



# Как в кризис увеличить в 3 раза интернет продажи за 1 год?

Опыт компании [Паркиград](#)



# Паркингград - продажа и производство оборудования для дорог и парковок

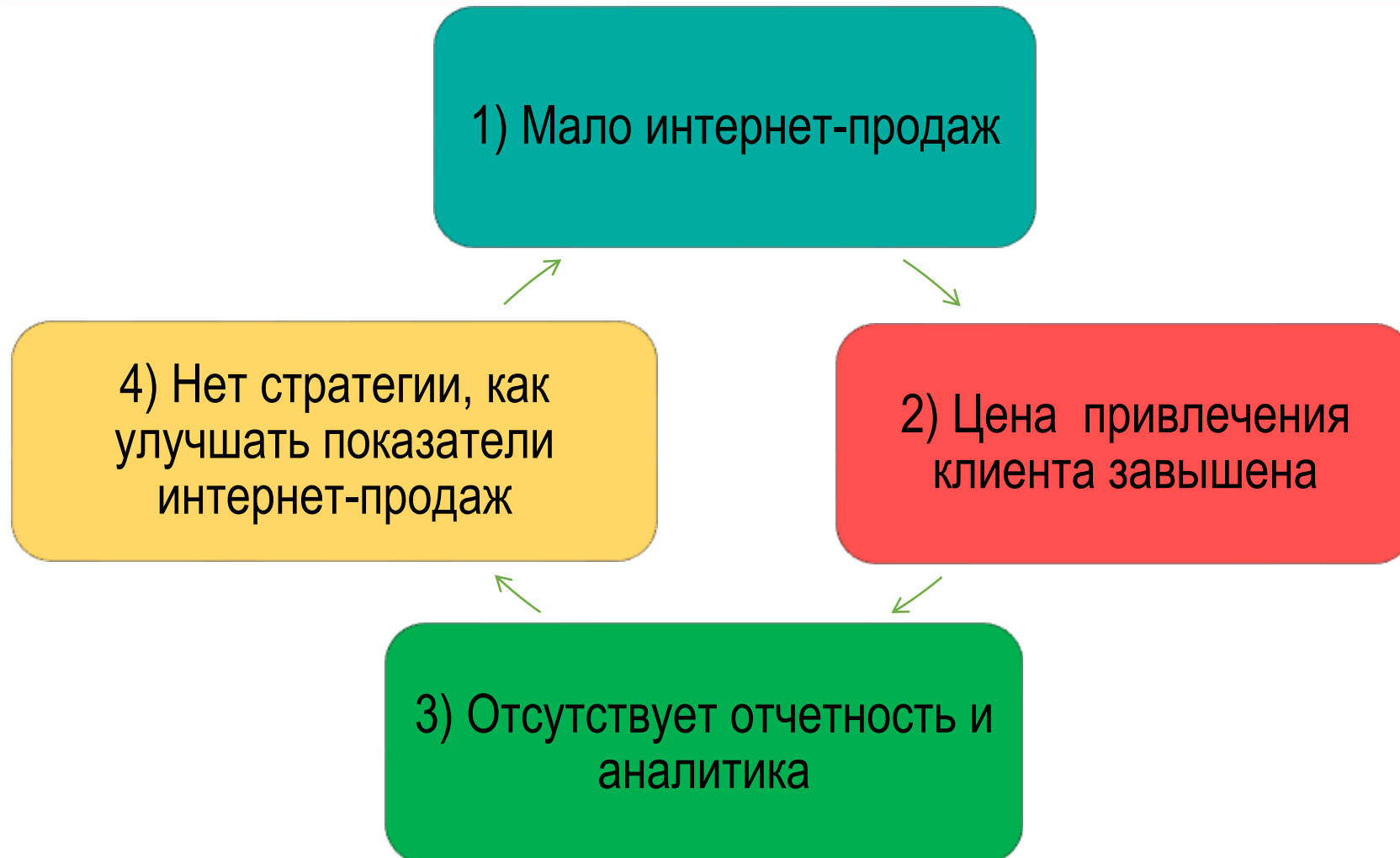
## Оптовые и розничные продажи оборудования

1. **Основной канал привлечения клиентов** – интернет (95%), другие источники (5%)
2. **Метод продаж** – оптовые продажи по телефону, иногда через встречу
3. **География продаж** – вся Россия и СНГ (40% Москва, 25% Екатеринбург 35% Остальные регионы)
4. **Заявки с сайта** приходят в виде звонков, писем на электронную почту и заполненных форм обратной связи
5. **Более 150** товаров в каталоге





# Какие были основные проблемы перед началом работы?





# Цель – увеличить продажи от интернет рекламы

## Более детально:

- 1) Настроить аналитику и отчетность по рекламе
- 2) Обновить и расширить семантическое ядро
- 3) Разработать уникальное предложение по каждому товару
- 4) Создать новые рекламные кампании по всем товарам и услугам
- 5) Снизить цену привлеченного клиента





# Результаты работы:

	2014 год	2015 год
<b>Расходы на рекламу</b>	<b>253 тыс. руб.</b>	<b>146 тыс. руб.</b> ↓
Клики	5 709	11 661
Цена клика	44,30 руб.	12,50 руб.
Заявки	311	834
Цена заявки	815 руб.	175 руб.
Сделки	142	407
Цена клиента	1 710 руб.	358 руб. ↓
<b>Выручка</b>	<b>8 млн руб.</b>	<b>22 млн руб.</b> ↑



# 1) Настроить аналитику и отчетность по рекламе

- **Что было сделано:**

- На сайте были установлены счетчики Яндекс Метрики и Google Analytics. Настроены цели.
- Была разработана отчетность в MS Excel, охватывающая всю воронку продаж.

- Регулярная отчетность позволила контролировать эффективность от рекламы в разрезе ключевых слов, объявлений, регионов и других критериев.

- **В результате** неэффективные ключевые слова и объявления были отключены.







## 2) Обновить и расширить семантическое ядро

- **Что было сделано:**
- Семантическое ядро с **200** ключевых слов было расширено до **9 000** ключевых слов.
- Проанализировав спрос, были введены новые высокомаржинальные товары из тематики бизнеса.
- **В результате** в разы выросло число целевых кликов от клиентов, при этом стоимость клика снизилась за счет поиска низкоконкурентных ключевых слов





### 3) Разработать уникальное торговое предложение по каждому товару

- По каждой товарной группе был проведен конкурентный анализ, чтобы выявить сильные стороны товаров Паркиград, а также преимущества компании.
- Все целевые страницы сайта и объявления были переделаны, либо созданы в соответствии с этим УТП.
- Это позволило увеличить кликабельность объявлений и конверсию сайта. CTR вырос с **6% до 12%**.
- **В результате** цена клиента была снижена с **1700 до 358 руб.** Выросло число обращений клиентов со страниц сайта





## 4) Создать рекламные кампании по всем товарам и услугам

- По каждой товарной группе были запущены кампании на поиске, в рекламной сети яндекса и ремаркетинг
- Были оптимизированы стратегии назначения ставок, временной и географической таргетинг, что позволило оптимизировать издержки
- Число рекламных кампаний выросло с **12 до 34**
- Для каждого ключевого слова были написаны уникальные объявления, в соответствии с УТП кампании

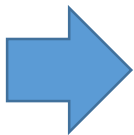
Яндекс

нанесение дорожной разметки — 1 млн ответов



Найти

ПОИСК КАРТИНКИ ВИДЕО КАРТЫ МАРКЕТ ДИСК МУЗЫКА ЕЩЁ



**Нанесение дорожной разметки в Екб / park-ur.ru**

Реклама park-ur.ru

Нанесение дорожной разметки. Оборудование США. Выезд на замеры бесплатно  
Цена от 38руб. 300 машиномест в сутки Краска для разметки СТИМ Жмите  
Контактная информация · +7 (343) 351-73-71 · круглосуточно · Екатеринбург

Разместить объявление по запросу  
«нанесение дорожной...» — 3 426 показов  
в месяц

Все объявления по этому запросу



## 5) Снизить цену привлеченного клиента



- В результате регулярной работы по оптимизации рекламных кампаний издержки на привлечение клиента были снижены в **4,77** раза.
- Тем самым, за меньший бюджет по сравнению с 2014 годом в 2015 году удалось сделать в **2,75** раза больше выручки.
- В результате в кризис на фоне усилившейся борьбы с конкурентами Паркинграду удалось заработать с интернет-продаж на **175%** больше, чем в предыдущем году.



# Почему так важно было снизить цену клика с 44,30 руб. до 12,50 руб.?



- Если бы цена клика осталась такой же, как при плохо настроенных кампаниях, за каждый переход Паркинград переплачивал бы 31.80 руб. Всего таких кликов было 11 661.
- Тем самым, бизнесу удалось сэкономить **370 819 руб.** за год.
- Стоимость услуг директолога была окуплена в несколько раз.

# Результаты работы в скриншотах:

(Здесь конверсия ниже, чем на слайде №5, так как большинство заявок приходит от звонков и email'ов,  
А Директ учитывает только заполненные формы обратной связи)

Всего по аккаунту с 01.01.15 по 31.12.15		Поиск	7147	11.88	14.73	3.07	342.83
Дата	Кампания	№ кампании	Клики ▼	CTR (%)	Ср. цена клика, руб.	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
2015 г.	<a href="#">Защита стен   Поиск   РФ</a>	9995217	2136	14.96	9.84	2.49	304.63
2015 г.	<a href="#">Парковочные барьеры   поиск   РФ - мск -спб</a>	14791448	1121	18.49	9.82	3.68	142.91
2015 г.	<a href="#">Кабель канал   Поиск   РФ</a>	11659922	953	10.07	16.87	2.63	518.55
2015 г.	<a href="#">Сферические зеркала   Поиск   Россия -екб</a>	11325376	943	9.16	22.98	3.76	401.26

Всего по аккаунту с 01.01.15 по 31.12.15		РСЯ	4874	0.15	9.99	3.27	217.31
Дата	Кампания	№ кампании	Клики ▼	CTR (%)	Ср. цена клика, руб.	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
2015 г.	<a href="#">Парковочные барьеры   РСЯ   РФ</a>	14793454	1692	0.48	5.52	3.43	96.36
2015 г.	<a href="#">ИДН   РСЯ   Россия</a>	8022799	827	0.13	12.86	5.41	259.47
2015 г.	<a href="#">Парковочные столбики   РСЯ   РФ</a>	14810459	495	0.23	8.90	2.64	191.54
2015 г.	<a href="#">Сферические зеркала   РСЯ   Россия</a>	15468085	376	0.22	9.07	2.44	213.09
2015 г.	<a href="#">Сферические зеркала   РСЯ</a>	11649276	325	0.15	12.21	2.68	495.93



# Хотите такой же результат или лучше?

Давайте знакомиться!

*Андрей Петров, интернет-маркетолог*

[Petrovand.ru](http://Petrovand.ru)

2p-p@mail.ru

+7 (982) 640-45-43