

Интернет-маркетинг:

**анализируем и
перераспределяем
бюджет**

**«АДЛАБС-
Украина»**

(057) 757-55-74



Стратегия – функция от понимания бизнеса, профессиональности, ответственности и желания контролировать процессы.

Задачи:

- ✓ Начинать с заказа. Трафик вторичен, конверсия третична.
- ✓ Дробить цели по регионам.
- ✓ Дробить цели по источникам.
- ✓ Ориентироваться на статистику работы в целом. Без привязки к конкретному каналу.
- ✓ Определить, что является качественным лидом
- ✓ Канал – минимум 1% заказов, сейчас либо потенциально.
- ✓ Выделять в каналах первые/повторные заказы.
- ✓ Выделять в каналах работу с базой и работу с внешними источниками.



Ложные цели продающей кампании

- ✓ Максимальный охват аудитории
- ✓ Максимальное количество показов рекламы
- ✓ Минимальная цена контакта
- ✓ Привлечение людей в группы соцсетей
- ✓ Поддержание контекстного объявления в спецразмещении
- ✓ Присутствие рекламы на профильных сайтах
- ✓ Получение максимальных скидок на размещение
- ✓ Достижение минимальной цены клика

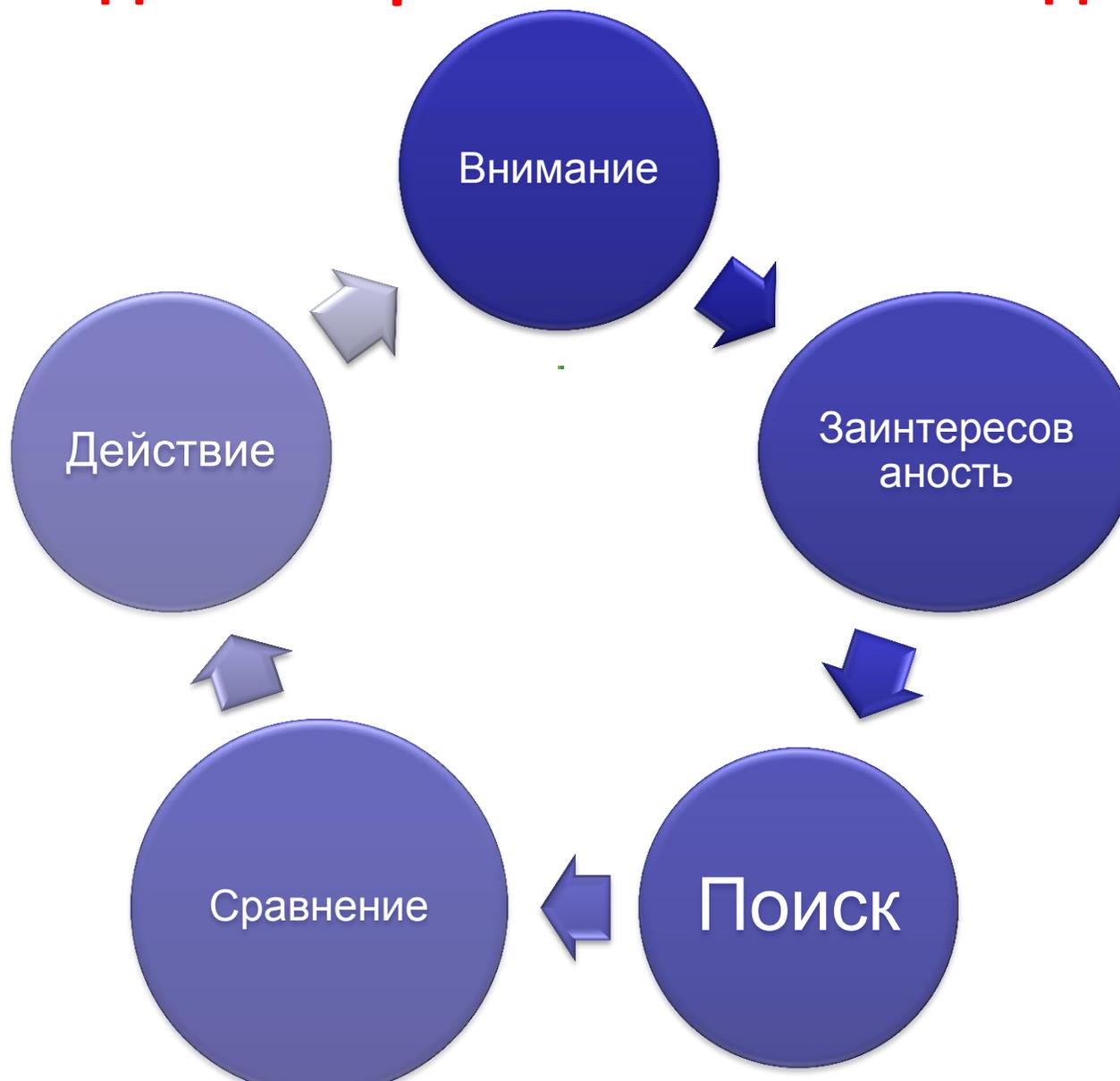


Основные цели продающей рекламной кампании

- ✓ Звонки. Новый вид конверсии – Звонок с сайта (Отслеживание событий) (G.Adwords)
- ✓ Загрузки с сайта
- ✓ Заполненная форма
- ✓ Форма оплаты за вовлечение (от Google)
- ✓ Специальные предложения (Коллективные скидки)
- ✓ Продажи



Модель потребительского поведения





✓ Тизерные, товарные сети

✓ Специализированные площадки

✓ Медийный RTB

✓ Реклама в социальных сетях

✓ Email маркетинг

✓ Контекстная реклама

✓ Поисковое продвижение

✓ Медийный RTB

✓ Email маркетинг

✓ Контекстная реклама

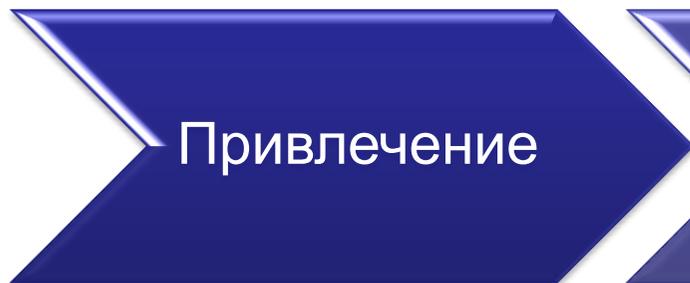
✓ Поисковое продвижение

✓ Ремаркетинг. Ретаргетинг

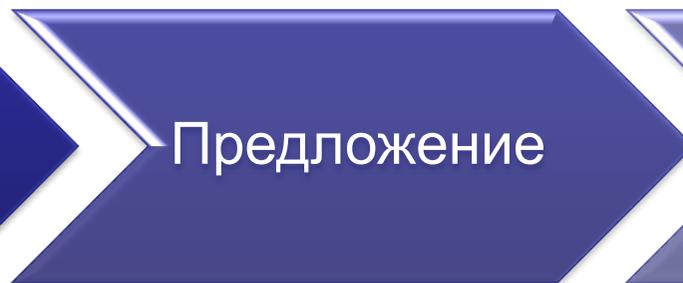
✓ Кросс-маркетинг

✓ Email маркетинг

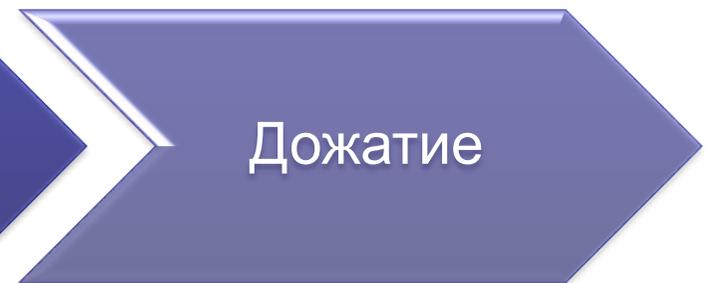
✓ Ремаркетинг. Ретаргетинг



Привлечение



Предложение



Дожатие

✓ CTR

✓ CPC

✓ CPC

✓ CPA

✓ CPA



Цель X Ситуация

Что нужно
пользователю?

Устройство
Местоположение
Время

**Более 5 видов контекстной
рекламы доступны уже
сегодня:**

- Ремаркетинг;
- Динамические объявления;
- Контекстно-медийный баннер;
- Контекстно-медийная сеть (КМС)
- Видеообъявления





- ✓Результат четко оговорен
- ✓Прозрачная отчетность
- ✓Имиджевый эффект

- ✓Посещения по запросам в виде названия сайта и/или компании. Бренда, ТМ и тд.

- ✓Большой потенциал роста трафика
- ✓Небольшая Возможность охватить весь ассортимент товаров и услуг
- ✓Меньшие сроки получения первых результатов

- ✓Звонок
- ✓Форма заказа
- ✓Интернет заказ
- ✓Оплата за потенциального клиента
- ✓Возможность охватить весь ассортимент товаров и услуг
- ✓Меньшие сроки получения первых результатов

Оплата по позициям

Брендовый трафик

Продвижение по трафику

SEO с оплатой за действия, или CPA-продвижение

Сегодняшние возможности

- ✓ Прямое предложение существующим клиентам
- ✓ Поэтапное привлечение
- ✓ Импульсный спрос
- ✓ Мобильный таргетинг
- ✓ Ретаргетинг



-CPC
-CPM



-CPC
-CPM



-CPC
-CPM

Гибкие возможности настройки таргетов по данным аудитории: по группам, социальной активности, данным профиля, по e-mail и телефонным номерам



✓Рекламная кампания таргетируется гораздо точнее, чем при традиционной технологии.

✓Рекламные показы выкупаются не тысячами и по одному.

✓Это позволяет существенно увеличить отклик пользователя на баннер, в том числе CTR.

✓RTB позволяет показывать пользователям меньшее количество рекламы, при этом сама реклама более релевантна их интересам и, таким образом, более полезна и менее раздражительна.





Анализируйте!

- ✓ Universal Analytics от Google
- ✓ Аналитика пользователей
- ✓ Бизнес-анализ, бизнес-аналитика.

Веб-аналитика становится полноценным инструментом бизнеса, напрямую связанным с бизнес-метриками.

Бюджет –оценивается раз в месяц минимум.

Под бюджет необходима отчетность на 2-3 уровня вниз:

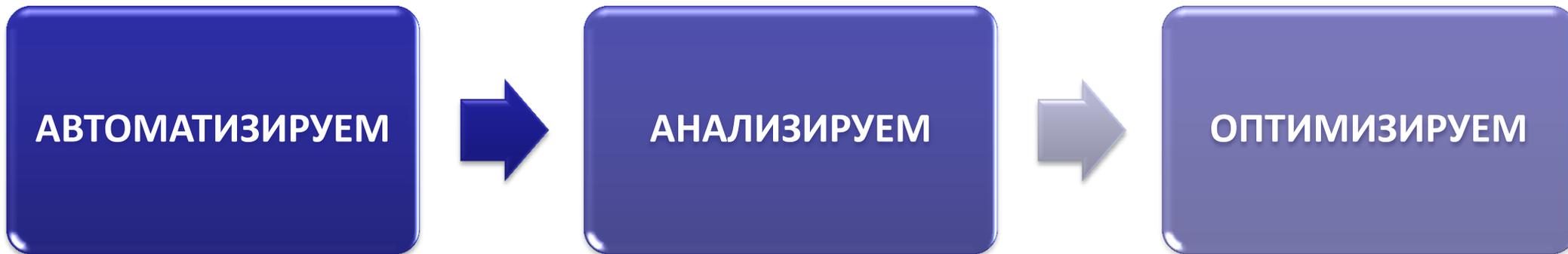
1. Еженедельная минимум.
2. Непротиворечивая.
3. Вплоть до отдельных акций.

Что может помешать выполнить бюджет?

Ошибка планирования.

- Отсутствие информации.
- Отсутствие статистики.
- Недооценка важных факторов.
- Внутренняя несогласованность бюджета.
- Отсутствие ресурсов.
- Конфликт интересов.
- И т.д.

Кампания не должна быть статичной. **Все изменяется.**



Применяйте новые технологии и будьте на шаг впереди!

Более 10 лет мы работаем над
сотнями проектов, чтобы
сегодня начать работу с Вами!

АННА ХРИСТЮК
ah@adlabs.com.ua

WWW.ADLABS.COM.UA