



Как сложить яблоки с апельсинами?

Светлана Берегулина
директор по маркетингу
компании «1С-Битрикс»

«1С-Битрикс» - B2B компания



Основные крі нашего маркетинга

- Количество контактов с нашим брендом
- Количество лидов



Лиды и «живые» лиды

- ➔ • Lead - это контакты потенциального клиента, проявившего интерес к продукту. В нашем случае - это человек, скачавший триальную версию или зарегистрировавшийся на наш семинар.
- Live Lead - человек, посетивший семинар (большая «разогретость» lead-a)



→ Интегрированный показатель для маркетинговых коммуникаций - OTS (opportunity to see)

- Для PR – количество публикаций в СМИ и аудитория, которая может их прочитать
- Для рекламы – количество переходов
- Для мероприятий – количество посетителей
- Для сайтов – посещаемость и количество действий

PR



Издание	Тираж	Вес	OTS	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Вечерняя Москва	110 000	0,01	1100							
Ведомости	70000	0,01	700							
Компьютерра	64 000	0,01	640							
RBC Daily	80000	0,01	800							
Известия	22300	0,01	223							
Итоги	85 000	0,01	850		1					
CRN	10200	0,01	102						1	
СЮ (Руководитель информационной службы)	20 000	0,01	200				1	1		
Маркетолог	25 000	0,01	250							
Секрет Фирмы	45 200	0,01	452							
Деловая Москва	54000	0,01	540					1		
Финансовая газета	31 230	0,01	312,3							
Радио BusinessFM	400 000	0,005	2000							6
Радио Финанс.FM									2	1
Наша версия. Санкт-Петербург	170 000	0,01	1700							
Компания	78 000	0,01	780							
Новая адвокатская газета	2 000	0,01	20							
IT News	10 000	0,01	100							
Коммерсантъ	76 400	0,01	764							
Коммерсантъ Business Guide	75 000	0,01	750			1				
Труд	75 000	0,01	750							
Intelligent Enterprise	15 000	0,01	150							
Всего публикаций				0	2	1	1	3	3	7
Итоговый OTS Офлайн				0	1650	750	200	740	102	12000

Мероприятия



Мероприятие	Посещаемость	Вес	OTS	январь	февраль	март	апрель	май
Конференция UWDC-2012	500	0,4	200		1			
Icommunity	70	1	70		1			
Вернисаж 1С	1400	0,4	560			1		
Собственный семинар в рамках Вернисажа	70	1	70			1		
Уральские интернет-недели	550	0,4	220			1		
Выставка HRM Expo 2012 в Питере - 29 марта	1200	0,4	480			1		
Варсатpkrasnodar	10	1	10				1	
Codefest	1000	0,4	400				1	
РИТ	600	0,6	360				1	
Конференция MoscowTimes	60	0,4	24				1	
Конференция WebProffesionals	130	0,4	52				1	
Выставка Медсофт	2100	0,4	840				1	
РИФ+КИБ 2012	8100	0,6	4860				1	
выставка Персонал	3800	0,4	1520				1	
Выставки Выставка Казахстан, Kzert	250	0,4	100				1	
Выставка Москва, Дизайн и Реклама, SCID	10000	0,4	4000				1	
Выставка Вологда, Троя, Третий региональный iMix	1500	0,4	600				1	
Application Developer Day	700	0,4	280					1
Телемост "Социальный интранет", в зале	20	1	20					1
Docflow	300	1	300					1
Docflow	1600	0,4	640					1

Точки контакта

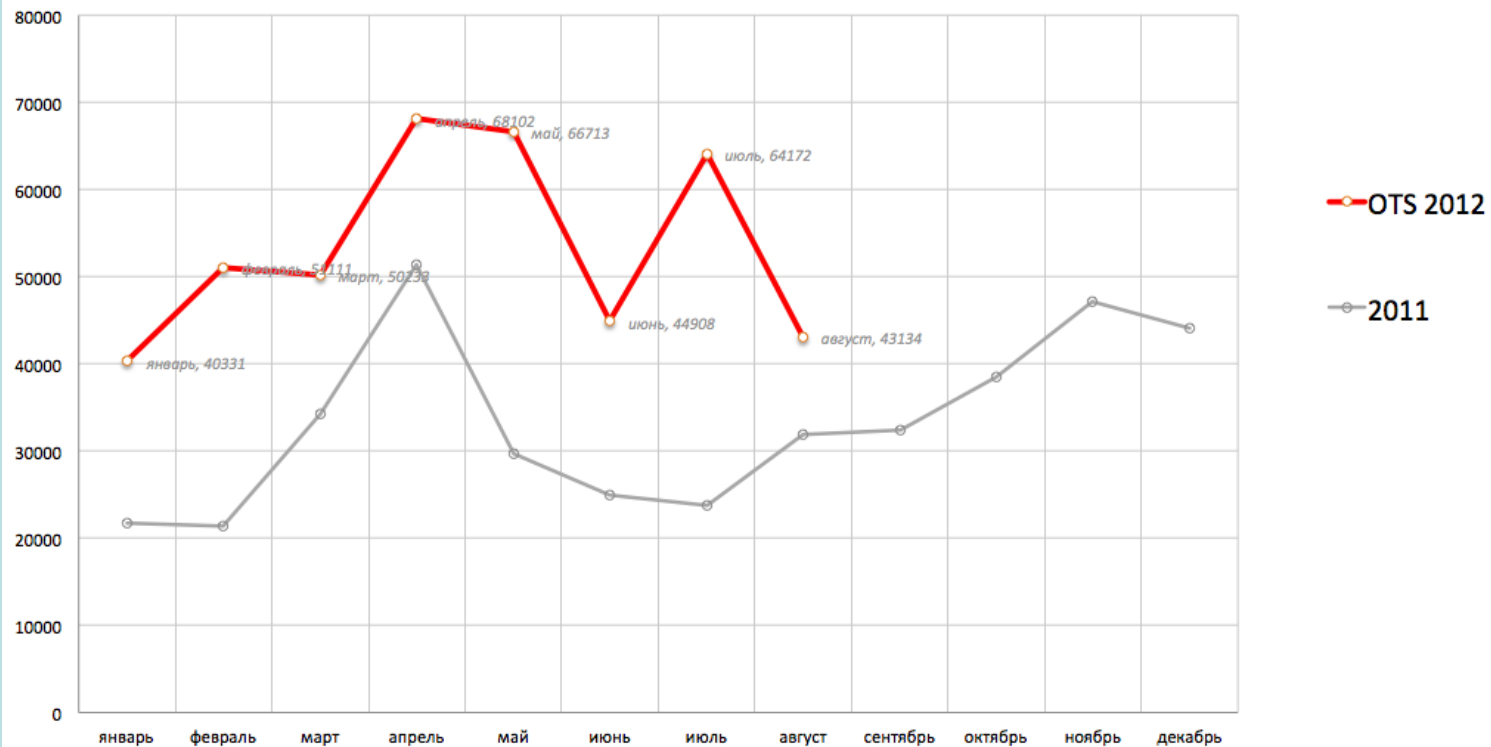


Точки контакта	Вес	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
Контекстная реклама (клики)	0,9	16 178	10 399	10699	10236	10 220	12 654	6604	9431
Поисковый трафик	0,05	377 951	449 464	443 142	410 491	417 348	400 395	399328	422 001
SMM (участники групп)	0,9	5754	6406	6676	6939	7171	7164	7766	7923
Рассылки (по внешним базам)	0,05	0	0	53998	8965	70000	0	8000	6000
Реклама (клики по баннерам, внешн	0,9					2409	0	6052	0
Итоговый OTS		38636	37598	40495	36430	42187	37856	38746	37019
OTS 2011		19524	15412	22624	15999	12274	18203	17706	28272

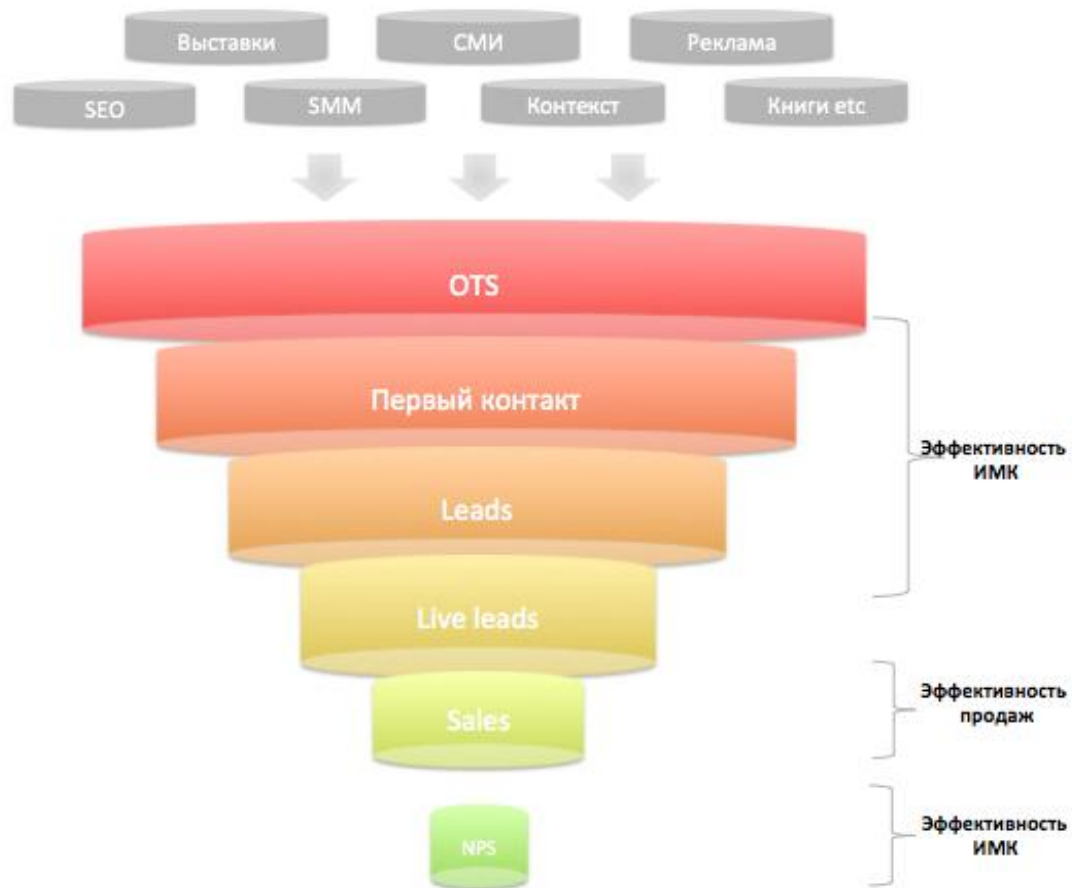
Суммарный показатель



Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций в 2012 г.
Сравнение с 2011 г.



Воронка Leads



Как офлайн влияет на онлайн

- Всплеск количества поисковых запросов в момент проведения рекламной кампании на радио Бизнес FM



Следите за нами!



twitter.com/1C_Bitrix



facebook.com/1CBitrix



www.1c-bitrix.ru

Спасибо за внимание!
Вопросы?

