

От рекомендации к лидогенерации



Реферальный и партнерский маркетинг – эффективные инструменты интернет-маркетинга, которые нередко путают. Реферальный маркетинг помогает наладить работу с действующими и потенциальными клиентами для мотивации их на покупки, а партнерский маркетинг позволяет работать по CPA-модели с оплатой за действия. Пока рекламодатели выбирают между двумя видами сервисов, команда проекта PassAdvice решила соединить инструменты в одну функциональную платформу. Что из этого вышло, рассказал **руководитель проекта Денис Гусев**.

На чем основывался механизм работы PA?

Изначально PassAdvice представлял из себя классический сервис реферального маркетинга, работающий по принципу сарафанного радио. На сайт клиента устанавливался баннер со скриптом, который предлагал посетителям разместить в своих аккаунтах социальных сетей промо-пост и получить за это скидку либо материальный бонус в виде подарка.

Таким образом существенно увеличивалась конверсия трафика и росли продажи. Механизм сервиса вовлекал посетителя в процесс взаимодействия с сайтом и мотивировал на покупку быстрым получением бонуса и возможностью сразу его использовать

Кто являлся целевой аудиторией сервиса?

Сервис разрабатывался для b2c компаний, которые привлекают покупателей с помощью интернет-маркетинга. Отдельным важнейшим сегментом аудитории являлись e-commerce проекты. Стоимость сервиса зависела от количества сделанных постов и охваченной аудитории, поэтому при небольшом охвате клиент платил по минимальной цене. Таким было наше видение перед запуском платформы.

Бета-тестирование показало, что лучшие результаты достигаются у сайтов с трафиком от 1 000 уникальных посетителей в сутки. Разумеется, чем выше была посещаемость, тем больше постов размещалось в социальных сетях, что автоматически увеличивало охват проводимой акции до нескольких сотен тысяч человек.

Как пришли к идее генерации собственного трафика?

На практике сайты с небольшим трафиком, как правило, меньше заинтересованы в его конверсии, а больше – в привлечении новых посетителей. Аргумент стоимости в этом случае неактуален – даже если PassAdvice будет бесплатен для клиента, он не увеличит продажи из-за незначительного охвата аудитории.

Мы провели ряд экспериментов с освещением акции на сайте клиента, видом постов и сопутствующими настройками, но как такового качественного результата при трафике менее 1 000 уникальных посетителей в сутки не получили. Поэтому нужен собственный трафик, который мы и будем направлять на реферальную механику.

После качественного исследования аудитории и анализа рынка мы выявили скрытый спрос на сценарии использования нашего продукта и на основании полученных данных приняли решение реализовать новую модель PassAdvice.

В чем преимущества этой модели?

Принцип оплаты остался прежним – клиент платит за размещенные посты, из которых мы формируем лиды для дальнейшей обработки и аналитики. Однако теперь объем этих лидов можно гарантировать за счет самостоятельной генерации трафика. По сути, мы эволюционировали из сервиса в платформу, от реферального маркетинга к полноценной лидогенерации.

Что было придумано? Как реализовали?

Изначально решением проблемы генерации трафика мы видели трансформацию PassAdvice в полноценную CPA-сеть с одним целевым действием – размещением поста в социальной сети. Обновленная механика должна была выглядеть следующим образом:

1. Рекламодатель запускает акцию на своем сайте, как и в первоначальном варианте сервиса.
2. Наши партнеры-вебмастера привлекают трафик на сайт клиента по своим уникальным ссылкам с целью сконвертировать этот трафик в лиды через размещение постов.
3. Партнер зарабатывает за каждый привлеченный пост, рекламодатель получает поток лидов. Налицо ситуация win-win.

В перспективе мы предполагали дальнейшее развитие CPA-инструментов и целевых действий.

Почему реализовали именно так?

CPA-сети сегодня являются востребованным продуктом в e-commerce, но при этом остаются неким закрытым клубом, для попадания в который нужно соответствовать строгим требованиям, в том числе и по текущим объемам трафика на сайте. Нашей целью было попасть в сегмент желающих, но не соответствующих требованиям CPA-сетей, – там эта потребность вполне сформирована, но не удовлетворена.

Какие проблемы возникали в процессе решения задачи?

После реализации CPA-сети в рамках различных проектов мы столкнулись с одной общей проблемой – не самой лучшей конверсией трафика, привлекаемого партнерами на сайт клиента.

Когда посетитель оказывается на сайте клиента и следует по нему неким маршрутом, PassAdvice помогает ему совершить покупку. Если на сайт направляют посетителей, чтобы получить определенные бонусы, то их взаимодействие с сайтом иное, и совместить его с функциональными возможностями PassAdvice несколько затруднительно. Эта проблема возникала в работе с целевой аудиторией – небольшими e-commerce проектами, для которых разработка отдельных пользовательских путей и лендингов – зачастую непозволительная роскошь.

Как решались эти проблемы?

CPA-сети решают этот вопрос радикально – обязывают рекламодателей оптимизировать сайты и точки входа, создавать тематические лендинги и прочее. Для нас этот путь был недоступен, иначе от проекта отсекалась бы львиная доля целевой аудитории. Мы пошли другим путем: создали специальную платформу-«маркетплейс» с акциями наших рекламодателей. Здесь и происходит взаимодействие покупателей с брендами, сюда партнерами привлекается трафик, который затем конвертируется в лиды и передается рекламодателям. Теперь для использования PassAdvice необязательно иметь собственный сайт – все взаимодействие происходит в рамках упомянутой платформы.

Каталог акций PassAdvice

Как легко получить бонусы в PassAdvice?

PassAdvice - это легкий способ получать самые выгодные условия на покупки в магазинах, посещение кафе и ресторанов, отдых в развлекательных центрах, занятия спортом и многое другое! Для получения выгодных условий нужно просто поделиться информацией со своими друзьями в социальных сетях, и мы выдадим вам бонусный код, который нужно будет предъявить. Передавайте бонусы своим друзьям, покупайте вместе с PassAdvice!

Бесплатная доставка букетов

Скидка за пост!

Размести пост в социальной сети и получи скидку 10% на весь ассортимент Studio Floristic

ПОВЕРКА БЕЗ СНЯТИЯ СЧЕТЧИКА

со скидкой **10%**

Поверка счетчика воды без снятия со скидкой 10%

УСТАНОВКА / ЗАМЕНА СЧЕТЧИКА VALTEC

со скидкой **20%**

Установка или замена счетчика Valtec со скидкой 20%

NOKTAR
E-LIQUID • NEW ZEALAND

Акция 3+2: сделай пост и получи 2 флакона жидкости для электронных сигарет в подарок

СКИДКА 5%

НА АВТОЗАПЧАСТИ И ИХ ЗАМЕНУ

Сделай пост и получи скидку 5% на автозапчасти и их замену

СКИДКА **5%** на наборы

Сделай пост в социальной сети и получи чехол на iPhone 6 за 99 рублей!


СКИДКА 5% на наборы


Сделай пост и получи скидку 5% на косметические наборы для маникюра и педикюра


möTIVI


МОДНАЯ ЖЕНСКАЯ ОДЕЖДА ИЗ ИТАЛИИ

Бесплатная доставка модной одежды в интернет-магазине Motiv









К слову, такой вариант оказался более эффективен не только для наших клиентов, но и для наших партнеров-вебмастеров. Последние получили возможность привлекать трафик не на конкретные акции, а на целые тематические группы акций.

Каталог акций PassAdvice



FINN FLARE
ВАШ УСПЕХ В ЛЮБОЙ РОЛИ

Скидка 15% на новинки мужской и женской коллекций в интернет-магазине Finn Flare

[Получить бонус](#)

[Перейти на сайт FINN FLARE](#)

FINN FLARE — популярная торговая сеть магазинов одежды и аксессуаров в стиле casual для женщин и мужчин. Марка европейского качества, зарегистрированная в 1965 году.

FINN FLARE прошел долгий и интересный путь: от небольшой фабрики в провинциальном финском городе, до международного бренда. Некоторые предполагают, что FINN FLARE русский бренд, выдающий себя за европейский. Это не так! Его история во многом уникальна и тесно связана с Россией. На заре своего существования FINN FLARE производил спортивную одежду, которая оказалась очень популярной на родине марки - Финляндии. Товары были представлены в крупных универмагах сначала в Финляндии, а затем по всей Европе и даже в США.

В середине семидесятых годов бренд появился и в СССР. Помните, легендарные магазины «Березка», в которых иностранные товары продавали за валюту? FINN FLARE был представлен в них и сразу пришелся по вкусу советской элите. В конце девяностых стартовала полноценная дистрибуция в Россию. В то время разнообразие иностранных брендов не было столь значительным, как сейчас, и FINN FLARE стал быстро завоевывать любовь миллионов покупателей. Это позволило, на базе российского представительства создать отдельное дизайн-бюро FINN FLARE. Под пристальным взором дизайнеров из Финляндии, используя весь их многолетний опыт, в российском подразделении стали создавать одежду с учетом специфики нашего климата и потребителей. Расширили модельный ряд, усилили линию верхней одежды. Таким образом, FINN FLARE стал первым европейским брендом, одежда которого была полностью адаптирована для российских покупателей!



Остается ли PassAdvice сервисом реферального маркетинга?

И да, и нет. С одной стороны, в основу нашего продукта по-прежнему заложена идея вознаграждения пользователей за рекомендации бренда своим друзьям в социальных сетях. С другой стороны, теперь мы не просто даем инструмент для рекомендаций, а приводим бизнесу полноценные лиды. Поэтому сейчас я бы назвал PassAdvice платформой для лидогенерации.

Немного цифр. По нашей статистике, 20-25% полученных лидов становятся покупателями без каких-либо дополнительных действий. То есть Вы просто запускаете акцию и получаете приток клиентов. Но эти цифры можно вырастить в 3-4 раза, продолжив работу с собранной базой. Например, запустить e-mail рассылку или СМС уведомления, добавить контакты в базу ретаргетинга, просто прозвонить, в конце концов. Все эти действия способны многократно увеличить отдачу от сервиса.