



Новые возможности увеличения дохода РА и
повышения лояльности клиентов за счет
использования партнерских программ

Андрей ХЛЫСТОВ, руководитель отдела развития партнерской
программы РБС-Сеть

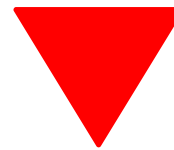


Введение

О чем будет идти речь:

- Рекламный рынок в 2008-2010 году претерпел значительные изменения.
- Перераспределение рекламных бюджетов.
- Интернет – бурный рост non-stop.
- Участие в партнерской программе – способ предоставить клиентам дополнительные услуги и увеличить прибыль.

Рекламный рынок 2009



Рынок



ТВ



Радио



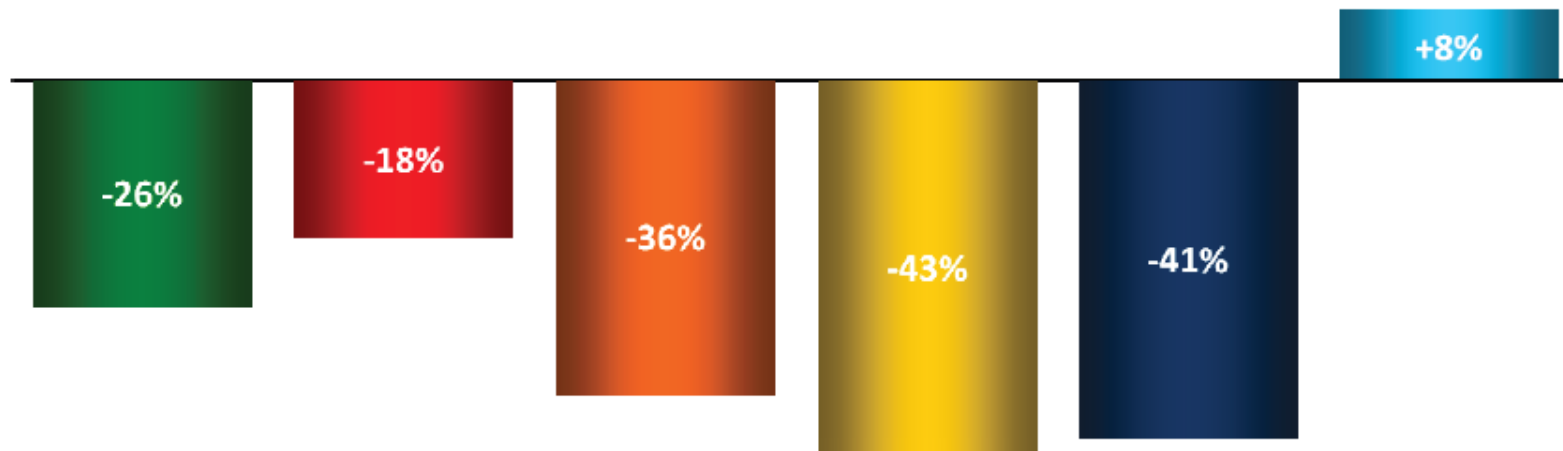
Пресса



Наружная реклама

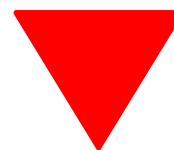


Интернет



Источник: АКАР, АЦВИ

Рекламный рынок 2009



Разные источники, разные данные, но динамика одинаковая.

	2007	2008	2009	2010
Телевидение	31%	22%	-18%	7%
Печатные СМИ	16%	11%	-43%	5%
Радио	19%	-6%	-34%	5%
Наружная реклама	22%	13%	-38%	10%
Интернет	97%	32%	8%	15%
Прочие носители	72%	45%	-24%	3%
ИТОГО	26%	17%	-26%	7%

Источник: ZenithOptimedia



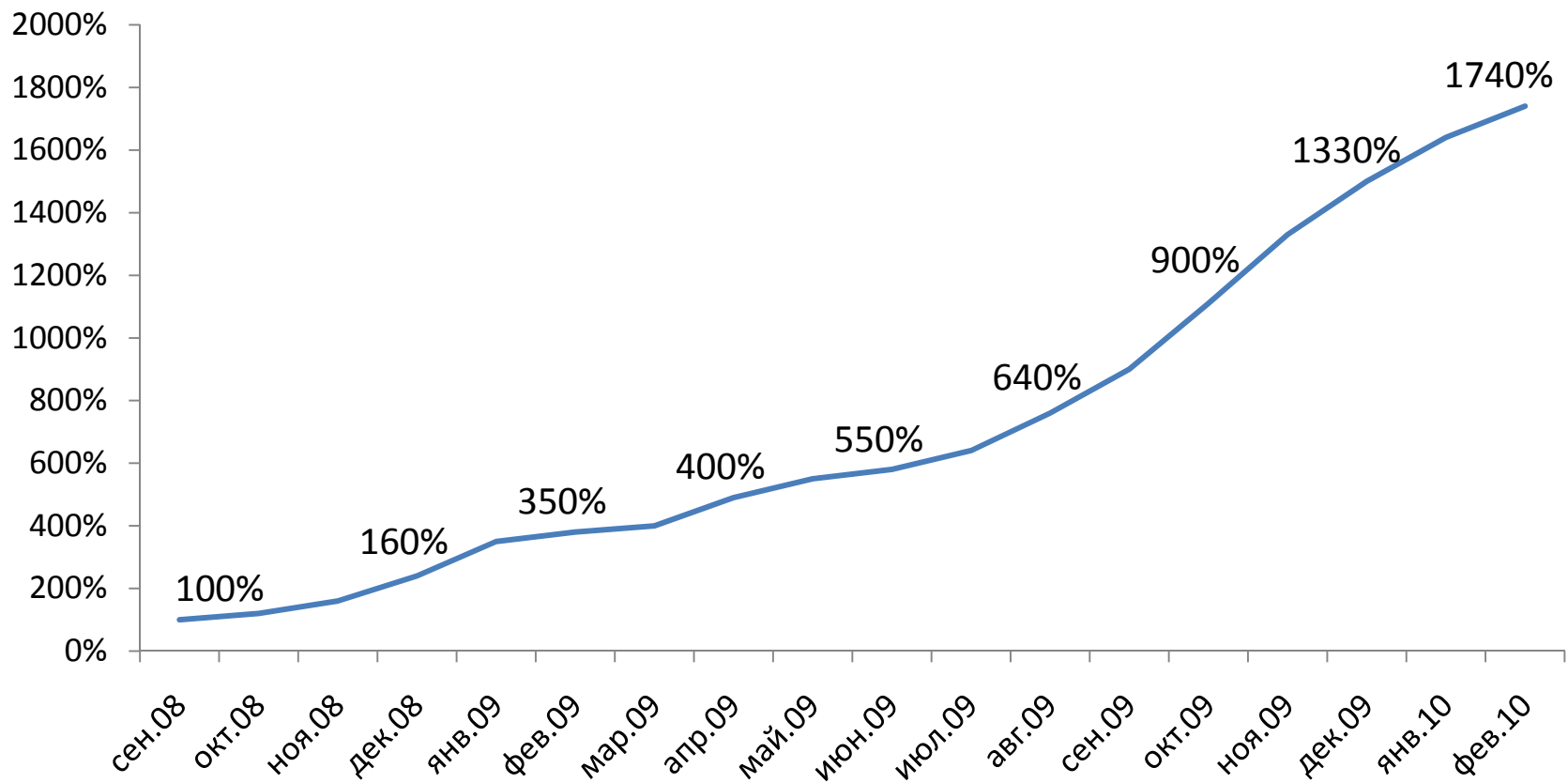
Вывод

- Интернет-маркетинг неизменно растет вне зависимости от кризисного состояния российской экономики.
- Причины:
 - Более динамичное развитие;
 - Невысокая цена входа;
 - Практически мгновенное получение результата;
 - Возможность померить любую рекламную кампанию и увидеть посещение любого потенциального покупателя.



Не будем голословными. В качестве примера – РБС-Сеть.

- Начало активной работы: осень 2008 года.
- Показатели роста: 2009-2010 – семнадцатикратный рост.



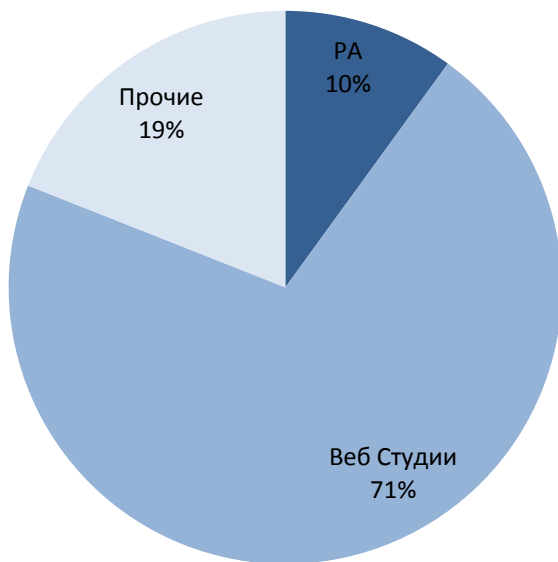


Статистика – вещь неумолимая!

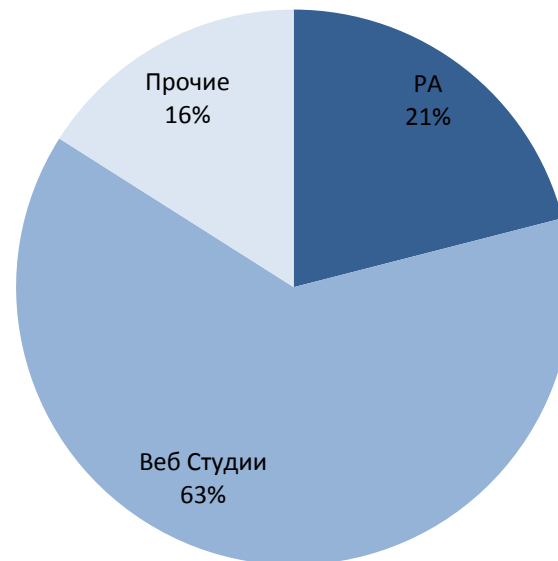
Динамика изменения соотношения партнерских компаний в РБС-Сеть за 2008-2010 годы.

Доля РА неуклонно растет!

Январь 2009



Январь 2010





Почему растет доля РА?

- Для РА это новые возможности продвижения клиентских товаров и услуг.
- Легче получить стартовый бюджет за счет перераспределения бюджета.
- Знание «узких» мест заказчика позволяет грамотно вписать услугу в уже имеющийся набор.
- Высокая скорость и простота отслеживания результатов рекламных кампаний.
- Интернет позволяет отслеживать эффективность коммуникации с каждым посетителем сайта (как «снаружи», так и «изнутри»).
- ...



Почему растет так медленно?

- Следование шаблону поведения — уволить, ужаться, переехать...
- В дополнение к этому — выждать — авось завтра неожиданно станет легче и нефть снова будет скакать вокруг \$130.
- Боязнь всего нового — «я в этом ничего не понимаю, клиентам это не нужно».
- Управленческая импотенция — нет систем мотивации, зон ответственности, должного уровня делегирования и т.п., и т.д.
- ...



А что клиенту нужно предложить?

- SEO-Продвижение;
- Продвижение по трафику;
- Продвижение статьями;
- Контекстная и медийная реклама;
- Маркетинговый аудит сайта;
- Анализ поведения посетителей;
- ...



А сколько на этом заработать?

до 30% от стоимости
оказанных услуг!



Каким будет ваше решение?



Спасибо за внимание!

Андрей ХЛЫСТОВ, руководитель отдела развития
партнерской программы РБС-Сеть

Корпорация РБС

115191, Россия, Москва,

ул. Б. Тульская, д. 13, 4-й этаж ТЦ «Ереван Плаза»

Телефон: (495) 772-97-91 (многоканальный)

bdbd.ru — раскрутка и продвижение сайтов

mediaguru.ru — контекстная и медийная реклама

webprofy.ru — дизайн и создание сайтов

webvisor.ru — анализ посетителей сайта трафика

corpguru.ru — связь, игры, автомобили

rbnetwork.ru — партнерская программа

allintop.ru — корпоративное обучение

miralinks.ru — биржа размещения статей

webeffector.ru — агрегатор методов привлечения

indexoid.ru — биржа ссылок