

The logo for AdBeam, featuring the word "AdBeam" in a bold, sans-serif font. The "Ad" is in dark blue and the "Beam" is in white, with a yellow triangle pointing to the right behind the text.

AdBeam

Digital marketing agency

Готовый процесс для достижения
маркетинговых показателей



Кратко о компании

AdBeam – это:



Сертифицированные специалисты



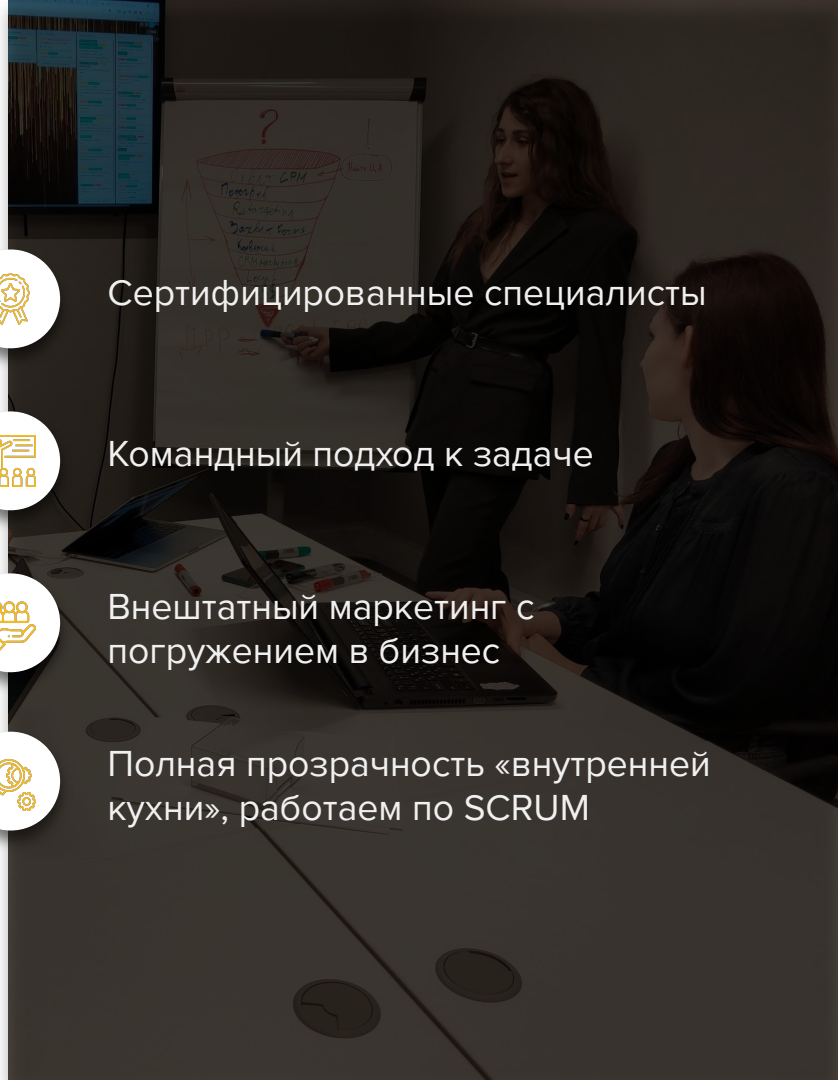
Командный подход к задаче



Внештатный маркетинг с погружением в бизнес



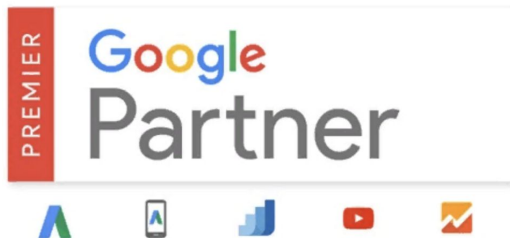
Полная прозрачность «внутренней кухни», работаем по SCRUM



Сертифицированное агентство



Мы являемся сертифицированным агентством Яндекса с 2017 года, премиальным партнером Google с 2017 года, являемся партнерами К-50, а также входим в топ-50 лучших агентств контекстной рекламы России по версии Ringostat. И не собираемся останавливаться на достигнутом!



Команда и ценности

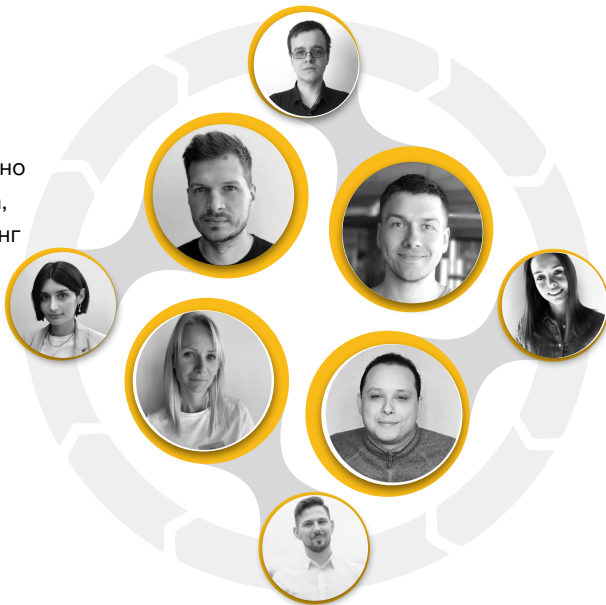
Миссия: мы делаем маркетинг осознанным и прибыльным

✓ **Обеспеченность**

Прибыльный маркетинг - наш важный приоритет. Достижение этой цели возможно с компаниями среднего и малого размера, которые готовы инвестировать в маркетинг и развивать свой бизнес.

✓ **Развитие**

Наша ключевая ценность состоит в развитии компании и всех ее специалистов, для того чтобы использовать полученные компетенции для роста бизнеса клиентов.



✓ **Хорошие отношения**

Выстраиваем сотрудничество по WIN-WIN. Ценим партнерские отношения построенные на доверии

✓ **Осознанность**

Мы предлагаем клиенту то, что ему нужно и приносит пользу бизнесу. Мы думаем прежде чем делать

Наши клиенты



jivosite



3M



Hilton
HOTELS & RESORTS



ROBOKASSA



ЛАНИТ



IRON STAR
TRIATHLON



ANTA



Кейсы

Комплексный маркетинг



anta-sport.ru



Производитель спортивной одежды

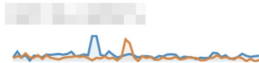
- Рост транзакций **+192%**
- Рост дохода **+176%**
- Рост трафика **+78%**
- Повышение коэффициента транзакций на **+51%**



Данные из Ecommerce Google Analytics 2021 vs 2020

Коэффициент транзакций

51,29 %



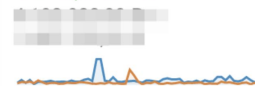
Транзакции

192,63 %



Доход

176,75 %



Комплексный маркетинг

NDA



NDA



Производитель строительных материалов

- Рост транзакций **+42%**
- Рост дохода **+98%**
- Рост среднего чека через ИМ **+42%**



Данные из Ecommerce Google Analytics 2021 vs 2020

Транзакции

42,60 %



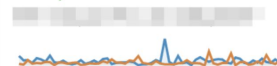
Доход

98,30 %

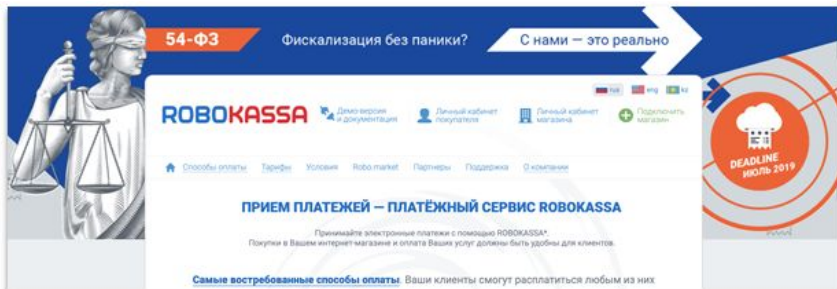


Средняя стоимость заказа

39,06 %



ROBOKASSA



robokassa.ru



Система электронных платежей

- Снижение бюджета на рекламу -135%
- Рост платного трафика +157%
- Рост обращений +194%
- Снижение цены обращения -10%



Особенность проекта:

Стратегия продвижения платежной системы через лидогенерацию в несколько шагов:
 Формирование спроса через коммуникацию бренда с ЦА, которая находится в поисках решения, через видеорекламу и баннеры в Youtube, Facebook, Instagram, Отработка готового спроса в поисковых сетях.



Проектная команда:



Интернет-маркетолог



Технический специалист

Performance маркетинг



printbar.ru



Роман Сургучев
Генеральный директор

«Для поиска агентства интернет-маркетинга нами был проведен конкурс, в результате которого мы выбрали AdBeam. Основными факторами в выборе служили объявленное качество и скорость реакции. Канал был для нас новым, поэтому мы заранее не могли предположить, какой результативности ожидать. Отработав с компанией более года, мы остались довольны: за год объемы продаж из данного канала выросли в 20 раз. Отдельно хочу выделить ответственность сотрудников и индивидуальный подход при работе с нами»



Студия одежды нового формата

- Рост трафика +435%
- Рост дохода +370%



Особенность проекта:

Стратегия продаж с помощью интернет-маркетинга разрабатывалась исходя из целей:
Занять позицию ТОП-5 на рынке,
Доля расходов на маркетинг не должна превышать 15% от дохода.



Проектная команда:



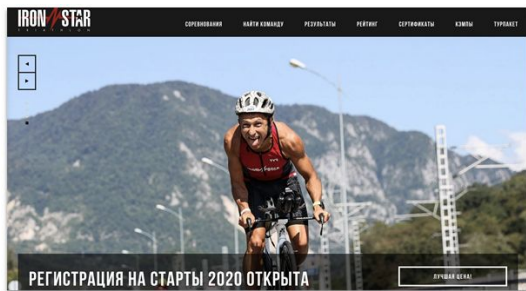
Руководитель проекта



Технический директор



Старший специалист по платному трафику



iron-star.com



Павел Жуков
Руководитель
отдела продаж

«Наши ожидания относительно повышения продаж через онлайн-рекламу были реализованы на 100%. В работе агентства очень нравится оперативность – то, как быстро сотрудники могут включиться в процесс, понять его и наладить продажи. С удовольствием рекомендуем компанию AdBeam всем, кому требуются услуги интернет-маркетинга.»



Триатлон №1 в России

- Настройка системы аналитики и учет транзакций
- Рост объема трафика +430%
- Рост доли продаж по каналу +870%



Особенность проекта:

Реализация работы через изучение разных сегментов ЦА (неосведомленные / осведомленные, активные / уснувшие) и построение персональных коммуникаций с каждым сегментом



Проектная команда:



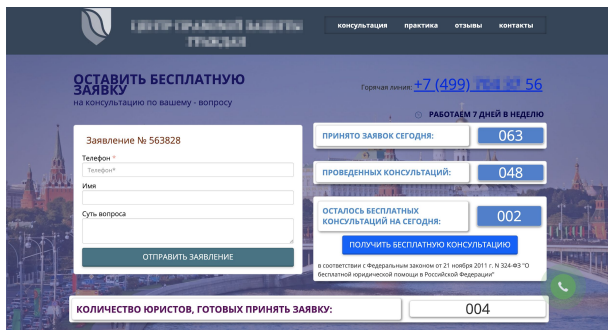
Интернет-маркетолог



Технический директор



Старший специалист по платному трафику



Юридическая консультация



Александр Долговидов
Соучредитель

«Выбрали команду AdBeam по рекомендации. Работаем вместе с момента основания моего бизнеса, уже более 4 лет. С тех пор прошли вместе огонь, воду и медные трубы - AdBeam всегда помогал и является надежным партнером в сфере интернет-маркетинга.»



Результаты:

- Запуск бизнеса с нуля до развития в федеральную сеть
- Рост бюджета с нуля до 60 млн руб в год
- Стабильный ежемесячный рост лидов +10%/мес



Особенность проекта:

Разработка стратегии рекламной кампании и корректировка под давлением внешних факторов. Открывали новые офисы и заполняли их клиентами. Продумывали аналитику от клика до полученных денег. Строили путь клиента и персонализация коммуникаций.



Проектная команда:



CRO специалист



Технический директор



Интернет-маркетолог



Старший специалист по платному трафику



Светлана Кислова
Руководитель
отдела
маркетинга

«От имени Hilton Moscow Leningradskaya мы благодарим диджитал агентство AdBeam за высокий уровень предоставленных услуг по продвижению отеля в социальных сетях Instagram и Facebook. Особо хотим отметить творческий подход к созданию контент-плана, безупречное качество ведения профилей, соблюдение сроков и оперативное реагирование на комментарии со стороны гостиницы. Рекомендуем AdBeam как профессионального партнера для эффективного представления бренда в социальных сетях.»



Отель «Hilton»

- Создание единой визуальной концепции ленты Instagram
- Органический рост подписчиков +12% в месяц из целевой аудитории
- Рост активности подписчиков +133%



Особенность проекта:

Создание спроса на проведение свадеб, банкетов, корпоративов через социальные сети. Разработка стратегии ведения сообществ в Instagram и Facebook. Создание контента не похожего на контент конкурентов. Вовлечение постояльцев с социальные сети компании



Проектная команда:



Интернет-маркетолог



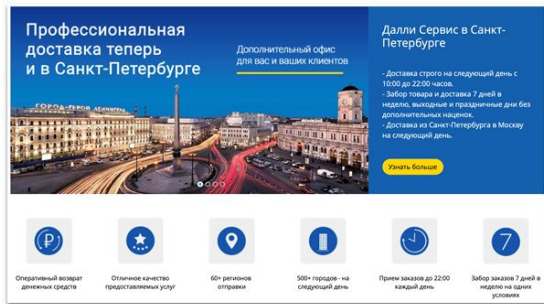
Фотограф



Копирайтер



SMM-специалист



dalli-service.com



Виктор Мосейко
Руководитель
отдела
маркетинга

«Задача была довольно неформатной, так как целевая аудитория у компании очень узкая и специфичная. В основном это владельцы интернет магазинов, которые ищут службу доставки на аутсорс. Агентство со своей задачей справилось, своевременно и на регулярной основе мы получали качественный тематический контент, авторские статьи и т.д.

Сотрудничеством мы остались довольны и с удовольствием рекомендовали бы компанию всем, кому требуются услуги контент-мейкеров и SMM»



Служба доставки Dalli Service

- Сбор информации по конкурентам
- Разработка коммуникационной стратегии с ЦА
- Написание уникальных текстов и статей
- Освещение всех мероприятий и изменений в компании



Особенность проекта:

Контент должен был заинтересовать очень узкую и сложную целевую аудиторию людей, состоящих из владельцев интернет-магазинов. Необходимо было своевременно информировать об изменениях существующих клиентов и привлекать внимание новой, завлекая ее актуальными, эксклюзивными и полезными текстами



Проектная команда:



Интернет-маркетолог



SMM-специалист



Старший специалист по платному трафику



Особенности нашего подхода

Целеполагание и определения задач

Цели маркетинговой кампании



Конкретность
сформулированной
цели, задачи

Измеримый
результат
(цифры, даты, события)

Достижимость цели:
хватает ресурсов и
возможностей


Релевантность или
важность цели для
компании

Время завершения:
ограничение цели во
времени

Цели маркетинга > цели бизнеса

Чтобы стратегия маркетинга соответствовала пути развития бизнеса, мы проводим сессию по целеполаганию и определяем ключевые показатели эффективности для маркетинга.

NAME: Александр Леонтьев | MARKET SIZE: 36% | TYPE: Idealist



Цели

- Иметь в команде
- Быть лидером команды, иметь инициативный вклад

Цитата

Я много работаю и все выполняю очень качественно и быстро. Для меня важно выполнять задачи и ответственность. Больше. Каждый раз стараюсь сделать так, чтобы дать и себе, и компании хороший результат. Всегда много читаю про новые технологии, стараюсь быть в курсе событий и обновлять свои навыки и инструменты, применяю их на работе. Мне нравится обучать, делиться своим опытом и знаниями. Всегда стараюсь быть на связи с коллегами, делиться идеями, помогать им в работе.

Информация о персонаже

Александр работает в сфере продаж. Работает в компании, которая занимается продажей товаров. Он имеет опыт работы в сфере продаж, знает основы маркетинга, умеет работать с клиентами, знает основы продаж. Он имеет опыт работы в сфере продаж, знает основы маркетинга, умеет работать с клиентами, знает основы продаж.

Мотивация

Хотеть развиваться в профессии, получать новые знания, быть лидером в команде, иметь инициативный вклад.

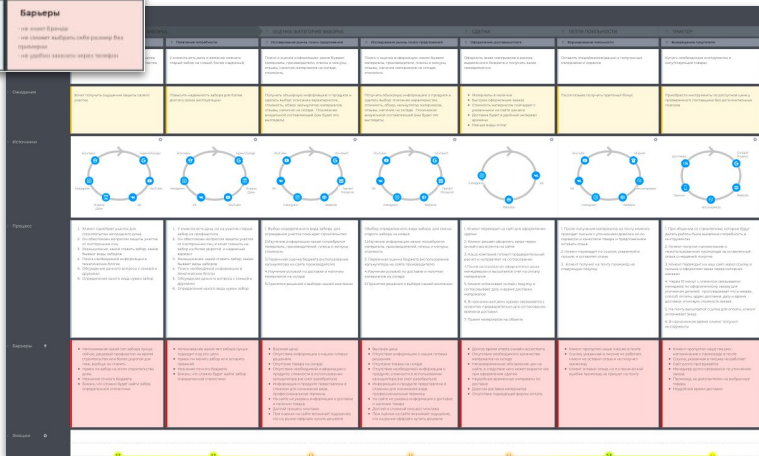
Барьеры

Не хватает времени, не хватает навыков, не хватает опыта, не хватает знаний.

Информация

Место: Москва
 Страна: Россия
 Возраст: 25-30 лет
 Семейное положение: Не женат
 Образование: Высшее

Логика взаимодействия с потребителем



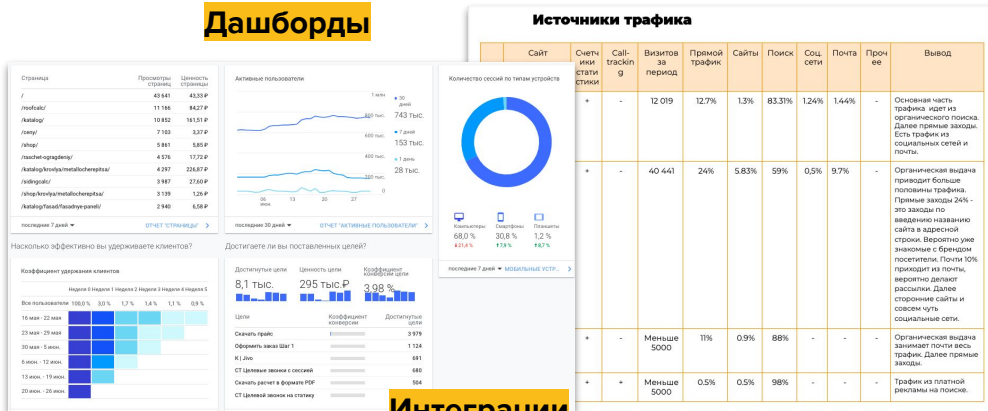
Анализ целевой аудитории и карта пути клиента помогают:

- изучить мотивации потребителя совершить покупку;
- устранить барьеры в бизнесе, на пути к покупке;
- повысить конверсию воронки продаж;
- определить оптимальный маркетинговый план;



Аналитика

Дашборды



Интеграции

| Источники или канал | Число показов | Число кликов | Семансы | Цена за клик | Стоимость | Конверсии | Процент конверсии | CPL | Прочие конверсии | Транзакции |
|------------------------------------|---|--|--|--|--------------------------|---|---|--|--|--|
| | 21 243 881 % от общего количества: 97,12 % (21 874 963) | 595 222 % от общего количества: 99,58 % (597 696) | 652 926 % от общего количества: 23,41 % (2 799 327) | 11,22 P Средний показатель для продвижения: 11,22 P (-0,04 %) | 6 676 615,03 P | 5 964 % от общего количества: 40,18 % (14 843) | 0,91 % % от общего количества: 171,65 % (0,53 %) | 1 119,49 P % от общего количества: (451,87 P) | 12 345 % от общего количества: 33,24 % (32 282) | 239 % от общего количества: 37,64 % (633) |
| 1. google / cpc | 13 753 936 (64,74 %) | 190 222 (31,94 %) | 202 764 (31,03 %) | 8,91 P | 1 695 104,80 P (25,39 %) | 1 574 (26,39 %) | 0,78 % (84,94 %) | 1 076,94 P (96,20 %) | 3 267 (26,46 %) | 97 (40,59 %) |
| 2. yandex / cpc | 7 489 945 (35,26 %) | 305 403 (51,31 %) | 384 951 (58,94 %) | 15,41 P | 4 707 192,63 P (70,56 %) | 4 253 (71,31 %) | 1,10 % (120,64 %) | 1 106,79 P (94,87 %) | 8 644 (70,02 %) | 91 (38,08 %) |
| 3. facebook / cpc | 0 (0,00 %) | 0 (0,00 %) | 63 (0,01 %) | 0,00 P | 0,00 P (0,00 %) | 0 (0,00 %) | 0,00 % (0,00 %) | 0,00 P (0,00 %) | 0 (0,00 %) | 0 (0,00 %) |
| 4. grandine-market/yandex.ru / cpc | 0 (0,00 %) | 99 597 (16,73 %) | 65 148 (9,98 %) | 2,75 P | 274 317,60 P (4,11 %) | 131 (2,20 %) | 0,20 % (22,01 %) | 2 094,03 P (187,05 %) | 428 (34,7 %) | 51 (21,34 %) |
| 5. yandex / google / cpc | 0 (0,00 %) | 0 (0,00 %) | 0 (0,00 %) | 0,00 P | 0,00 P (0,00 %) | 6 (0,10 %) | 0,00 % (0,00 %) | 0,00 P (0,00 %) | 6 (0,05 %) | 0 (0,00 %) |

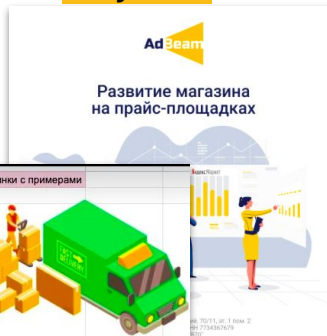
Настройка инструментов аналитики в соответствии с ключевыми показателями эффективности:

Понятные и удобные отчеты для отслеживания результатов маркетинга и бизнес-показателей 24/7.





Производство рекламных материалов

Результат



Согласование

| Основной посыл | УТП | Идея креатива | Картинки с примерами |
|---|---|---|---|
| <p>ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ №1</p> <p>БАНЕРЫ ДЛЯ РСЯ Яндекс.Директ</p> <p>Забьем (посадочная создается, будет выглядеть вот так https://docs.google.com/presentation/d/1vba3k4scaak1xQj8S8jDe2PQ8KtLc3dZgk4mPC9M/preview?slide=id.g1102111_0t_1 slide 2 от 274469878787)</p> <p>Клиент: РСЯ</p> <p>Плейсмент: РСЯ</p> <p>Размер: 450x450 px и 1080x607 px, вес 10 Мб. Основные элементы должны быть в зеленой зоне, чтобы их не закрывал текст https://yadi.sk/U9NF5q9wUvC8H8FA и https://yadi.sk/U9NF5q9wUvC8H8FA</p> <p>Важно! На самом баннере для Мидрайк и РСЯ должно быть следующая информация: наименование (с указанием организационно-правовой формы), юридический адрес и ОГРН</p> | | <p>в числе тех, паюют. веряют. дит набор стижения ода и доверия</p> <p>Машина с заказами от размещения на Маркете. Звезды маркета - как символ доверия покупателей. На грузовичке использовать лого Яндекс. маркета.</p> |  |
| <p>Примечание</p> <p>Копилчество</p> <p>Цель</p> <p>Изображение и идеи для создания креативов</p> <p>Формат файла</p> <p>Вид</p> <p>На картинке должно быть</p> <p>Информация о компании</p> | <p>2 баннера</p> <p>Охватить и привлечь аудиторию</p> | <p>магазин на прайс-площадках. е с нами. иетов для ний. рванная ступ к задачам.</p> <p>Счастливым клиент сидит и ему команда показывает отчеты, что бы он мог принять решения в бизнесе. где нить разместить лого Яндекс. маркета</p> |  |

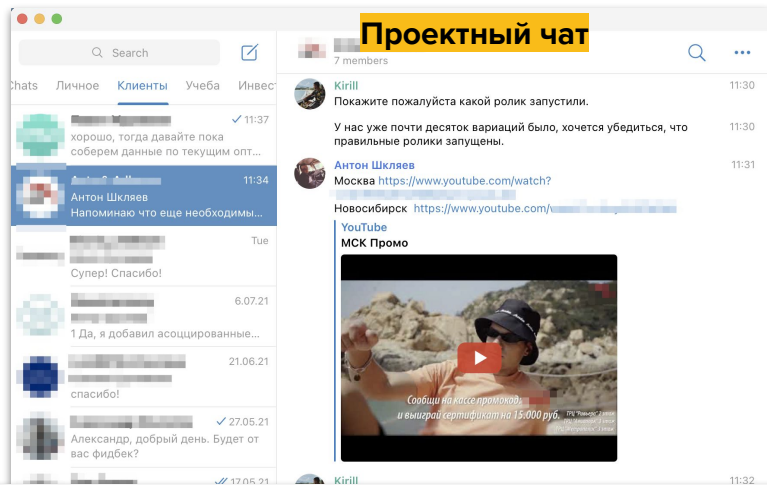
Простой и надежный способ производства рекламных материалов под ключ

Брифинг

вы, тут разместила примеры для наглядности



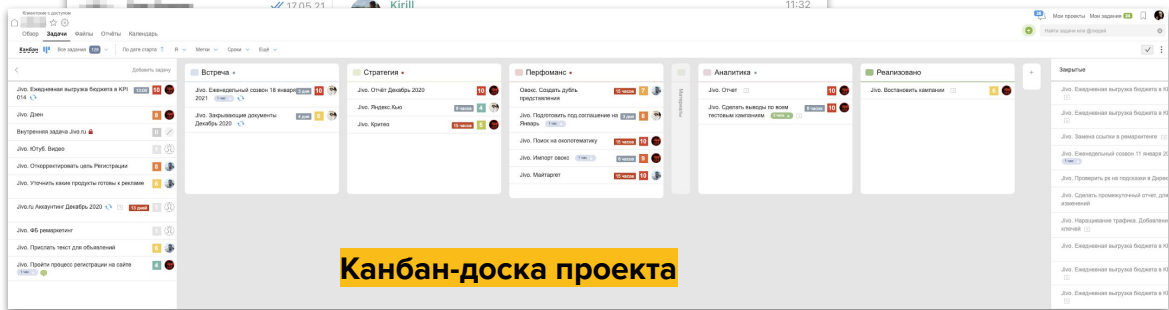
Сервис - доставка услуги



Отслеживать текущие работы и взаимодействовать - легко!

Удобная инфраструктура:

- командный чат
- канбан-доска проекта
- плановые регулярные онлайн-встречи
- электронный документооборот





Команда и компетенции

**Андрей Никитин**

Co-Founder & CEO

**Опыт:**

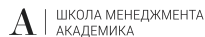
10 лет, 250+ проектов

**Основные компетенции:**

- Performance-маркетинг
- Customer journey map
- Построение воронки продаж
- Клиентский сервис
- Web-аналитика для бизнеса
- Стратегический маркетинг

Образование:

Киевский экономический университет.
Степень магистра по специальности
“Менеджмент организаций”



Курс Ксении Авдей “Менеджмент для
руководителей”



Программа Нидерландского
университета маркетинга “Директор по
Digital маркетинг”



Программа Mini MBA от Google для
руководителей рекламных агентств



Сергей Шимкович

Co-Founder & CTO



Опыт:

8 лет, 150+ проектов



Основные компетенции:

- Бизнес-аналитика
- Веб-аналитика
- Оптимизация процессов
- Комплексный маркетинг
- Стратегия

Цифры и факты:

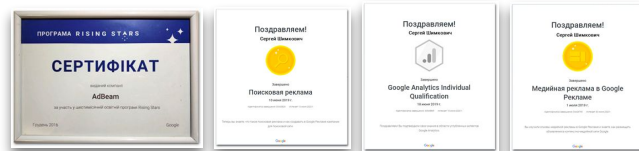
150+

- Запустил более 150 маркетинговых проектов
- Работал более чем с 20 нишами. От производителей бытовой техники и электроники до крупных е-commerce магазинов электроники

Образование:



Киевский межотраслевой институт управления



15+

Более 15 публикаций кейсов и статей в профильных изданиях: Mc.today, CoMagic, Ringostat и пр.



Мария Рыбакова
Менеджер внутренних
проектов



Опыт:
7 лет, +120 проектов



Основные компетенции:

- Клиентский сервис
- Построение процессов и оптимизация
- Продуктовый менеджмент



“С заботой отношусь к каждому проекту и каждой задаче, люблю быть полезной. Курирую проекты любой сложности, несу ответственность за результат, консультирую по всем вопросам, связанным с работой по проекту и его развитию.





Анна Карданова
Интернет-маркетолог



Опыт:
2 года, 20 проектов



- Основные компетенции:**
- Google Analytics
 - Яндекс.Метрика
 - Интернет-маркетинг
 - Бизнес-аналитика
 - Стратегия в цифровом маркетинге



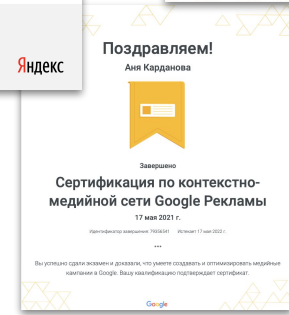
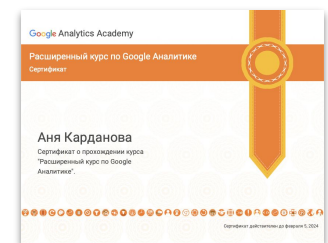
“Составляю карты путешествия клиента, ищу барьеры на пути к сделке и способы их преодоления. Координирую работу проектной команды. Для меня важно качество работы, поэтому люблю глубоко погружаться в бизнес клиента, чтобы предложенный план развития давал ощутимые результаты”



Российский экономический университет. Степень магистра по финансовому менеджменту



Программа Нидерландского университета маркетинга “Digital Marketer”





Дмитрий Баринов
Старший PPC-специалист



Опыт:

6 лет, +100 проектов

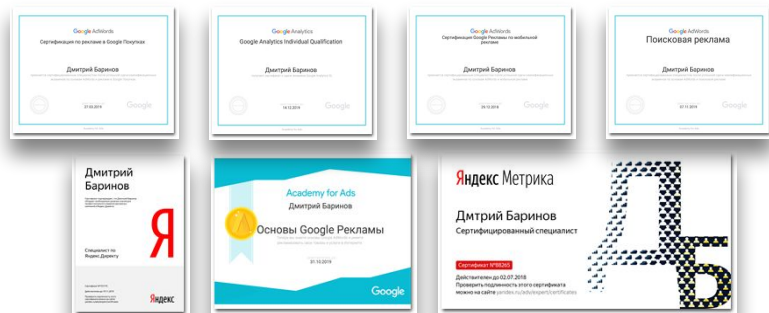


Основные компетенции:

- Google Ads
- Google Analytics
- Яндекс.Директ
- Яндекс.Метрика
- VK
- Facebook Ads
- Различные «надстройки» по типу K50



“ Работа с различными каналами интернет-рекламы. Анализ и оптимизация, работа на KPI. Планирование и развитие клиента на квартал и более. В работе ценю профессионализм и ответственность, планомерный и последовательный подход к решению задач ”





**Людмила
Гроздева**
Интернет-маркетолог



Опыт:
2 года, 20 проектов



Основные компетенции:

- Google Analytics
- Яндекс.Метрика
- Интернет-маркетинг
- Бизнес-аналитика

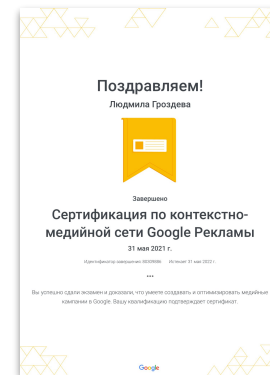
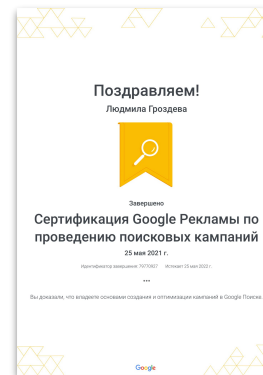
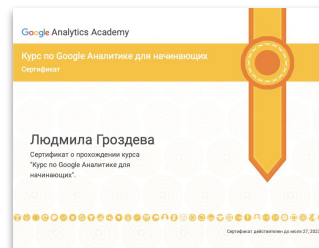


Образование:

Российский Государственный
Социальный университет



Программа Нидерландского
университета маркетинга “Digital
Marketer”





Антон Шкляев
Paid traffic specialist



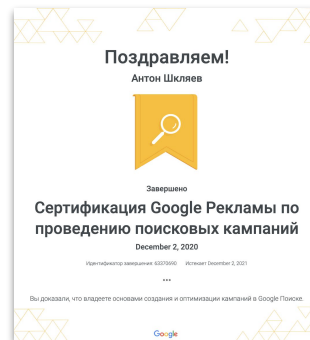
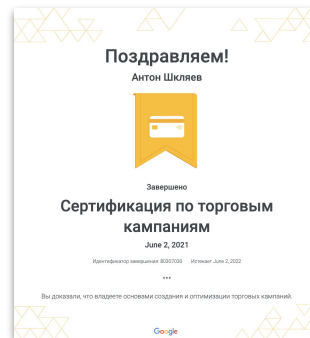
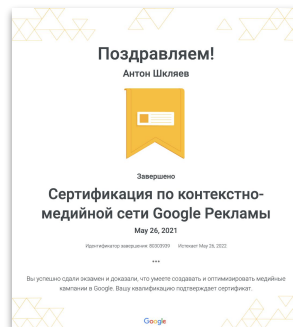
Основные компетенции:

- Google Ads
- Яндекс.Директ
- Google Analytics
- Facebook Ads
- Яндекс.Метрика
- VK Ads
- Instagram ads

Образование:



Киевский национальный
авиационный университет.
Специальность проектировщик и
аналитик компьютерных сетей и
систем





**Александр
Пелиханов**
SEO specialist



Опыт:

7 лет, 160+ проектов



Основные компетенции:

- Поисквое продвижение (SEO)
- SEO-аудит сайтов
- Яндекс.Метрика
- Мониторинг
- SEO стратегия
- Google Analytics

Образование:



Харьковский
политехнический
университет



Дмитрий Козлов

Usability / CRO-
специалист



Опыт:

8 лет, 400+ проектов



Основные компетенции:

- Тестирование и QA
- Веб-Аналитика
- Usability-аудит
- Оптимизация
- Проектирование
- Прототипирование
- Дизайн

Образование:



Минский государственный
университет



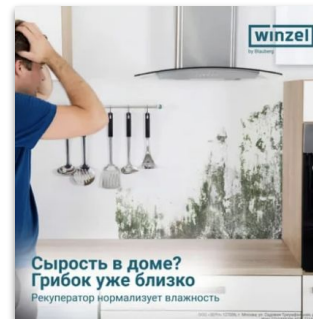
Илья Матвийчук
Дизайнер

**Опыт:**

2 года, 100+ реализованных проектов

**Основные компетенции:**

- Adobe XD
- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Дизайн

**Образование:**

Киевский национальный университет технологий и дизайна

- UX Design Fundamentals by California Institute of the Arts
- Web Design: Strategy and Information Architecture by California Institute of the Arts
- Web Design: Wireframes to Prototypes by California Institute of the Arts



Услуги компании

Digital Marketing Strategy



узнаете как ваши конкуренты ведут себя в интернете и какую долю рынка занимают, а также поймете в каком направлении двигаться, чтобы отстроиться от конкурентов и занять место на рынке



поймете какие сильные и слабые стороны есть у бизнеса, определение точек роста в работе с сегментами ЦА, отдела продаж, CRM, каналов продвижения



кто ваши основные сегменты покупателей, как с ними строить коммуникацию и какой путь они проходят до сделки



как правильно поставить цель и определить стратегию, чтобы она была достижимой



какие каналы нужно остановить, а какие добавить, как улучшить сайт и аккаунты в соц. сетях



получите готовый план по интернет-маркетингу, с указанием бюджетов, ресурсов и выгод

User Experience & Customer journey map

Помогаем увидеть незакрытые потребности клиента, его проблемы при взаимодействии с компанией и усовершенствовать пользовательский опыт

1. Постановка цели
2. Исследование рынка
3. Формирование портрета клиента
4. Исследование опыта
5. Определение барьеров
6. Построение Customer Journey Map



- Выявляем сильные и слабые стороны конкурентов для получения конкурентного преимущества

| | |
|------------------------|----|
| Основные конкуренты | 2 |
| Особенности сайта | 3 |
| Вывод: | 3 |
| Источники трафика | 4 |
| Вывод: | 5 |
| Платный | 5 |
| Бесплатный | 5 |
| Вывод: | 6 |
| Сводная таблица | 6 |
| Соц. сети | 7 |
| Количество подписчиков | 7 |
| Вывод: | 7 |
| | 7 |
| | 7 |
| | 10 |
| | 11 |
| | 12 |
| | 13 |



| Трафик | Бюджет в день |
|--------|---------------|
| 13758 | 50 000 |
| 166 | 26 |
| 1308 | 389 |
| - | - |
| 12103 | 81000 |

| | | | | | | | |
|---|----------------------------|-----|-----|--------------------------|----------------------|-------|-------|
| 4 | Park3d | - | - | - | - | - | - |
| 5 | Grand Line | 70% | 30% | 4924 Yandex Google | 4031 | 12103 | 81000 |

Анализируем положение продуктов в компании и на рынке

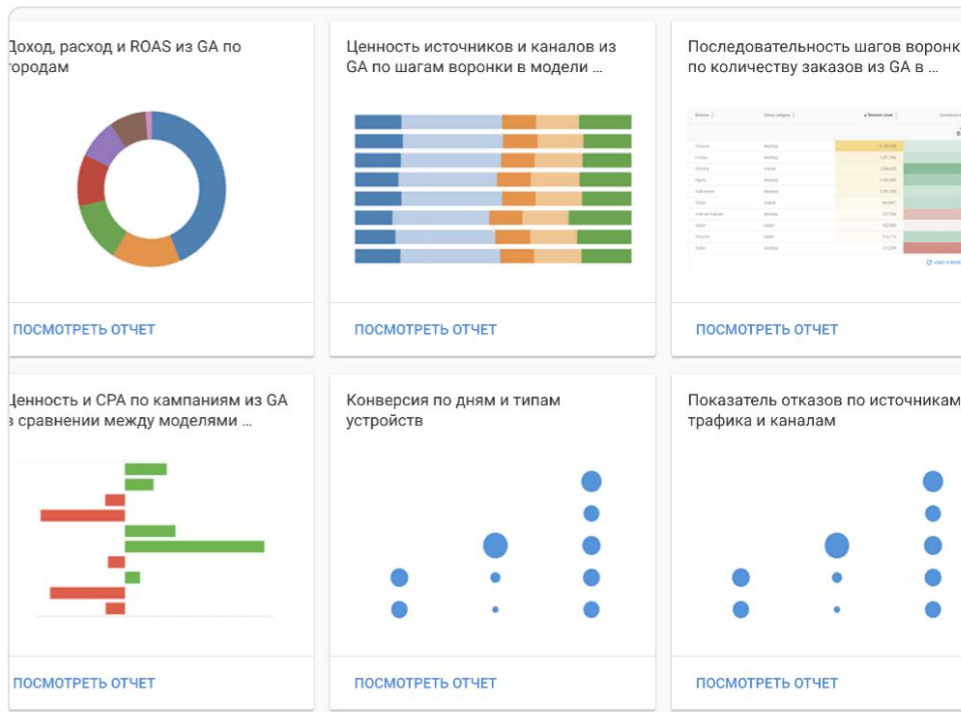
- поймите в какие направления лучше вкладывать бизнесу деньги/инвестировать.
- проста и доступна для понимания
- легко разработать стратегию для бизнес-единиц и инвестиционную политику

| | | Наименование | Объем продаж | Наименование | Объем продаж | выводы: | |
|-------------|----------------------|--------------------------|--------------|--------------------|--|---|---|
| Темп роста | Высокий (больше 10%) | ЗНАКИ ВОПРОСА | | ЗВЕЗДЫ | | ЗНАКИ ВОПРОСА | |
| | | Cleaning | 6 208 156 | Antifog | 4 706 234 | №4 Высокая доля группы в портфеле. Необходимо существующие бренды развивать по схеме: создание конкурентных преимуществ (анализ конкурентов, создание персонализированных УТП и креативов) - повышение качества продаж (разные способы доставки и оплаты, высокий уровень компетенции консультантов) - вкладывание инвестиций в улучшение продукта (качество, упаковка, дизайн) и платная реклама - повышение знаний о продукте (создание тематического контента, публикация в блогах и соцсетях) Имеют потенциал и росту за счет увеличения доли рынка и в дальнейшем переход в категорию "Звезды". | №2 Компании не хватает звезд. Необходимо рассмотреть возможность развития брендов из категории "Знаки вопроса" в звезды (укрепить конкурентные преимущества, развить знание товара). В случае невозможности развития существующих "Знаков вопроса" в звезды - рассмотреть создание новых товарных категорий или брендов, способных занять это место. Основная стратегия: удержание рыночной доли, в перспективе увеличение доли и переход в категорию "Дойные коровы". |
| | | Water-repellents | 4 774 847 | | | | |
| | Deodorants | 1 375 144 | | | | | |
| | ИТОГО | 12 358 147 | ИТОГО | 4 706 234 | | | |
| | Низкий (меньше 10%) | СОБАКИ | | ДОЙНЫЕ КОРОВЫ | | СОБАКИ | |
| Accessories | | 36 346 | Sets | 1 924 263 | №1 Первым шагом компания должна решить судьбу категории Аксессуары. Емкость рынка достаточно велика - поэтому можно попробовать сделать из товара "дойную корову" - тогда необходимы программы по репозиционированию или улучшению товара | №3 Данные категории товаров в портфеле приносят больше денег, чем необходимо для поддержания доли рынка. Цель: сохранить позицию. | |
| | | | Professional | 657 203 | | | |
| ИТОГО | 36 346 | ИТОГО | 2 581 465 | | | | |
| | | Низкая (меньше 1) | | Высокая (больше 1) | | Баланс портфеля: удовлетворительный. Необходимо осваивать новые перспективные направления и укреплять положение категорий товаров "Знаки вопроса", так как они приносят значительный объем продаж. Необходимо вложить средства в их продвижение, чтобы в дальнейшем засчет увеличения рыночной доли данные категории перешли в раздел "Звезды". | |
| | | Относительная доля рынка | | | | | |

Web-analytics

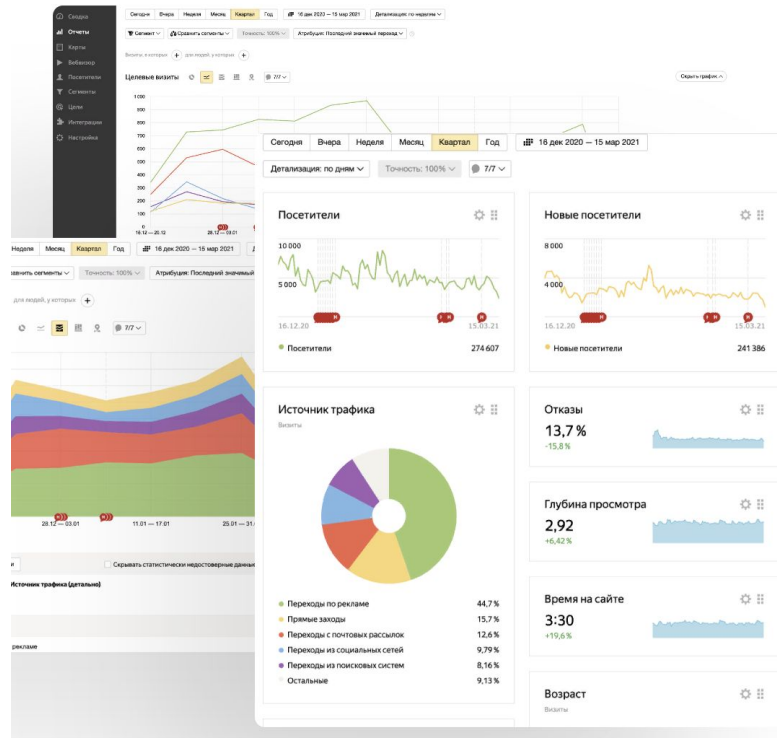
Помогаем выявить неэффективные каналы и направить бюджет на то, что приносит деньги

- Формируем бизнес-цели и задачи и переводим их на язык показателей
- Подбираем отчёты для контроля этих показателей
- Составляем план работ по настройкам счетчиков, интеграций с CBM, колтрекингом и другими сервисами, а также по регулярной выгрузке отчетов



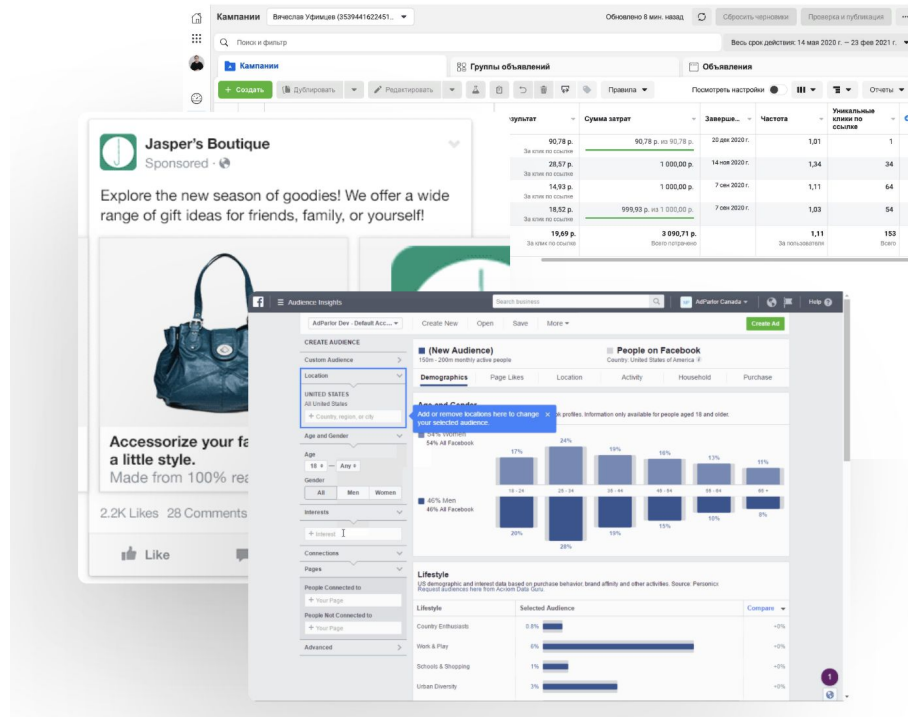
**Специализируемся на настройке
контекстной рекламы уже более 8 лет**

1. Строим предварительный медиаплан
2. Следим за тем, что бы запущенная реклама соответствовала медиаплану
3. Оптимизируем рекламу с момента запуска



Умеем настраивать рекламу, которая приносит прибыль, узнаваемость или влияние на целевую аудиторию

1. Аудит текущего размещения
2. Разработка стратегии размещения в соц.сетях, плана работ.
3. Разработка медиаплана с прогнозом результатов
4. Настройка аналитики и отчетов
5. Настройка и запуск рекламных кампаний
6. Контроль и оптимизация

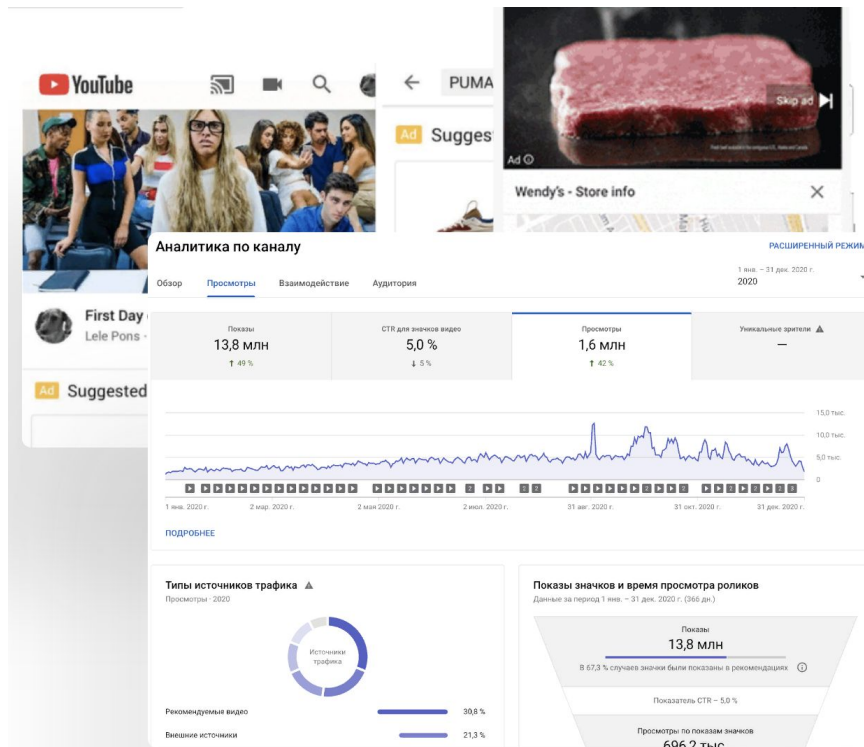




Youtube

Запустим эффективную рекламу на YouTube

1. Визуальная оптимизация канала в YouTube
2. Техническая оптимизация канала в YouTube
3. Оптимизация видеороликов
4. Настройка и запуск рекламных кампаний
5. Анализ результатов

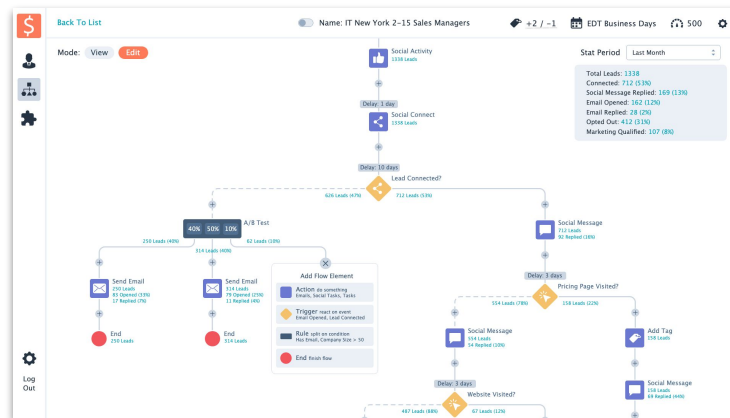
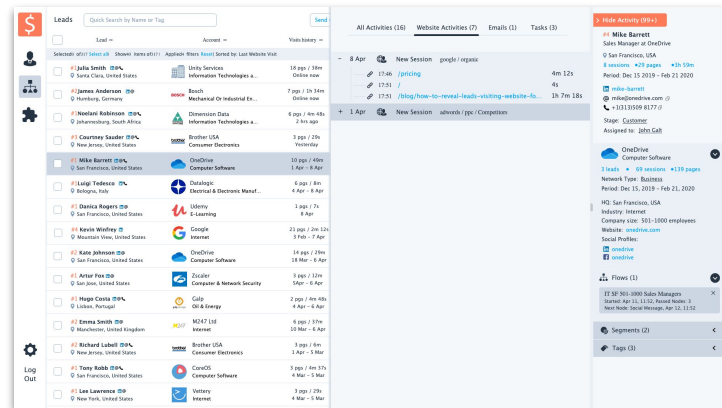




B2B лидогенерация на LinkedIn (Direct Marketing)

Автоматизация продаж в LinkedIn

1. Поиск и фильтрация лиц принимающих решения из заданных отраслей
2. Формирование базы данных с потенциальными клиентами
3. Настройка автоматического скрипта прогрева ЦА
4. Вовлечение в воронку продаж через прямое обращение
5. Подключение к Email-маркетингу





UX Audit

UX-аудит показывает ошибки в интерфейсе сайта на различных устройствах и в воронке продаж, элементы, которые отвлекают или препятствуют совершению конверсии на сайте. Это идеальный вариант, если вам необходимо увеличить текущие показатели, но вы не готовы к глобальным изменениям на сайте.

- увеличить коэффициент конверсии;
- уменьшить показатель отказов;
- повысить эффективность маркетинговых каналов;
- сделать дизайн более живым и современным;
- устранить критические ошибки;
- увеличить глубину прокрутки страниц;
- увеличить среднюю продолжительность сеанса.



Conversion rate optimization

- 1. Google Analytics Health Check.** Просмотр корректности настроек аналитической системы. Получения и точность данных;
- 2. Обзор аудитории сайта.** Определение и обзор основных аудиторий, их поведения на сайте;
- 3. Кросс-браузерный просмотр сайта.** Анализ основных устройств, браузеров, разрешений экрана; исследование проводится для определения того, сталкивается ли какая-либо из категорий пользователей с проблемами при взаимодействии с сайтом (время проведенное на сайте, падение конверсии и т.д.);
- 4. Анализ скорости сайта и основных страниц на которых совершается конверсия.** Сводная информация о скорости загрузки сайта и конкретных страниц и как она влияет на конверсию; какие страницы лучше или хуже конвертируются;
- 5. Анализ воронки продаж.** На каких этапах "отпадает" большинство посетителей и исследование соответствующих отчетов;
- 6. Анализ и обзор эффективности маркетинговых каналов.** Исследование маркетинговой активности, какие инструменты приносят наилучшие результаты. Рекомендации по дальнейшей настройке и оптимизации;
- 7. Анализ тепловых карт, карт скроллов клик.** Какие области являются наиболее и наименее активными на страницах;
- 8. Анализ поведения пользователей на сайте** (на основе записанных видеосессий в Yandex Webvisor, HotJar);
- 9. Эвристический анализ сайта** - подготовка отчета на основе личного опыта взаимодействия с сайтом. Какие трудности возникли при взаимодействии, что можно улучшить, как это делают конкуренты;
- 10. A/B Testing** - проведение тестирования нового и старого варианта страницы/формы путем сбора статистики разделив аудиторию на потоки. Позволяет определить наиболее эффективный вариант страницы/формы и внедрить изменение

“Спасибо за
внимание!”



 +7 (495) 003-15-49

 team@adbeam.agency