



MANGO
OFFICE

облачные
бизнес
коммуникации

**КАК ПОВЫСИТЬ КОНВЕРСИЮ
И УВЕЛИЧИТЬ ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ**

**Комплексный подход к оценке
эффективности рекламы**

Колтрекинг, как инструмент работы с рекламными каналами

1. О колтрекинге

- *от трафика в звонки*
- *статический +/-*
- *динамический +/-*

2. Выгоды динамического колтрекинга

- *узнать (баннер/ключевое слово)*
- *измерить эффективность канала и стоимость лида*
- *оптимизировать (бюджет)*
- *тестировать (А/Б, баннер/креативы)*


3. Кейсы

- *сокращение расходов*
- *увеличение продаж*

4. Виды решений на рынке

5. Несколько фиш как еще повысить конверсию





КАК С УМОМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ?

Узнайте подробности



1. Какой % трафика конвертируется в звонки?
2. Какой канал/источник дает больше звонков?
3. Какой ключевой запрос/баннер принес больше звонков?

Что такое кол трекинг (Call tracking)?

1. Call tracking (Колл-трекинг, отслеживание звонков) — метод учета онлайн и офлайн конверсий в интернет-маркетинге.
2. Call tracking - позволяет связать статистику звонков со статистикой посетителей

Статический коллтрекинг

+ Конкретный номер за конкретным каналом

- Нельзя посмотреть статистику до конкретного ключевого слова или баннера

- Можно отследить только один параметр с помощью одного номера

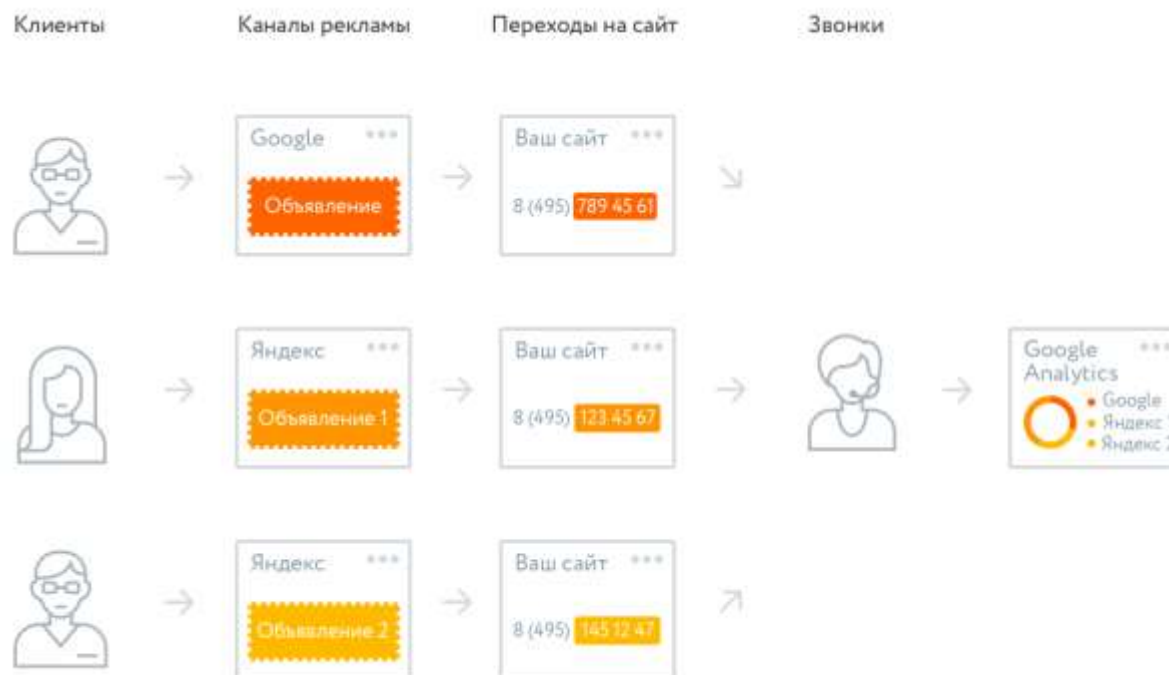
- Чем больше ты хочешь понять, тем больше номеров тебе потребуется (купить)



Динамический коллтрекинг

+ Можно посмотреть статистику до конкретного ключевого слова или баннера

- Если клиент сохранит номер и перезвонит на него через пол года никуда не попадет



Выгоды динамического коллтрекинга.

- **УЗНАТЬ** Какие ключевые слова работают, источники, география, баннеры, кампании, тип устройства.
- **ИЗМЕРИТЬ** Стоимость лида в разрезе вышеперечисленных параметров: в каком регионе какова стоимость лида, либо по какому рекламному источнику.
- **ОПТИМИЗИРОВАТЬ** бюджет Перераспределяем бюджет из неэффективного канала в более эффективный.
- **ТЕСТИРОВАТЬ** (А/Б, баннер/креативы)

Бесконечно тестируйте

- ✓ креатив, текст объявлений. Делаю 2 баннера, замеряю статистику. Слабый удаляю, добавляю новый.
- ✓ Подключаем новый рекламный канал. При кажущемся качественном трафике понимаем, что звонки не целевые, либо слишком дороги. Меняем рекламные сообщения, либо отключаем канал.

3. Реальный кейс оптимизации бюджета

Клиент: автосалон

До установки колтрекинга:

Маркетинговый бюджет онлайн рекламы — 2250 тыс./месяц

Каналы — контекстная реклама Google (30% бюджета) и Яндекс (30% бюджета) медийная реклама на авто.ру (40% бюджета)

68 объявлений в google, 57 объявлений в яндексе, 3 креатива на авто.ру

Звонков приходило в среднем 153 в месяц.

Действия после установки:

Узнать. Начато отслеживание звонков по объявлениям,

Измерить. Выяснили, что стоимость звонка с объявлений и баннеров колеблется от 5 000 до 23 000 рублей

Оптимизировать. После недели анализа, объявления со стоимостью привлечения более 15 000 руб. были отключены 29 объявлений в Яндекс и 17 объявлений в Google и добавлено новых 63, 1 креатив был снят и заменён на другой. Через 2 недели тестирования, было снято 15 объявлений в Google и 26 объявлений в Яндекс и добавлено 42 новых.

Начато отслеживание нецелевых звонков. Целевыми звонками считались звонки длительностью более минуты. Было снято 14 объявления в Google и 16 в Яндекс, приводившие к нецелевым звонкам.

За 5 недель работы было достигнуто:

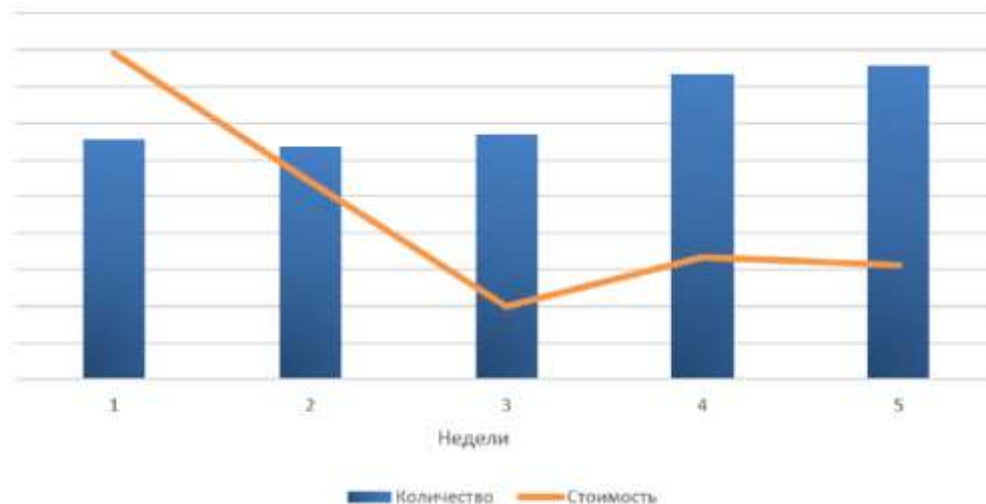
Убрали объявления которые давали нецелевые звонки

Бюджет перераспределился между каналами: 39% Google, 27% Яндекс, 34 % медиа реклама

Результат оптимизации

За 5 недель работы было достигнуто:

1. При сохранении бюджета Средняя стоимость рекламной кампании уменьшилась в 2,3 раза
2. Количество звонков увеличилось в 1,3 раза
3. Убрали объявления которые давали нецелевые звонки



Существующие решения на рынке

	MANGO OFFICE	Calltouch	CoMagic
Тарификация	Плата за количество показов	Ежемесячная абонентская плата за показы	Ежемесячная абонентская плата за номера
Динамическое выделение нумерации	да	нет	нет
Плата за подключение	нет	да	да
Техподдержка 24/7	да	нет	нет
Интеграция с Google Analytics	да	да	да

Покупатели бывают разные

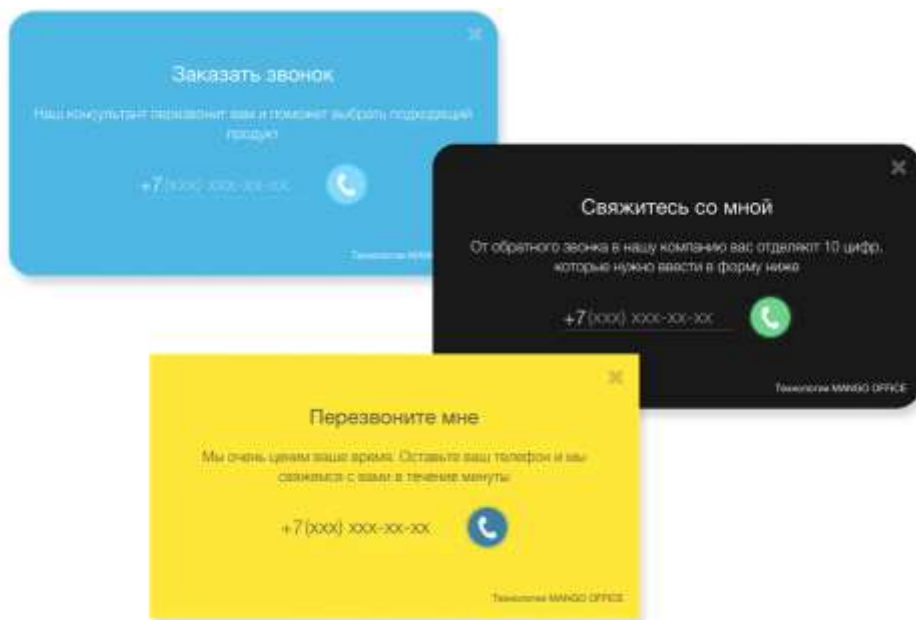
- **15%** - «горячие» – сам нашел, сам купил
- **40%** - «теплые» – разобрался не до конца, SOS
- **45%** - «холодные» – ничего не понял, но от помощи не откажусь



КАК ИХ РАЗОГРЕТЬ?



ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК



- Нет денег/ поколение Y
- Альтернатива 8 800/ СНГ
- Прямая связь с директором

ЗВОНОК С САЙТА Те, кто хотят скрыть свой номер





MANGO
OFFICE

облачные
бизнес
коммуникации

**Остались вопросы?
Звоните!**

**Алексей Горбунов
+7 921 908 8685**