

группа веб-разработчиков

Альфатим



ФОРМУЛА САЙТА
ЦИКЛ БЕСПЛАТНЫХ СЕМИНАРОВ

Дмитрий Мартынов

СТРАТЕГИЯ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ,
ЗАЧЕМ ОНА НУЖНА?



Зачем она нужна стратегия в ИМ?

группа веб-разработчиков

Альфатим







Серьезно !!!

- Привлечение новых клиентов
- Увеличение конверсий
- Увеличение среднего чека
- Координирование маркетинговой активности
- Эффективное расходование м. бюджета
- Планирование м. бюджета
- **Увеличиваем прибыль!**



Инструменты

- Контекстная реклама (Я.Директ, Google Adwords)
- Таргетинговая реклама
- SEO
- SMM, SMO
- SERM
- Торговые площадки (Я.Маркет, Тiu, Пульс Цен)
- Тематические площадки

Как измерять эффективность?



группа веб-разработчиков

Альфатим



Метрики интернет-маркетинга

- CTR (Click Through Rate) %
- CPV (Cost Per Visitor) \$
- CTB (Click To Buy) %, CPS (Cost Per Sale) \$, AOV
- ROI (Return of Investment) %
- RPR (Repeat Purchase Rate) %
- NPS (Net Promoter Score) %
- LTV (LifeTime Value) \$
- CARC (Customer Acquisition and Retention Cost) \$
- ROMI (Return Of Marketing Investment) %

Цена	1 000 ₺	5 000 ₺
Показов	5 000	1 000
Кликов	1 000	100
CTR	20%	10%
Покупок	 1	 2
	Канал 1 20	Канал 2 5
СТВ	2%	5%
Сумма	10 000 ₺	25 000 ₺
ПРИ МАРЖЕ 20%		
Прибыль	1 700 ₺	4 200 ₺
ROI	70%	-16%

Как провести аудит ИМ?

группа веб-разработчиков

Альфатим



Стоит ли идти в интернет?

1. Оценка объема рынка и спроса
2. Оценка интернет-спроса
 - a) Статистика WORDSTAT * 2
 - b) Региональность
 - c) Сезонность
 - d) Конкурентный (смежный) спрос
3. Сравниваем долю интернет-спроса



Оценка вашего положения на интернет-рынке

1. Оценка доли уникального трафика по отношению с интернет-спросу
2. Оценка показателей CTR, CPV, CTV, AOV, ROI
3. Оценка конкурентов:
 - a) [SpyWords](#), [Serpstat](#)
 - b) [SimilarWeb](#)

Оценка бюджета на интернет-маркетинг

группа веб-разработчиков

Альфатим



Как догнать конкурентов?

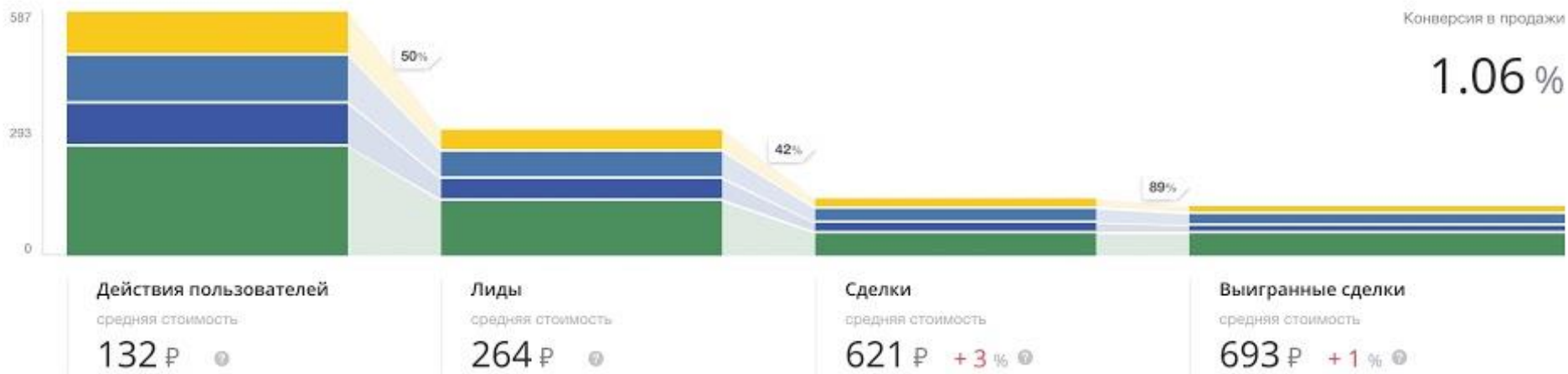
1. Применяем свои метрики к трафику конкурентов и общему трафику
2. Если у конкурента расчетный $ROI > 0$?
3. Если у конкурента расчетный $ROI < 0$?
 - a) Формирование гипотез
 - b) Оценка каждого канала
 - c) A|B тестирование
 - d) Вспоминаем про LTV, NPS, RPR, CARC, ROMI

Нужна сквозная аналитика!

группа веб-разработчиков

Альфатим

Эффективность рекламных каналов



Окупаемость трафика

ИСТОЧНИК	ЦВЕТ	РАСХОДЫ	ДЕЙСТВИЯ	ЛИДЫ	СДЕЛКИ	ВЫИГРАННЫЕ	СУММА	КОНВЕРСИЯ
Google Ads		32 890 ₺	270	133	53	54	17 969 ₺	1.15 ХОРОШО
Facebook		9 640 ₺	101	50	22	17	4 782 ₺	0.74 НОРМАЛЬНО
ВКонтакте		20 570 ₺	114	64	30	25	6 532 ₺	0.93 ХОРОШО
Яндекс.Директ		14 580 ₺	102	47	20	16	2 159 ₺	0.36 ПЛОХО
Органика		10 320 ₺	0	38	20	17	4 565 ₺	
Итого		88 000 ₺	587	332	145	129	36 007 ₺	

ВНЕДРИТЕ CRM!

12 пользователей в Битрикс24:
alfateam_formula

группа веб-разработчиков

Альфатим

**Спасибо за внимание.
Вопросы?**

группа веб-разработчиков

Альфатим