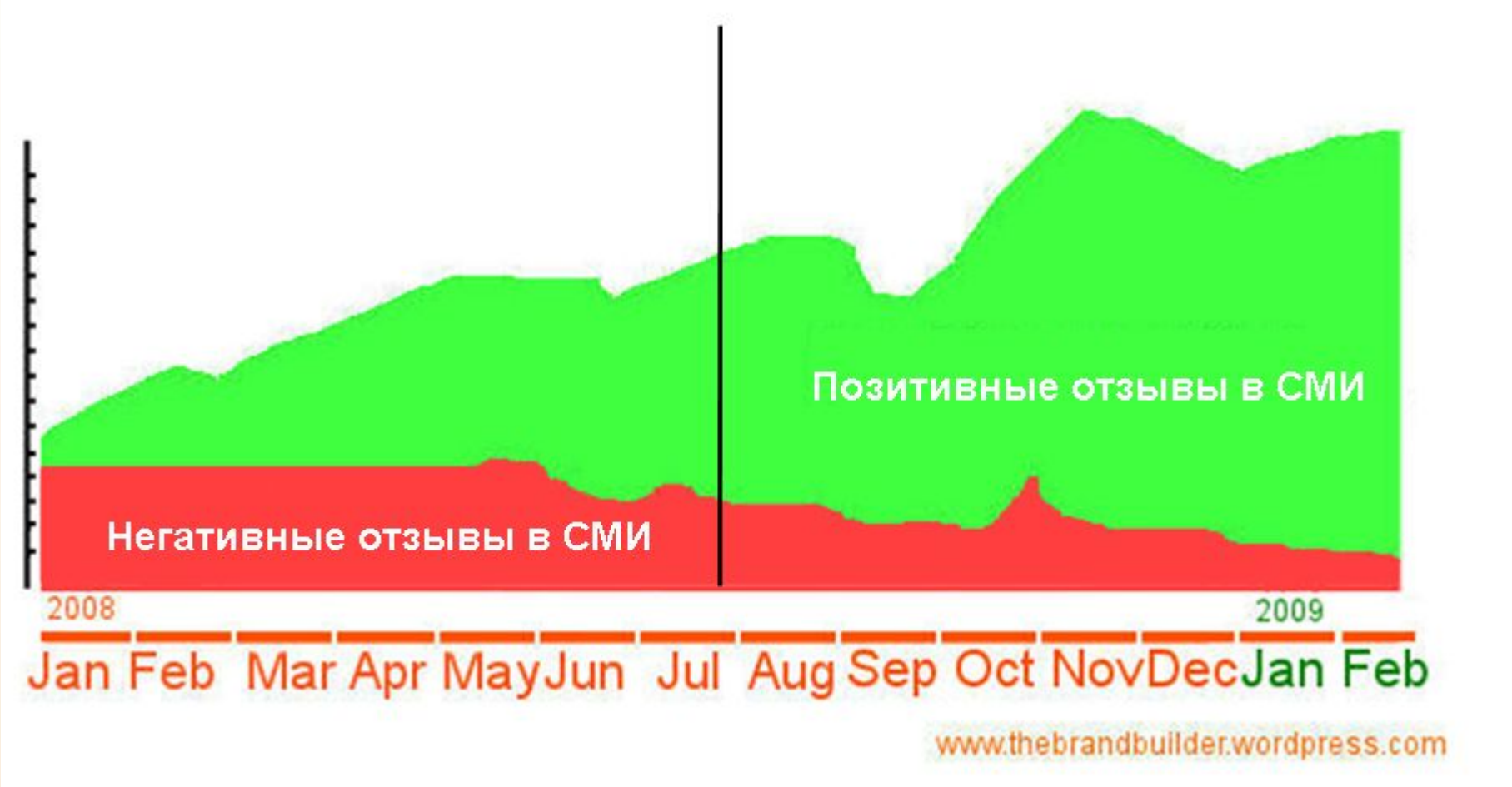


SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Точка отсчета

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Предшественники продаж. Измерение



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Предшественники продаж. Измерение

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

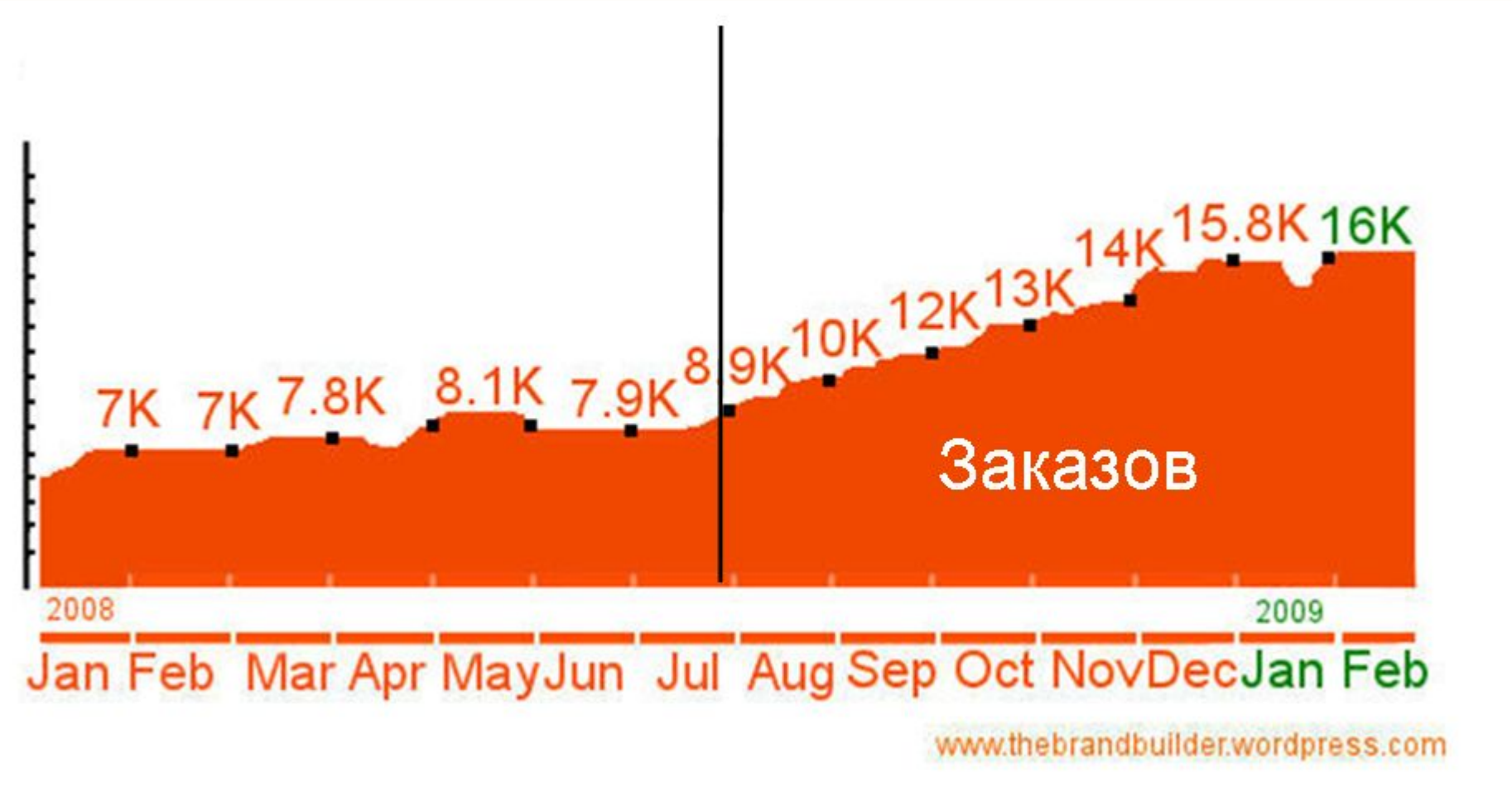
Предшественники продаж. Измерение

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Картина прироста продаж

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Прирост числа заказов

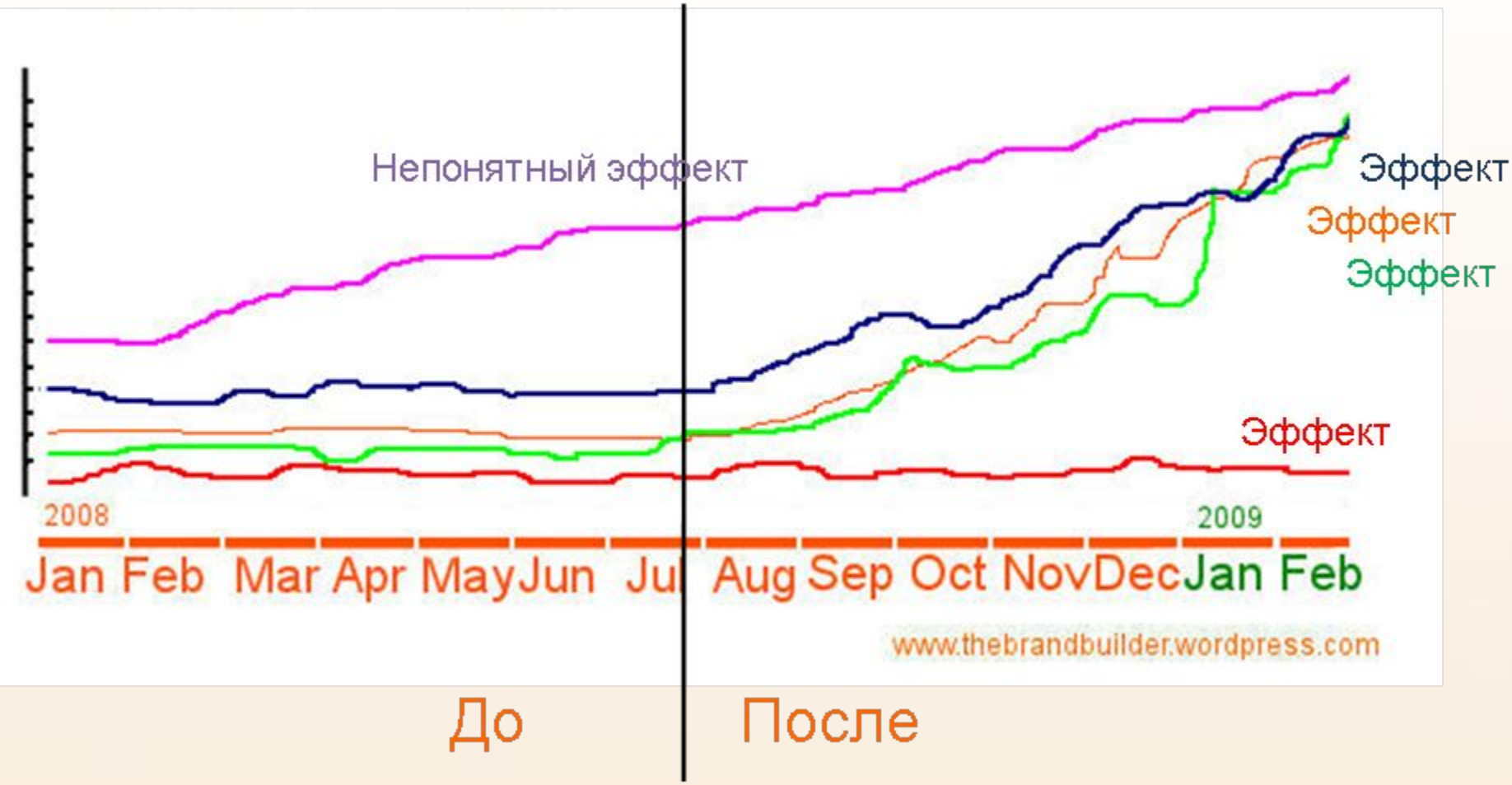


SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Прирост числа активных клиентов

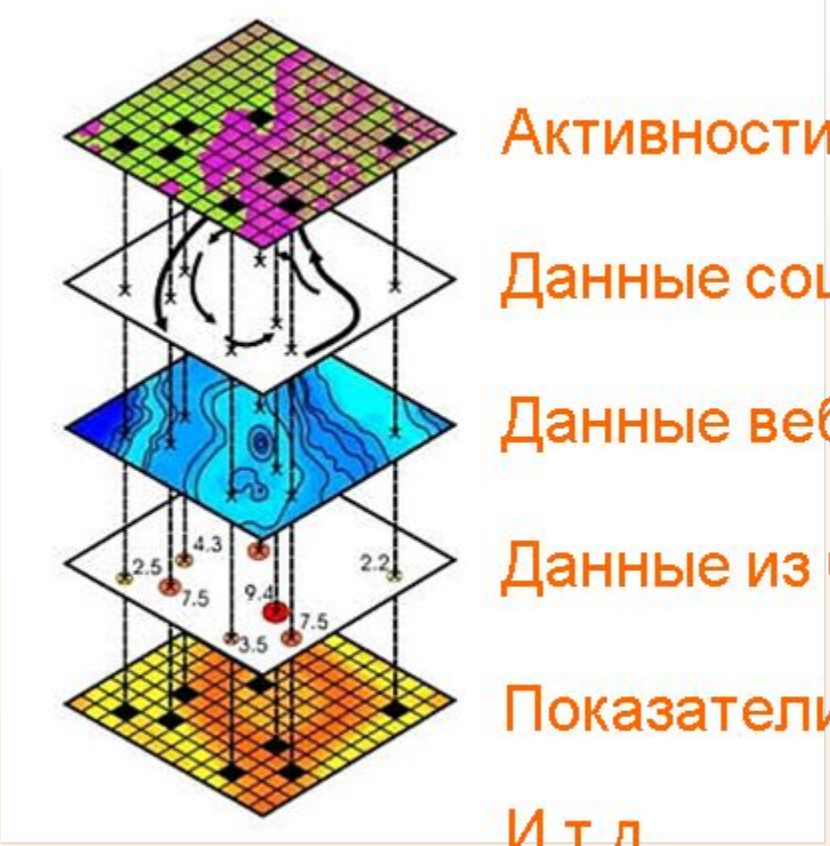
SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Поиск шаблона активности



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Сведение активностей



Активности

Данные соц.сети

Данные веб-аналитики

Данные из бухгалтерии

Показатели лояльности

И т.д..

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Доказательство воздействия

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

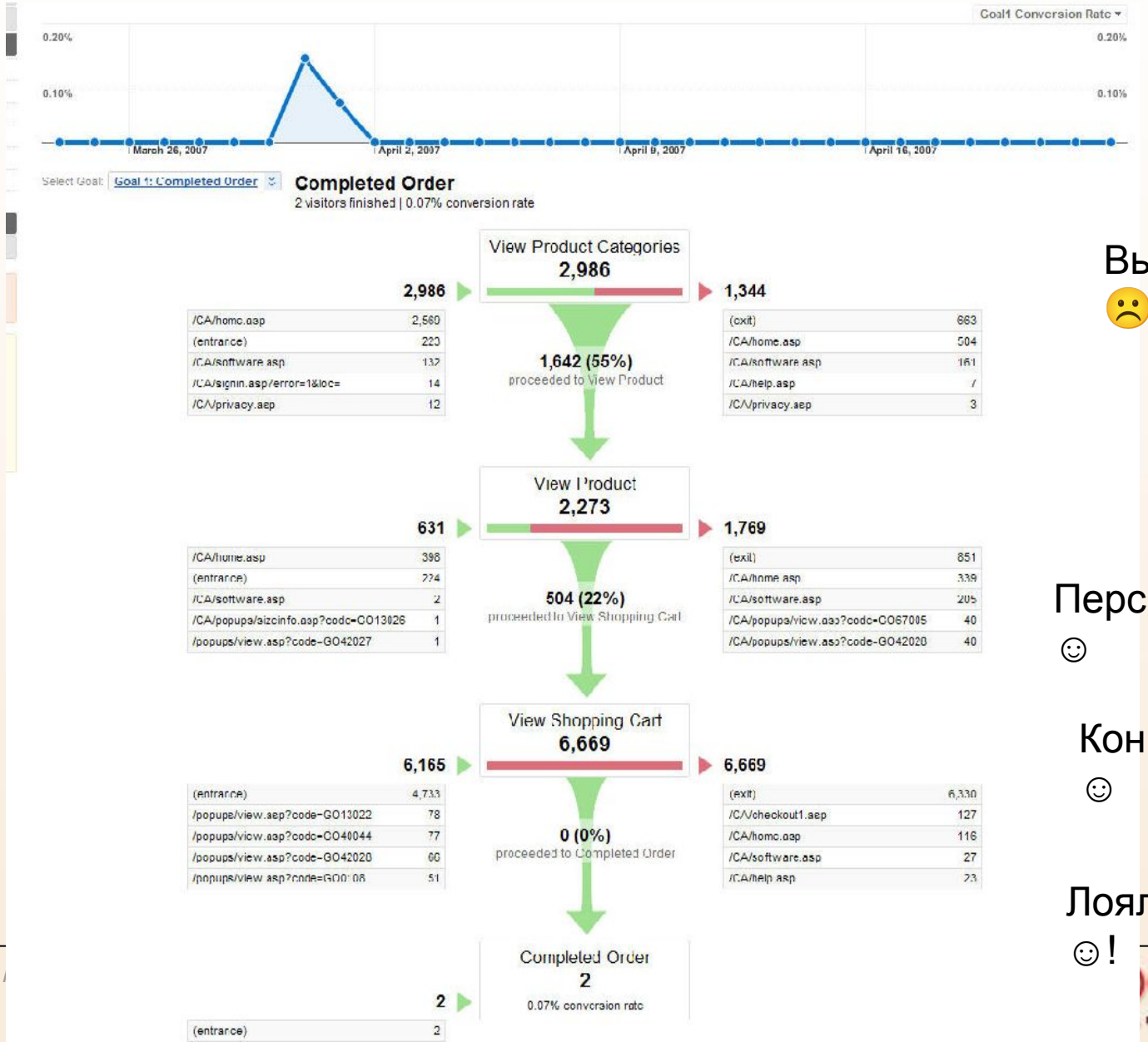
SUBSCRIBE.RU
информационный канал

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

SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Визуализация «воронки»



Выход ☹

Перспектива ☺

Конверсия ☺

Лояльность ☺!

SUBSCRIBE.RU

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.)
- **Количество покупок и объем продаж подписчикам и их друзям**

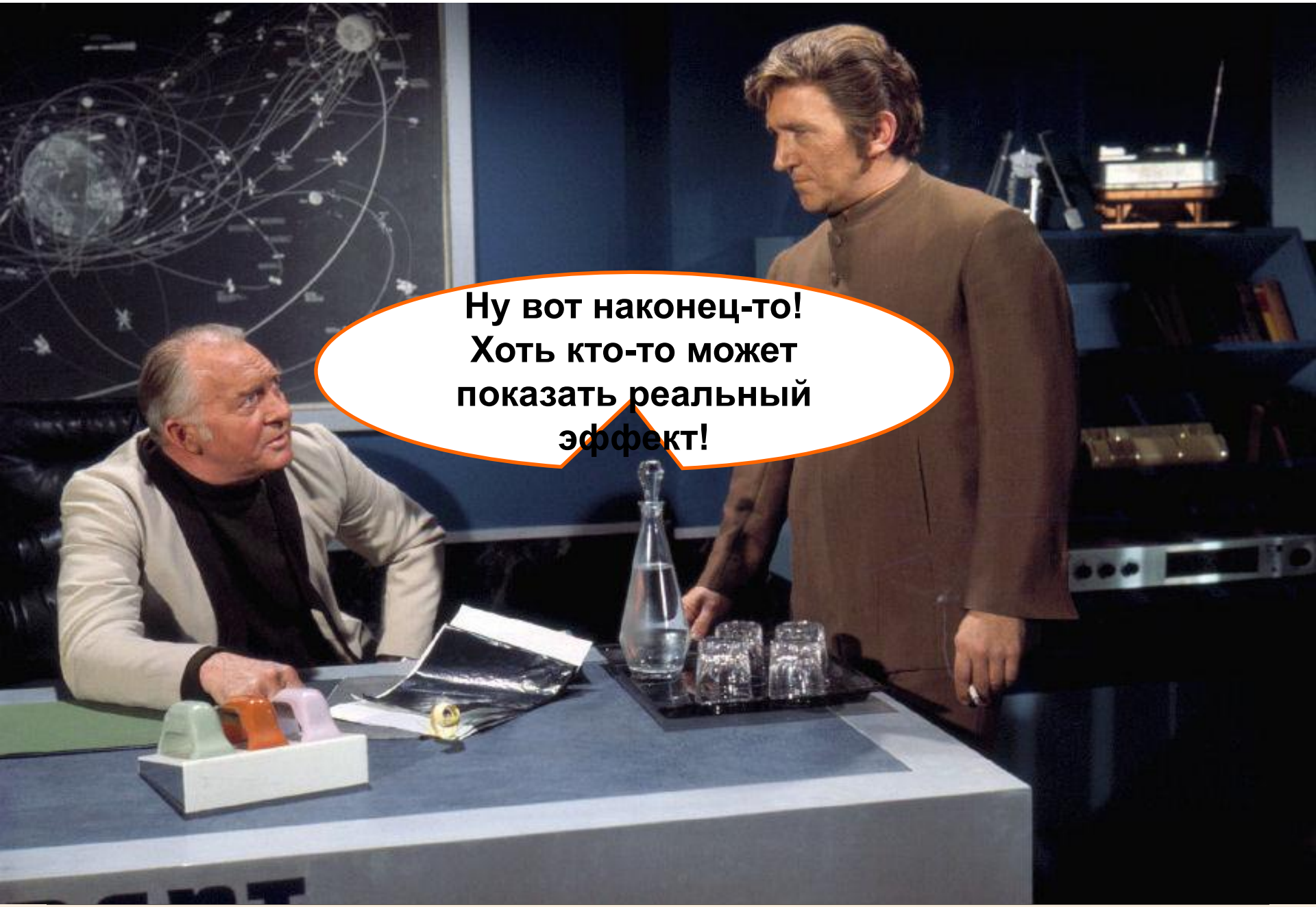
SUBSCRIBE.RU / VOXRU.NET / GOSALE.RU / SMS-SPONSOR.RU
SUBSCRIBE.RU
информационный канал

Продвижение с положительным ФР

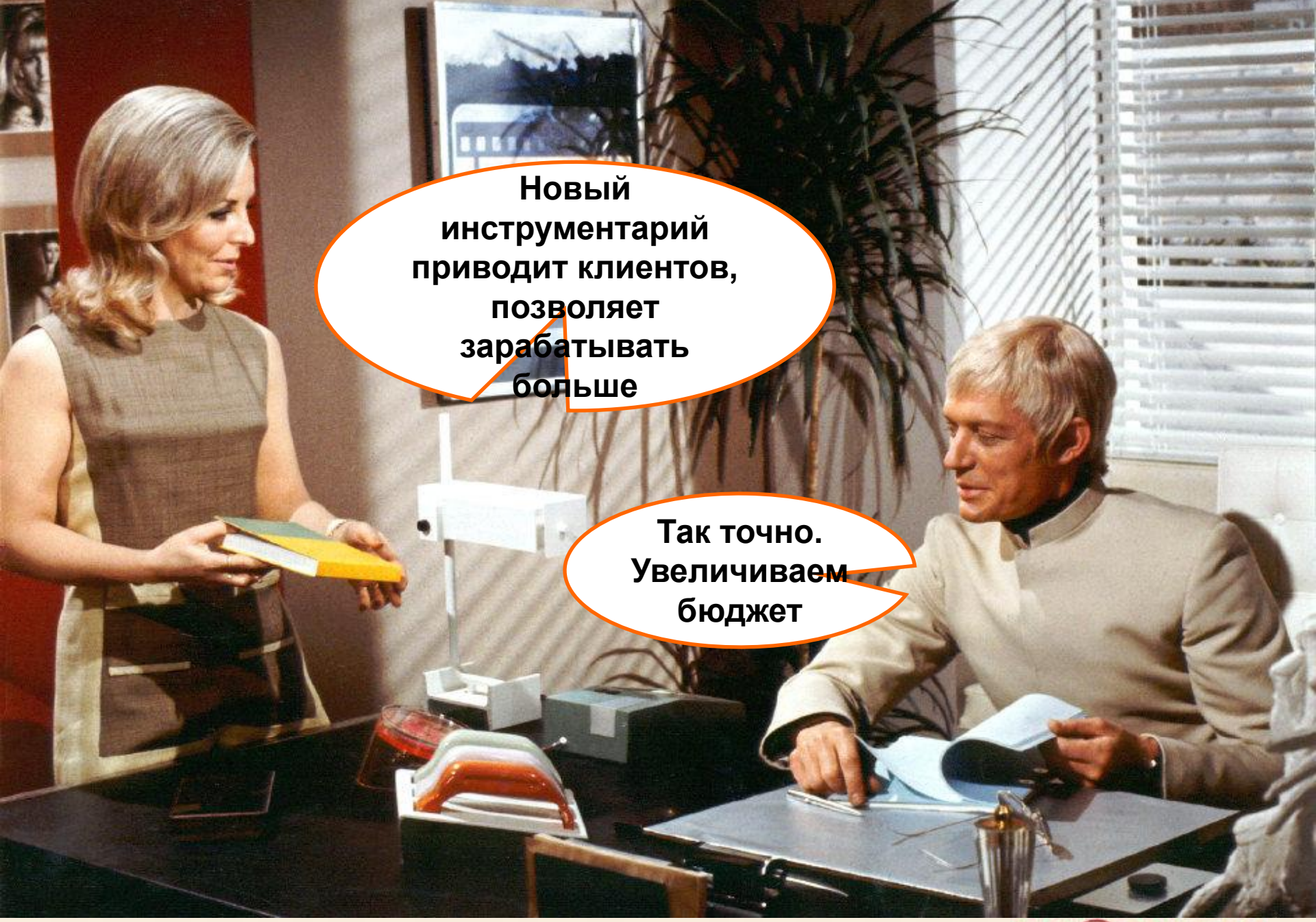
Оценка эффективности продвижения сайта с учетом отложенного спроса

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%**

SUBSCRIBE.RU / VOXRU.NET / GOSALE.RU / SMS-SPONSOR.RU
SUBSCRIBE.RU
информационный канал



SUBSCRIBE.RU
информационный канал



SUBSCRIBE.RU
информационный канал

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