

Анализ эффективности привлечения трафика

Андрей Юнисов

WebProfitters

Что такое эффективность привлечения трафика?

- Эффективно – больше конверсий за меньший бюджет
- Источники сравниваются между собой по стоимости за конверсию
- Плохие источники получают меньше бюджета или удаляются



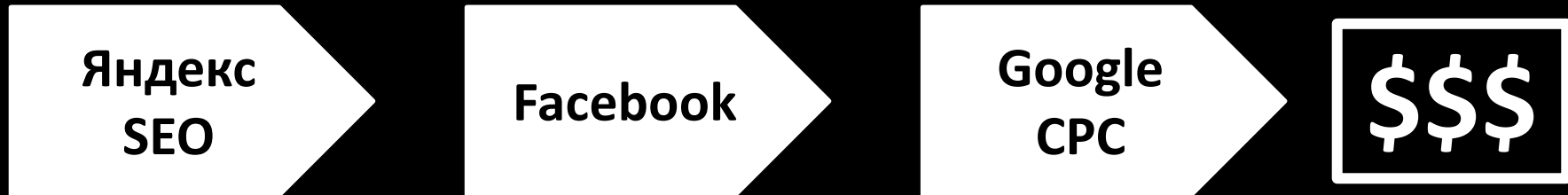
Немного статистики

	Одежда	Компьютеры	Сотовые телефоны
Поисковых запросов на 1 покупку	5,7	5,0	4,7
Посещений сайта на 1 покупку	11,9	12,6	9,4
% посещений, на которых происходит покупка	34%	22%	23%

*ComScore, 2007, UK



Проблема



Какой из источников посещений побудил посетителя к заказу?



Ассоциированная конверсия

Показывает, сколько раз источник встречался в цепочке посещений до конверсии

Базовая группа каналов	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему взаимодействию	Ценность конверсий по последнему взаимодействию	Ассоциированные конверсии/конверсии по последнему клику
1. Бесплатный поиск	4 477	1 294 800,00 руб.	12 285	3 568 550,00 руб.	0,36
2. Переход	2 146	621 150,00 руб.	2 283	630 000,00 руб.	0,94
3. Прямой	2 035	634 900,00 руб.	4 670	1 479 900,00 руб.	0,44



Помогают ли баннеры конверсиям?

Канал	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему взаимодействию	Ценность конверсий по последнему взаимодействию	Ассоциированные конверсии/конверсии по последнему клику
1. referral	1 299	0,00 руб.	1 562	0,00 руб.	0,83
2. cpc	905	0,00 руб.	1 177	0,00 руб.	0,77
3. (none)	528	0,00 руб.	673	0,00 руб.	0,78
4. organic	452	0,00 руб.	316	0,00 руб.	1,43
5. banner	72	0,00 руб.	32	0,00 руб.	2,25



Реальный вклад SEO в конверсии

Ключевое слово	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему взаимодействию	Ценность конверсий по последнему взаимодействию
1. Bosch WAS 20443 OE	30	0,00 руб.	1	0,00 руб.
2. Bosch DHZ 5225	27	0,00 руб.	0	0,00 руб.
3. Netgear ReadyNAS	24	0,00 руб.	1	0,00 руб.
4. LG V-C20261HQ	23	0,00 руб.	1	0,00 руб.
5. TEFAL TT-225131	23	0,00 руб.	0	0,00 руб.
6. Philips HD 9020	20	0,00 руб.	0	0,00 руб.
7. Samsung UE-40D6510WS	19	0,00 руб.	0	0,00 руб.
8. Zeidan Z-4022	19	0,00 руб.	0	0,00 руб.
9. ljcndrf he	18	0,00 руб.	5	0,00 руб.

203 конверсии


8 конверсий


Это очень интересно, но что это значит?



Про лидогенераторы

Общее количество конверсий: 28 164

 28 164 Конверсии

 9 362 Ассоциированные конверсии

Базовая группа каналов	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему взаимодействию	Ценность конверсий по последнему взаимодействию	Ассоциированные конверсии/ конверсии по последнему клику
1. Бесплатный поиск	4 777	0,00 руб.	13 634	0,00 руб.	0,35
2. Переход	2 619	0,00 руб.	3 170	0,00 руб.	0,83
3. (Прочие)	1 851	0,00 руб.	5 268	0,00 руб.	0,35
4. Платная реклама	1 187	0,00 руб.	4 059	0,00 руб.	0,29
5. Прямой	760	0,00 руб.	2 027	0,00 руб.	0,37
6. Социальная сеть	10	0,00 руб.	6	0,00 руб.	1,67



Они ассистируют!

Источник или канал	Ассоциированные конверсии ↓	Ценность ассоциированных конверсий	Конверсии по последнему взаимодействию	Ценность конверсий по последнему взаимодействию	Ассоциированные конверсии/ конверсии по последнему клику
1. yandex / organic	3 418	0,00 руб.	9 800	0,00 руб.	0,35
2. google / organic	962	0,00 руб.	2 418	0,00 руб.	0,40
3. yandex_direct / yandex_cpc	927	0,00 руб.	4 036	0,00 руб.	0,23
4. t.ileads.ru / referral	883	0,00 руб.	282	0,00 руб.	3,13
5. (direct) / (none)	760	0,00 руб.	2 027	0,00 руб.	0,37



Они в самом начале!

Secondary dimension: t.ileads.ru

Source/Medium Path

1.	t.ileads.ru / referral	yandex / organic	
2.	t.ileads.ru / referral	yandex_direct / yandex_cpc	
3.	t.ileads.ru / referral	google / organic	
4.	t.ileads.ru / referral	t.ileads.ru / referral	
5.	t.ileads.ru / referral	yandex / organic	yandex / organic

А после них SEO/контекст



Эврика

- Лидогенератор засчитывает себе все конверсии, включая ассоциированные (потому что cookie-based tracking)
- Перебросить бюджет на SEO/контекст
- Спасибо, кэп!
- Что было бы, если бы засчитывались только обычные конверсии?



Управление эффективностью

При оценке рентабельности источника стоит учитывать не только прямые, но и ассоциированные конверсии



Управление эффективностью

При оценке рентабельности источника стоит учитывать не только прямые, но и ассоциированные конверсии

Клиент, который услышал про ассоциированные конверсии 😊



Управление эффективностью

- Посмотреть, сколько вообще ассоциированных конверсий
- Озаботиться, если их более 30%
- Посмотреть, кто и как ассистирует
- Сделать выводы, перераспределить бюджет на время
- Посмотреть на результаты через месяц



Спасибо
Вопросы?

Андрей Юнисов
andrey@webprofiters.ru
yunisov.com
@andreyyun
8(903)7836448

