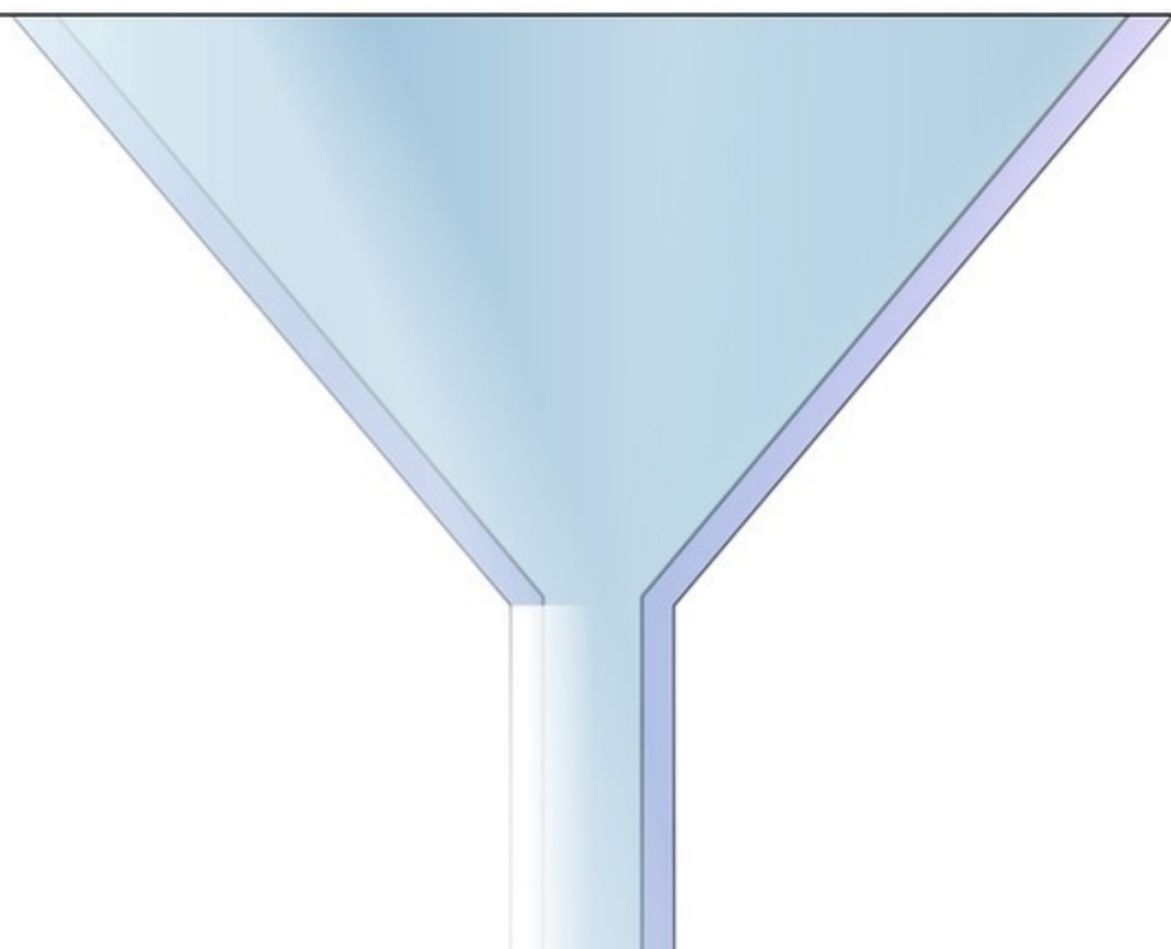


Алексей Номейн

*Увеличение
конверсии
и воронка
продаж*



Алексей Номейн

**Увеличение конверсии
и воронка продаж**

«Издательские решения»

Номейн А.

Увеличение конверсии и воронка продаж / А. Номейн —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-851546-0

Если вам интересно продавать больше, если вам не нужны ошибки,
если вы не хотите терять клиентов и деньги — это издание для вас!

ISBN 978-5-44-851546-0

© Номейн А.
© Издательские решения

Содержание

Начало	6
Как считается конверсия	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Увеличение конверсии и воронка продаж

Алексей Номейн

© Алексей Номейн, 2017

ISBN 978-5-4485-1546-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Начало

Работа над увеличением продаж вашего сайта начинается с понимания двух базовых понятий: воронка продаж и конверсия.

Конверсия – это основной показатель эффективности вашего сайта. Коэффициент конверсии показывает, какой процент посетителей сайта становится вашими реальными клиентами или выполняют любое другое нужное вам действие: скачивают, регистрируются, смотрят определенную страницу и так далее.

Воронка продаж отражает сколько людей уходит на каждом этапе, не совершив желаемого действия: сколько человек зашло на сайт, сколько дошло до корзины, сколько заполнило форму, сколько реально оплатило.

На каждом этапе людей становится все меньше и меньше – это и есть воронка продаж сайта.

Знать, мерить и следить за этими параметрами очень важно. Это ключевые параметры эффективности вашего сайта.

Ваша задача довести коэффициент конверсии до возможного максимума, используя материалы данного издания.

Как считается конверсия

Итак, сейчас давайте научимся считать конверсию. Предположим, что у вас или у кого-то другого есть обычный сайт-каталог, который торгует дизайнерскими майками. Сайту год и он набрал свою ежедневную аудиторию. Каждый день на него заходит 500 посетителей. Из них выбирают себе майку и добавляют ее в корзину 10 человек. Реально оплачивают заказ только 3 человека. Все остальные просто смотрят и уходят.

Цифры 500\10\3 и есть воронка продаж.

При таком раскладе конверсия магазина всего 0.8%, меньше одного процента, типичная ситуация для рунета. $(3:500=N \times 100 = \text{Конверсия})$. Разумеется такая конверсия вас не устраивает и вы хотите продавать больше. Первое, что приходит в голову – выделить бюджет и направить на сайт как можно больше людей. Сделав сайт, вы начинаете тратить деньги на SEO и контекстную рекламу. Вы отправляете кучу трафика и, разумеется, получаете больше заказов. Конечно теория больших денег, извиняюсь, чисел – работает. Но есть другой вариант – более правильный, более эффективный. Мы методично увеличиваем конверсию сайта, что при той же посещаемости, а самое главное, при том же бюджете, приводит к увеличению продаж. Вернемся к нашему примеру и представим, что конверсия нашего магазина с майками составляет 2 процента. Это значило бы, что в день мы продавали бы 10 маек, вместо 1—3 штук. Теперь сопоставьте эту ситуацию со своим сайтом и посчитайте недополученную прибыль и выброшенные деньги на рекламу.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.