

Эффективный возврат инвестиций в корпоративный сайт

Мария Фролова, Максим Мамыкин

Функции сайта

1. Рекламная
2. PR-функция
3. HR-функция
4. Информационная
5. Партнерская
6. Коммуникативная
7. Развлекательная

Методы оценки эффективности работы сайта

- Оценка по экономическим показателям
- Оценка по показателю конверсии

Пример расчета конверсии

(www.kv48.ru)

Уникальных посетителей за последние 6 месяцев: 5542

Действия, имеющие отношение к конверсии:

1. Заявка на покупку товара = $a_1 = 62$
2. Форма отзыва = $a_2 = 7$
3. Форма резюме = $a_3 = 10$
4. Форма обратной связи = $a_4 = 14$

первичная конверсия

$$CR_1 = \frac{(a_1 + a_2 + a_3) \times 100\%}{\text{посещаемость}} = 1,67\%$$

Ошибки, влияющие на возврат инвестиций

- Отсутствие обоснования выхода в интернет-пространство
- Несоответствие концепции сайта общей маркетинговой концепции предприятия
- Отсутствие исследования целевой аудитории в сети
- Неверное позиционирование (сайт обращен не к той аудитории)
- Снижение важности подготовки контента для сайта
- Сайт не используется сотрудниками компании
- Сайт не поддерживается и не развивается
- Не проводится анализ эффективности работы сайта

Пути предупреждения ошибок

1. Детальная проработка концепции сайта.
2. Следование единой концепции на всех этапах создания сайта (контент, дизайн, техническая реализация, наполнение и поддержка сайта).
3. Тщательный подход к выбору разработчика сайта.
4. Сайт — неотъемлемая часть маркетинговой стратегии компании.