



Digital-кампании в b2b. Какого результата мы хотим от агентств?

Евгения Щуцкая

Head of communications, SAS Russia/CIS

Member of SAS EMEA Comms Advisory Council



SAS — КТО ЭТО?

SAS — мировой лидер в области искусственного интеллекта, инструментов углубленной аналитики и Business Intelligence. Компания основана в 1976 году в городе Кэри, США. Сегодня в 400 офисах по всему миру работают более 13,5 тыс. сотрудников.

Что делает SAS?

Все 45 лет мы занимаемся аналитикой данных. Мы превращаем сырые данные в полезные для бизнеса выводы.

Независимые исследователи считают SAS лидером:



АНАЛИТИКА



МАШИННОЕ
ОБУЧЕНИЕ



БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ



УПРАВЛЕНИЕ
ДАННЫМИ



DIGITAL-
МАРКЕТИНГ



ИНТЕГРАЦИЯ
ДАННЫХ



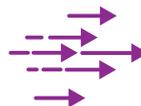
КАЧЕСТВО ДАННЫХ



ОБНАРУЖЕНИЕ
МОШЕННИЧЕСТВА



УПРАВЛЕНИЕ
РИСКАМИ



ПОТОВОКАЯ
АНАЛИТИКА



АНАЛИТИКА
В РИТЕЙЛЕ

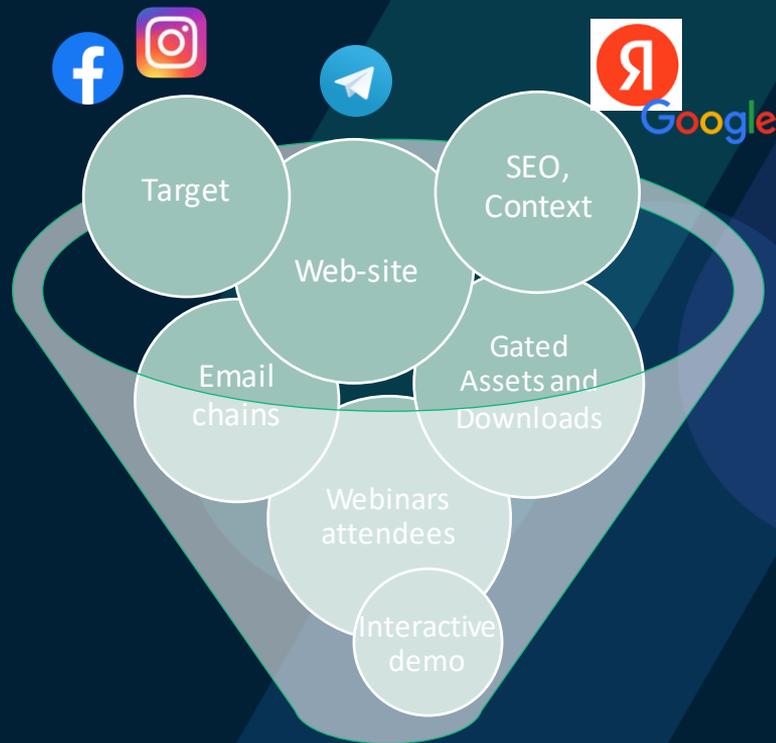


ТЕКСТОВАЯ
АНАЛИТИКА

Мы же B2B. Зачем нам вообще Digital?

Цели

- Продажи?
- Лидогенерация?
- Подогрев?
- Новый клиентский опыт?
- Brand Awareness?



Как оценить эффективность?

Сколько должно быть переходов?

Нормальный CTR – это сколько?

Сколько это должно стоить?

Сколько на клики? А сколько агентству?

Сколько мы должны на этом заработать?

ROI проекта?

Ориентиры? Какой у нас бенчмарк?

А в регионе как измеряют?

А в новом регионе как измеряют?

Что будет хорошим результатом?

Критерии для каждой стадии и каждого подпроекта. Например:

Создание лендингов:

- В рамках ограничений – платформы, бюджета, времени, брендбука.
- Последовательное изложение информации.
- Учет задач и болей ЦА.
- Простой и понятный русский язык.
- Адаптивность дизайна.

Ведение рекламы:

- Рост трафика и снижение процента отказов - в процентах.
- Скорость оптимизации кампаний, добавление новых объявлений.
- Конверсии: из посетителя в контакт, **из контакта в лид**, из лида в потенциальную сделку.

Управление:

- Учтены все задачи и шаги, назначены исполнители.
- Сроки работы менеджера проекта (как часто его меняют).
- Адекватность расценок.
- Данные в отчетах совпадают с данными в ваших системах.

Нормально делай – нормально будет

Порядок на проекте

Качественный контент

Последовательный сценарий действий пользователя на странице

Красивые страницы

Цепляющая реклама

Четкие СТА

Прозрачное ценообразование

Понятные отчеты

Как должно работать агентство?

1. Так, чтобы вам правда было приятно его рекомендовать.
2. Так, чтобы оно пользовалось авторитетом у вас лично.



Вопросы :)

sas.com

