ВЕБ • ЦЕНТР

CPA-маркетинг — новый канал для привлечения клиентов

Сергей Денин
исп. директор
Веб-Центр

Интернет-маркетинг. Схема.

1. Привлечение на сайт посетителей

(поисковые системы, спец. площадки, оффлайн реклама, соц.сети)

2. Конвертация посетителей в потенциальных клиентов

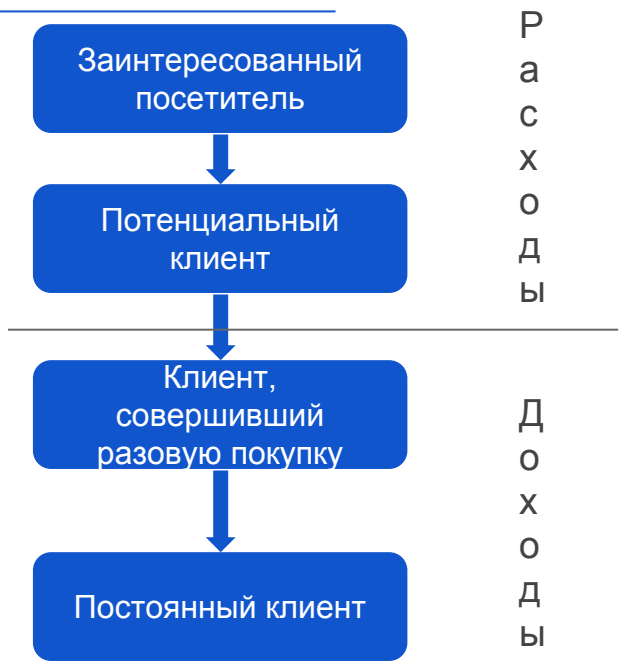
(регистрация, подписка, форма заявки, обратный звонок)

3. Конвертация потенциальных клиентов в клиентов

(продажи, онлайн рассылки, бумажные рассылки, общение в соц.сетях)

4. Удержание клиентов, повторные продажи

(продажи, онлайн рассылки, бумажные рассылки, общение в соц.сетях)



Обычные «старые» схемы оплаты интернет-рекламы

ВЕБ • ЦЕНТР

SEO-продвижение:

- оплата позиций
- оплата трафика
- абонентская плата
- к-к-комбо!!!!

Контекстная реклама:

- оплата кликов (показов)
- оплата комиссии агентства

Реклама на площадках (avito, price.ru и т.п.):

- оплата кликов (показов)
- оплата комиссии агентства

Продвижение в соц.сетях:

- оплата публикаций
- оплата новых подписчиков

Главный недостаток

Утром деньги отдай, а будут ли вечером стулья - еще вопрос.

На нашем языке:

Вложения в интернет-маркетинг не гарантируют повышение продаж.

А можно так?

Сначала заявки, а потом деньги?

МОЖНО!

Что такое CPA?

CPA - это "cost per action", в переводе “плата за действие”. Это метод оплаты рекламы, при которой вы платите деньги за то, что приведенный с помощью интернет-рекламы клиент выполняет какие-то полезные действия.

Виды оплаты полезных действий

PPS – pay per sale - "плата за продажу".
Вы платите деньги за продажи - фиксированную сумму или определенный процент.

PPL – pay per lead - "плата за действие".
Это подразумевает что приведенный клиент делает действие полезное для вас: регистрируется, заполняет анкету, вводит zip код, вводит емейл адрес, скачивает программу, делает звонок и т.д. Вы платите фиксированную сумму за каждое полезное действие. Полезное действие засчитывается когда соблюдены все условия оффера предоставленного рекламодателем и выполнены все требования.

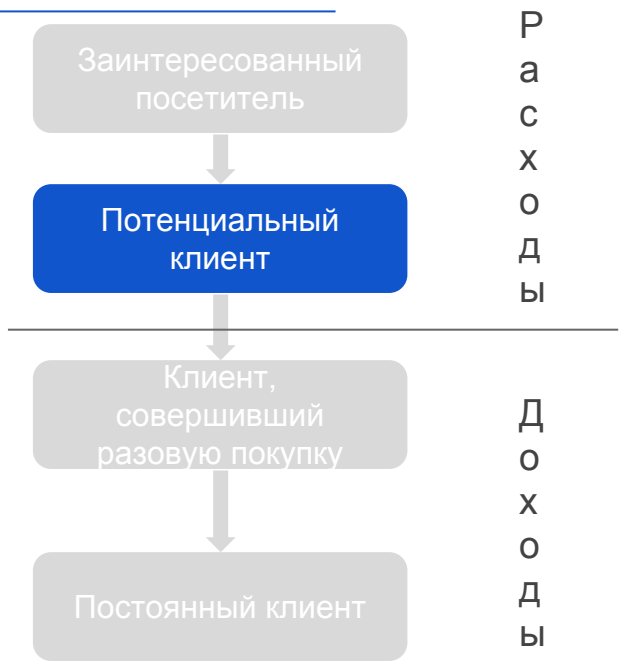
Генерация лидов

1. Привлечение на сайт посетителей
(поисковые системы, спец. площадки, оффлайн реклама, соц.сети)

2. Конвертация посетителей в потенциальных клиентов
(регистрация, подписка, форма заявки, обратный звонок)

3. Конвертация потенциальных клиентов в клиентов
(продажи, онлайн рассылки, бумажные рассылки, общение в соц.сетях)

4. Удержание клиентов, повторные продажи
(продажи, онлайн рассылки, бумажные рассылки, общение в соц.сетях)



Чем хорош CPA-маркетинг?

- Выгодная для рекламодателя модель оплаты. Вы тратите деньги только на желаемые действия потенциальных потребителей.

- Высокая эффективность продвижения. Рекламщики получают вознаграждение только за реальные лиды. Поэтому они вылезут из кожи вон, чтобы дать вам требуемый результат.

- Рекламщики заинтересованы в постоянном развитии вашего ресурса.

- Отсутствие финансовых рисков.

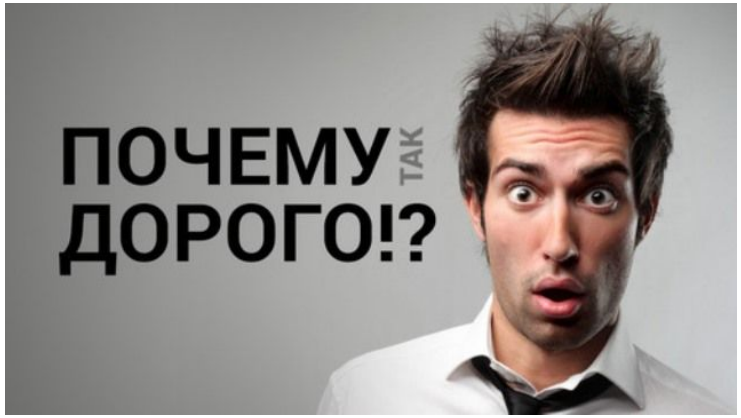
Кому подходит CPA-маркетинг?

CPA-маркетинг демонстрирует самую высокую эффективность, если проект продает понятный аудитории, относительно простой и известный продукт. Например, эта модель подходит интернет-магазинам, торгующим брендовыми продуктами, или компаниям, работающим в сфере услуг.

Кому НЕ подходит CPA-маркетинг?

Модель CPL не всегда работает при продвижении экзотических или сложных для понимания продуктов.

Кроме этого, модель с оплатой за лиды не работает, когда предложение рекламодателя не соответствует рынку. Например, если вы продаете сотовый телефон X за 5000 рублей, а ваши конкуренты продают его за 3500 рублей, то все лиды и конверсии получат они.



Как определить стоимость лида?

Предельная стоимость лида:

$$\text{Стоимость лида} = \text{Средняя прибыль с одного заказа} * \frac{\text{Конверсия лидов (\%)}}{100}$$

Как считать лиды?

1. Действия пользователей на сайте считаются

с помощью сервисов статистики (Яндекс.Директ, Google.Analytics)

с помощью CRM систем.

ВАЖНО правильно определить и настроить цели.

Как считать лиды?

2. Звонки считаются с помощью систем Call Tracking.

Возможности таких систем:

- отслеживание источника звонка
- сортировка звонков
- разделение на новые и повторные звонки
- запись звонков
- статистика и аналитика

Спасибо за внимание

ВЕБ•ЦЕНТР

Создание,
продвижение сайтов

ВЕБ•ЦЕНТР

Денин Сергей
исп. директор

denin@web-c.ru
facebook.com/denin84