

Аудит интернет-маркетинга

www.europlast-ok.ru

Содержание

[Содержание](#)

[Сайт](#)

[Первый экран](#)

[Главная](#)

[Общее](#)

[Сквозная аналитика](#)

[Сервисы повышения конверсии](#)

[Трафик](#)

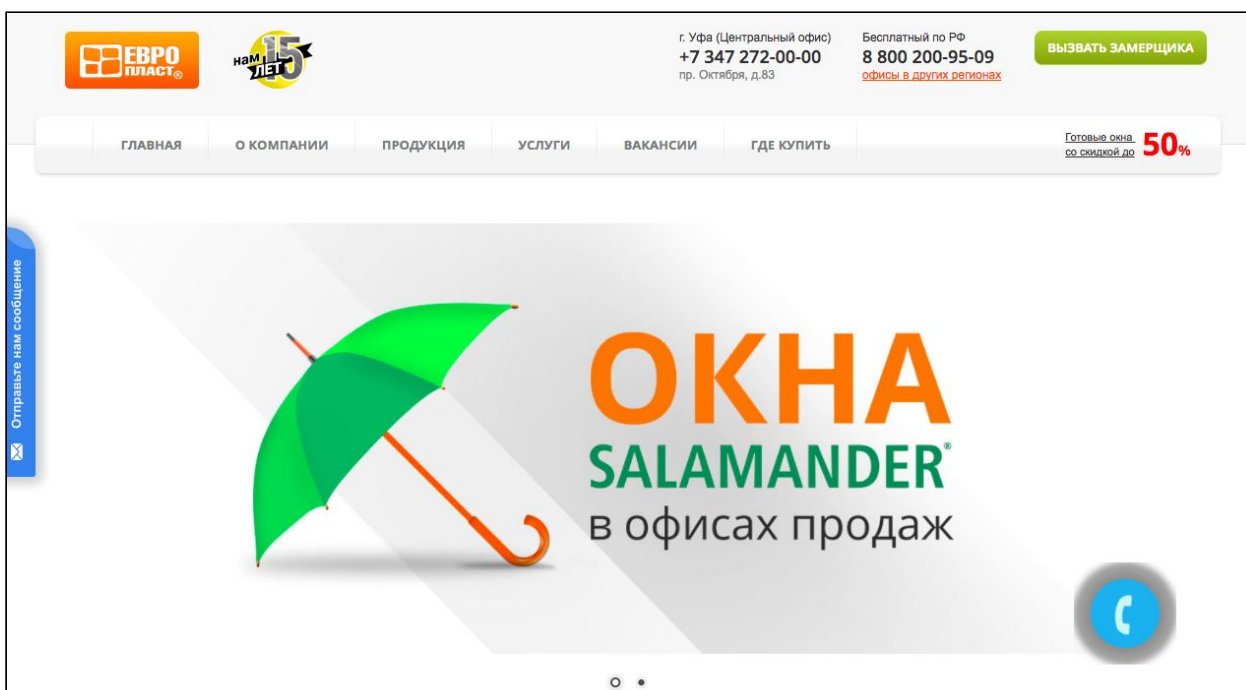
[Контекстная реклама](#)

[Ретаргетинг](#)

[Вывод](#)

Сайт

Первый экран



- Нет дескриптора - 1 приложение чем конкретно занимается компания. Дескриптор чаще всего располагают справа от логотипа.
- На первом экране вы информируете, а не побуждаете пользователя совершить действие - Окна Salamander в офисах продаж. Рекомендуем делать конкретный offer.

Какие бывают offer'a:

Специальный зимний монтаж и скидка 47% на установку;
 Зимний монтаж и год бесплатного обслуживания в подарок;
 Пластиковые окна с климат-контролем по цене обычных;

- Нет четкого призыва к действию. У вас есть кнопка - вызвать замерщика, но лучше работают призывы к действию, например - Оставьте заявку на замер на бесплатный замер и брошюру как сэкономить на установке окон бесплатно без потери качества.
- Второй по яркости элемент - Готовые окна со скидкой. На сколько понимаю отказники, или не подошедшие размеры. Но не думаю что этому разделу нужно уделять так много внимания.


Главная

Рекламный трафик вы ведете на Главную страницу, рассмотрим ее отдельно.

- Много написано о вас (награды, корпоративные клиенты), 0 о преимуществах для клиента.
- Расчет стоимости типовых конструкций разместить прямо на главной.

РАСЧЕТ СТОИМОСТИ И ТЕПЛОЭФФЕКТИВНОСТИ

Теплое окно доступно всем






Как определить факторы, влияющие на теплопотери через окна? ГОСТ отвечает на это так: это зависит от района строительства, характера местности, ориентации по сторонам света, назначения помещения, типа оконных переплетов.

Невозможно учесть все аспекты, но установка теплоэффективного окна необходима: значительные потери тепла через стеклопакет могут существенно увеличить расходы на отопление.

Рассчитайте теплопотери именно Вашего окна и определите его стоимость согласно Вашим индивидуальным запросам.

РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

Или указать цены на типовые конструкции, пример:

		
<p>Двухстворчатое ОКНО 1300x1400</p> <div style="background-color: #add8e6; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;"> 11 750р. 9 400р. </div>	<p>Трехстворчатое ОКНО 2100x1400</p> <div style="background-color: #add8e6; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;"> 13 625р. 10 900р. </div>	<p>Балконный блок 1500x2100</p> <div style="background-color: #add8e6; padding: 5px; border-radius: 10px; display: inline-block;"> 15 000р. 12 000р. </div>

- Для корпоративных клиентов можно сделать отдельный раздел, заменить блок отзывами клиентов, можно их подтягивать из группы Вконтакте.

КОРПОРАТИВНЫЕ КЛИЕНТЫ

Ведущие в своих отраслях компании России











- Добавить дополнительную форму СТА в конце экрана;

СТА (Call-to-action) - это призыв, мотивирующий пользователя выполнить какое-либо действие. В нашем случае действием будет оставить заявку на зимний монтаж пластиковых окон по акции или любое другое действие, которое поможет вам заключить договор с клиентом.

Примеры:

Контакты

ООО «Тепломастер»

Адрес: г. Уфа, ул. Линейная, 57 Телефон: 8 (347) 266-25-09
8 (917) 749-55-84

Для бесплатного вызова менеджера-замерщика отправьте заявку или позвоните по телефону

Вызвать специалиста по замерам

Как к вам обращаться?

Номер вашего телефона?

Вызвать

БЕСПЛАТНЫЙ ЗАМЕР

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЗАМЕР ЗАЛОГ
КАЧЕСТВЕННОЙ УСТАНОВКИ

ВЫЗВАТЬ ЗАМЕРЩИКА

ОКНА БАРИНОВЬ

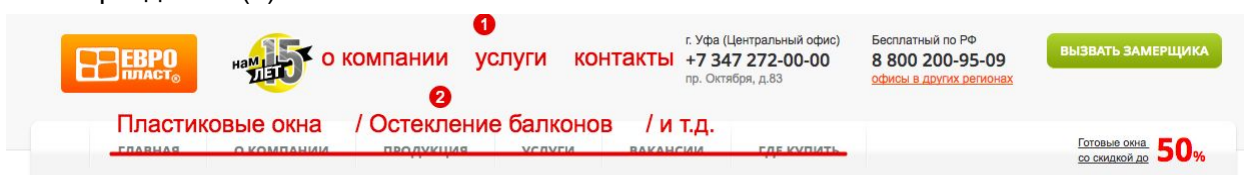
Общее

3 о компании 1 продукция 2 услуги **Контакты**

Готовые окна со скидкой до **50%**

- Убрать из меню “Главная” - этим служит клик на логотип, это сформировавшийся динамический стереотип (т.е. все об этом знают);

- Изменить иерархию в меню от важности клиенту - Продукция, Услуги, О компании, Контакты.
- Где купить переименовать в Контакты (потому что у всех так).
- Вакансии спрятать в О компании. Мы понимаем что это важно, но опять же, люди знают что искать вакансии нужно в разделе о компании.
- Сделать 2-х уровневое меню - Основное с продукцией (2), и по основным разделам (1).



Сквозная аналитика

Сквозная аналитика - это анализ эффективности рекламных кампаний на основе данных о продажах, отслеживающий полный путь клиента, начиная от рекламного касания до продажи и повторных продаж.

Т.е. простыми словами это отчет позволяющий вам знать сколько заявок/звонков вам принес например Яндекс Директ и на какую сумму были заключены договора на установку окон. Это позволяет отсекаать менее эффективную рекламу и концентировать вложения в более прибыльную, тем самым увеличивая вашу прибыль.

- Сегодня это делают все оконные компании Москвы, Санкт-Петербурга и многих городов миллионников.
- Внедрение сквозной аналитики невозможно без внедрения Calltracking'a.

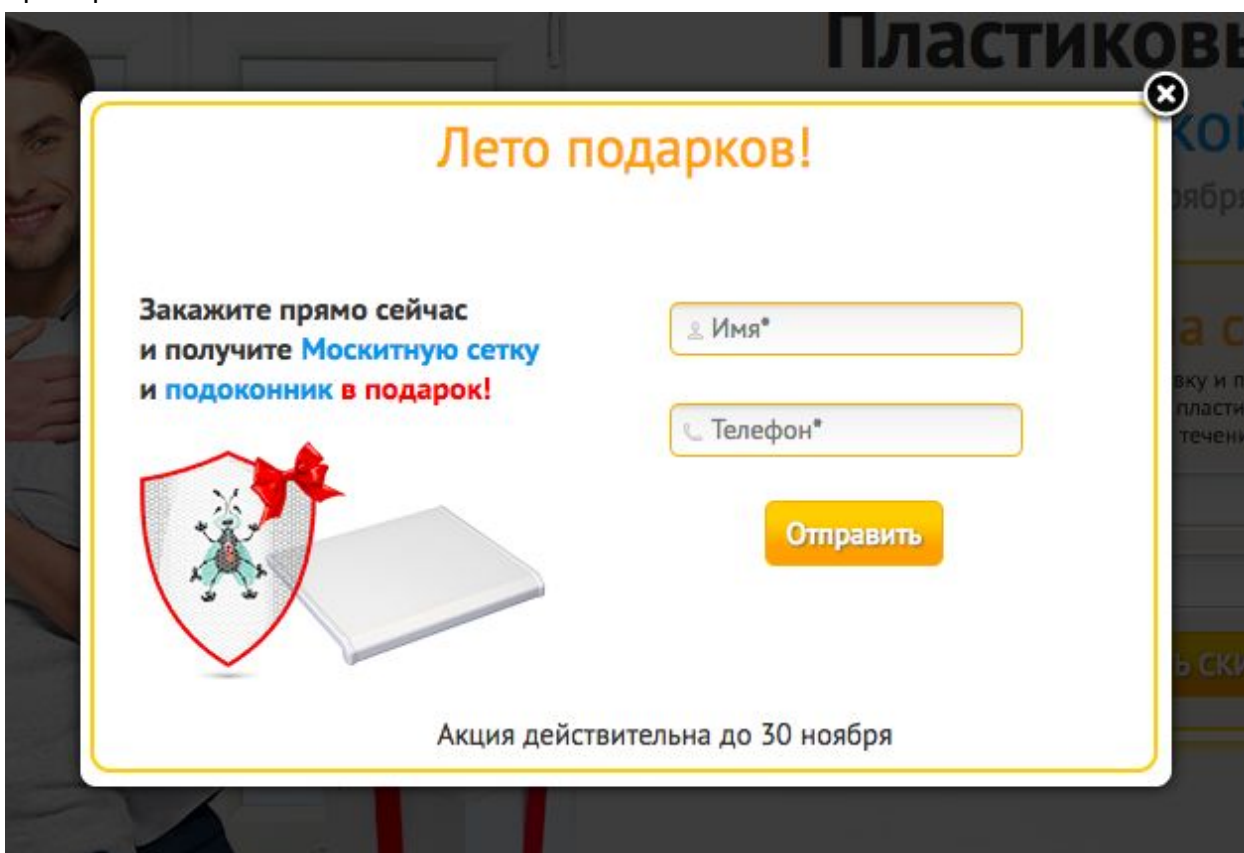
Calltracking - система подмены телефонных номеров позволяющая оценить эффективность рекламных каналов вплоть до ключевых слов.

- Если не внедрить calltracking как это есть сейчас, вы не сможете внедрить систему сквозной аналитики, без которой невозможно оценивать эффективность рекламы.
- На вашем сайте не установлено счетчиков Google Analytics, что свидетельствует о том что реклама не оптимизируется должным образом.

Сервисы повышения конверсии

- На вашем сайте установлен код он-лайн консультанта, но он не настроен. По нашей статистике до 7% всех обращений в оконные компании начинается с общения с онлайн консультантом (если он установлен правильно).
- Вы не предлагаете ничего тем пользователям которые были на вашем сайте, и захотели уйти.

Пример:



Трафик

Контекстная реклама

При наличие доступов к рекламным кампаниям можем провести более подробный аудит.

- Сравните 2 объявления. Ваше (1) и конкурента (2). Вы предлагаете - “пластиковые окна и двери которые сохраняют тепло и электроэнергию” (самые очевидные вещи). Ваш конкурент - Монтаж 0 р., Установка за 1 день!!! Вот тут обратите особое внимание у вас Окна за 3 дня. и т.д.

Европласт - Окна за 3 дня

Реклама www.europlast-ok.ru/ 1

Пластиковые окна и двери которые сохраняют тепло и электроэнергию. Rehau

Балкон и лоджия · В рассрочку

Кредит И Рассрочка · Роллеты · Европласт · Готовые Окна · Где Купить · Пластиковые Окна

ПВХ окна. Акция. Скидки 50%. - Объявляем распродажу окон ПВХ.

Реклама www.fabrikaokon02.ru/Окна/Уфа 2 8 (987) 254-88-68

Цены 2016! Монтаж=0р. Установка=1день. От производителя. Гарантия 10 лет.

Roto · KBE · Vektor · Salamander

📍 ул. Первомайская, д. 33, Уфа

Пластиковые окна Grain - Оконные Системы Grain

Реклама www.grain-prof.ru/ 2 8 (347) 271-61-71

Отличная звукоизоляция и качество! Устойчивость к перепадам t -60/+80C

Отзывы · Контакты · Доставка

- Нерелевантные ответы. Ищем - “жалюзи на пластиковые окна уфа”. Выходит ваша реклама Самое время менять окна (после поискового блока, поэтому картинка разбита на 2 части). Это как минимум повышает стоимость клика и ваши затраты, и вы тратите свои рекламные бюджеты впустую. И реклама ведет на на страницу с жалюзиами, а на главную страницу.

Google

Все Картинки Видео Новости Карты Ещё Настройки Инструменты

Результатов: примерно 8 760 (0,86 сек.)

Самое время менять окна

Реклама www.europlast-ok.ru/

Пластиковые окна и двери которые сохраняют тепло и электроэнергию

Алюминевые окна и двери · Жалюзи · Расчет цены · Магазин готового окна

Окна, входные группы, балконы - Быстро, надежно, доступно

Реклама www.bashbalkon.ru/

Подарки каждому, скидки до 40% Закажи сейчас! Башбалкон - гарантия низких цен

Жалюзи FOROOM на окна - Фабричное производство.

Реклама www.foroom.ru/

Высокое качество. Большой выбор материала. Размеры на заказ. Расчет цены онлайн.

Точки продаж по России · Огромная цветовая гамма · Низкая стоимость изделий

Удобства: Без сверления, Со сверлением, На окна ПВХ, Крепление на стену, Крепление на пото...

Каталог · Где купить · О FOROOM · Конструктор

Ретаргетинг

Ретаргетинг - рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив веб-страницу рекламодателя.

- На вашем сайте не обнаружено пикселей Вконтакте, Facebook, Ok, Instagram, что свидетельствует о том, что технологии ретаргетинга не настроены и вы теряете большой процент конверсии, как следствие бюджетов.

Вывод

Ваш сайт имеет современный дизайн, но он не является эффективным инструментом продаж, ваш сайт больше подходит для корпоративных клиентов чем для частного заказчика.

Рекламные каналы настроены не полностью и имеют низкое качество отработки и настройки. Скорее всего реклама не оптимизируется.

Инструменты повышения конверсии присутствуют на сайте, но так же не настроены и не используются в полном объеме.