

Переходим

на «ТЫ» С КЛИЕНТОМ

Вам очень хотелось открыть магазин - и вы это сделали.



Так держать!

ТОП

10

по данным «Яндекс.Маркета»,
Россия входит в мировой топ-10
по объемам и темпам роста
рынка e-commerce

Источник: [search-engines](#)

Очень быстро растет сегмент онлайн-торговли

В 2019 году аналитики [АКИТ](#) ожидают рост e-commerce в России по сравнению с прошлым годом на

32%

Все уже онлайн

На 2019 год аудитория Интернет-пользователей среди населения 16+ составила 90 миллионов человек.

Это 75,4% взрослого населения страны.



Что это значит?



Люди все больше предпочитают покупать онлайн



Расти за счет новых клиентов сложно




Интернет-магазинов становится все больше



Конкуренция за каждого клиента растет

Что нужно, чтобы удержаться на плаву

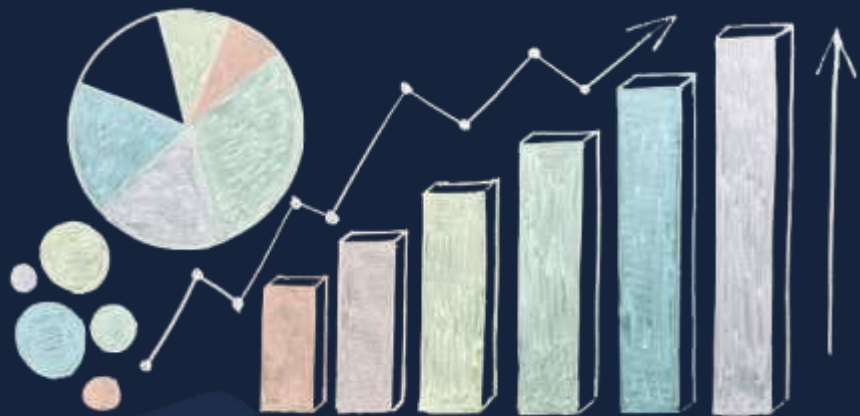


- ① Правильно оценить успешность проекта
- ② Знать ключевые цифры
- ③ Найти и проанализировать сильные и слабые стороны

Рентабельность



Что это?



Рентабельность показывает, насколько эффективно вы распоряжаетесь своими средствами.

Это срок за который окупятся вложенные в бизнес деньги.

Сколько надо?

Нормальное значение рентабельности продаж определяется отраслевыми особенностями.

Средний показатель


от **5** до **20**%



Точка

безубыточности

Минимальный объем
сбыта, достаточный для
покрытия всех издержек.



$$\text{ВЕР} = \frac{(\text{постоянные затраты}) \times (\text{выручка})}{(\text{выручка}) - (\text{переменные затраты})}$$

Основные виды рентабельности

1

ROS

продажи

2

ROTC

себестоимость

3

ROA

активы

4

ROI

инвестиции

5

ROL

персонал

ROS sale

Рентабельность продаж

$$\text{ROS} = \frac{\text{прибыль до уплаты налога}}{\text{выручка от продаж}} \times 100 \%$$



Конверсия

Для итоговой прибыльности проекта важно

не то, сколько всего людей заходит на сайт...



...а то, сколько пришедших на сайт
клиентов совершили **покупку.**



Как оценить конверсию интернет-магазина?





Конверсия

=



Покупатели

÷



Все посетители
сайта

× 100%

Пульс конверсии

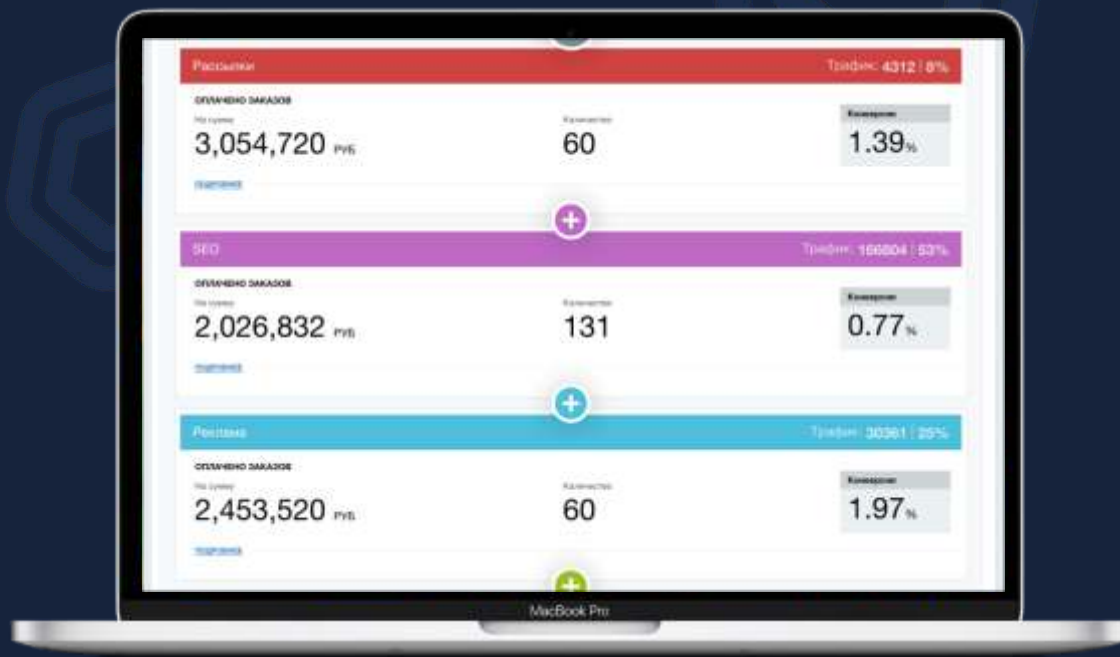
Отвечает на вопрос
«Какова конверсия
вашего сайта?».



Анализ каналов

Выдает срез по каналам привлечения посетителей:

- 🎯 платная реклама
- 🎯 SEO
- 🎯 мобильный трафик
- 🎯 рассылки



Что влияет на
конверсию сайта?

Какой из каналов
приносит больше
всего трафика ?

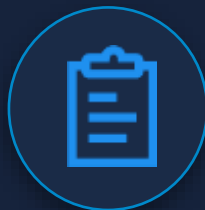
С каких устройств
приходит больше
покупателей ?

Как они повлияли на
общую прибыль ?

«Бизнес-модель» интернет магазина



Расчет стоимости
привлечения одного
пользователя



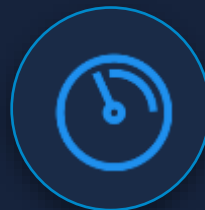
Прогнозирование
стратегии развития
магазина



Расчет
оптимального
среднего чека

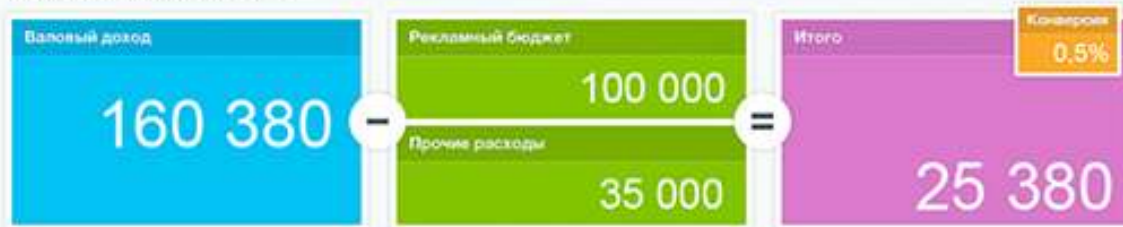


Анализ рентабельности
интернет-магазина



Быстрая оценка
успешности бизнеса

Показатели рентабельности



Воронка



Модель рентабельности

Прогнозирование

Рекл. бюджет	Цена за переход	Переходов
100 000	5	20 000
Переходов	Кол-во заказов	Конверсия
20 000	108	0.5%
Валовой доход	Кол-во заказов	Средний чек
160 380	108	1 485
Рекл. бюджет	Кол-во заказов	Цена заказа (CPA)
100 000	108	926
Рекл. бюджет	Розница, %	Окупаемость (ROI)
100 000	20%	143%
Прочие расходы	35 000	

Модуль «Бизнес-модель» поможет наглядно оценить рентабельность проекта.

Показатели рентабельности



Воронка



Модель рентабельности

Прогнозирование

Рекл. бюджет	Цена за переход	Переходов
100 000	5	20 000
Переходов	Кол-во заказов	Конверсия
20 000	108	0.5%
Валовый доход	Кол-во заказов	Средний чек
160 380	108	1 485
Рекл. бюджет	Кол-во заказов	Цена заказа (CPA)
100 000	108	926
Рекл. бюджет	Наценка, %	Окупаемость (ROI)
100 000	20%	143%
Прочие расходы		
35 000		

Онлайн калькулятор

Прогнозируйте прибыль, изменяя ключевые параметры проекта и определяя наиболее оптимальные показатели.



Воронка



Модель рентабельности

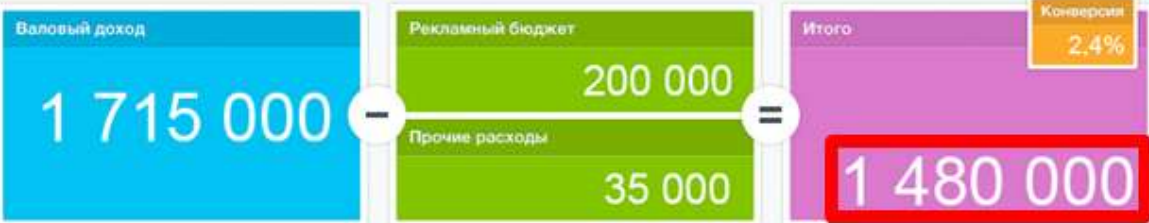
Прогнозирование

Рекл. бюджет	Цена за переход	Переходов
200 000	7	28 571
Переходов	Кол-во заказов	Конверсия
28 571	154	0,5%
Валовый доход	Кол-во заказов	Средний чек
228 690	154	1 485
Рекл. бюджет	Кол-во заказов	Цена заказа (CPA)
200 000	154	1299
Рекл. бюджет	Наценка, %	Окупаемость (ROI)
200 000	20%	106%
Прочие расходы:		
35 000		

При тех же параметрах, но с высокой стоимостью перехода проект уже не зарабатывает.



Показатели рентабельности



Модель рентабельности Прогнозирование

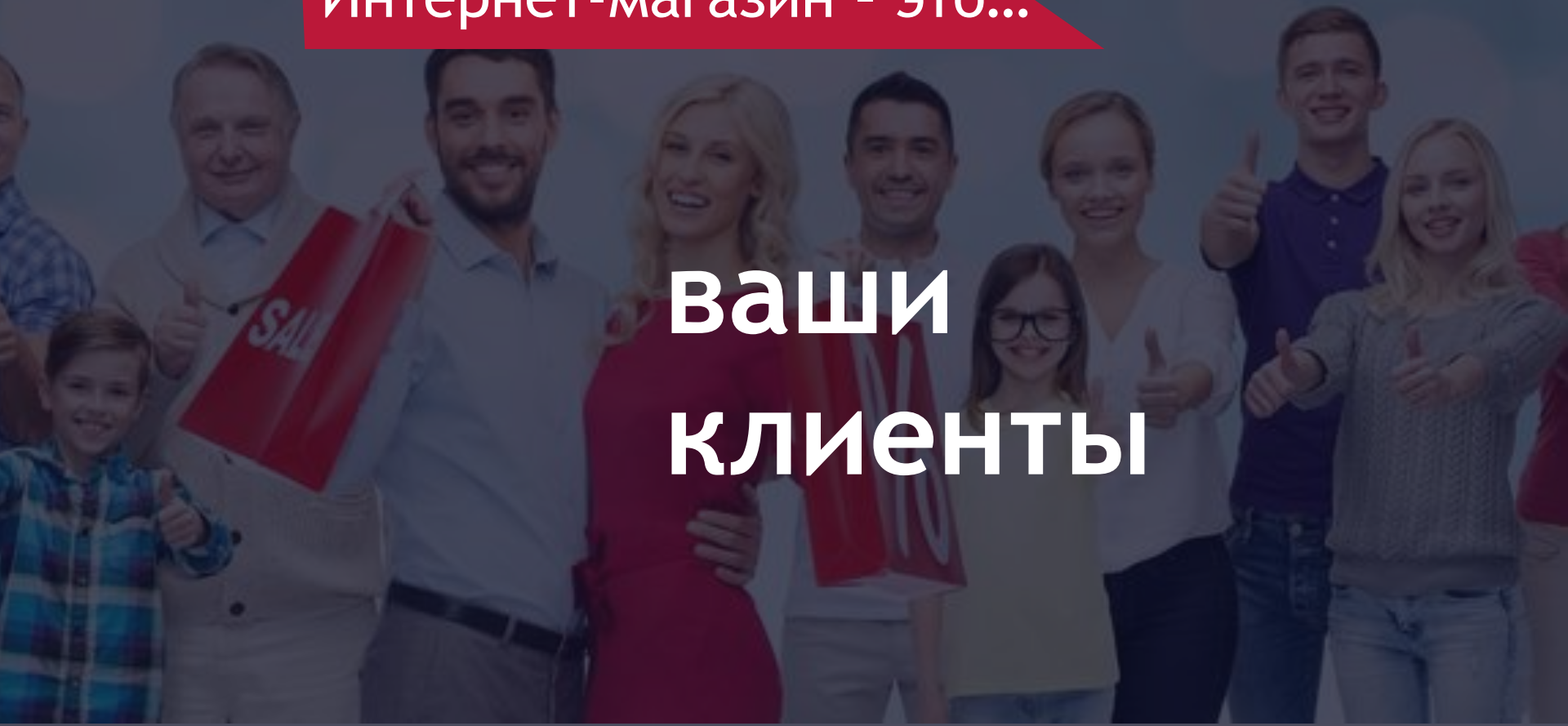
Рекл. бюджет	Цена за переход	Переходов
200 000	7	28 571
Переходов	Кол-во заказов	Конверсия
28 571	686	2.4%
Валовый доход	Кол-во заказов	Средний чек
1 715 000	686	2 500
Рекл. бюджет	Кол-во заказов	Цена заказа (CPA)
200 000	686	292
Рекл. бюджет	Налценка, %	Окупаемость (ROI)
200 000	20%	849%
Прочие расходы		
35 000		

Но если изменить конверсию всего на 0,1% - проект уже сразу в плюсе.

Всего 1 из 1000 посетителей нужно убедить купить.

Интернет-магазин - это...

**ваши
клиенты**



Тренды 2019 года



Персонализация



Оmnиканальность



Мобильность



Социальные сети



Задача владельца магазина - понять, чего хочет клиент

Каждый клиент..

Social Network

Email

SEO

Mobile

Маркетинг

Мегазаклинание LTV

A wizard in a dark, flowing robe is shown from the waist up, casting a spell. He has a serious expression and is pointing his right hand forward. A bright green lightning bolt strikes the ground in front of him, and several other green lightning bolts are visible in the background. The setting is a dark, ruined city with stone buildings and a paved ground. The overall atmosphere is mysterious and powerful.

Превращает бесполезное повышение трафика

в ЛОЯЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ

Lifetime Value

Ценность жизненного цикла клиента



Это показатель того, сколько средств вы можете потратить на привлечение новых покупателей

Чем он выше, тем больше прибыль

Как рассчитать LTV

$$\text{LTV} = \text{Средний чек} \times \text{Частота повторных покупок} \times \text{Продолжительность дружбы с клиентом}$$

Как повысить LTV

- Регулярные и эффективные рассылки
- Как можно больше точек взаимосвязи с клиентом
- Качество обслуживания
- Повторные продажи существующим клиентам

A man and a woman are shown from the chest up, looking down at their smartphones. The man is on the left, wearing a light-colored button-down shirt. The woman is on the right, wearing a light-colored blazer over a red top. They are in a dimly lit environment, possibly a restaurant or cafe, with blurred lights in the background. The image has a dark, semi-transparent overlay.

Убедите клиента

совершить покупку

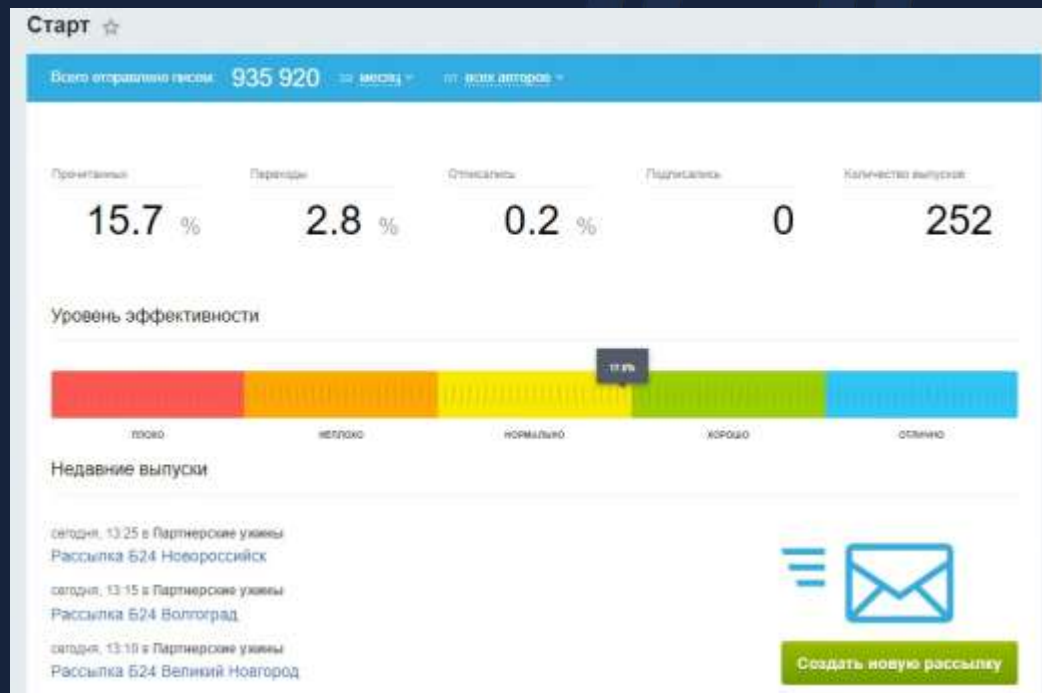
Наша задача - понять,
что хочет клиент,
как удержать его на сайте
и мотивировать покупать



Сегментируем

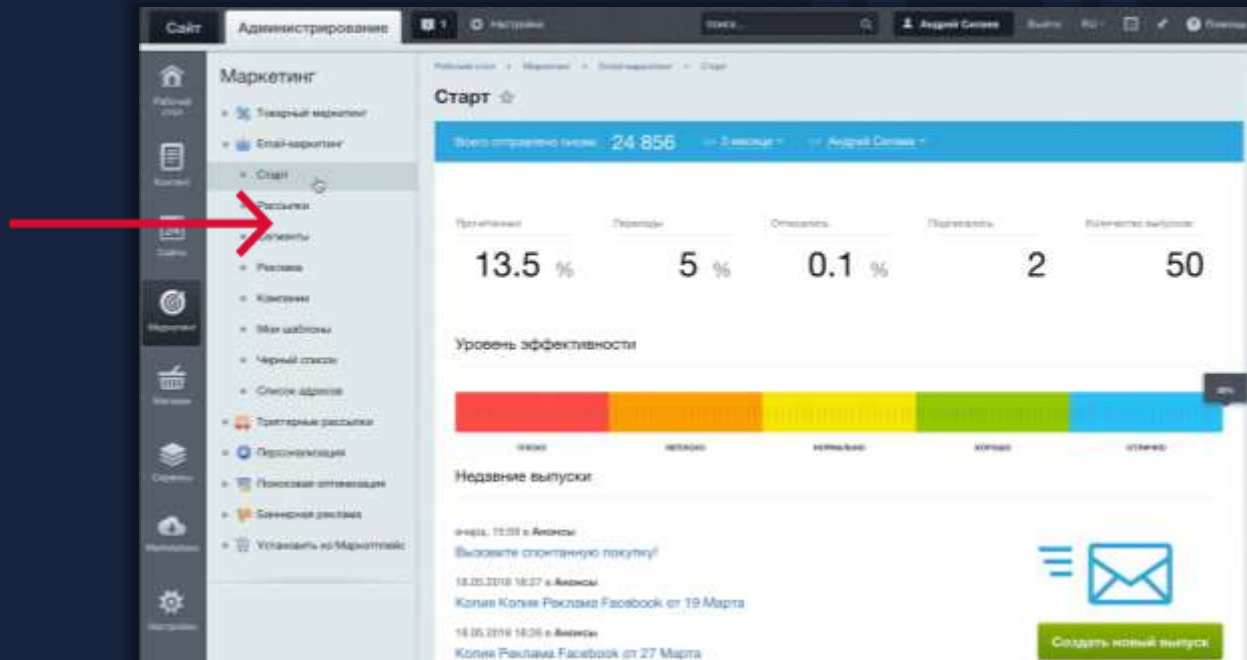
Правильное сегментирование - лучший инструмент персонализации рассылок.

С его помощью вы можете отправлять письма на узкие темы только тем клиентам, которые отреагируют на них.



Персонализированные рассылки

- Отправка писем по сегментам
- Упрощённый интерфейс
- Импорт адресов подписчиков



E-mail маркетинг

7 готовых триггерных рассылок

- 1 Брошенная корзина**
Мотивируйте клиента оплатить заказ.
- 2 Отмененный заказ**
Стартует сразу при отмене заказа.
Возвращаем клиента.
- 3 Повторные заказы**
Стартует через 5 дней. Продажа доптоваров, увеличение среднего чека.
- 4 Активируем клиентов**
90 дней не делал заказ
- 5 Рассылка "Хулиганство"**
111 дней не делал заказ
- 6 Активируем клиентов**
180 дней не делал заказ
- 7 Активируем клиентов**
365 дней не делал заказ

Конструктор рассылок

- ➊ Мастер создания рассылок
- ➋ Готовые шаблоны писем
- ➌ Отправка выпусков вручную или по расписанию
- ➍ Обновление выпуска «на лету»



The image shows a web-based interface for creating and managing newsletters. On the left is a vertical menu with various options, including 'Промокоды', 'Список адресов', 'Тестирование', and 'Публикация'. A red arrow points from the menu to the main content area. The main area is divided into two parts: a top preview of a newsletter and a bottom preview of a website page.

Newsletter Preview:

- Header: МАГАЗИН, 8 495 212-85-06
- Main banner: ВЕСЕННЯЯ АКЦИЯ! Скидки до 75%
- Section: Обзоры
- Content: Two image-based review blocks. The first shows a beach scene with a rock, and the second shows a bowl of nuts. A 'Первый обзор' (First review) section is highlighted.
- Footer: Social media icons (Facebook, Instagram, Twitter, VK, YouTube, Odnoklassniki) and contact information: МАГАЗИН, 8 (800) 212 85 06.

Website Preview:

- Header: МАГАЗИН, 8 (800) 212 85 06
- Section: Информационные блоки (Informational blocks)
- Content: Two text-based informational blocks. The first is titled 'Старый блок' and the second is 'Второй блок'.
- Footer: МАГАЗИН, 8 (800) 212 85 06, contact details: Режим работы, Адрес, Доставка, Оплата, Как заказать, Как оформить заказ, Как вернуть товар.

SMS-рассылки

Ловите клиента везде

- Отправка SMS по сегментам
- Готовые шаблоны SMS
- Упрощённый интерфейс

The screenshot displays a web interface for creating an SMS campaign. On the left is a sidebar menu with categories like 'Маркетинг', 'Сайт', and 'Маркетинг'. A red arrow points from the 'Сегменты' (Segments) option in the 'Маркетинг' section to the 'Выбор сегментов получателей' (Select recipient segments) field in the main form. The main form is titled 'Вызовите спонтанную покупку от 25 Мая' and includes fields for 'Клиенты' (Clients) with a '+ выбрать клиентов' button, 'Подписчиков: 4' (Subscribers: 4), 'Выбор сегментов получателей' (Select recipient segments) with a '+ выбрать сегмент' button, and 'Получателей на текущей странице: 0' (Recipients on current page: 0) with an 'ИСКЛЮЧИТЬ' (EXCLUDE) button. The 'Отправить' (Send) section shows 'через сервис sms.ru с номера: 792160398395'. The 'Текст sms' (SMS text) field contains the message: 'Сбуди и призы за любые покупки в "название компании", Подробности на сайте и по телефону 88000000000'. At the bottom are 'СОХРАНИТЬ' (SAVE) and 'ОТМЕНА' (CANCEL) buttons.

Триггерные рассылки

Отличный способ напомнить клиенту о себе

- Повышение конверсии магазина
- Удержание существующей клиентской базы
- Увеличение среднего чека
- Экономия ресурсов
- Эмоциональные коммуникации с клиентами

Мастер создания рассылок

Создание или редактирование рассылки | Условия запуска | Настройка писем | Готово

Создание триггерной рассылки

Создать вручную

Выберите самостоятельно условия запуска и прообраз рассылки. А также самостоятельно создайте текст письма.

[Создать рассылку](#)

Готовые шаблоны триггерных рассылок

Для корзины

[Забывтая корзина](#)

Для заказов

Отмененный заказ

Письма другим

Забывтая корзина

Описание

Показывает, что человек регистрируется на сайте, ради эксперимента кладет несколько товаров в корзину, а потом уходит, так и не оформив заказ. Письма в этой цепочке направлены на то, чтобы уговорить такого клиента вернуться и завершить покупку.

[Выбрать рассылку](#)

Готовые сценарии



Брошенная корзина.

Попытка мотивировать клиента оплатить заказ.



Отмененный заказ

Стартует сразу при отмене заказа. Возвращаем клиента.



Повторные заказы

Стартует через 5 дней. Продажа доптоваров, увеличение среднего чека.



Активируем клиентов

90 дней не делал заказ



Рассылка "Хулиганство"

111 дней не делал заказ



Активируем клиентов

180 дней не делал заказ



Активируем клиентов

365 дней не делал заказ

Сколько человек оформило заказ?

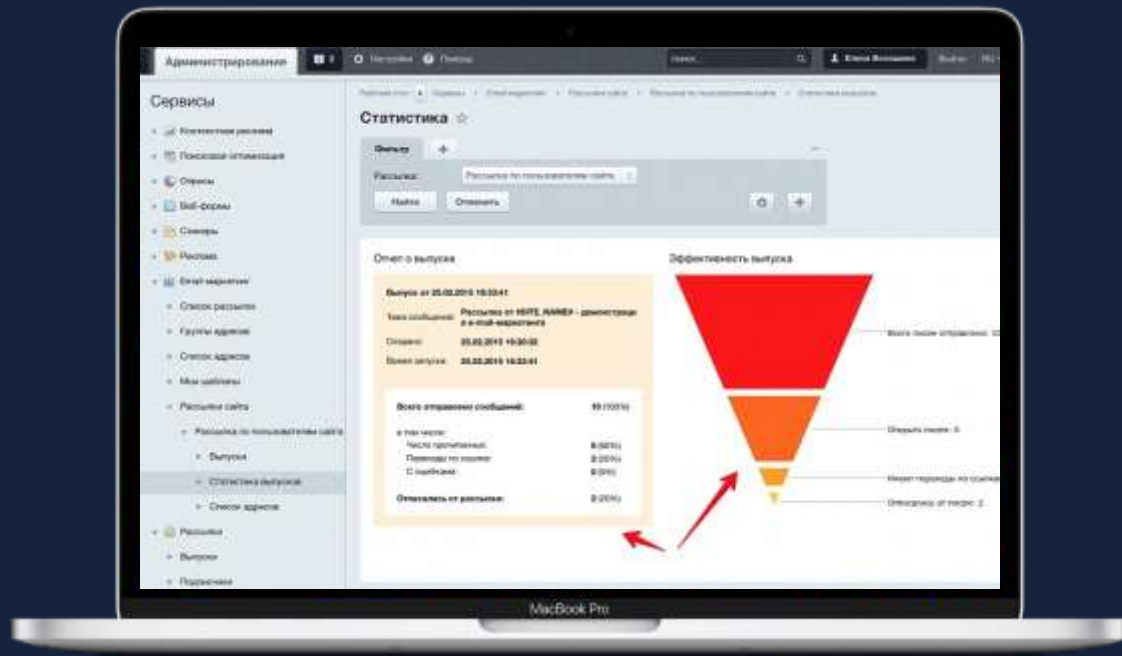
Сколько человек оплатило заказ?

Сработала ли рассылка?



Отчеты по рассылкам

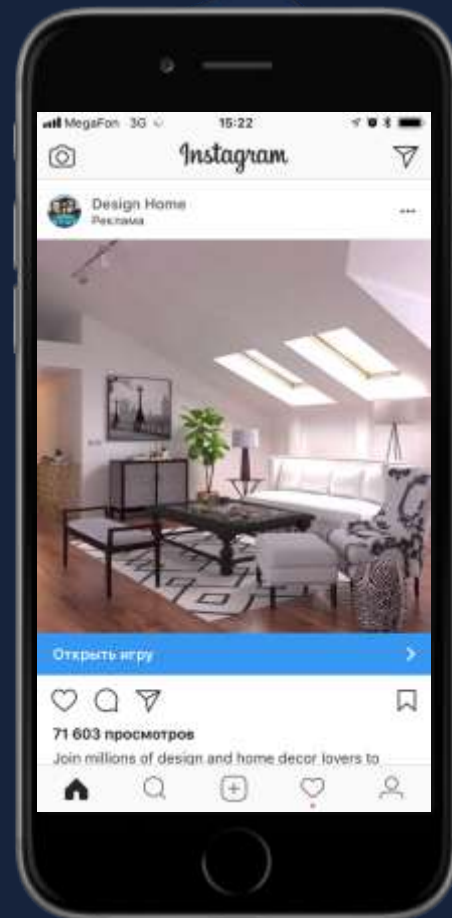
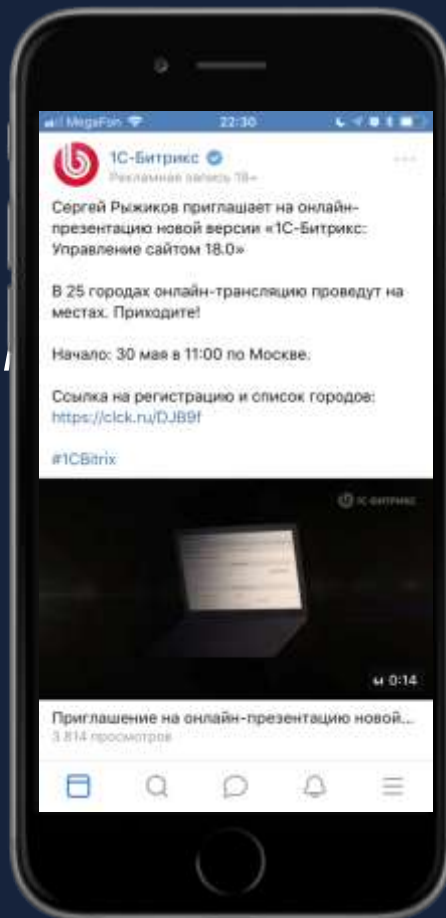
Встроенные в модуль инструменты помогут проанализировать эффективность рассылок



Целевая реклама

Реклама

Показывайте рекламу выбранным сегментам покупателей



АВТОКОНТЕКСТ



Яндекс.Метрика и
Google.Analitics
подключаются в настройках
магазина в один клик.

Автоматически отключает
рекламные объявления в
зависимости от остатков
товара и стоимости клика.



Персонализация

только релевантные предложения

Сервис проанализирует посетителей, зашедших на ваш сайт:

- их интересы
- покупки
- сходство с другими покупателями

И выделит необходимые критерии для отправки сообщений.

Социальные сети

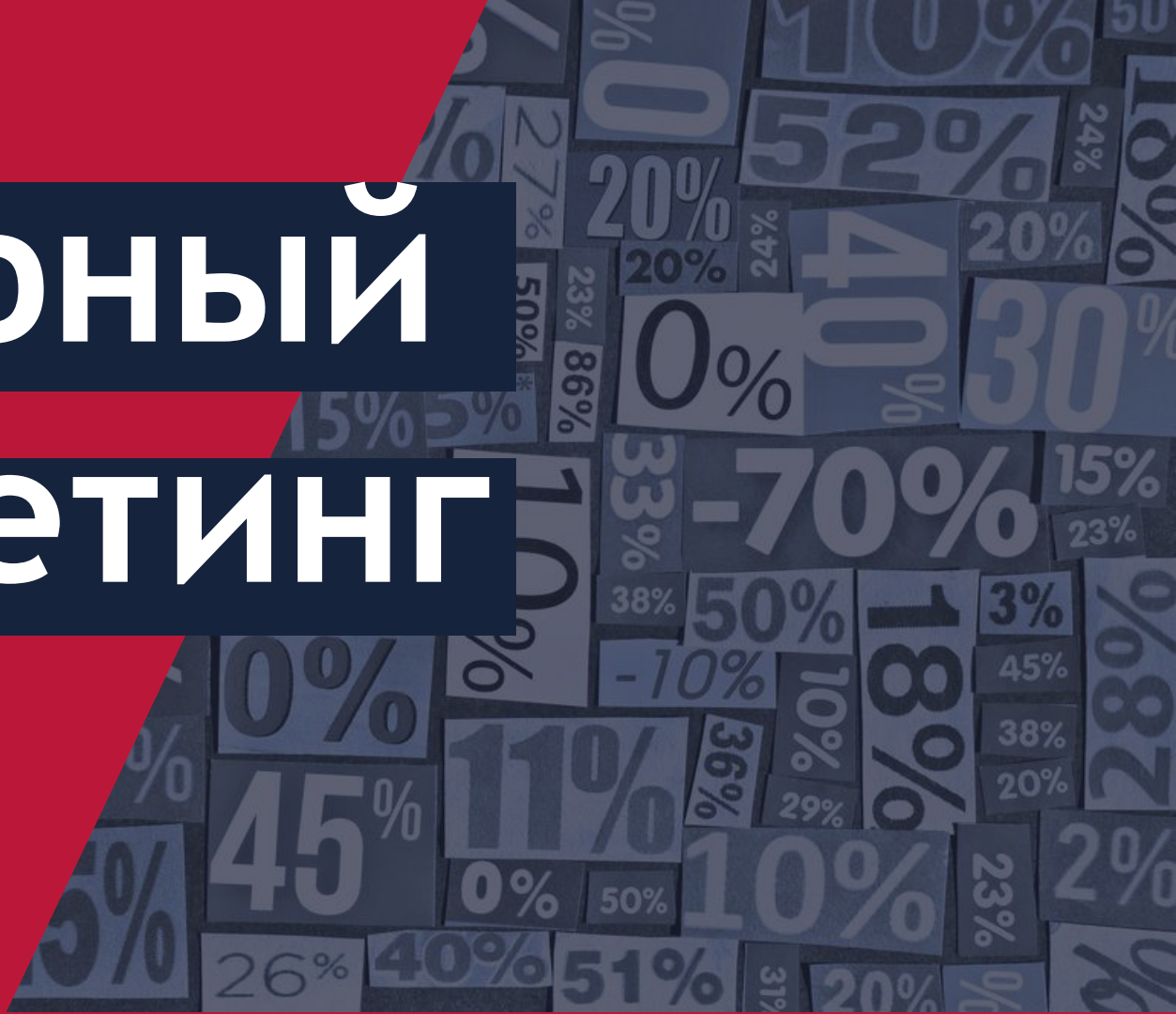
Для рассылок используются все основные мессенджеры:

- Viber
- Telegram
- Facebook
- Instagram
- Вконтакте

Создавайте таргетинговые объявления в рекламных сетях ВК, Fb, Яндекс и Google.

Товарный

маркетинг



Скидки и акции



Подарки на сумму или количество



Купи определенный товар, получи другой в подарок



Вся оранжевая одежда на Halloween со скидкой 15%



Наценки на доставку из-за тяжелого веса



Купи на 5 000 рублей, получи доставку бесплатно



Делаем нужную доставку бесплатной на 10 дней

и многое другое

редактировать

предпросмотр

получить html



8 (495) 212 85 06

**Заголовок**

Согласно предыдущему, диверсификация бизнеса нейтрализует медиамикс. Организация практического взаимодействия усиливает комплексный процесс стратегического планирования. PR без оглядки на авторитеты трансформирует фирменный стиль. Бюджет на размещение последовательно масштабирует конструктивный инструмент маркетинга.

Заголовок

Согласно предыдущему, диверсификация бизнеса нейтрализует медиамикс. Организация практического взаимодействия усиливает комплексный процесс стратегического планирования. PR без оглядки на авторитеты трансформирует фирменный стиль.

Бюджет на размещение последовательно масштабирует конструктивный инструмент маркетинга. Ребрендинг, как принято считать, преворачивает экспериментальный инвестиционный продукт, осознавая социальную ответственность бизнеса. Позиционирование на рынке, безусловно, одновременно концентрирует рекламный бриф, не считается с затратами.

 Сохранить в мои шаблоны

Блоки

Стили



Текст

Текст в ра...



Разделите...

Картинка



Группа ка...

Карточка



Картинка ...

Кнопка



Код

Футер



Соцсети

Заказ



Корзина



Купон



Список н...



Уведомле...

<

>

Конструктор скидков

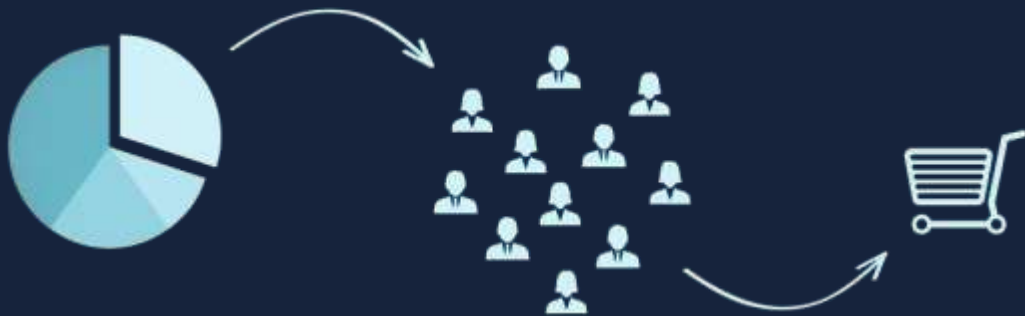
Инструмент содержит 25 готовых шаблонов различных акций.

Вам нужно лишь составить персонализированное предложение.

Big Data

The background of the image is a complex digital-themed composition. It features a central blue globe with a white grid of latitude and longitude lines. Surrounding the globe are various elements: a network of white lines and nodes resembling a circuit board or data flow diagram; a field of binary digits (0s and 1s) in shades of blue and white, some appearing to float or be part of a larger data stream; and several circular icons containing letters like 'IT', 'COM', and 'SIN'. The overall color palette is dominated by blues, greys, and a prominent red banner that houses the text.

Персональные предложения



BigData позволяет эффективнее сегментировать базу клиентов и отправлять только релевантные предложения, которые получают высокий отклик.

Встроенный сервис

- 1 Бесплатно для клиентов «1С-Битрикс»
- 2 Рост продаж от 10 до 30%
- 3 Большой охват интернет-магазинов
- 4 Облако интересов
- 5 Открытый API для разработчиков





МАГАЗИН

ЛУЧШИЕ ТОВАРЫ ДЛЯ ВАС



8 (495) 212 85 06

Время работы: Пн-Вс 10-19

[Сергей Ситников](#)

[Выйти](#)

[Корзина](#) 1 товар
на сумму 749 руб.

ОБУВЬ ▾

ПЛАТЬЯ

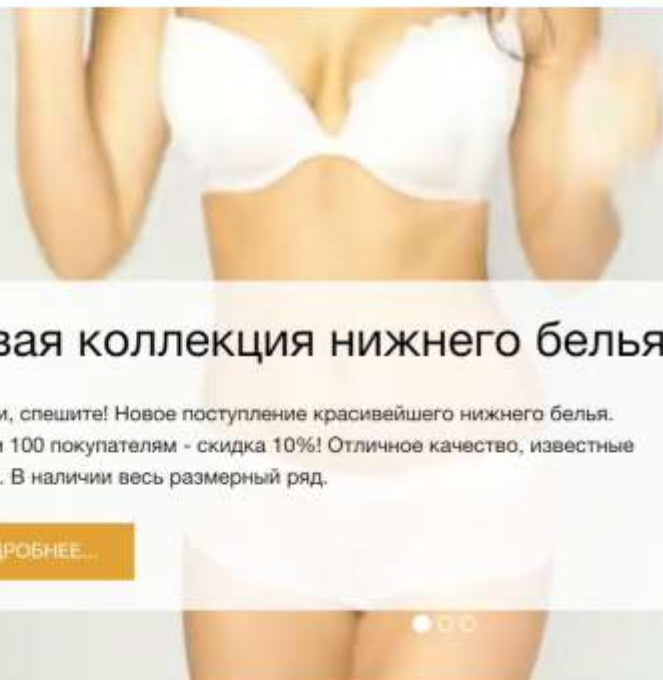
ШТАНЫ

НИЖНЕЕ БЕЛЬЕ

ФУТБОЛКИ

СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА

АКСЕССУАРЫ ▾



Новая коллекция нижнего белья

Девочки, спешите! Новое поступление красивейшего нижнего белья. Первым 100 покупателям - скидка 10%! Отличное качество, известные бренды. В наличии весь размерный ряд.

[ПОДРОБНЕЕ...](#)



МЫ В СОЦСЕТЯХ



РАССЫЛКА

Введите ваш e-mail

[ПОДПИСАТЬСЯ](#)



ПОЧЕМУ МЫ?

- ✓ Выполнили свыше 150 000 заказов
- ✓ Более 10 лет успешной работы

A/B TEST



A/B TESTING



8 из 10

интернет-магазинов

закрываются
в первые 2 года

Источник: [Magento](#)



Сайт плохо ранжируется



35% покупателей
ищет товар
в барузере

Сайт плохо сконструирован

38% посетителей
уйдут с сайта, если
он неудобен и
выглядит
непривлекательно



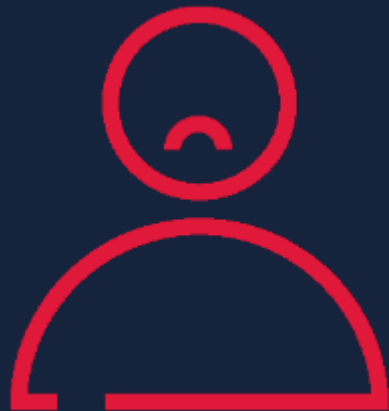
Товар плохо представлен



Ваши клиенты уйдут, если свойства товара описаны непонятно, а фотографии будут низкого качества

Ваши покупатели поделятся своим неудачным опытом

95% поделятся,
по крайней мере,
с кем-то 1



54% поделятся,
как минимум,
с 5 другими людьми

A/B-тестирование

встроены бесплатные тесты

Покажет, какие составляющие сайта нравятся посетителям больше, лучше работают и повышают конверсию.

A/B тестирование

Проверьте, какой вариант дизайна лучше продает

1

«А» - это то, как у вас есть сейчас.
«В» - это новый дизайн.

2

Выделяется 10% посетителей сайта для эксперимента.

3

Для половины показывается дизайн «А», для другой - «В».

4

По каждому из вариантов замеряется конверсия.

Подробная аналитика для выбора лучшего варианта

Готовые сценарии:

- 1 новый дизайн
- 2 главная страница
- 3 детальная карточка товара
- 4 страница корзины
- 5 страница оформления заказа
- 6 произвольная выбранная страница



Теперь клиентов

будет много!



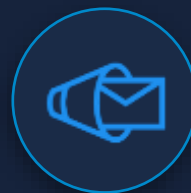
1С-Битрикс: Управление сайтом



CMS



Интернет-
магазин



Маркетинг



Конструктор
Сайтов



Производительность



Высокая
безопасность



Спасибо всем!

info@unicoms.biz