

Как мы увеличили количество поискового трафика для интернет-магазина KISSET.BY

ОГЛАВЛЕНИЕ

3 | [Информация о проекте](#)

4 | [Задачи](#)

5-6 | [Решение](#)

7-9 | [Примеры](#)

10 | [Оптимизация рекламных кампаний](#)

11-15 | [Результаты работы](#)

16 | [Почему мы](#)

17 | [Контакты](#)



ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)



Бизнес клиента: интернет-магазин аксессуаров для телефонов, планшетов и ноутбуков Kiset.by



Период: 1 июня 2018 – 30 декабря 2018



Особенности: расчасовка ~ 30 часов в месяц (клиент работает с нами с оплатой за часы работ специалиста)



ЦЕЛИ, ПОСТАВЛЕННЫЕ ПЕРЕД НАМИ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)

1

Рост трафика на сайт

2

Рост количества заказов через корзину сайта



ПРОБЛЕМЫ САЙТА, С КОТОРЫМИ ПРИШЕЛ КЛИЕНТ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)

- Низкий** % конверсии
- Отсутствие** страниц под большое количество запросов
- Неудобная** карточка товара
- Проблемы** с глобальными доработками сайта из-за CMS сайта



ЧТО СДЕЛАНО ДЛЯ РЕШЕНИЯ БИЗНЕС-ЗАДАЧИ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)

Комплексный аудит сайта

В ходе его проведения были выявлены основные **проблемы сайта** и его ошибки:

- логические
- технические
- маркетинговые



Сделаны конкретные **предложения по внесению изменений** в существующую версию сайта



Исправлением ошибок мы не занимались, т.к. у проекта есть собственный программист, который является ответственным за выполнение ТЗ



ЧТО СДЕЛАНО ДЛЯ РЕШЕНИЯ БИЗНЕС-ЗАДАЧИ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)

Ошибки, которые были выявлены после комплексного аудита сайта:

- ▶ **неполная структура сайта**, которая не позволяла приводить на сайт целевой трафик по большому числу запросов
- ▶ проблемы с оптимизацией title, h1 и description
- ▶ проблемы со скоростью загрузки сайта
- ▶ наличие в индексе страниц-дубликатов
- ▶ отсутствие либо неполнота контента на карточках товаров
- ▶ отсутствие качественной ссылочной массы
- ▶ отсутствие компании в Яндекс Картах



ЧТО СДЕЛАНО ДЛЯ РЕШЕНИЯ БИЗНЕС-ЗАДАЧИ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)

- 1 Проведен **аудит юзабилити**, собрано мнение пользователей относительно сайта и подготовлены рекомендации по доработкам страниц сайта.
- 2 Собрано **широкое семантическое ядро**
- 3 Подготовлено ТЗ для **расширения структуры сайта**
- 4 Подготовлены **новые шаблоны** заголовков для страниц
- 5 Подготовлено ТЗ на **устранение технических проблем**
- 6 Проводятся работы со **ссылочной массой сайта**
- 7 Проводятся работы с **коммерческими факторами** страницы, а также с **контентом** страниц



РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)



Трафик из органики: 8 870 визитов на начало работ, 28030 визитов в декабре (максимальный трафик в сезон новогодних праздников).

График изменения трафика в период работ над сайтом в 2018 году (01.06.2018 – 27.12.2018)



РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

[Информация о проекте](#)

[Что было сделано](#)

[Результаты работы](#)

[Почему мы](#)

[Контакты](#)

✓ Поисковая система, Поисковая система (детально), Поисковая фраза	🕒 Визиты ▾		🕒 Посетители			
	%	📊	%	📊		
Итого и средние	12 734	+9.19x	117 089	11 079	+8.49x	94 080
+ ✓ Google	9 342	+8.47x	79 119	8 255	+7.80x	64 366
+ ✓ Яндекс	3 153	+11.48x	36 193	2 632	+10.86x	28 596
+ ✓ Tut.by	158	+7.51x	1 186	139	+6.23x	866
+ ✓ Mail.ru	52	+6.94x	361	50	+6.62x	331

Контекстная реклама в Яндекс Директе и Google Рекламе является основным источником трафика на сайт, а также источником новых пользователей



РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

[Информация о проекте](#)[Что было сделано](#)[Результаты работы](#)[Почему мы](#)[Контакты](#)

Статистика по кампаниям в Яндексе (1 и 2) и Google (3 и 4):

Кампания ?	Источники трафика			Действия			Конверсии <input type="text" value="Все цели"/>	
	Пользователи ? ↓	Новые пользователи ?	Сеансы ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Коэффициент конверсии цели ?	Достигнутые цели ?
	973 % от общего количества: 68,67 % (1 417)	970 % от общего количества: 68,84 % (1 409)	1 128 % от общего количества: 67,02 % (1 683)	57,00 % Средний показатель для представления: 45,22 % (26,07 %)	2,20 Средний показатель для представления: 2,86 (-22,95 %)	00:01:15 Средний показатель для представления: 00:01:45 (-27,98 %)	12,41 % Средний показатель для представления: 20,08 % (-38,20 %)	140 % от общего количества: 41,42 % (338)
1. 39929391_rsja_sushi_i_rolly	334 (34,08 %)	328 (33,81 %)	406 (35,99 %)	62,32 %	2,08	00:01:01	6,65 %	27 (19,29 %)
2. 39927399_sushi_i_rolly	269 (27,45 %)	268 (27,63 %)	307 (27,22 %)	47,88 %	2,39	00:01:37	17,59 %	54 (38,57 %)
3. Суши и роллы (общая)	265 (27,04 %)	263 (27,11 %)	293 (25,98 %)	55,63 %	2,15	00:01:19	17,41 %	51 (36,43 %)
4. КМС_Суши и роллы	111 (11,33 %)	111 (11,44 %)	119 (10,55 %)	66,39 %	2,18	00:00:57	5,88 %	7 (5,00 %)



Лучшими показателями вовлеченности среди всех рекламных кампаний и наибольший коэффициент конверсий у поисковой кампании «Суши и роллы» в Яндексе (2-ая строчка). Наибольшее количество пользователей перешло на сайт благодаря рекламной кампании в РСЯ (1-ая).

Поэтому в дальнейшем для повышения эффективности рекламных кампаний можно использовать таргетинг по аудиторным интересам в Яндексе.



РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

[Информация о проекте](#)[Что было сделано](#)[Результаты работы](#)[Почему мы](#)[Контакты](#)

Статистика по новым и вернувшимся пользователям:

Тип пользователя ?	Источники трафика			Действия			Конверсии Цель 4: Оформление заказа ▾	
	Пользователи ? ↓	Новые пользователи ?	Сеансы ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Оформление заказа (Коэффициент конверсии для цели 4) ?	Оформление заказа (Достигнутые переходы к цели 4) ?
	1 506 % от общего количества: 100,00 % (1 506)	1 498 % от общего количества: 100,00 % (1 498)	1 785 % от общего количества: 100,00 % (1 785)	45,27 % Средний показатель для представления: 45,27 % (0,00 %)	2,85 Средний показатель для представления: 2,85 (0,00 %)	00:01:42 Средний показатель для представления: 00:01:42 (0,00 %)	2,63 % Средний показатель для представления: 2,63 % (0,00 %)	47 % от общего количества: 100,00 % (47)
1. New Visitor	1 498 (87,81 %)	1 498 (100,00 %)	1 498 (83,92 %)	42,66 %	2,96	00:01:46	1,87 %	28 (59,57 %)
2. Returning Visitor	208 (12,19 %)	0 (0,00 %)	287 (16,08 %)	58,89 %	2,27	00:01:22	6,62 %	19 (40,43 %)



Коэффициент конверсий по вернувшимся пользователям выше в 3,5 раза в сравнении с новыми. Поэтому в дальнейшем для повышения эффективности рекламных кампаний рекомендовано подключение инструмента — Ремаркетинг и Ретаргетинг, которые позволяют возвращать пользователей посетивших сайт, но не совершивших конверсий (в данном случае оформление заказа). А также показывать рекламу по бизнес-центрам в радиусе доставки.



РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

[Информация о проекте](#)[Что было сделано](#)[Результаты работы](#)[Почему мы](#)[Контакты](#)

Статистика пользователей в разрезе пола

Пол ?	Источники трафика			Действия			Конверсии Цель 4: Оформление заказа	
	Пользователи ?	Новые пользователи ?	Сеансы ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Оформление заказа (Кoeffициент конверсии для цели 4) ?	Оформление заказа (Достигнутые переходы к цели 4) ?
	811 % от общего количества: 53,85 % (1 506)	806 % от общего количества: 53,81 % (1 498)	968 % от общего количества: 54,23 % (1 785)	48,55 % Средний показатель для представления: 45,27 % (7,26 %)	2,69 Средний показатель для представления: 2,85 (-5,60 %)	00:01:37 Средний показатель для представления: 00:01:42 (-5,56 %)	2,38 % Средний показатель для представления: 2,63 % (-9,76 %)	23 % от общего количества: 48,94 % (47)
1. female	582 (71,76 %)	579 (71,84 %)	698 (72,11 %)	49,14 %	2,63	00:01:33	2,58 %	18 (78,26 %)
2. male	229 (28,24 %)	227 (28,16 %)	270 (27,89 %)	47,04 %	2,84	00:01:46	1,85 %	5 (21,74 %)



Коэффициент конверсий у женщин выше, чем у мужчин на 30%. Из этого следует сделать вывод, что целесообразно применить повышающие корректировки для пользователей женщин и попробовать гендерные таргеты, например, в YouTube.



РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

[Информация о проекте](#)[Что было сделано](#)[Результаты работы](#)[Почему мы](#)[Контакты](#)

Статистика по охвату целевой аудитории

Источник или канал ?	Источники трафика			Действия			Конверсии Цель 4: Оформление заказа ▾	
	Пользователи ?	Новые пользователи ?	Сеансы ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Оформление заказа (Коэффициент конверсии для цели 4) ?	Оформление заказа (Достигнутые переходы к цели 4) ?
	1 417 % от общего количества: 100,00 % (1 417)	1 409 % от общего количества: 100,00 % (1 409)	1 683 % от общего количества: 100,00 % (1 683)	45,22 % Средний показатель для представления: 45,22 % (0,00 %)	2,86 Средний показатель для представления: 2,86 (0,00 %)	00:01:45 Средний показатель для представления: 00:01:45 (0,00 %)	2,67 % Средний показатель для представления: 2,67 % (0,00 %)	45 % от общего количества: 100,00 % (45)
1. yandex / cpc	600 (41,93 %)	596 (42,30 %)	716 (42,54 %)	56,01 %	2,23	00:01:17	1,12 %	8 (17,78 %)
2. google / cpc	376 (26,28 %)	374 (26,54 %)	412 (24,48 %)	58,74 %	2,16	00:01:13	2,18 %	9 (20,00 %)
3. google / organic	181 (12,65 %)	175 (12,42 %)	232 (13,78 %)	21,98 %	4,69	00:02:55	5,60 %	13 (28,89 %)
4. l.instagram.com / referral	104 (7,27 %)	101 (7,17 %)	113 (6,71 %)	11,50 %	3,72	00:01:36	0,88 %	1 (2,22 %)
5. (direct) / (none)	83 (5,80 %)	79 (5,61 %)	106 (6,30 %)	31,13 %	3,57	00:03:02	10,38 %	11 (24,44 %)
6. instagram.com / referral	33 (2,31 %)	33 (2,34 %)	35 (2,08 %)	17,14 %	3,83	00:01:26	0,00 %	0 (0,00 %)
7. yandex.by / referral	20 (1,40 %)	19 (1,35 %)	29 (1,72 %)	27,59 %	4,52	00:04:51	10,34 %	3 (6,67 %)
8. slivki.by / referral	19 (1,33 %)	19 (1,35 %)	25 (1,49 %)	12,00 %	4,88	00:04:28	0,00 %	0 (0,00 %)
9. yandex / organic	7 (0,49 %)	7 (0,50 %)	7 (0,42 %)	0,00 %	4,57	00:02:36	0,00 %	0 (0,00 %)
10. facebook.com / referral	3 (0,21 %)	3 (0,21 %)	3 (0,18 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)



Контекстная реклама в Яндекс Директе и Google Рекламе является основным источником трафика и новых пользователей на сайте. Высокая конверсия (17 заявок в сумме) свидетельствует о том, что контекстная реклама работает стабильно и эффективно. Так мы достигли целей поставленных пред нами – это повышение количества заказов через сайт и повышение узнаваемости бренда.



ПОЧЕМУ НАМ СТОИТ ДОВЕРИТЬ ЗАДАЧУ



22+ года на
рынке

160+ специалистов
в команде

5000+ успешных
проектов



Digital-агентство №1 по версии Международного конкурса «Выбор года» 2013-2018



Webcom Group является сертифицированным агентством Google, Яндекс, myTarget, ВКонтакте, Google Marketing Platform и Bing



В штате работают собственные сертифицированные эксперты Яндекса по обучению (3 из 3 в Беларуси)



Единственная компания в Беларуси со статусом Google Ads Premier SMB Partner и Meta Business Partner

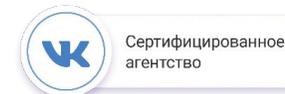


Мы готовим лучших digital-специалистов в собственном образовательном центре – Webcom Academy



30 организованных конференций с общим количеством участников от 100 до 1500


Business Partner





ПОЯВИЛИСЬ ВОПРОСЫ?

**ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ
ВАШУ БИЗНЕС-ЗАДАЧУ!**

+375 (17) 375-34-56

info@webcom-group.by

Следите за новостями



Будем рады видеть Вас в нашем офисе по адресу:
г. Минск, ул. Маяковского, 16А, офис 1

