

Чек-лист «Оценка эффективности интернет-маркетинга»

Эффективность интернет-маркетинга хорошо оценивать, когда есть понимание что мы хотим получить в итоге. Разобьем все инструменты на несколько этапов и пройдемся по пути пользователя по воронке продаж.

Трафик. Реклама

Цель: трафик на сайт, максимальный охват ЦА

На этом этапе происходит первое касание потребителя с продуктом или компанией. Чаще всего потребитель о продукте узнает из рекламы

Контекстная реклама	Социальные сети	Поисковое продвижение
<input type="checkbox"/> Google Adwords <input type="checkbox"/> Поиск <input type="checkbox"/> КМС <input type="checkbox"/> Ремаркетинг <input type="checkbox"/> Яндекс.Директ	<input type="checkbox"/> Рекламные посты <input type="checkbox"/> Таргетированная реклама	<input type="checkbox"/> Внутренняя оптимизация сайта <input type="checkbox"/> Внешнее информационно-ссылочное продвижение <input type="checkbox"/> Широкое семантическое ядро <input type="checkbox"/> Контентная оптимизация <input type="checkbox"/> Наполнение сайта тематическим контентом <input type="checkbox"/> Выведение сайта на первую страницу поиска

Рекламный бюджет, \$	Охват ЦА, чел.	Число переходов	Стоимость посетителя, \$

Чек-лист «Оценка эффективности интернет-маркетинга»

Эффективность интернет-маркетинга хорошо оценивать, когда есть понимание что мы хотим получить в итоге. Разобьем все инструменты на несколько этапов и пройдемся по пути пользователя по воронке продаж.

Конверсия

Цель: с помощью сайта или соцсетей привести посетителя к покупке или заказу

Повышение удобства сайта	Социальные сети
<input type="checkbox"/> Современный дизайн	<input type="checkbox"/> Facebook
<input type="checkbox"/> Удобная структура сайта	<input type="checkbox"/> Instagram
<input type="checkbox"/> Создание посадочных страниц под конкретную услугу	<input type="checkbox"/> ВКонтакте
<input type="checkbox"/> Регулярный анализ пользовательского поведения на сайте	<input type="checkbox"/> Ведение аккаунта и групп
	<input type="checkbox"/> Повышение лояльности пользователей

Количество посетителей. чел	Конверсия сайта (количество заявок), %	Стоимость клиента, \$

Чек-лист «Оценка эффективности интернет-маркетинга»

Эффективность интернет-маркетинга хорошо оценивать, когда есть понимание что мы хотим получить в итоге. Разобьем все инструменты на несколько этапов и пройдемся по пути пользователя по воронке продаж.

Повторные продажи

Цель: удержать клиента и побудить к следующей покупке или заказу

С этим хорошо справляются различные рассылки

E-mail рассылка	Другие рассылки	Ремаркетинг и ретаргетинг
<input type="checkbox"/> Пригласительные письма <input type="checkbox"/> Информационные письма <input type="checkbox"/> Акционные письма <input type="checkbox"/> Конверсионные письма	<input type="checkbox"/> SMS <input type="checkbox"/> Viber <input type="checkbox"/> Telegram <input type="checkbox"/> WhatsApp	<input type="checkbox"/> Накопление и подогрев ЦА в подписчики <input type="checkbox"/> Увеличение списка ремаркетинга <input type="checkbox"/> Использование ремаркетинговых баз для повторных продаж

Открываемость писем, %

Переходы, %

Повторные покупки, %