



WEBPROFITERS
ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

Развиваем **Ваш Бизнес**
в Интернете

Создание эффективного бизнес-сайта

Андрей Юнисов
Генеральный директор

Что такое сайт?

- **Сайт** – набор веб-страниц, изображений и других цифровых носителей информации, которые объединены между собой общим доменным именем (или IP-адресом)
- **Бизнес-сайт** – предоставляет информацию о компании посетителям и несет в себе продающую или сервисную функцию для бизнеса
- **Эффективный** бизнес-сайт – главный маркетинговый инструмент компании в Интернете, который выполняет цели и задачи, поставленные перед ним бизнесом



Типовые цели бизнеса для сайта

- Представительство бизнеса в Интернете
- Информация для посетителей
- Привлечение потенциальных клиентов
- Продажа онлайн



Эффективный сайт должен:

- 1) Являться полноценным отображением деятельности компании в Интернете
- 2) Нести информацию о продуктах компании, привлекая потенциальных клиентов
- 3) Конвертировать посетителей в клиентов (продавать)

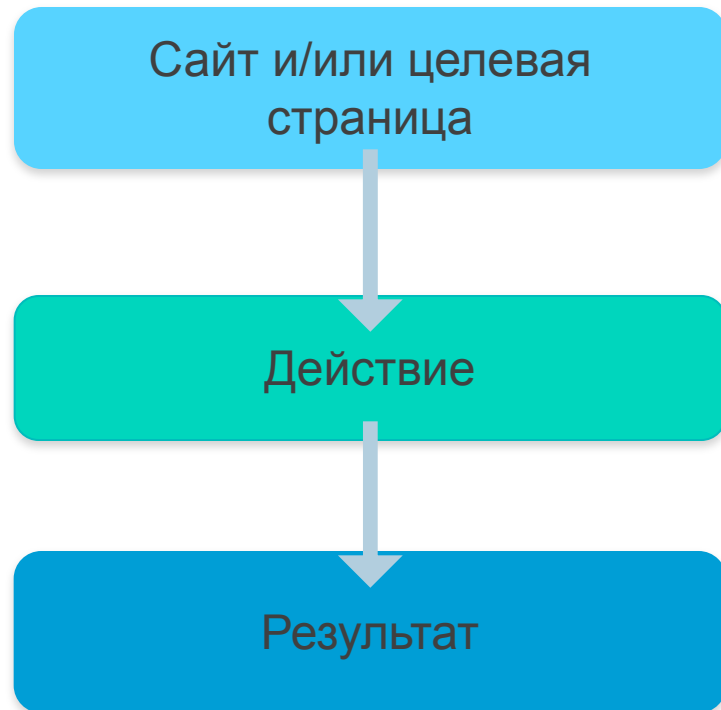
Модели бизнес-процессов работы с клиентом

- 1) **Работа с посетителем онлайн**, быстрая покупка с сайта или по телефону – b2c, розница и т.д.
- 2) **Перевод посетителя в оффлайн-общение** и продолжение процесса продажи – b2b, товары с долгим циклом продажи
- 3) **Комбинация** 1 и 2 варианта

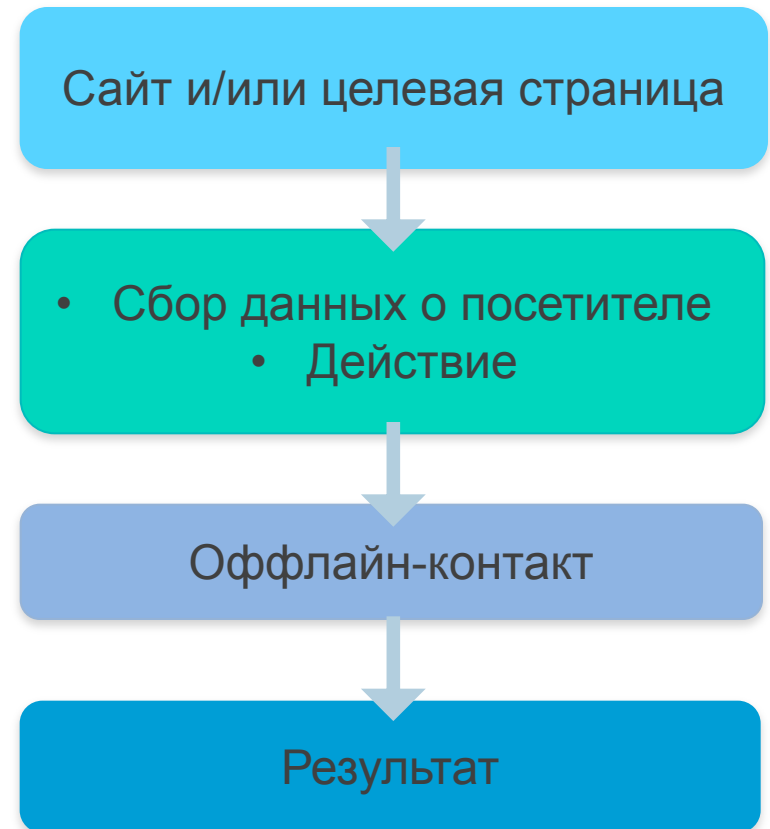
Необходимо произвести анализ продаваемых товаров\услуг, **протестировать различные модели** и выбрать наиболее эффективную

Процесс работы моделей бизнес-процессов

- Онлайн (модель 1)



- Оффлайн (модель 2)



Целевые действия посетителя на сайте

- Получение контактной информации
- Запрос информации онлайн (форма, e-mail)
- Загрузка материалов (каталог, прайс-лист)
- Покупка онлайн



После формирования целевых действий необходимо продумать **целевые страницы и функциональные элементы (Action Blocks)**, на которых посетитель будет выполнять приведенные целевые действия

Типовые целевые страницы сайта

- Продуктовая страница
- Страница контактов
- Форма ввода информации (запрос, загрузка, подписка)
- “Thank you page” (последняя страница корзины заказа)

На таких страницах **необходимо:**

- **Выставлять цели счетчиков статистики**
- **Отслеживать «карту кликов»** для анализа их эффективности



Некоторые примеры целевых страниц



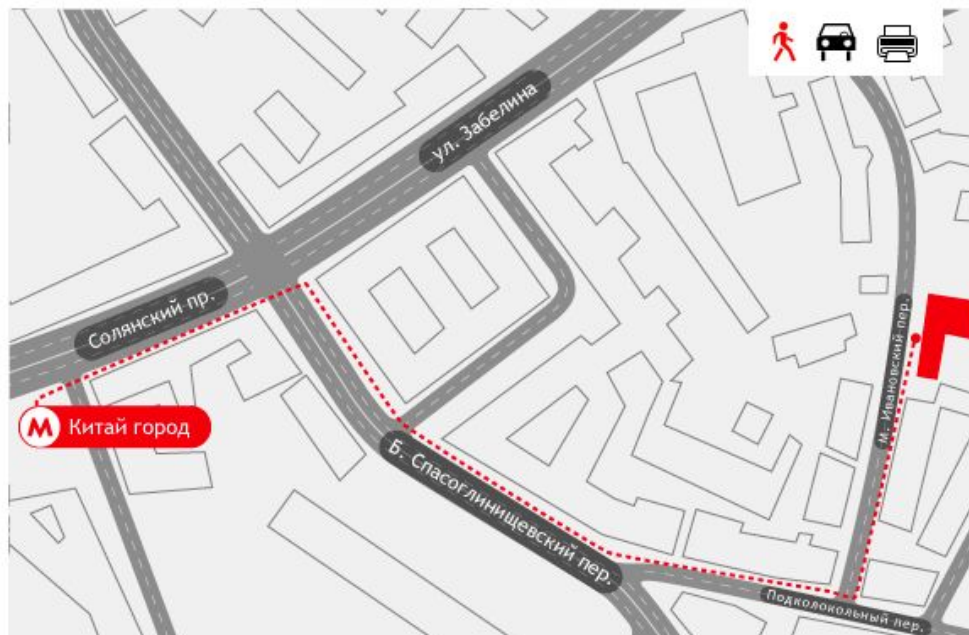
109028, Москва,
Малый Ивановский Переулок, дом
9, корпус 3

Email: info@aureolecap.ru

Телефон: +7 (495) 783 87 84

Факс: +7 (495) 625 69 96

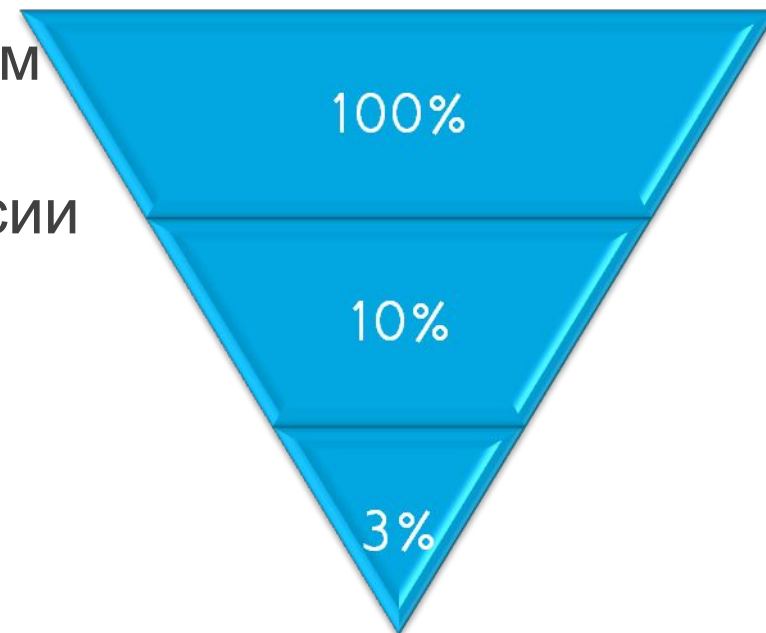
Контакты —



Конверсионный тоннель сайта

- **Конверсия** – выполнение посетителем цели сайта
- Измеряется коэффициентом конверсии CR
(CR = число посетителей, достигших цель/общее число посетителей)
- **Эффективность сайта** не в красоте дизайна, в высоком значении CR

Для того, чтобы CR сайта был высок **необходимо заранее спроектировать конверсионные тоннели** – пути, которые пользователь проходит от точки входа на сайт до выполнения цели на сайте



Принципы построения конверсионного тоннеля

- Задача «maxim» - **максимум информации за минимальное число кликов** до целевой страницы
- Тоннель должен позволять двигаться по нему вперед с помощью **Call-To-Action элементов**
- Максимально **быстрое и простое возвращение посетителя в тоннель** при выходе из него
- **На каждой странице тоннеля – возможность совершить целевое действие** посредством Action Block

Примеры Call-To-Action



Parallels в мире | Контакты | Мой профиль | Подписка | Вакансии | О компании

Главная | Новости | Решения | Продукты | Партнеры | Сообщество | Скачать | Поддержка | Магазин

Поиск

Parallels

Parallels®

danhaus .de .dk




Das Energiesparhaus

Наш телефон в Москве:

450-11-89
8(905) 795-42-10



Наши дома | Галерея | Технологии | Виртуальный тур | Почему Danhaus? | О нас

Конструктор



Danhaus®

- Дом Вашей Мечты

- Индивидуальные пожелания клиента в проектировке дома
- Высокое качество и технологичность постройки
- Беспрецедентная гарантия на 10 лет
- Конкурентная и неизменяемая цена проекта
- Экологически чистые материалы и энергосберегающие технологии
- Новоселье через 3 месяца после начала проектирования
- Строительство ведется круглогодично

Посетите наши
выставочные дома

















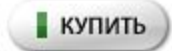



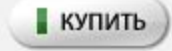
Примеры Action Block

равное копирование данных —
ательная часть любого
фного плана.

ОТЗЫВЫ наших клиентов

никс — очень надежная
ания. Никаких проблем
тингом у нас не возникало.
не внимательное отношение
ентам как со стороны
ансовых, так и со стороны
ических служб. Реальная
тосуточная поддержка.
кой бюрократии в решении
ляющих вопросов. Спасибо
никсу за качественный сервис.

*Алексей Карымов
Компания «ИТ-Сервис»*

 Производитель сервера			
 Дата-центр	Дата-центр M1, Москва, Варшавское ш., д. 125		
 Регистрация или перенос домена	.RU .COM — 399 руб./год		
 SSH-root доступ			
 Панель управления	 		
 Техническая поддержка	Круглосуточная тех. поддержка по телефону и электронной почте		
 Цена (руб./мес.) *	от 999	от 1499	от 1999
 Linux			
 Windows®			

Некоторые ошибки проектирования

- **Активная и явная возможность** для посетителя **вернуться назад** по тоннелю
- Размещение на страницах тоннеля **больших по размеру файлов** (видео, флэш и др.)
- **Отвлечение** посетителя на целевых страницах **от совершения целевого действия** (напр. – постановка баннера на странице формы заказа)

Вводные данные для переработки существующих сайтов

- Анализ «**карты кликов**» (пост-кликерный анализ)
- Популярные **страницы входа\выхода**
- Анализ данных о **текущих посетителях**
 - Размер экрана
 - ОС и браузер
 - Скорость соединения
 - Текущая нагрузка сайта
- Технические аспекты и **ХОСТИНГ** важны – скорость загрузки страниц влияет на конверсию

Порядок проектирования

- 1) Цели бизнеса
- 2) Выбор модели работы (онлайн\оффлайн)
- 3) Целевые действия посетителя
- 4) Целевые страницы
- 5) Точки входа на сайт (в тоннель)
- 6) Проектирование конверсионных тоннелей
- 7) Action Blocks
- 8) Call-To-Action элементы

Как померить эффективность сайта?

• Бизнес-метрики

- 1) Продажи в единицах\в деньгах
- 2) RPV (средний доход на посетителя)
- 3) RPC (средний доход на клиента)
С каждого канала привлечения посетителей

• Трафик-метрики

- 1) Уникальные посетители
- 2) Число просмотренных страниц и
среднее время на странице
- 3) CPV (затраты на 1 посетителя)
С каждого канала привлечения посетителей

• Конверсионные метрики

- 1) Общий CR сайта (клиенты\посетители)
- 2) CR для каждого типа цели
С каждого канала привлечения посетителей



Наш подход к созданию сайтов

1) Объективность

Хороший сайт характеризуется количеством клиентов, которых он привел, а не красотой картинок и длиной текстов, которые расположены на нем

2) Порядок действий

Сначала нужно создать эффективный сайт, а уже потом привлекать на него посетителей

3) Тестирование

Управление процессом изменения элементов на сайте необходимо производить на основе цифр, а не предположений или домыслов

Спасибо за внимание!
Вопросы?

Андрей Юнисов
andrey@webprofiters.ru
+7 (903) 783-6448