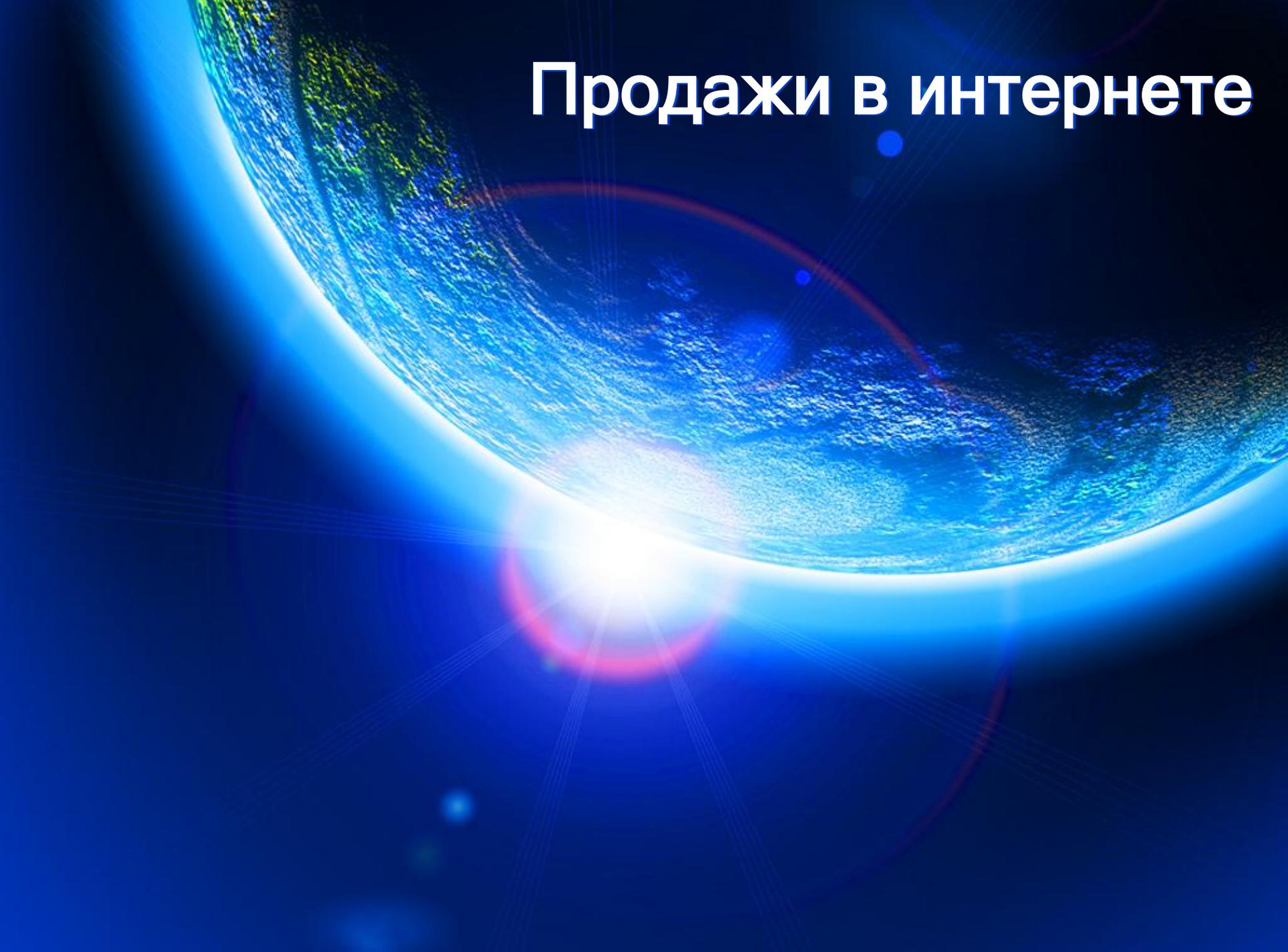
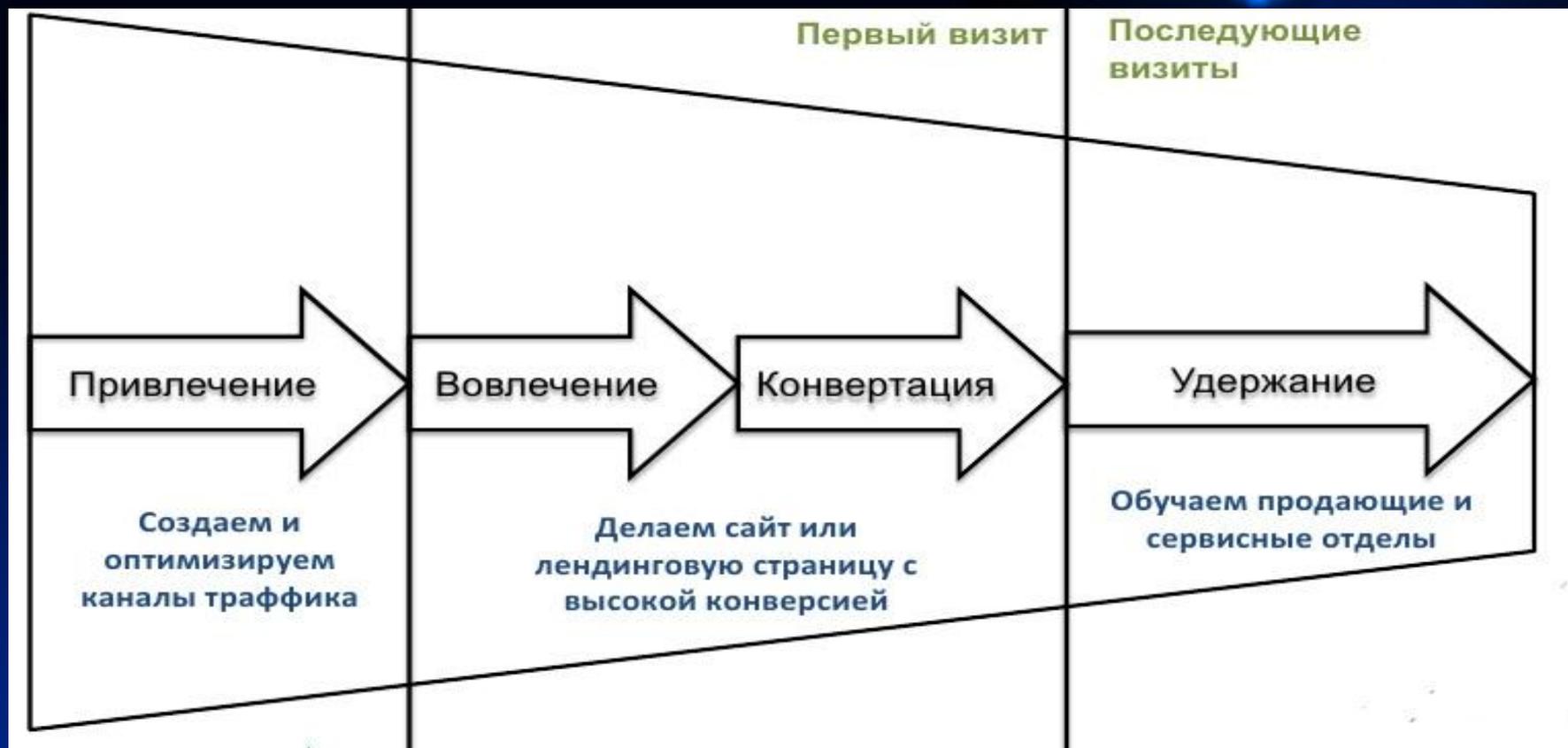


Продажи в интернете

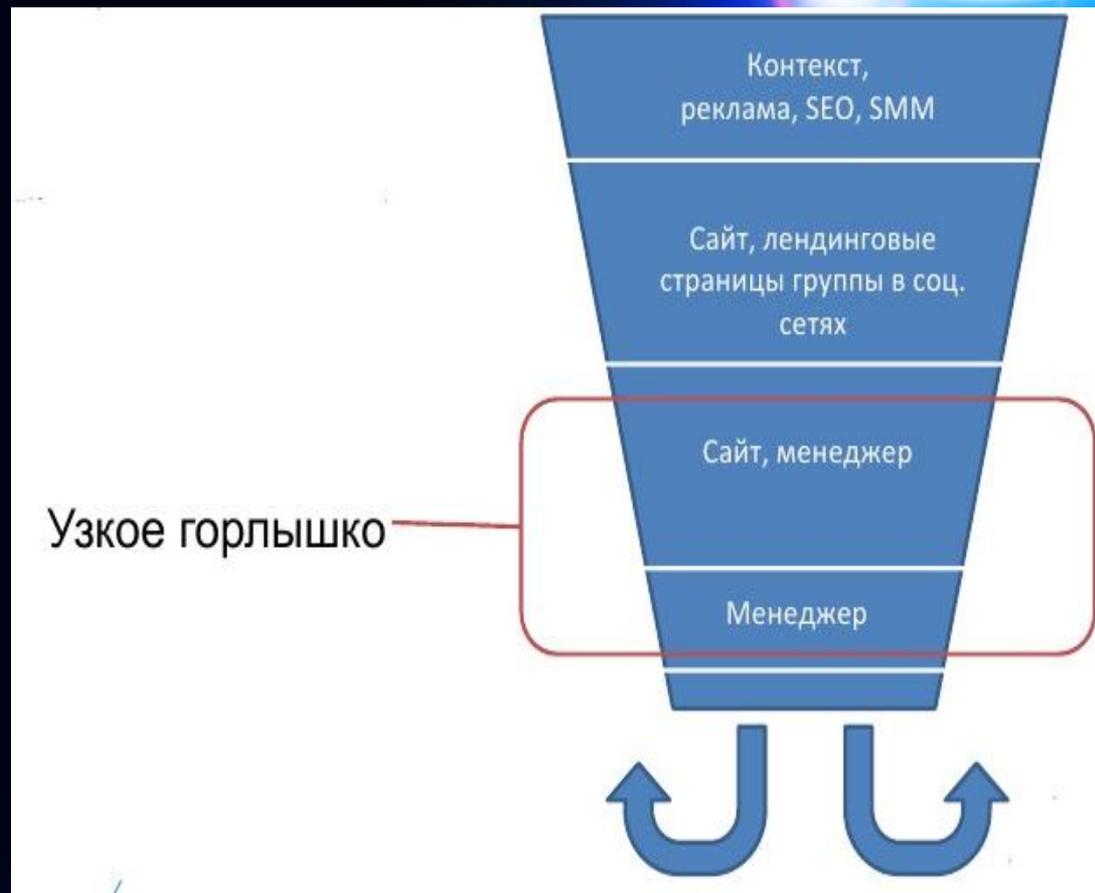
The background of the slide features a stylized, glowing globe in shades of blue and white. A bright light source is positioned behind the globe, creating a prominent lens flare with radiating lines and a soft glow. The overall aesthetic is futuristic and digital.

Воронка продаж #1



Воронка продаж #1

На каждом этапе перемещения пользователя по воронке продаж измеряются коэффициенты конверсии из одного состояния в другое.





Воронка продаж #1

Неосознанная потребность

Осознанная потребность

Сбор информации и знакомство с рынком

Сравнение возможностей – широкий круг

Сравнений возможностей – узкий круг

Покупка

Песочные часы продаж



Знаю

Нравится

Доверяю

Пробую

Покупаю

Повторяю покупку

Рекомендую

Песочные часы продаж

Знаю

Нравится

Доверяю

Пробую

Покупаю

Повторяю покупку

Рекомендую

Блог, публикации в
медиа

Бесплатный
вебинар

Временная акция

Рассылка

Реферальные программы



План

1. Постановки целей
2. Определение характеристик целевой аудитории и подготовка ценностного предложения
3. Анализ рынка и конкурентной среды
4. Выбор инструментов продвижения
5. Пилотный запуск/тест
6. Полноценный запуск



Цели

1. Показатели по обороту и прибыли со сроками достижения
2. LTV – Life Time Value, пожизненная стоимость клиента
3. CAC – Customer Acquisition Cost, стоимость привлечения клиента
4. ARPU – Average revenue per user, средняя выручка на одного пользователя

Сегменты аудитории и ценностное предложение

Сегмент	Проблемы, головная боль	Барьеры	Ценностное предложение	Путь пользователя – ожидаемые действия
«Заемщик»	<ul style="list-style-type: none">• Нужна сумма до 100 000 рублей на решение неотложных нужд• Некогда ехать в банк• Не хочется заполнять много бумаг	<ul style="list-style-type: none">• Нужно много документов в• В других банках могут быть кредиты дешевле	<ul style="list-style-type: none">• Ставка одна из самых низких на рынке - 13%, сравнима со ставками по ипотечным кредитам• Нужно всего 3 документа• Онлайн-заявка – несколько полей, остальное позвонит и уточнит оператор	<ul style="list-style-type: none">• Прочитать условия кредитов• Выбрать кредит• Оформить заявку онлайн



Анализ рынка и конкурентов

Alexa.com и similarweb.com - для оценки статистики по сайтам конкурентам

Prodvigator, SEMrush, Spywords - исследование конкурентов в поиске

KeyCollector (автоматически) или Yandex.Wordstat (руками) - для предварительной оценки рынка и сбора семантического ядра для сайта и продвижения



Анализ рынка и конкурентов

1. Прямой анализ сайтов конкурентов – смотрим сайты, попадающие в поисковую выдачу по высокочастотным запросам. Интересует:

- Посещаемость
- Позиционирование, отстройка от конкурентов, преимущества
- Социальные доказательства, сертификаты, отзывы
- Полезный контент, блог, статьи
- Структура сайта, пути пользователя, формы заказа



Анализ рынка и конкурентов

- 2. Анализ сервиса** – пройти путем покупателя «тайный покупатель» и оценить скорость реакции на письмо, звонок, актуальность цен, вежливость и профессионализм менеджеров. Смотрим отзывы на других сайтах
- 3. Анализ ассортимента и цен**
- 4. Анализ продвижения** – анализ ссылочного бюджета, запросов, анализ сниппетов в поисковых системах

Выбор инструментов продвижения

Направленность

Инструмент	Эффект/скорость	Направленность			
		Привлечение	Информирование	Продажи	Развитие отношений
Контекстная реклама/таргетинг в социальных сетях	мгновенный	+		+	
Поисковое продвижение	отложенный	+		+	
Баннерная реклама	мгновенный	+	+	+	
Партнерские программы/CPA	мгновенный			+	
e-mail	в течение 2-х недель		+	+	+
Контент-маркетинг	длительный	+	+		+



Бюджет

Бюджет рассчитывается «обратным ходом», начиная с целевой прибыли и заканчивая стоимостью за посетителя.

1. Определите, сколько вам нужно клиентов и сколько вы готовы «заплатить» за одного
2. Возьмите средний по вашей отрасли коэффициент конверсии из лидов в продажи
3. Рассчитайте предельную стоимость перехода на ваш сайт, при которой ваш бизнес остается прибыльным. Если продукт распространенный, среднюю стоимость привлечения можно посмотреть на биржах по траффику



Пилотный запуск. Что замерять?

Охват целевой аудитории

KPI: количество уникальных посетителей, доля аудитории и ее рост

Конверсия посетителей из разных каналов

KPI: достижение целей из разных каналов, размер покупки

Взаимодействие с целевой аудиторией

KPI: показатель отказов, количество просмотренных страниц на сайте

Вовлечение клиентов – построение долгосрочных взаимоотношений

KPI: % возвратов, количество постоянной аудитории, повторяющаяся конверсия