



---

ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
ЛИДОГЕНЕРАЦИИ И **ЗАРАБОТАТЬ** НА  
ЭТОМ

*примеры из практики*

---

Вячеслав Семенихин  
SVA@MPLACE.ME  
+7 (985) 999 37 71

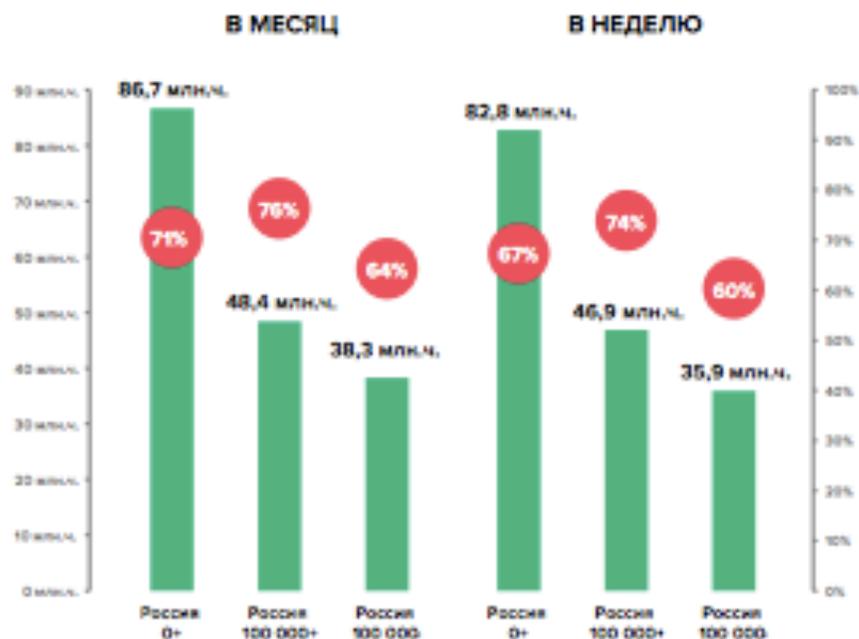
# ВСЬ ПАРЕТТО В ИНТЕРНЕТЕ, БЕЗ ПОЛА И ВОЗРАСТА

## АУДИТОРИЯ

### КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

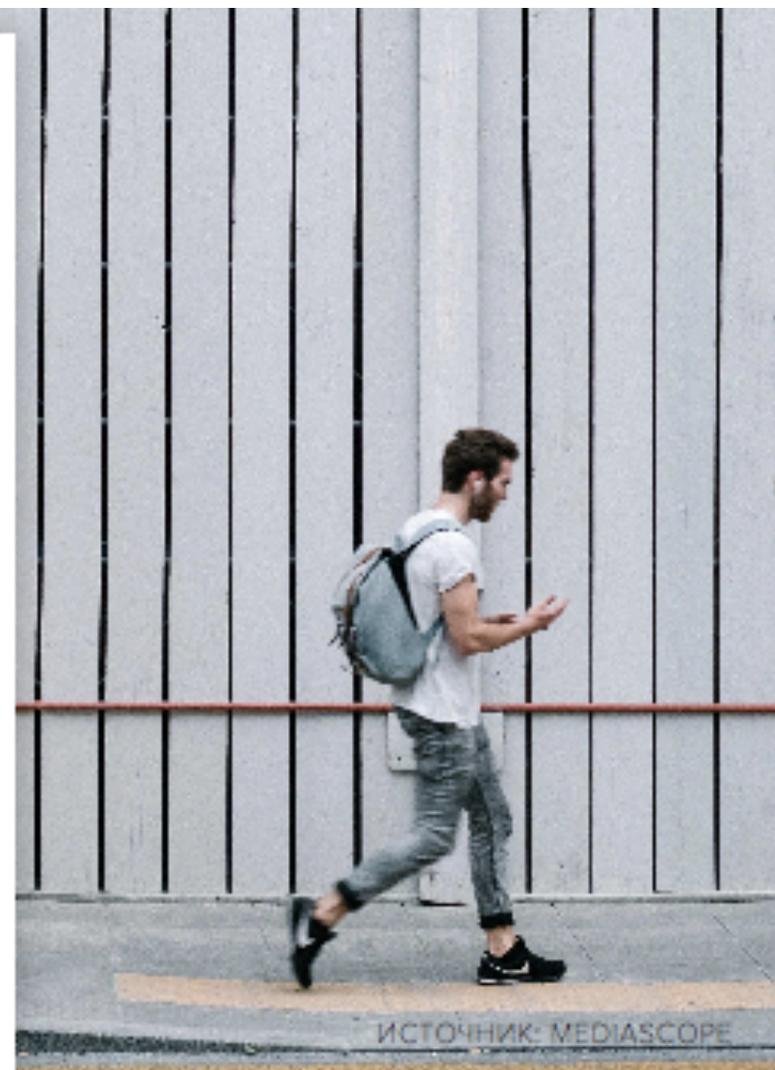
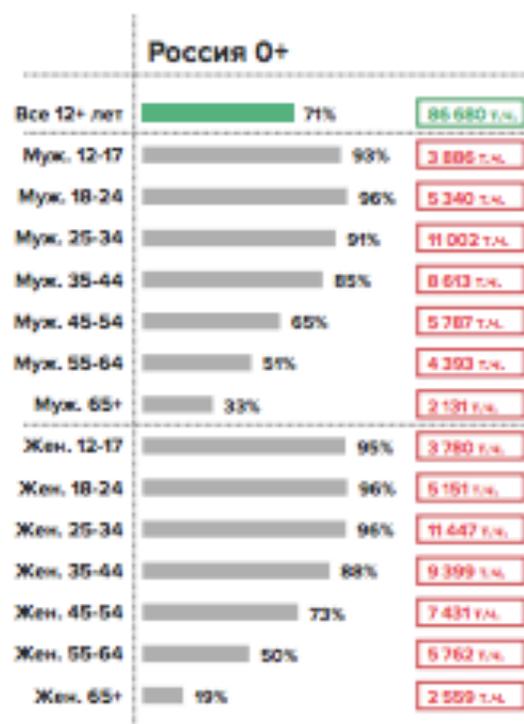
Сентябрь 2016 г. — Февраль 2017 г., в млн.чел.  
и в % от населения 12+ лет

ПОЛЬЗУЮТСЯ ИНТЕРНЕТОМ ХОТЯ БЫ ОДИН РАЗ...



### Количество пользователей Интернета внутри половозрастных групп

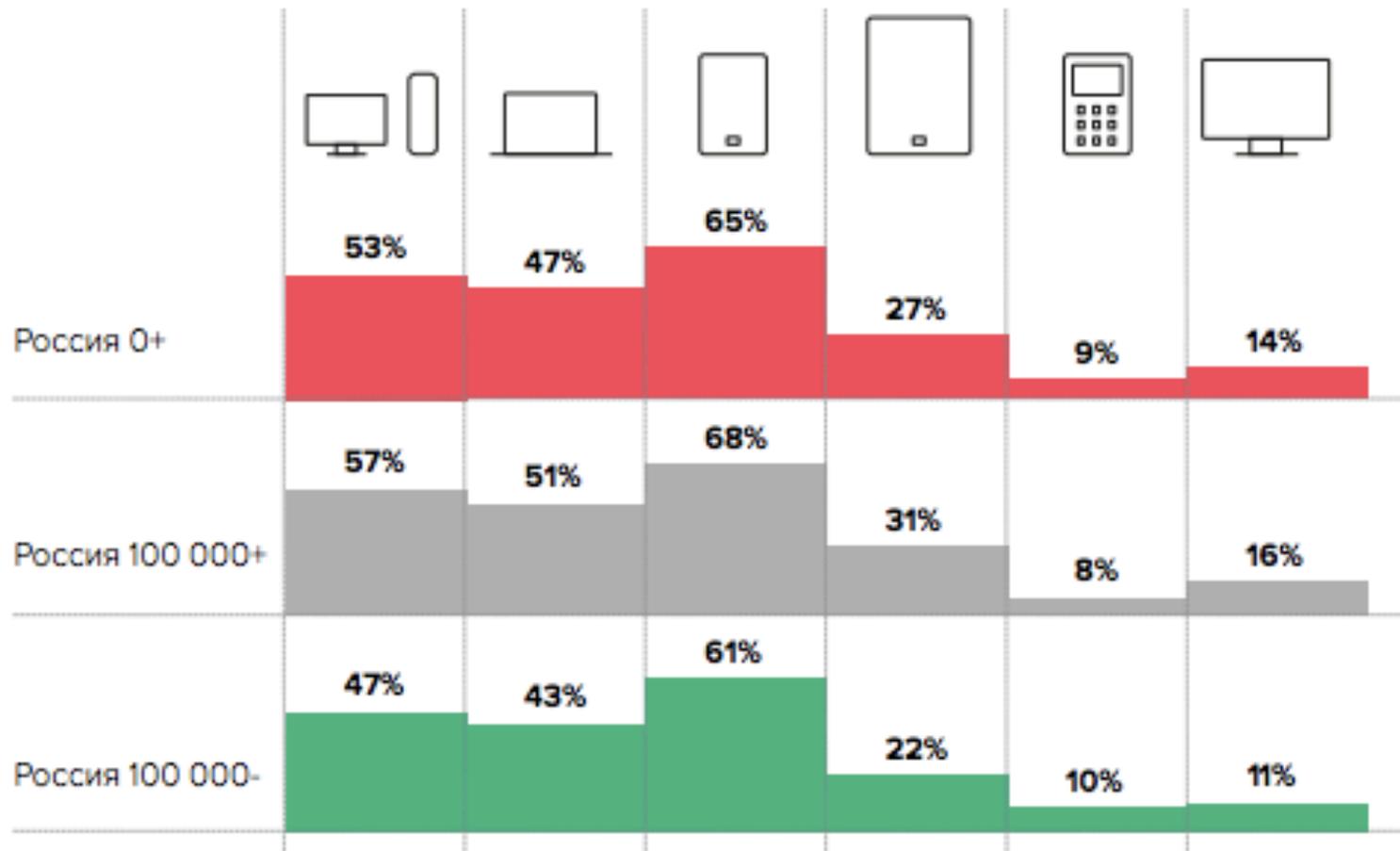
Сентябрь 2016 г. — Февраль 2017 г.,  
Monthly Reach% и тыс.чел., 12+ лет



# МОБИЛО, ГЛАВНОЕ УСТРОЙСТВО, 65%, НО ДЕСКТОП ЕЩЕ ВАЖЕН

## УСТРОЙСТВА ДЛЯ ВЫХОДА В ИНТЕРНЕТ

Сентябрь 2016 г. — Февраль 2017 г.,  
% of Monthly Reach, 12+ лет



ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE

# ОСНОВНОЙ ДРАЙВЕР РЕКЛАМНОГО РЫНКА - ИНТЕРНЕТ, РАСТУЩИЙ 21%. БОЛЬШЕ ТРЕТИ ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЫ – ЭТО CPX, С ТЕМПАМИ РОСТА 35%

## ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ

(ВКЛЮЧАЕТ ВЫРУЧКУ ПЛОЩАДОК  
И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СЕЛЛЕРОВ,  
ЗА ВЫЧЕТОМ НДС)

СЕГМЕНТЫ	ЯНВАРЬ-ДЕКАБРЬ 2016, МЛРД РУБ	ДИНАМИКА, %		2015 МЛРД РУБ	2016 МЛРД РУБ	ДИНАМИКА РОСТ%
<b>ТЕЛЕВИДЕНИЕ</b>	<b>150,8</b>	<b>10%</b>	<b>PERFORMANCE</b>			
<b>РАДИО</b>	<b>15,1</b>	<b>6%</b>	SEARCH	50,7	58,7	16%
<b>ПРЕССА</b>	<b>19,7</b>	<b>-16%</b>	CPX	36,6	49,5	35%
<b>OUT OF HOME</b>	<b>38,3</b>	<b>6%</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>87,3</b>	<b>108,2</b>	<b>24%</b>
<b>ИНТЕРНЕТ</b>	<b>136,0</b>	<b>21%</b>	<b>BRANDING</b>			
<b>ИТОГО ПО СЕГМЕНТЫ РЕКЛАМЫ В МЕДИЕ</b>	<b>360</b>	<b>11%</b>	VIDEO	5,6	6,6	19%
<b>ИТОГО ПО СЕГМЕНТУ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ</b>	<b>94,5</b>	<b>7%</b>	BANNERS (CPM)	19,1	21,2	11%
			<b>ИТОГО</b>	<b>24,7</b>	<b>27,8</b>	<b>13%</b>
			<b>ИТОГО ONLINE AD</b>	<b>112,0</b>	<b>136,0</b>	<b>21%</b>
			CLASSIFIEDS		25,0	

ИСТОЧНИК: IAB RUSSIA, AKAP



**ЗАВИСИМЫ ОТ ON-LINE?**

# НА ОСНОВЕ СОБСТВЕННОГО ОПЫТА:

## Социальный трафик

80% Рейтинга

<https://youtu.be/ILuLD4HHrhE>  
[https://youtu.be/hbr\\_mXZNIXs](https://youtu.be/hbr_mXZNIXs)

VisiStat. TOP 15 официальных сайтов банков по количеству посетителей. Ноябрь 2013

№	Сайт	Всего посетителей	Изменения в рейтинге	Изменит за месяц	Изменит за месяц, %
1	Сбербанк	1 645 766	0	-19 272	-1%
2	Турковский Банк Республики Коми и Республики	350 606	0	-736	0%
3	Кредит Банк	143 670	0	-1 085	-1%
4	Технофф Банк	63 968	0	-1 170	-1%
5	Альфа Банк	61 863	+2	+19 888	+47%
6	Связной Банк	57 756	-1	-366	-1%
7	Банк Экспресс Кредит Россия	43 475	-1	-479	-1%
8	Банк "ТРАСТ"	36 777	0	-238	-1%
9	БАНК "САМУИТ" ПЕТЕРБУРГ	26 296	0	-19	0%
10	Банк Русский Сельдер	26 251	0	-73	0%
11	ОТБ Банк	21 358	0	-283	-1%
12	Банк Москвы	21 029	0	-275	-1%
13	Промсвязьбанк	20 913	+1	-865	-4%
14	Экспрессбанк	19 962	-1	-140	-1%
15	Новосибирскбанк	18 864	0	-76	0%

## Опыт

- Скидочный сайт [Planear.ru](#)
- Рекламное агентство [Adsplay.ru](#)
- Интернет-магазин [PakupkaVip.ru](#)
- Социальная сеть для мобильных подростков [Qweek](#)
- Мобильное приложение для пользователей купонов [Planear](#)



## Эффективность интернет-продаж кредитов наличными, 12/2014

Выделили 87 составляющих процесса интернет-продаж и объединили в 6 блоков:

- Посадочная страница (вес: 15%)
- Короткая и полная заявки (17%)
- Функционал и интерактивность (25%)
- Пост-анкетная обработка (12%)
- Стиль и технологии (16%)
- Работа с мобильными устройствами (15%)

Анализа 30 российских банков показал что в среднем эффективность интернет-продаж у банков составляет 55%. Соответственно, порядка 45% — это потенциал увеличения эффективности.

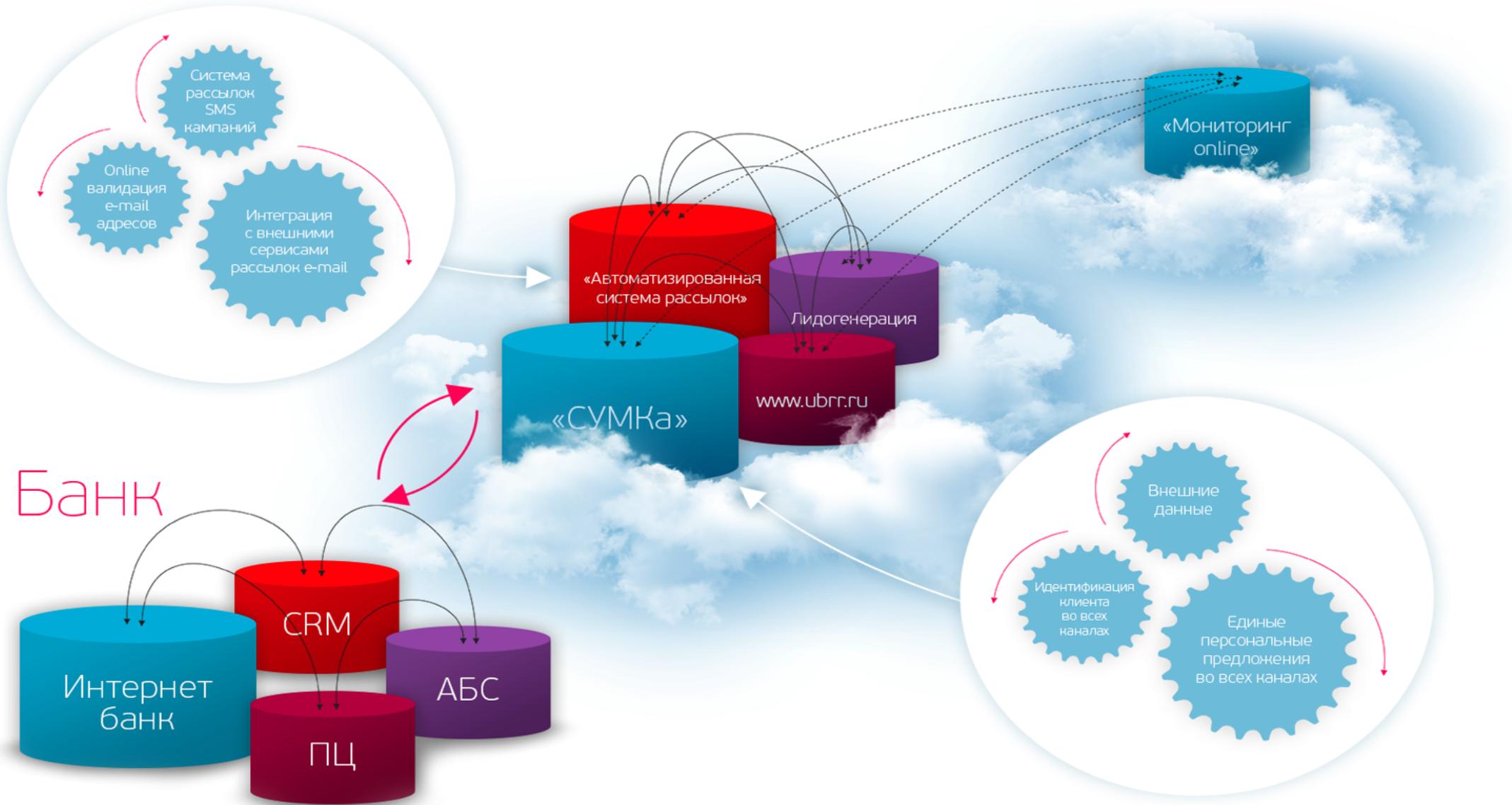
**УБРИР – 1 место**

## Интернет-Банк: Usability & Speed

- Сделан за 6 месяцев
- Десктоп и мобильная версия
- Лучшая версия для мобильного браузера
- 97% клиентов оценили на «отлично»
- Попали в топ 10 основных рейтингов
- Выручка с пользователя ИБ в 2 раза выше средней выручки с клиента
- С встроенной системой маркетинговых предложений



# НА ОСНОВЕ СОБСТВЕННОГО ОПЫТА:



# ВСЕ ТИПЫ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ **ФЛ** И ДЛЯ **МСБ**:

## Продающие интерфейсы



Мобильное приложение



Сайт  
ubrr.ru



Посадочные страницы



Интернет-банк  
i.ubrr.ru



Внешние сайты  
(статьи и банеры)



Социальные группы



Электронные письма,  
Whatsup, sms

## Сколько дает 1 показ рекламы?

4 р. кредита и 2 р. вклада

Контакты (уникальные телефонные номера)	Клики (справочно)	Показы (справочно)
1 988 769	18 357 868	2 276 375 594

	Кредиты	Вклады
<b>Все</b>	8 520 558 431 р.	3 643 263 755 р.
<b>На вложенный рубль выдаем/размещаем</b>	-45р.	619 р.
<b>Стоимость договора</b>	4 127	292



**ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ?**

# СТАНДАРТНЫЕ МЕТРИКИ ДЛЯ СМЕШАННОГО ПРОЦЕССА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ:

---

- Выдача на вложенный в рекламу рубль;
- Стоимость прямых затрат на выдачу одного кредита;
- Стоимость связанных затрат на выдачу, (заявка, звонок, ..анкета, БКИ и т.д.);**
- Доля канала в общем объеме привлечения;
- Воронка «принятый лид» – «выдача кредита»;**
- Доля заявок с оплатой за выдачу.



**НАЧНИТЕ ИЗМЕРЯТЬ**

# ФАКТИЧЕСКИЕ МЕТРИКИ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ:

Средняя стоимость заявки (лид):

**89 р.**

Воронка «лид-выдача»:

**2,3%**

Стоимость прямых рекламных затрат на выдачу:

**3 834 р**

Затраты как % от тела кредита:

**2,1%**

Стоимость по шагам воронки «лид -> подтвержденный лид -> точка продаж -> начисленный лимит -> кредит -> первый платеж»

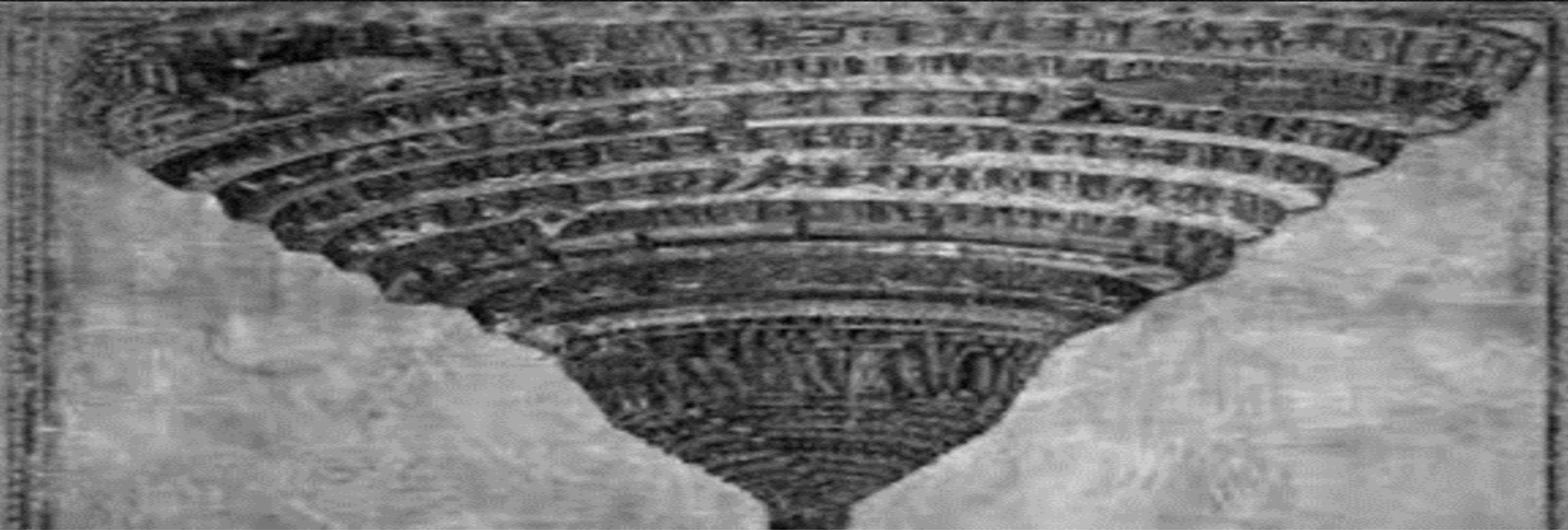
Доля лидов с оплатой за выдачу:

**42%**

Дефолтность интернет-канала равна «самоходам»

Доля интернет-клиентов в общем потоке новых клиентов:

**52%**

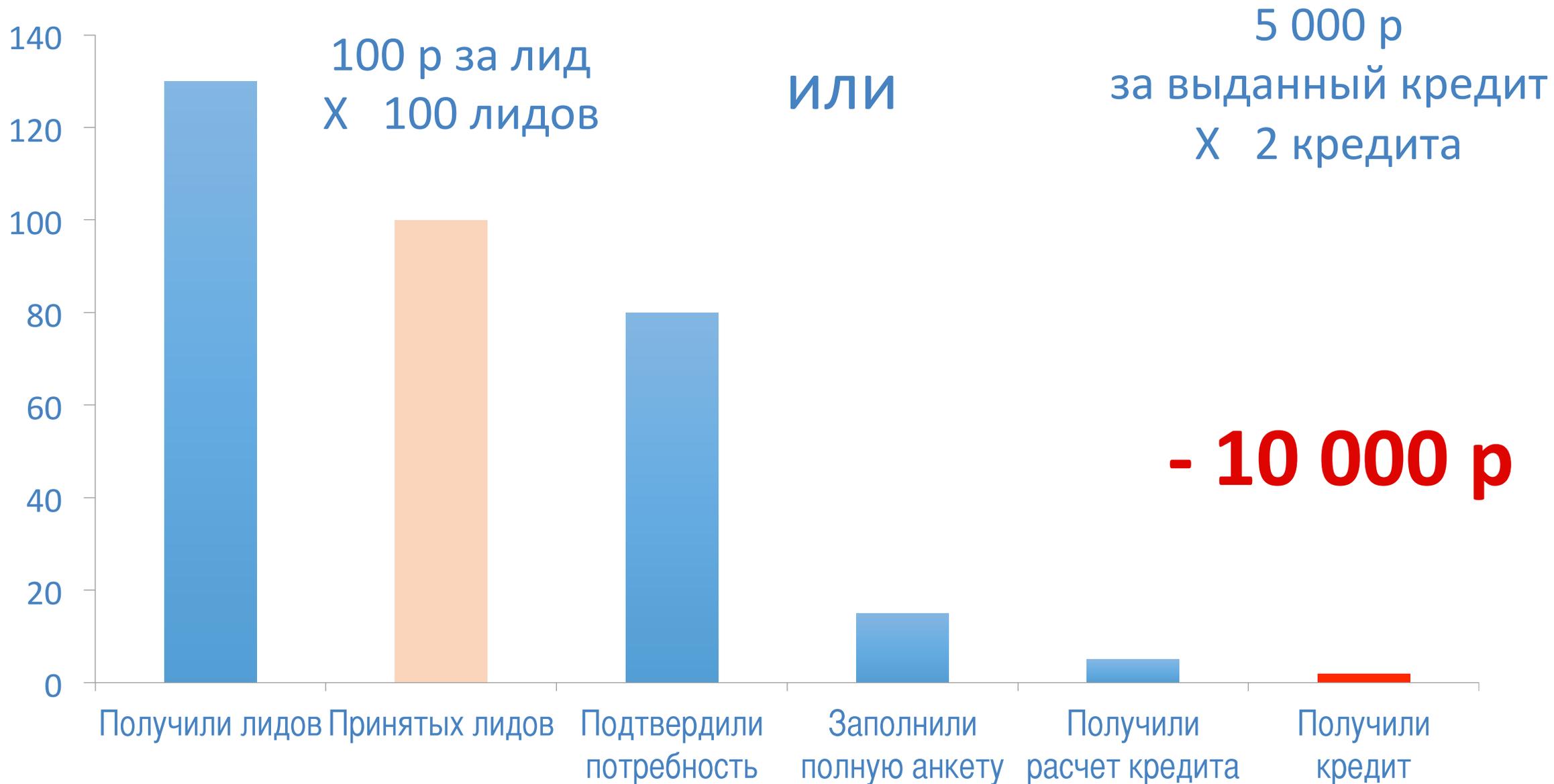


**КРУГИ БОТИЧЕЛЛИ  
И ВОРОНКА ПРОДАЖ**

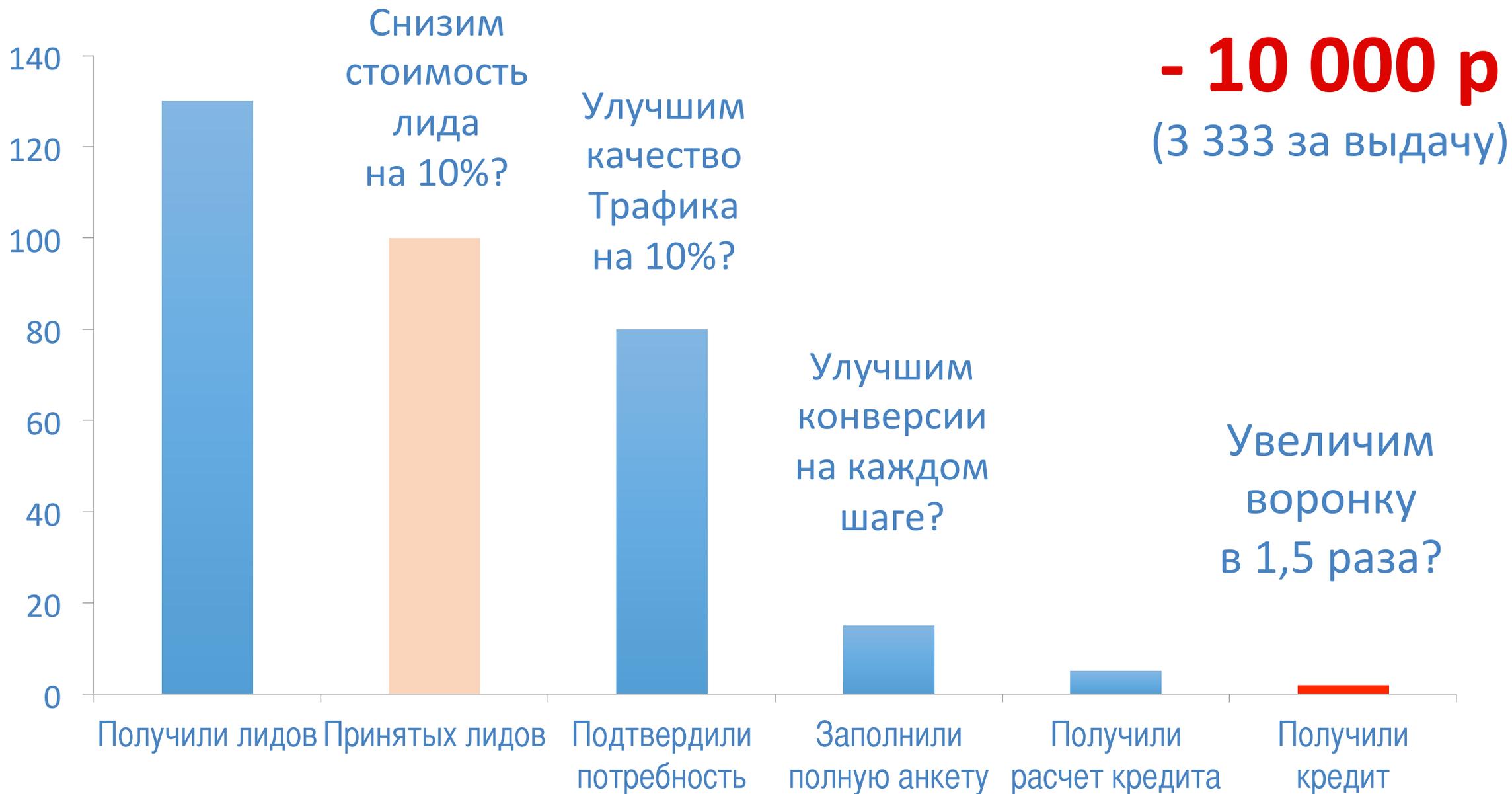


- **128** Людей с кредитной потребностью

# ЗАТРАТЫ И ВОРОНКА ПРОДАЖ ПРИ ОПЛАТЕ ЗА ЛИД ИЛИ ВЫДАЧУ

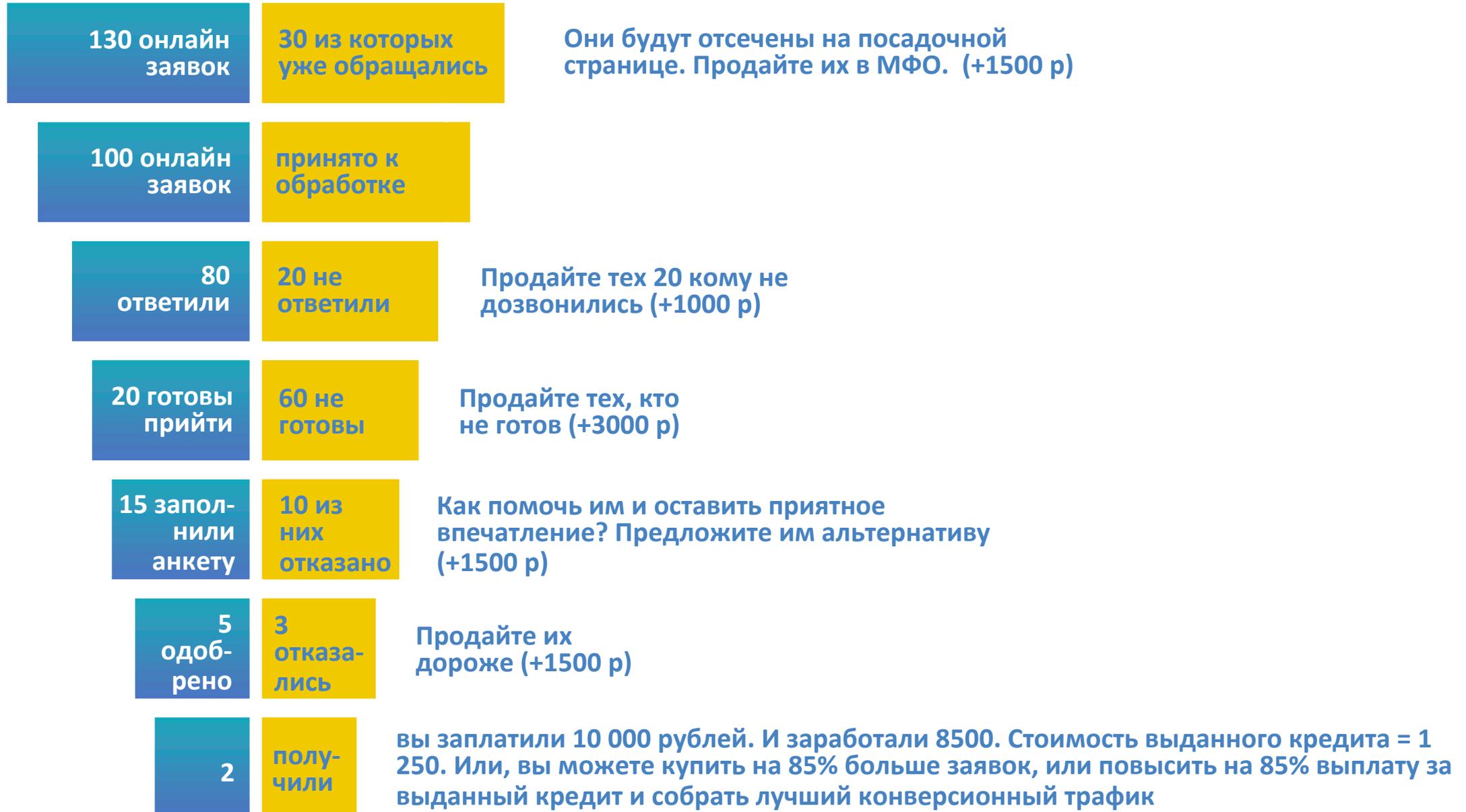


# БОРЬБА ЗА ЭФФЕКТИВНОСТЬ НЕ ОЗНАЧАЕТ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ

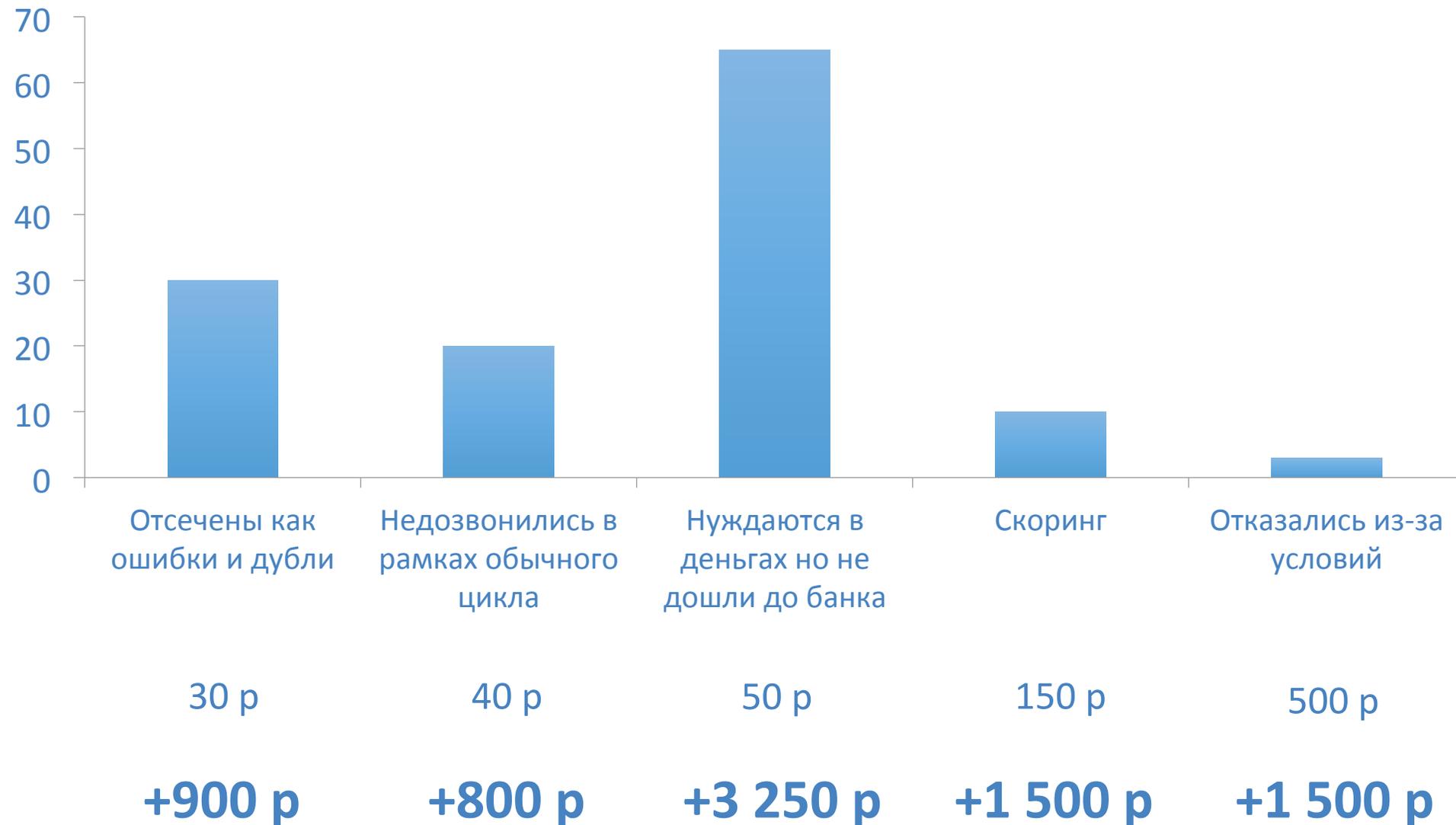




**ГДЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ?**



# ПРОДАВ ИЗБЫТОК, МОЖНО СОКРАТИТЬ ЗАТРАТЫ НА 80%



**+ 7 950 p**  
(1 025 за выдачу)

## КТО СКАЗАЛ ЧТО НАДО СОКРАТИТЬ ЗАТРАТЫ?

---

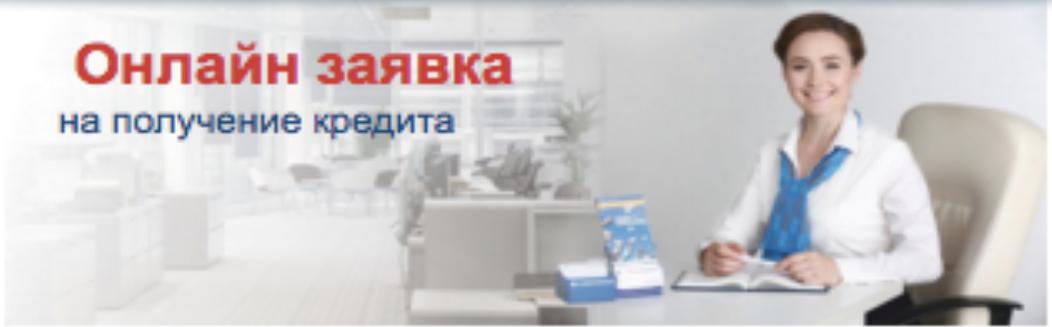
ТЕПЕРЬ ВЫ СМОЖЕТЕ ЗА ТЕ ЖЕ 10 000 Р СДЕЛАТЬ **В 5 РАЗ БОЛЬШЕ КЛИЕНТОВ:**

---

- ✓ ПОЛУЧИТЬ **ЛУЧШИХ КЛИЕНТОВ;**
- ✓ ВЫДАТЬ **БОЛЬШЕ КРЕДИТОВ;**
- ✓ РАБОТАТЬ С **ЛУЧШИМИ ВЭБ-МАСТЕРАМИ;**
- ✓ ПОКУПАТЬ **ЛУЧШИЙ ТРАФИК;**
- ✓ **ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ** ЗА ЛИДЫ И КАЧЕСТВЕННЫХ КЛИЕНТОВ;
- ✓ **СВОБОДА** ВЫБОРА;
- ✓ **УДОВЛЕТВОРЕННЫЕ** КЛИЕНТЫ.

# ПОВТОРНАЯ ЗАЯВКА? – РЕШИТЕ ЗА КЛИЕНТА ЧТО ЕМУ ДЕЛАТЬ

**СОВКОМБАНК**



**Онлайн заявка**  
на получение кредита

**Произшла ошибка**

**Возможные причины:**

- Вы уже оставили заявку\*;
- Сервер занят;
- Ведутся технические работы.

\* В сутки можно оставить только одну заявку

Генеральная лицензия Банка России №963 от 5 декабря 2014 года  
© 2004-2017, ПАО «Совкомбанк». Все права защищены.

**8-800-200-66-96** звонок по России бесплатный

Требуемые документы: паспорт гражданина РФ и второй документ, удостоверяющий личность. Допустимый возраст заявителя от 20 до 60 лет. Банк оставляет открытым и право выдачи кредита без объяснения причины. Подробная информация: [www.sovcombank.ru](http://www.sovcombank.ru), ПАО «Совкомбанк». Генеральная лицензия Банка России №963. На правах рекламы.

MTS RUS 9:22 28%

<https://sovcombank.ru/ap>

**СОВКОМБАНК**

**✗**

**Произшла ошибка**

**Возможные причины:**

- Вы уже оставили заявку\*;
- Сервер занят;
- Ведутся технические работы.

\* В сутки можно оставить только одну заявку



**ОТКАЗ БАНКОМ**

# ВАРИАНТЫ ДЛЯ ТЕХ КОМУ ОТКАЗАЛИ? – ПРЕДЛОЖИТЕ КЛИЕНТУ АЛЬТЕРНАТИВУ и ЗАРАБОТАЙТЕ НА ЭТОМ

---

- ❑ **СОБСТВЕННЫЙ АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ПРОДУКТ** например «КРЕДИТНЫЙ ДОКТОР»
- ❑ **АГРЕГАТОР** – 100 кредитных учреждений – оплата за заявку или выдачу

НЕ «СЛИВАЙТЕ»!



**ПРОДАТЬ ЛЕГКО  
КОГДА ЕСТЬ ПОКУПАТЕЛЬ**

**ПРОДАЙТЕ ВСЕ  
УДОВЛЕТВОРИТЕ КЛИЕНТА**



**СПАСИБО!**