



□ Показатели эффективности интернет проектов в системе электронной коммерции.

Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций (операция перевода, вывода, ввода денежных средств на счёт).



К электронной коммерции относятся:

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT),
- электронную торговлю (англ. e-trade),
- электронные деньги (e-cash),
- электронный маркетинг (e-marketing),
- электронный банкинг (e-banking),
- электронные страховые услуги (e-insurance).



KPI



KEY
PERFORMANCE
INDICATOR

KPI – это легко измеримое число или точка данных, используемая для оценки эффективности относительно достижения какой-либо цели. Количество показателей, которые необходимо отслеживать зависит от того, каких целей требуется достичь.



**What
are
KPI's
and why do
they matter?**



К синтетическим относят:

- CPC (Cost Per Click) — сумма, которую рекламодатель платит поисковым системам и другим интернет-издателям за один клик по его рекламе, который принес одного пользователя на его сайт. Рекламная модель с оплатой за клик называется PPC (Pay Per Click). **CPC = расход / количество кликов.**
- CPM (Cost Per Mille (Millenium)) — модель взаимоотношений с рекламодателем, которая предусматривает фиксированную оплату за тысячу показов рекламного объявления. **CPM = расход / количество показов x 1000.**
- CTR (Click Through Rate) — отношение числа кликов по рекламному объявлению к числу показов. Измеряется в процентах. **CTR = количество кликов / количество показов x 100%.**
- Объем трафика — количество трафика (клики, визиты) за определенный промежуток времени.
- Показатель отказов (Bounce Rate) — процент пользователей, которые при посещении сайта просмотрели только одну страницу. Позволяет оценить качество трафика и его источников. **Bounce Rate = количество посетителей просмотревших одну страницу / количество посетителей x 100%.**
- Время на сайте — время, проведенное пользователем на сайте в рамках одного визита.
- Глубина просмотра — среднее число страниц, просмотренных в рамках одного визита посетителем сайта. **Глубина просмотра = количеству просмотренной информации.**
- Коэффициент конверсии (Conversion Rate) — отношение числа посетителей, которые совершили целевое действие (заполнили форму, совершили покупку, подписались на рассылку и т. п.) к общему числу посетителей, выраженное в процентах. **CR = количество целевых визитов / общее количество визитов x 100%.**

К бизнес показателям относятся:

- CPO (Cost Per Order) — стоимость привлечения одного заказа. Соотношение маркетинговых затрат, связанных с реализацией, к числу полученных заказов. **CPO = расход на привлечение / количество заказов.**
- CPA (Cost Per Action) — стоимость результативного действия посетителя сайта. Также используется для обозначения модели оплаты интернет-рекламы, при которой оплачиваются только определенные действия пользователей на сайте рекламодателя. **CPA = расход / количество целевых действий.**
- LTV (Lifetime Value) — совокупная прибыль компании, получаемая от одного клиента за все время сотрудничества с ним. Выражается в денежных единицах. **LTV = доход от клиента — затраты на привлечение и удержание клиента.**
- AOV (Average Order Value) — средний размер заказа или средний чек, отношение совокупного дохода от продаж к количеству заказов. **AOV = доход / количество заказов.**
- SAC (Customer Acquisition Cost) — отношение затрат на маркетинговую кампанию, направленную на привлечение новых клиентов, к количеству новых клиентов за определенный период. **SAC = затраты на привлечение новых клиентов / количество новых клиентов.**
- Маркетинговый ROI (Return On Investment) или ROMI (Return on Marketing Investment) — процент возврата вложенных в маркетинг инвестиций. **ROI = (доход, полученный благодаря маркетинговому мероприятию — расходы на маркетинговое мероприятие) / расходы на маркетинговое мероприятие x 100%.**

- Revenue — доход, полученный от продаж товаров или оказания услуг за определенный период времени. **Revenue = количество проданных товаров x цена.**
- Profit — разница между выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции или услуги. **Profit = доход от реализации (Revenue) — расходы.**

