

Оценка результатов рекламной кампании в Интернет

Методы повышения конверсии посетителей в покупателей

Ростов-на-Дону, 2009

Оценка результатов рекламной кампании в Интернет

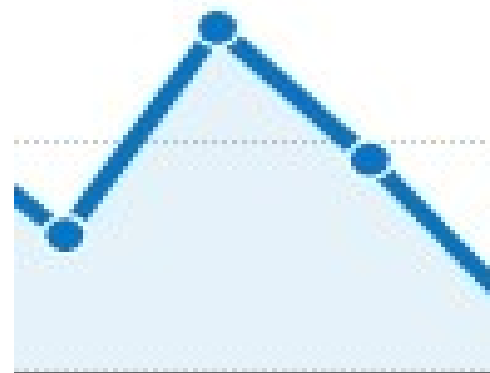
Оценка результатов

- Более половины клиентов оценивают эффективность рекламы по статистике сайта
- Только пятая часть клиентов анализируют продажи
- Узнаваемость почти не отслеживается



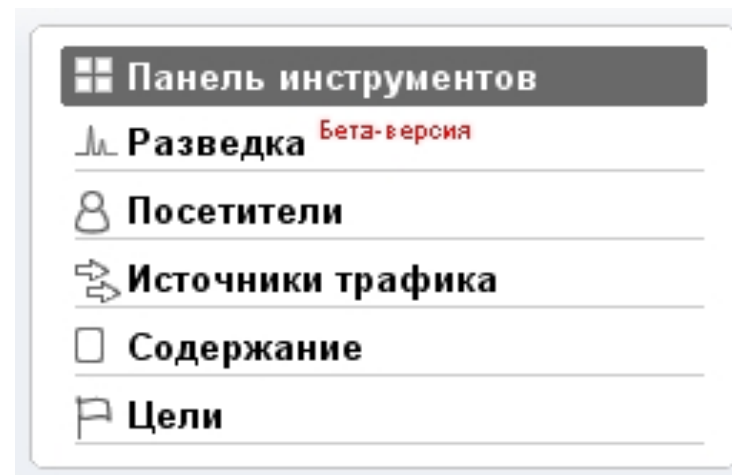
Посещаемость сайта - накрутки

- Роботы-кликеры
- Клики за услугу
- Клики на обманку



Анализ посещаемости сайта

- Динамика посещений
- Источники трафика
- Отказы
- Глубина просмотра
- Время на сайте
- Цель, конверсия
-



Анализ продаж

- Отслеживание обращений
- Отслеживание продаж
- Конверсия целей в продажи
- Опрос клиентов: что не так оффлайн

Типовая анкета

Действия

Наименование: Анкета для опроса по качеству Код: 000000001

Заголовок: Опрос по качеству обслуживания

Вступление: Уважаемые господа! Просим ответить вас на наши вопросы. Заранее благодарны.

Основная Состав вопросов Макет печатной формы анкеты

Разделы

Код Раздел

000000001	Информация об организации
000000002	Вопросы по качеству

Вопросы

Раздел	№	Вопрос	Обязат...
Информация об ...	1	Наименование контрагента	
Информация об ...	2	Тип контрагента	
Вопросы по каче...	3	Вопрос по качеству обслуживания	
Вопросы по каче...	4	Претензии по качеству обслуживания	

Печать Просмотр HTML ОК Записать Рассылка Закрыть

Анализ узнаваемости

- Используют крупные бренды
- Мониторинг до и после, учет доли интернет рекламы



Методы повышения конверсии посетителей в покупателей

Часть 1 - Анализ

Повышение конверсии: аудит

- Технический аудит
- Анализ текущего продвижения
- Анализ позиций сайта
- Анализ сайтов конкурентов
- Анализ оформления
- Анализ текстов
- Анализ навигации
- Анализ функциональности сайта

Технический аудит

- Частый отказ сервера
- Медленность работы сайта



Анализ продвижения

- Не определены цели **Яндекс**
- Ошибки выбора фраз
- Ошибки тегов
- Запрещенные методы
- Накрутки

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по не...](#)

Ключевые слова и словосочетания

Регионы **Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка**
[Уточнить регион...](#)

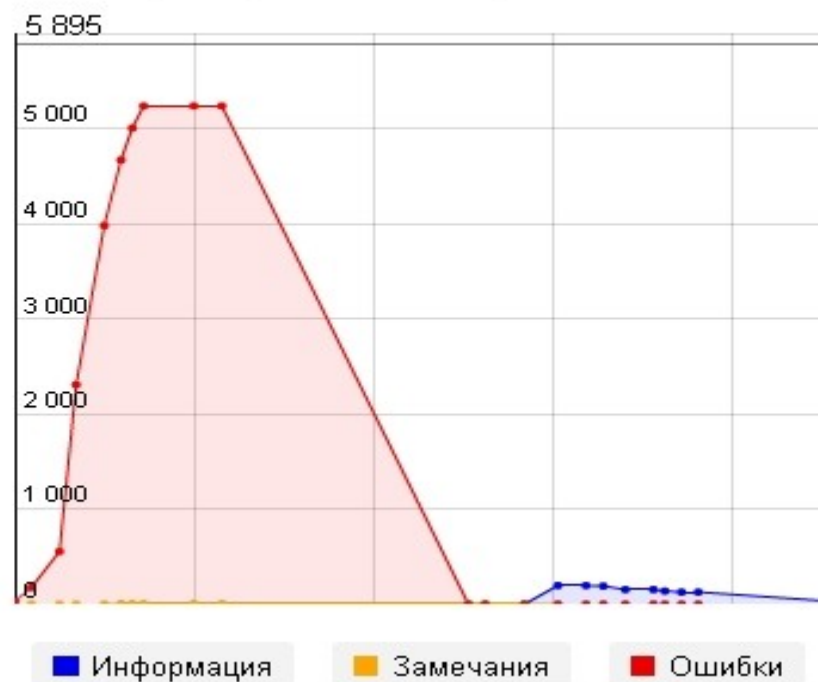
Что искали со словом «**медицина**» — 534833 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
медицина	534833
народная медицина	78829

Анализ позиций сайта

- Места в поисковых системах по фразам
- Проиндексированные страницы
- Ошибки в сайте

Число страниц, исключённых роботом



Анализ сайтов конкурентов

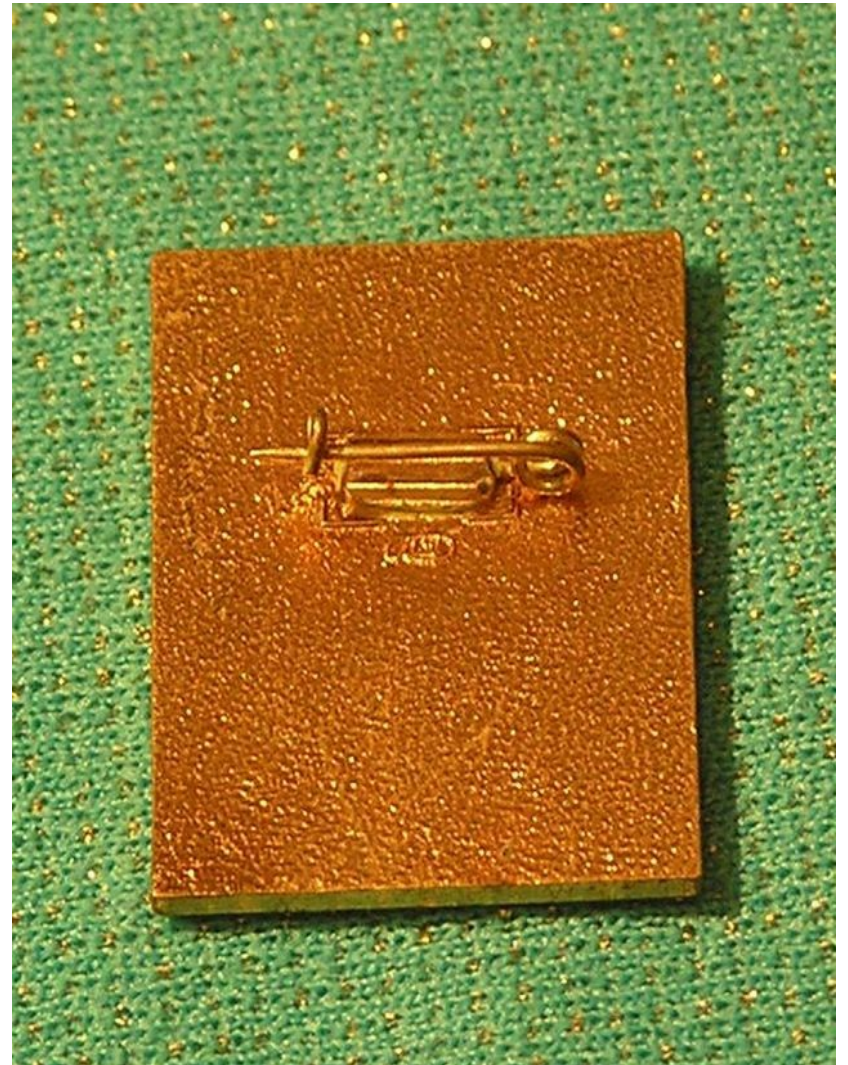
- Позиционирование
- Полезные решения
- Методы продвижения

N	Конкуренты	Видимость	ТИЦ
1		21.875	
2	stergo.ru/partnership/	1.8	
3	forum.mnpo.ru/index.php?showtopic=442&st=0&start=0	1.48	
4	online-obuv.ru/	1	
5	sputnik-n.ru/news/otkrylsya-magazin-nemeckoj-i-anglijskoj	0.85	
6	www.openbusiness.ru/html/main_business_n.htm	0.8	
7	www.biznet.ru/topic31887.html	0.8	
8	www.bi-plan.ru/catalog/torgovlja/biznes_plan_obuvnogo_r	0.68	
9	www.autoshire.ru/?p=165	0.6	
10	www.rtu.ru/m_20081114140155	0.54	

ТОП10 Только лучшие Яндекс Рамблер Google

Анализ оформления

- Впечатление
- Удобство чтения
- Браузеры
- Разрешения экрана



Анализ текстов

- Полезность
- Беглое ознакомление
- Для людей и поисковых машин

Стоит отметить, каковы разрешение матрицы и ее размер. 8-мегапиксельная матрица размером 1/2,35 дюйма позволяет делать снимки с максимальным разрешением 3264x2448 пикселей. Функция Digital Shake Reduction использует большие значения ISO для подавления дрожания рук, то есть уменьшает выдержку в условиях низкой освещенности. Оптическое увеличение трехкратное. Возможности оптического и цифрового зума можно оценить по фото.

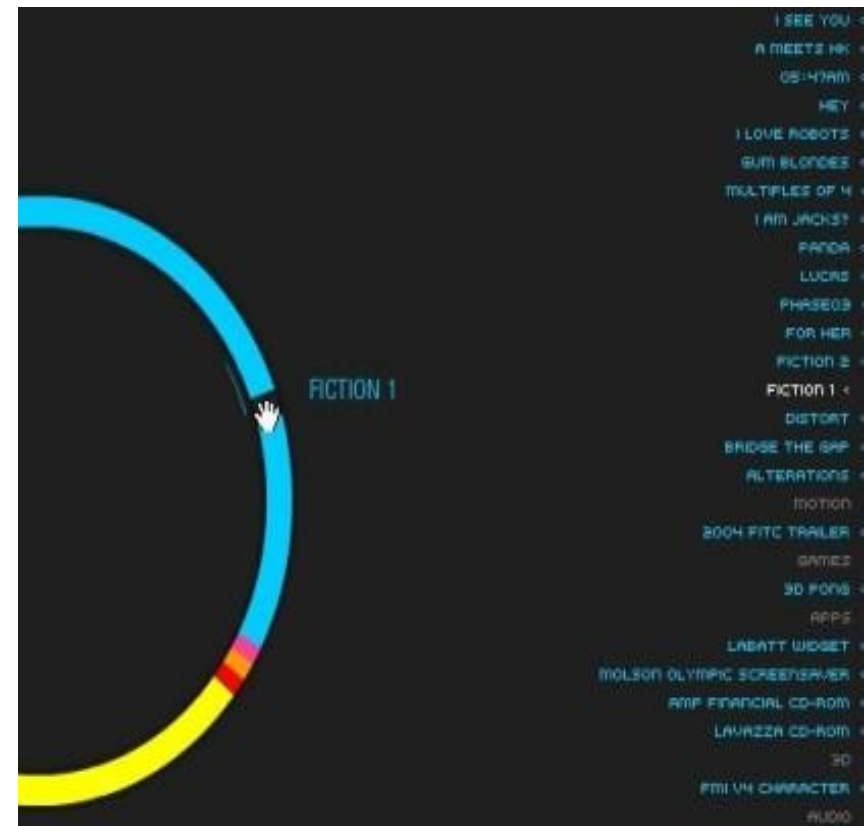
Наряду с функцией макросъемки существует и супермакро. Для такой оптики минимальное расстояние фокусировки в 5 см является хорошим показателем. Существует несколько установок фокусировки: автофокус, уже упомянутые макро и супермакро, бесконечность, панфокус и ручная фокусировка. Панфокус пригодится в сложных условиях съемки — в полной темноте, например, когда не знаешь точного расстояния до объекта съемки. В Pentax M40 полностью отсутствует ручная подстройка выдержки и диафрагмы, но это я не отнес бы к минусам, так как этот фотоаппарат по своей сути создан не для экспериментов, а для комфортной съемки. И пару слов о памяти. Собственной памяти у камеры не много — чуть менее 22 Мб. И снова-таки покупка карточки формата SD или SDHC — первоочередная задача. Причем, если вы планируете снимать много видео (а этой функции камера тоже не лишена), то карту придется покупать очень емкостильную, так как 1 секунда видео, снятого M40, будет занимать целый мегабайт. И все оттого, что запись ведется в Motion JPEG. Размер одной фотографии наивысшего разрешения и наилучшего качества около 3-3,5 Мб, хотя невооруженный глаз не заметит разницы между одной звездой качества и тремя (качество в этом аппарате измеряется в звездах). Нельзя не сказать, что присутствует функция диктофона. Одна минута диктофонной записи занимает порядка 1,3 Мб памяти, что не так уж много на первый взгляд. Правда, качества записи от битрейта 176 Кбит/сек. я ожидал лучшего. Но и тут производителя можно оправдать. Это не диктофон, не мобильный телефон, не акустическая система, а цифровой фотоаппарат.

Перейдем к обзору меню Pentax M40. Всего этих режимов 15: Auto Picture, программный, ночная съемка, видео, аудиозапись, пейзаж, цветы, естественный цвет, пляж и снег, спорт, Digital SR (сумерки), дети, домашние животные, натюрморт и фото в рамке. На самом деле их несколько больше. Режим естественный цвет дополняется подрежимом портрет. Также существует зеленый режим, который вызывается зеленой кнопкой. При нажатии на нее камера переходит в режим съемки со стандартными установками, не зависящими от настроек пользователя. Это очень удобно.



Анализ навигации

- Интуитивность
- Привычность
- Альтернативность



Анализ функциональности

- Достаточность сервисов
- Качество исполнения

до 51000 \$ ← \$

Год выпуска 2001 — 2001

Продавец Любой

Объявления За все время

фото

игателя, л

руб.

Найти объявление

Цена	▼ Цена, руб.	Год	Пробег, км
	51 000	2001	69 000

Методы повышения конверсии посетителей в покупателей

Часть 2 - Методы

Повышение конверсии: как

- Цели
- Дизайн
- Навигация
- Тексты
- Доверие

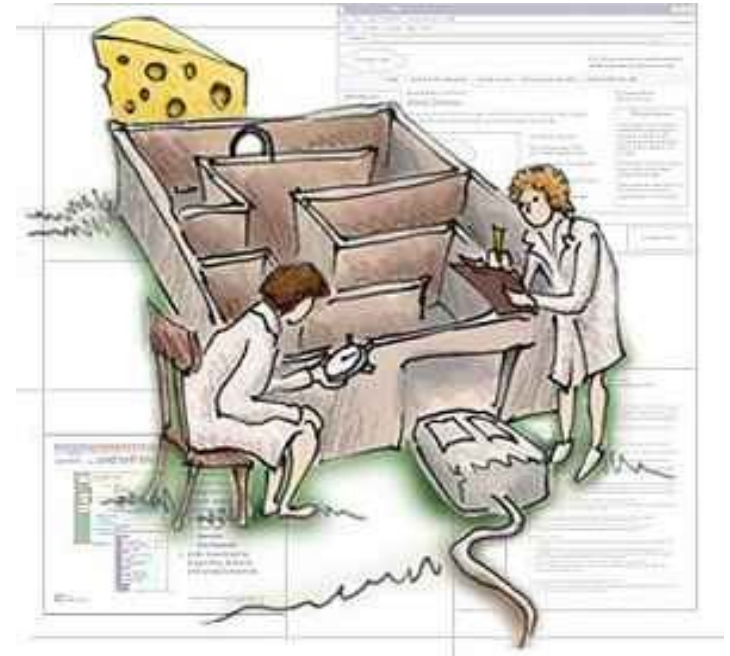
Ясные Цели

- Определить главную цель сайта
- Определить главное ожидаемое действие
- Придумать понятный призыв к действию
- Сократить путь посетителя от попадания на сайт до этого действия



Работающий Дизайн

- Привлекательный (НЕ понты, перегруженные ненужной графикой)
- Понятный
- Узнаваемый



Интуитивная Навигация

- Чаще стандартная
- Учитывает привычки ЦА
- Блоки навигации визуально разделены
- Дает понять Где Я сейчас



Продающие тексты

- Грамотный копирайтер
- Тестирование на ЦА
- Использование графиков, таблиц, мультимедиа



Доверие

- Портфолио
- Рекомендации клиентов



Контакты

г. Ростов-на-Дону

ул. Ивановского, 40,
оф. 31

тел (863) 291-33-13

www.mediaart.ru

