



Стратегия эффективного присутствия в интернете

Докладчик: Борисов Андрей, проект-менеджер МГ «Текарт»

КРІ интернет-маркетинга. Систематизация. Примеры методик оценки качества.



маркетинговая группа



Университет Текарт



Группы КРІ

- посещаемость
- качество трафика
- дружелюбность поисковым машинам
- обратная связь
- имидж
- объем работы, контент
- консалтинг



Варианты сегментации KPI

1. Каналы продвижения
(SEO, SMM, Реклама, PR & Advertorial, Email-маркетинг, непоисковое продвижение)
2. Товарные группы/направления бизнеса/логические группы семантического ядра.
3. Время - рабочее/нерабочее, рабочие дни/выходные.
4. География
5. Соцдем портрет



Посещаемость

- целевое абсолютное значение
- абсолютная динамика
- динамика относительно тренда рынка и конкурентов
- рекламный трафик
- нерекламный трафик
- поисковый трафик (органическая выдача)
- поисковый трафик (картинки, видео, локальный поиск, тематический поиск и т.д.)



Качество трафика, конверсия, usability

- среднее кол-во страниц, просмотренных одним посетителем
- среднее время нахождения на сайте
- показатель "отказов" (G.A)
- показатель конверсии (G.A)
- ценность целей (G.A)
- новые посещения (G.A)
- процент выходов после поиска (G.A)
- конверсия трафика в обращения
- конверсия посетителей с рассылки в покупателей
- конверсия участников акций и конкурсов в покупателей
- конверсия отложенных товаров в добавление в корзину
- конверсия заполненных корзин в отправленные заказы
- CPC, CPM, CPA
- стоимость обращения
- стоимость клиента
- количество просмотренных товаров перед заказом



Дружественность поисковым машинам

- кол-во фраз в семантическом ядре
- видимость сайта по группе индикативных запросов
- кликабельность на различных позициях органической выдачи по группе индикативных запросов
- кол-во проиндексированных страниц
- глубина индексации
- скорость индексации
- частота посещения сайта роботом
- кол-во ссылающихся страниц
- Google-PR
- Yandex-ТИЦ
- кол-во дубликатов страниц
- кол-во ошибок индексации



Обратная связь

- кол-во обращений со всех форм обратной связи (запрос на услуги, заказ, покупка, консультация, потенциальное партнерство, регистрация и т.д.)
- кол-во скачанных и просмотренных файлов, связанных с коммерческой деятельностью (КП, договора и т.д.);
- кол-во телефонных звонков
- кол-во переговоров
- кол-во подписчиков
- кол-во продаж
- кол-во обращений по e-mail, ICQ, Skype и т.д.
- объем продаж
- средний чек
- доля повторных продаж



Имидж

- цитируемость брендов - компания, товары, услуги
- популярность брендов по статистике запросов поисковых систем
- заполненность положительными материалами ТОПов в поисковой выдаче
- кол-во негативной информации, её доля в позитивной и нейтральной
- кол-во обращений со стороны СМИ (комментарии, интервью, статьи и т.д.)



Объем работы, контент

- кол-во и качество созданных материалов (копирайтинг, рерайтинг)
- кол-во созданных и размещенных PR-материалов (статьи, пресс-релизы и т.д.)
- кол-во тематических площадок, на которых поддерживается актуальная информация
- кол-во проставленных метатегов
- кол-во размещенных ссылок
- кол-во проведенных аудитов (сайт, usability, цены, отдел продаж, конкуренты и т.д.)
- кол-во проведенных usability-тестирований
- кол-во подготовленных отчетов
- кол-во подготовленных e-mail и SMS-рассылок
- кол-во проведенных акций и конкурсов
- кол-во тендеров, в которых было принято участие



Консалтинг

- кол-во рекомендаций по доработке сайта и usability
- кол-во рекомендаций по ценовой политике
- кол-во рекомендаций по подготовке и размещению материалов
- кол-во рекомендаций по разработке и корректировке маркетинговой стратегии
- кол-во разработанных акций, конкурсов и спецпредложений
- кол-во рекомендаций по выявлению и трансляции инфоповодов в Интернете
- кол-во рекомендаций по работе отдела продаж
- кол-во рекомендаций по распределению маркетингового/рекламного бюджета в Интернете



Новый интернет-магазин

«Total Energy» — генераторы и электростанции (www.total-energy.ru)

Основные КРІ

Посещаемость

- целевое абсолютное значение
- рекламный трафик
- нерекламный трафик
- поисковый трафик (органическая выдача)

Качество трафика, конверсия, usability

- конверсия трафика в обращения
- стоимость обращения

Дружественность

поисковым машинам

- кол-во фраз в семантическом ядре
- кол-во проиндексированных страниц
- Google-PR
- Yandex-ТИЦ

Обратная связь

- кол-во обращений со всех форм обратной связи (запрос на услуги, заказ, покупка, консультация, потенциальное партнерство, регистрация и т.д.)
- кол-во телефонных звонков
- объем продаж



Давно продвигаемый проект

ГК «МИР ПОТОЛКОВ» - подвесные и натяжные потолки (www.potolki.ru)

Основные KPI

Посещаемость

- динамика относительно тренда рынка и конкурентов
- рекламный трафик
- нерекламный трафик
- поисковый трафик (органическая выдача)

Качество трафика, конверсия, usability

- среднее кол-во страниц, просмотренных 1 посетителем
- среднее время нахождения на сайте
- показатель "отказов" (G.A)
- новые посещения (G.A)
- конверсия трафика в обращения
- CPC, CPM, CPA
- стоимость обращения

Дружественность

поисковым машинам

- видимость сайта по группе индикативных запросов
- кликабельность на различных позициях органической выдачи по группе индикативных запросов

Обратная связь

- кол-во обращений со всех форм обратной связи (запрос на услуги, заказ, покупка, консультация, потенциальное партнерство, регистрация и т.д.)
- кол-во скачанных и просмотренных файлов, связанных с коммерческой деятельностью (КП, договора и т.д.);
- кол-во телефонных звонков
- доля повторных продаж



Давно продвигаемый проект

ГК «МИР ПОТОЛКОВ» - подвесные и натяжные потолки (www.potolki.ru)

Основные КРІ

Имидж

- цитируемость брендов - компания, товары, услуги
- популярность брендов по статистике запросов поисковых систем
- кол-во негативной информации, её доля в позитивной и нейтральной

Объем работы, контент

- кол-во и качество созданных материалов (копирайтинг, рерайтинг)
- кол-во созданных и размещенных PR-материалов (статьи, пресс-релизы и т.д.)
- кол-во тематических площадок, на которых поддерживается актуальная информация

Консалтинг

- кол-во рекомендаций по доработке сайта и usability
- кол-во рекомендаций по подготовке и размещению материалов
- кол-во рекомендаций по разработке и корректировке маркетинговой стратегии
- кол-во разработанных акций, конкурсов и спецпредложений
- кол-во рекомендаций по выявлению и трансляции инфоповодов в Интернете
- кол-во рекомендаций по работе отдела продаж
- кол-во рекомендаций по распределению маркетингового/рекламного бюджета в Интернете



PR-проект

Международный архитектурный конкурс «Офисное пространство: креатив, технологии, инновации» (www.archiconcurs.ru)

Основные KPI

Посещаемость

- целевое абсолютное значение посещаемости
- абсолютная динамика посещаемости

Качество трафика, конверсия, usability

- среднее время нахождения на сайте
- новые посещения (G.A)

Дружественность поисковым машинам

- видимость сайта по группе индикативных запросов
- Yandex-ТИЦ



PR-проект

Международный архитектурный конкурс «Офисное пространство: креатив, технологии, инновации» (www.archiconcurs.ru)

Основные KPI

Имидж

- цитируемость брендов - компания, товары, услуги
- популярность брендов по статистике запросов поисковых систем
- заполненность положительными материалами ТОПов в поисковой выдаче
- кол-во негативной информации, её доля в позитивной и нейтральной
- кол-во обращений со стороны СМИ (комментарии, интервью, статьи и т.д.)

Объем работы, контент

- кол-во и качество созданных материалов (копирайтинг, рерайтинг)
- кол-во созданных и размещенных PR-материалов (статьи, пресс-релизы и т.д.)
- кол-во тематических площадок, на которых поддерживается актуальная информация
- кол-во размещенных ссылок
- кол-во проведенных акций и конкурсов

Консалтинг

- кол-во рекомендаций по подготовке и размещению материалов
- кол-во разработанных акций, конкурсов и спецпредложений
- кол-во рекомендаций по выявлению и трансляции инфоповодов в Интернете
- кол-во рекомендаций по распределению маркетингового/рекламного бюджета в Интернете



Контентный проект

"ПРАЙМ-ТАСС" - агентство экономической информации (www.prime-tass.ru)

Основные КРІ

Посещаемость

- динамика относительно тренда рынка и конкурентов
- поисковый трафик (органическая выдача)
- поисковый трафик (картинки, видео, локальный поиск, тематический поиск и т.д.)

Качество трафика, конверсия, usability

- среднее кол-во страниц, просмотренных одним посетителем
- среднее время нахождения на сайте
- показатель "отказов" (G.A)
- процент выходов после поиска (G.A)

Дружественность поисковым машинам

- кол-во фраз в семантическом ядре
- кол-во проиндексированных страниц
- глубина индексации
- скорость индексации
- частота посещения сайта роботом
- кол-во ссылающихся страниц
- Google-PR
- Yandex-ТИЦ
- кол-во дубликатов страниц
- кол-во ошибок индексации

Имидж

- цитируемость брендов - компания, товары, услуги
- популярность брендов по статистике запросов поисковых систем



Контентный проект

"ПРАЙМ-ТАСС" - агентство экономической информации (www.prime-tass.ru)

Основные KPI

Объем работы, контент

- кол-во тематических площадок, на которых поддерживается актуальная информация
- кол-во проставленных метатегов
- кол-во размещенных ссылок
- кол-во проведенных аудитов (сайт, usability, цены, отдел продаж, конкуренты и т.д.)
- кол-во проведенных usability-тестирований
- кол-во подготовленных отчетов

Консалтинг

- кол-во рекомендаций по доработке сайта и usability
- кол-во рекомендаций по разработке и корректировке маркетинговой стратегии
- кол-во рекомендаций по распределению маркетингового/рекламного бюджета в Интернете





Спасибо за внимание. Пожалуйста, вопросы.

Борисов Андрей проект-менеджер
Маркетинговая группа "Текарт"
e-mail: borisov@techart.ru
web: www.techart.ru
tel: (495) 790-7591 (доб. 118Ъ)

