

Как
подружить
аудиторию
с сайтом?



Половина активных
интернет-пользователей
проводят > 5 часов
в месяц в соцсетях

Четверть пользователей
проводят в соцсетях
> 20 часов в месяц

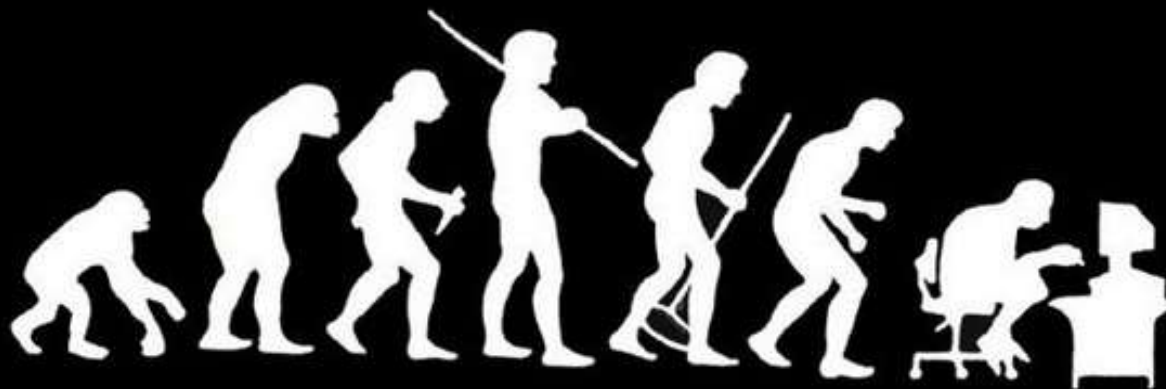


Социальные сети
на первых местах
по количеству времени
проводимого в Интернет

2000-ые
САЙТ



2010-ые
СОЦСЕТИ



Something, somewhere went terribly wrong

Цели

- 1 продажа
- 2 продвижение бренда
- 3 информация
- 4 звонок
- 5 заявка

...

Трафик

- 1 прямые переходы
- 2 переходы с поиска
- 3 ссылочный трафик
- 4 рекламный трафик
- 5 социальные сети

...

Прямые переходы

- 1 сайт уже имеет значительную постоянную аудиторию
- 2 известен в оффлайне

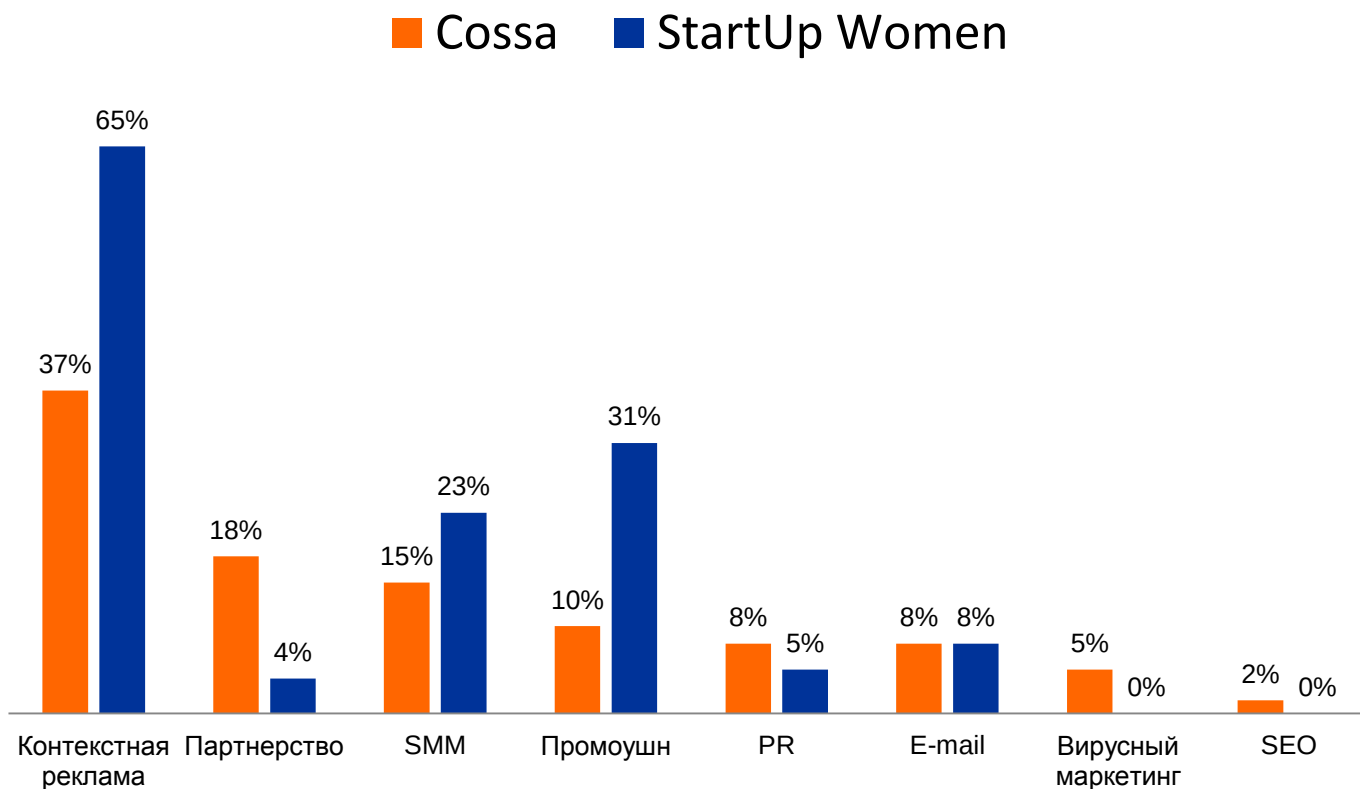
Поисковый трафик

- 1 изменение алгоритмов
- 2 риск попасть в бан
- 3 выбор подрядчика
- 4 высокочастотные запросы

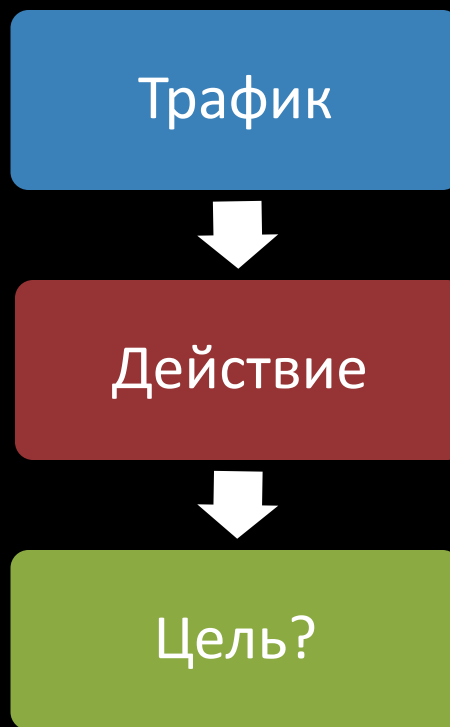
Рекламный трафик

- 1 дорогой
- 2 требования к контенту
- 3 контроль рекламы
- 4 правильное создание объявления
- 5 расчет доли рекламы в заказе (eCom)

Сравнение источников трафика двух контентных сайтов



количество посетителей $\neq$ качеству



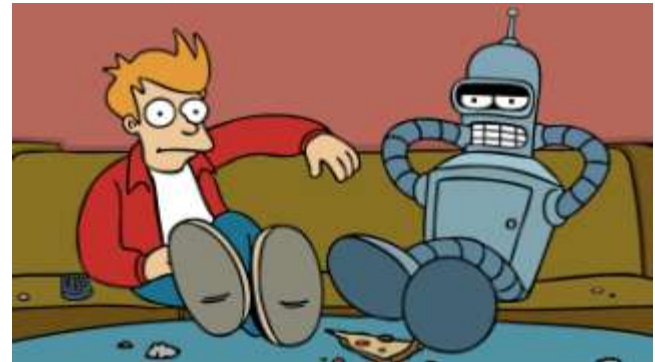
время на сайте
глубина просмотра
уникальные посетители
конверсия
отказы



\$,€,£,¥ ?
продажи, доход, прибыль

Что вы знаете о потребителе?

- Что он ел на завтрак?
- Где он отдыхает?
- Что он делал вечером?
- Что он ждет от вас?
- О чем он мечтает?
- Кто его друзья?
- Подружка?
- Дети?



Нужны примеры?

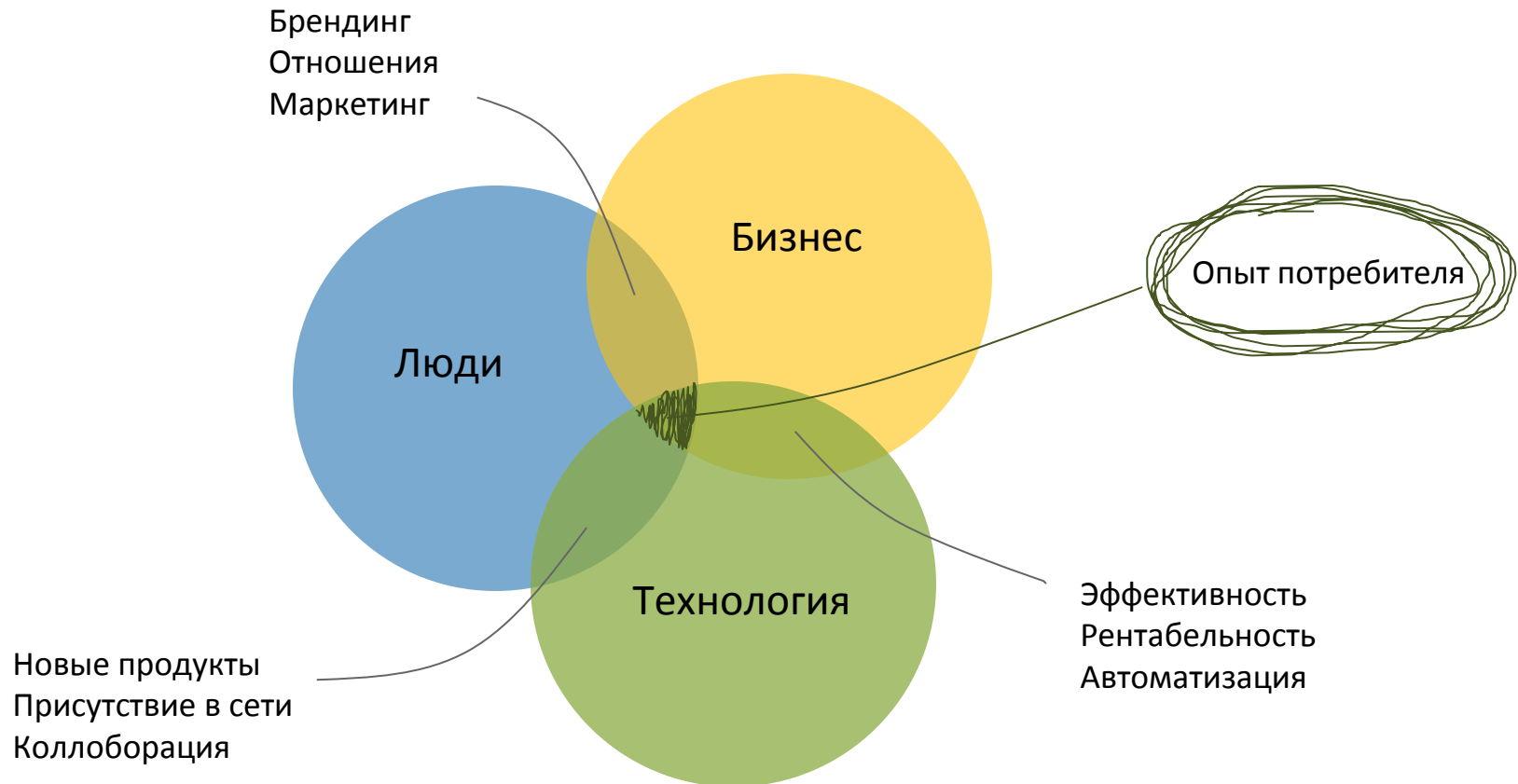
facebook



сайт



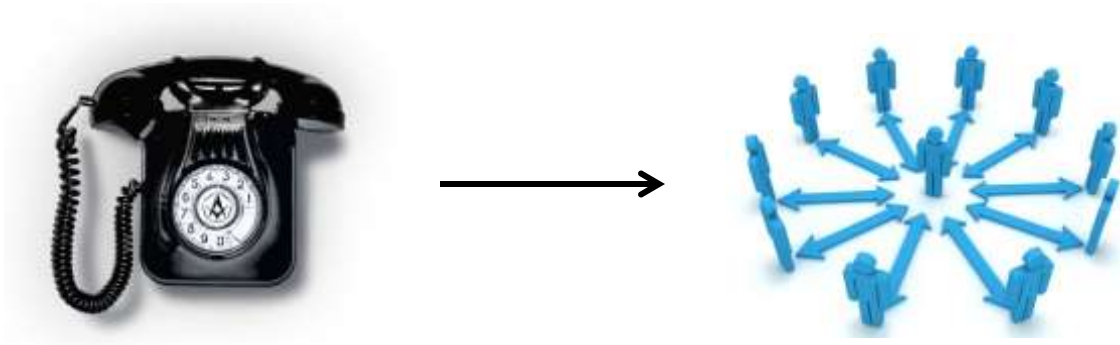
Клиент в центре внимания



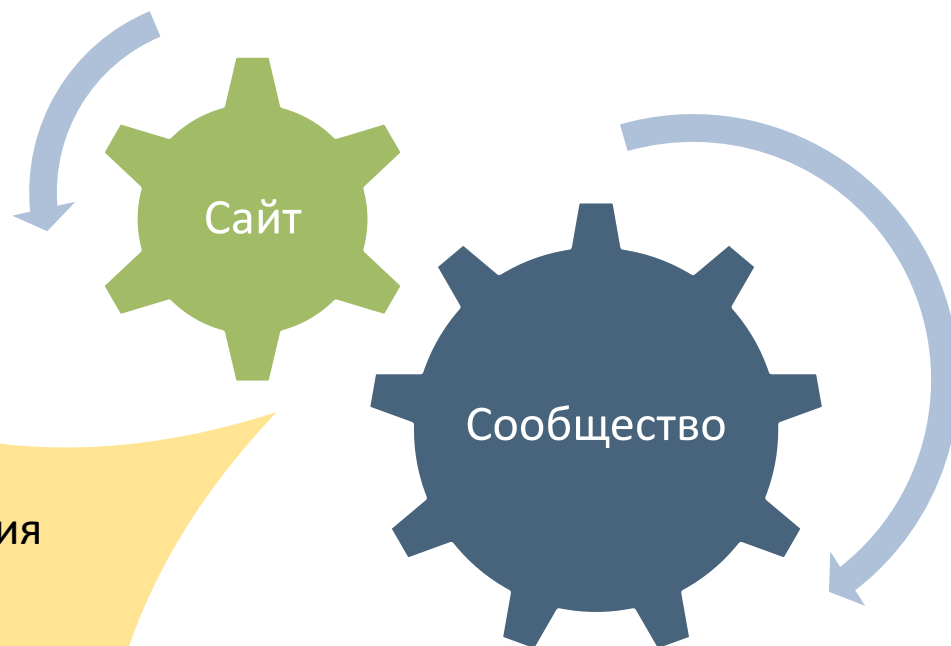
Социальные сети расширяют возможность получения большого массива данных о потребителях

Над чем работаем?

- Увеличение ядра
- Возврат на сайт
- Лояльность
- Отношения
- Удовлетворенность
- Клиенты, которые пока не с нами



Взаимодействие



Сегментация
Ценность
Конверсия
Отношения
Бренд

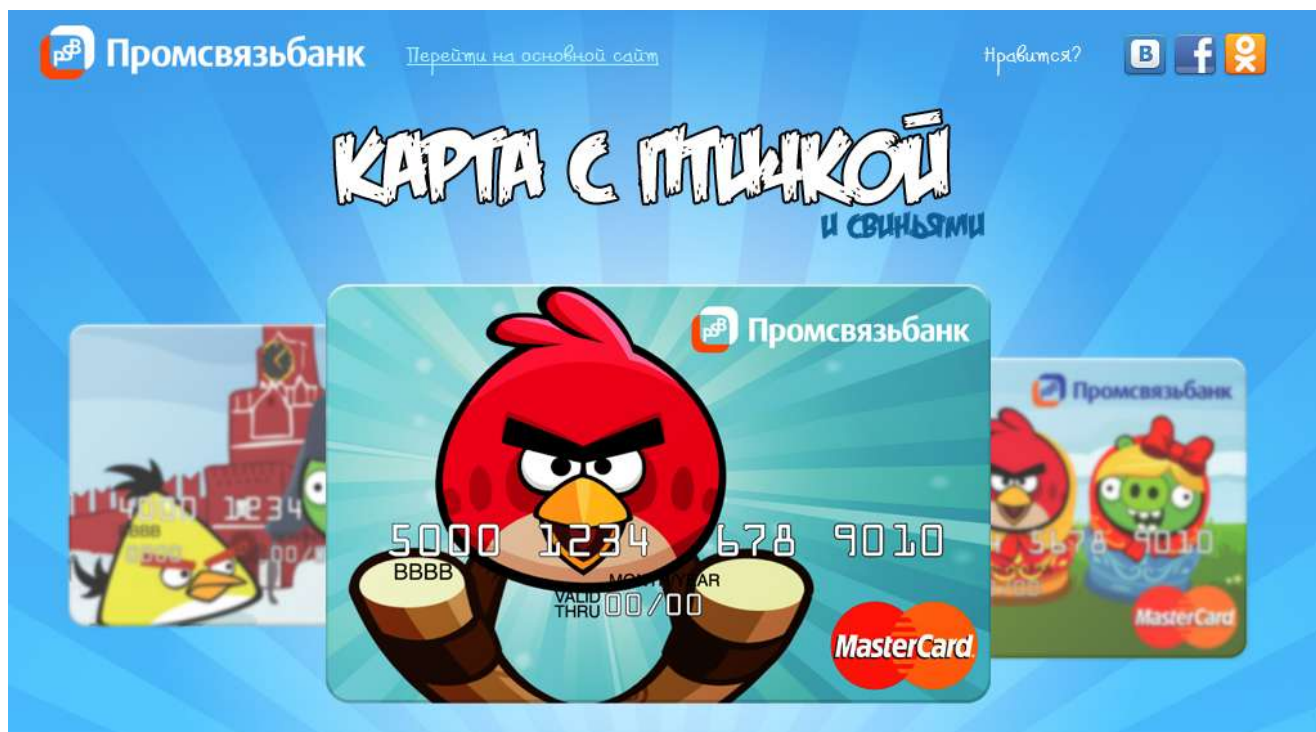
Опыт взаимодействия с сайтом ↔ Ожидания

Ожидания → Удовлетворенность → Лояльность

↑ Лояльность → наращивается ядро аудитории

Трафик из соцсетей

Трафик из соцсетей эффективен для конкретных задач и проектов



«Средняя температура по больнице»

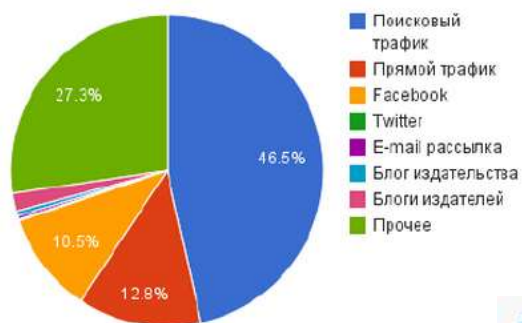
- Пользователь за день просматривает 190 страниц
- Глубина просмотра в социальных сетях 60 страниц
- Вконтакте ежедневно посещает > 50% аудитории

Вопросы:

1. Пользователи проводят массу времени в соцсетях, проводят ли они столько на вашем сайте?
2. У вашего сайта есть ядро аудитории подобного размера?

Трафик из соцсетей

ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА



↑ с 10% до 30%

facebook.com	64 007	29,97 %
igor-mann.ru	10 940	5,12 %
t.co	8 470	3,97 %
vk.com	8 289	3,88 %
m.facebook.com	7 192	3,37 %
mann-ivanov-ferber.ru	6 494	3,04 %
habrahabr.ru	5 725	2,68 %

Поменялось все, кроме человеческой природы



Соцсети — это персональная коммуникация, построение доверительных отношений



Лояльная аудитория

- покупает на 8% больше
- рекомендует ваш сайт, услугу, продукт всем вокруг
- привлекает дополнительных посетителей

Social CRM – это инструмент, в котором данные о клиентах интегрированы с социальными профилями и действиями.



FRIENDS STORE

Like-minded shopping
starts here

EVERYONE | FRIENDS

FILTER BY CATEGORY

Options

SEE WHAT YOUR FRIENDS LIKE ON LEVI'S!

[f Connect with Facebook](#)

EVERYONE LIKES



prev 1 2 3 next

EVERYONE RECENTLY LIKED



Barrett Haroldson likes 514™ Slim Straight jeans (Big & Tall) Tumbled Rigid



Our universal slim fit never feels too snug or looks too baggy. One of our lowest rises, it has straight-leg style that fits close through the seat and thigh. 100% Cotton.

12 hours ago · [See It](#) · [Buy It](#)

[f Like](#)

[f](#) 691 people like this. Be the first of your friends.

Levi's on Facebook



[f Like](#)



Levi's

Ангела Ларкан планирует создать Библиотеку и Общественный центр в городе Мухомиле. Этот новый центр будет предлагать поддержку нуждающимся, и с его помощью Ангела надеется привлечь еще больше людей к работе в движении Thanda-After School.



7,317,461 people like Levi's.



Denis

Евгений

Елена



Дарья

Владислав

Екатерина

UPCOMING BIRTHDAYS



[Login with Facebook](#)



До принятия решения о покупке **4 из 5** потребителей выйдет в интернет, чтобы проверить рекомендации:

- путем изучения информации о продуктах / услугах (61%),
- по отзывам пользователей (55%)
- на рейтинговых сайтах (43%)

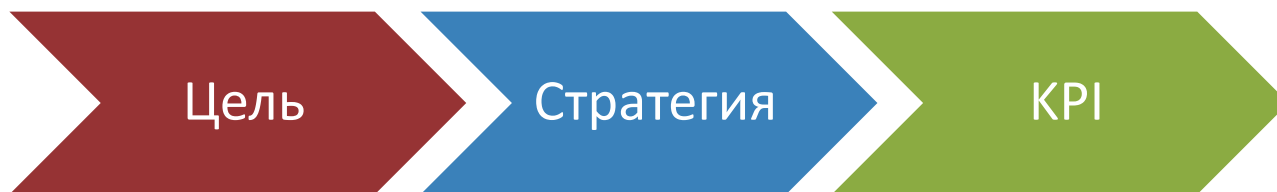
Комплексный подход

- Измерение активности пользователей в каждом канале
- Конверсия в целевые действия по каналам
- Приоритезация каналов
- Пути развития бизнеса

Главный показатель — чистая прибыль

Действия в социальных сетях, должны быть направлены на бизнес-метрики (!)

Именно стратегия в итоге повлияет на прибыль



Правильно построенная стратегия — влияние на ключевые показатели



Агентство социального маркетинга



Екатерина Лобанова
+7 985 240 79 69
facebook.com/ekaterinofka
burst@socialberry.ru