

Словарь маркетолога

То, что вы обязаны понимать

1. Общие понятия в маркетинге

FACEBOOK 0-100

ЦА — целевая аудитория. Люди, которые связаны между собой интересами, геолокацией, полом, возрастом и тп. Им мы показываем рекламу и мы всегда изучаем и анализируем тех, кому она будет показана. Создаем ее на основе наших гипотез, или получая данные от владельца бизнеса или существующих клиентов

Трафик — суммарное количество переходов на наш сайт, лендинг или аккаунт в социальных сетях из любых источников

Лиды — потенциальные клиенты для нашего бизнеса, которые уже проявили интерес к продукту в виде оставленного контакта, звонка по телефону, заявки на сайте и т.д.

Оффер (УТП) — ваше уникальное торговое предложение, которое раскрывает суть вашего продукта и полезность для конечного покупателя другими словами — это большая причина купить

Лидогенерация — процесс запуска рекламы с целью получения заявок от ЦА

Воронка продаж — это путь клиента от первого контакта с нами до совершения первой и последующих покупок

Конверсия (сокр. CV) – это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах (например 3 из 100 посетителей сайта оставили заявку, значит конверсия 3%)

SMM (Social Media Marketing) — продвижение товаров и услуг в социальных сетях

FACEBOOK 0-100

MindMap (смысловая карта) — сервисы для создания схем вашего проекта. Очень удобно на стадии планирования

Делегировать — снять с себя выполнение задачи и передать её другому исполнителю, который сделает это за тебя (делегировать мелкие задачи можно помощнику, фрилансерам или подрядчикам)

Лендинг — одностраничный сайт в интернете, чаще всего используется для сбора заявок от клиентов или играет имиджевую роль

Боли — проблемы или сложности, которые есть в жизни клиента сейчас и которые являются истинной причиной его желания купить тот или иной продукт, чтобы решить свою задачу

Выгоды — то, что клиент получит от покупки именно нашего продукта, именно у нас и прямо сейчас; суть того, как улучшится его жизнь

2. Сайты

FACEBOOK 0-100

Критерии принятия решения — элементы, которые влияют на решение клиента; по-сути то, что именно он сравнивает и что для него самое главное для выбора, с кем работать

Фразы-клише — заезженные формулировки, которые никто не воспринимает всерьёз (пример, «лучшие цены» или «многолетний опыт»); их лучше не использовать вообще и заменить на конкретику

Триггеры — слова или предложения, которые включают внимание человека и активируют желание купить (пример «Завтра цена повысится на 30%» или «Осталось 4 места»); триггеры должны привлекать внимание и быть правдивыми

СТА (call to action) — призыв к действию (например, «Скачайте каталог» или «Запишитесь на пробный урок»); логичное следующее действие, которое должен сделать человек после просмотра вашего сайта или предложения; СТА обязательно должен быть после каждого смыслового блока – это повышает конверсию и вероятность получения контактов потенциального клиента

Дескриптор — одно предложение с ответом на вопрос «Вы кто?», чтобы посетители вашего сайта или страницы в соц. сетях сразу понимали, куда они попали; рекомендуем использовать до 7 слов в дескрипторе (пример: Производство и оптовая продажа женской одежды, Интернет- магазин оригинальной техники Apple)

FACEBOOK 0-100

Прототип — макет вашего сайта, который четко показывает расположение текстов, блоков и картинок.

Страница «Спасибо» — отдельная страница вашего сайта, куда попадает клиент после того, как оставил заявку на основном лендинге. На странице благодарности нужно дать человеку понимание, что с ним произойдёт дальше, например «мы позвоним в течение 12 минут»

Под эту страницу мы настраиваем событие конверсии в рекламе Facebook и Instagram.

Вёрстка — техническая часть в создании лендинга. Этим занимается программист. Это процесс, когда мы макет превращаем в реальный сайт, где всё работает и быстро грузится

Домен — это адрес вашего сайта, который отображается в строке браузера, например vashsite.ru

Tilda — максимально функциональный и популярный конструктор лендингов.

Хостинг — аренда места на сервере и его мощностей. Компании, которые предоставляют хостинг, называются хостинг-провайдерами или хостерами. Задача этих компаний — сделать так, чтобы ваш сайт был круглосуточно доступен для пользователей.

Quiz-сайт — формат лендинга, где мы предлагаем клиенту ответить на 3-6 вопросов, касательно интересующего его продукта и получить за это бонус в обмен на его контакты. Конверсия с такого сайта всегда выше, чем с простого лендинга

FACEBOOK 0-100

Лид Магнит — одноэкранный лендинг или блок на сайте, где мы предлагаем человеку что-то полезное (чек-лист, фишки, ТОП советов, статью и т.д.) в обмен на его контакты (чаще всего — почту и номер телефона).

Задача — получить контакт целевого клиента, дав ему взамен полезный файл от нас, который поднимет уровень доверия и лояльности к нам

Google Speed Test — сервис проверки скорости загрузки и адаптивности вашего сайта. Нужно зайти туда, вбить ссылку на свой лендинг и посмотреть всю информацию

Similar Web — сервис, который показывает ежемесячное количество посетителей любого сайта. Можете взять ссылку конкурента, вбить в Similar Web и увидеть, сколько у них посетителей

Яндекс Метрика — сервис подсчёта показателей вашего лендинга (например: сколько переходов, сколько заявок, сколько времени люди проводят на сайте). Самый простой сервис аналитики. Погрешность его данных 15-30%, но в целом даёт нужную картину для корректировок. Для начала этого достаточно

Карта кликов — функция в Яндекс Метрике, которая позволяет увидеть, в какие точки сайта посетители кликают чаще всего и что им интересно

3. Трафик и реклама

FACEBOOK 0-100

Контекстная реклама — показ рекламных объявлений на основе запросов, которые человек искал в интернете (самые популярные площадки рекламы — Яндекс Директ и Google Ads)

РСЯ — рекламная сеть Яндекса. Баннерная реклама на сайтах партнерах Яндекса по ключевым запросам, которые человек вводил в браузере

КМС — контекстно-медийная сеть Google. Баннерная реклама на сайтах партнёрах Google Ads

Баннерная реклама — формат показа рекламы, где мы используем изображения разного формата (такой формат есть как в таргетированной, так и в контекстной рекламе)

Поисковая реклама — размещение ваших объявлений на поиске Яндекс или Google. Одна из самых удобных и эффективных средств рекламирования и продвижения товаров и услуг в интернете

Таргетированная реклама (таргет) — показ рекламных объявлений на основе демографических данных нашей целевой аудитории и их интересов (Facebook, Instagram)

Ремаркетинг, ретаргетинг — функция возврата клиента на сайт, который уже посетил его, но не оставил заявку, либо не совершил целевое действие

UTM метки — рекламный инструмент, который добавляется в хвост ссылки и позволяет нам отслеживать эффективность трафика в сегментах, которые мы сами сможем разрезать

FACEBOOK 0-100

CPL (Cost per lead) — стоимость одной заявки (лида). Пример: Мы потратили на рекламу 1000 рублей, а получили 10 заявок. Стоимость одной заявки (cpl) = 100 рублей

CPA (cost per action) — цена за действие, которое человек совершил на сайте. По сути, это цена заявки или контакта потенциального клиента

EPC (Earn per click) — заработок с одного клика. В CPA системе, простыми словами, если у вас клик стоит 5 рублей, а показатель ерс 10 рублей, то вы льете в 200% плюс

Креатив — в трафике это понятие представляет собой рекламные материалы (картинки, баннеры, тексты, заголовки, тизеры, объявления)

CTR (click-through rate) — показатель кликабельности. Чтобы рассчитать процент CTR, нужно разделить количество кликов по вашей рекламе на количество показов и умножить на 100%

CPC (cost per click) — цена за клик в контекстной или таргетированной рекламе

CPM (Cost per thousand (M – Римская цифра)) – метрика, в которая считает цену за 1000 показов в рекламе

ROI (return on investment) — это коэффициент возврата инвестиций. Он отражает рентабельность наших вложений. Самый простой способ рассчитать ROI — вычесть из общей прибыли расходы на маркетинг и разделить остаток на них же. Формула расчета показателя ROI: $\text{прибыль} - \text{сумма инвестиций} / \text{сумма инвестиций} * 100\%$

FACEBOOK 0-100

Генератор UTM — сервис, который помогает быстро и удобно создать UTM-метку для рекламы

Время показа — временной диапазон, в который будет работать ваша реклама, в остальной промежуток времени ваша реклама будет остановлена

Регион показа — места, города или страны, которые вы выбрали для показа вашей рекламы

Охват — суммарное количество людей, которым показывалась реклама **Показы** — суммарное количество показов нашей рекламы

Модерация — процесс проверки ваших рекламных кампаний, текстов и объявлений

Кейс — успешная история работы с бизнесом или оффером, упакованная в презентацию

Прокладка — страница подогрева посетителя сайта, перед покупкой. Например : Сайт, на котором написана статья для рыбаков, в которой упоминают чудо - снасти, и кнопка ссылкой для перехода на сайт заказа.

Рекламный бюджет — сумма денег, которую мы инвестируем в рекламу (чаще всего делится на: дневной, недельный и ежемесячный бюджет)

Тестовый рекламный бюджет — минимальная сумма, которую мы инвестируем в рекламу для того, чтобы понять цену за целевое действие

FACEBOOK 0-100

Профит — наша прибыль с рекламной кампании. Например, мы потратили 1.000.000 рублей в рекламу, а заработали 1.500.000 рублей. Наш профит — 500.000 рублей

Связка — понятие в трафике, которое символизирует связанность компонентов (продукт – целевая аудитория – рекламный источник – креатив– сайт) в одно целое, которое дает прибыль (профит)

Аппрув (Approve) — одобряемость заявок.

Например: Мы получили 10 заявок, из них подтвердили 5. Аппрув составляет 50%.

Выкуп — Простое понятие. В товарке отображает процент вы- купленных посылок из отправляемых.

Например: Мы отправили 10 посылок, а люди выкупили на почте 8. Выкуп составляет 80%.

CPA сетка — Посредническая платформа между рекламодателями и вебмастерами. CPA зарабатывает на том, что она берет комиссию за сделки между рекламодателями и специалистами в трафике.

Например: Я – рекламодатель, у меня есть товар или услуга. Я готов платить за клиента 650 рублей и иду в цпа сетку. У цпа сети есть люди, которые работают с трафиком и вебмастера, у которых есть свои сайты и группы в соцсетях с посещаемостью. CPA сетка платит им за привлеченного клиента 500 рублей, а себе берет с меня комиссию 150 рублей.

4. Продажи

FACEBOOK 0-100

Коммерческое предложение (КП) — презентация о вашем продукте, ориентированная на потребности клиента с четким описанием выгод, которые он получит после покупки (сервисы для создания презентаций: Microsoft Power Point, Google Презентации, Key Note)

CRM (Customer Relationship Management system) — система учёта клиентов и заявок, которые пришли из всех возможных источников

Скрипт продаж — заранее прописанный сценарий общения с клиентом, ведущий к конкретному целевому этапу (оплате, встрече, выставлению счета)

Менеджер по продажам — человек, который обрабатывает входящие заявки со всех источников. Его ценный конечный продукт – выручка и продажи

Выручка — общая сумма денег, зашедших в компанию или на счёт

Прибыль — итоговая сумма денег, которые вы получили от бизнеса или конкретной продажи после вычета всех расходов. Деньги лучше считать прибылью только после выполнения всех обязательств, взятых на себя за эти деньги

Маржинальность («маржа») — процент чистой прибыли от общей выручки в бизнесе или продажах конкретного товара (продукт стоит 2000 рублей, чистая прибыль с продажи 1000 рублей = маржинальность 50%)