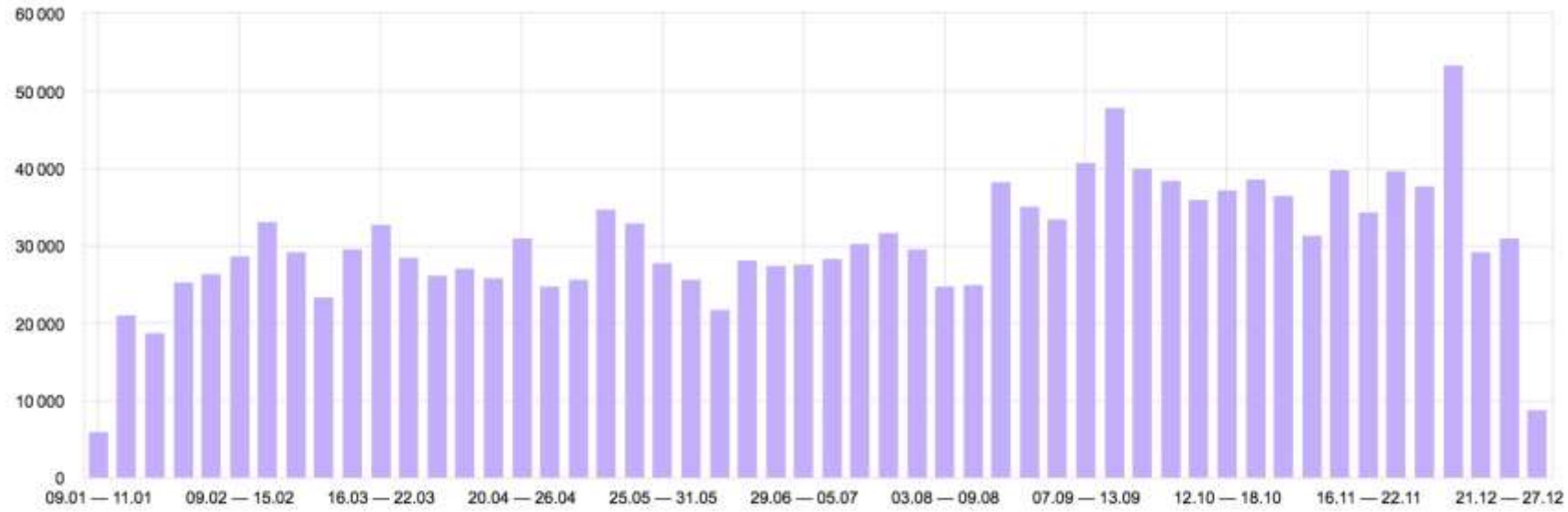
DIGITAL ИНСТРУМЕНТЫ: ОТ СТРАТЕГИИ К ПРАКТИКЕ

CONVERT MONSTER
Агентство Интернет Маркетинга

Ведущий:
Антон Петроченков
https://vk.com/convert_monster
Convert Monster
http://ConvertMonster.ru

ПРИВЕТ, Я АНТОН

СОЗДАЛ БЛОГ ПО ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ С ПОСЕЩАЕМОСТЬЮ 800 000 ЧЕЛОВЕК В ГОД



Выберите цель

Интервал дат визита	Визиты	Посетители	Просмотры	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	1,59 млн	692 294	2,85 млн	97,1 %	16,7 %	1,79	2:33

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ТАБЛИЦА ПО МАРКЕТИНГУ

- Оценка уровня маркетинговой команды
- Перечень стандартных метрик
- Учет основных показателей

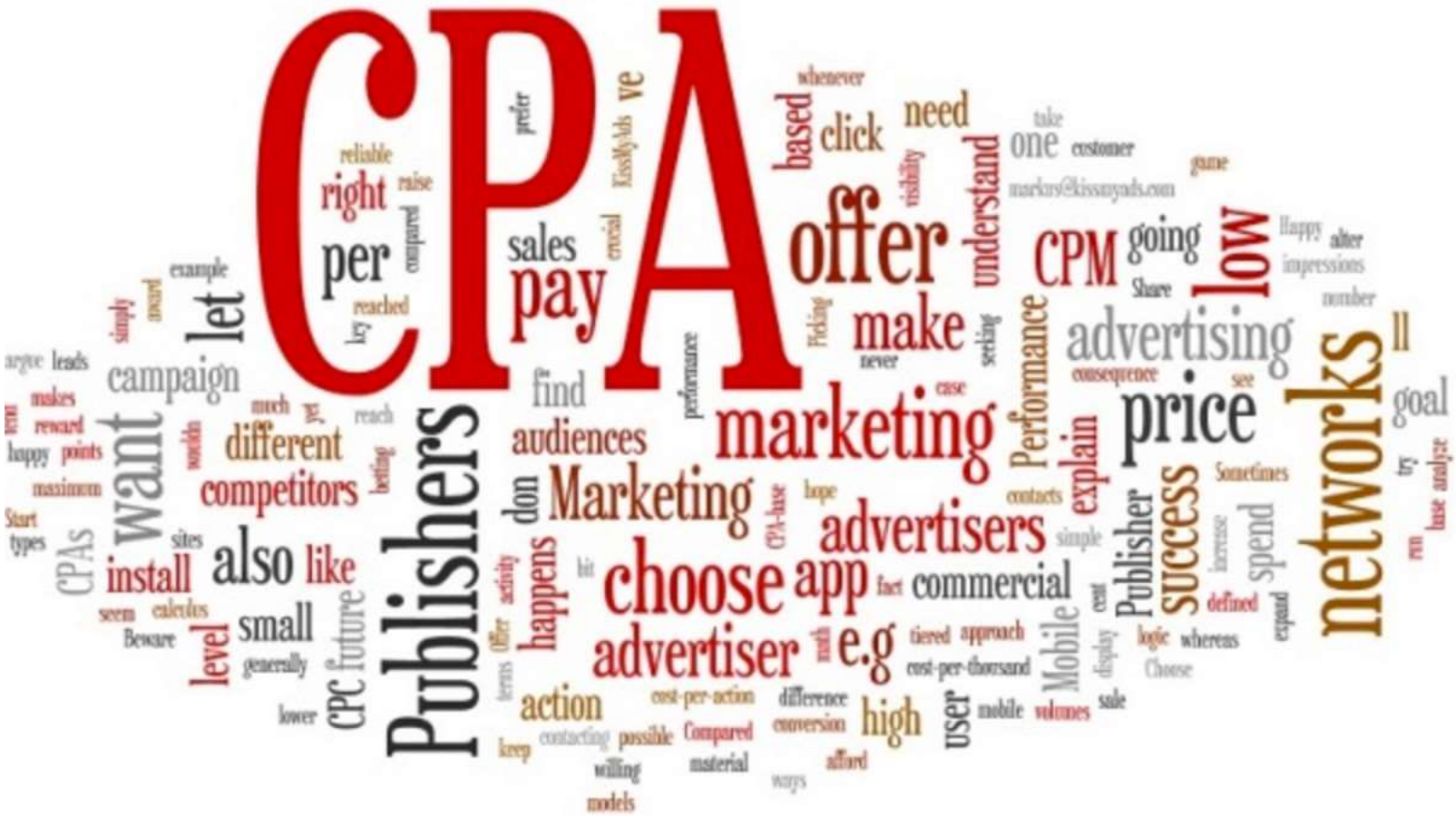
- Опросник по целевой аудитории
- Основные цели Google Analytics

Бесплатно

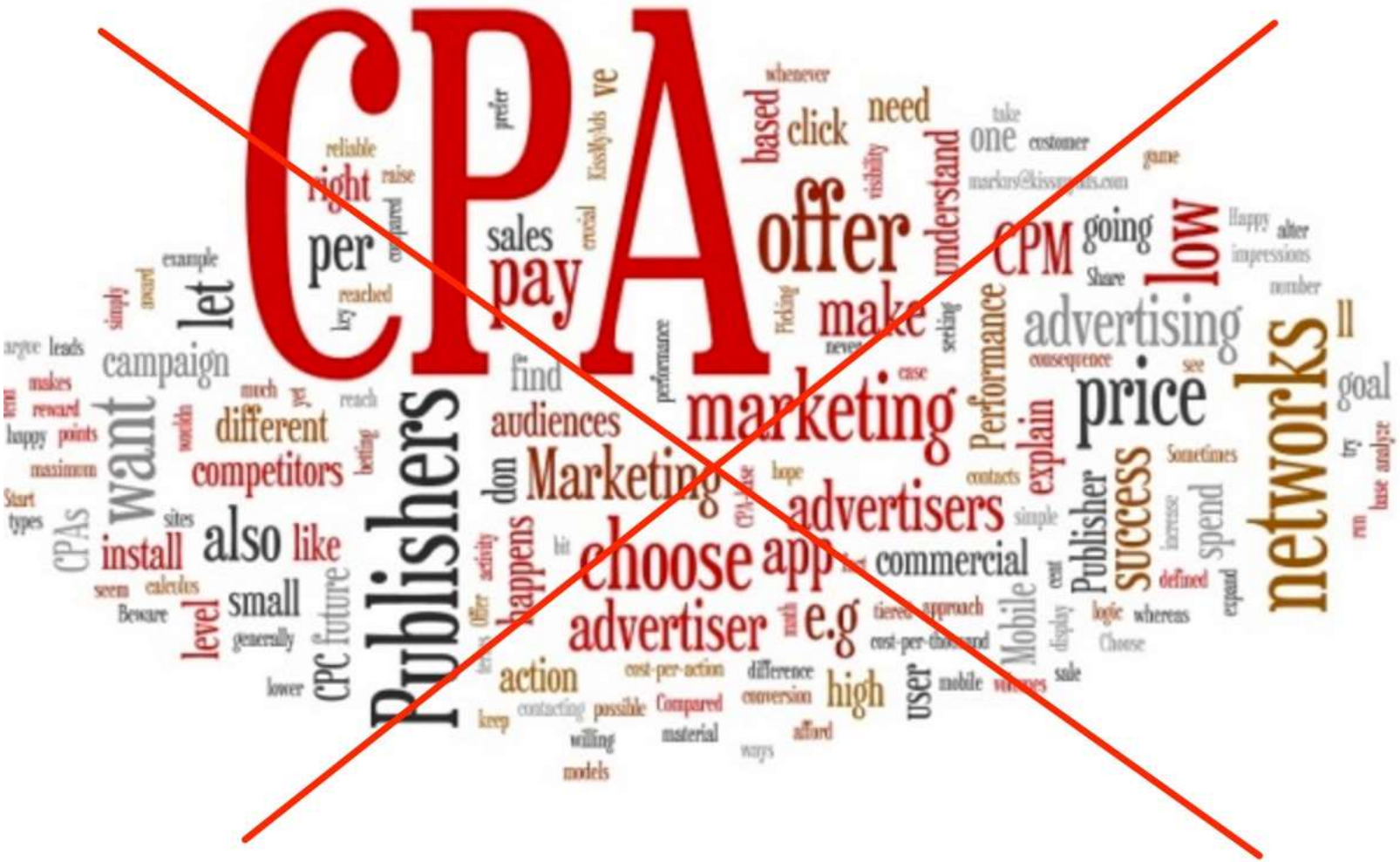
Скачай по ссылке:
https://goo.gl/rncquu

ЧАСТЬ 1
РАЗРАБОТКА ПОРТРЕТА ПЕРСОНАЖА

ОБЫЧНО ПРО **DIGITAL** РАССКАЗЫВАЮТ ТАК



ДАВАЙТЕ НЕ БУДЕМ КИДАТЬСЯ ТЕРМИНАМИ



ПОЗНАКОМЬТЕСЬ С ВАШЕЙ СТРАТЕГИЕЙ НА БУДУЩИЙ ГОД

အကျဉ်းချုပ်

၁၉၃၉ ခုနှစ်တွင် မြန်မာနိုင်ငံ မြောက်ပိုင်း (မြောက်လတ္တီတွဒ် ၂၆°၄၃′ ၊ အရှေ့လောင်ဂျီတွဒ် ၉၃° ၅၈′ နှင့် ပင်လယ်ရေမျက်နှာပြင်အထက်အမြင့် ၉၀၀ မီတာ) မှ စုဆောင်းခဲ့သော ဆူမာတြားဖျံ* တစ်ကောင်၏ သားရေကို လန်ဒန် သဘာဝသမိုင်းပြတိုက်တွင် သိမ်းဆည်းထားရှိပြီး ယခုအချိန်ထိ ပုံနှိပ်ထုတ်ဝေထားသောမှတ်တမ်း မရှိခဲ့သေးပါ။ ၄င်းဖျံမျိုးစိတ်၏ ပတ်ဝန်းကျင် ဆက်နွယ်မှုနှင့် ပြန့်နှံ့တည်ရှိမှုကို အနည်းငယ်သာ သိရှိကြပြီး ယေဘူယျအားဖြင့် လက်ခံထားသော ပင်လယ်ရေမျက်နှာပြင်အထက်အမြင့် ၁၈၀၀ ကီလိုမီတာနှင့် ၄င်းဖျံမျိုးစိတ်၏ လက်ရှိပြန့်နှံ့တည်ရှိသောဒေသများနှင့် ကွဲပြားခြားနားသော ကျက်စားရာဒေသ တောင်ပေါ်အမြဲစိမ်းသစ်တောမှ စုဆောင်းခဲ့ခြင်းဖြစ်ပြီး ၄င်းမှတ်တမ်းမှာ မြန်မာနိုင်ငံအတွက် ပထမဆုံးမှတ်တမ်းဖြစ်ပါသည်။ ဖော်ပြပါ သားရေသည် ၄င်းဒေသတွင် ဤဖျံမျိုးစိတ် ပြန့်နှံ့ကျက်စားခဲ့သည်ကို သက်သေပြနိုင်ခဲ့ပြီး ထိုထက် ပို၍ခိုင်လုံသော အခြားရှင်းလင်းချက်မရှိပါ။ အရှေ့တောင်အာရှတွင် ကျယ်ပြန့်စွာ ပြန့်နှံ့ကျက်စားခဲ့သော်လည်း လက်ရှိတွင် တောရိုင်းတိရစ္ဆာန် အစိတ်အပိုင်းများ အလွန်အကျွံကုန်သွယ်မှုကြောင့် ဖျံမျိုးများ အားလုံး လျော့နည်းလာလျှက်ရှိရာ ယခုအချိန်တွင် ၄င်းဖျံမျိုးစိတ်၏တည်ရှိမှုကို အတည်ပြုနိုင်ရန် ခက်ခဲပါသည်။

* မြန်မာနိုင်ငံရှိ မှတ်တမ်းများတွင် အထက်ပါဖျံမျိုးစိတ်၏ မြန်မာအမည်မရှိသဖြင့် ဆူမာတြားဖျံ ဟူ၍ သားငှက်ထိန်းသိမ်းရေးအဖွဲ့၊ မြန်မာနိုင်ငံအစီအစဉ်မှ အမည်ပေးထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။

ПОСТАРАЕМСЯ ПРЕВРАТИТЬ ЕЕ В ПОНЯТНЫЙ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ НАБОР ДАННЫХ

Генерация лидов							
Прямые лиды							0
Лиды с почтовых рассылок							0
Лиды с сео							0
Лиды с PPC							0
Лиды по ссылкам							0
Лиды СММ							0
Итого лидов	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Качество лидов							#ДЕЛ/0!
Затраченное время							0
Инвестиции							0
Стоимость лида	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЕРИОД

Портрет потенциального клиента

Поиск мест обитания:
Ключевые слова
Сайты
Группы
Профили
Форумы
Интересы

Выбор рекламной площадки:

Контекст
Таргет
Тизеры
Посевы

Отсев некачественных площадок с низким ROI

Слив

Инвестиции

ПОРТРЕТ КЛИЕНТА

Портрет потенциального клиента

Поиск мест обитания:
Ключевые слова
Сайты
Группы
Профили
Форумы
Интересы

Объявления для рекламной площадки:

Контекст
Таргет
Тизеры
Посевы

Отсев некачественных площадок с низким ROI

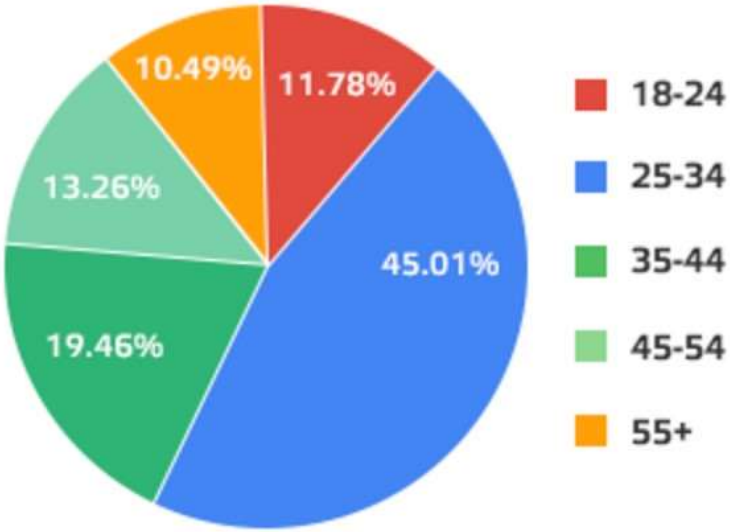
ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О КЛИЕНТЕ

Пол и возраст покупателей

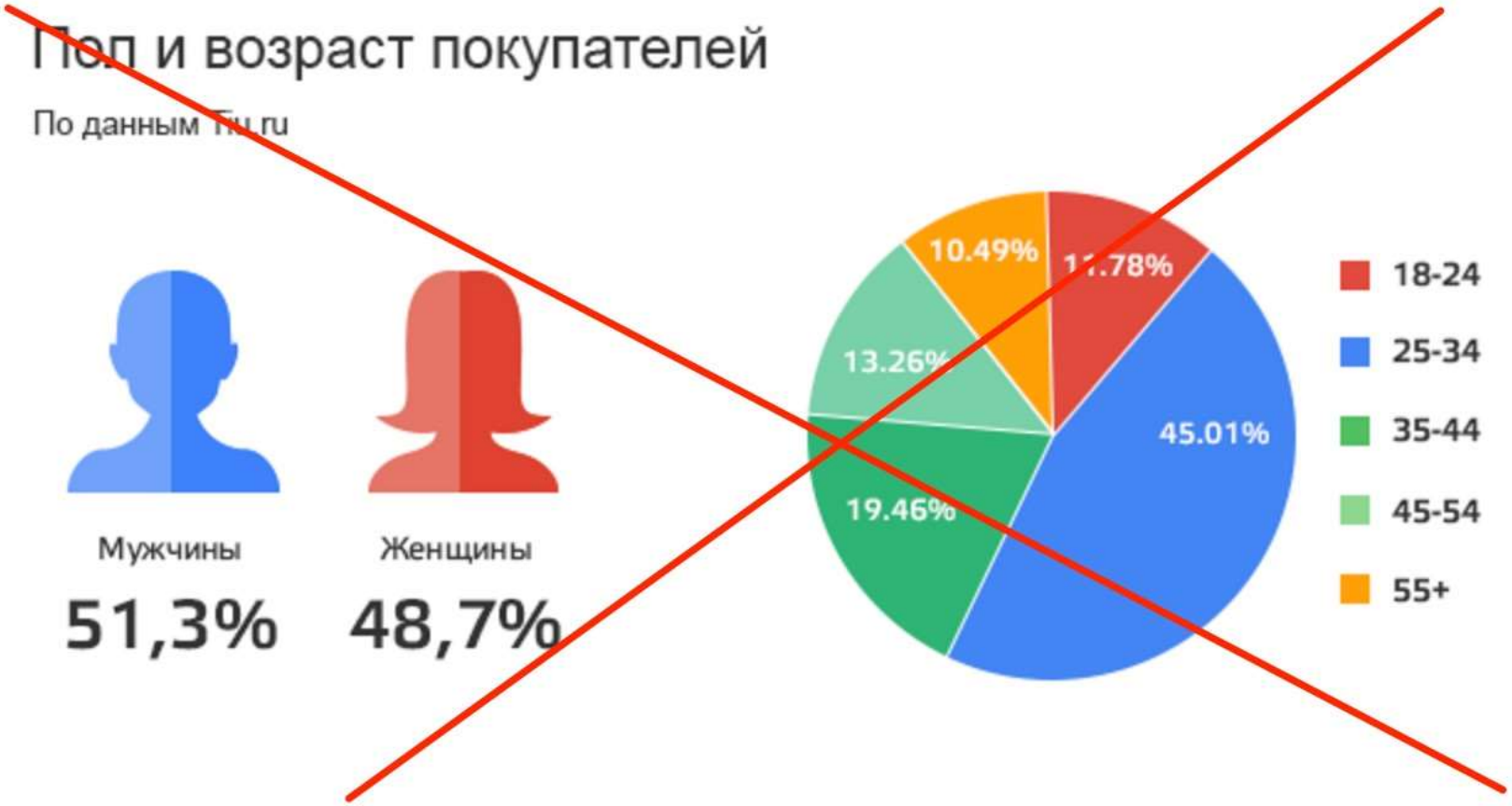
По данным Tiu.ru

Мужчины **51,3%**

Женщины **48,7%**



ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О КЛИЕНТЕ



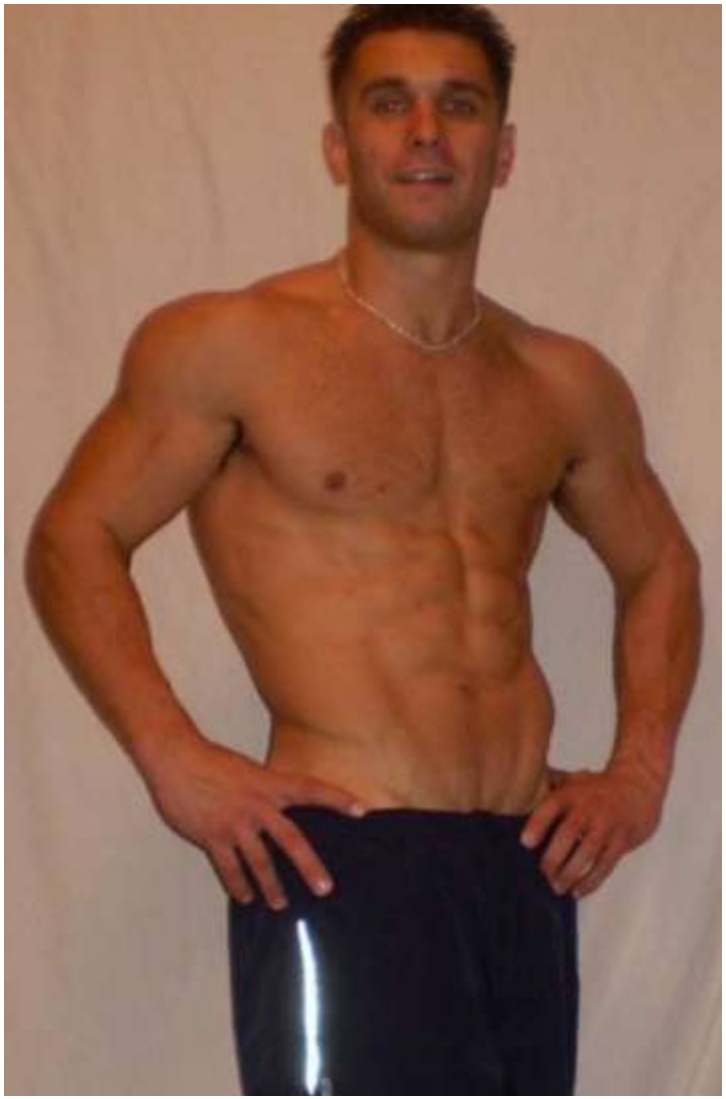
ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О КЛИЕНТЕ

Consumer Journey

Разбиваем процесс на шаги

Уровень	Название уровня	Что делает клиент
1	Безразличие	Проблемы не существует
2	Осведомленность	Наличие потребности, поиск вариантов решения проблемы
3	Сравнение	Сравнивает варианты решения проблемы
4	Выбор	Выбирает между продуктами, решающими его проблему
5	Покупка	Выбирает между поставщиком конкретного продукта

2. Клиент фитнесс зала. Осведомленность



2. Клиент фитнесс зала. Осведомленность

2. Клиент фитнесс зала. Осведомленность

INFOSMI ПРОИСШЕСТВИЯ ПОЛИТИКА ЭКОНОМИКА ОБЩЕСТВО

ЛЕНТА НОВОСТЕЙ

Жена одесского губернатора отказалась от мандата депутата в Грузии 22:35

В Украине запретили 4 платежные системы 22:09

Прокурор Черногории сделал сенсационное заявление 21:53

В "ЛНР" задержали подпольщиков "Азова" 20:08

8 человек погибли из-за теракта в Турции 18:35

Два поезда столкнулись в Пакистане, погибли 20 человек 12:04

Миома матки. Что это такое? Симптоматика болезни. Её лечение 16:19

Названы 6 причин, почему растет живот и как с ним бороться

ЗДОРОВЬЕ 14 Сен. 2014 13:25

3. Клиент фитнесс зала. Сравнение методов

3. Клиент фитнесс зала. Сравнение методов

3. Клиент фитнесс зала. Сравнение методов

3. Клиент фитнесс зала. Сравнение методов

ЛЕОВИТ
БиоИнновации

Вход / Регистрация

Диета для похудения и очищения организма, детокс
и продукты для укрепления здоровья, энергии и тонуса

Телефон горячей линии
8 800 100 0301
звонок бесплатный

Продукция | Интернет-магазин | Где купить | Эксперты | Клуб | О компании | Поиск по сайту

Главная > Эффективное и правильное похудение с ЛЕОВИТ > Стройность > Психологические и теоретические аспекты > Проблемы лишнего веса > Как быстро похудеть на 10 кг за неделю

Эффективное и правильное похудение с ЛЕОВИТ

Как быстро похудеть на 10 кг за неделю

Вернуться назад к разделу

02.12.2013

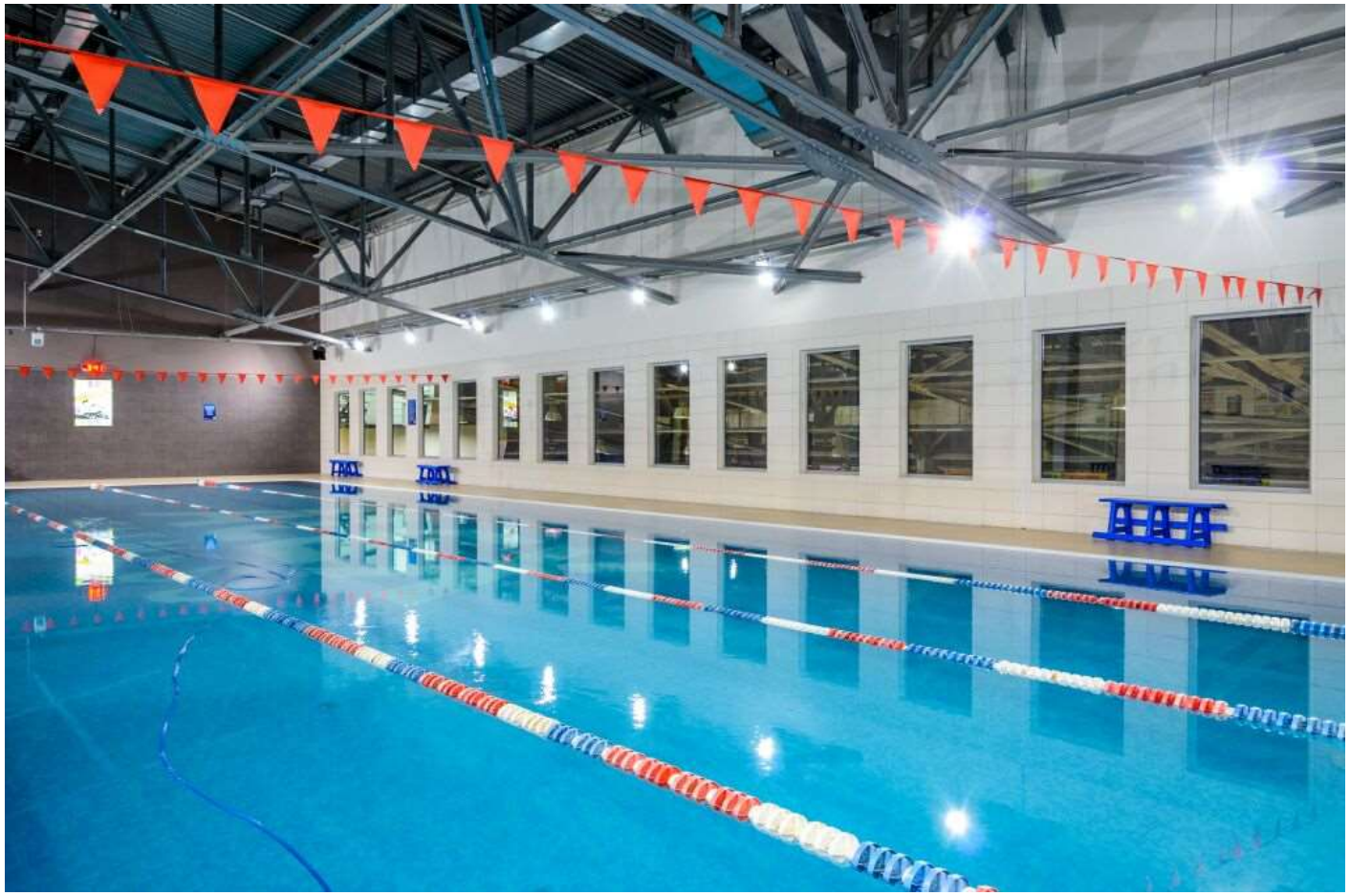
Статистика говорит о том, что более половины населения нашей планеты страдает от избыточной массы тела. Большинство людей желают похудеть, но лишь единицам удается снизить массу тела и закрепить полученный результат. Остальные либо возвращают исходный вес в течение нескольких месяцев, либо не худеют вовсе. Почему? Кто-то скажет, дело в особенностях метаболизма. На самом деле проблема людей, которые не способны стабилизировать свой вес, заключается в другом. Они желают получить стройную фигуру быстро и без усилий.

Срочное похудение на 20 кг за неделю

Многие люди всерьез полагают, что приобрести красивую фигуру за неделю – это вполне реальная задача. Они не желают менять пищевые привычки и заниматься спортом. Эти люди хотят похудеть

4. Клиент фитнесс зала. Сравнение поставщиков

4. Клиент фитнесс зала. Сравнение поставщиков



4. Клиент фитнесс зала. Сравнение поставщиков

В **лучших фитнес-центрах** Москвы прекрасно все. Начиная от оборудования, интерьера и профессиональных тренеров, заканчивая спортивными девушками, делающими кардио, и крепкими парнями, упражняющимися со свободными весами. Топовые фитнес-клубы имеют свои отделения по всей Москве, так что добираться удобно практически из любой части города.

Реклама от Google | Alex fitness | X fit fitness | Fresh fitness

Alex Fitness

Качественный и доступный фитнес

Отзывы:6

Москва

X-Fit

Сеть фитнес-клубов премиум и бизнес класса

Отзывы:3

Москва

Атриум Фитнес

Фитнес-центр в Атриуме

Отзывы:2

Москва Атриум

Идеально. Сайт = вся воронка продаж

1. Коммерческие страницы
2. Информационные страницы
   1. Обзоры продукта
   2. Кейсы
   3. Внутренняя кухня компании
3. Тематические статьи
   1. Обзоры, отчеты, рейтинги
   2. Обучающие статьи и инструкции

Признаки хорошей Стратегии

ТЕМЫ, КОТОРЫЕ УКРЕПЛЯЮТ ИМИДЖ БРЕНДА И ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Следующий шаг

Уровень	Пример следующего шага (действия)	Конвертер	Запросы
Осведомленность	Прочитать кейсы Получить советы Вступить в группу Сделать репост	Форум Блог Группа ВК Видеоканал	Как … Где …
Сравнение	Посмотреть обзор продуктов Познакомится с результатами исследования Сравнить	Блог Лендинг Лендинг в Подписку	Фото … Рейтинг … Прикладные
Выбор	Получить детальную информацию Получить консультацию Заявка на расчет КП	Лендинг Сайт	Товары Категории Услуги
Покупка	Покупка Забронировать скидку	Лендинг Карточка товара	Брендовые Номеклатура Купить …

Практическое задание 1. Определяем цель покупки

1. Молочный коктейль
2. Франшиза квеста
3. Диван в спальню

Пример анализа целевой аудитории
Для каждого персонажа - своя цель покупки

Место продукта в цепочке продаж

1. На каком этапе клиент проявляет интерес к продукту?
2. Как клиент называет свою проблему?
3. Как клиент ищет решение?
4. Какой следующий шаг клиент совершает после контакта с продающим текстом?

Понятие выгоды

Фактор принятия решения → Выгода за счет (свойство продукта)

Чек лист портрета персонажа

Основные вопросы по аватару
Цель покупки
Перечислите основные возражения
Как принимается решение о покупке
Как клиенты ведут себя в социальных сетях
Как происходит первый контакт с вашей компанией?
Основные факторы принятия решения о покупке
Дополнительные факторы принятия решения о покупке
Какой основной призыв к действию актуален для клиента

Работа с показателями

Стратегия 1. Узнавание бренда
Задача: Получить охват

Вопрос: Какие показатели рекламы мы можем отнести к ключевым для этой стратегии ?

- Число кликов
- Число показов
- Число заказов
- Время на сайте
- CTR
- Коэффициент конверсии
- Число подписчиков соц сетей

Стратегия - Узнавание бренда

Глубина просмотра сайта
Комментарии в группе (блоге)
Глубина просмотра блога
Число подписчиков групп
Число лайков
Число скачивания контента
Прямой трафик
Число подписчиков блога
Число хештегов в поиске
Число бренд запросов в Wordstat
Число упоминаний бренда в соц сетях
Число вебинаров
Время на сайте
Визиты
Клики с конверсиями
Клики с подписками
Пользователи
YouTube подписчики

2 – 3 уровень
Лестницы Узнавания

Фокус на качестве кликов и
Обратной связи

Работа с показателями

Стратегия 2. Лидогенерация
Задача: Получить заявки

Вопрос: Какие показатели рекламы мы можем отнести к ключевым для этой стратегии ?

- Стоимость клика
- Стоимость заявки
- Число заказов
- Время на сайте
- CTR
- Коэффициент конверсии
- Число подписчиков соц сетей

Стратегия - Лидогенерация

Заявки по рекламе
Скачивания контента
Лиды в личные сообщения
Стоимость лида
Лиды с прямого трафика
Лиды с поиска
Регистрации на вебинары
Качество заявок
Новые заявки
Заявки с вебинаров
Заявки с онлайн чатов
Звонки Заявки с СЕО
Заявки с таргета
Заявки с СММ
Заявки с продажами
Заявки внутри сети

3 – 4 уровень
Лестницы Узнавания

Фокус на качестве лидов и
Стоимости лида

Работа с показателями

Стратегия 3. Продажи
Задача: Заработать денег

Вопрос: Какие показатели рекламы мы можем отнести к ключевым для этой стратегии ?

- Стоимость клика
- Стоимость заявки
- Месячная прибыль
- Стоимость контакта
- Число новых клиентов с канала
- Коэффициент конверсии
- Охват рекламы

Стратегия - Продажи

Новые клиенты с рекламы
Доход на клик
Ассоциированные конверсии по каналам
Стоимость привлечения клиента
Клиенты с прямого трафика
Конверсия заявка-клиент
Месячная прибыль
Конверсия новых клиентов в продажу
Новые клиенты с вебинаров
Новые клиенты с онлайн чата
Новые клиенты внутри сети
Новые клиенты с таргетированной рекламы
Новые клиенты по внешним ссылкам
Новые клиенты с СММ
Доля рекламных расходов
Конверсия сайта в продажу

4 – 5 уровень
Лестницы Узнавания

Фокус на доходе в месяц и
Прибыли с лида

Работа с показателями

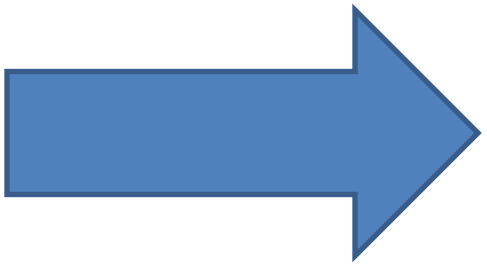
Стратегия 3. Лояльность
Задача: Увеличить доход на клиента

Вопрос: Какие показатели рекламы мы можем отнести к ключевым для этой стратегии ?

- Доход на продукт
- Стоимость заявки
- Месячная прибыль
- Средний чек
- LTV
- Коэффициент конверсии
- Тональность отзывов

Стратегия - Лояльность

Размер активной клиентской базы
Число повторных продаж
Рекомендации
Отзывы клиентов
Тональность отзывов
Число кроссел продаж
Потеряная прибыль (по году)
Потеряная прибыль (по месяцу)
LTV
NPS
Retention rate
Доход на клиента
Доход в квартал
Доход по регионам
Доход на продукт
Годовой оборот
Месячный оборот
Месячный доход



Вне лестницы узанавания

Фокус на доходе на клиента
в год и числе клиентов
по рекомендации

Вывод

1. Показатели и инструменты определяются исходя из ваших задач
2. Нельзя смешивать метрики различных стратегий
3. Не используйте более 1 стратегии одновременно. Запутаете и себя и подрядчика

Что должно быть в ТЗ

1. Портрет клиента
   1. Цель покупки
   2. Выгоды
   3. Место в цепочке продаж
2. 3 – 5 основных KPI
3. Текущие показатели
4. Желаемые показатели
5. Бюджет и сроки

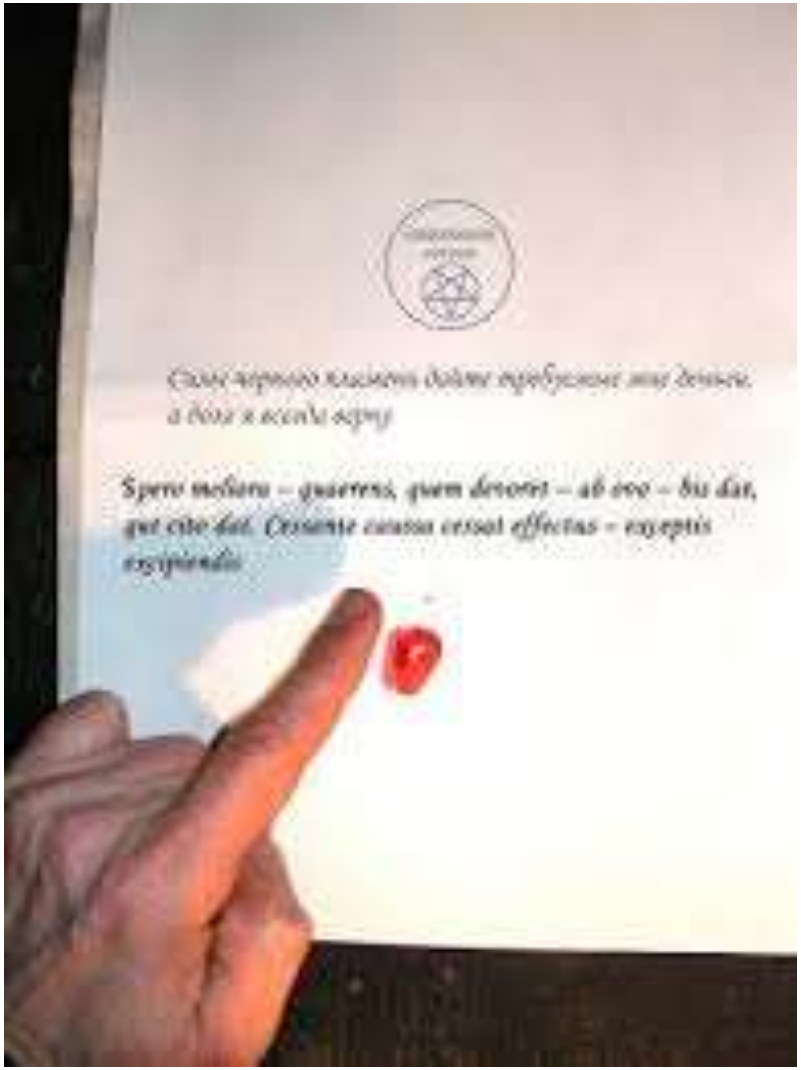
Подход № 1: Цена услуг как % от бюджета

Ожидание

Подход № 1: Цена услуг как % от бюджета

Подход № 2: Оплата за результат
Ожидание

Подход № 2: Оплата за результат Реальность



Подход № 3: Участие в прибыли Ожидание

Реальность

Как быть?

Прибыль
$ или KPI
Лидогенерация
– KPI
Повышение лояльности
бренда - % от бюджета

Часть 2
Лидогенерация

Портрет клиента

Портрет потенциального клиента

Поиск мест обитания:
Ключевые слова
Сайты
Группы
Профили
Форумы
Интересы

Объявления для рекламной площадки:

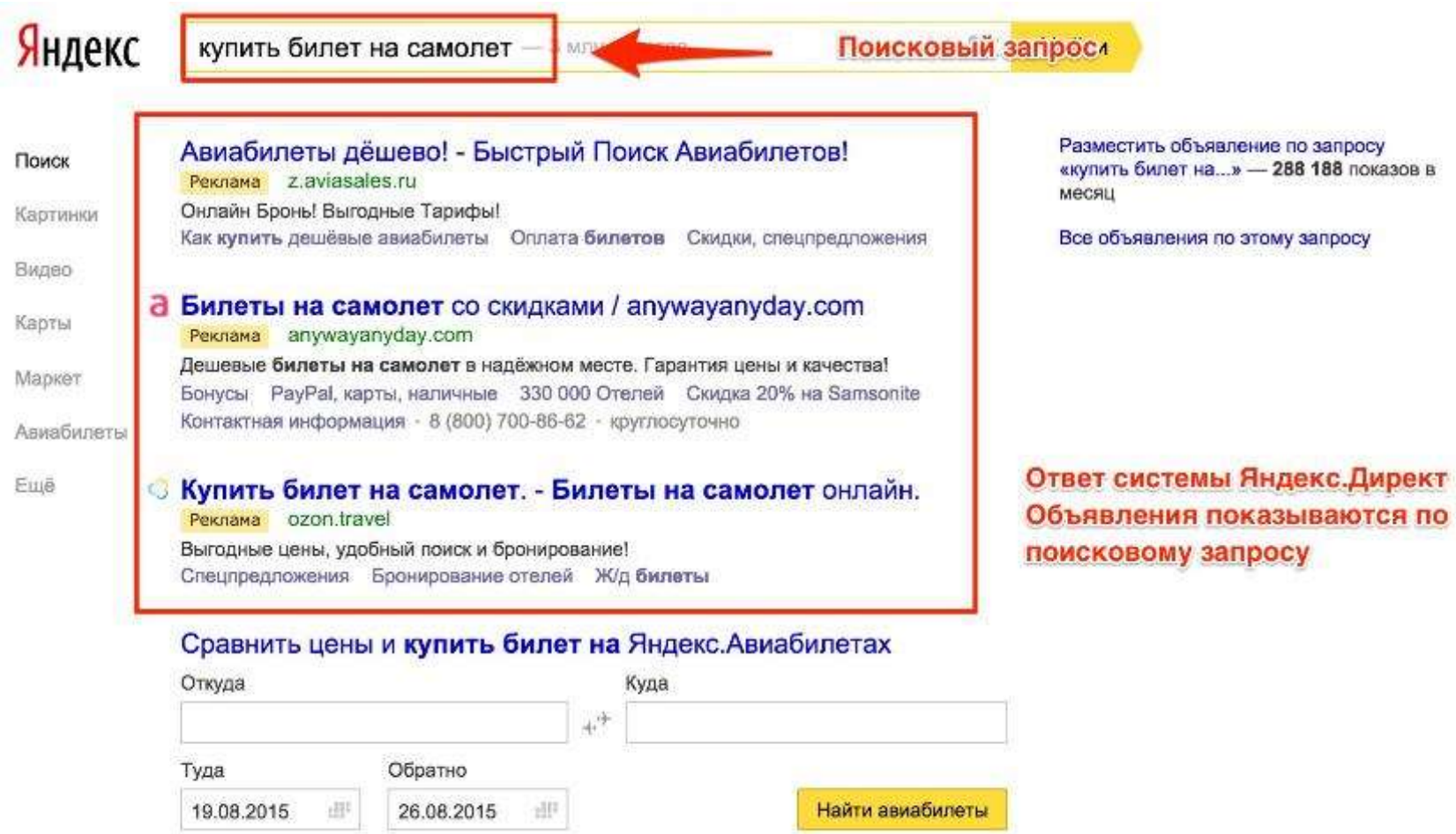
Контекст
Таргет
Тизеры
Посевы

Отсев некачественных площадок с низким ROI

Логика настройки рекламы

1. Охват (Показ рекламы)
   1. Подбор ключевых слов
   2. Аудитории
   3. Ретаргетинг
2. Получение кликов (Трафик на сайт)
3. Конвертация (Получение заявок)

Поисковая реклама



Базовое ключевое слово

1 словные

- Квартира
- Комната

2 словные

- Купить квартиру
- Снять квартиру
- Купить комнату
- Снять комнату

Подбор ключевых слов

«Мозговой штурм»

Вложенное ключевое слово

Купить квартиру

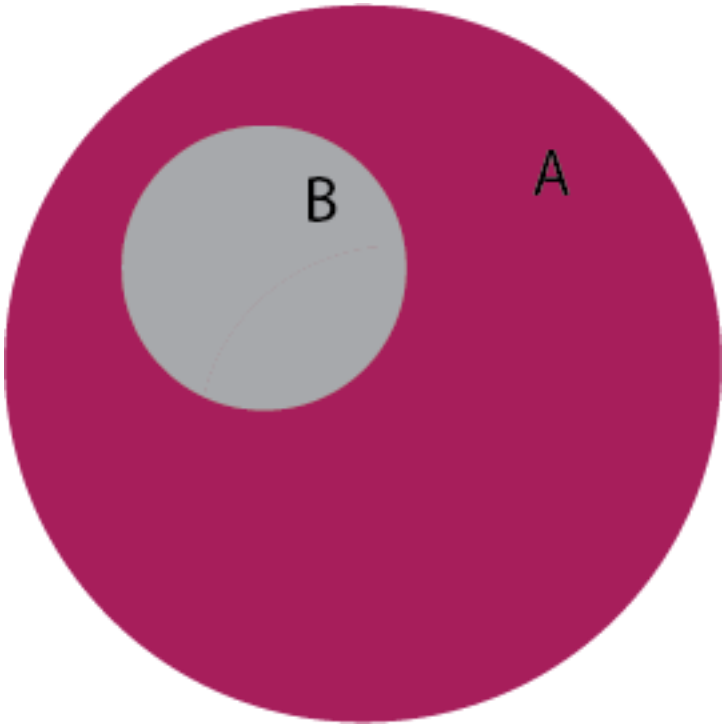
- ***Купить квартиру*** в Москве
- ***Купить квартиру*** в Москве недорого
- ***Купить квартиру*** новостройка вторичка

Снять комнату

- ***Снять комнату*** дешево
- ***Снять комнату*** лофт домодедово

Каждое базовое множество базовых ключевых слов содержит множество вложенных

http://convertmonster.ru



A- Купить квартиру

B -Купить квартиру в Москве

Яндекс отображает число показов на Wordstat.yandex.ru

http://convertmonster.ru

https://wordstat.yandex.ru/#l/?words=%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B8%D1%82%D1%8C%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%82%D...

Директ Справочник Метрика Рекламная сеть Маркет Баян Деньги ещё

penta-service

Яндекс
Подбор слов

купить квартиру | Подобрать

По словам | По регионам | История запросов | Все регионы

Все | Только мобильные

Последнее обновление: 16.08.2015

Что искали со словом «купить квартиру» — 2 766 944 показа в месяц

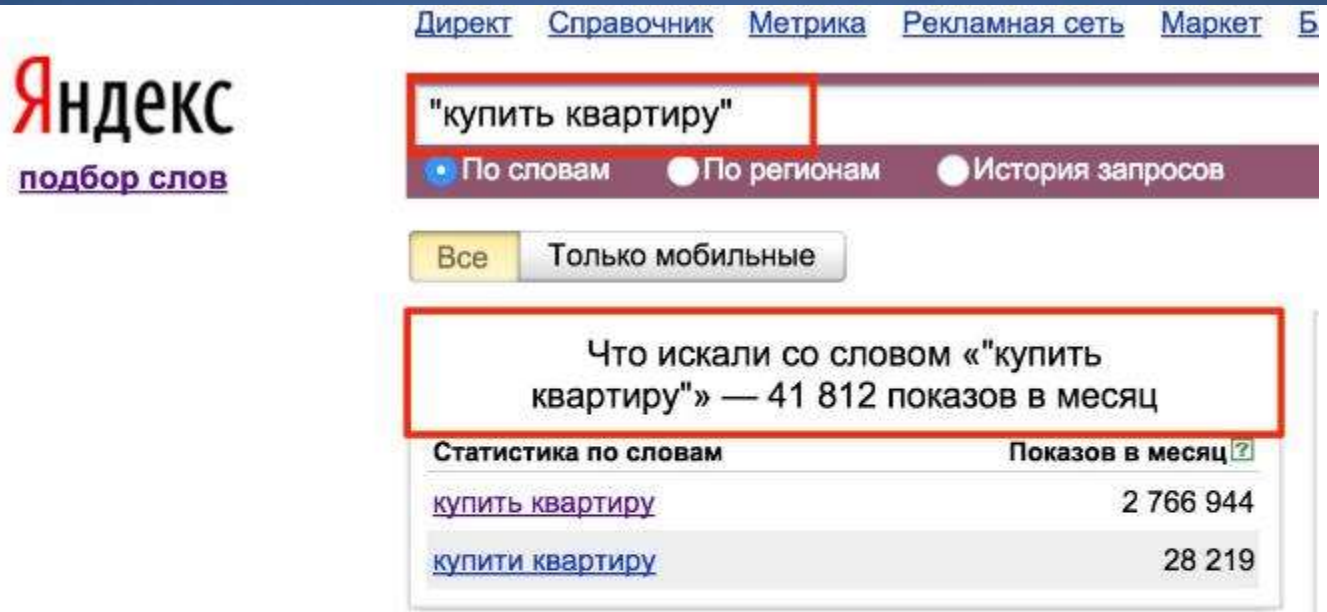
Статистика по словам	Показов в месяц
купить квартиру	2 766 944
купить вторичную квартиру	226 156
жилье квартира купить	207 610
купить квартиру вторичное жилье	203 905
комнатную квартиру куплю	202 233
купить квартиру +на авито	194 792
купить квартиру недорого	173 393
купить квартиру +в москве	168 378
купить квартиру +в новостройке	124 728
купить однокомнатную квартиру	122 936
купить квартиру без	112 924
купить 2 квартиру	108 096
купить квартиру +от застройщика	106 085
квартиру купить без посредников	101 453

Запросы, похожие на "купить квартиру"

Статистика по словам	Показов в месяц
продам квартиру	272 803
продажа квартир	1 123 036
квартиры +в новостройках	263 874
купить дом	1 892 958
квартиры +от застройщика	275 284
квартиры +в москве	535 670
цены +на квартиры	142 487
покупка квартиры	233 960
+одна комнатный квартира	3 230
однокомнатная квартира	437 315
купить новостройку	158 091
квартиры без посредников	874 662
новая квартира	179 362
вторичное жилье	425 135

Яндекс отображает число показов на Wordstat.yandex.ru

http://convertmonster.ru



Запросов со словом «*купить квартиру*» было **2 766 944**

При этом **базовое ключевое слово** искали **41 812** раз

Для просмотра **статистики по базовому ключевому слову**,

используйте кавычки **«»**

Результат

http://convertmonster.ru

Microsoft Excel - зонтики.xls

	A	B	C
1			
2	создание сайтов	249437	25 600 000
3	создание сайта бесплатно	17334	805 000
4	создание бесплатного сайта	17334	68 400
5	самостоятельное создание сайта	8560	373 000
6	создание сайта самостоятельно	8560	111 000
7	создание веб сайтов	4150	2 980 000
8	создание +и продвижение сайтов	3451	10 600 000
9	создание web сайтов	2895	668 000
10	создание сайта +с нуля	2697	398 000
11	создание интернет сайтов	2459	6 380 000
12	создание сайта онлайн	2051	581 000
13	создание сайта +на joomla	1908	1 180 000
14	создание сайта бесплатно самостоятельно	1855	105 000
15	самостоятельное создание сайтов бесплатно	1855	75 700
16	уроки +по созданию сайта	1822	199 000
17	обучение созданию сайтов	1752	455 000
18	курсы +по созданию сайтов	1467	72 600
19	создание сайта визитки	1317	363 000
20	создание хороших сайтов	1232	168 000
21	создание сайта +для чайников	1231	23 100
22	создание +и раскрутка сайтов	1203	690 000
23	стоимость создания сайта	1187	409 000
24	заказать сайт	20994	1 730 000
25	изготовление сайтов	9728	5 400 000
26	разработка сайтов	46168	9 250 000
27	создать сайт бесплатно	110668	268 000 000
28	создать сайт	320760	65 600 000
29	создание интернет магазина под ключ	1032	507 000
30	создание интернет магазина	14977	2 170 000
31	сделать сайт бесплатно	8752	587 000
32	сделать сайт недорого	610	90 700

Создание охвата

Портрет потенциального клиента

→

Поиск мест обитания:
Ключевые слова
Сайты
Группы
Профили
Форумы
Интересы

→

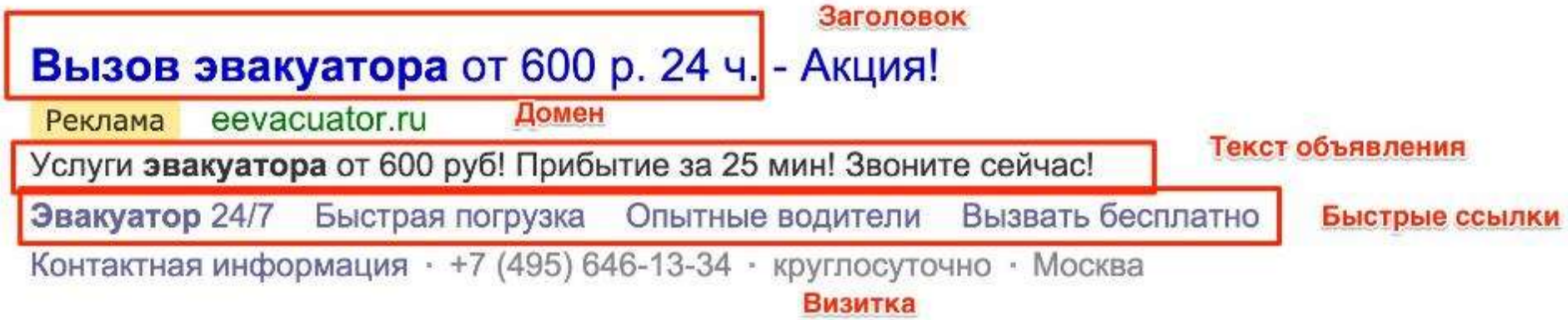
Объявления для рекламной площадки:

Контекст
Таргет
Тизеры
Посевы

→

Отсев некачественных площадок с низким ROI

Из чего состоит объявление



Заголовок 35%

Домен 10%

Текст 25%

Призыв к действию! 10%

Быстрые ссылки 15%

Визитка 5%

Напишите идеальный заголовок

Туры в Египет

Проктолог

Купить квартиру однушку в Москве недорого

Фишка: никакого креатива!

Натяжные потолки! Скидки до 30%

Натяни потолок ... пока он не натянул тебя! Новогодняя скидка до 30%!

Адрес и телефон · www.faktor-ia.ru

Туры Египет Новый Год (без акул)

Мы рады предложить Вам Новогодние туры в Египет с Большими Скидками !!!

Адрес и телефон · www.expedi.ru

Яндекс Директ *Web-ru.net* Все объявления

Хотите купить Mac PRO, но дорого? У нас есть интересное предложение, которое Вам понравится.
bizon-pc.com

Только дорогие Mac PRO!

Основы копирайтинга: что влияет на CTR?

- Выгода
- Эмоции
- Фильтры
- Конкретика
- Вовлечение (CTA)

Используйте скрипты

Ключевое слово + Цена

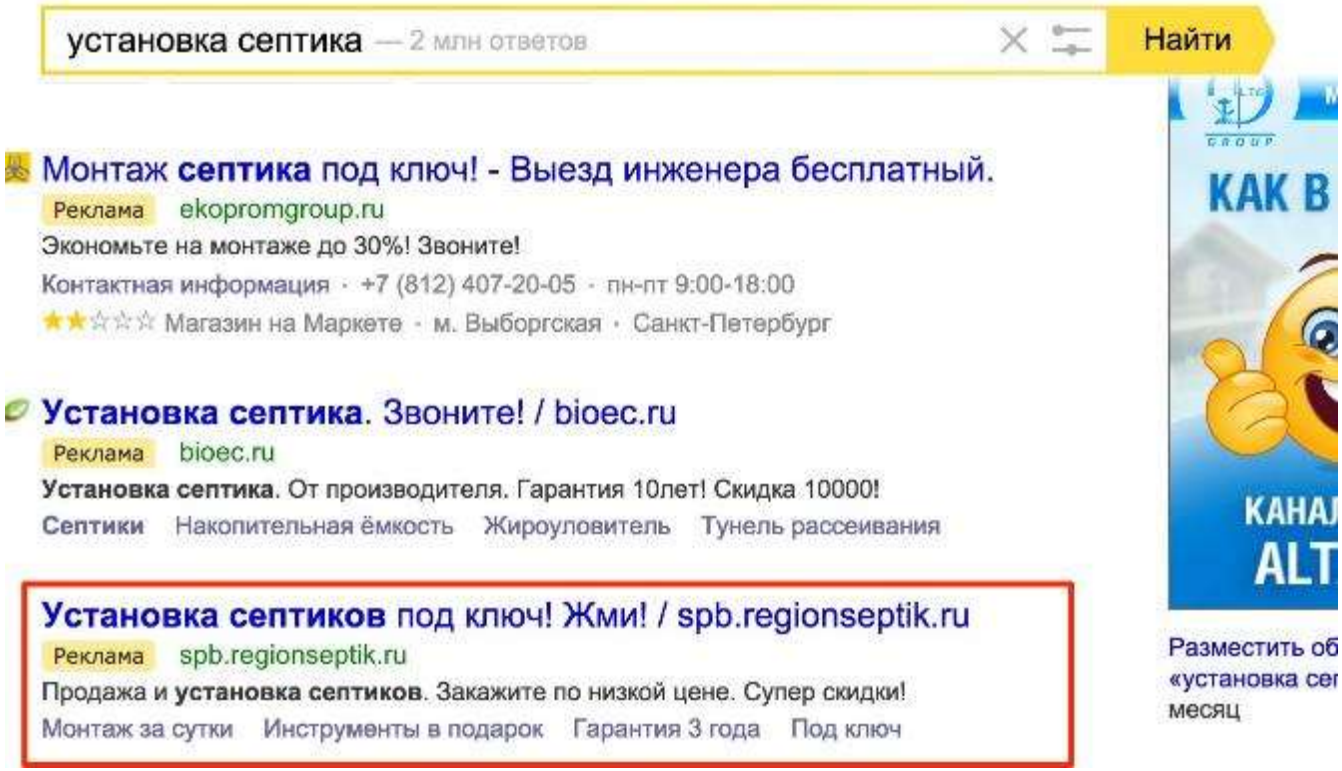
Качественное прилагательное + сервис. Число + сервис. Призыв к действию!

Септик + установка 79 т.р.

Бережно подключим за 1 день. Доставка по МО 0 руб. Заходи!

Фишка: крадем объявление из другого региона

Объявление по запросу «установка септика» в Санкт-Петербурге



Что дальше?

установка windows | 1 объявл. >

№ M-2268204320

Установим Windows!

Акция! −30% на все! Будем у вас через час. Диагностика 0 руб. Звоните!

Адрес и телефон

itmaster-group.ru /

Регионы показа: Москва, Балашиха, Домодедово, Королёв, Красногорск... – всего 10 регионов

Дополнения:
быстрые ссылки

Редактировать группу...

Копировать группу...

Остановить

Минус-слова на группу

Фраза	Продуктивность	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска / списываемая цена, руб.			Цена клика, руб. макс.	Цена клика, руб. на поиске
								Для всего объявления:	
"установка !windows"	6.8	92	6	6.52	цена 1-го спецразмещения	665.60	256.00	230.0	168.00
					цена 2-го спецразмещения	350.50	191.90		
					вход в спецразмещение	168.00	168.00		
					цена 1-го места	73.60	27.70		
					вход в гарантию	10.10	10.10		

Группа 1580871703

установить windows | 1 объявл. >

№ M-2268204321

Установим Windows!

Акция! −30% на все! Будем у вас через час. Диагностика 0 руб. Звоните!

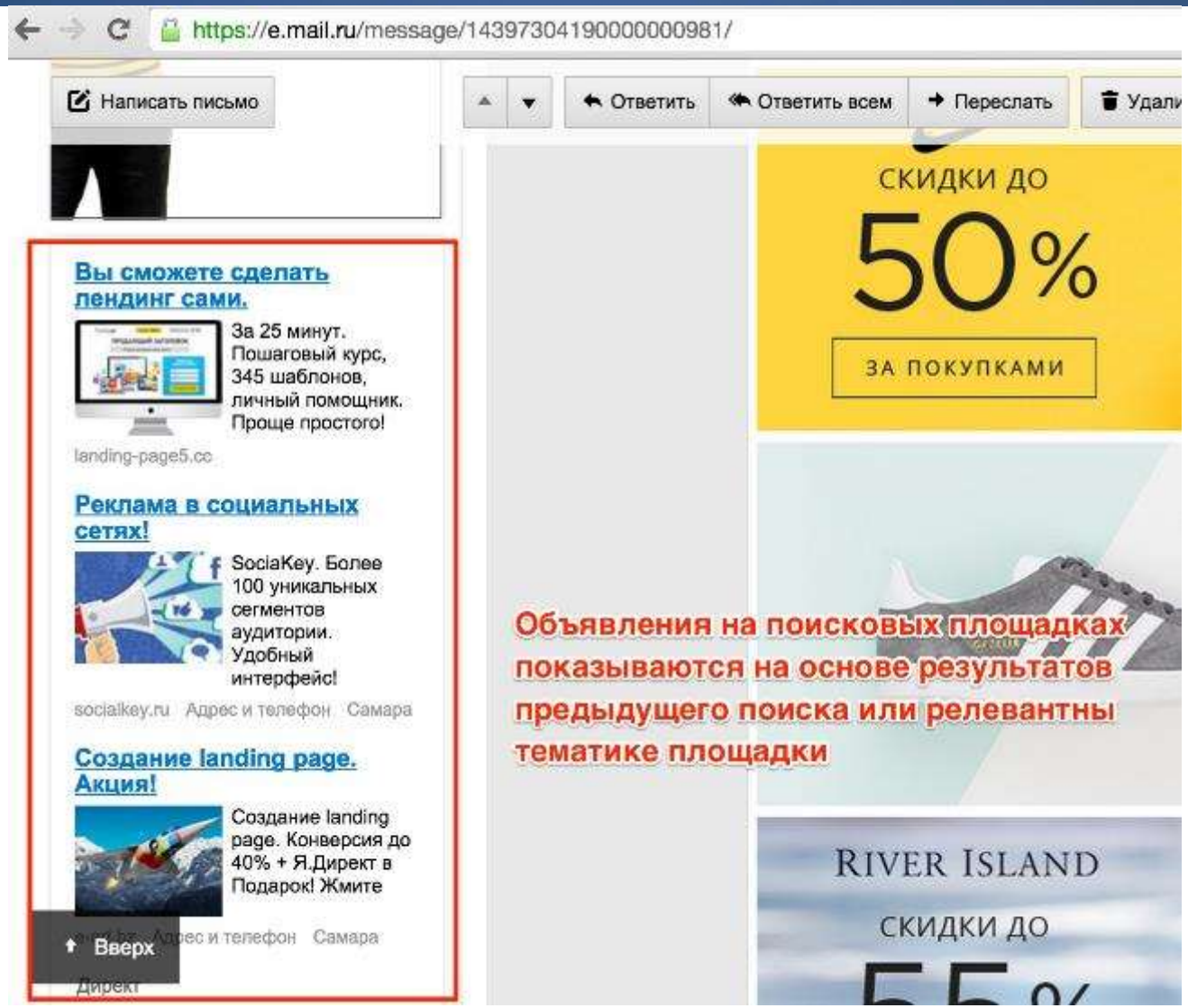
Адрес и телефон

itmaster-group.ru /

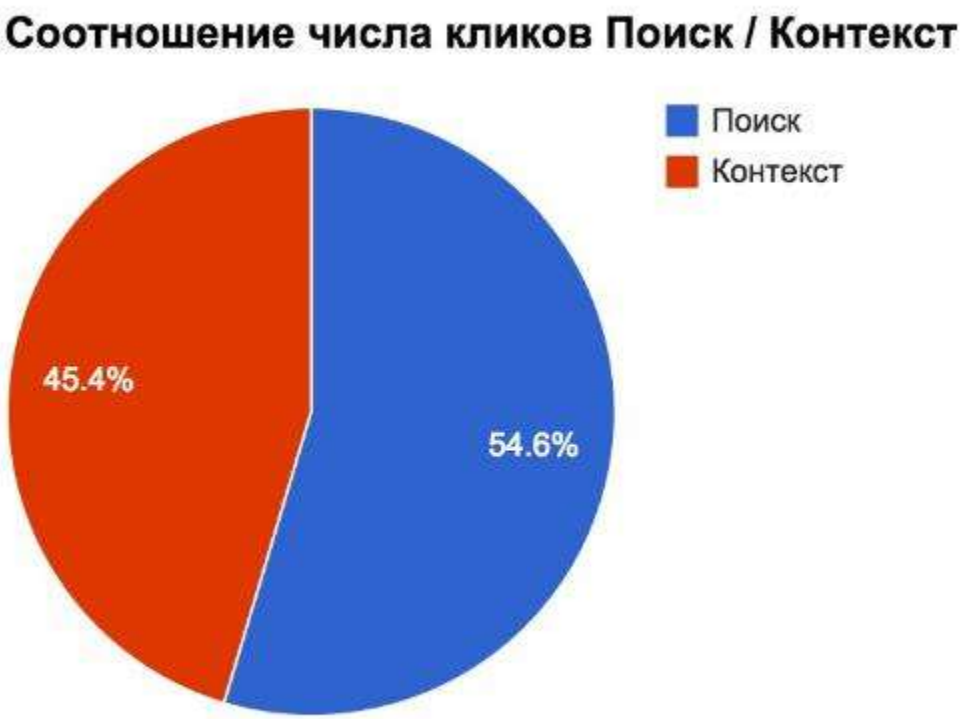
Регионы показа: Москва, Балашиха, Домодедово, Королёв, Красногорск... – всего 10 регионов

Фраза	Продуктивность	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска / списываемая цена, руб.			Цена клика, руб. макс.	Цена клика, руб. на поиске
								Для всего объявления:	
"установить !windows"	9.0	36	3	8.33	цена 1-го спецразмещения	31.70	17.60	230.0	17.60
					цена 2-го спецразмещения	15.40	15.40		
					вход в спецразмещение	15.30	15.30		
					цена 1-го места	12.80	9.50		
					вход в гарантию	8.20	8.20		

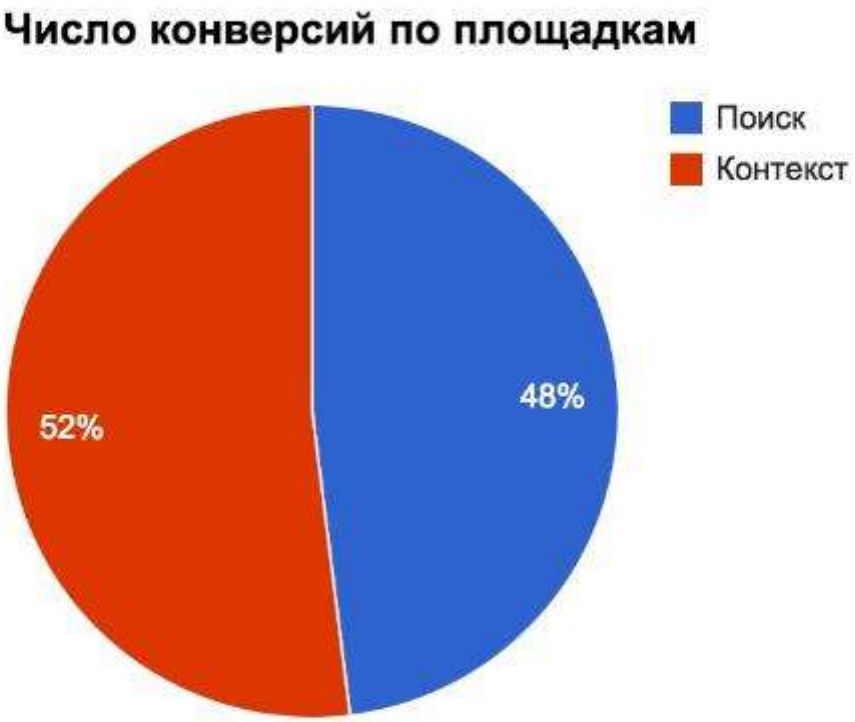
Рекламная сеть Яндекса



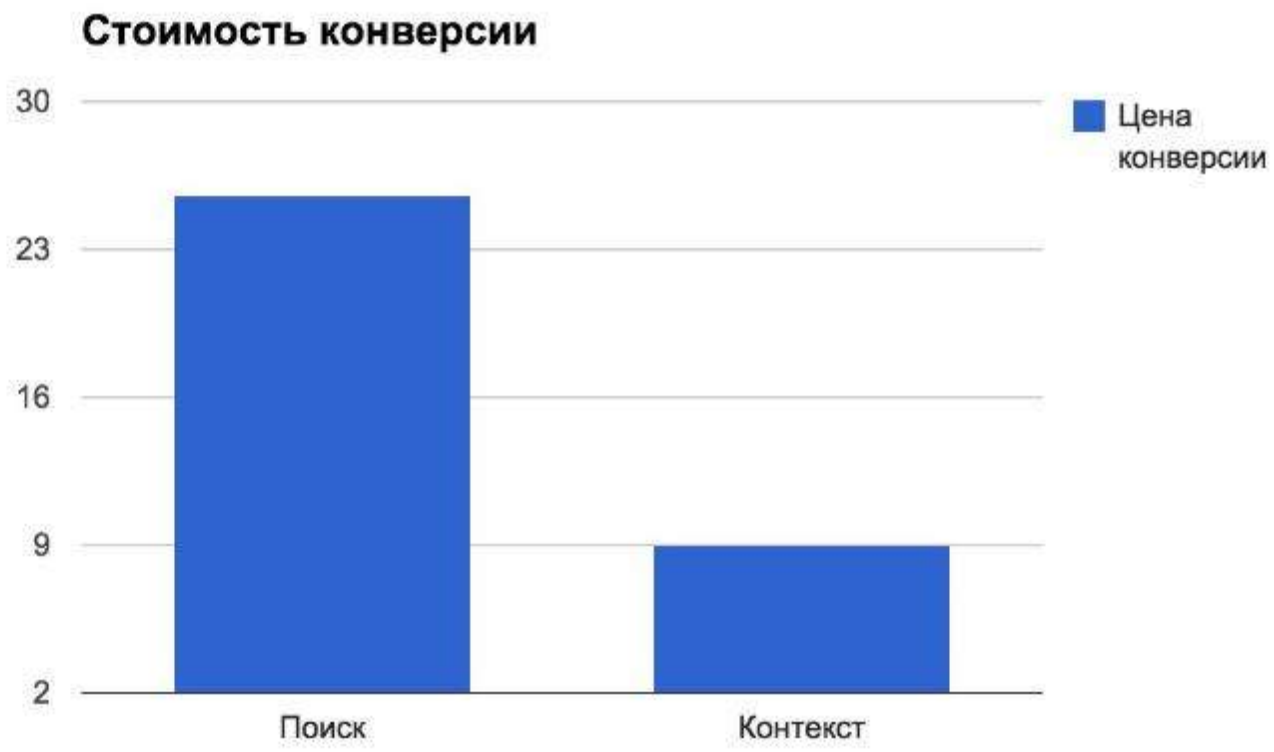
Площадки дополнительно дают 45% трафика



И 52% конверсий



В 2,6 раза дешевле, чем на поиске!



Включение площадок дало рост числа конверсий в 20 раз

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Ср. расход за день, у.е.	Метрика за	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
с 28.03.15 по 03.04.15	**802490**	**1480**	**0.18**	**228.40**	**0.15**	**32.63**		**1.66**	**132**	**9.77**	**1.73**

По всем кампаниям Показать график

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Ср. расход за день, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.
28.03.2015, сб	6594	58	0.88	7.69	0.13	7.69	1.19	3	5.77	2.56
29.03.2015, вс	6971	92	1.32	13.28	0.14	13.28	1.81	4	5.06	3.32
30.03.2015, пн	9457	81	0.86	13.52	0.17	13.52	3.17	4	5.00	3.38
31.03.2015, вт	11694	78	0.67	11.49	[illegible]	[illegible]	1.90	5	6.85	2.30
01.04.2015, ср	11682	81	0.69	11.68	[illegible]	11.68	1.21	4	5.63	2.92
02.04.2015, чт	10480	120	1.15	17.20	0.14	17.20	3.30	15	13.89	1.15
03.04.2015, пт	745612	970	0.13	153.54	0.16	153.54	1.35	97	10.92	1.58
Итого:	**802490**	**1480**	**0.18**	**228.40**	**0.15**	**32.63**	**1.66**	**132**	**9.77**	**1.73**

В 20 раз больше подписок
В 2 раза дешевле каждая подписка

Сравнение кампаний для РСЯ и поиска

Показатель	Поиск	РСЯ
Ключевые слова	СЧ, НЧ	СВЧ и ВЧ
Дополнительные Релевантные фразы	Выключены	Включены
Ставки	Попадание в спецразмещение	Поиск/5
Тип текста	Точный тезисный ответ на вопрос	«Желтые» заголовки
Изображение в тексте	Нет	Да
Быстрые ссылки	Да	Да

Залог успеха = скрипты. Пример для тизеров

Космополитен	Яндекс.Директ
Большая любовь Что нужно знать о сексе к 30 годам	Квартира в Москве Что нужно знать о покупке недвижимости каждой семье. Жми!
Чего хочет мир 17 стран провели секс-опрос	Чего хочет мир 17 стран провели опрос и выбрали лучший тренинг по личностному росту. Жми!
Куда уходит секс? 3 научные версии	Куда уходят ваши клиенты? Узнай 3 ошибки на сайте, которые совершают 95% маркетологов

Результат

Установка Windows ПК

2 объявл. >

№ М-2225484659

Установим Windows!
От 320 руб.

Установка Windows на компьютер. Будем у вас через час! Звоните!

Адрес и телефон
itmaster-group.ru /

Регионы показа: Балашиха, Королёв, Красногорск, Лыткарино, Люберцы... – всего 10 регионов

Дополнения:
изображение

Редактировать группу...

Копировать группу...

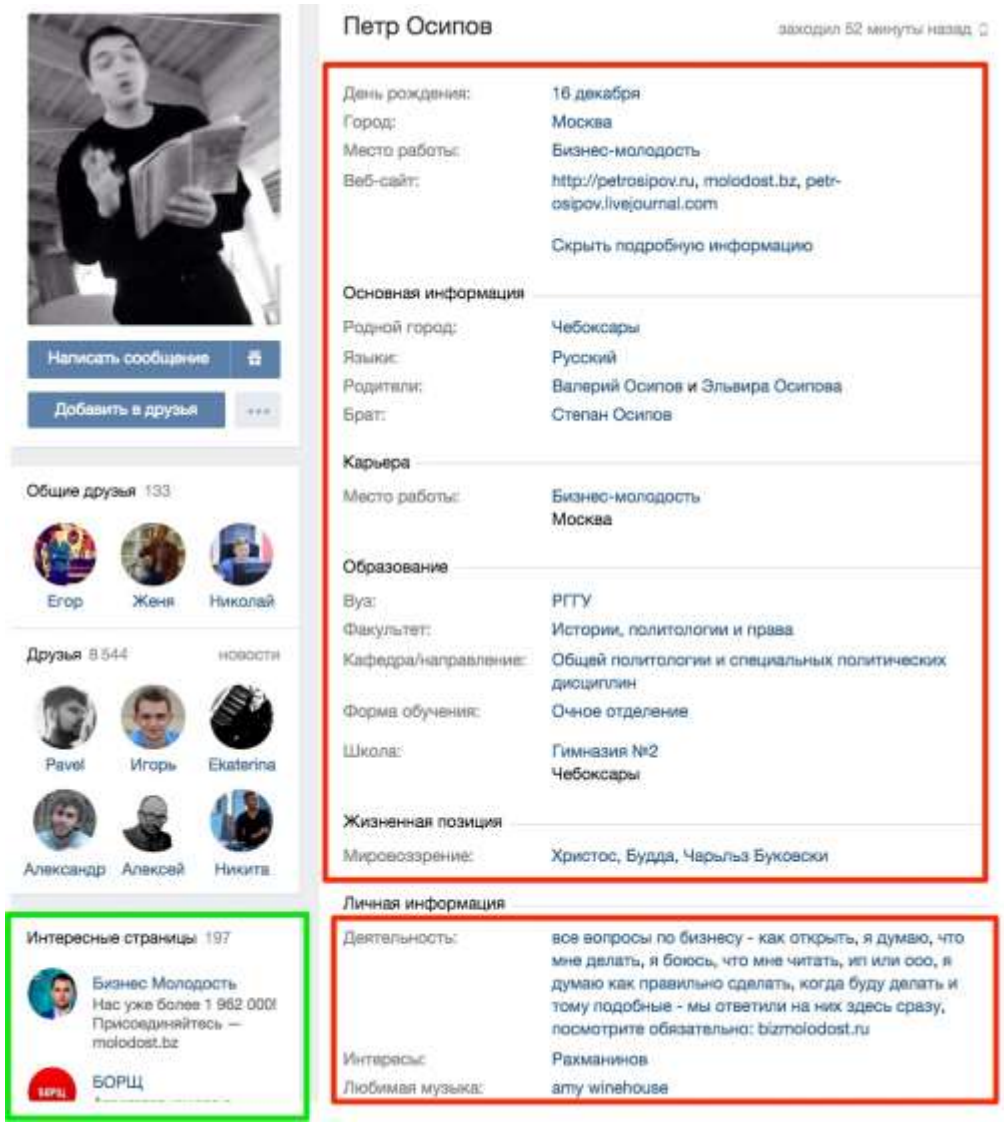
Остановить

Минус-слова на группу

Для группы могут быть применены корректировки ставок до -50%

Фраза ↑	Клики	Охват аудитории и цена клика в
		Для всех
загрузить windos комп	0	охват аудитории 100% 50% 20%
загрузить windos компьютер	0	охват аудитории 100% 50% 20%
загрузить windos пк	0	охват аудитории 100% 50% 20%
загрузить windows комп	0	охват аудитории 100% 50% 20%
загрузить windows компьютер	0	охват аудитории 100% 50% 20%
загрузить windows пк	0	охват аудитории 100% 50% 20%
переставить windos комп	0	охват аудитории 100% 50% 20%
переставить windos компьютер	0	охват аудитории 100% 50%

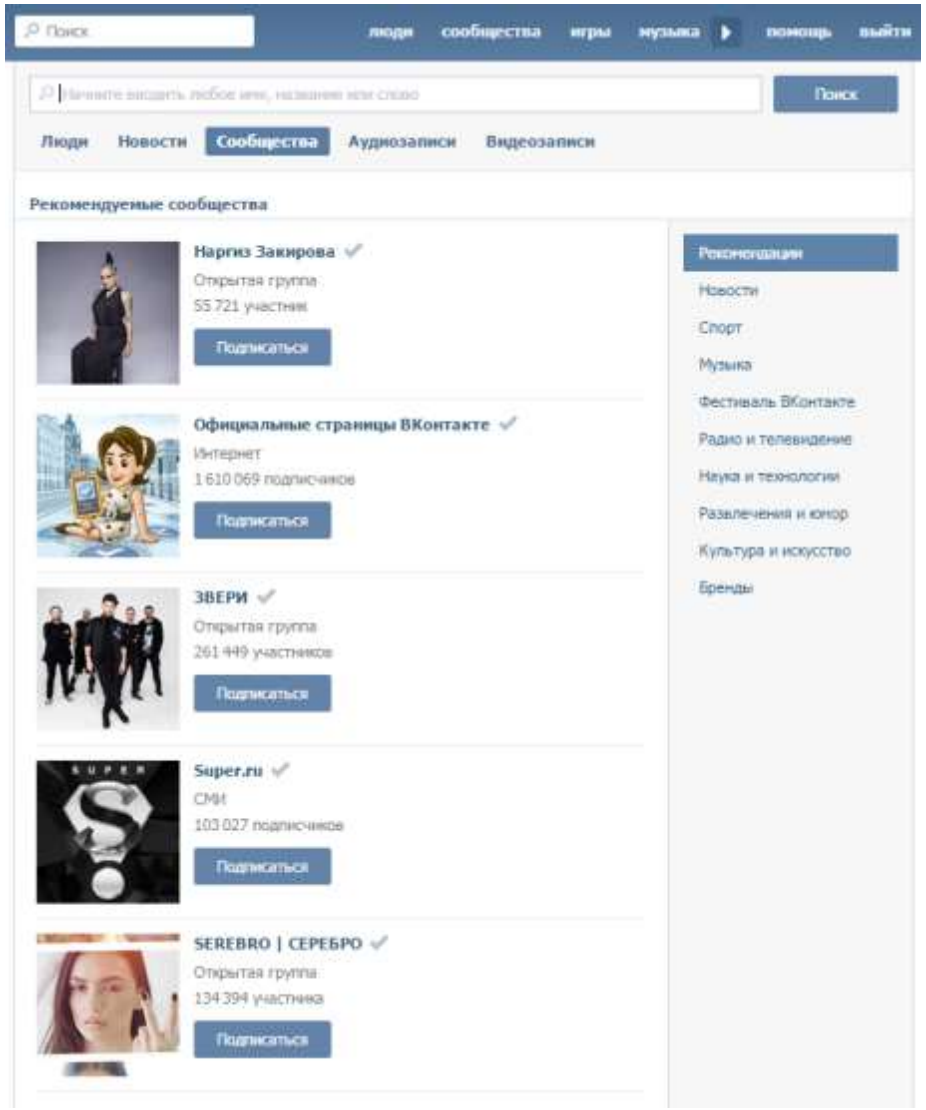
Интересы статические / динамические



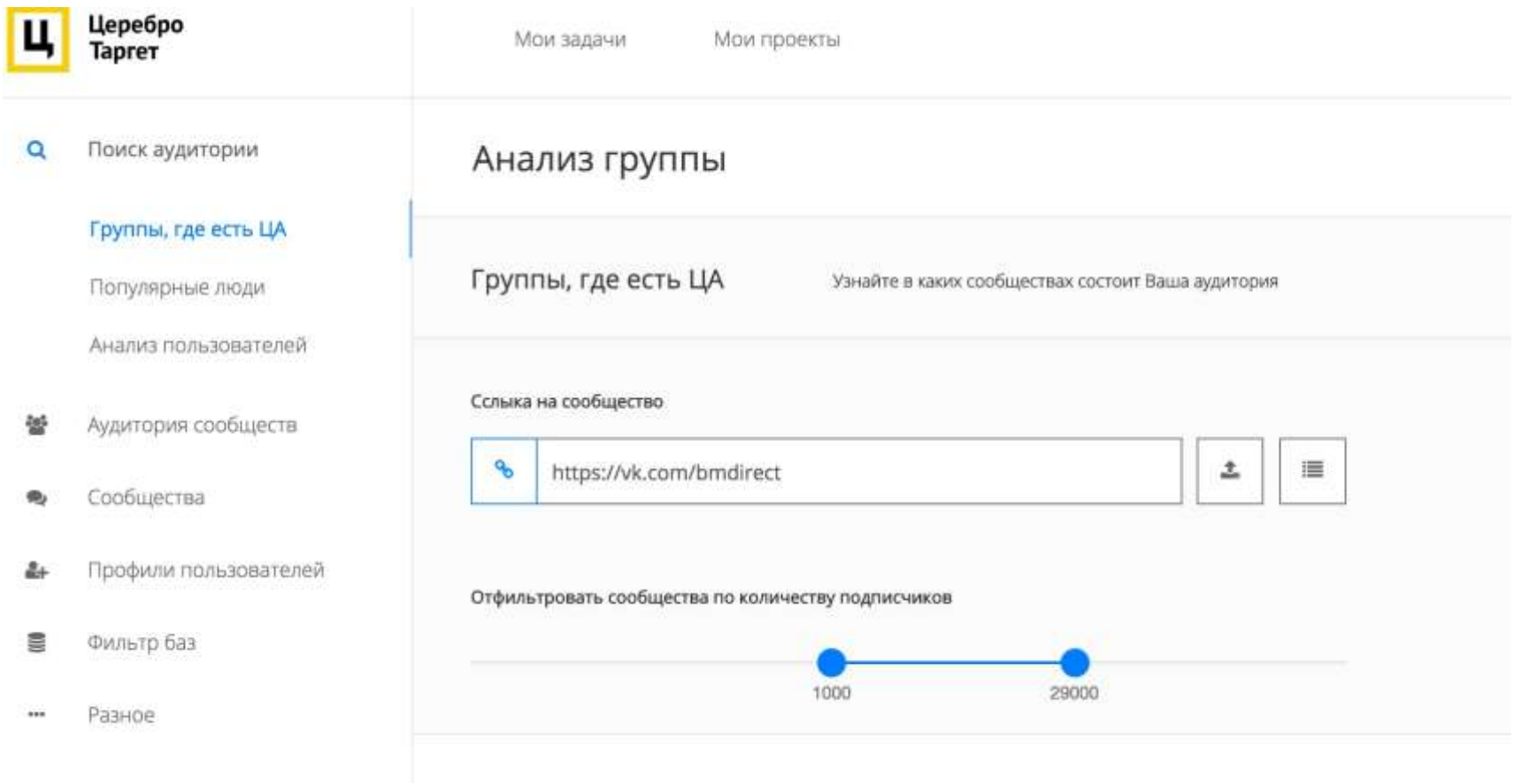
Подбор ключевых слов для поиска сообществ вконтакте

- Прямое название предмета
- Термины / элементы
- Конкуренты
- Смежные запросы
- Лидеры мнений

Подход 1: Поиск групп вконтакте



Подход 2: Анализ при помощи парсеров церебро.рф



Анализ пользователей вашей группы

	A	B	C
1	Id группы	Группа	Ссылка
2	http://vk.com/club64667574	Советы по конверсии от Convert Monster	http://vk.cor
3	http://vk.com/club56971380	Обучение настройке таргетированной рекламы.	http://vk.cor
4	http://vk.com/club71658357	Настройка AdWords от Айнура Талгаева	http://vk.cor
5	http://vk.com/club40018862	Интернет-маркетинг от А до Я	http://vk.cor
6	http://vk.com/club85216876	Publer. Мониторинг рекламы в тизерных и соцсетях	http://vk.cor
7	http://vk.com/club55988901	Заметки о SMM для предпринимателей	http://vk.cor
8	http://vk.com/club42939868	KeyMarketing. Клиенты из Интернет	http://vk.cor
9	http://vk.com/club63459623	Академия Лидогенерации. Официальная группа	http://vk.cor
10	http://vk.com/club71994896	Арбитраж трафика by Mozart	http://vk.cor
11	http://vk.com/club57321641	CPA King. Арбитраж трафика.	http://vk.cor
12	http://vk.com/club35232831	Арбитраж трафика. teftelkaaa	http://vk.cor
13	http://vk.com/club42386009	Практика SMM 3.0	http://vk.cor
14	http://vk.com/club60072709	YAGLA – Экспертное сообщество	http://vk.cor
15	http://vk.com/club64910477	Маркетинговое агентство Mokselle	http://vk.cor
16	http://vk.com/club73771577	Маркетинг и продажи: даю удочку, а не рыбу	http://vk.cor
17	http://vk.com/club59844412	PROadvert.agency	http://vk.cor

Результат: список сообществ с Целевой Аудиторией

http://vk.com/ru_searchengines	1	http://vk.com/cpa_inform	23.10.14	1
http://vk.com/generationbrand	1	http://vk.com/seonews_ru	23.10.14	0
http://vk.com/andrei_parabellum	1	http://vk.com/academ_biz	23.10.14	1
http://vk.com/rookee_club	1	http://vk.com/anatomia_seo	23.10.14	1
http://vk.com/delaemimena	1	http://vk.com/direktorinterneta	23.10.14	1
http://vk.com/keycollectorru	1	http://vk.com/smmpub	23.10.14	1
http://vk.com/roem	1	http://vk.com/smmrussia	23.10.14	1
http://vk.com/edu_mindlight	1	http://vk.com/expertstudiobiz	23.10.14	1
http://vk.com/adindex	1	http://vk.com/onoshko_game	23.10.14	1
http://vk.com/smmblog	1	http://vk.com/club74942112	23.10.14	1
http://vk.com/smmrussia	1	http://vk.com/ru_searchengines	23.10.14	1
http://vk.com/zillionnet	1	http://vk.com/leadmanager	23.10.14	1
http://vk.com/netology	1	http://vk.com/generationbrand	23.10.14	1
http://vk.com/cpa_inform	1	http://vk.com/vverh_tv	23.10.14	1
http://vk.com/direktorinterneta	1	http://vk.com/adindex	23.10.14	1
http://vk.com/vverh_tv	1	http://vk.com/andrei_parabellum	23.10.14	1
http://vk.com/anatomia_seo	1	http://vk.com/lpgenerator	23.10.14	1
http://vk.com/esprezo	1	http://vk.com/sm7_su	23.10.14	1
http://vk.com/artgesheft	1	http://vk.com/edu_mindlight	23.10.14	1
http://vk.com/legionspb	1	http://vk.com/lid_x	23.10.14	1
http://vk.com/badsmm	1	http://vk.com/zillionnet	23.10.14	1
http://vk.com/onoshko_game	1	http://vk.com/infobusiness2_group	23.10.14	1
http://vk.com/cossa	1	http://vk.com/seopublic	23.10.14	0
http://vk.com/smmpub	1	http://vk.com/ashmanov_com	23.10.14	1
http://vk.com/semsocial	1	http://vk.com/moksellegroup	23.10.14	1
http://vk.com/proadvert	1	http://vk.com/bitrix_1c	23.10.14	1
http://vk.com/bitrix_1c	1	http://vk.com/lifehack_russia	23.10.14	1
http://vk.com/smmtusa	1	http://vk.com/roem	23.10.14	1
http://vk.com/smmforyouru	1	http://vk.com/rusability	23.10.14	1
http://vk.com/conversionconf	1	http://vk.com/http3wdev	23.10.14	1
http://vk.com/academ_biz	1	http://vk.com/smmodnoklassniki	23.10.14	1
http://vk.com/ayazshabutdinov	1	http://vk.com/arbitrazhtrafika	23.10.14	0

Создание объявления

Нужна слаженная команда? ← Заголовок

hr5.biz ← Домен

Картинка

Мы занимаемся Вашими людьми - люди развивают Ваш бизнес! ← Дополнительный текст

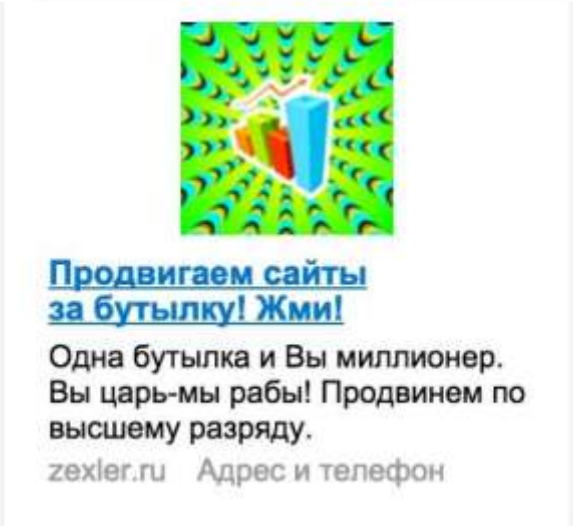
Объявление Вконтакте
Заголовок = Выгода

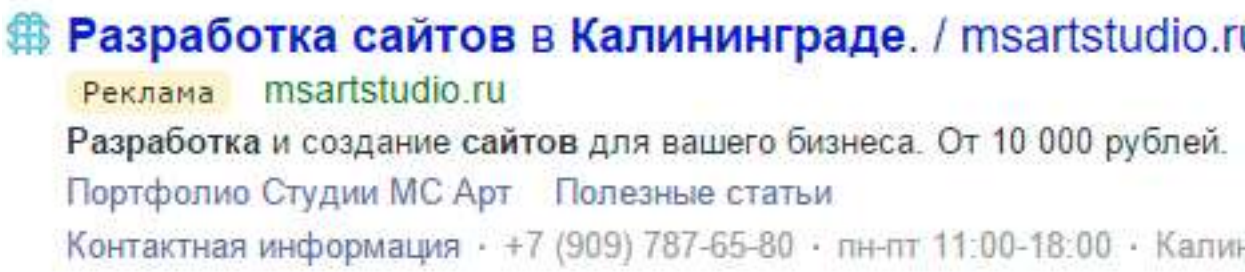
- Похудей на 10 кг
- Вытащи занозу из пальца!
- Клиенты бесплатно
- Узнай кто твои гости

Картинка - для отвлечения внимания от контента

Кин-Конг = Контент

Принцип везде один и тот же





Часть 3
Узнаваемость бренда и повышение лояльности

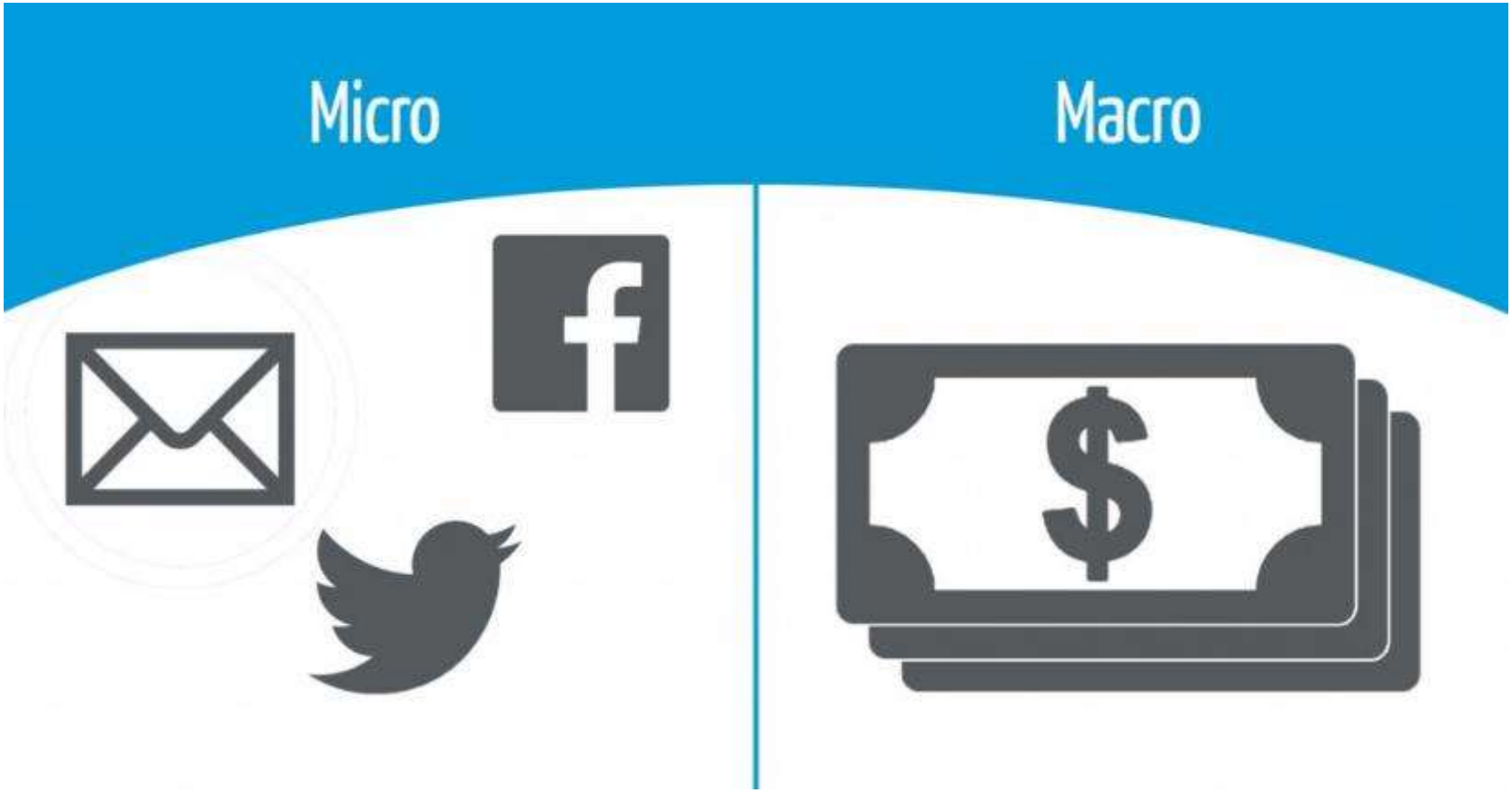
Прямые и ассоциированные конверсии

В стратегии лидогенерации мы работали с лидами

КАК ОПТИМИЗИРОВАТЬ ЛОКАЛЬНЫЙ МАКСИМУМ

Теперь будем работать с действиями

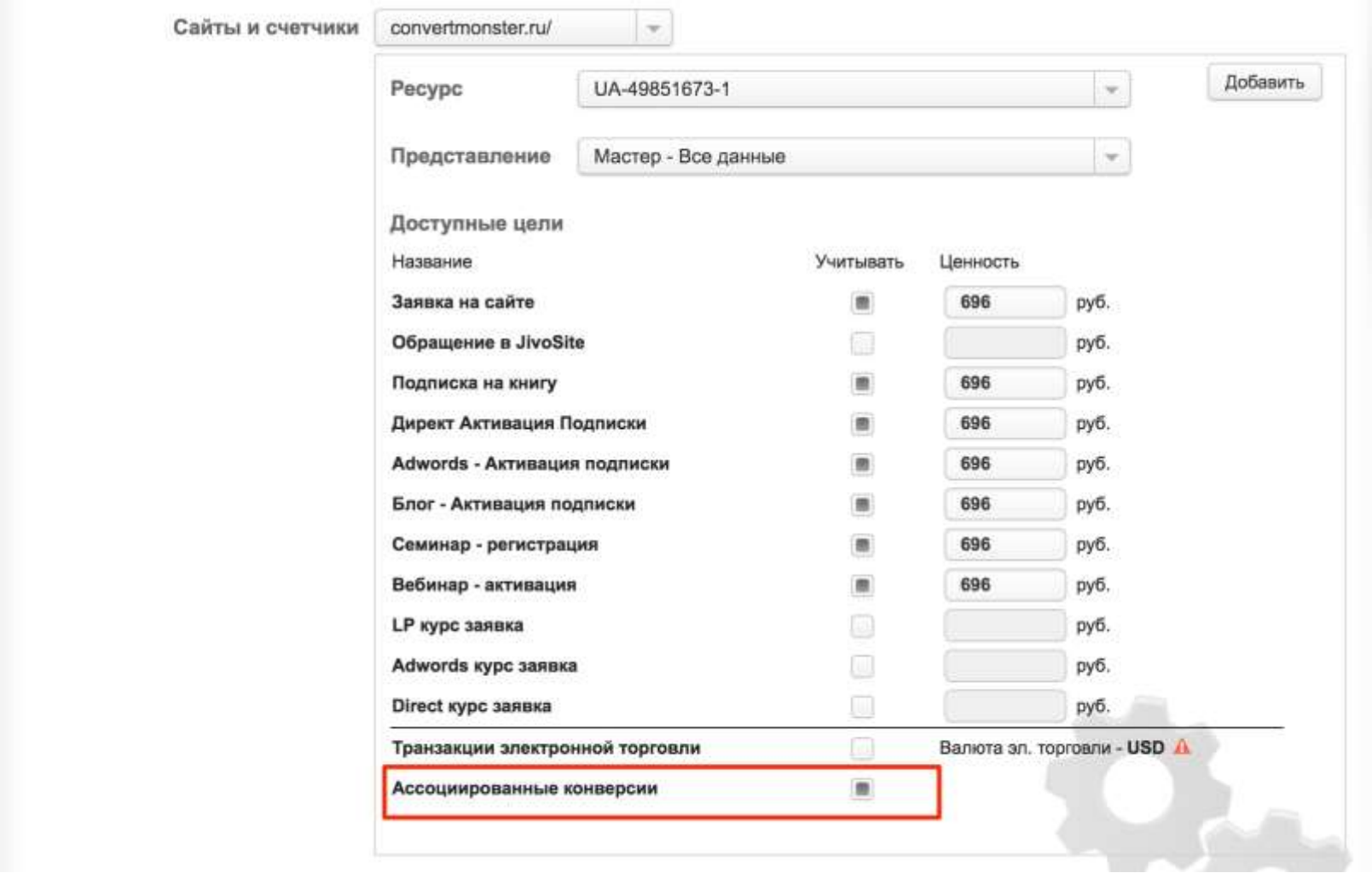
Тактика 1. Переход от оптимизации макроконверсий к оптимизации микроконверсий



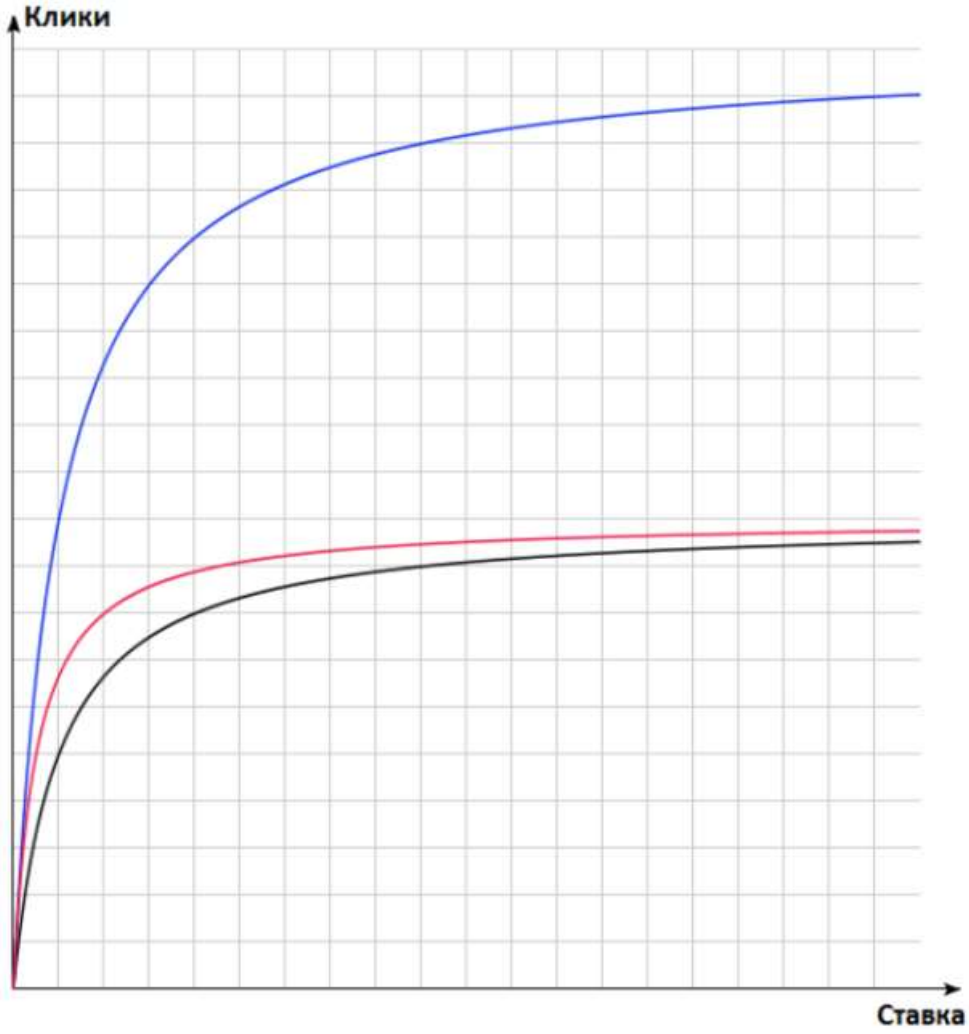
Тактика 1. Переход от оптимизации макроконверсий к оптимизации микроконверсий

КАК ОПТИМИЗИРОВАТЬ ОБЩИЙ МАКСИМУМ

Тактика 2. Учет ассоциированных конверсий при оптимизации рекламы



Максимизация трафика за счет увеличения семантического ядра, а не ставок

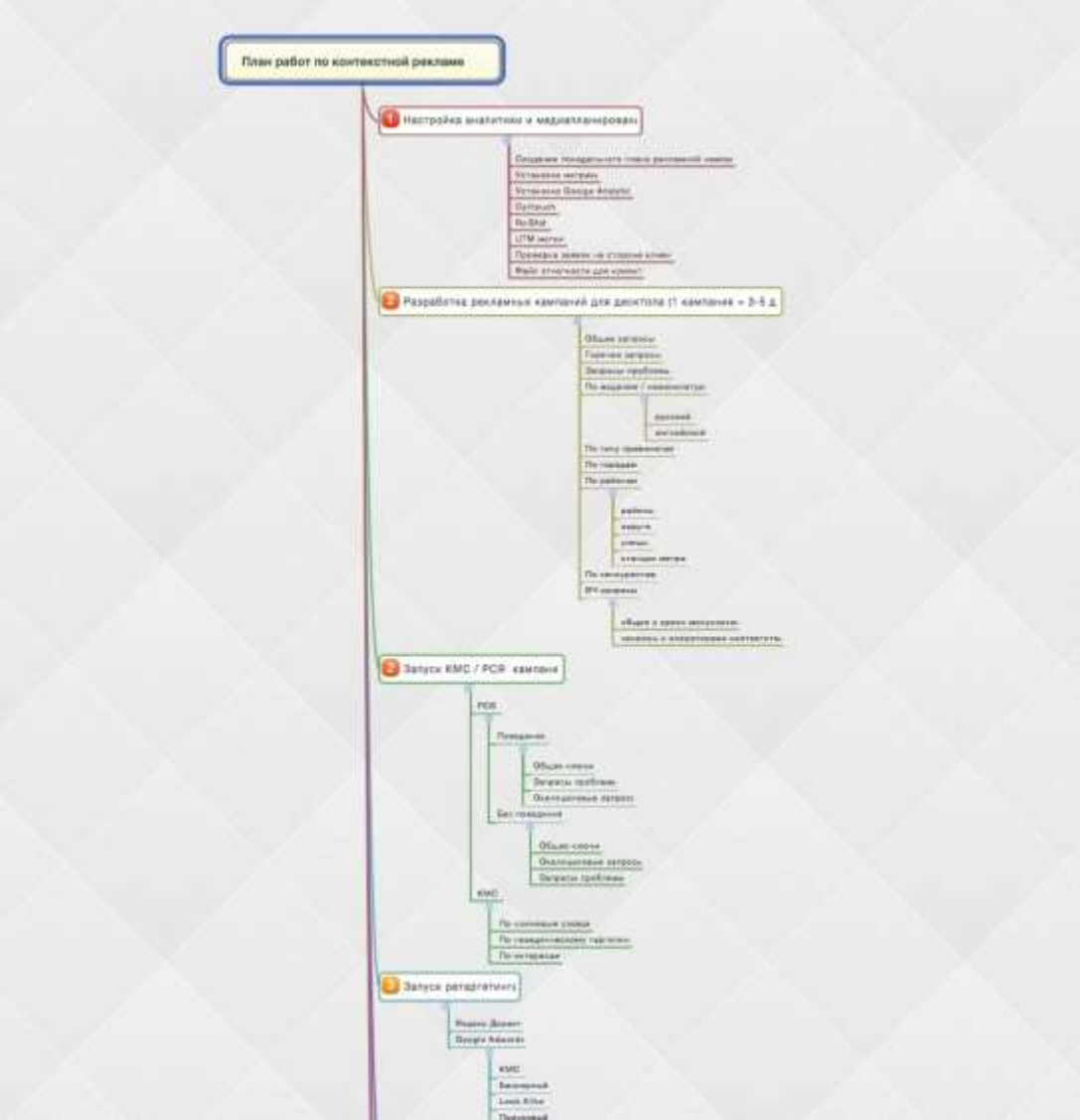


https://goo.gl/XwVyrF

Максимизация трафика за счет увеличения семантического ядра, а не ставок

Фраза	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, у.е.	Ср. цена клика, у.е.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, у.е.	Рентабельность	Доход, у.е.
google ключевые слова	29	9	31.03	0.45	0.05	1.44	2	22.22	0.23	–	0.00
генератор ключевых слов	30	10	33.33	0.50	0.05	1.89	2	22.22	0.25	–	0.00
подбор ключевых слов google	30	4	13.33	0.20	0.05	2.50	2	50.00	0.10	–	0.00
подбор ключевых слов онлайн	18	6	33.33	0.30	0.05	1.83	2	33.33	0.15	–	0.00
программа +для ключевых слов	22	3	13.64	0.18	0.06	1.67	2	66.67	0.09	–	0.00
+как красиво написать объявление	21	7	33.33	0.35	0.05	1.80	1	20.00	0.35	–	0.00
+как правильно написать объявление образец	15	4	26.67	0.20	0.05	1.25	1	25.00	0.20	–	0.00
+как правильно составить объявление	81	19	23.46	0.95	0.05	1.12	1	5.88	0.95	–	0.00
+как узнать запросы +в яндексе	12	2	16.67	0.10	0.05	2.00	1	50.00	0.10	–	0.00
google количество запросов	3	1	33.33	0.05	0.05	2.00	1	100.00	0.05	–	0.00
анализ ключевых слов	59	3	5.08	0.29	0.10	3.33	1	33.33	0.29	–	0.00
гугл объявления	82	10	12.20	0.78	0.08	1.22	1	11.11	0.78	–	0.00
директ интерфейс	21	1	4.76	0.05	0.05	11.00	1	100.00	0.05	–	0.00

Типовые **Mind** Карты

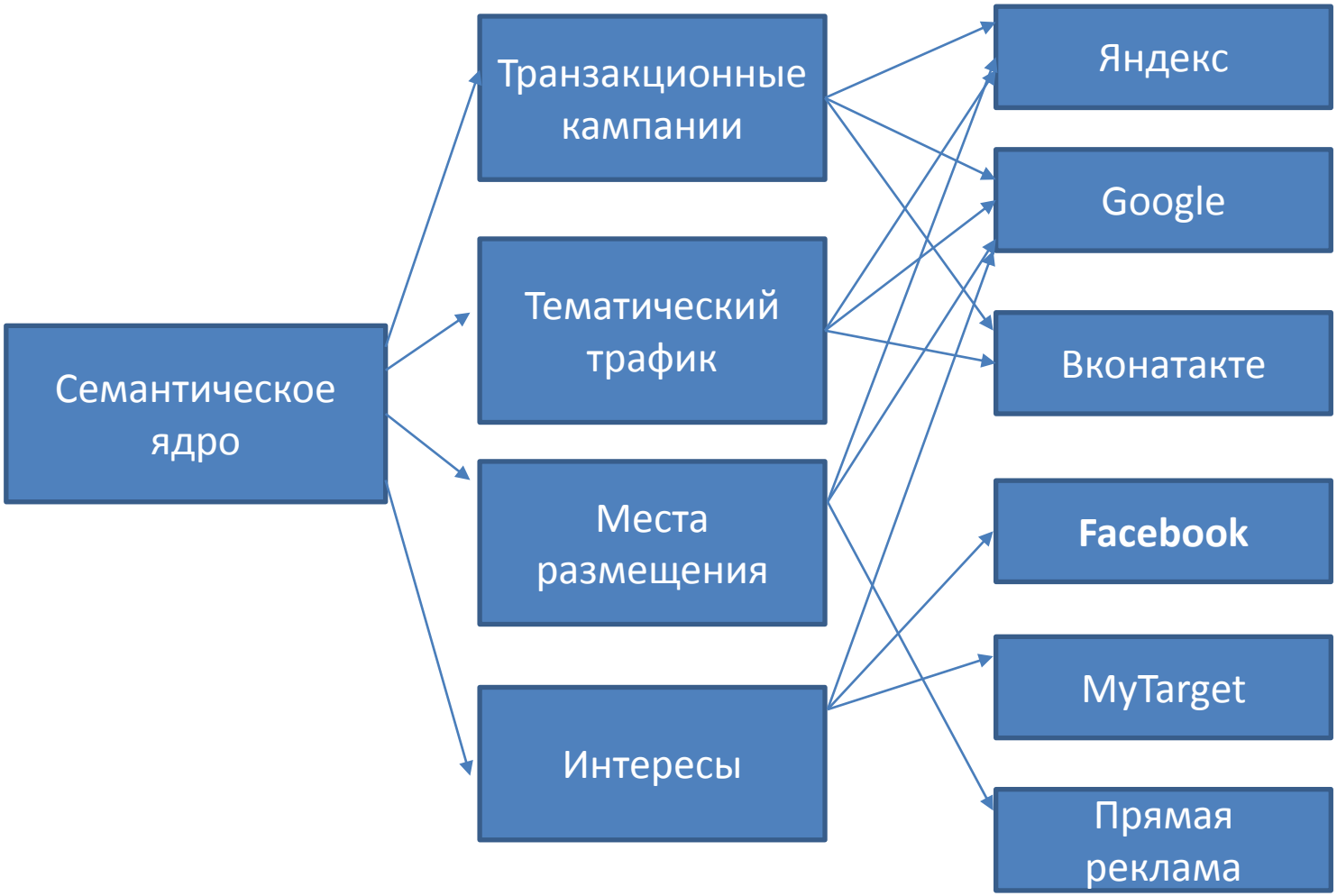


Задание прямо сейчас

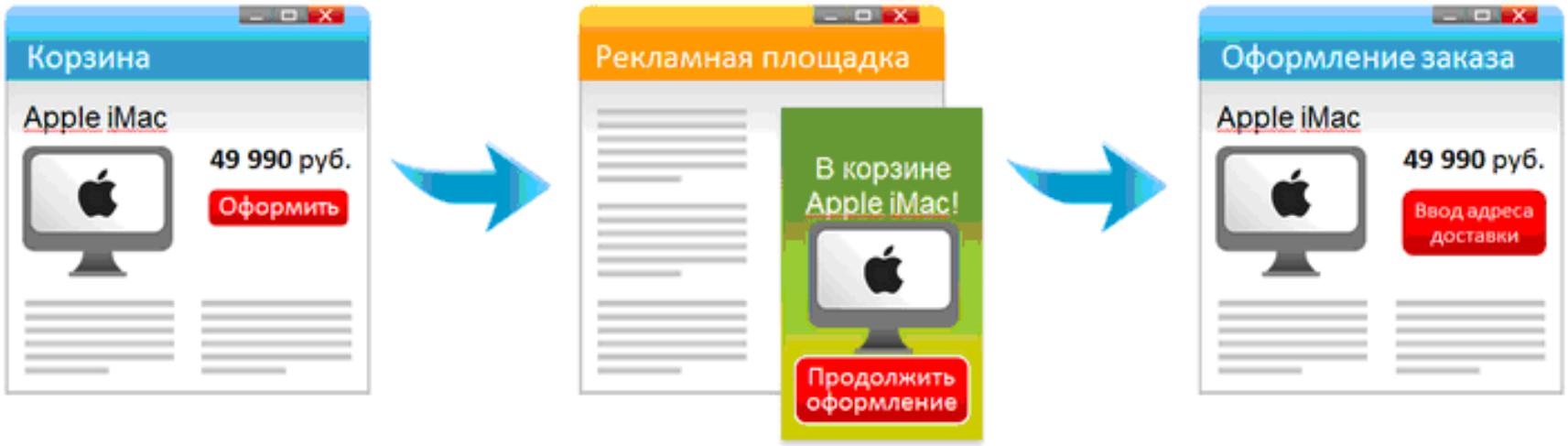
Придумайте тематический запрос

Проблема
Термин
Как…
Где…

Итоговый алгоритм



Увеличение лояльности. Ретаргетинг



Ретаргетинги

Примеры ретаргетингов

- Зашел, но не купил
- Посетил определенный раздел
- Покинул корзину
- Купил продукт

Безликая толпа становится людьми

Мы теперь знаем какой аудитории что показывать. Персонализируем объявления и страницы!

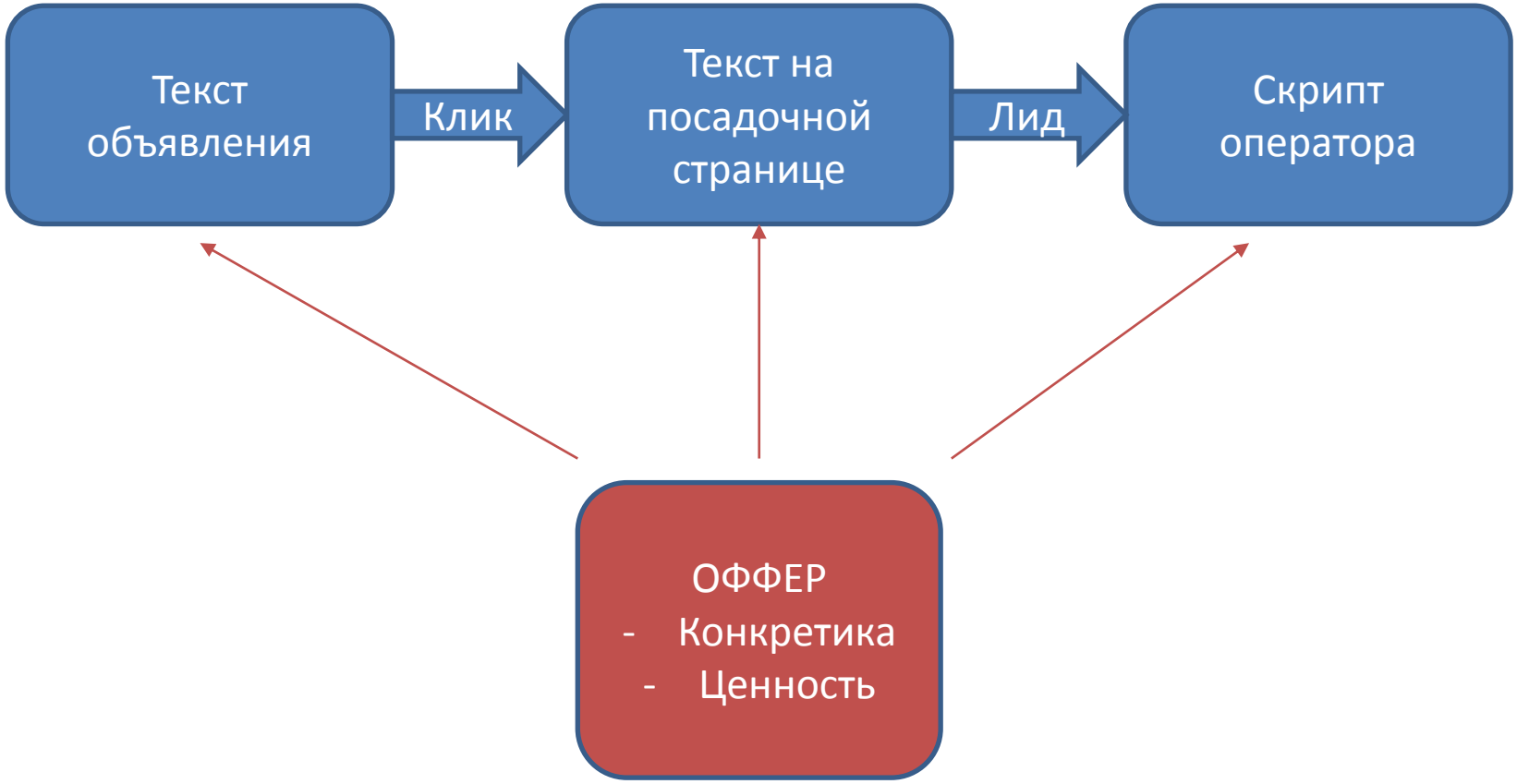
Аудитории | Пиксели

Поиск по названию

Все источники | Все аудитории

Название	Источник [?]	Обновлено [?]	Охват [?]	Действия
/	—	сегодня в 12:12	270 467	Создать объявление
/blog/	—	сегодня в 12:15	181 903	Создать объявление
/ 6 month	—	сегодня в 12:12	125 907	Создать объявление
Все посетители	Convert Monster	сегодня в 12:13	112 750	Создать объявление
/blog/ 6 month	—	сегодня в 12:15	97 909	Создать объявление
/ 3 month	—	сегодня в 12:12	76 770	Создать объявление
/blog/landing-page-blog/	—	сегодня в 12:11	64 602	Создать объявление
/blog/seo-blog/	—	сегодня в 12:13	63 212	Создать объявление
/blog/ 3month	—	сегодня в 12:11	58 776	Создать объявление
/edu/	—	сегодня в 12:09	57 326	Создать объявление
/ month	—	сегодня в 12:12	32 444	Создать объявление
/blog/ month	—	сегодня в 12:11	25 311	Создать объявление

Немного о принципе последовательности



Принцип последовательности на практике

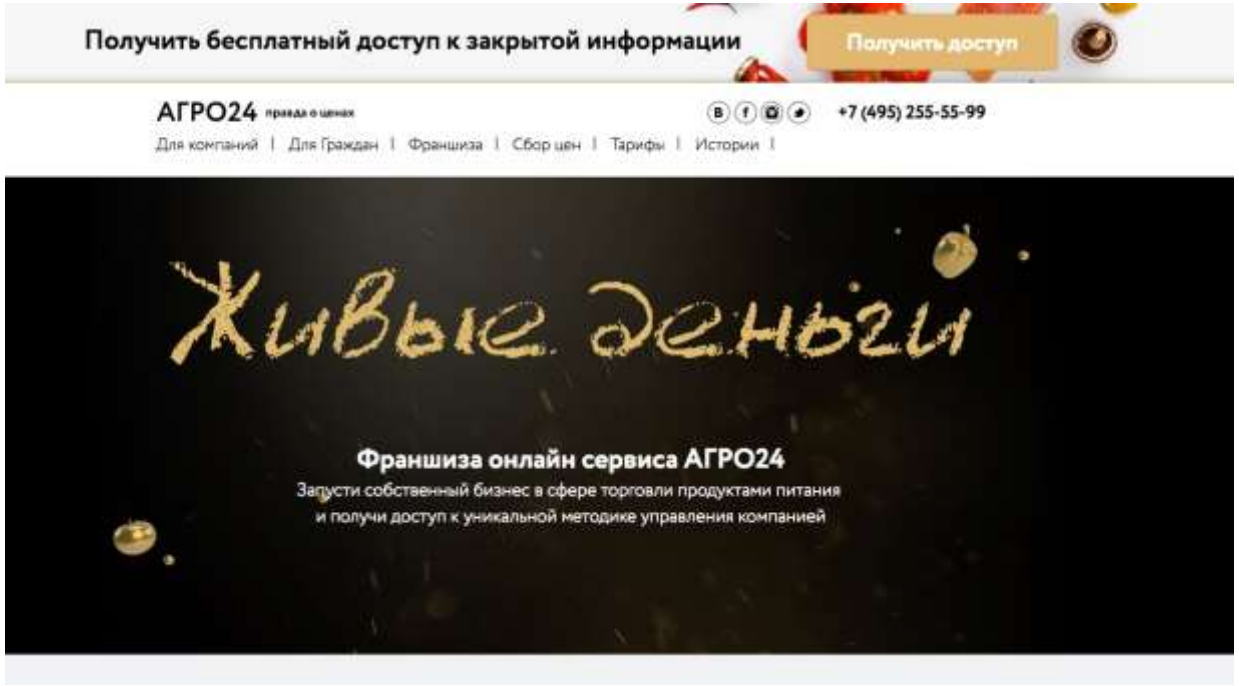
Рекламное агентство «Лидер Медиа»

лидермедиа.рф

Размещение рекламы на тв, радио, outdoor, интернет. Индивидуальный подход

Принцип последовательности на практике

Принцип последовательности на практике

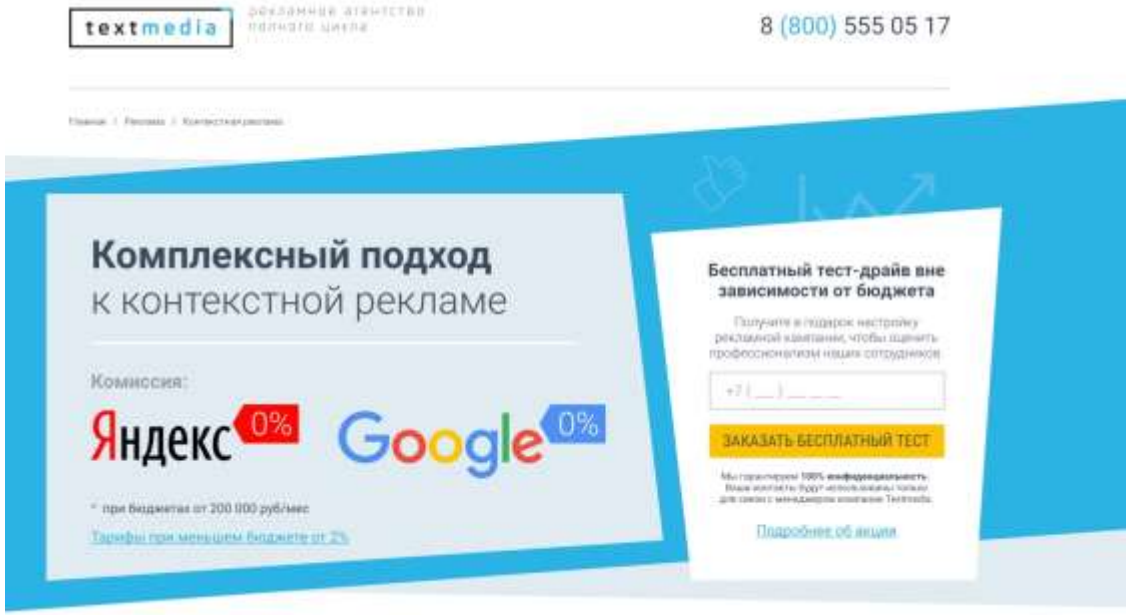


Принцип последовательности на практике

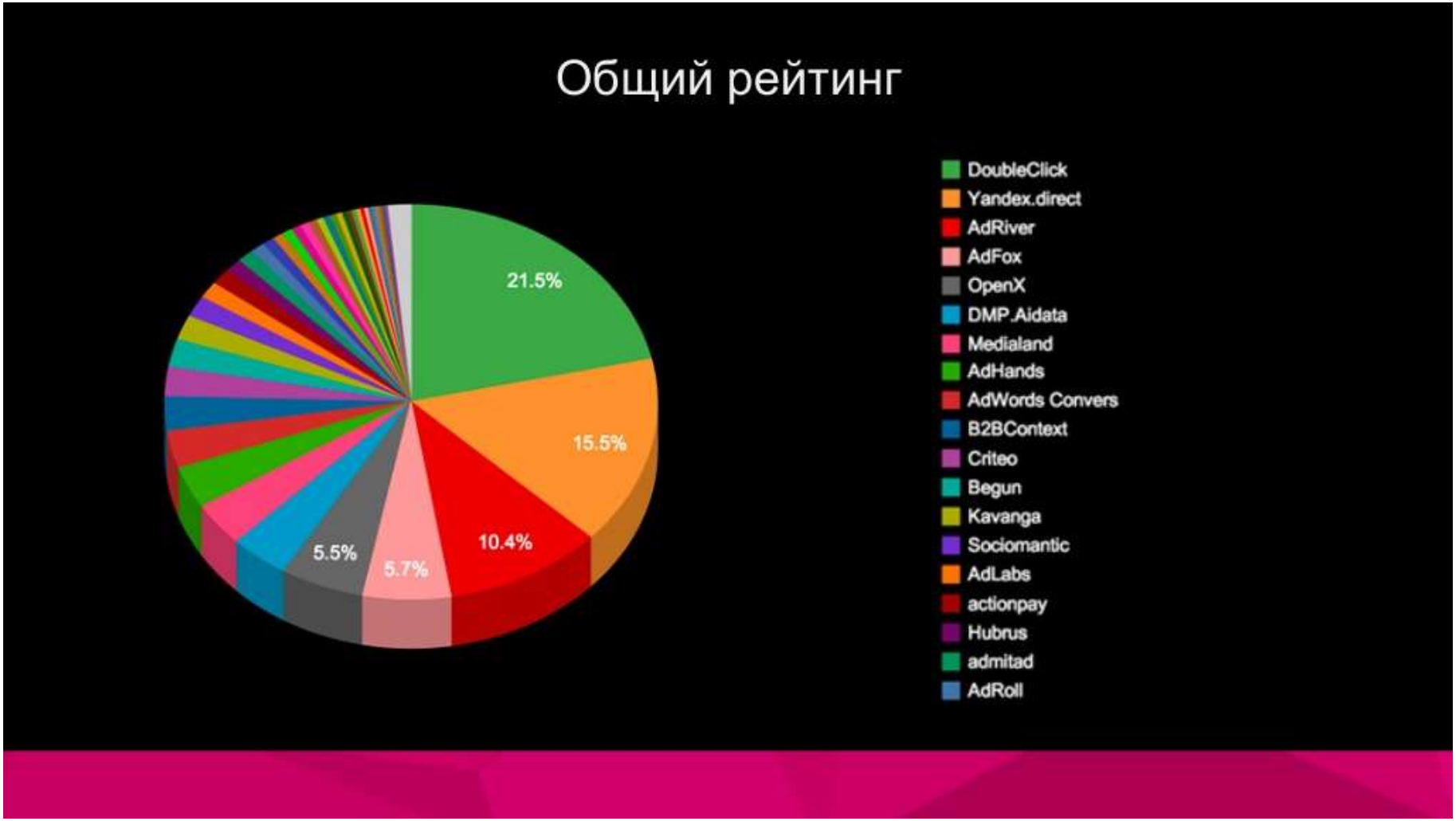
Уникальная Акция!

На Форекс-счет
в подарок!
Наши инвестиции - ваша прибыль!
instaforex.com 18+

Принцип последовательности на практике



Пару слов о программатик



Пару слов о программатик

AdRoll Campaigns Ads Audience Prospecting

Visitor Segments

Search segments | All Segment Types | 5 segments

Conversion	Name	Type	Segment Rule	Conv. Value	New Visitors	Total Visitors	Duration (days)
•	Zayavka_site	URL	http://convertmonster.ru/thank_you/	$30.00	10	10	90
	High Intent	Intent	top 0.0-20.0 percent		N/A	368	N/A

Оценка эффективности

Портрет потенциального клиента

→

Поиск мест обитания:
Ключевые слова
Сайты
Группы
Профили
Форумы
Интересы

→

Объявления для рекламной площадки:

Контекст
Таргет
Тизеры
Посевы

→

Отсев некачественных площадок с низким ROI

Правило 1. Единая система статистики

Выберите цель

Интервал дат визита	Визиты	Посетители	Просмотры	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	3 856	3 152	6 765	55,2 %	11,5 %	1,75	2:18
2016-08-08	3 856	3 152	6 765	55,2 %	11,5 %	1,75	2:18

Правило 2. Для каждого канала своя конверсия

Источник или канал	Сеансы	Новые сеансы, %	Новые пользователи	Показатель отказов	Страниц/сеанс	Сред. длительность сеанса	Коэффициент конверсии цели	Достигнутые цели	Ценность цели
	111 620 % от общего количества: 100,00 % (111 620)	46,82 % Средний показатель для представления: 46,75 % (0,14 %)	52 255 % от общего количества: 100,14 % (52 183)	14,99 % Средний показатель для представления: 14,99 % (0,00 %)	1,69 Средний показатель для представления: 1,69 (0,00 %)	00:05:07 Средний показатель для представления: 00:05:07 (0,00 %)	2,52 % Средний показатель для представления: 2,52 % (0,00 %)	2 811 % от общего количества: 100,00 % (2 811)	39 753,92 $ % от общего количества: 100,00 % (39 753,92 $)
1. yandex / organic	25 375 (22,73 %)	48,73 %	12 365 (23,66 %)	9,02 %	1,71	00:05:47	0,39 %	98 (3,49 %)	8 924,36 $ (22,45 %)
2. google / organic	24 396 (21,86 %)	58,75 %	14 333 (27,43 %)	8,97 %	1,69	00:05:29	0,36 %	88 (3,13 %)	6 678,76 $ (16,80 %)
3. getresponse / email	19 132 (17,14 %)	20,02 %	3 831 (7,33 %)	10,34 %	1,68	00:05:33	0,40 %	76 (2,70 %)	2 752,60 $ (6,92 %)
4. google / cpc	11 300 (10,12 %)	79,13 %	8 942 (17,11 %)	29,75 %	1,49	00:01:58	11,86 %	1 340 (47,67 %)	4 690,00 $ (11,80 %)
5. (direct) / (none)	10 240 (9,17 %)	58,37 %	5 977 (11,44 %)	22,99 %	1,83	00:05:17	5,81 %	595 (21,17 %)	6 590,58 $ (16,58 %)
6. vk.com / social	5 287 (4,74 %)	22,60 %	1 195 (2,29 %)	13,05 %	1,69	00:05:04	1,32 %	70 (2,49 %)	894,58 $ (2,25 %)
7. yandex / cpc	2 135 (1,91 %)	82,15 %	1 754 (3,36 %)	49,46 %	1,28	00:01:18	5,15 %	110 (3,91 %)	1 117,50 $ (2,81 %)
8. partner / email	2 097 (1,88 %)	50,79 %	1 065 (2,04 %)	17,45 %	1,50	00:04:10	2,29 %	48 (1,71 %)	592,48 $ (1,49 %)
9. vk.com / referral	1 839 (1,65 %)	33,39 %	614 (1,18 %)	9,95 %	1,89	00:07:11	0,92 %	17 (0,60 %)	926,42 $ (2,33 %)

Правило 3. Сквозная аналитика по лидам

ФРАЗЫ | ПЛОЩАДКИ | ОБЪЯВЛЕНИЯ

Поиск

ЗА 90 ДНЕЙ

ПЛОЩАДКИ	ЗАКАЗЫ	СТОИМОСТЬ ЗАКАЗА	ПОСЕТИТЕЛИ	РАСХОД	ЭКОНОМИЯ В ГОД
Яндекс www.**********.ru	31	126 ₽	49	3 910 ₽	1 536 ₽
www.**********.ru	39	242 ₽	47	9 434 ₽	17 609 ₽
Google www.**********.ru	23	380 ₽	46	8 734 ₽	17 920 ₽
Google www.**********.ru	20	555 ₽	45	11 102 ₽	4 305 ₽
Яндекс www.**********.ru	35	419 ₽	39	14 665 ₽	11 077 ₽
Google www.**********.ru	6	1 993 ₽	37	11 958 ₽	1 909 ₽
Google www.**********.ru	23	567 ₽	37	13 040 ₽	12 281 ₽

Основные показатели: ROI (возврат инвестиций

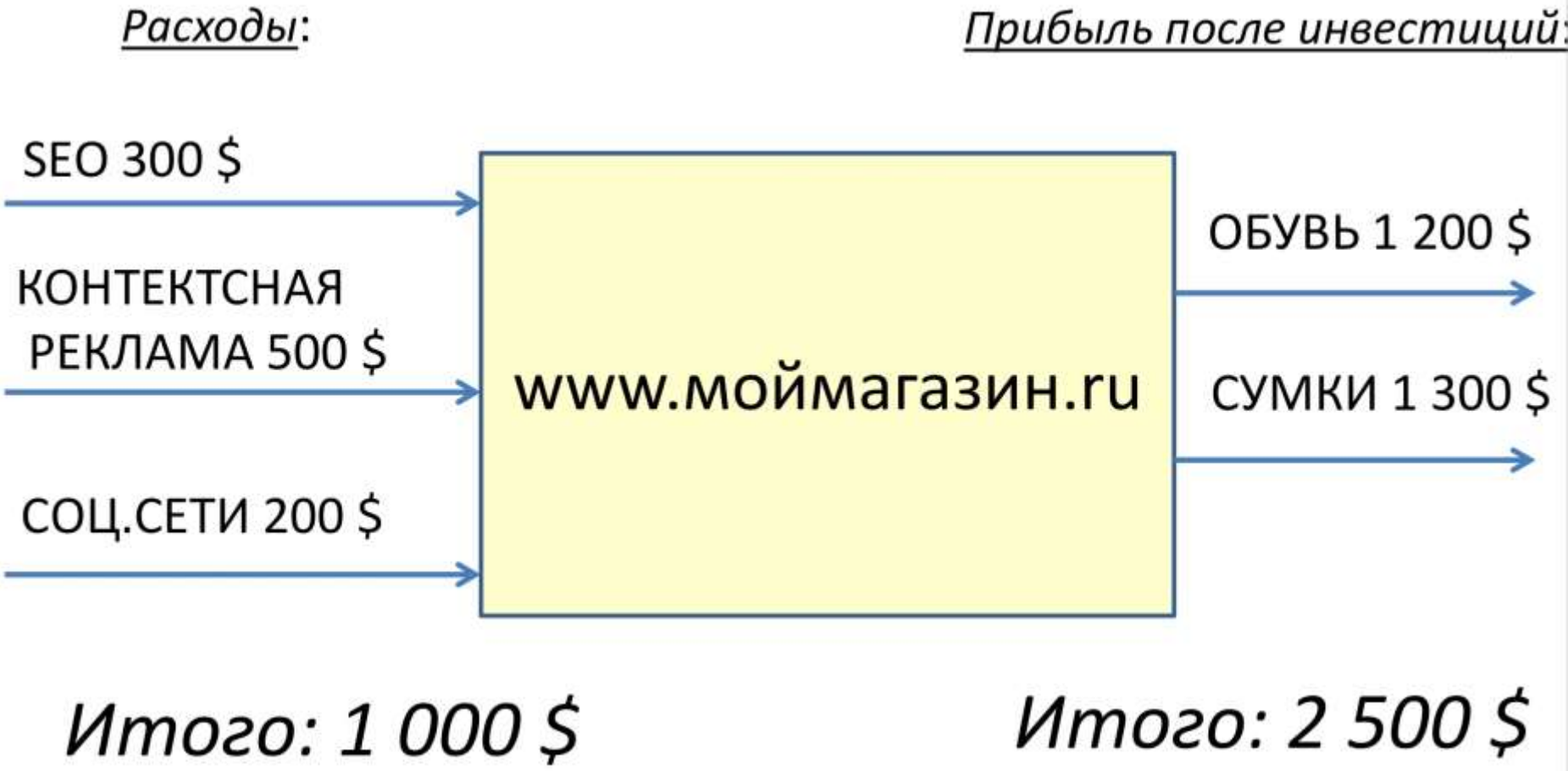
Определение: отношение прибыли к размеру инвестиций

$$ROI = \frac{Прибыль_от_инвестиций}{Размер_инвестиций} * 100\%$$

(Return on Investment)

Основные показатели: ROI (возврат инвестиций

http://convertmonster.ru



Основные показатели: ROI (возврат инвестиций

http://convertmonster.ru

Деятельность	Инвестиции в рекламу, $/мес	Прибыль/мес.	ROI
1. Продвижение в поисковых сервисах (SEO)	300 $	600 $	200,0%
2. Ведение рекламной кампании Yandex Direct	500 $	400 $	80,0%
3. Активность в социальных сетях (SMM)	200 $	1000 $	+500%
ИТОГО		**2 000 $**	**200 %**

С помощью Google Analytics можно определить вклад каждого канала.

Основные показатели: доход на клик (EPC)

Определение: отношение прибыли к числу кликов

Пример расчета: вы купили 300 кликов и заработали 20 000 руб

EPC: 20 000 руб / 300 = 66 руб

Основные показатели: доход на клик (EPC)

http://convertmonster.ru

Канал	Число кликов	Прибыль	EPC
SEO	23 400	150 000 руб	6,41 руб
PPC (контекст)	9 000	90 000 руб	10 руб
SMM	5 000	85 000	17 руб

Правило 4. Все что можно автоматизировать – автоматизируйте

Keyword Lasso™

Advanced Settings

Keyword suggestions from search terms based on performance data like Conversions and CTR. Smart Suggest

Show Suggestions by: Ctr or Conversions Custom Filters

Download Archive Selected + Add Selected Keywords to Account

Select All 23 / 23 suggestions selected. Change Match Type for selected keywords: Positive Phrase Update

Campaign: [Поиск] Общие. Автосервис

AdGroup: автосервис (2)

Search Term	Match Type		Impr	Clicks	CTR	Cost	Avg CPC	Conv	Conv Value	Cost / Conv
автосервис красногорск	Positive	Phrase	45	3	6.7%	122.81	40.94	0	0	-
автосервис мытищи	Positive	Phrase	147	7	4.8%	280	40	0	0	-

Campaign: [Поиск] Общие. Диагностика

AdGroup: диагностика автомобиля

Search Term	Match Type		Impr	Clicks	CTR	Cost	Avg CPC	Conv	Conv Value	Cost / Conv
диагностика авто	Positive	Phrase	182	10	5.5%	446.42	44.64	0	0	-

AdGroup: диагностика автомобиля москва

Search Term	Match Type	Impr	Clicks	CTR	Cost	Avg CPC	Conv	Conv Value	Cost

Инвестиционный период

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Automatic Placements	Campaign	Ad Group	Clicks	Cost	CPC	Sessions	Bounce Rate	Pages / Sessi	Подписка на
2	mobileapp::3-998c3829-34ff-4ec3-aa1c-200a1c9ec7e1	[Live] Landin	Ad Group #2	1908	17,26	0,01	671	89,72%	1,02	0,00%
3	mobileapp::3-998c3829-34ff-4ec3-aa1c-200a1c9ec7e1	[Live] Landin	Ad Group #3	1334	14,08	0,01	229	89,08%	1,03	0,00%
4	anonymous.google	[AdWords - У	Ремаркетин	744	128,63	0,17	762	38,58%	1,37	21,39%
5	youtube.com	[AdWords - У	Ремаркетин	618	127,63	0,21	943	28,00%	2,04	13,47%
6	ukr.net	[AdWords - У	Ремаркетин	412	65,27	0,16	412	45,63%	1,33	14,81%
7	youtube.com	[AdWords - У	Ремаркетин	253	27,85	0,11	309	36,57%	1,81	13,59%
8	avito.ru	[AdWords - У	Ремаркетин	208	10,29	0,05	251	33,47%	1,75	16,73%
9	anonymous.google	[AdWords - У	Ремаркетин	133	6,36	0,05	183	25,14%	1,86	18,03%
10	mobileapp::3-b2c8bf60-66f1-4cba-b048-078d3fa02c71	[КМС] Ключе	Реклама инт	121	2,06	0,02	74	86,49%	0,97	0,00%
11	ain.ua	[AdWords - У	Ремаркетин	110	14,61	0,13	124	23,39%	1,79	39,52%
12	youtube.com	[AdWords - У	Ремаркетин	108	5,07	0,05	205	19,51%	1,63	4,39%
13	anonymous.google	[AdWords - У	Ремаркетин	107	31,11	0,29	133	30,83%	1,70	26,32%
14	mobileapp::3-72c24573-b00f-4284-bcdc-ada6ffa49684	[Live] Landin	Ad Group #2	106	2,45	0,02	76	71,05%	1,08	0,00%
15	kurs.com.ua	[AdWords - У	Ремаркетин	105	14,95	0,14	92	45,65%	1,33	15,22%
16	uroki-online.com	[AdWords - У	Ремаркетин	91	5,42	0,06	99	41,41%	1,30	13,13%
17	teachvideo.ru	[AdWords - У	Ремаркетин	69	3,16	0,05	59	40,68%	1,10	3,39%
18	obozrevatel.com	[AdWords - У	Ремаркетин	63	6,59	0,10	61	54,10%	1,13	8,20%
19	mobileapp::3-a9fa0927-7240-4a98-ad98-d85614f64c5f	[Live] Landin	Ad Group #3	61	1,35	0,02	24	91,67%	1,04	0,00%
20	video-dance.ru	[AdWords - У	Ремаркетин	58	2,78	0,05	62	54,84%	1,18	8,06%
21	zhezel.ru	[AdWords - У	Ремаркетин	56	2,18	0,04	51	62,75%	1,02	0,00%
22	mobileapp::3-bc4eb0cf-9e52-470f-8f39-819ce7d4f0fc	[КМС] Ключе	Реклама инт	55	1,06	0,02	31	70,97%	1,03	0,00%
23	mobileapp::3-d3c8fb43-ae8c-4fa5-b95c-a8601604b465	[Live] Landin	Ad Group #3	53	0,49	0,01	34	88,24%	1,12	0,00%

Для каждой стратегии свои активности

Маркетинговые активности

Создаем Brand	Лидогенерация	Продажи	Лояльность
Анализ аватара	А/Б тесты	Триггерные email кампании	Триггерные email кампании
Написание статей	Партнерские программы	Баннерная реклама	Адаптивный контент
Наружная реклама (билборды)	Анализ лидов	Адаптивный контент	Сегментация подписчиков
Блог	Баннерная реклама	Создание писем	Корпоративные журналы
Создание книги	Призыв к действию	Сегментация подписчиков	Рассылки
Написание кейса	Конкурсы	Контекстная реклама	Ремаркетинг
Анализ соц сетей	Разработка бесплатных	Презентации	Ретаргетинг
Проведение мероприятий	Прямая почтовая рассылка	Скидки / Акции	Программы лояльности
Посты в дружественных блогах	Электронные книги	Демо продуктов / пробники	Таргетированная реклама по клиентам
Инфографика	Электронные письма	Обмен клиентами	Отзывы с хештегами
Доски объявлений	События	Ретаргетинг	Веб аналитика
Мониторинг СМИ	Утилиты	Холодный обзвон	Вебинары для клиентов
Анализ реакции на публикации	Посадочные страницы	Таргетированная реклама	Воркшопы для клиентов
Мобильное приложение	Формы заявки	Посевы в сообществах	
Мобильная версия сайта	Платные посты	Веб аналитика	
Нетворкинг	Мобильные приложиения	Оптимизация конверсии сайта	
Оптимизация микроконверсий	Продвижение моб приложений	Платные вебинары	
Создания сайта техподдержки	Игры	Платные воркшопы	
Фотографии	Исследования		
Подкасты	Холодные продажи		
Пресс релизы	Конекстная реклама		
Печатная реклама	Статегия ценообразования		
Выступление на мероприятиях	Пробники		
Реклама на радио	Выступления на мероприятих		
SEO	Закупка ссыллок		
СММ	Ретаргетинг		
Мониторинг конкурентов	Таргетированная реклама		
Обучение персонала	Раскрутка групп в соц сетях		
Спонсорство	Посев в сообществах		
ТВ	Спонсорство		
Видео	Веб аналитика		
Веб аналитика	Копирайтинг		
Копирайтинг	Вебинары		

И метрики

Создаем Brand	Лидогенерация	Продажи	Лояльность
Глубина просмотра	Заявки по рекламе	Новые клиенты с рекламы	Размер активной клиентской базы
Комментарии в блог	Скачивания контента	Доход на клик	Число повторных продаж
Глубина просмотра блога	Стоимость лида	Ассоциированные конверсии по каналам	Рекомендации
Число подписчиков блога	Лиды с прямого трафика	Стоимость привлечения клиента	Отзывы клиентов
Число гостевых постов	Лиды с почтовых рассылок	Клиенты с прямого трафика	Число кроссел продаж
Число скачивания контента	Регисрации на вебинары	Клиенты с почтовых рассылок	Потеряная прибыль (по году)
Прямой трафик	Лиды с холодного обзвона	Клиенты с холодного обзвона	Потеряная прибыль (по месяцу)
Число подписчиков	Качество заявок	Конверсия заявка-клиент	LTV
Заходы с электронной почты	Новые заявки	Месячная прибыль	NPS
Facebook лайки	Заявки с офлайн мероприятий	Конверсия новых клиентов в продажу	Retention rate
Google+ followers	Заявки с вебинаров	Новые клиенты с выступлений	Доход на клиента
Внутренние ссылки	Заявки с онлайн чатов	Новые клиенты с вебинаров	Доход в квартал
Число участников группы VK	Звонки	Конвые клиенты с онлайн чата	Доход по регионам
Число постов на сторонних площадках	Заявки с CEO	Новые клиенты с CEO	Доход на продукт
Визиты с мобильных	Заявки с контекста	Новые клиенты с контекстной рекламы	Годовой оборот
SEO	Заявки по внешним ссылкам	Новые клиенты по внешним ссылкам	Месячный оборот
Посещения по внешним ссылкам	Заявки с СММ	Новые клиенты с СММ	Месячный доход
Посещения с СММ	Заявки с продажами	Доля рекламных расходов	
Число вебинаров		Конверсия сайта в продажу	
Время на сайте			
Twitter подписчики			
Визиты			
Клики с конверсиями			
Клики с подписками			
Пользователи			
YouTube подписчики			

Оценка продвижения бренда

Это лишь пример							
Goals & KPIs	**Месяц 1**	**Месяц 2**	**Месяц 3**	**Месяц 4**	**Месяц 5**	**Месяц 6**	**Итого**
Продвижение Бренда							
Прямые заходы							0
Заходы с электронной почты							0
CEO							0
PPC							0
Переходы по ссылкам							0
Соц Сети							0
Итого Визитов	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Подписчики VK							0
Подписчики FB							0
Подписчики Google +							0
Подписчики Twitter							0
Полный охват	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Подписчики блога							0
Подписчики Push							0
Итого подписчиков	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Лидогенерация

Генерация лидов							
Прямые лиды							0
Лиды с почтовых рассылок							0
Лиды с сео							0
Лиды с PPC							0
Лиды по ссылкам							0
Лиды СММ							0
Итого лидов	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Качество лидов							#ДЕЛ/0!
Затраченное время							0
Инвестиции							0
Стоимость лида	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!

Продажи

Продажи							
Прямые клиенты							0
Клиенты с почтовых рассылок							0
Клиенты с сео							0
Клиенты с PPC							0
Клиенты по ссылкам							0
Клиенты СММ							0
Итого клиентов	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Конверсия лиды / клиенты	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!
Ср время продажи							0%
ROI							0%
Стоимость клиента							

Лояльность

Повышение лояльности							
Издержки							
LTV							
Рекомендации							#ДЕЛ/0!
Отзывы							0
Маржинальность							0
Доход на клиента	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!	#ДЕЛ/0!
Market Share							

Совет. Определяйте тактику исходя из компетенций вашей команды

Совет. Определяйте тактику исходя из компетенций вашей команды

Оценка уровня маркетинговой команды

Навыки	Уч 1	Уч 2	Уч 3	Уч 4	Уч 5	Среднее
Верстка	5	2				3,5
Копирайтинг	5	4	2			3,666666667
Анализ данных	4	2	2			2,666666667
Email Marketing	4	4				4
Организация событий	4					4
Дизайн	3	3	2			2,666666667
Обработка заявок	3	3	2			2,666666667
Mobile	0					0
Контекстная реклама	4	4	3	2	2	3
PR	0					0
SEO	4	4	2			3,333333333
SMM	3					3
Статегическое планирование	3					3
Video Production	0					0
Администрирование сайта	4					4
Средний бал профессионализма	3,06666667	3,25	2,16666667	2	2	

Итоговый алгоритм

1. Создаем карту персонажей (потенциальных клиентов)
2. Определяем текущие задачи
3. Настраиваем аналитику
4. Определяем KPI
5. Собираем сематику (аудитории)
6. Тестируем тексты объявлений
7. Запускаем и сверяем показатели с расчетными
8. Масштабируем удачные идеи
9. Отключаем неэффективные источники

Подарок! Управленческая таблица по маркетингу

- Оценка уровня маркетинговой команды
- Перечень стандартных метрик
- Учет основных показателей
- Опросник по целевой аудитории
- Основные цели Google Analytics

Бесплатно

Скачай по ссылке: https://goo.gl/rncquu

Настало время помочь вашим клиентам сделать правильный выбор

Давайте дружить!

Возможно, вместе нам удастся изменить мир к лучшему