CPANETWORK RUSSIA
Lead Generation Platform

RIW//10
RUSSIAN INTERNET WEEK

ЛИДЫ В РОССИИ

Павел Хорьков,
Директор по маркетингу CPA Network Russia
2010.

Leads (Лиды)

Контакты потенциального клиента, который проявил интерес к продукту.
«Наводки».

Lead Generation (Лидогенерация)

Процесс генерации лидов

-Вручную
-С помощью платформ

Собираемая информация

Email и/или Телефон
ФИО (или Имя)
Место работы
Должность
Возраст
Пол
Специфические поля

При работе с крутилка+трэкер
Геотаргетинг
IP
Cookes
Учет каждого показа и поведения каждого посетителя

Место лидов в моделях оплаты интернет рекламы

1. CPM (Mille)
2. CPC (Click)
3. **CPA (Action)**
4. **CPL (Lead)**
5. **CPO (Order)**
6. CPS (Sale)

CPL частный случай CPA. Между кликами и продажами

Причина развития в России

1. **Конкуренция**
2. Желание получать бизнес отдачу от вложенных в продвижение средств
3. Повышение требований к эффективности рекламы
4. Возможность сбора данных о своих потребителях и простые инструменты для работы на лояльность

На основе лидовой кампании можно планировать продажи.

Лиды VS клики и показы

Плюсы лидов

- Ближе к продажам, к бизнес результату
- Нет особых требований к источникам трафика
- Остаются у вас для дальнейшей работы

Минусы лидов

- Трудность в планировании цены и объемов на первом этапе
- Конверсия сильно зависит от Landing Page

Назначение лидов

1. **Продажи**
2. Формирование лояльной базы потенциальных клиентов для последующих продаж
3. Проведение таргетированных кампаний на основе собранных данных

Цены на лиды

1. 100-1000 руб
2. Крайние случаи

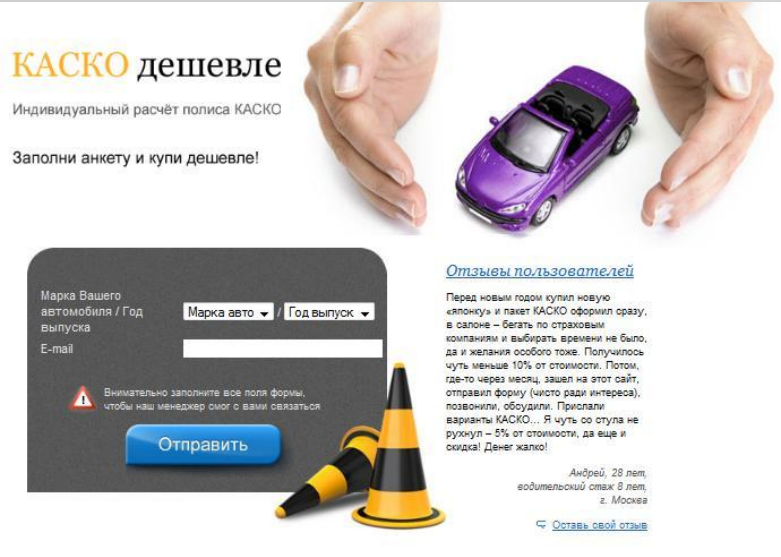
- 1-2$ подписчик на (email) рассылку
- 600$ - заявка на тест драйв оч дорогого авто

Типичные покупатели лидов

1. Высокая стоимость качественного контакта
2. Длинный цикл продажи (Программа MBA)
3. Двухходовые продажи (Лид на семинар по инвестированию)
4. Сложные продукты (например в B2B)
5. B2C и массовые B2B

Массовый продукт

Заявка на расчет КАСКО

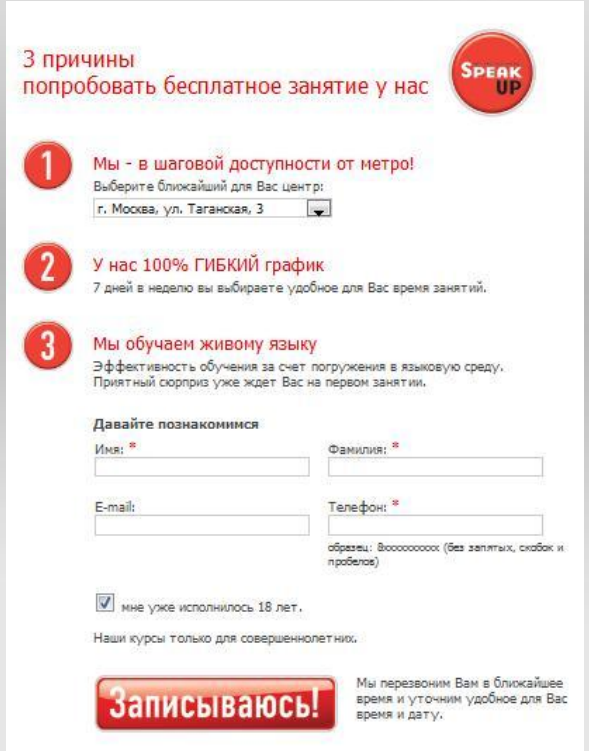


Длинная продажа

Заявка на Демо для MBA программы

Курсы английского

Запись на бесплатный урок



Типичные покупатели

1. Страхование (КАСКО, ОСАГО)
2. Банки (автокредит, потребительский, кредитная карта, ипотека, вклады).
3. Коллективные покупки
4. Услуги (медицина, юристы, образование, туристы)
5. Вклады, депозиты
6. Авто (тест драйв)
7. Софт

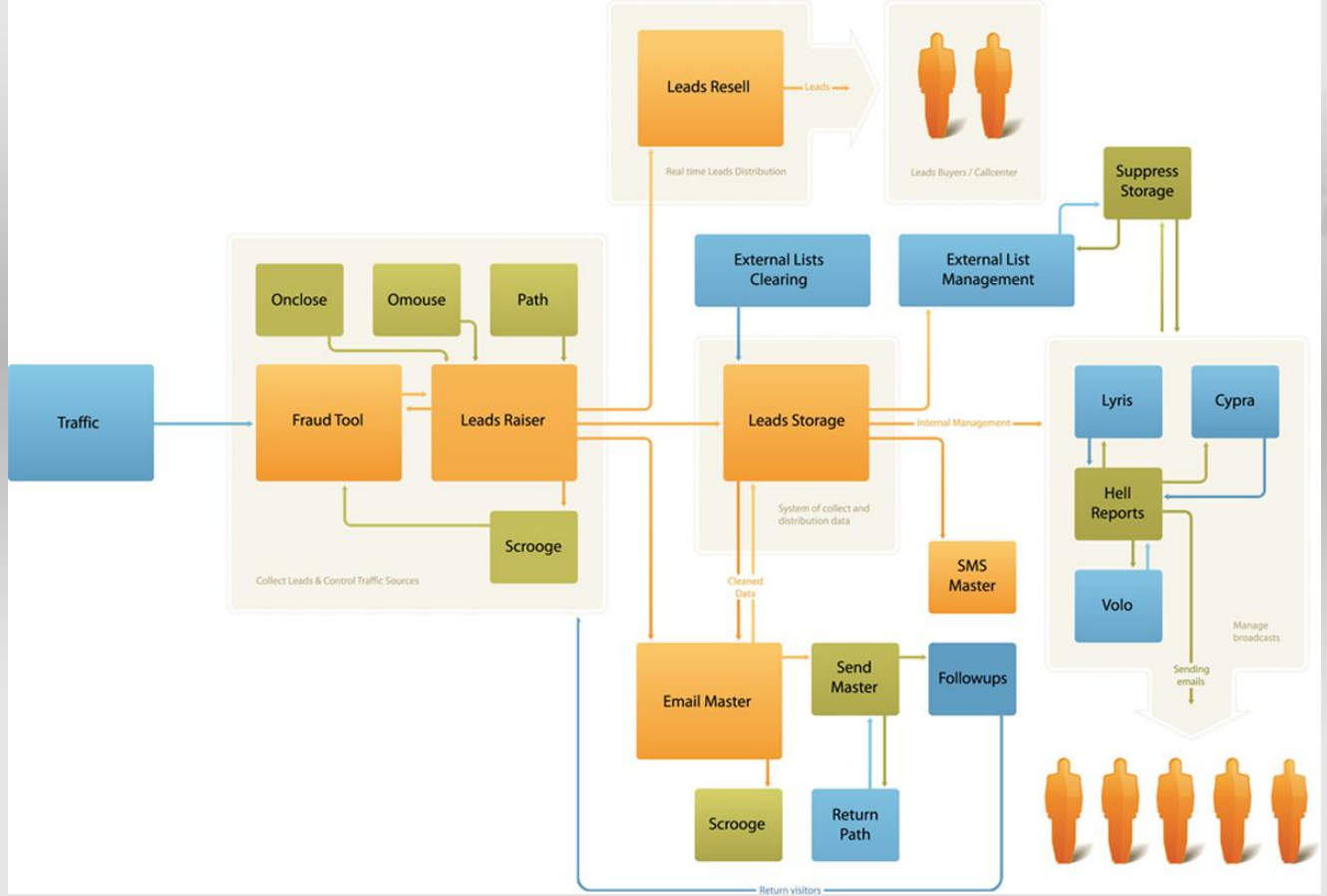
Affiliate Marketing

Объем мирового рынка около 7 млрд $ в год

* По данным Marketing Sherpa

- Ежемесячные обзоры в по стоимости лидов на специализированных и профессиональных интернет СМИ

CPANETWORK RUSSIA
Lead Generation Platform



Из чего состоит рынок

1. ПП (партнерские программы) интернет магазинов
2. Сети для интернет магазинов
3. Сети с оплатой за действие
4. Поставщики лидов из контекста, медийной рекламы, соцсетей
5. ПП сервисов с оплатой за продажу, в т.ч. SMS

НЕТ ПЛАТФОРМ, как мире

Схема лидогенерации

1. Создание предложения и Landing Page
2. Определение мат. модели продаж, стоимости и количества лидов
3. Проведение теста. Корректировки.
4. Наращивание потока, выход на плановые показатели.

Форма на сайте партнере

Плюсы

1. Высокая конверсия
2. Большое количество
3. Быстрый старт

Минусы

1. Подходит для ограниченного количества продуктов
2. Короткий лид (от 1 до 4 полей)

Landing Page

Плюсы

1. Любой лид
2. Высокая конверсия, т.к. внимание сфокусировано.
3. Быстрое решение для Lead Generation при плохом сайте

Минусы

1. Проигрывает, когда для принятия решения нужны доп. факторы
2. Не работает на продажу с длинным циклом, если ожидаем реакции сразу, а если не ожидаем, то посетитель переходит на основной сайт.
3. Требует дополнительного времени и расходов для запуска

Сайт рекламодателя

Плюсы

1. Высокая конверсия, т.к. есть доверие (если хороший сайт)
2. Подходит для сложных продуктов и продуктов с длинным циклом
3. Быстрый запуск

Минусы

1. Порой сайт рекламодателя не заточен под продажи и Lead Generation
2. Отскок трафика на другие продукты и в звонки
3. Наличие телефона

Трудности в России

1. Компании пока не очень понимают как работать с лидами (продажи по телефону, продажи через email рассылки). Надо учить.
2. Не могут заинтересовать своим продуктом.
3. Фрод (поддельные лиды)

Прогнозы

1. Смена стереотипа реклама=расходы на реклама=генератор клиентов.
2. Увеличение лидовых кампаний
3. Увеличение ассортимента продуктов и услуг, продающихся через лиды.
4. Увеличение стоимости 1 лида
5. Приход площадок к размещению CPL офферов – доп монетизация
6. Появление нескольких западных платформ
7. Специализация

CPANETWORK RUSSIA
Lead Generation Platform

RIW//10
RUSSIAN INTERNET WEEK

СПАСИБО!

Павел Хорьков www.cpanetwork.ru
ph@cpanetwork.ru +7 495 785-37-53