

«Разрушители легенд: крауд-маркетинг - модно или эффективно?»

Виталий Кравченко, Weblinе Promotion

Специально для **BalticDigitalDays**

Современные реалии крауд-маркетинга: что это и с чем его едят?

Миф #1

Крауд-маркетинг на службе у молодых сайтов

Крауд-маркетинг для молодых сайтов – отличная возможность получить первые позиции, аудиторию и продажи.

Еще больший результат крауд-маркетинг даст при поддержке активности или наличии уникального предложения.

Лидер тематики – 1100 ключевых слов

ИСТОРИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ФРАЗ

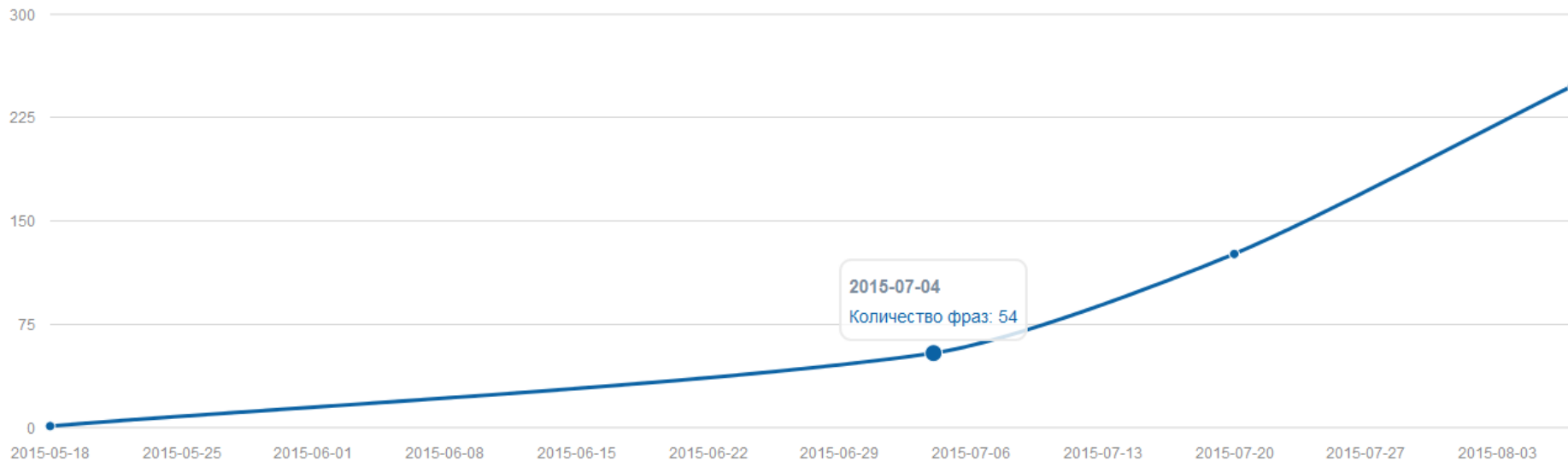


Максимальное значение: 07.08.2015

248

Минимальное значение: 18.05.2015

1



☰ Сводка за последний период

📈 Динамика показателей

Кол-во запросов в контексте

Уникальных объявлений

Средняя позиция объявлений

Дневной бюджет на контекст

Трафик из контекста

Запросов в ТОП-50

Запросов в ТОП-10

Трафик из поиска

130



SpyWords
Следи за своими конкурентами и побеждай их.

0

07/2014 08/2014 09/2014 10/2014 11/2014 12/2014 01/2015 02/2015 03/2015 04/2015 05/2015 06/2015

● Яндекс ● Google

Миф #2

Использование крауд-маркетинга в конкурентной среде

Крауд-маркетинг для конкурентных проектов – хорошая возможность дожимать залившие ключи и улучшать эффективность других инструментов.

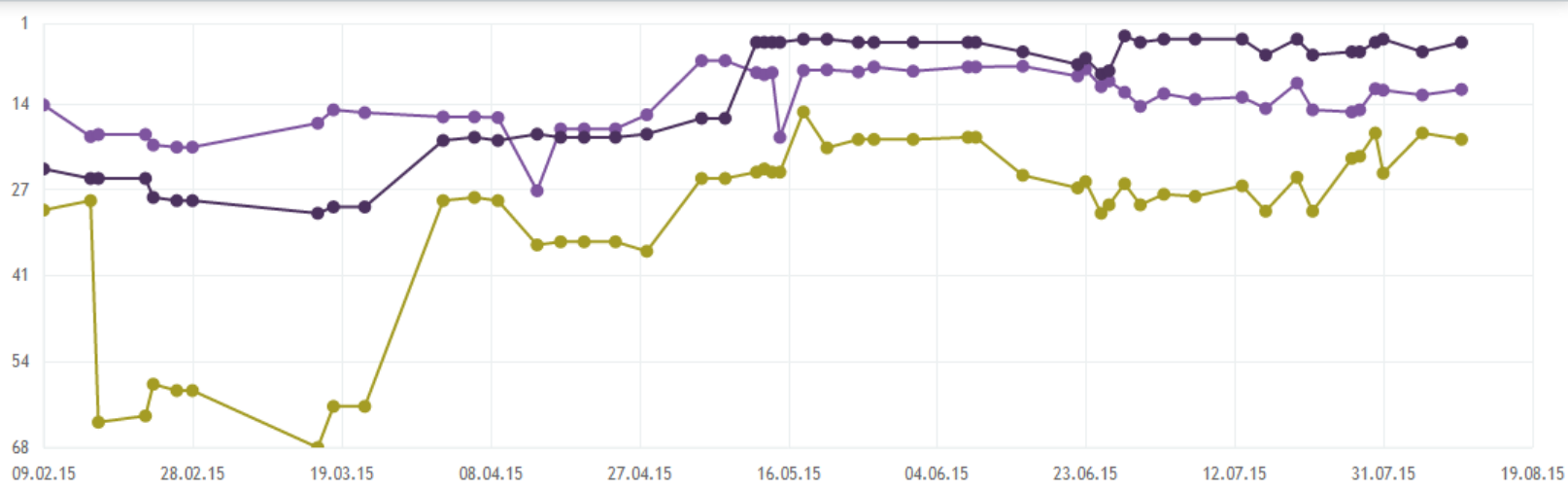
Отлично крауд-маркетинг работает в популярных «повседневных» тематиках. Иногда он может не дать ожидаемого результата.



















Средняя позиция - сравнение по группам запросов

Последний год

Добавить группу X Yandex Москва Мой проект

- Весь проект
- iPhone 5
- iPad Air
- iPhone 6
- iPhone 6 Plus
- iPhone 5c
- Сервисный центр Apple



<input checked="" type="checkbox"/> Источник трафика, Источник трафика (детально)	<input checked="" type="checkbox"/> Конверсия  	<input checked="" type="checkbox"/> Достижения цели  % 	<input checked="" type="checkbox"/> Целевые визиты  % 	<input checked="" type="checkbox"/> Отказы  	<input checked="" type="checkbox"/> Глубина просмотра  	<input checked="" type="checkbox"/> Время на сайте  
<input type="checkbox"/> Итого и средние	17,3 %	8 420	5 641	28,8 %	3,56	3:37
<input checked="" type="checkbox"/>  Переходы из поисковых систем	16 %	5 071	3 347	22 %	3,67	3:36
<input type="checkbox"/>  Прямые заходы	21,4 %	1 478	954	39,6 %	3,51	4:02
<input type="checkbox"/>  Внутренние переходы	28,8 %	965	700	60,7 %	2,51	3:01
<input checked="" type="checkbox"/>  Переходы по рекламе	9,47 %	411	287	9,06 %	3,68	3:31
<input checked="" type="checkbox"/>  Переходы по ссылкам на сайтах	26 %	375	274	15,3 %	4,27	3:11
<input type="checkbox"/>  Переходы из социальных сетей	11,4 %	117	76	23,7 %	5,53	5:47

Миф #3

Крауд-маркетинг и информационные сайты

При работе с информационными сайтами главной ценностью остается контент. Работа «наплывами» не дает стабильного результата.

При работе с качественным контентом строится система естественного получения обратных ссылок за счет аудитории.

ИСТОРИЯ ИЗМЕНЕНИЯ ВИДИМОСТИ

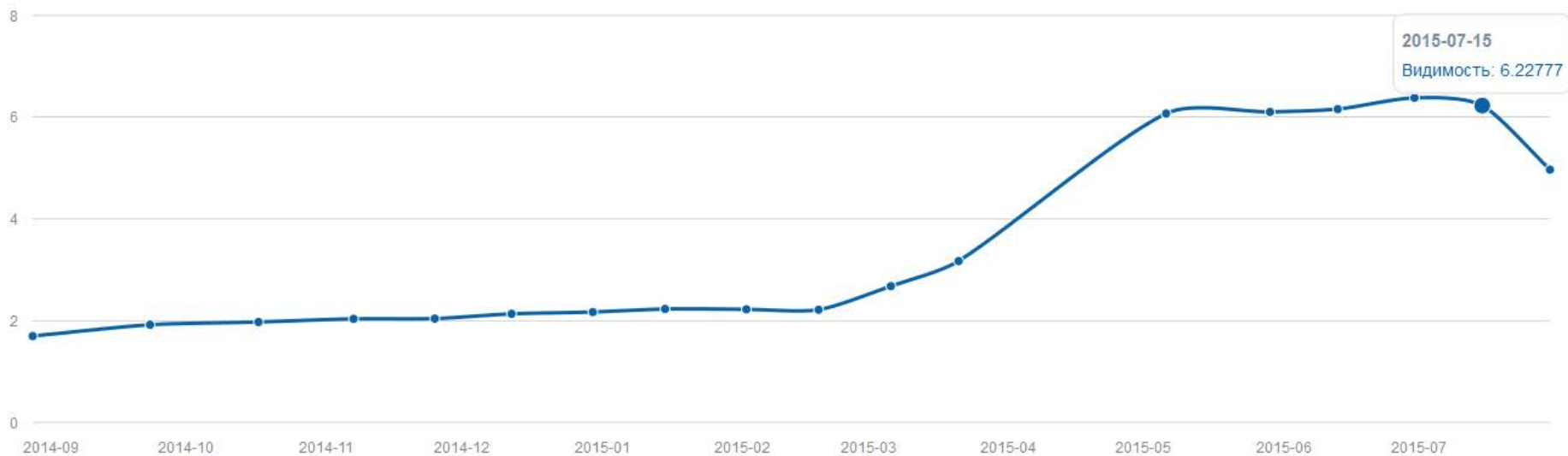


Максимальное значение: 30.06.2015

6,38

Минимальное значение: 28.08.2014

1,70



ИСТОРИЯ ИЗМЕНЕНИЯ ВИДИМОСТИ

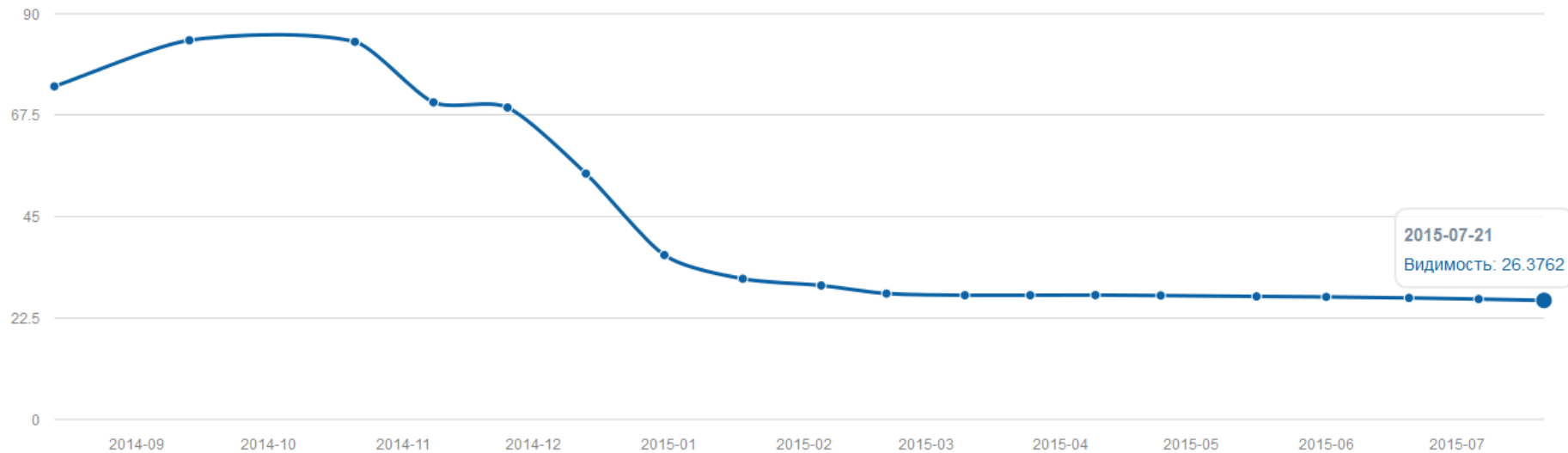


Максимальное значение: 13.09.2014

84,11

Минимальное значение: 21.07.2015

26,38



2015-07-21
Видимость: 26.3762

Миф #4

Региональный крауд-маркетинг: пределы и отдача

Минусы:

- Практически всегда площадки ограничены крупными тематическими и популярными региональными
- Основная задача – поддержка активности для существующих размещений

Плюсы:

- В большинстве случаев крауд-маркетинга достаточно для получения позиций

☰ Сводка за последний период

📈 Динамика показателей

📄 Экспорт

Кол-во запросов в контексте

Уникальных объявлений

Средняя позиция объявлений

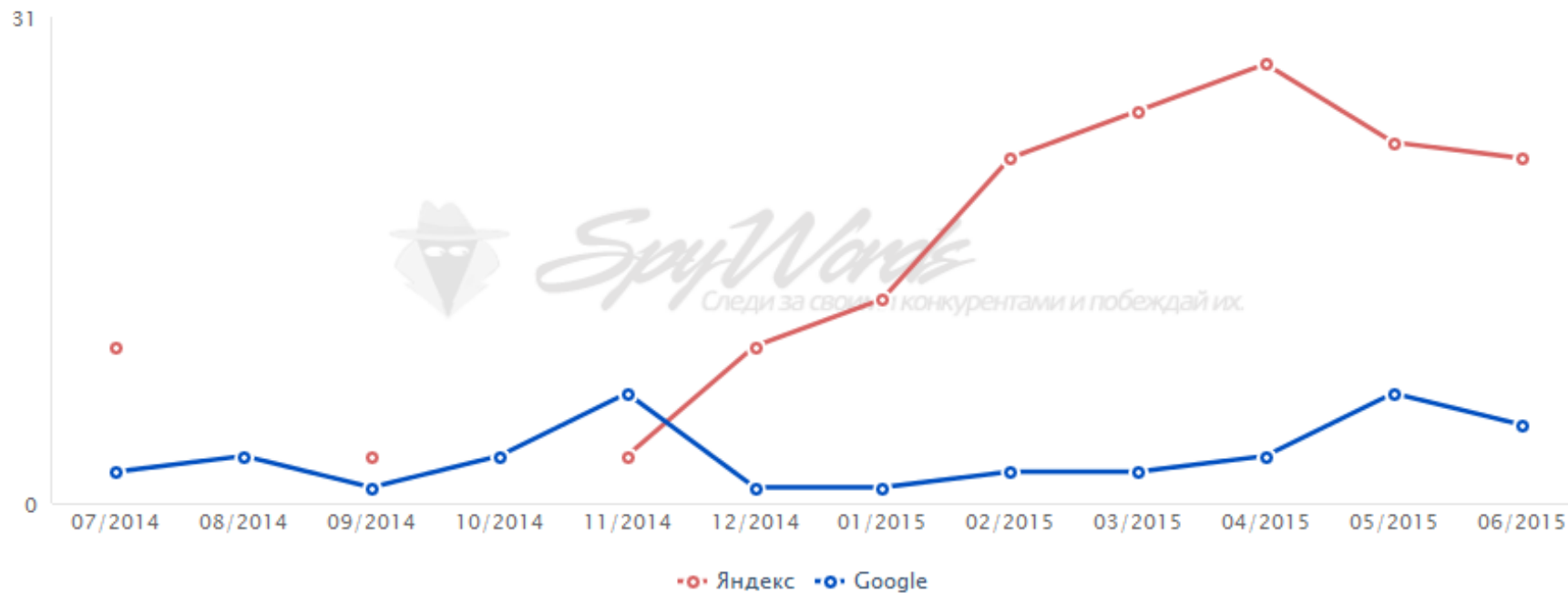
Дневной бюджет на контекст

Трафик из контекста

Запросов в ТОП-50

Запросов в ТОП-10

Трафик из поиска



Миф #5












SEO или продажи? Конверсии, отказы, поведенческие факторы

Пример сообщения которое «продало»

musia Жилец Отзывы: +2 Зарегистрирован: 06.09.2012 Сообщения: 93	Добавлено: Пт 03 Июл, 2015 23:55 Заголовок сообщения: LidiyaSevastyanjva Еще раз спасибо за наводку. Вчера позвонили в пол-одиннадцатого вечера. Сегодня приехал и все починил. Гарантия на работу полгода или даже год. Ремонт сливной системы и чистка мотора обошлось в 6500р	Цитата
Вернуться к началу	профиль АС	

Итого: продажа на 6500 рублей + индексируемая ссылка со стоимостью ~150 рублей

Сколько можно получить трафика?

<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>  Переходы по ссылкам на сайтах	2 342	35,3 %	2,2	1:11
<input type="checkbox"/>  vladmama.ru	961	38,5 %	1,58	0:54
<input type="checkbox"/>  weblancer.net	279	28,3 %	1,49	1:28
<input type="checkbox"/>  .ru forum.orstk.ru	140	41,4 %	1,76	0:56
<input type="checkbox"/>  eva.ru	100	57 %	1,83	0:23
<input type="checkbox"/>  minimum-price.ru	82	4,88 %	5,57	1:48
<input type="checkbox"/>  forums.kuban.ru	56	10,7 %	4,25	2:32
<input type="checkbox"/>  alilisa.com	47	38,3 %	1,81	0:24
<input type="checkbox"/>  izhevsk.ru	39	38,5 %	3,64	1:49
<input type="checkbox"/>  r.search.yahoo.com	37	32,4 %	4,62	1:46
<input type="checkbox"/>  newkaliningrad.ru	29	24,1 %	2,55	1:00

Рентабельность и KPI крауд-маркетинга

Главная цель – продажи.

Вторая цель – качественный трафик.

Третья цель – обратная ссылка.

X = стоимость кампании

Y = количество продаж

Z = количество переходов

B = количество обратных ссылок

X/Y = стоимость продажи. (Sale Cost)

X/Z = стоимость перехода. (CPC)

X/B = стоимость обратной ссылки. (CPAL)

Сравниваем с показателями контекста и SEO.

Не учитываем погрешность переходов на бренд и прямых заходов.

Спасибо за внимание!