



Стратегия интернет-маркетинга для руководителей и собственников компаний

22 марта 2018 г.
Тюмень

Интернет-агентство IQ Online:

Работаем с 2009 года

Накопили много разного опыта

Интернет-реклама

SEO «по трафику»

Сайты

С 2009

+ Повышение
конверсии через
юзабилити

+ Колл-трекинг

+ Углубление веб-
аналитики

с

2013-2014

+

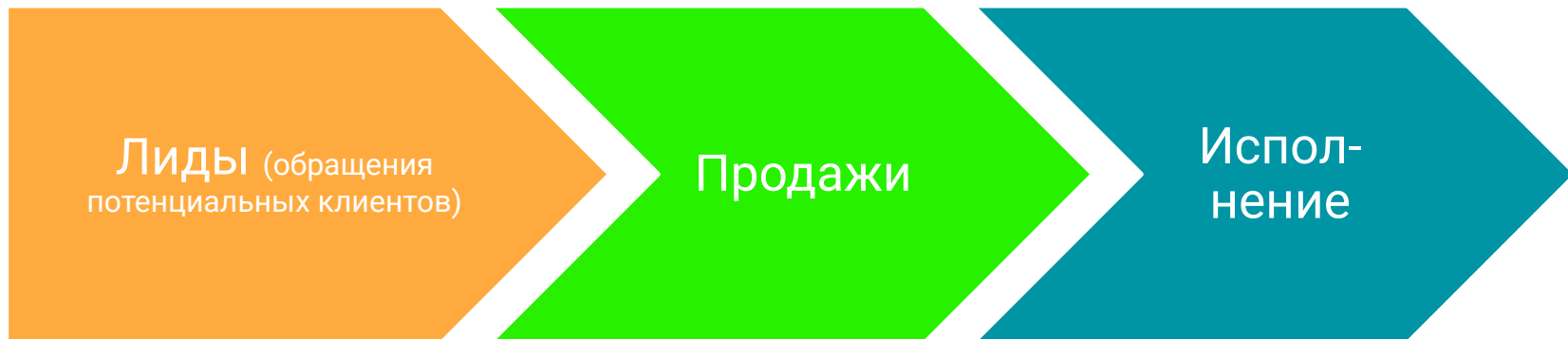
Комплексный ИМ «на
лиды»

Системная работа
над конверсией (CRO)

Интеграции и
аналитика «до
продаж»

с 2016

Роль интернет-маркетинга в бизнесе



Продукт
интернет-
маркетинга –
целевые лиды

- Качественные
 - * конвертирующиеся в целевые продажи, «выживающие» в компании
- В нужном количестве
- По экономически оправданной цене

Проблемы

- нет понимания, что нужны лиды: заказ директологу «настрой контекстную рекламу» и оценка по стоимости клика
- нет качественной реализации: подрядчики всегда готовы дать «волшебную таблетку» и «запилить лендинг за 2 дня»
- немногие отслеживают количество лидов в своем бизнесе, к примеру, еженедельно

Итоги всегда
одинаковые 😞

Лидов мало или нет

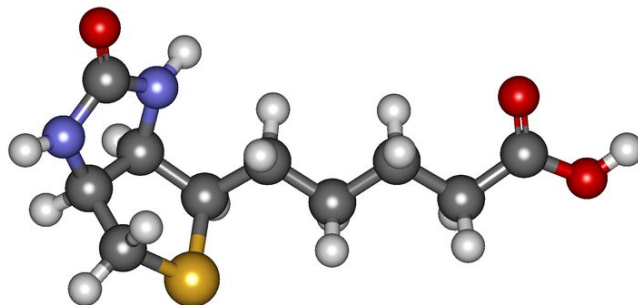
Или дорогие

Или есть лишние
затраты

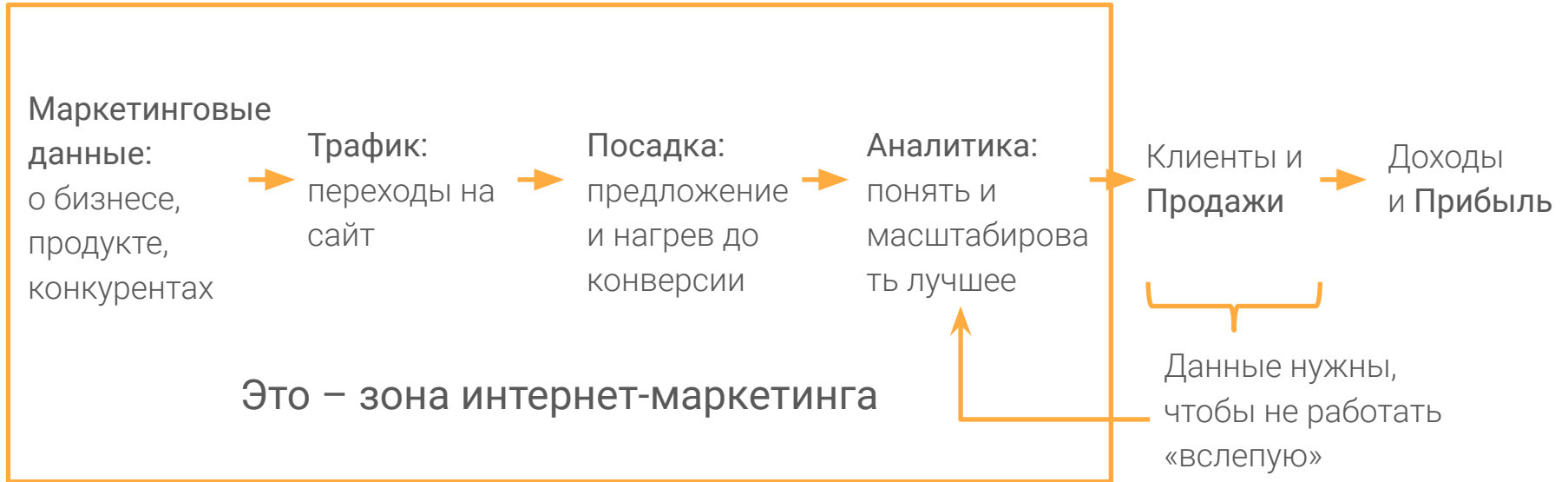
И непонятно, что
делать. А может, все
нормально?

Цели семинара

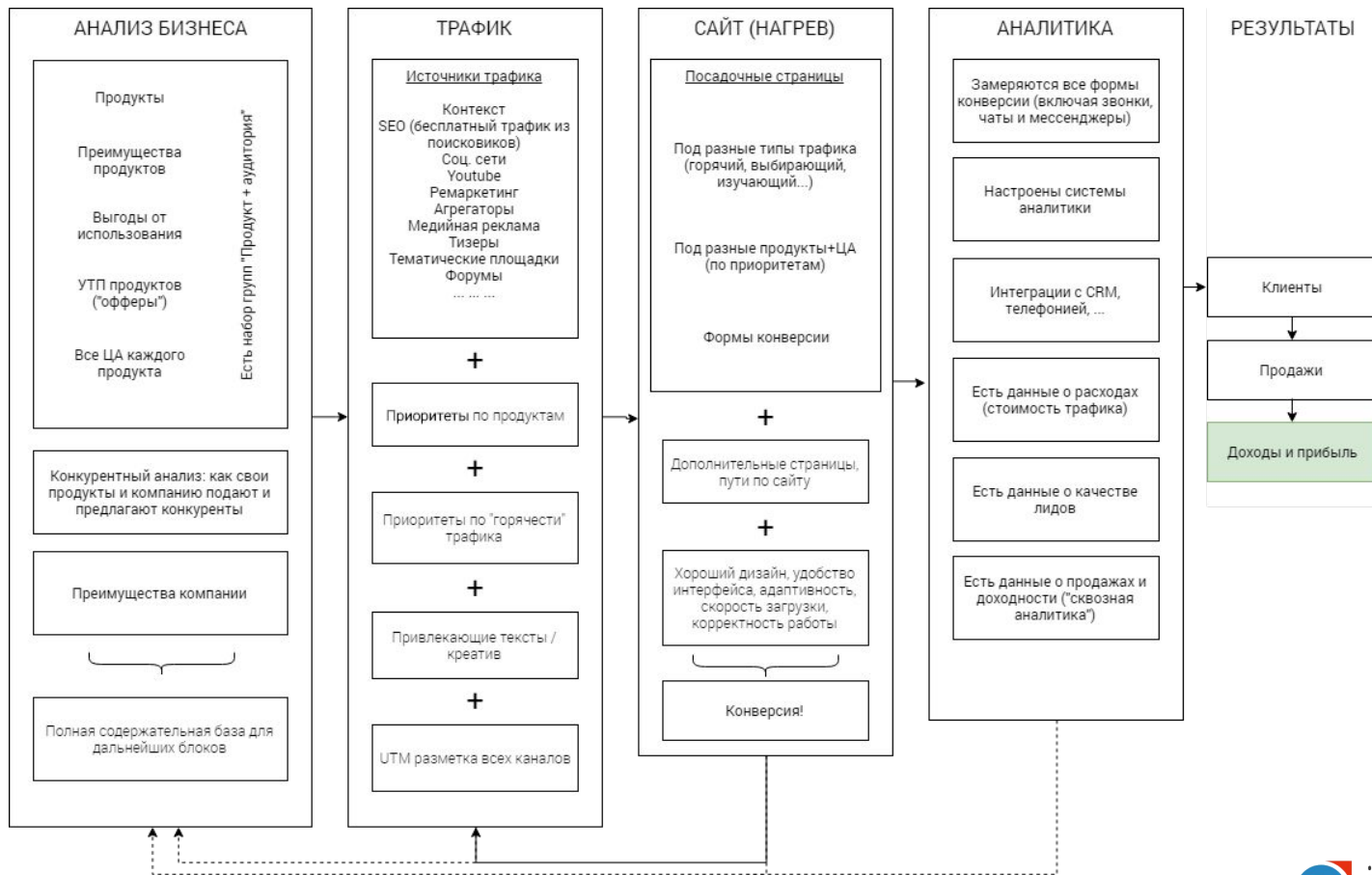
1. Дать целостное представление о системе интернет-маркетинга
2. Дать понимание каждой из зон, их роли и содержания (работ)
3. Дать KPI для оценки
4. Понять, как выглядит цельная «молекула стратегии» ИМ в вашей компании



Общая структура системы интернет-маркетинга



Чуть подробнее



Как управлять интернет-маркетингом?



Ставить цели
в четких
измеряемых
показателях



Понимать и
контролировать
стратегию



Контролировать
результаты и
применять
гибкий подход

Сколько лидов нужно в вашем бизнесе?

Декомпозировать от требуемого объема продаж до количества лидов

Сколько лидов нужно в вашем бизнесе?

Нужно в месяц	3 500 000	объема продаж по группе "Станки" (определяется от целевой прибыли и расходов)
При среднем чеке	160 000	за 1 заказ
Это	21,9	продаж нужно
Мы продаем одному из	4	обратившихся потенциальных покупателей (лидов)
(т.е. конверсия лид -> продажа =	25%)
Итого нужно	87,5	лидов
Маржа с 1 заказа	40 000	руб. (уже за вычетом расходов (процентов) на продажу)
Готов потратить на рекламу	15%	от маржи продажи
Это	6 000	руб. на одну продажу
Допустимая стоимость лида	1 500	руб.

Необходимый бюджет в месяц на лиды **131 250** руб. в месяц.

При конверсии переход->лид в **10%**

нужно будет привлечь **875** переходов в месяц. Для тематики «станки» это выглядит значительной цифрой, хотя для нескольких регионов и источников трафика – это нормально.

И лимит средней цены перехода **150** руб. - гипотеза: в такой тематике этого будет вполне достаточно

Сколько лидов нужно в вашем бизнесе?

Аренда офисов в бизнес-центре

Нужно в месяц сдавать дополнительно метров	300	т.е. на 300 м2 нужно увеличивать заполненность площадей ежемесячно (для упрощения - отток не учитываем)
Средняя сдаваемая площадь	54	м2
Это	5,6	новых клиентов нужно в месяц
Мы продаем одному из (значит, конверсия лид -> продажа	5	обратившихся потенциальных покупателей
	20%)
Итого нужно	27,8	лидов
Средний чек в месяц	37 800	за офис (700 р./м2)
Маржинальность одной продажи	30 240	руб. (за вычетом предельных эксплуатационных расходов)
Средний срок аренды	6	месяцев
CLV	181 440	Customer Lifetime Value - пожизненная ценность клиента (LTV)
Готовы потратить на рекламу до	5%	от CLV (можно рассчитать на исторических данных или запланировать в фин. модели)
Это	9 072	руб. на одну продажу
Допустимая стоимость лида	1 814	руб.

Необходимый бюджет в месяц на лиды **50 400** руб.



Блок №1. Анализ бизнеса.

Компания, Продукт, Потенциальные клиенты (целевая аудитория),
Конкурентное окружение

Валентина Плохотниченко

Суть блока

Что продаем?

Кому продаем?

Почему купить у вас и почему
купить ваш продукт?

Почему не купить у
конкурентов?

Итог: Уникальное торговое предложение

Суть блока

Что продаем?

Кому продаем?

Почему купить у вас и почему
купить ваш продукт?

Почему не купить у
конкурентов?

Итог: Уникальное торговое предложение

Что продаем?

- Какие продукты продаем?
- Какие продукты наиболее выгодны для продажи исходя из маржинальности единицы, объема и доступности рынка, возможностей допродаж, LTV и тд?
- Какие минимальные допустимые условия/ограничения по продуктам?
- На какие рынки (географически) готовы продать?
- Основные этапы работы с клиентом от первого обращения до получения вами денег и выполнения работ

Анализ бизнеса

Приоритетные продукты/направления	Резервуар горизонтальный РГС	Резервуар вертикальный РВС	Емкости и металлоконструкции	Проектирование резервуаров
УТП, позиционирование (то чего нет у конкурентов)? Почему клиенты покупают именно ваш продукт, что их "цепляет" сильнее всего?	Компания полного цикла - от проекта до монтажа. Производим резервуары от 1 до 50000 м3 рулонного типа. Оформляем паспорт качества.			
Есть ли способ презентации продукта, который отличает от конкурента?	Нет			
Ограничения по продукту (например, не делаете заказ менее 100 кв м, делают только из определенного материала и т.п.)	Менее 1 м3 резервуары не делаем. Исключение - если их много по количеству, например - 100 штук.			
Что вы можете дать клиентам бесплатно, чего дают не все конкуренты(например прайсы)?	Сопровождение, тех. Поддержка в течение года с момента ввода объекта в эксплуатацию. Год гарантии на все производимые изделия.			
Скидки и акции	Система скидок исключительно индивидуальна для каждого клиента в зависимости от объема заказа и его сложности.			
ЦА Индивидуальная особенность ваших клиентов (простое: пол, возраст, география проживания; + подробнее: образ жизни, доход, должность, цели и способы, обстоятельства использования вашего продукта)	Основная категория - юр. лица. (физ. Лиц очень мало, так как не выгодно заказывать малые объемы). Это могут быть владельцы или снабженцы, главные технологи и инженеры АЗС, технологи/инженеры нефтегазовых компаний, их подрядчики, прочие промышленные предприятия.		Крупные и средние промышленные предприятия (строительство крупных объектов из тяжелых металлоконструкций, заказы на проектирование токарных изделий, ТЭЦ, ЛЭП, застройщики многоквартирных домов. Инженеры	
Критерии выбора для данной ЦА	1. Цена 2. качество 3. Сроки выполнены 4. Доставка (удаленность от места эксплуатации конструкций)			
Какая основная боль и проблема есть у ваших клиентов по типам? Какие самые частые клиентские сомнения, страхи, стереотипы и возражения? Аргументацию решения этих возражений?	1. У большинства клиентов возникает вопрос доставки - решаем этот вопрос самостоятельно, выбираем оптимальный вариант и предоставляем КП с учетом стоимости доставки, если клиент не предпочитает самовывоз. 2. Соответствие продукции тех. Требованиям - имеются все необходимые сертификаты и лицензии, есть своя лаборатория качества.			

Суть блока

Что продаем?

Кому продаем?

Почему купить у вас и почему
купить ваш продукт?



Почему не купить у
конкурентов?

Итог: Уникальное торговое предложение

Кому продаем?

- Целевая аудитория: сегмент ниши, сегмент аудитории (С кем вы хотите работать: пол, возраст, география проживания)
- Персонаж: особенности описания, особенности коммуникации (образ жизни, доход, должность, цели и способы, обстоятельства использования вашего продукта и т.д.)
- Мотивация персонажа: цели и задачи, потребности, боли, страхи и вопросы (Что важнее всего в продукте? Какие самые частые клиентские сомнения, страхи, стереотипы и возражения? Как вы отвечаете на эти возражения?)
- Сценарий взаимодействия с персонажем: где можно привлекать, как ищут (поисковые запросы), как взаимодействуют с сайтом

Анализ аудитории

Раздел	Подраздел	Данные	
1. Продукт	1.1. Описание	[Redacted]	
	1.2. Выгоды продукта (почему купить этот продукт а не другой)	[Redacted]	
	1.3. Выгоды компании (почему купить у этой компании а не у другой)	[Redacted]	
	1.4. Какую идею продаем (идею приобретения)	[Redacted]	
2. Целевая аудитория	2.1. Сегмент ниши	Крупные компании нефтегазового сектора Промышленные предприятия и крупные объекты гражданского назначения (ТЭЦ, ЛЭП) Застройщики (средние / крупные)	Небольшие предприятия (АЭС, и др)
	2.2. Сегмент аудитории	инженер или коммерческий директор, 25-35	владельцы бизнеса, 30-55
4. Персонажи	4.1. Фото, имя, возраст	 Иван Прокофьев, 27 лет	 Максим Корастылев, 45 лет
		[Redacted]	[Redacted]

Суть блока

Что продаем?

Кому продаем?

Почему купить у вас и почему
купить ваш продукт?

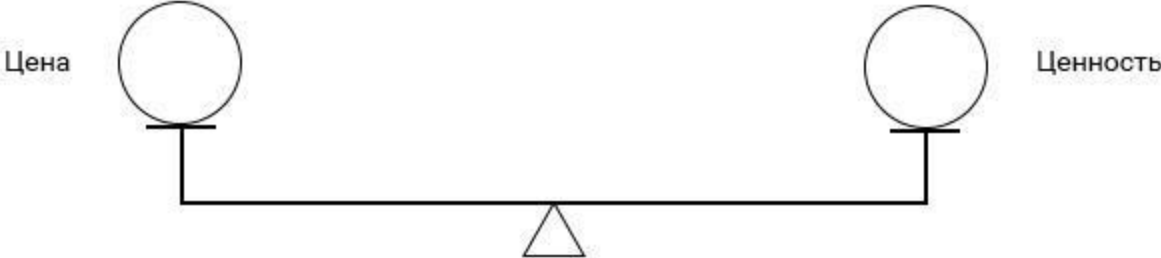
Почему не купить у
конкурентов?

Итог: Уникальное торговое предложение

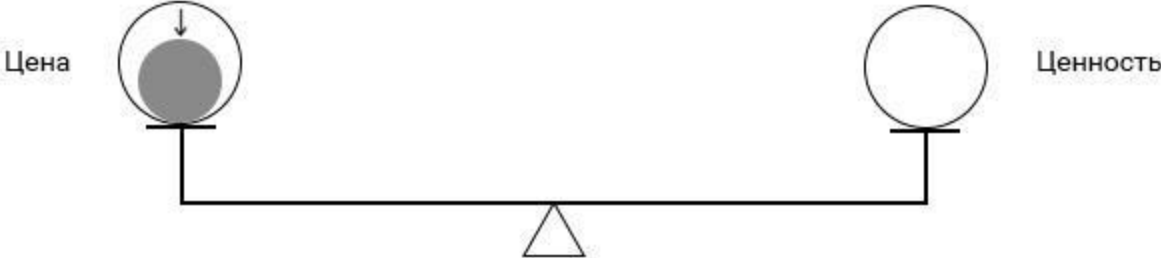
Почему купить у вас и почему купить ваш продукт?

- Цифры о компании (дата основания, примерное количество сотрудников, филиалов, франшиз, кол-во единиц товара, единиц спецтехники и т.п.)
- Какие цифры масштаба вы можете привести в пример (километры проводов, тонны сырья, миллионы человеко-часов)
- Есть ли крупные клиенты с которыми вы работаете?
- Есть ли отзывы клиентов?
- Какие проблемы могут быть у ваших клиентов?
- Как ваш продукт решает/может решать эти проблемы?
- Есть ли способ презентации продукта, который отличает от конкурента?

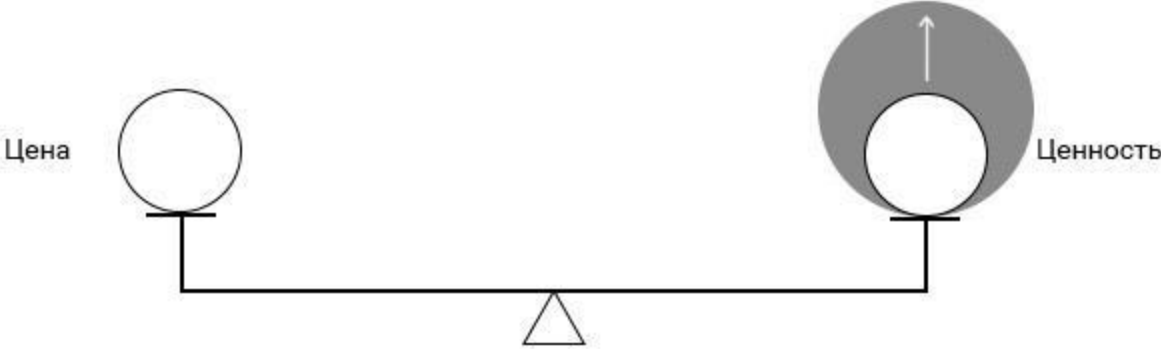
Анализ преимуществ компании и продукта



Анализ преимуществ компании и продукта



Анализ преимуществ компании и продукта



Анализ преимуществ компании и продукта

У ВАС НИКОГДА НЕ БУДУТ ОТЕКАТЬ ПЛЕЧИ
В Рюкзаке плечевые ремни эргономической формы с массажными подушками, что позволяет правильно распределять нагрузку по всей площади, а массажные подушки способствуют беспрепятственно циркулировать крови

РУЧКА РЮКЗАКА УСИЛЕННАЯ СТАЛЬНЫМ ТРОСОМ
Это повышает ее прочность в несколько раз

ВАШИ: ТЕЛЕФОН И ОЧКИ ВСЕГДА БУДУТ ПОД РУКОЙ
На плечевых ремнях рюкзака, в удобном для доступа месте, расположены: карман для телефона и фиксатор для очков

ВАМ НЕ БУДЕТ МЕШАТЬ ПРОВОД ОТ НАУШНИКОВ
Система аудиопорт позволяет разместить аудиоустройство внутри рюкзака, а наушники включить в разъем на плечевом ремне

ВАМ НЕ ГРОЗИТ ИСКРИВЛЕНИЕ СПИНЫ
Спинка рюкзака ортопедическая, а это позволяет всегда держать спину в правильном положении, что не дает вашему позвоночнику искривляться

У ВАС НЕ БУДЕТ ПОТЕТЬ СПИНА В ДОРОГЕ
Спинка рюкзака, также оснащена системой Airflow. Что обеспечивает отличную циркуляцию воздуха, для поддержки комфорта спины

Суть блока

Что продаем?

Кому продаем?

Почему купить у вас и почему
купить ваш продукт?

Почему не купить у
конкурентов?

Итог: Уникальное торговое предложение

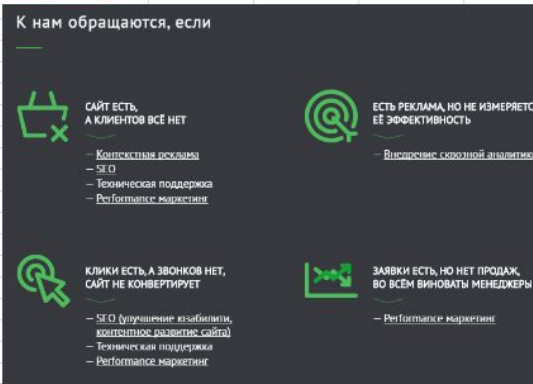

Почему не купить у конкурентов?

- Что предлагают ваши конкуренты, как они формулируют предложение, выгоды продуктов, преимущества своей компании?
- Что бы вы ответили на эти преимущества своими преимуществами (но без прямой критики конкурентов)?
- Каждый ваш продукт в сравнении с конкурентами - объективно плюсы и минусы.

Анализ конкурентов (в разрезе продукта)

Название	сайт/лендинг	цена	формирование цен	сертификация Я/Г	гарантии	доход агентства
	ссылка		от/или пакетами	да/нет		%от бюджета
						за звонки/заявки
						% с продаж и тд
Ашманов	http://www.ashmanov.com/inet/serv/recl	нет	нет	да	нет	нет информации
Блондинка	http://www.blondinka.ru/	нет	нет	да	нет	нет информации
Риалвеб	http://www.realweb.ru/services/context/	нет	нет	да	нет	нет информации
Зекслер	http://zexler.ru/product/cpc	от 15 000	от	да	нет	нет информации
One-touch	http://www.one-touch.ru/services/marketing	нет	нет	да	нет	нет информации
Lead zeppelin	http://leadzeppelin.ru/cases/volkswagen/	нет	нет	да	нет	нет информации
Roistar	http://www.roistar.ru/	от 14 000	пакеты и разные ва	да	нет	нет информации
Неизвестно	http://direct4action.ru/	от 14 000	пакеты	нет	увеличение при	фикс
Первый сайт	http://site001.ru/	нет	фикс	да	нет	фикс и %от бюджет
Pixl	http://www.pixl.ru/	нет	нет	нет	нет	нет информации
Yaccie	http://yaccie.com/direct/	нет	3 варианта услуг б	да	размытая "гаран	нет информации
Edison	http://direct.edison.bz/context/	от 10 000	пакеты	нет	гарантия звонко	фикс, за результат
Prostor	http://prostor24.ru/	160 р в день или	фикс	да	нет	фикс и %от бюджет
Keyba	http://keyba.ru/uslugi-kontekstnoy-reklamy	нет	нет	не пишут (но входя	нет	нет информации
Webit	http://www.webit.ru/advert/context/	нет	нет	да	увел заявок в 1-	нет информации
Monster context	http://m-context.ru/prices/uslugi-kontekstnoy	от 17 000 (только	от	нет информации	нет	нет информации
Avada	http://www.avada.ru/context/	от 70 000	пакеты	да	нет	комиссия, % от бюд
Intelsib	https://intelsib.com/prodvizhenie/context/	от 9 500	от	нет информации	нет	нет информации
Icontext	http://www.icontext.ru/	от 50000	от	да	нет	нет информации
Topright	http://topright.ru/context_for_services/	от 15 000	от	да	нет	нет информации
Next	http://xn----6kcchfocb2bjbdogedcnce0ck	от 50 000 (один	от	да	нет	нет информации

Анализ конкурентов (в разрезе сайта)

<p>Цель экрана: переход к желанию через перечисление проблем (аида - интерес)</p> <hr/> <p>Контент: какие проблемы решаем? (теперь это наша головная боль - вы только проверяете кли) как это делаем? (общее описание схема - возможно в-й экран)</p> <p>Захват: заказать расчет стратегии, каких результатов мы можем достичь конкретно для вас? Проанализируем вашу ситуацию, можно ли в вашем бизнесе получать больше клиентов и больше продаж?</p>	<p>https://biplane.ru/</p> 
<p>Цель экрана: желание воспользоваться конкретными фишками (аида - желание)</p> <hr/> <p>Контент: что уникального у нас есть, фишки (гифки), акцент на отчеты!</p> <p>Захват: хотите подключить? Подключайте уже сегодня! покажем вам пару наших фишек, лк</p>	<p>https://mediation.ru/</p> 

Суть блока

Что продаем?

Кому продаем?

Почему купить у вас и почему
купить ваш продукт?

Почему не купить у
конкурентов?

Итог: Уникальное торговое предложение

УТП (Уникальное торговое предложение)

УТП - это предложение которое выделяет вас среди других предложений на рынке.

УТП - всегда в формате «четко, конкретно, интересно, выгодно».

УТП «Цепляет», удерживает внимание и побуждает узнать подробнее.

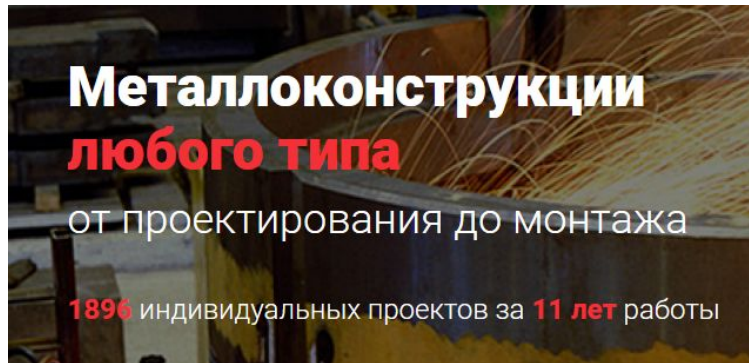
Структура УТП:

Что предлагаем + основная выгода (идеально в цифрах) + доп. выгода (идеально в цифрах).

Принцип последовательности


- В поисковом запросе: «Резервуары вертикальные для ГСМ»
- В объявлении: «Резервуары вертикальные для ГСМ»
- Заголовок на посадочной странице: «Резервуары вертикальные для ГСМ и тд»
- В контенте страницы также все о Резервуарах вертикальных для ГСМ
- Менеджер по телефону: мы производим Резервуары именно вертикальные и именно для ГСМ

УТП (офферы)

A background image showing a close-up of a welding process with bright sparks flying from a metal joint.

**Металлоконструкции
любого типа**
от проектирования до монтажа

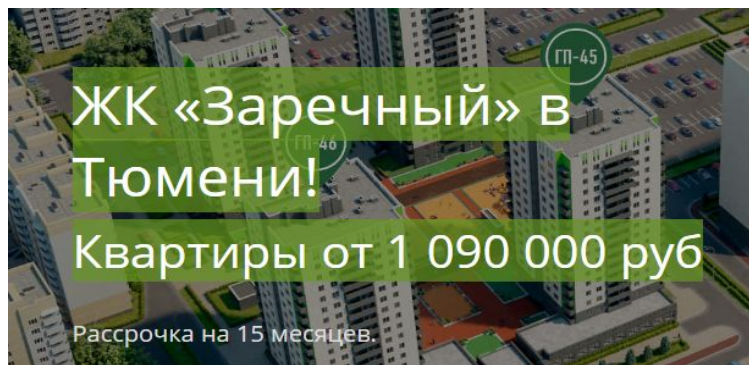
1896 индивидуальных проектов за 11 лет работы

A background image of an oil refinery with tall distillation columns and complex piping under a clear sky.

Нефтегазовая промышленность

Перейти в раздел

Progress indicator: 6 dots, 1st dot filled.

A background image of a modern residential complex with several multi-story apartment buildings.

**ЖК «Заречный» в
Тюмени!**

Квартиры от 1 090 000 руб

Рассрочка на 15 месяцев.

PP-45, PP-46

A background image of a lush green landscape with rolling hills and a clear blue sky.

**Строительство
загородных домов
и коттеджей**

Progress indicator: 6 dots, 3rd dot filled.

Преимущества



Компания полного цикла

Разработка под индивидуальные требования. сопровождение от проекта до монтажа производим резервуары от 1 до 50000 м3 рулонного типа. оформляем паспорт качества.



Годовая гарантия

Сопровождение, тех. поддержка в течение года с момента ввода объекта в эксплуатацию. гарантия распространяется на все выпускаемые изделия.



Уникальное оборудование

Единственный в своем роде для тюмени и восточной части страны стенд рулонирования. производим резервуары до 50000 м3.



Индивидуальное ценообразование

Внимательно подходим к каждому проекту, называем цену в зависимости от сложности работ, делаем скидки от объема заказов



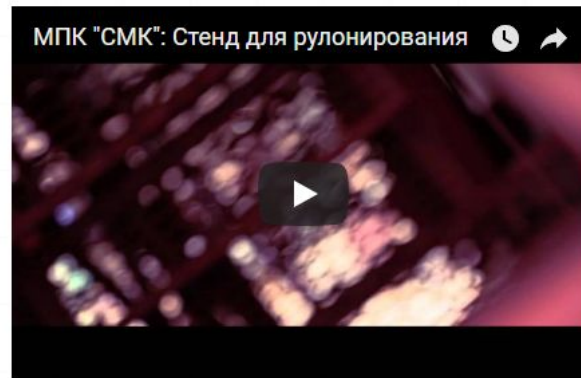
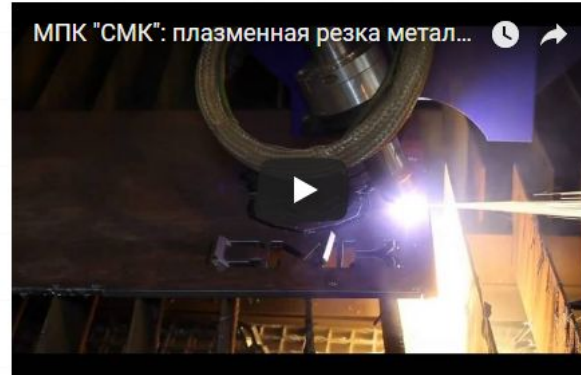
Доставка до объекта

Самостоятельно решаем все вопросы, связанные с транспортировкой. доставляем продукцию до объекта. осуществляем монтаж

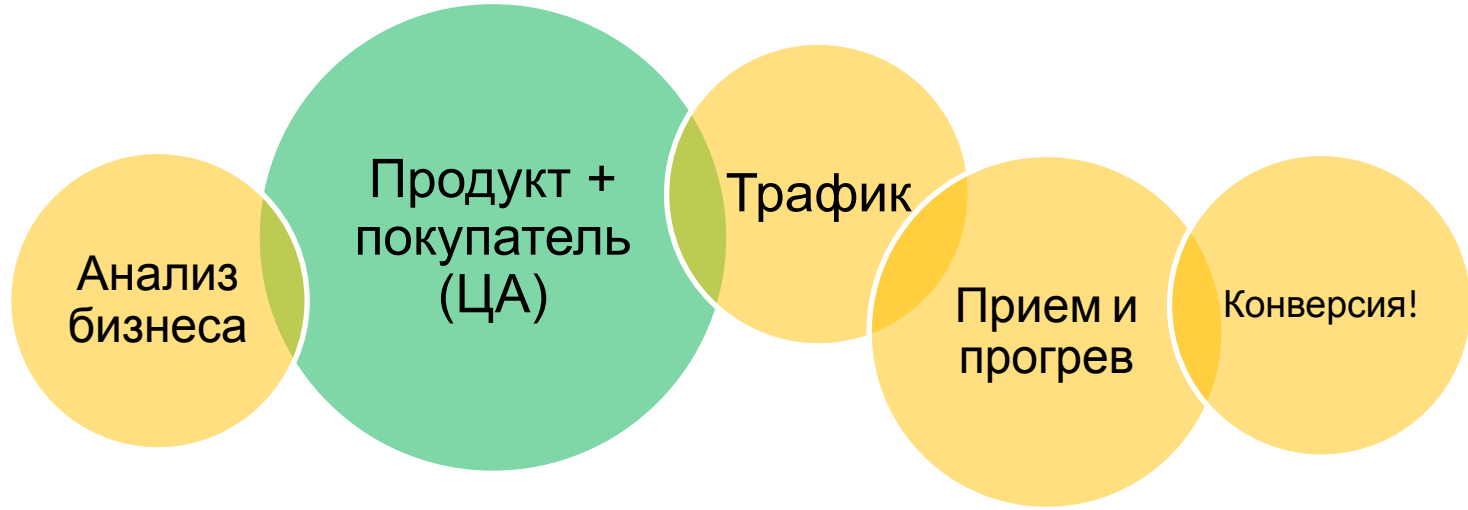


Страхование груза

Страхование груза во время транспортировки до объекта выгрузки



«Молекула» интернет-маркетинга



Как проработать?

- Маркетолог в команде с руководителем/собственником/продавцом
- 2-3-часовое интервью и 2-3 часовое исследование
- Точка отсчета – комбинация «Продукт + ЦА»
- Для каждой комбинации «Продукт + ЦА» свое УТП

КРІ блока

- все сделано письменно
- много не «дежурных» фраз/посылов/формулировок
- разобраны и осознаны:
 - приоритетные комбинации «продукты + ЦА»
 - выгоды, преимущества каждого продукта в каждой комбинации
 - выгоды, преимущества компании

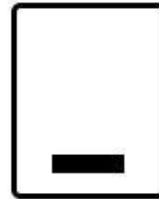
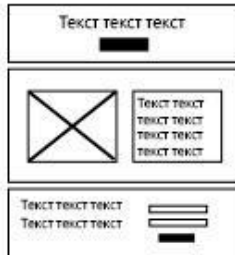


Блок №2. Посадка и нагрев.

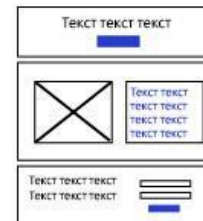
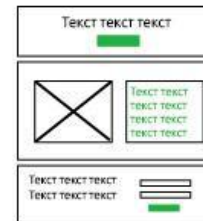
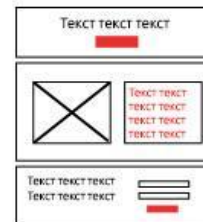
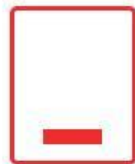
Прием трафика. Ответы на вопросы аудитории. Система убеждения (прогрев) аудитории

Антон Синицин

Традиционный подход:



Эффективный подход:



Сайт почты России «до»

The screenshot shows the Russian Post website interface. At the top left is the logo "ПОЧТА РОССИИ" with the national emblem. Navigation links include "КОМПАНИЯ", "УСЛУГИ И СЕРВИСЫ", "ПРЕСС-ЦЕНТР", "КОЛЛЕКТИВ", "ФИЛИАЛЫ И ОТДЕЛЕНИЯ", and "КОНТАКТЫ". A search bar with the text "ПОИСК" is visible. A phone number "8-800-2005-888" is displayed with a UK flag icon. A breadcrumb trail reads "Почтовые услуги > Отслеживание почтовых отправлений".

The main banner features the text "Почта запустила новый продукт Адресная Почта" and "на деревню дедушке КОСМОНАВТАМ на орбите полярникам на Байкал станции".

Below the banner, there are several sections:

- Сервисы**: Includes "Поиск отделений почтовой связи" and "Отслеживание почтовых отправлений".
- Работа Почты России в новогодний период**: A grid of six images showing postal workers and mail delivery.
- СПАСАЕМ ДЕТЕЙ ВМЕСТЕ С ПОЧТОЙ РОССИИ**: A colorful logo for a children's charity program.
- ОБЩЕСТВЕННАЯ ПРИЕМНАЯ**: A section with the national emblem and "ПОЧТА РОССИИ" text.
- 29.12.2012 - Поздравление генерального директора ФГУП «Почта России» А.Н. Киселева с Новым годом**: A news item with a small photo of a man.
- Друзья!**: A partial view of a news item starting with "Подходит к концу 2012 год. Как и предыдущие годы, он".
- Сбербанк**: A logo for Sberbank.

Сайт почты России «после»



[Для бизнеса](#) [Помощь](#) [Войти](#)

Почта доставляет.
Письма, посылки,
денежные переводы.

Отследить

Введите трек-номер

[Письма](#) [Посылки](#) [Открытки](#) [Денежные переводы](#) [Отделения](#) [Другие сервисы](#) ▾



Открытки почтой

Отправляйте настоящие почтовые открытки с сайта



Подписка онлайн

Подпишись на любимую газету или журнал прямо сейчас



ПочтаМаркет

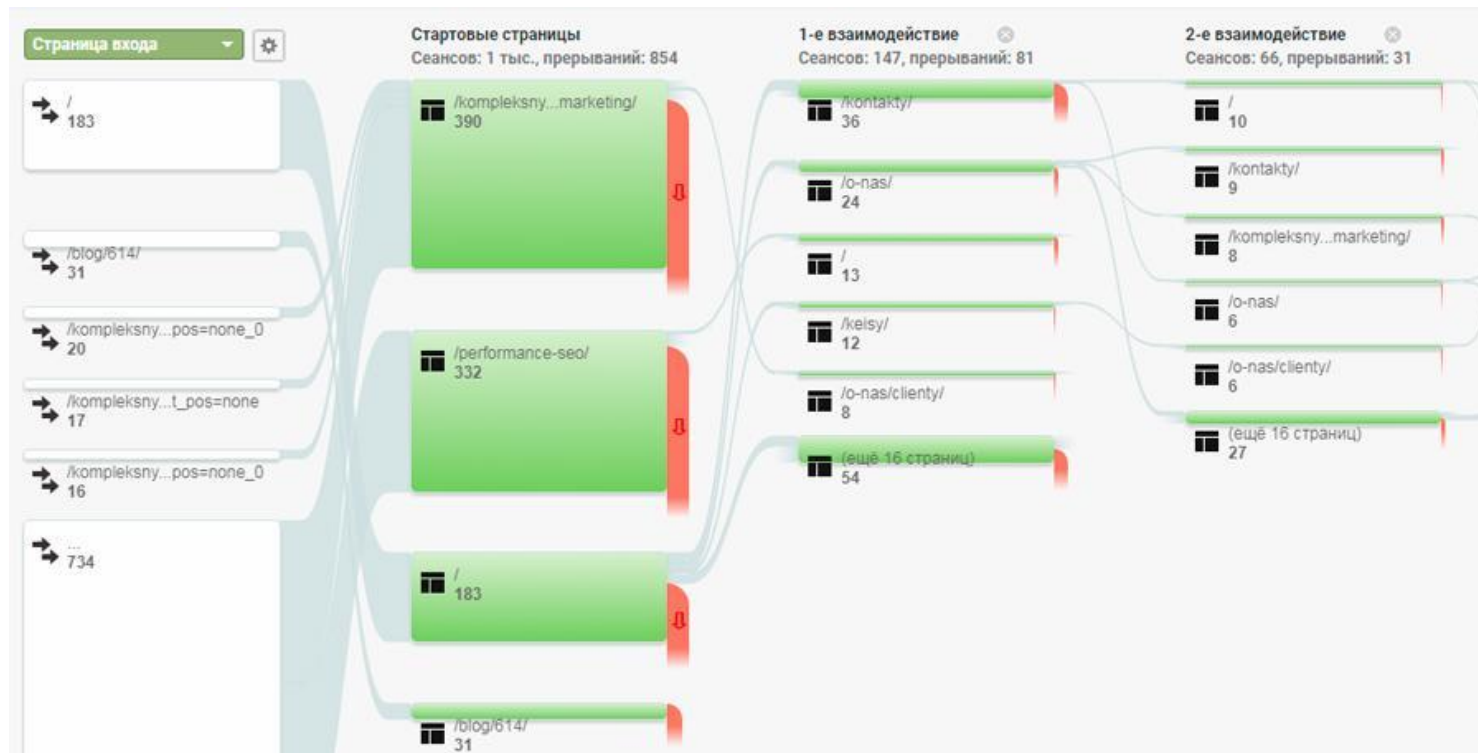
Заказывайте товары для родных и близких в осеннем каталоге

2017 © ФГУП Почта России



[Пресс-центр](#) [О компании](#)

Пути пользователей



Алгоритм работы над страницами



Пример работы над страницами

НОБЕЛЬ ГРУПП
СЕРВИС. КАЧЕСТВО. ИННОВАЦИИ.

Аренда офисов и конференц-залов ☎ 8 (3452) 566-366
Перезвоните мне

АРЕНДА ОФИСОВ ПРОДАЖА ОФИСОВ АРЕНДА КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ ОФИС НА ЧАС КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ АРЕНДАТОРАМ КОНТАКТЫ

Главная / Аренда офисов в Тюмени

Аренда офисов в Тюмени

Какие преимущества обладают арендаторы компании "Нобель Групп"?

- ОФИС В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕС-ЦЕНТРЕ**
Современный бизнес-центр - это удобное месторасположение в деловой части города, дата постройки или полная реконструкция здания не более 5-8 лет, полный контроль и управление качеством жизнеобитания, надежный комплекс систем безопасности, инновационные решения в энергосети. Таким образом, Ваш офис работает на Вас, а не наоборот!
- АРЕНДНАЯ СТАВКА «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО»**
В стоимость аренды включены все необходимые расходы, начиная с коммунальных платежей и заканчивая круглосуточной охраной здания. Вы точно знаете, сколько Вы заплатите за аренду своего офиса! Никаких неожиданностей - бюджет постоянных расходов останется неизменным!
- ЭКОНОМИЯ ОФИСНОГО ПРОСТРАНСТВА**
Планировка open space (открытое пространство) позволяет разместить максимальное количество рабочих мест в одной комнате. Если компания из 20 сотрудников арендовала офис 100 кв.м., то переехав в "Нобель-Парк", она может с комфортом разместиться на 85 кв.м. Сохраняя площадь помещения, Вы сокращаете общий бюджет на аренду офиса до 30%!

Хотите уже завтра вести переговоры со своими клиентами в новом, комфортном и удобном офисе, который подчеркнет серьезность намерений и статус Вашей компании? Позвоните нам по телефону +7 (3452) 566-366 или закажите звонок с сайта и узнайте еще больше о Ваших преимуществах!

[Узнать больше о преимуществах](#)

Офисы с чистой и черновой отделкой

С компанией «Нобель Групп» вы сами можете решить - снять офис с чистой отделкой в Тюмени или заказать фирменный стиль в интерьере и арендовать офис с черновой отделкой.

[Посмотреть каталог предложений по аренде офисов](#)

Больше, чем просто рабочее место

НОБЕЛЬ ГРУПП
СЕРВИС. КАЧЕСТВО. ИННОВАЦИИ.

Аренда офисов и конференц-залов ☎ 8 (3452) 566-366
Перезвоните мне

АРЕНДА ОФИСОВ ПРОДАЖА ОФИСОВ АРЕНДА КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛОВ ОФИС НА ЧАС КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ АРЕНДАТОРАМ КОНТАКТЫ

Аренда офисов в Тюмени

A x B класса от 400 рублей за м²

- Планировки open space большой площади
- Подземный паркинг

Получить консультацию

Ваше имя

Ваш телефон

Предоставляю согласие на обработку и хранение моих персональных данных

[Отправить](#)

Компания «Нобель Групп»

- 11 лет на рынке с 2006 года
- 27517 м² общая полезная площадь
- 175 компаний уже являются арендаторами

Аренда офисов

[Нобель \(B класс\) от 400 руб/м²](#) | [Нобель парк \(A класс\) от 300 руб/м²](#)

Пример работы над страницами

Tomsk: +7 (3452) 46-97-35
+7 (3452) 64-71-14
Москва: +7 (499) 348-16-10
Россия: 8 800 700-46-97

Список продукции

О заводе Продукция Сертификаты Услуги Новости Тендеры Банкинг Фото/Видео "Черный список" Контакты

Металлоконструкция / Резервуары вертикальные

Вертикальные резервуары от «СМК» - лучший способ повысить эффективность деятельности

Резервуары:



Резервуар вертикальный (стальной) (PBC)

Специализированные

Резервуары объемом 400, 1000, 3000, 5000 м³

Закажите по телефону:

- +7 (3452) 46-97-35
- +7 (3452) 64-71-14
- +7 (499) 348-16-10 (Москва)

Пишите на нашу электронную почту: zao@smk.ru

[Скачать опросные листы PBC](#)

[Заполнить онлайн опросный лист PBC](#)

Вертикальные резервуары - уникальные приспособления, которые широко используются в различных сферах народного хозяйства. Основное их назначение - обеспечение с ограниченными запасами нефти, топлив и сырьевых нефтепродуктов, жидкости и прочие сварочные материалы, возможно применение как теплообменники резервуаров. Данные резервуары подразделяют на три класса: однослойные, полусварные стальные резервуары. Стенки опорожняются при пропускании резервуаров в собственном конструктивном боре «СМК». Для того что бы использовать такого рода оборудование у «СМК» имеется все необходимое, а именно: производственные мощности, современное оборудование, коллектив профессионалов, опыт. Именно это позволяет нам производить действительно качественную продукцию.

Для производства резервуаров PBC используется 2 метода. Их выбор зависит от требований заказчика к типу вида заказываемого оборудования. Компания «СМК», расположенная в России г. Томск, предлагает своим клиентам продукцию, изготовленную:

- методом полустройной сборки. Сборка оборудования производится из металлических листов с обработанными фланцами методом фрезерования или плазменной резки с или прокаткой на вальцах для придания им необходимой формы с или последующей укладкой в кассеты для транспортировки к месту монтажа;
- методом ручного сварки. **Вертикальный сварочный резервуар**, выполненный этим способом, имеет ряд преимуществ. Автоматическая линия для изготовления полных в рулонах на транспортировочный бардак, либо шпальте листов. Контроль на каждой стадии производства. Автоматическая сварка позволяет достичь более высокого качества шва, потому такой резервуар вертикальный стальной имеет высокую степень заводской готовности. При этом не потребуются большие объемы сварочных работ на площадке, что позволит сократить сроки выполнения монтажа до 4 раз.

Вертикальные резервуары компании «СМК»: основные достоинства

8 (800) 700-46-97

О заводе Продукция Сертификаты Услуги Новости Тендеры Банкинг Фото/Видео "Черный список" Контакты

Металлоконструкция / Резервуары вертикальные

Резервуар вертикальный стальной (PBC-400)

объем 400 м³ диаметр 0,53 м высота 7,5 м масса 14,2 т диаметр 1

Для хранения разнообразных жидких продуктов:

- нефти и нефтепродуктов
- сжиженных газов
- воды
- технических слитков, замкнутой воды
- жидкого сырья пищевой промышленности

[Подробнее >](#)

[Запрос расчета](#)

[Заполните опросный лист](#)

Резервуар вертикальный стальной (PBC-1000)

объем 1000 м³ диаметр 10,43 м высота 12 м масса 24,4 т диаметр 1

Для хранения разнообразных жидких продуктов:

- нефти и нефтепродуктов
- сжиженных газов
- воды
- технических слитков, замкнутой воды
- жидкого сырья пищевой промышленности

[Подробнее >](#)

[Запрос расчета](#)

[Заполните опросный лист](#)

Резервуар вертикальный стальной (PBC-3000)

объем 3000 м³ диаметр 18,38 м высота 12 м масса 52,1 т диаметр 2

Для хранения разнообразных жидких продуктов:

- нефти и нефтепродуктов
- сжиженных газов
- воды
- технических слитков, замкнутой воды
- жидкого сырья пищевой промышленности

[Подробнее >](#)

[Запрос расчета](#)

[Заполните опросный лист](#)

Резервуар вертикальный стальной (PBC-5000)

КРІ блока

- Продуманные цепочки страниц под все комбинации «Продукт+ЦА»
- Необходимые страницы реализованы на сайте
- Для «горячего» трафика – % конверсии, стоимость лида
- Для «холодного» трафика - % отказов, время на сайте («интерес»)



Блок №3. Трафик.

Яна Лисицына, Яндекс



Блок №4. Конверсия

Варианты конверсии, конверсионные формы,
техники повышения отклика

Ирина Чумак

Суть блока «Конверсия»

Что такое конверсия?

Какая конверсия сайта
считается хорошей?

Факторы, влияющие на
уровень конверсии сайта?

Варианты конверсии?

Как увеличить конверсию сайта?

Факторы, влияющие на уровень конверсии сайта?

ВНЕШНИЕ

- ✓ Качество трафика

ВНУТРЕННИЕ

- ✓ Дизайн (адаптивный)
- ✓ Контент (персонализированный и полезный)
- ✓ Скорость загрузки и стабильность
- ✓ Юзабилити
- ✓ Узнаваемость бренда
- ✓ Соотношение цены и качества

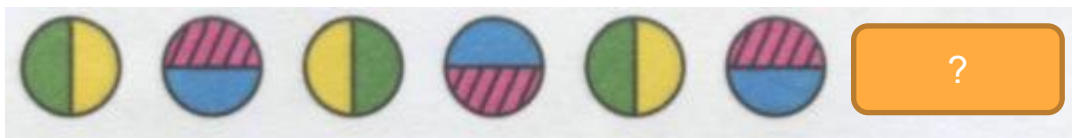
Конверсионные формы

Это финальная точка системы убеждения

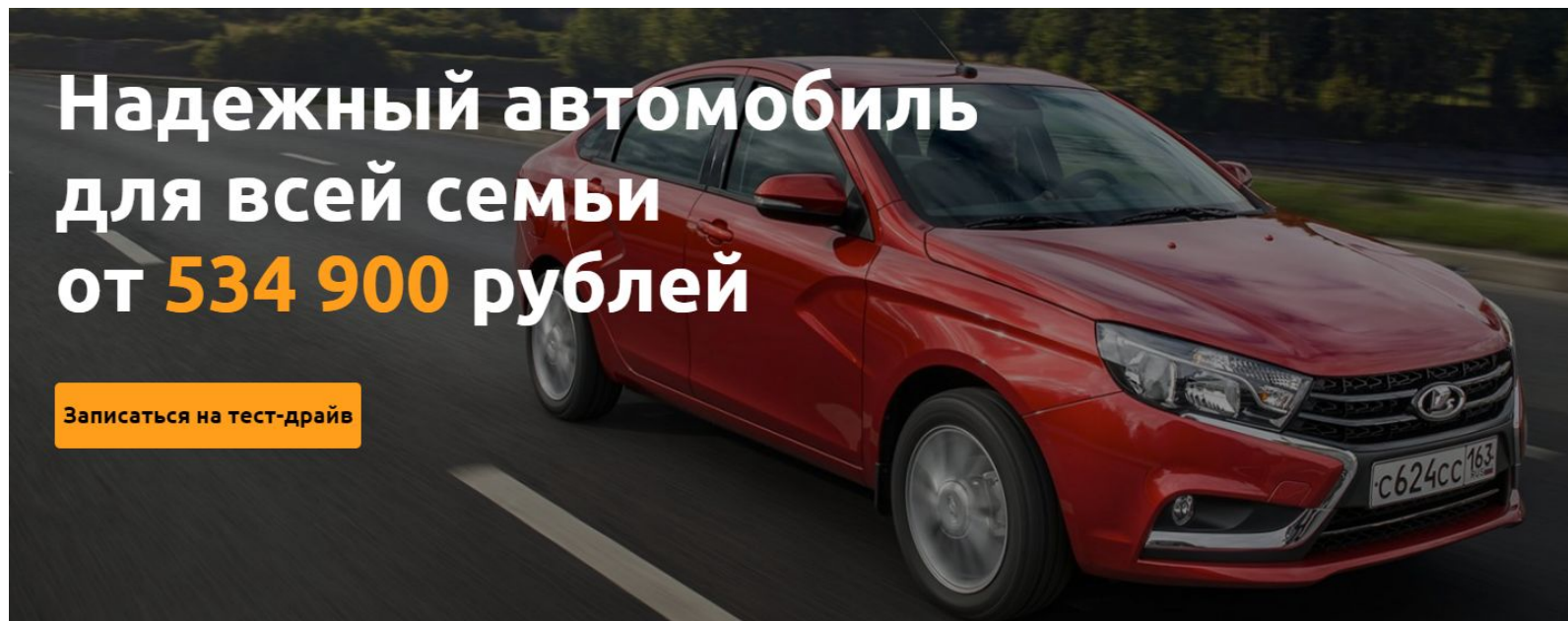
1. Звонок
2. Формы «Запросить КП»
3. «Получить консультацию»
4. «Отправить заявку [на замер / выезд консультанта / товар...]»
5. Обратный звонок (+ «за 28 секунд»)
6. «Получить бесплатный образец»
7. «Запросить прайс-лист»
8. «Рассчитать стоимость»

Как выбрать?

А какое побуждение к действию (Call-to-action, СТА) будет логичным продолжением взаимодействия с посетителем на вашем сайте?



Конверсионная кнопка на первом экране рядом с оффером




Надежный автомобиль
для всей семьи
от **534 900** рублей

Записаться на тест-драйв

The image shows a red Lada sedan driving on a road. The car is the central focus, with its headlights and front grille visible. The background is a blurred landscape, suggesting motion. The text is overlaid on the left side of the car, and a yellow button is positioned below the main headline.

Преимущества + лицо
менеджера



**Закажите выезд
дизайнера технолога**

- Оперативный выезд замерщика
- Помощь в подборе цвета и материала полотна
- Профессиональная консультация
- Оформление договора на дому

Каждому заказавшему замер – средство по уходу за потолком!

Имя

Телефон

Я согласен на [обработку персональных данных](#)

Заказать замер

Миронов Иван
в компании с 2007 года

Ограниченное предложение

АКЦИЯ!
**ЗАКЛЮЧИТЕ ДОГОВОР ДО 15 НОЯБРЯ И ПОЛУЧИТЕ
ГАРАНТИРОВАННЫЙ ПОДАРОК**
ЧТОБЫ ЗАКРЕПИТЬ ЗА СОБОЙ ПОДАРОК, УКАЖИТЕ СВОЙ НОМЕР ТЕЛЕФОНА

Установка кондиционера Натяжной потолок в санузел Финишный пол

Ваши данные в безопасности

Предлагайте варианты



от 15 до 30 м²

[Заказать звонок](#)



от 30 до 100 м²

[Заказать звонок](#)



от 100 до 400 (и более) м²

[Заказать звонок](#)

Вовлечение пользователя

РАСЧЕТ СТОИМОСТИ РЕМОНТА ЗА 3 ШАГА

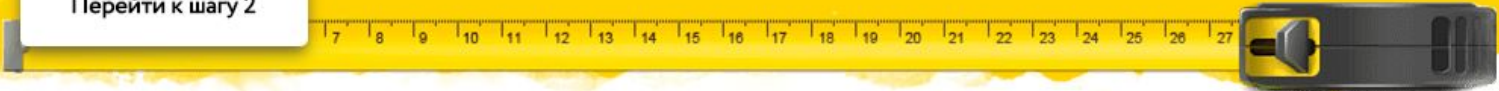
с помощью нашего онлайн калькулятора

Дизайн проект: Не нужен Нужен

Площадь по полу:

Тип объекта:

от Тип ремонта:



Сделаем слив воды с натяжного потолка за 1 час

Если Вас затопили соседи сверху, то требуется оперативная помощь со сливом воды из натяжного потолка. Наша компания сделает слив качественно и в короткие сроки!



Слив воды с натяжного потолка в любое время суток 24/7



Сливаем воду

без порчи полотна (потолка), а также без повреждения окружающей обстановки

Устраняем дефекты

при затоплении, такие, как провисание полотна, грязь, следы подтекания воды

Быстрый выезд

работаем аккуратно, выезжаем оперативно после оформления заявки

Сливаем воду с потолков

— **153** —

— раза в год



Вернем потолку первоначальную форму уже через час

Имя

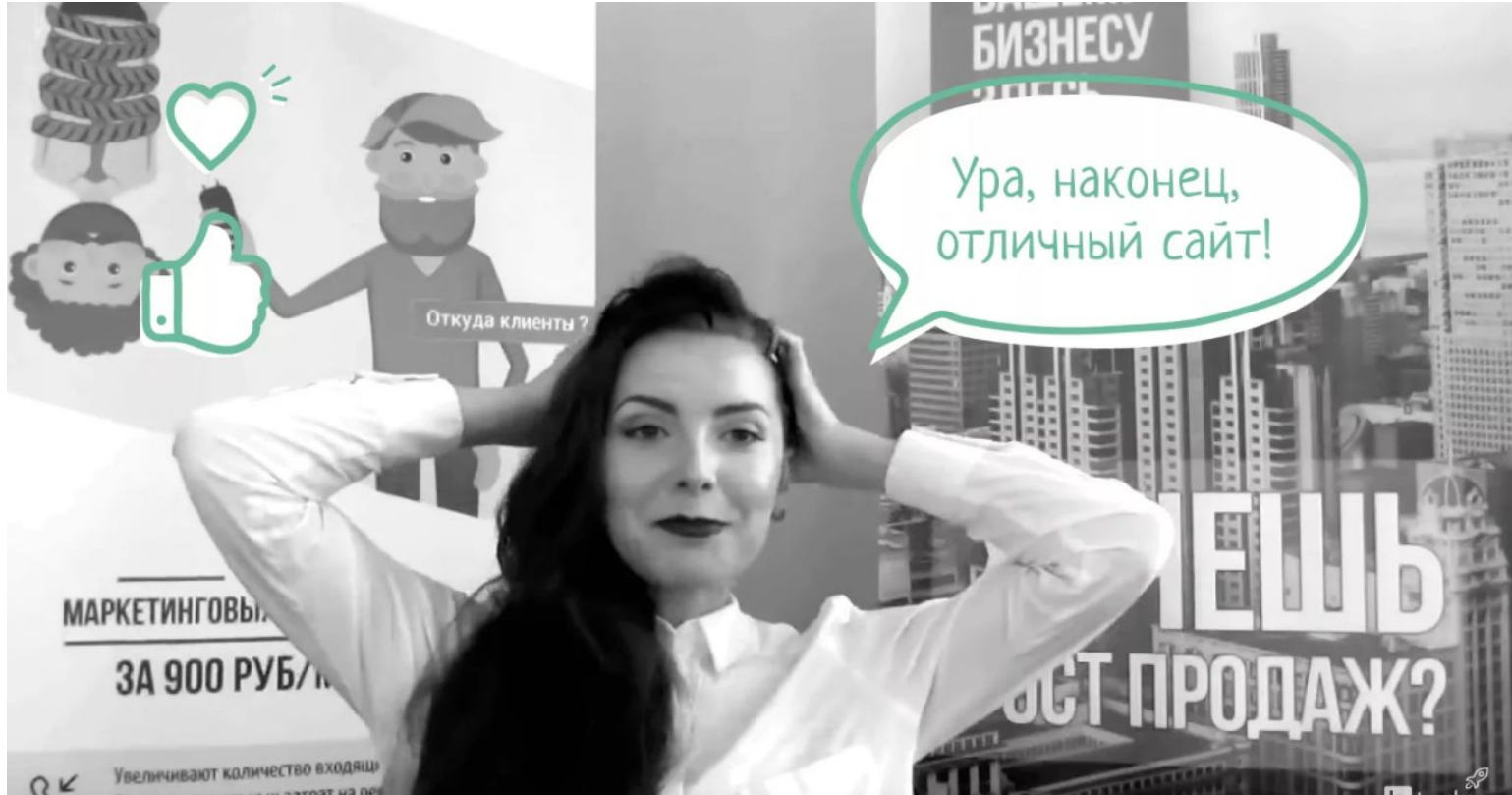
Телефон

Я согласен на обработку персональных данных

Заказать слив воды

Решение конкретной проблемы

Какая конверсия сайта считается хорошей?



KPI: Проверка на целостность каждой «цепочки»

Пройдите еще раз весь путь пользователя от начала:



Все должно быть связано и гармонично

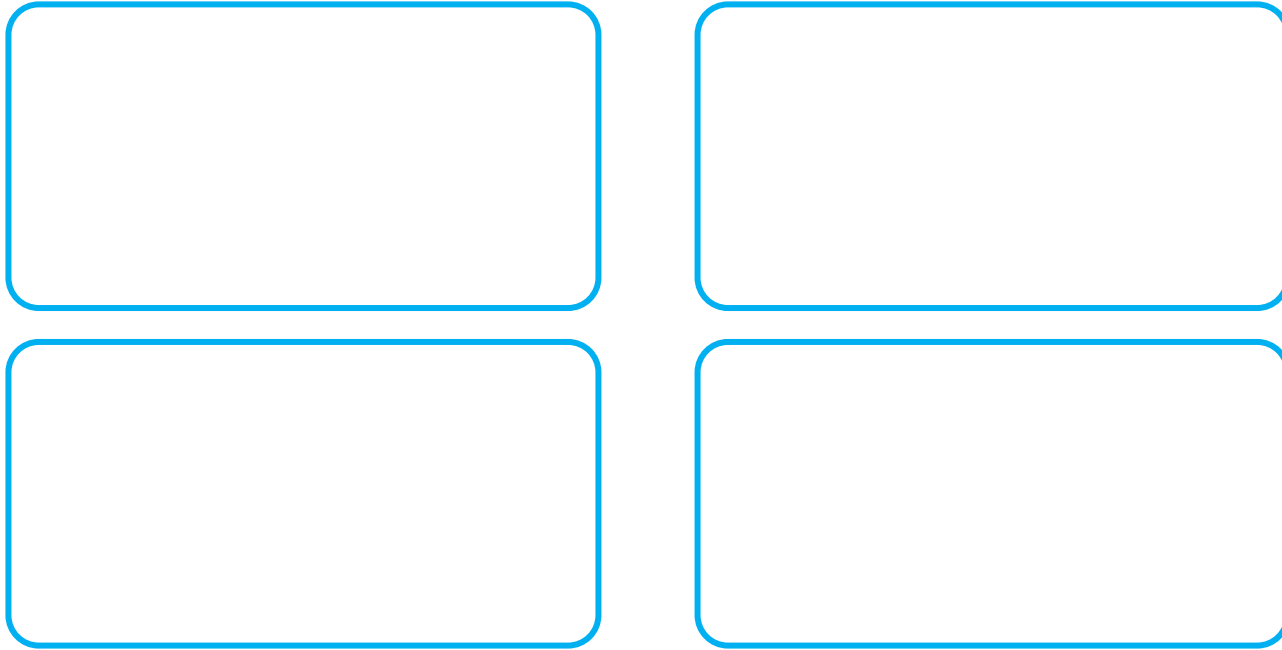
И приводить к конверсии!



Блок №4+. Аналитика

Фиксация конверсий. Аналитика. Отчеты.

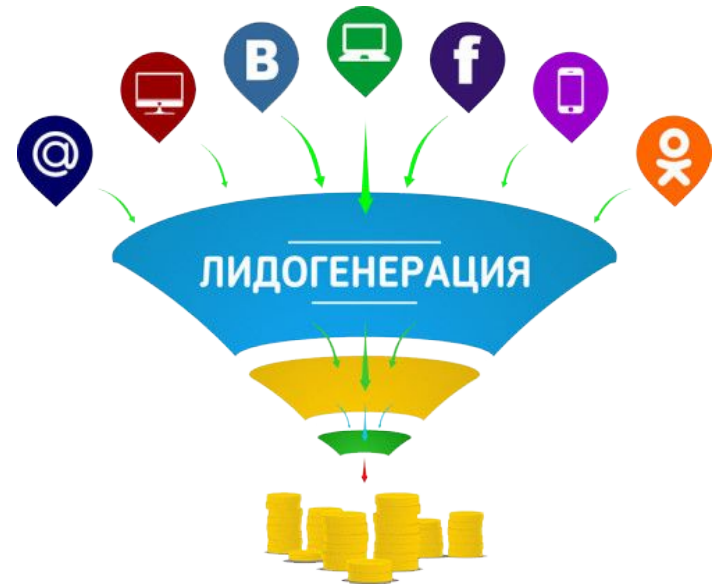
Суть блока «Аналитика»



Роль в системе: Получение полноценных данных о лидах, анализ, принятие обоснованных решений о корректировках стратегии

Учитываем все Лиды с сайта

- Колл-трекинг
- Цели в Я.Метрике
- Виджет для сбора ЛИДов с мессенджеров
- Ловец лидов
- Онлайн чат
- E-mail трекинг





Callibri — система работы с клиентским потоком

Комфортно для клиентов, элементарно для вас.

[Попробовать бесплатно](#)



Универсальный виджет

Вместо 10 форм на сайте: от чата и мессенджеров до callback

[Подробнее...](#)



КОП (Кто отправил письмо)

Узнайте пути, по которым на ваш email идут заявки

[Подробнее...](#)



Коллтрекинг

Отследите источники звонков с онлайн и офлайн рекламы

[Подробнее...](#)



Ловец лидов

Возвращайте клиентов даже с порога. До +40% к конверсии

[Подробнее...](#)

[Одноклассники](#)

[Viber](#)

[Vkontakte](#)

[Facebook](#)

[Telegram](#)

[Адреса](#)

[Звонки](#)

[Заявка](#)

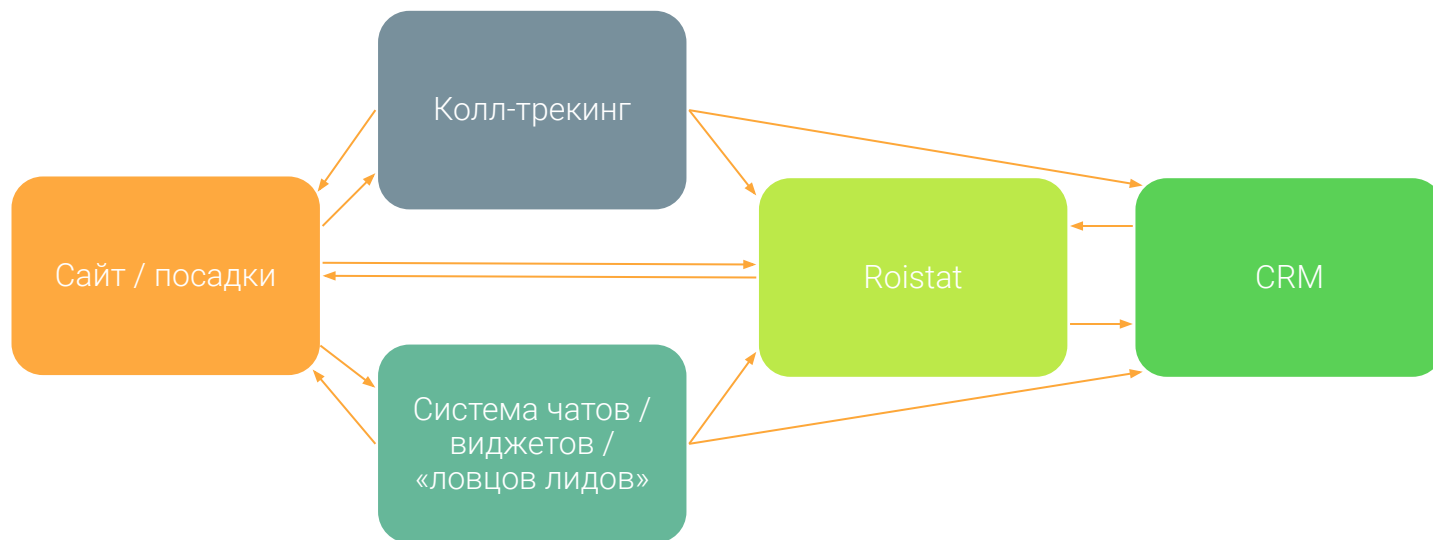
[Чат](#)



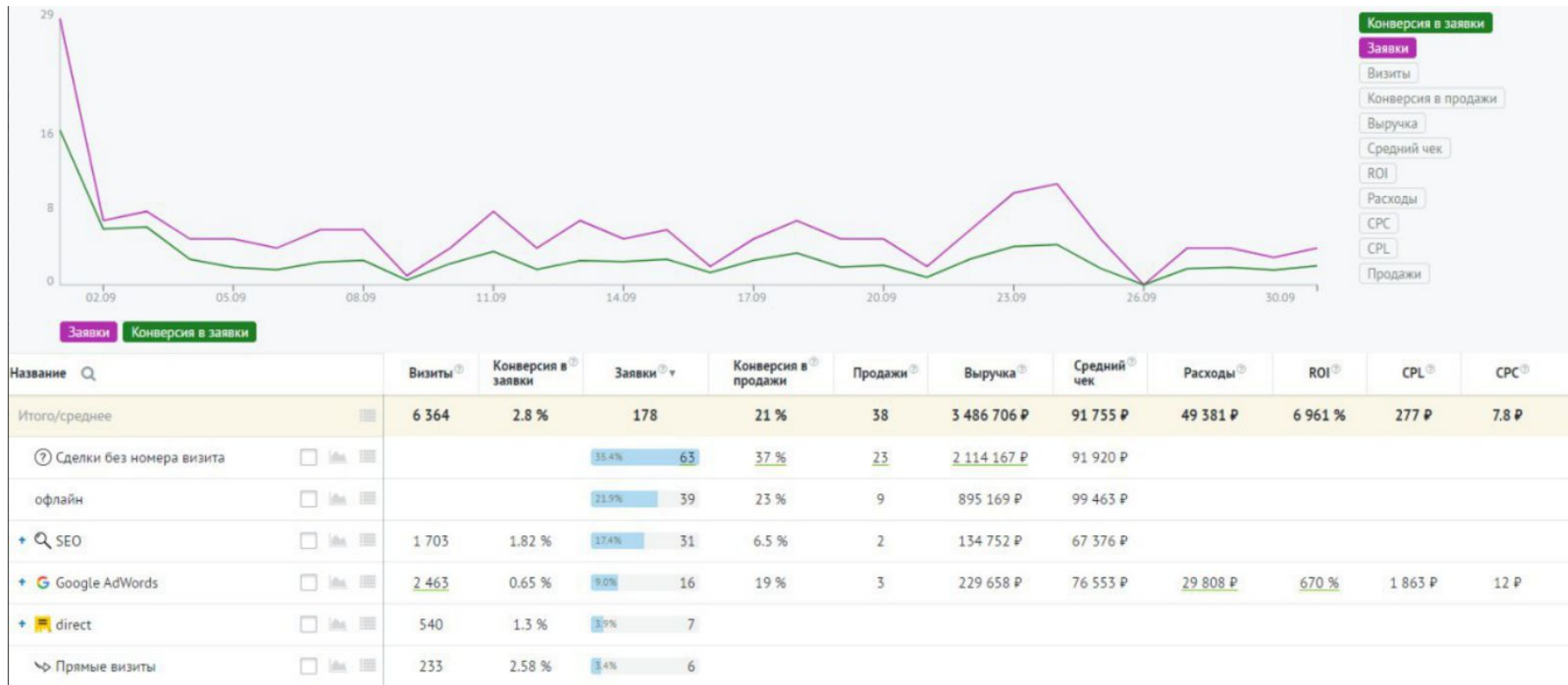
«Прошлый век»

Источник	Переходы		Сайт	Лиды		Выводы	Рекомендации
	Расходы	Количество переходов	Конверсия	Количество заявок	Средняя ст-ть заявки		
Яндекс.Директ	25 015,45 р.	1 590,00	1.26 %	20,00	1 250,77 Р	Конверсия маленькая, но количество заявок самое высокое из всех источников. Стоимость заявки - оптимальная	оставить, по сравнению с прошлым периодом, количество заявок не упало
Google AdWords	22 459 р.	1 030	1.96 %	14,00	1 604,21 Р	Конверсия маленькая. Количество заявок - ок. Стоимость заявки - выше среднего	оставить, по сравнению с прошлым периодом, количество заявок не упало
Facebook	21 484,33 р.	495,00	0.4 %	2,00	10 742,17 Р	Стоимость заявки очень высокая, почти не конвертит.	Не показывать холодной аудитории наш продукт вообще! Посыл сделать брендовый, либо ведущий на группы/ блог/ автоворонку
Instagram	10 231 р.	119,00		0,00		Заявок нет. Расходы высокие	Не показывать холодной аудитории наш продукт вообще! Посыл сделать брендовый, либо ведущий на группы/ блог/ автоворонку
Вконтакте	973,00 р.	17,00	-	0,00			Не показывать холодной аудитории наш продукт вообще! Посыл сделать брендовый, либо ведущий на группы/ блог/ автоворонку
Прямые визиты	0,00 р.	168	3.57 %	6,0			
cmsmagazine	0,00 р.	22	9,10%	2,00	0,00 Р	Переходы есть, конвертит мало	Доработать, дописать информацию на cmsмагазин
google.adwords	0,00 р.	51,00	1.36 %	1,00	0,00 Р		
google.kms	0,00 р.	1,00	-	0,00			
tagline	0,00 р.	1,00	-	0,00			
yandex.context	0,00 р.	7,00	-	0,00			
direct	0,00 р.	6,00	-	0,00			
SEO	0,00 р.	326	0.92 %	3,00	0,00 Р	Заявки и переходы есть, но немного	Илья Чащин работает над их увеличением.
Визиты с сайтов	0,00 р.	160,00	5%	8,00	0,00 Р		

Сквозная аналитика



Настоящее!



КРІ блока

- ✓ Все лиды учитываются в единой системе ✓
- ✓ Количество лидов
- ✓ Стоимость лидов
- ✓ Качество лидов (насколько хорошо идут дальше по воронке)
- ✓ При глубокой интеграции: +Стоимость продажи + Доходность лидов
- ✓ Все в динамике
- ✓

Все эти цифры анализируются и в среднем по компании, и в разрезах:

- по каждому каналу продвижения

Обработать нельзя накосячить: 5 главных ошибок приема ЛИДов

1. Не считать ЛИДы
2. Терять ЛИДы
3. Не сортировать ЛИДы (целевые / не целевые)
4. Неправильно их обрабатывать
5. Терять ЛИДы



Механизм поиска проблемы и решений

1. Убедитесь, что у вас установлены и настроены счетчики и системы веб-аналитики
2. Сформулируйте проблему. Убедитесь, что проблема действительно есть, подтвердите ее наличие данными
3. Соберите коллег и в формате мозгового штурма создайте список всех факторов, влияющих на проблему. Убедитесь, что фактор сформулирован в виде гипотезы, которую можно проверить с помощью данных.
4. Проверьте каждую гипотезу с помощью данных. Зачеркните ветки, гипотезы, которые не подтвердились.
5. Создайте список факторов на основе подтвержденных гипотез. Расставьте приоритеты, какой фактор наиболее значим для решения проблемы?
6. Создайте список работ по устранению негативных факторов, влияющих на результат
7. Выполните эти работы.

Подробнее о методе «Диаграмма Исикавы» – в блоге Светланы Ковалевой на Callibri.ru:

<https://blog.callibri.ru/pochemu-vasha-veb-analitika-ne-rabotaet-i-cto-s-etim-delat-chast-2>

Резюме

1. Главный продукт интернет-маркетинга – это целевые лиды
2. Правильно ставьте KPI в каждой из зон
3. Тщательно прорабатывайте все зоны
4. Если хотя бы одна из зон отработана несерьезно – переходите к п.3
5. Замеряйте все конверсии. Без этого лучше вообще не вкладывать ресурсы в маркетинг
6. Тестируйте гипотезы, делайте выводы, масштабируйте лучшие результаты
7. Регулярно улучшайте что-то в одной или нескольких зонах.

Результативного вам интернет-маркетинга!



Специальное предложение для участников Бизнес-практикум

- ✓ Анализ текущей ситуации Интернет-маркетинга в компании
+ **план** дальнейших действий

Рады
были
поделиться
ОПЫТОМ:

Дмитрий Мингазов

Антон Сеницин

Валентина Плохотниченко

Ирина Чумак

вся команда IQ Online

и, конечно, Яна Лисицына из Яндекса 😊

Звоните нам: (3452) 662-117

Пишите: welcome@iq-adv.ru

Подскажем или поможем разобраться