

# Три по цене двух. Как делать больше продаж на том же трафике

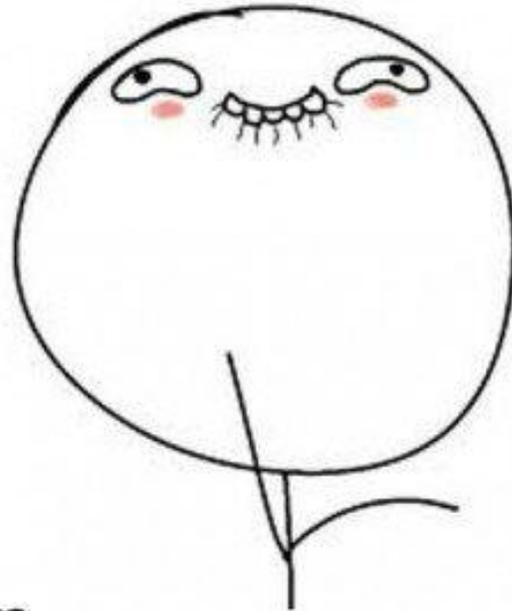
Максим  
Иванов

---



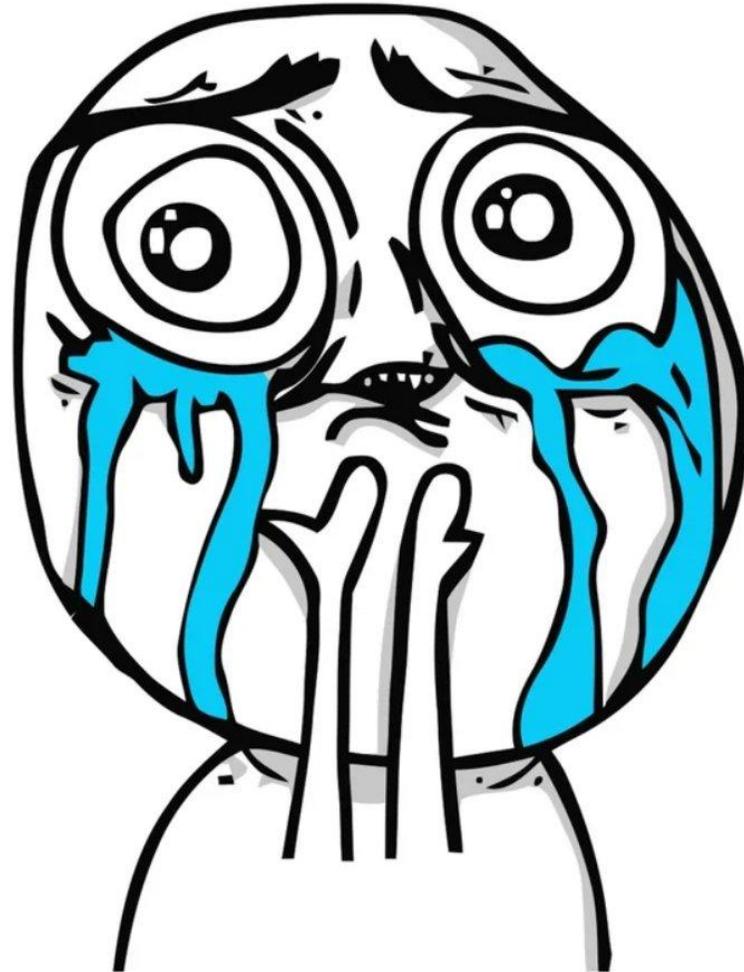
ДЕЛО ТОНКОЕ  
ЮВЕЛИРНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

**Спасибо всем, что пришли**



**ОЙ СПАСИБО СПАСИБО  
ПРИСПАСИБО!**

**Спасибо, Mango Office**



# Максим Иванов

- 37 лет, 9 лет в интернет-маркетинге
- Сооснователь и руководитель бутик-Digital-агентства «Дело Тонкое»
- Резидент ecommerce Клуба Сибирь
- Спикер
- Преподаватель

Ни х\*\* не понял,  
но очень  
интересно



**Информационное  
поле. История о  
ТОМ, как делать НЕ  
надо**



**Инерция – как я потратил год  
на создание одностороннего  
сайта**

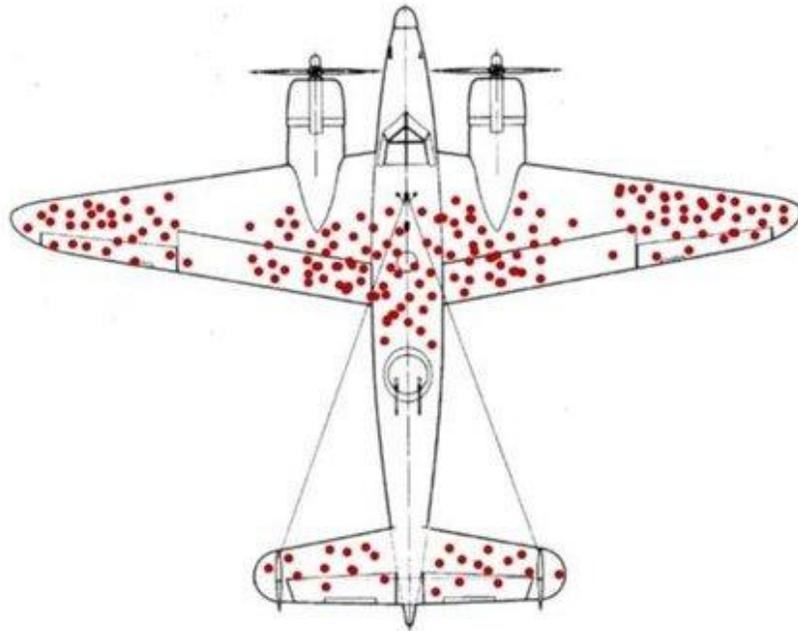
# Инерция это...

Ине́рция (от лат. *inertia* — покой, бездеятельность, постоянство, неизменность) — свойство тела оставаться в некоторых системах отсчёта в состоянии покоя или равномерного прямолинейного движения в отсутствие внешних воздействий, а также препятствовать изменению своей скорости (как по модулю, так и по направлению) при наличии внешних сил.

© Википедия

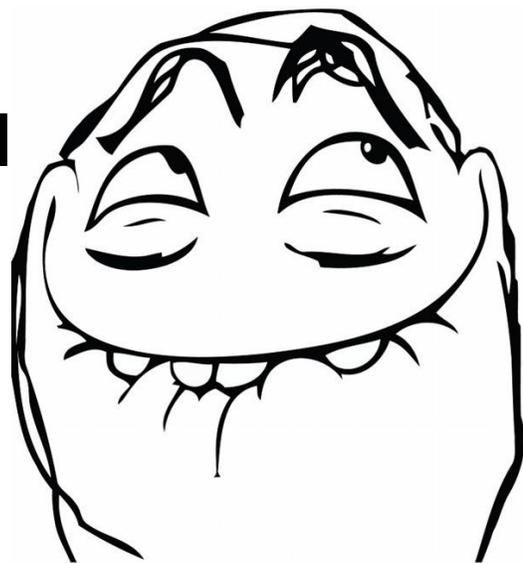
# Ошибка выжившего

Мы не всегда знаем, в каких случаях у нас полные данные, а в каких нет. То есть ошибка выжившего может влиять на наши решения даже тогда, когда мы об этом не дога



**Аналитика решает.  
Оцифровывайте  
все, что можно**

# 3 вида инструментов для прод лайн



# Новая модель поведения покупателей

## онлайн

- Мы живем в эпоху профицита. Раньше у покупателя была проблема найти что потреблять, сейчас проблема выбрать из большого количества однообразных товаров / услуг
- Покупатель становится все более избалованным, т.к. конкуренция в любой нише высокая
- Покупатель хочет интерактив, играть, чтобы его развлекали, просвещали

# Что надо использовать

1. Первичные продажи - контекстная реклама, таргетированная реклама, другие СРС каналы, CPA-партнерки
2. Повторные продажи - ретаргетинг, Email-маркетинг, мессенджеры, Web Push
3. Инструменты вовлечения – взаимодействие с посетителями на сайте (попапы, виджеты, квизы, подмена контента и т.п.)



# Зачем это использовать

- СРС-каналы дают трафик, часть конвертируется в продажи, часть конвертируется в лиды (сбор базы при помощи облачного маркетинга)
- Email, мессенджеры, ретаргетинг помогают совершать повторные продажи и дожимать лидов
- Облачный маркетинг повышает конверсию в продажи и в лиды

**20% прибыли приносят  
клиенты с первых продаж  
и 80% прибыли приносят  
клиенты с повторных  
продаж**

# База клиентов – золото любой компании

- Обязательно иметь CRM в любом виде
- Собираем базу клиентов всеми способами
- Регулярно коммуницируем с базой



# Email-маркетинг

- 😊 Самый низкий CPA среди всех каналов
- 😊 Большая доля трафика, особенно в некоторых нишах
- 😊 Автоматические сценарии
- 😞 Хорошо работает на большом трафике и на больших базах
- 😞 Предвззсудки

# Мессенджеры

- 😊 Низкая конкуренция
- 😊 Личная коммуникация
- 😊 Автоматические сценарии
- 😞 Нужно иметь номер телефона или подписку
- 😞 «Сырые» технологии

# Web Push

- 😊 Легкий старт
- 😊 Быстро и просто создавать сообщения
- 😊 Бесплатно
  
- 😞 Нужно собирать подписчиков
- 😞 Короткое время контакта
- 😞 Конкуренция

**Вовлекайте  
посетителей сайта  
в коммуникацию**

# Инструменты для вовлечения

- Сбор базы
- Увеличение конверсии
- Увеличение продаж
- Начать диалог
- Больше касаний

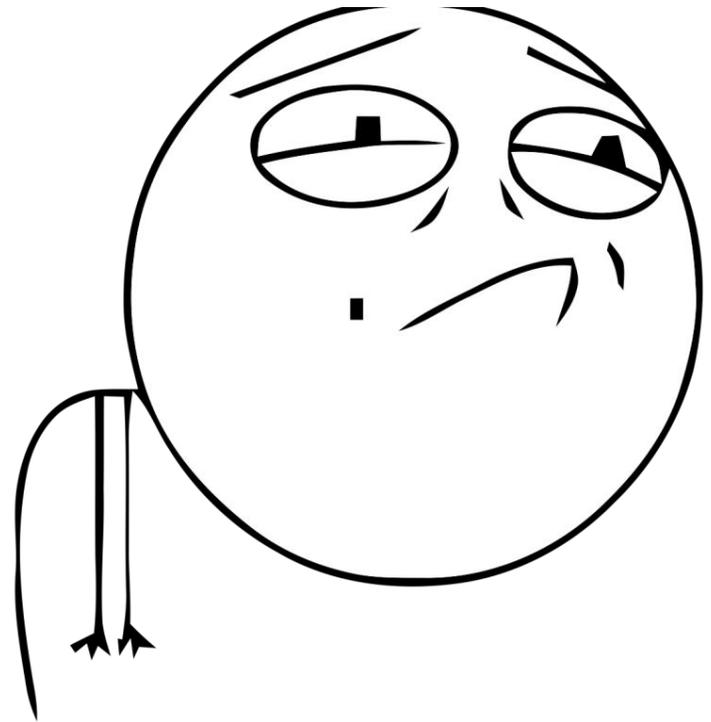
# Инструменты для вовлечения

- Попапы для сбора базы (email, телефон, подписка на Web Push, подписка на мессенджеры)
- Информировующие виджеты (этот товар купили X раз и т. п.)
- Персонализация контента (товары, имя, город и т.п.)
- Подмена контента в зависимости от сегмента, канала, объявления, ключевого слова и других данных
- Интерактив (квизы, мини-игры и т.п.)
- Онлайн-чаты

# Задача

Дано: интернет-магазин одежды. Контекстная реклама генерирует заказы по 800 рублей, маржа с одного заказа за вычетом расходов 300 рублей.

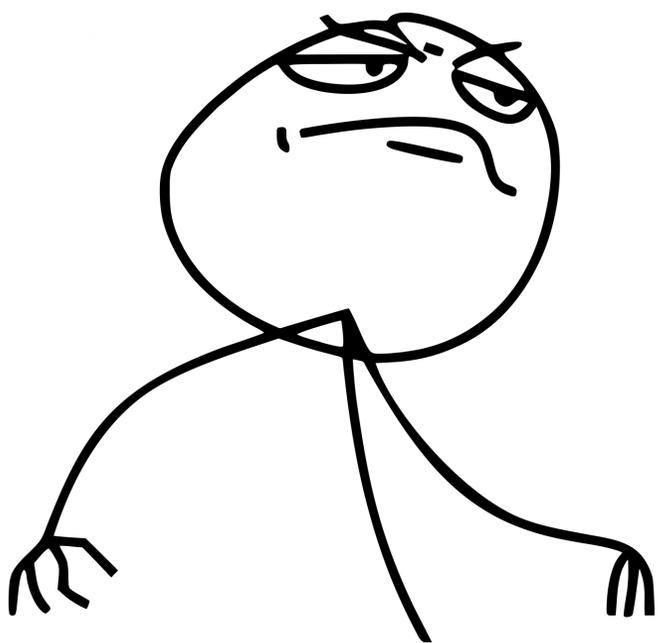
Что делать?



# Что сделали

- Создали всплывающие окна для сбора emailов
- Настроили цепочки автоматических писем для тех, кто оставил email
- Как результат – начала расти база подписчиков
- Начали делать регулярные рассылки по всей базе 3 раза в неделю
- Провели более 30 А/Б-тестов для повышения эффективности

# Email-маркетинг + Web Push = результаты



Отчет по email-маркетингу [redacted].ru

Файл Изменить Вид Вставка Формат Данные Инструменты Доп...

100% р. % .0 .00 123 Arial 10 B

	A	B	C	D	E	
1					Email	
2	Месяц, год	Конверсия в процентах, общая	Количество заказов, всего	Количество заказов, регулярные	Количество заказов, триггерные	К
9	16.03.18 - 15.04.18	1,22%	251	240	11	
10	16.04.18 - 15.05.18	1,51%	250	184	66	
11	16.05.18 - 15.06.18	1,01%	278	160	118	
12	16.06.18 - 15.07.18	1,68%	380	224	156	
13	16.07.18 - 15.08.18	1,80%	459	222	205	
14	16.08.18 - 15.09.18	1,73%	469	294	175	
15	16.09.18 - 15.10.18	1,98%	506	318	188	
16	16.10.18 - 15.11.18	2,16%	623	385	238	
17	16.11.18 - 15.12.18	1,79%	624	361	263	
18	16.12.18 - 15.01.19	0,99%	292	145	147	
19	16.01.19 - 15.02.19	1,63%	631	358	273	
20	16.02.19 - 15.03.19	2,02%	830	489	341	
21	16.03.19 - 15.04.19	1,88%	863	611	252	
22	16.04.19 - 15.05.19	2,99%	1117	688	429	
23	16.05.19 - 15.06.19	2,36%	1188	747	464	
24	16.06.19 - 15.07.19	2,38%	896	636	281	

# Какие сервисы использовать

- Carrotquest.io – сбор данных о посетителях, попапы, смс, триггерные и регулярные емейл-рассылки, Web Push, чаты
- Sendpulse.ru – регулярные рассылки, Web Push, чатботы в Facebook, рассылка в Viber
- Textback.ru – работа с мессенджерами: онлайн-чаты, попапы для подписок, рассылки по номерам телефонов
- Chat2desk.com – аналогично предыдущему, но без попапов. Больше возможностей для интеграции
- Envybox.io – виджеты, попапы, онлайн-чаты, квизы, CRM

# Всем спасибо!

# Вопросы?

**Максим Иванов**

Телефон: 8-913-928-5053 (WhatsApp, Telegram)

Skype: nskivanov82

Почта: [nskivanov82@gmail.com](mailto:nskivanov82@gmail.com)

VK: [vk.com/volkovivanov](https://vk.com/volkovivanov)

Facebook: тоже есть



ДЕЛО ТОНКОЕ  
ЮВЕЛИРНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ