

Критерии эффективности и качества услуг интернет-маркетинга, КРІ. Общий подход и индивидуальные модели



Маркетинговый консалтинг
и аутсорсинг

5



Санкт-Петербургский
интернет-форум

19 мая 2010 г

Конференц-холл гостиницы "Прибалтийская Park Inn"
г. Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 14

Качество услуг

критическая оценка Заказчиком
степени соответствия
свойств и показателей качества
его ожиданиям и потребностям.

СУБЪЕКТИВНОСТЬ!?

Сложности в определении качества услуг

- малая достоверность предварительной аттестации компании подрядчика
- сложность и затратность сравнительной оценки подрядчиков и качества их услуг
- не все компоненты интернет-маркетинга можно оценить количественными показателями
- сложность в определении плановых показателей
- инертность результатов
- результаты — композиция множества активностей
- услуги получаются заказчиком в п р о ц е с с е
- внешние условия рынка и конкуренция
- и пр., пр., пр.

SEO «по-нашему»

поисковое продвижение с финансовой гарантией
=

продажа позиций в поисковой выдаче

=> простота оценки результатов !?

Уловки: жесткие договора; предоплата за первоначальный период работ; расширение семантического ядра неконкурентными запросами; квалифицированное объяснение неудач и разводка на продолжение.

Комплексный интернет-маркетинг

Поисковое продвижение (SEO)
Работа с тематическими ресурсами
Реклама в поисковых системах (контекст)
Медийная реклама и Нестандартные рекламные акции
Продвижение в социальных сообществах (SMM)
Копирайтинг и Advertorial, PR
E-Mail маркетинг
Мониторинг аналитики и конкурентов
Контроль работы отделов продаж
...

А также **Интернет-консалтинг:**

Технический аудит сайта
Маркетинговый аудит интернет-представления
Проектирование сайтов и интернет-представительств
Разработка планов интернет-маркетинга
Usability-анализ
Настройка Google.Analitics
Проектирование маркетинговых БД
Анализ конкурентов и ассортиментный анализ
Разработка бизнес-планов электронной коммерции
...

Необходима

ЦЕЛОСТНОСТНАЯ
ОЦЕНКА

на основе

СИСТЕМНОГО
ПОДХОДА

Критерии оценки качества услуг интернет-маркетинга...

... оказываемых маркетинговой группой «Текарт» (редакция 2005 год)

1. Положительная динамика роста посещаемости веб-сайта (целевой трафик). Ежемесячно.
2. Параметры качества аудитории (соотношение хит/хост; среднее время сессии; % посетителей, просматривающих более 2 стр. и т.п.)
3. Положительная динамика роста поискового трафика. Ежемесячно.
4. Регулярность и частота попадания/нахождения ссылки на сайт в результатах выдачи поисковых систем.
5. Кол-во размещенных за отчетный период единиц информации (объявления, ссылки, новости, пресс-релизы, тематические статьи и т.п.)
6. Показатели авторитетности сайта в терминологии поисковых систем (Google-PR, Апорт-ИЦ, Yandex-ТИЦ).
7. Кол-во проиндексированных страниц (различные поисковые системы).
8. Общее кол-во внешних ссылок на сайт.
9. Упоминаемость имени компании (брендов) в интернете.
10. Кол-во и качество конечных обращений в компанию (заказы, покупки, консультации, телефонные звонки; партнерские отношения).
11. Кол-во и качество периодических работ и документов:
 - маркетинговые исследования;
 - аудит веб-сайта и рекомендации по доработке/развитию;
 - создание тематических текстов;
 - проведение РК (в т.ч. контекст);
 - эпизодическая и месячная отчетность.

38 попугаев :)

Весовой коэффициент для каждого из критериев (от 1 до 5)

X

экспертная оценка - три уровня -

{ ХОРОШО (2) УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (1) НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (0) }

1. Положительная динамика роста посещаемости веб-сайта (целевой трафик). Ежемесячно.
 $5 \times 1 = 5$

2. Параметры качества аудитории (соотношение хит/хост; среднее время сессии; % посетителей, просматривающих более 2 стр. и т. п.) $2 \times 2 = 4$

3. Положительная динамика роста поискового трафика. Ежемесячно. $5 \times 2 = 10$

4. Регулярность и частота попадания/нахождения ссылки на сайт в результатах выдачи поисковых систем. $5 \times 1 = 5$

5. Кол-во размещенных за отчетный период единиц информации (объявления, ссылки, новости, пресс-релизы, тематические статьи и т. п.) $2 \times 2 = 4$

6. Показатели авторитетности сайта в терминологии поисковых систем (Google-PR, Апорт-ИЦ, Yandex-ТИЦ) $2 \times 0 = 0$

...

Минимальный уровень «принятия работ», например, **38 баллов**



Ключевые показатели эффективности (KPI)

Входящий трафик

количественные и качественные показатели...

Контакты с потенциальными клиентами

заказы, запросы консультаций, покупки...

SEO

поисковый трафик, авторитетность сайта и документов, позиции по запросам...

Реклама

стоимость привлеченного посетителя, параметры конвертации, охват аудитории...

PR & Advertorial

количество пресс-релизов, статей, фактов публикаций, цитируемость...

E-Mail маркетинг

количество подписчиков, рассылок, количество отправлений...

Индивидуальный подход

Паркет-Холл
Дистрибуция и
производство
напольных покрытий



DitchWitch
Представительство в
России производителя
техники для ГНБ



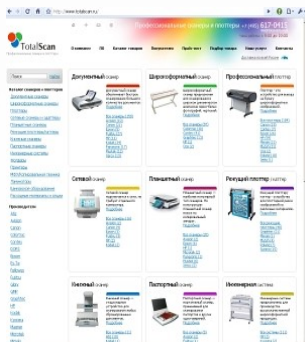
Miele СНГ
Производитель
бытовой техники
премиум-класса



Прайм-Тасс
Информационно-
аналитическое
агентство



TotalScan.ru
Интернет-
магазин
плоттеров



Для каждого проекта
рекомендуем согласование
индивидуальной группы КР!

Самая простая система KPI

2009	1	2	3	...	12	План
Общая посещаемость	8 900	10 100	10 600		15 600	15 000
в т.ч.						
поисковый трафик	6 500	7 200	7 500		11 200	10 500
контекстные РК	2 000	2 200	2 100		2 300	
ТИЦ (Яндекс)	240	240	260		400	350
PR (Google)	2	2	3		3	3
Обращений всего:	112	109	124		180	
конвертация посетителей %	0,01	0,01	0,01		0,01	
в т.ч.						
"быстрых заказов"	54	50	52		102	
заказов в корзину	12	11	14		25	
запросов консультаций	46	48	58		53	
Пресс-релизов	4	4	3		5	
публикаций	25	27	24		17	
Количество подписчиков						
в т.ч.						
собственный eCRM	900	920	945		1 245	
Subscribe	6 500	6 600	6 690		9 100	
Mail.ru	2 000	2 050	2 100		2 800	



Спасибо за внимание!

WWW.TECHART.RU

WWW.TECHART.RU

Никулин Илья

Маркетинговая группа "Текарт" www.techart.ru

mail: nikulin@techart.ru