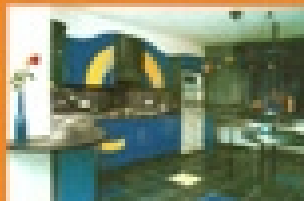
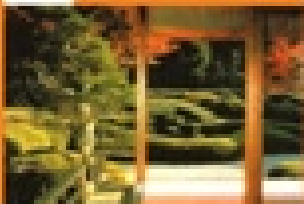


№4(117)

20 февраля - 4 марта
2008 г.ЕКАТЕРИНБУРГСКИЙ
ВЫПУСКИнтернет
помогает
строить

стр. 20-21

14 ИДЕАЛЬНАЯ
КУХНЯ16 ДОМОСТРОЕНИЕ
СЕГОДНЯ19 ОТДЕЛКА
МРАМОРОМ22 МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ
ДВЕРИ24 ОБУСТРОЙСТВО
САДА

СТРОИТЕЛЬСТВО

РЕМОНТ • МЕБЕЛЬ

НЕДВИЖИМОСТЬ • СТРОЙМАТЕРИАЛЫ • ДЕКОР • УСЛУГИ • ПРЕДМЕТЫ ОБИХОДА • ИНСТРУМЕНТ

1

МНОГО

ОТЛИЧНЫЕ качества

Керамическая плитка для

- ванных комнат
- кухню
- прихожих
- гостиных
- спален
- каминных залов
- бассейнов
- фасадов
- гаражей

2

Надолго

Мебель для ванных комнат

- душевые кабины
- санфаянс
- ванны
- аксессуары
- смесители

3

удобно

Услуги

- расчет количества материалов
- консультации дизайнера
- расчет наименьшего расхода плитки
- кредит
- доставка

ЦЕНТР КЕРАМИКИ

Бахчиванджи, 2

тел 216-14-82

опт 264-36-16

www.center-keramiki.ru

ПРОДАЖИ В ИНТЕРНЕТ.

Как и где нужно размещать информацию о компании

Бурный рост компаний, использующих сеть Интернет как один из важных моментов своей маркетинговой стратегии, заставляет остальных участников рынка все серьезнее относиться к этому инструменту стимуляции продаж. Одни из важнейших вопросов, которые стоят перед новыми участниками интернет-рынка, – как оценить потенциал продаж и рентабельность использования интернет-технологий.



Прежде чем начинать интернет-проект, стоит оценить, способен ли он принципиально окупиться и обеспечить минимальный объем продаж, гарантирующий рентабельность. Сначала необходимо выяснить, интересуются ли в настоящее время посетители Интернета вашими товарами или услугами, иначе работы по размещению информации могут оказаться бесполезными. Наглядно анализ емкости рынка представлен на рассмотренном ниже примере.

Пример

Некоторая компания, занимающаяся грузоперевозками, решила подать о себе информацию в Интернет. Услуга грузоперевозок является предметом активного спроса, поэтому для оценки рынка было предположено, что большинство потенциальных клиентов ищут в сети Интернет компании, предоставляющие данные услуги, используя поисковые слова «грузоперевозки», «перевозки», «авиаперевозки по России», «перевозки морским путем». Количество запросов этих слов в последний месяц было оценено с помощью

службы статистики поисковой системы «Яндекс».

Исходя из этих данных, можно рассчитать популярность этих поисковых слов во всей сети Интернет.

Для простоты оценки предположим, что каждый посетитель находит компанию-перевозчика, используя только одно из представленных поисковых слов.

Емкость рынка = количество запросов по данным статистики поисковика/доля данного поисковика среди всех поисковиков

Емкость рынка = $85190/0,46 = 28396$, то есть 28396 возможных клиентов в месяц.

Оценка эффективности интернет-рекламы

Конечно, далеко не все потенциальные клиенты узнают о вашем сайте и сделают заказ. Часть из них отсеется – только некоторые увидят рекламное объявление и зайдут на сайт. Причем распространенных и общедоступных способов рекламы в сети Интернет всего три. Первый – обеспечение попадания сайта на первую страницу поисковой машины по целевым запросам (путем продвижения и оптимизации, прибегая к помощи тех компаний, которые занимаются продвижением сайтов. Но «Помните, что прибегая к услугам тех, кто «раскручивает» сайты в поисковых системах, Вы рискуете потерять посетителей с поиска

навсегда» - предупреждает Яндекс!). Второй – контекстная реклама – появление рекламного сообщения рядом с результатами поиска по тематике, интересующей рекламодателя. Это услуга «Яндекс-директ». Третий – размещение полной информации о компании в виде промо-сайта на тематическом портале. Строительный интернет портал www.StroyIP.ru предлагает размещение о компаниях данного рынка в виде услуги «On-line менеджер». По данным счетчика Live-internet тематический ресурс www.StroyIP.ru ежемесячно посещают около 100000 человек. Эффективность такого размещения можно всегда легко оценить, обратившись к статистике Live-internet.

После того как потенциальный клиент перешел по рекламной ссылке, он попадает на промо-сайт, это шаблон заполненный полной информацией о компании (наполнение такого сайта занимает не больше пяти дней). Задача тематического

портала и компании, размещающей на нем свою информацию, состоит в том, чтобы заинтересовать посетителя в товаре или услуге. Эффективность такого убеждения определяется коэффициентом конверсии, CR – conversion rate.

CR, коэффициент конверсии = количество пришедших покупателей/ количество посетителей сайта.

Пример поисковой оптимизации

Средняя цена вывода сайта в первую десятку большинства поисковых систем для нашей группы из пяти-шести среднеконкурентных запросов и поддержания этих позиций составляет около 10000 рублей, выделенных нами на рекламу в месяц = 120000 рублей в год. Если проводить поисковую оптимизацию под ту же систему «Яндекс», то охват аудитории будет около 40%, CR оценим в 1.5% в связи с ответственностью аудитории поисковиков. Но помните, о чем предупреждает Яндекс!



Вариант: контекстная реклама

Контекстная реклама обычно дает целевую аудиторию, поэтому оценим CR, равный 1.6%. Услуги контекстной рекламы предлагают все ведущие российские поисковые системы: «Яндекс», «Рамблер», «Мэйл», «Апорт», и зарубежные: Google, Yahoo, MSN. Оплата производится двумя основными способами: за количество кликов, произведенных уникальными пользователями, или за определенное количество, к примеру, за тысячу показов. Использование специальных рекламных систем типа «Бегуна» позволяет охватить практически все поисковые системы, поэтому охват аудитории может достигать, к примеру, 80%.

Следует оговориться, что выделенных 10000 рублей может не хватить для показа рекламного объявления в течение всего месяца.

Вариант: размещение информации на тематическом портале

Тематический портал охватывает 100% целевой аудитории, средняя часть такой аудитории заходит туда по закладкам, что говорит об их периодическом посещении ресурса. На тематическом ресурсе можно найти абсолютно все, что касается строительства, ремонта, грузоперевозок, и т.д. Посетитель может увидеть товар лицом, посмотреть описание: технические характеристики, ГОСТы, СНИПы, бренды, и т.д, на портале можно задать вопрос специалисту компании, и получить содержательный ответ, разместить тендеры, и участвовать в конкурсе. Владельцы дисконтных карт портала могут получить скидку на товар или услугу компаний, размещающихся в разделе «Дисконтный клуб». Посетитель может узнать для

себя много интересного, прочитав статью о каком-нибудь товаре или услуге, которые размещают компании.

Данное размещение «On-line-менеджер» включает в себя все эти услуги и дает полное представление посетителю о товаре, что говорит об эффективности данного метода размещения. Стоимость такого размещения составляет около 33000 рублей в год, это почти в 4 раза дешевле по отношению к другим методам рекламы в интернет. При коэффициенте конверсии CR2.

При сравнении результатов видно, что в данном случае наиболее выгодно размещаться на тематическом портале. Совсем не обязательно, что в другом случае это окажется выгоднее контекстной рекламы в «Яндекс-диррект» или оптимизации имиджевого сайта. К примеру, кон-

текстная реклама может быть использована при небольших рекламных бюджетах, в отличие от оптимизации. Поисковую оптимизацию необходимо проводить постоянно для поддержания результата и в большинстве случаев тратить минимальную пороговую сумму 10000 рублей в месяц.

Рассмотренные примеры ярко показывают, что при небольших инвестициях интернет-проекты могут быстро окупаться и приносить дополнительный доход своим владельцам. Но для оценки их рентабельности необходимо пройти основные стадии, специфичные для бизнес-планирования, при этом особое внимание стоит обратить на оценку доступной доли рынка и на выбор способа рекламы.

Автор статьи:
Угрин Евгений
Менеджер компании
«Максимус-Плюс»

Каталог товаров и услуг для строительства и ремонта | Екатеринбург

www.stroyip.ru



Кровля, водостоки



Плитка, мрамор



Сыпучие смеси



Пиломатериалы



Металлопрокат, метизы



Отделочные материалы



Сантехника



Вентиляция, кондиционеры



Электрооборудование



Изоляция, утеплители



Строительство, ремонт



Отопление, котлы



Бетон, жби, кирпич



Стройтехника



Клининг, мусор



Спецодежда



Инструменты



Окна



Лестницы, лифты



Системы безопасности

(343) 261-52-06 stroyip@stoyip.ru