

КОСМОС-ВЕБ

Кейс развития интернет-магазина

Как кушать кусочками с хорошим настроением

Фёдор Зверев,
аккаунт-директор digital-агентства Космос-Веб

Цель и задачи

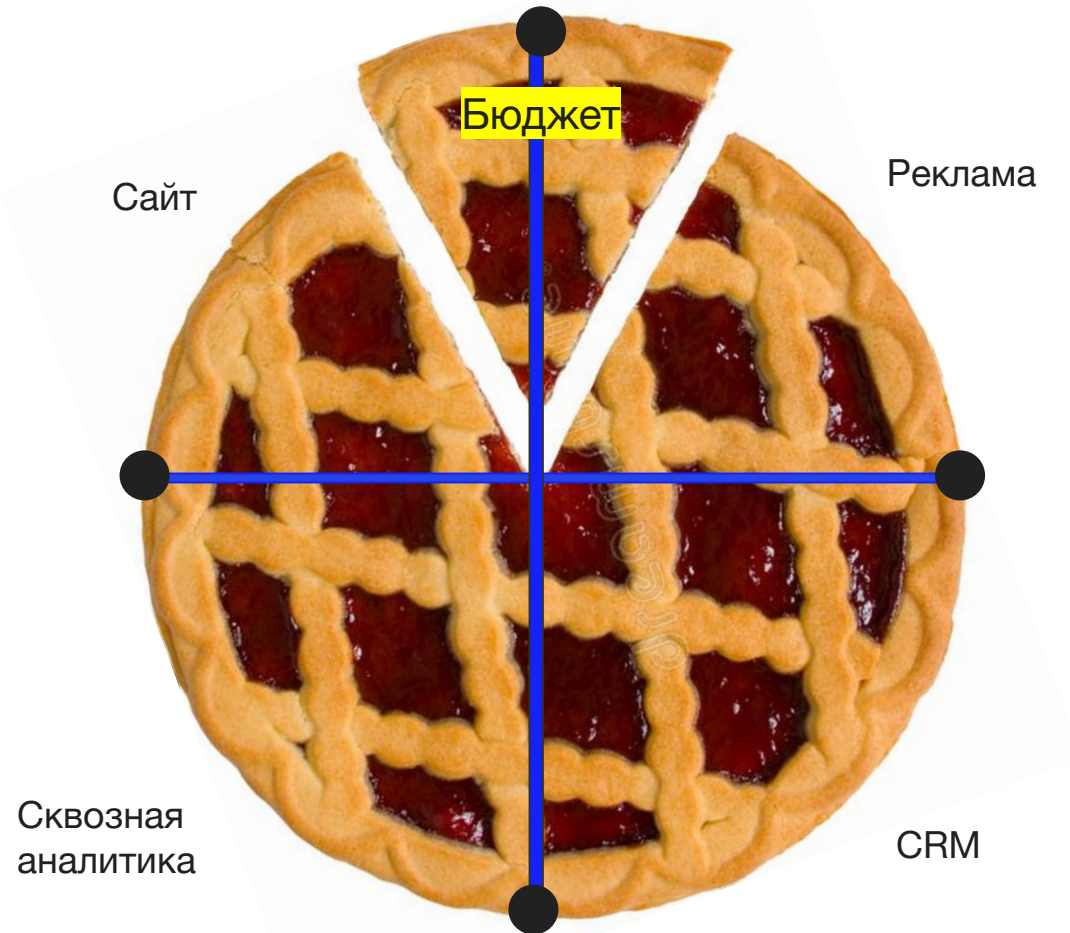
- **Цель:**

вывести онлайн продажи на новый уровень

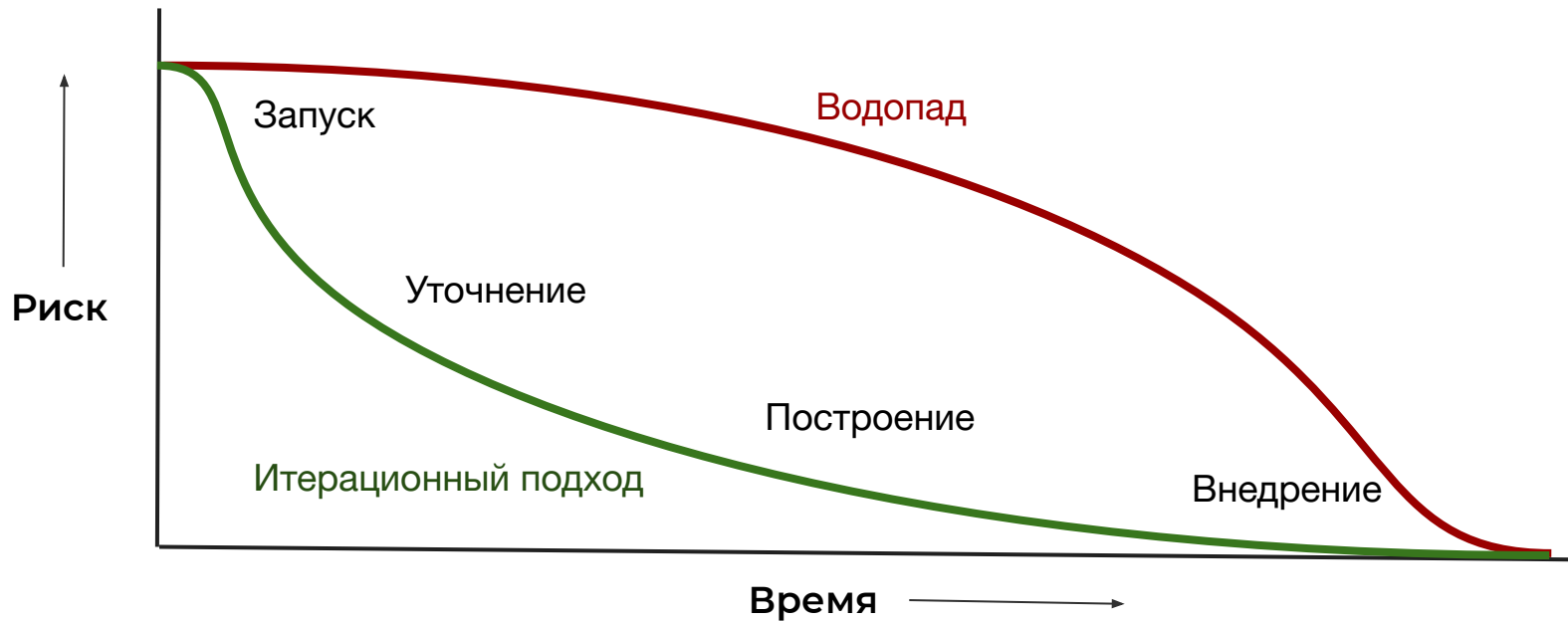
- **Задачи:**

- сделать имиджевый и продающий сайт
- выстроить процессы измеримого маркетинга
- внедрить CRM

Очень вкусный пирог



Два подхода



Как было и как могло быть

| Итерациональный подход (итерация #1) | Водопад (сразу же) |
|--|--|
| Определили и реализовали критичные доработки | Проектирование и разработка концепции нового сайта |
| Провели базовую поисковую оптимизацию | Разработка Digital-стратегии |
| Проанализировали результативность | Планирование бизнес-процессов и проектирование CRM |
| Подключили Яндекс.Метрику и Google Analytics | |
| Запланировали следующую итерацию | |

Итерация #2

1. Добавили новые регионы в SEO
2. Подключили контекстную рекламу
3. Спроектировали и разработали концепцию нового сайта

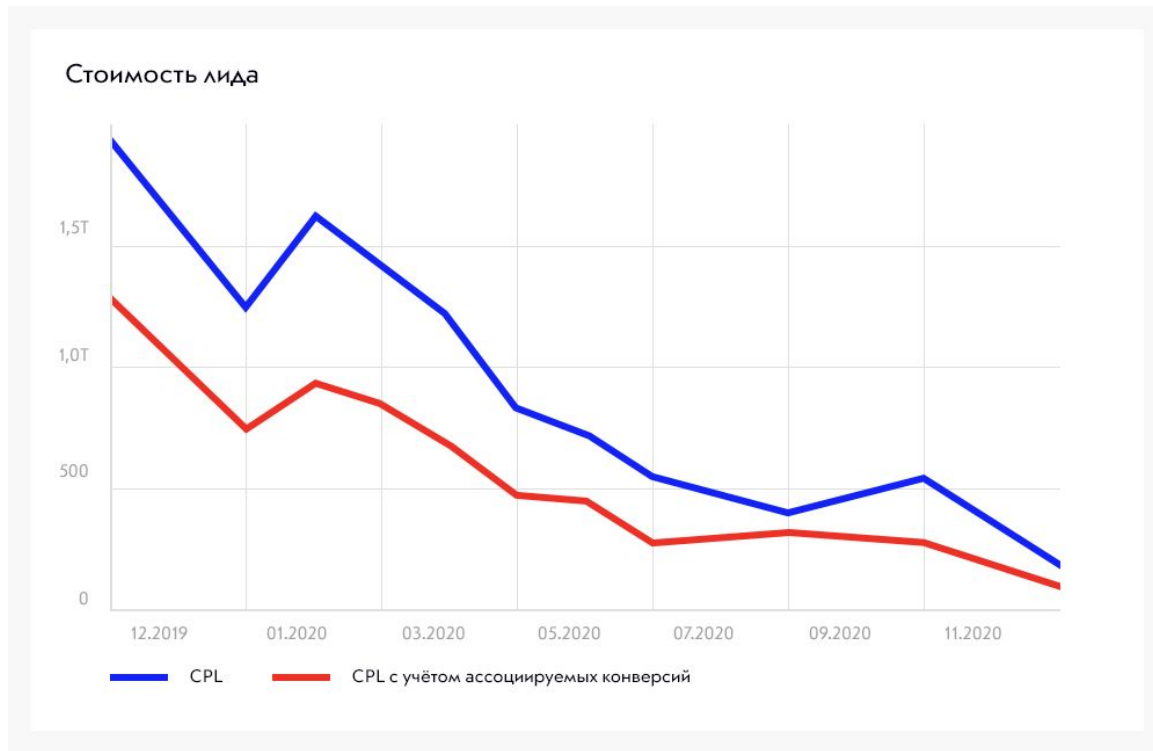
Итерация #3

Разработали новый сайт:

- имиджевый
- продающий
- С НОВЫМ КОНТЕНТОМ
- с сохранением позиций по SEO

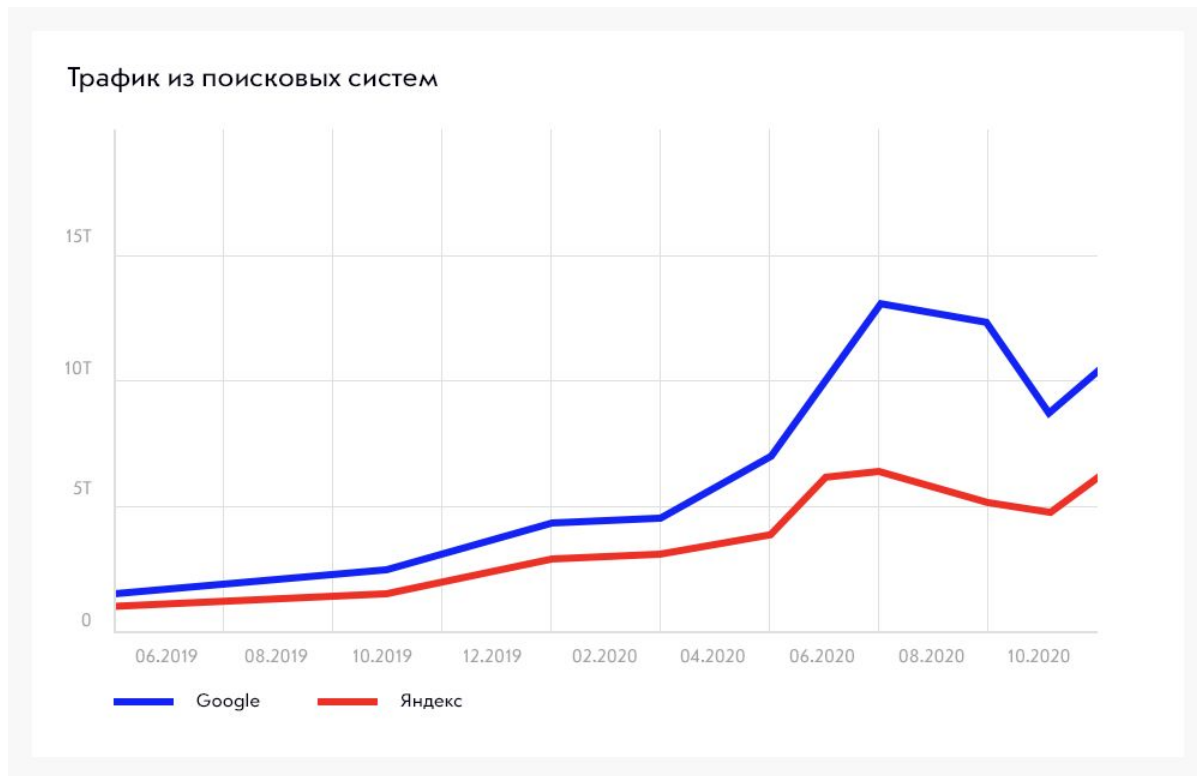
- Фильтрация товаров и SEO на новом сайте - в синергии
- Схема ежемесячного добавления новых регионов в SEO
- Тестирование новых кампаний в контекстной рекламе

Цифры — все как мы любим

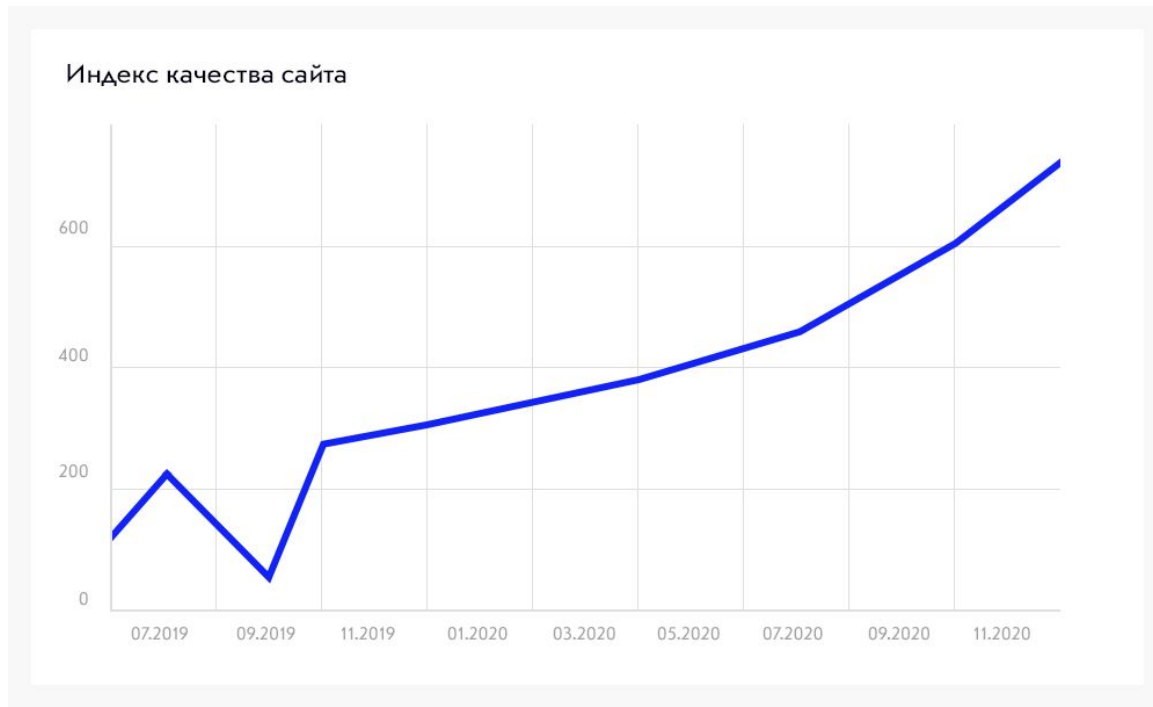


↓×9.3

Цифры — все как мы любим



Цифры — все как мы любим



**+540
ИКС**

Итерация #4

У нас уже есть:

- новый сайт
- SEO
- контекстная реклама

Надо двигаться дальше. Следующий шаг - внедрение CRM

Итерация #4

Настроили коробочную версию Битрикс24

- Проектирование бизнес-процессов компании
- E-mail уведомление с информацией о заказе
- Статусы заказа меняются в зависимости от триггеров в CRM
- Система автоматически ставит задачи менеджерам
- Двухсторонняя интеграция Битрикс24 и 1С

Итерация #5

SMM-стратегия

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

...и какой из этого следует вывод?

- На каждом этапе продажи росли
- Увеличивалась прибыль
- Мы подключали новые каналы
- И расширяли старые

А если всё сразу?

- Клиент долго копит деньги, конкуренты захватывают рынок
- Не запускаем SEO пока нет нового сайта, конкуренты захватывают рынок
- Все рекламные каналы подключены в один момент - огромные риски
- Клиент видит смету и отказывается от проекта



Тестирование - это замечательная вещь

Тестировать нужно всегда

- На разных этапах
- На разных рекламных каналах
- С разными товарами и услугами
- С разными аудиториями
- Даже при минимальных изменениях



Капелька лояльного соуса

- Доверие
- Понимание
- Профессиональный интерес
- Долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество



телефон **+7 383 363-363-1**

почта **conf@cosmos-web.ru**

сайт **cosmos-web.ru**



COSMOSWEB