

Задание на пятую неделю программы «Реальный маркетинг»:

UTM-МЕТКИ

- Добавить UTM-метки (если нет);
- Настроить основные цели в Google Analytics и Яндекс.Метрика (регистрация, заказ);
- Подключить сервис отслеживания звонков (CallTouch или CoMagic);
- Настроить электронную торговлю (если нет).

Начать отслеживать полный путь посетителя от клика по рекламе и до покупки (Передаем данные из CRM или сохраняем в CRM UTM-метки).

ROI

- Посчитать ROI по каналам трафика, кампаниям, объявлениям, ключевым словам;
- Выделить неэффективные сегменты и постараться увеличить их эффективность;
- Если эффективность увеличить не получается, бюджет/отключ.

СТРАНИЦЫ САЙТА

- Выделить самые неэффективные страницы сайта с точки зрения показателя отказов/выходов;
- Постараться определить причину их неэффективности (сводка по навигации, карта кликов, карта ссылок, карта скроллов, записи сессий)
- Изменить интерфейс страниц и замерить изменение ключевых показателей (лучше с использованием АБ-тестов)

ФАКУЛЬТАТИВНО

Пропущенные звонки.

Подключить оповещение о пропущенных входящих звонках. С помощью сервиса «Виртуальная АТС» (UIC, Mango Office) или с помощью сервиса колл-трекинга (CoMagic). Внедрить систему контроля (быстрый отзвон по каждому пропущенному звонку).

Анализ звонков.

Проанализировать 20-30 звонков с источника и сделать выводы. Посмотреть на источники звонка и сделать выводы.

Динамический колл-трекинг.

Подключить динамический колл-трекинг к основной контекстной рекламной компании. Составить список ТОП - запросов по которым приходят посетители, которые звонят. Внедрить систему контроля (реклама по ТОП-запросам постоянно должна быть активна).