

Оценните уровень

ROI



ОЦЕНИТЕ УРОВЕНЬ ROI

вашего интернет-маркетинга с помощью калькулятора

С помощью приведенного ниже калькулятора вы сможете оценить приблизительный уровень возврата инвестиций (ROI, Return On Investment) по следующим направлениям интернет-маркетинга:

1. SEO (Search Engine Optimization) - Оптимизация под поисковые системы;
2. Контекстная реклама;
3. Оплаченные первые места в результатах поиска.

В англоязычной литературе эти три направления интернет-маркетинга делятся на две категории:

- I. Natural Search Marketing (NSM) - Маркетинг естественного поиска.
Здесь место страниц вашего сайта в результатах поиска зависит не от того, сколько вы заплатили за рекламу, а от того, насколько хорошо вы оптимизировали сайт под требования поисковиков. В эту категорию включают направление SEO.
- II. Paid Search Marketing (PSM) - Оплаченный поисковый маркетинг.
Ваш сайт расположен на первой странице поиска благодаря контекстной рекламе или прямой оплате поисковику за выгодное размещение. В этой категории остальные два направления.

Калькулятор составлен агентством интернет-маркетинга [OneUpWeb](#) (США) на основе собственного опыта работы и данных исследований Nielsen, ClickZ, MegaView, Fireclick, а также других компаний, которые занимаются веб-аналитикой.

Подсчеты основаны на самых консервативных предположениях. Если у вашей компании длительный опыт работы в области NSM и PSM, то показатели могут быть выше. Также многое зависит от сферы деятельности, популярности марки и других переменных.

Воспринимайте этот калькулятор не как истину в последней инстанции, а как ориентир в работе! Если у вас есть опыт в интернет-маркетинге, вы всегда сможете подкорректировать цифры. Если опыта нет, то вам будет что сказать начальству, когда попросят оценить эффективность будущих работ.

Определения

Прежде, чем приступить к таблицам, давайте определимся с рядом терминов.

Search Volume - Популярность ключевого слова

Сколько раз за определенный промежуток времени люди задают конкретное ключевое слово в строке поиска. Например, по данным Яндекса слово iPod в месяц набирают более 150 тыс. человек.

Мы оставим в стороне тот факт, что на самом деле Яндекс показывает не количество запросов, а предполагаемое количество показов контекстной рекламы по этому «ключу». В любом случае, с помощью сервиса Яндекса.Директ «Подбор слов» мы можем оценить популярность слова.

Если ваш сайт посвящен этому плееру, то, грубо говоря, ваша потенциальная аудитория - 150 тыс человек. Или, если быть точным, 150 тыс. посещений. Такого уровня *теоретически* можно добиться только, если ваш сайт находится в первых строках результатов поиска, или на первых местах выдачи контекстной рекламы.

Average Click Through Rate or Site Traffic - Средний показатель кликов или Трафик сайта

Количество трафика (посещений, кликов по ссылке), которое сможет обеспечить расположение в первых строках результатов поиска, или на первых местах выдачи контекстной рекламы. Показатели Трафика, приведенные в таблицах, основаны на консервативных подсчетах и могут быть выше.

- Помните, что Показатель кликов в NSM выше, чем в PSM. Другими словами, по естественным результатам поиска люди кликают охотнее, чем по оплаченным, в т. ч. контекстной рекламе. Эффективность NSM в точки зрения кликабельности может быть выше PSM на 70-80%.
- В целом *в долгосрочной перспективе* PSM - более дорогое направление интернет-маркетинга, чем NSM. Дешевле сделать единоразовое вложение в оптимизацию сайта, чем постоянно платить за рекламу. Особенно это важно для стартапов (молодых компаний), которые не могут позволить себе длительные расходы на рекламу, тем более, что расходы по отдельным ключевым словам могут расти из-за усиливающейся конкуренции, сезонных пиков и т. д.

Average Conversion Rate - Средний показатель конвертации

Этот показатель описывает количество посетителей сайта, которые совершили желаемое действие (купили, подписались, позвонили, зарегистрировались и т.д.). В таблице приведены два показателя: 3% и 5%. Вы можете выбрать любой из них, т. к. ваш выбор зависит от сферы деятельности компании, желаемого целевого действия, особенностей сайта и многого другого.

- В любом случае, для направления NSM обе цифры носят консервативный характер.

- Направление PSM способно обеспечить еще более высокий уровень конвертации. По контекстной рекламе обычно кликает наиболее заинтересованная аудитория. В таблице приведены примеры для 5% и 10%. И это также по самым консервативным оценкам.

О калькуляторе

В левой колонке приведены показатели Популярности ключевого слова (количества запросов). Разумеется, вы можете подставить сюда любое число, в зависимости от того, какое слово вам интересно и как часто его ищут (по данным того же Яндекс.Директ).

Во второй колонке даны цифры по трафику. 6% и 2,5% возможны в случае вашего расположения в первых пяти строках результатов поиска. Как вы понимаете, не все 150 тыс. запросов обернутся посетителями сайта.

Третья и четвертая колонки дают представление об уровне конвертации от общего числа посетителей (Site Traffic, а не Search Volume).

Калькулятор

Natural Search Marketing (NSM)			
Search Volume	Site Traffic: 6% от уровня Search Volume	3% Average Conversion Rate	5% Average Conversion Rate
1.000.000	60.000	1800	3000
900.000	54.000	1620	2700
800.000	48.000	1440	2400
700.000	42.000	1260	2100
600.000	36.000	1080	1800
500.000	30.000	900	1500
400.000	24.000	720	1200
300.000	18.000	540	900
200.000	12.000	360	600
100.000	6.000	180	300

Paid Search Marketing (NSM)			
Search Volume	Site Traffic: 2,5% от уровня Search Volume	5% Average Conversion Rate	10% Average Conversion Rate
1.000.000	25000	1250	2500
900.000	22500	1125	2250
800.000	20000	1000	2000
700.000	17500	875	1750
600.000	15000	750	1500
500.000	12500	625	1250
400.000	10000	500	1000
300.000	7500	375	750
200.000	5000	250	500
100.000	2500	125	250

Как повысить процент конвертации в направлении NSM?

1. Получите доступ к более широкой аудитории. Чем лучше ваши позиции в поисковиках, и чем больше количество ключевых слов, по которым вас находят - тем выше трафик. Расширяйте список «ключей» и привлекайте больше трафика.
2. Повышайте количество кликов. Для этого поработайте над описанием содержания страницы в тэге Title. Понятный и привлекательный текст результатов поиска обязательно увеличит Click Through Rate.
3. Работайте над целевой страницей. Страничка, на которую попадает посетитель, должна побуждать к совершению нужного вам действия. Здесь важны содержание и качество текстов, юзабилити, дизайн, навигация, скорость загрузки, количество и заметность ключевых слов.

Как повысить процент конвертации в направлении PSM?

1. Получите доступ к более широкой аудитории. Используйте в рекламной кампании большее количество ключевых слов. Однако постарайтесь не перебарщивать: слишком обширный список «ключей» привлечет нецелевой трафик, что негативно скажется на уровне конвертации.
2. Повышайте количество кликов. Поработайте над текстом рекламы. Он должен а) предлагать нечто действительно интересное для ЦА и б) быть понятным и точным.
3. Работайте над целевой страницей. Страничка, на которую попадает

посетитель, должна побуждать к совершению нужного вам действия. Здесь важны содержание и качество текстов, юзабилити, дизайн, навигация, скорость загрузки, количество и заметность ключевых слов.