GetROI

Урок 3

Как быстро устранить точки слива в вашей воронке

и еще больше повысить окупаемость рекламы

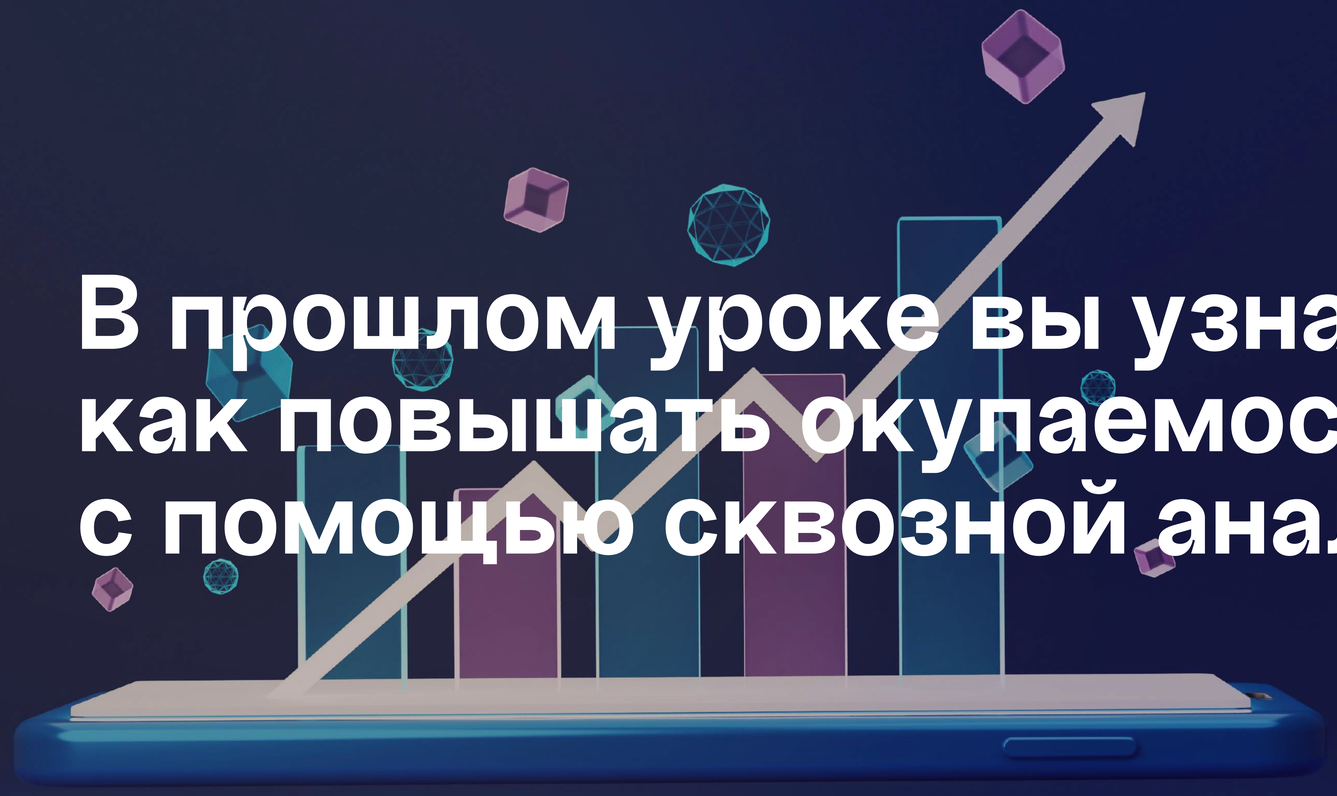
GetROI

Максим Василевич

Операционный руководитель отдела маркетинга GetCourse

- За 8 лет прошел путь от тех. специалиста в онлайн-школах до управленческой позиции в миллиардной компании
- За 2 года выстроил отдел маркетинга, в котором сегодня работает 60+ человек
- До GetCourse работал с десятками онлайн-школ по выстраиванию системного привлечения трафика и его монетизации

GetROI



В прошлом уроке вы узнали, как повышать окупаемость рекламы с помощью сквозной аналитики

GetROI

Что вы узнаете сегодня:

- 3 ключевых элемента, из которых складывается окупаемость рекламы
- Алгоритм для повышения окупаемости ваших воронок
- Почему долгосрочная работа с базой важнее окупаемости в моменте

GetROI

Окупаемость зависит от:

Управления рекламой (на основе сквозной аналитики)

+

Воронок (какой путь проходят лиды из рекламы)

+

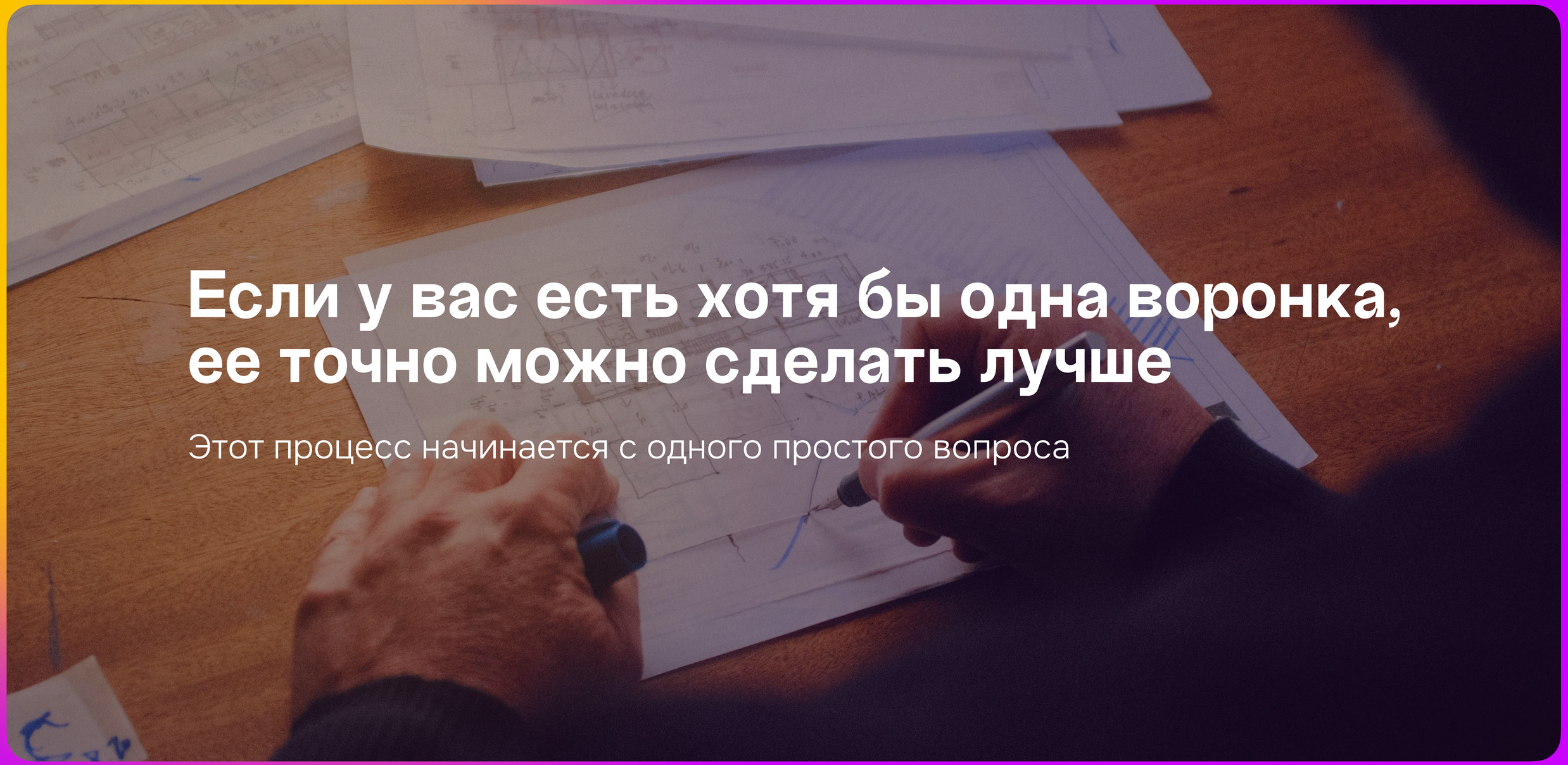
Долгосрочной работы с базой

GetROI

Сейчас разберем алгоритм улучшения и докрутки любой воронки

Потому что одна и та же реклама в разных воронках может показывать разные результаты

GetROI



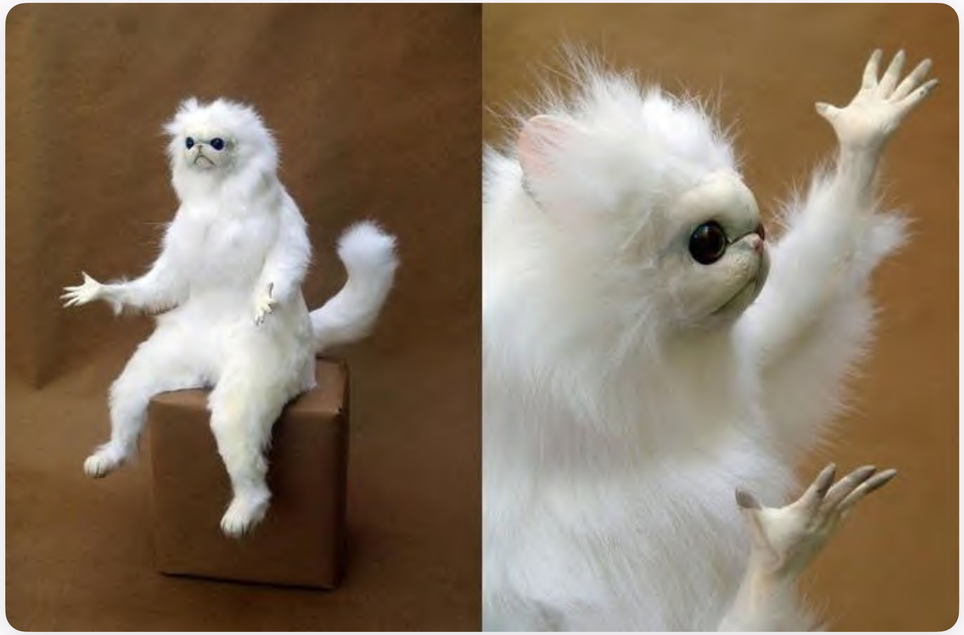
Если у вас есть хотя бы одна воронка, ее точно можно сделать лучше

Этот процесс начинается с одного простого вопроса

GetROI

Ваша воронка нарисована?

Нет



Когда воронка не нарисована:

- Вы идете с закрытыми глазами и не видите, что плохо работает или не работает вообще
- У вас точно есть точки слива, где утекают деньги и клиенты, — но вы про них не знаете
- Вы не видите, что и почему у вас работает хорошо (точки силы)

GetROI

Ваша воронка нарисована?

Да

Нет

Она точно соответствует пути клиента?

Чтобы в этом убедиться:

- Вам необходимо пройти путь клиента самостоятельно и понять, как она работает на самом деле
- И если будут различия — нужно привести в соответствие между собой воронку и схему

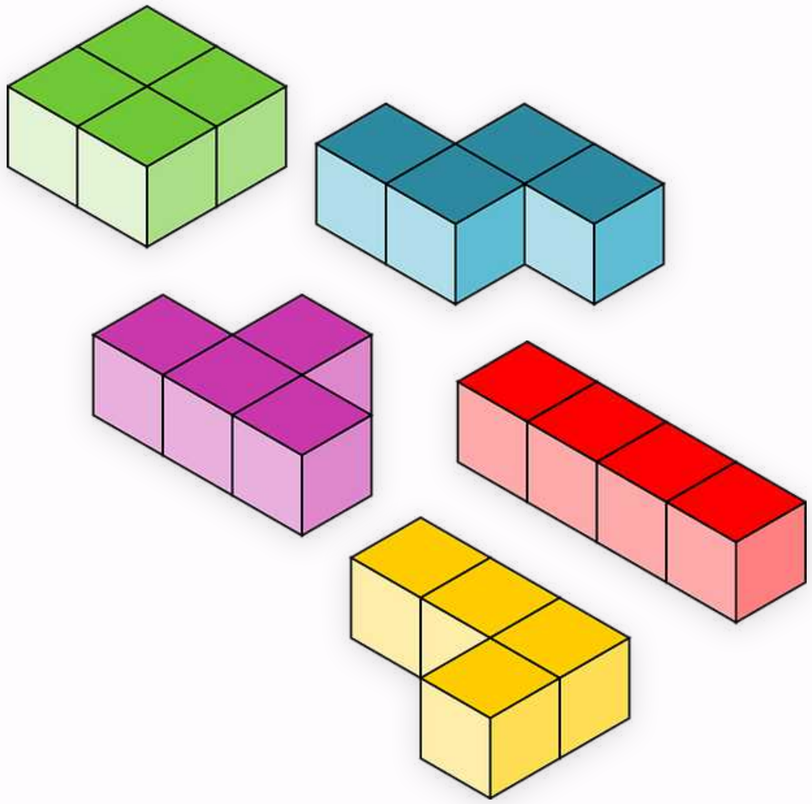
GetROI

Ваша воронка нарисована?

Да → **Она точно соответствует пути клиента?** → **Нет** → **Пройдите путь клиента и нарисуйте как есть**

Нет → **Пройдите путь клиента и нарисуйте как есть**

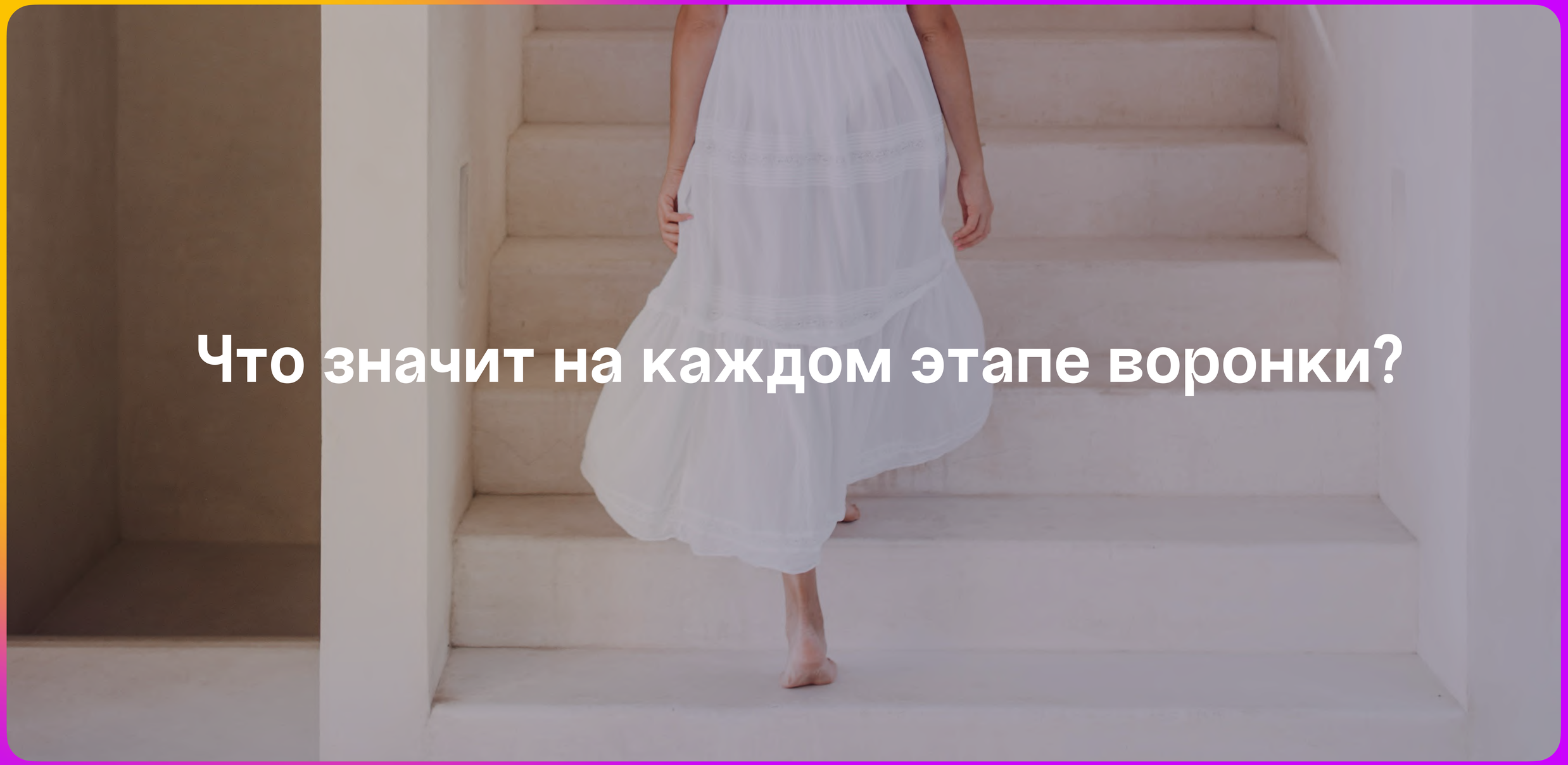
GetROI



После того, как вы убедились, что все элементы воронки на своих местах, важно:

- Видеть конверсии по каждому из этапов воронки (какой % пользователей переходит на следующий этап)
- Определить точки слива и точки силы

GetROI



Что значит на каждом этапе воронки?

GetROI

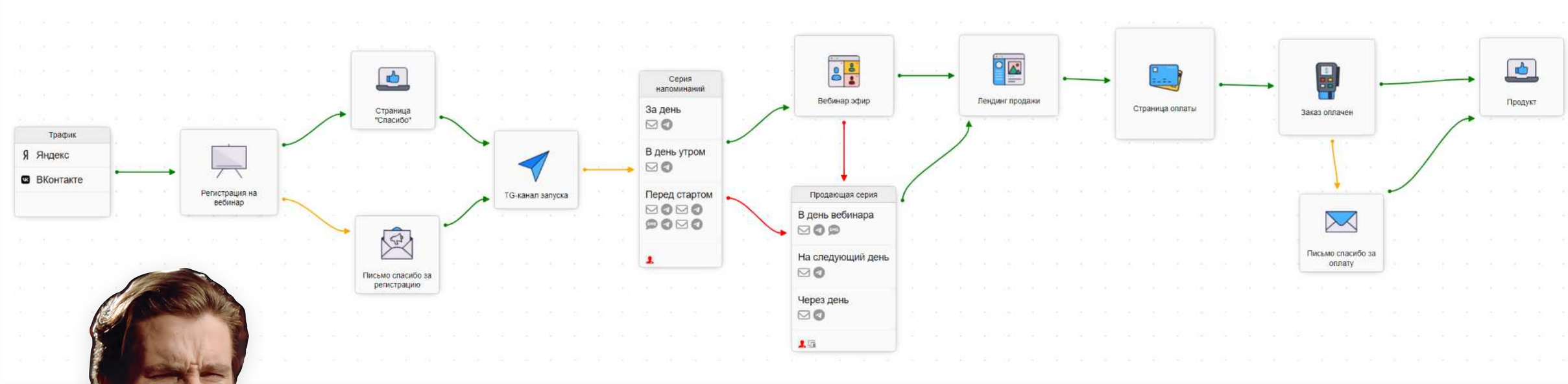
Как считает конверсии большинство:

Реклама → Лендинг → Продающее событие → Оплата

При таком подходе вы не понимаете, **почему** конверсии между этими этапами именно такие **и как на них повлиять?**

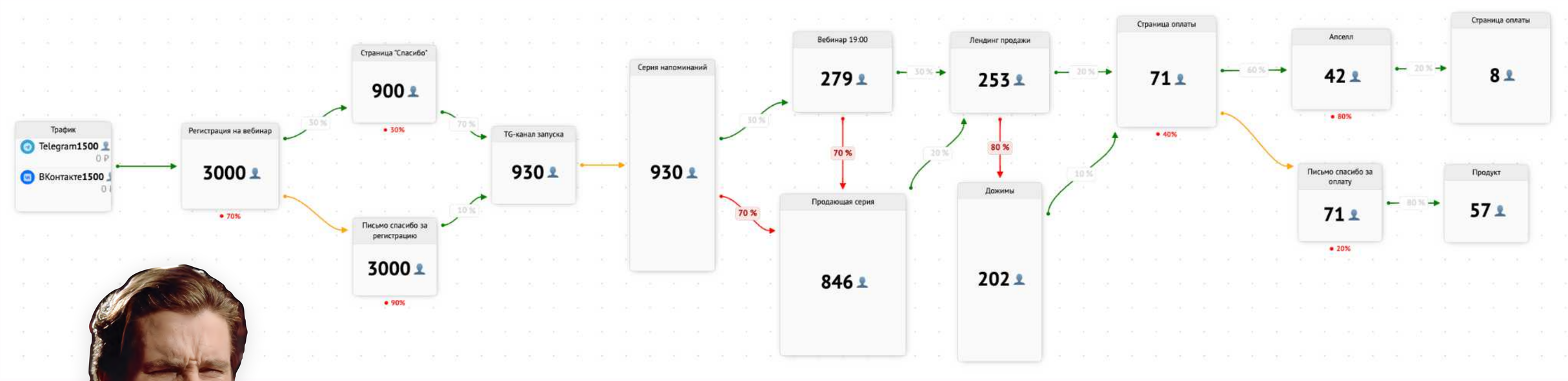
GetROI

Как правильно:



GetROI

Как правильно:

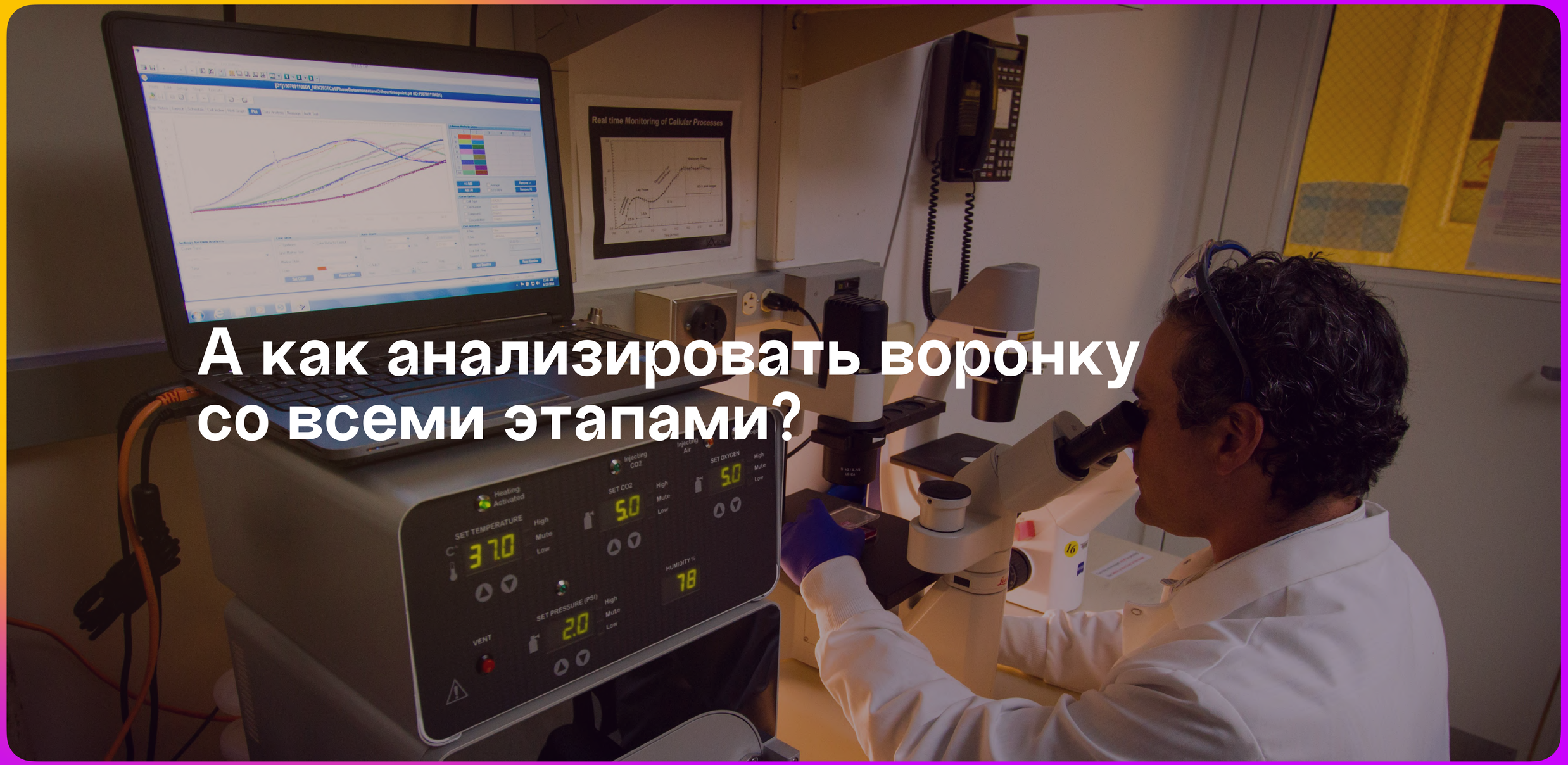


GetROI

Когда у вас есть все конверсии по каждому из этапов воронки, вы легко можете:

- Видеть точки слива и дорабатывать их
- Видеть точки силы и повторять их в других местах
- Тестировать новые элементы в воронке и смотреть, как они работают

GetROI

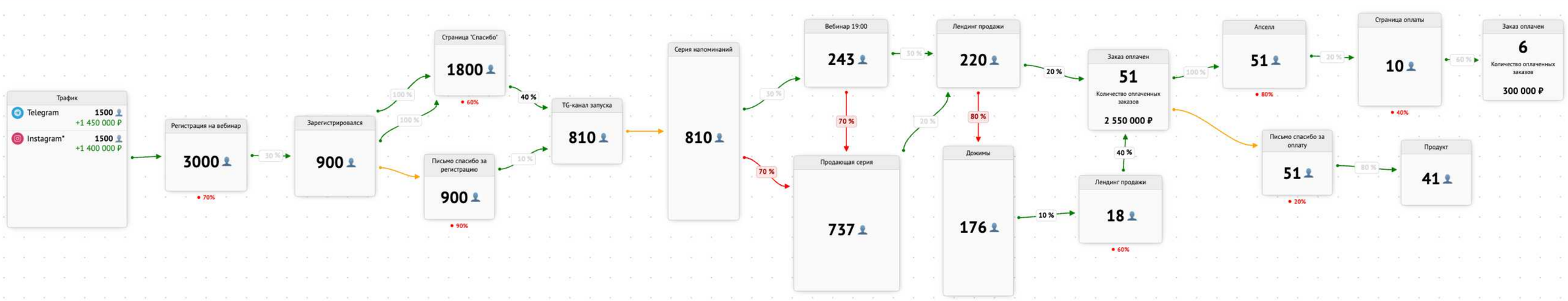


А как анализировать воронку со всеми этапами?

GetROI

Анализ воронки на уровне Lite:

- Количество людей, которые дошли до каждого этапа воронки
- Конверсии между этими этапами



GetROI

Анализ воронки на уровне Pro:

- Те же показатели, но в разрезе разных рекламных источников и рекламных кампаний
- Таблица, в которой видны ключевые цели с их стоимостью по всем рекламным кампаниям и объявлениям (цели можно выбрать любые)

Закрыть | Поиск...

	Посетителей	Заказы создан	Стоимость	Страница сбора контактов	Стоимость	Вебинар эфир	Стоимость	Пользователь привязал Телеграм	Стоимость	БЕСПЛАТНАЯ РЕГА Страница "Спасибо за регистрацию"	Стоимость	Доход	Затраты	Прибыль
Я Кабинет Целевой трафик 4	70638	896	1 189,93 ₽	70638	15,09 ₽	1207	883,33 ₽	997	1 069,39 ₽	2698	395,17 ₽	+2 715 461 ₽	−1 066 181 ₽	+1 649 280 ₽
Кампания Рекламный портал 8	41029	446	1 289,33 ₽	41029	14,02 ₽	605	950,48 ₽	608	945,79 ₽	1538	373,89 ₽	+923 445 ₽	−575 040 ₽	+348 405 ₽
Яркая реклама 12	14446	130	1 588,71 ₽	14446	14,3 ₽	192	1 075,69 ₽	239	864,15 ₽	559	369,47 ₽	+270 366 ₽	−206 532 ₽	+63 834 ₽
Брендовый стиль 14	2381	28	985,29 ₽	2381	11,59 ₽	44	627 ₽	40	689,7 ₽	84	328,43 ₽	+159 971 ₽	−27 588 ₽	+132 383 ₽
Рекламный портал 10	6266	42	1 489,43 ₽	6266	9,98 ₽	63	992,95 ₽	40	1 563,9 ₽	185	338,14 ₽	+68 309 ₽	−62 556 ₽	+5 753 ₽
Источник идей 8	4867	53	1 588,3 ₽	4867	17,3 ₽	67	1 256,42 ₽	99	850,3 ₽	211	398,96 ₽	+65 867 ₽	−84 180 ₽	−18 313 ₽
Эффективное продвижение 12	2481	45	843,47 ₽	2481	15,3 ₽	47	807,57 ₽	31	1 224,39 ₽	88	431,32 ₽	+56 452 ₽	−37 956 ₽	+18 496 ₽
Медиа-привлечение 14	989	11	582,55 ₽	989	6,48 ₽	11	582,55 ₽	11	582,55 ₽	22	291,27 ₽	+54 822 ₽	−6 408 ₽	+48 414 ₽
Целевой трафик 12	1807	29	1 261,24 ₽	1807	20,24 ₽	34	1 075,76 ₽	47	778,21 ₽	102	358,59 ₽	+49 771 ₽	−36 576 ₽	+13 195 ₽
Рекламный магнит 10	2093	11	1 817,45 ₽	2093	9,55 ₽	15	1 332,8 ₽	13	1 537,85 ₽	65	307,57 ₽	+29 484 ₽	−19 992 ₽	+9 492 ₽
Рекламный вектор 12	524	17	677,65 ₽	524	21,98 ₽	18	640 ₽	16	720 ₽	31	371,61 ₽	+27 164 ₽	−11 520 ₽	+15 644 ₽
Конверсионный поток 10	2268	20	1 065 ₽	2268	9,39 ₽	22	968,18 ₽	13	1 638,46 ₽	65	327,69 ₽	+23 470 ₽	−21 300 ₽	+2 170 ₽
Медиапоток 18	721	12	584 ₽	721	9,72 ₽	14	500,57 ₽	10	700,8 ₽	23	304,7 ₽	+20 329 ₽	−7 008 ₽	+13 321 ₽
Источник идей 10	772	6	1 646 ₽	772	12,79 ₽	10	987,6 ₽	8	1 234,5 ₽	19	519,79 ₽	+18 923 ₽	−9 876 ₽	+9 047 ₽
Конверсионный поток 16	763	10	570 ₽	763	7,47 ₽	12	475 ₽	6	950 ₽	21	271,43 ₽	+17 989 ₽	−5 700 ₽	+12 289 ₽
Рекламный магнит 8	419	5	830,4 ₽	419	9,91 ₽	9	461,33 ₽	3	1 384 ₽	15	276,8 ₽	+14 014 ₽	−4 152 ₽	+9 862 ₽
Медиа-привлечение 16	6	2	366 ₽	6	122 ₽	1	732 ₽	0	0 ₽	2	366 ₽	+12 743 ₽	−732 ₽	+12 011 ₽
Медиапоток 20	986	14	528,86 ₽	986	7,51 ₽	15	493,6 ₽	10	740,4 ₽	24	308,5 ₽	+11 630 ₽	−7 404 ₽	+4 226 ₽
Креативный поток 12	346	12	560 ₽	346	19,42 ₽	10	672 ₽	6	1 120 ₽	22	305,45 ₽	+8 717 ₽	−6 720 ₽	+1 997 ₽
Рекламный вектор 8	81	1	768 ₽	81	9,48 ₽	1	768 ₽	1	768 ₽	3	256 ₽	+7 781 ₽	−768 ₽	+7 013 ₽
Креативный поток 14	341	11	453,82 ₽	341	14,64 ₽	13	384 ₽	4	1 248 ₽	15	332,8 ₽	+5 645 ₽	−4 992 ₽	+653 ₽
Медиапоток 22	306	2	1 464 ₽	306	9,57 ₽	3	976 ₽	3	976 ₽	8	366 ₽	0 ₽	−2 928 ₽	−2 928 ₽
Рекламный магнит 16	629	8	948 ₽	629	12,06 ₽	12	632 ₽	5	1 516,8 ₽	23	329,74 ₽	0 ₽	−7 584 ₽	−7 584 ₽
Рекламный магнит 12	466	2	924 ₽	466	3,97 ₽	3	616 ₽	5	369,6 ₽	5	369,6 ₽	0 ₽	−1 848 ₽	−1 848 ₽

GetROI

Хорошая новость состоит в том, что собрать эти цифры очень легко в разделе Воронки в GetCourse (если у вас подключен GetCourse Ads)

Под этим уроком мы приложили видео: как легко собрать нужные показатели по имеющейся у вас воронке

GetROI

Почему мы рекомендуем пользоваться нашим решением — Воронки в GetCourse

Возможности и функционал	Google-таблицы	Сервисы для рисования воронок	Сервисы для аналитики воронок	Воронки в GetCourse
Нарисовать схему воронки	—	+	—	+
Конверсии между всеми этапами воронки (вплоть до открытия письма/урока)	—	—	—	+
Автоматическое обновление данных и возможность выбирать периоды	—	—	+	+
Высокая точность данных	—	—	Возможно	+
Можно видеть все данные в разрезе площадок, объявлений и подрядчиков в режиме 1 окна	—	—	Возможно	+
Конверсия по продуктовой воронке, а не только по маркетинговой	+ но сложно	—	—	+
Простота ведения аналитики	—	—	Возможно	+
Бесшовная интеграция с GetCourse	—	—	—	+
Быстрая и качественная поддержка по любым вопросам	—	—	+	+
Без дополнительных расходов (интеграция, настройка, з/п специалистов по аналитике, доп. сервисы и т.д.)	—	—	—	+

GetROI

Чтобы начать работу в Воронках GetCourse, вам нужно:

01. Оставить заявку на подключение GetCourse Ads (ссылка под видео)
02. Дождаться одобрения
03. Пополнить баланс рекламного аккаунта

Порадоваться открывшимся возможностям :))

GetROI

Ваша воронка нарисована?

Да

Нет

Она точно соответствует пути клиента?

Нет

Пройдите путь клиента и нарисуйте как есть

Да

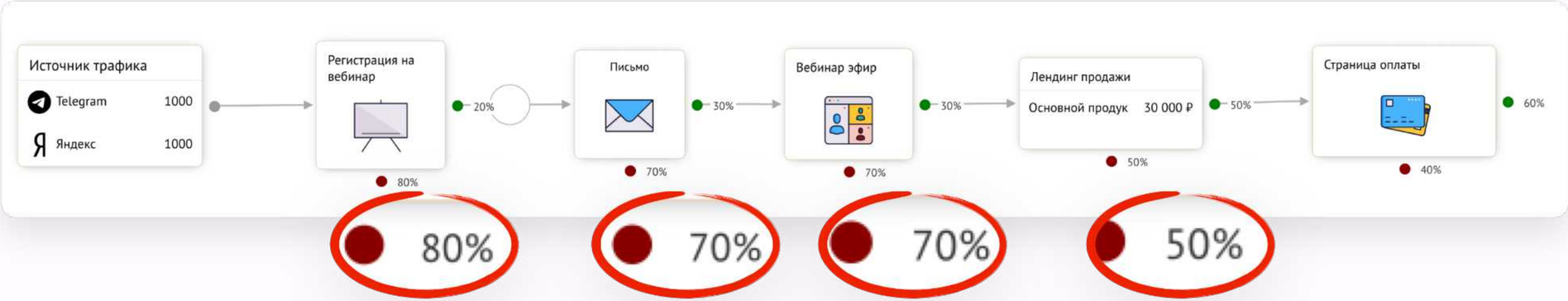
Определите конверсии на каждом этапе

Выявите топ-3 точки слива и доработайте их

GetROI

Когда у вас есть все конверсии, вам не нужно пытаться работать над улучшением каждого элемента воронки

Возьмите 1-3 ключевые точки слива и доработайте их



GetROI

Как понять, какие конверсии плохие и где те самые точки слива?

01. Сравнивайте со средними показателями по рынку

02. Пришлите в чат GetCourse Club скриншоты ваших воронок с конверсиями, чтобы получить обратную связь от более опытных коллег

GetROI

Ориентиры по конверсиям для вебинарной воронки:

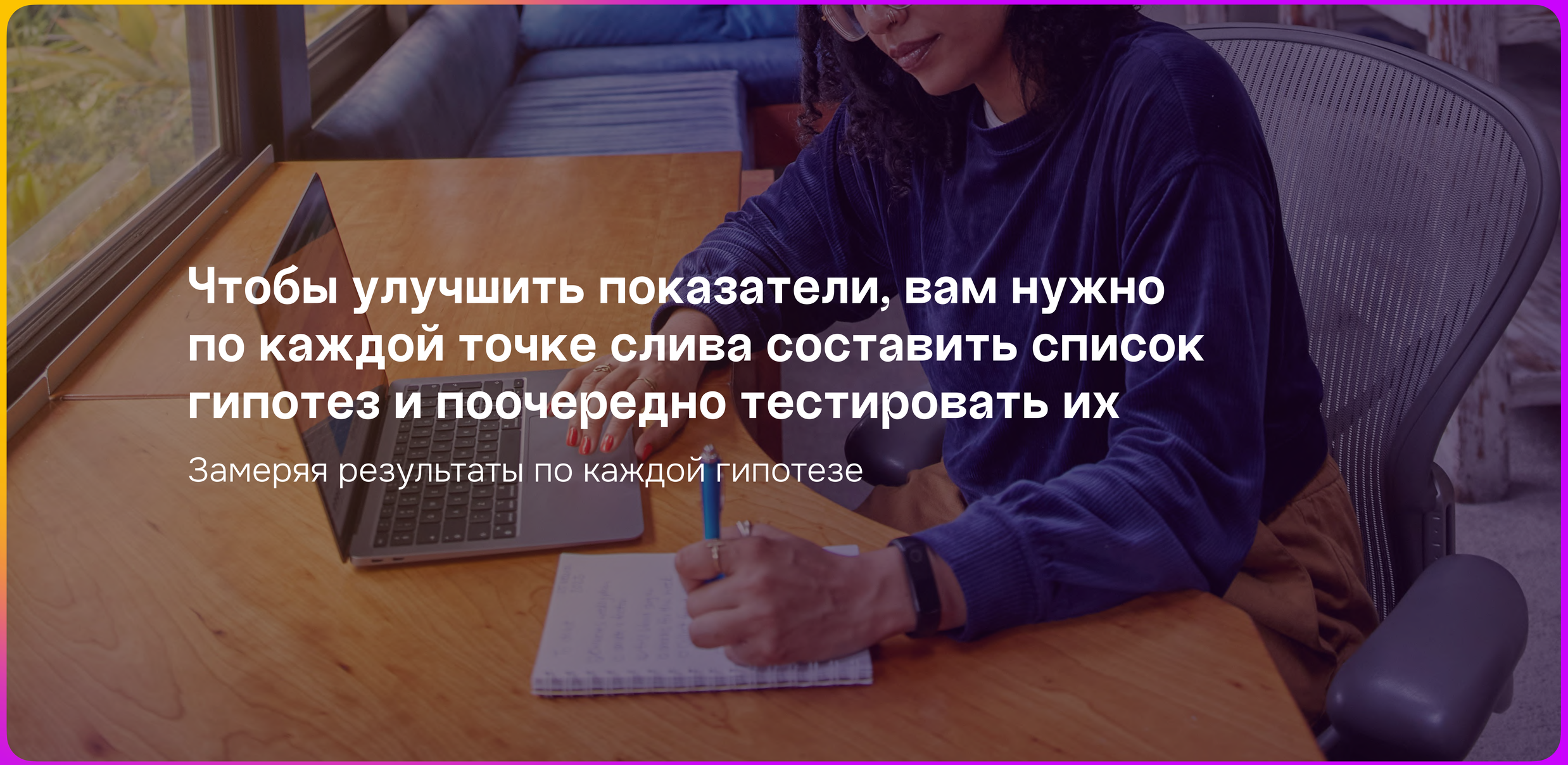
- CV в регистрацию из заходов: **50%**
- CV в доходимость из регистраций: **30%**
- CV в заказы из регистраций: **10%**
- CV в оплаты из заказов: **50%**

GetROI

Ссылка под видео

Пришлите в чат GetCourse Club скриншоты ваших воронок с конверсиями, чтобы получить обратную связь

GetROI



Чтобы улучшить показатели, вам нужно по каждой точке слива составить список гипотез и поочередно тестировать их

Замеряя результаты по каждой гипотезе

GetROI

Где брать гипотезы по улучшению каждого этапа воронки:

01. Поставить задачу вашей команде

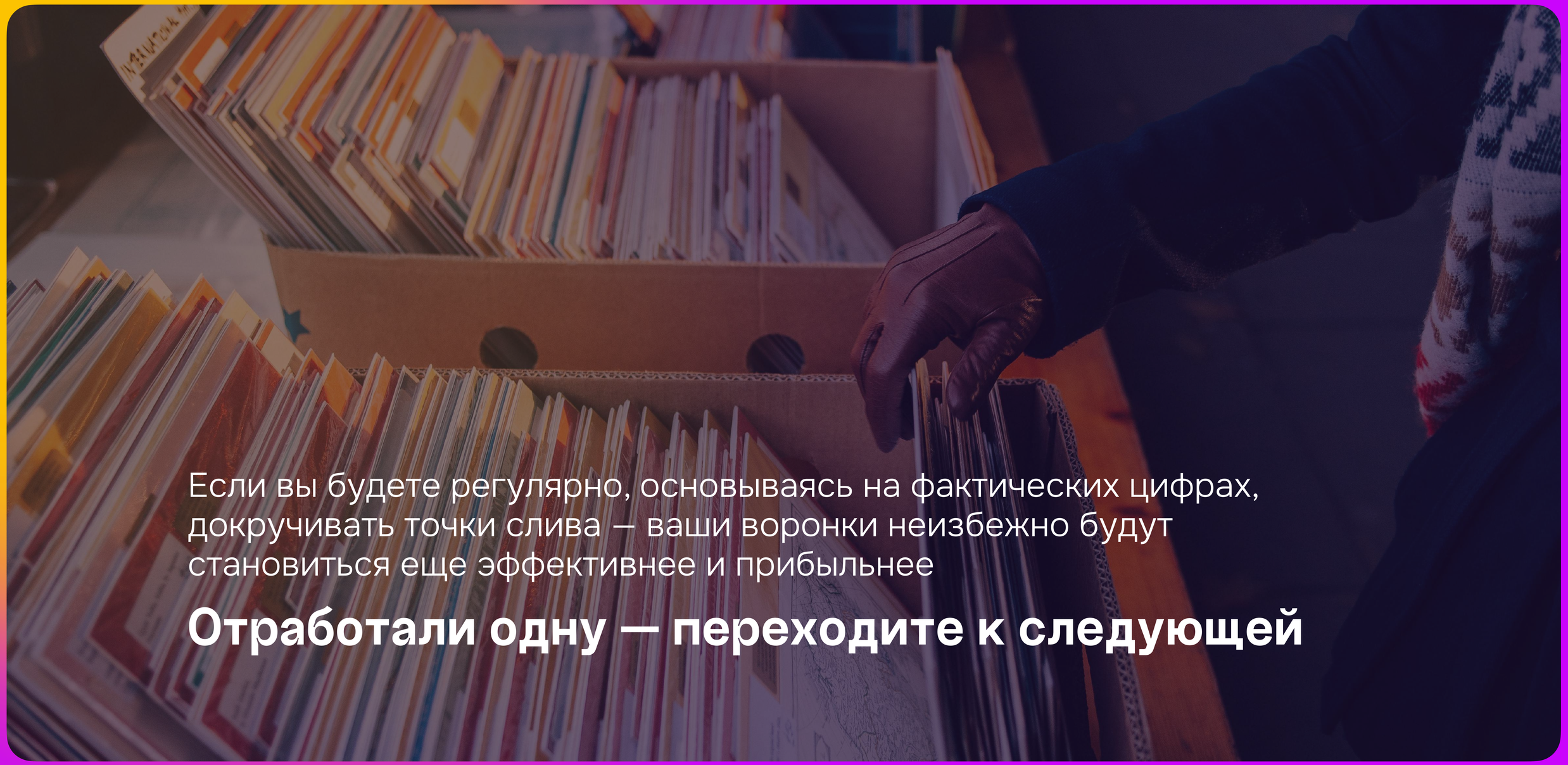
02. Посмотреть, как работают эти этапы у крупных школ

03. Посмотреть, что работало в этапах с самой высокой конверсией (точки силы)

04. Заказать консультацию у профильного специалиста

05. Спросить совета в GetCourse Club

GetROI



Если вы будете регулярно, основываясь на фактических цифрах, докручивать точки слива – ваши воронки неизбежно будут становиться еще эффективнее и прибыльнее

Отработали одну — переходите к следующей

GetROI

Окупаемость зависит от:

Управления рекламой (на основе сквозной аналитики) + **Воронок** (какой путь проходят лиды из рекламы) + **Долгосрочной работы с базой**

GetROI

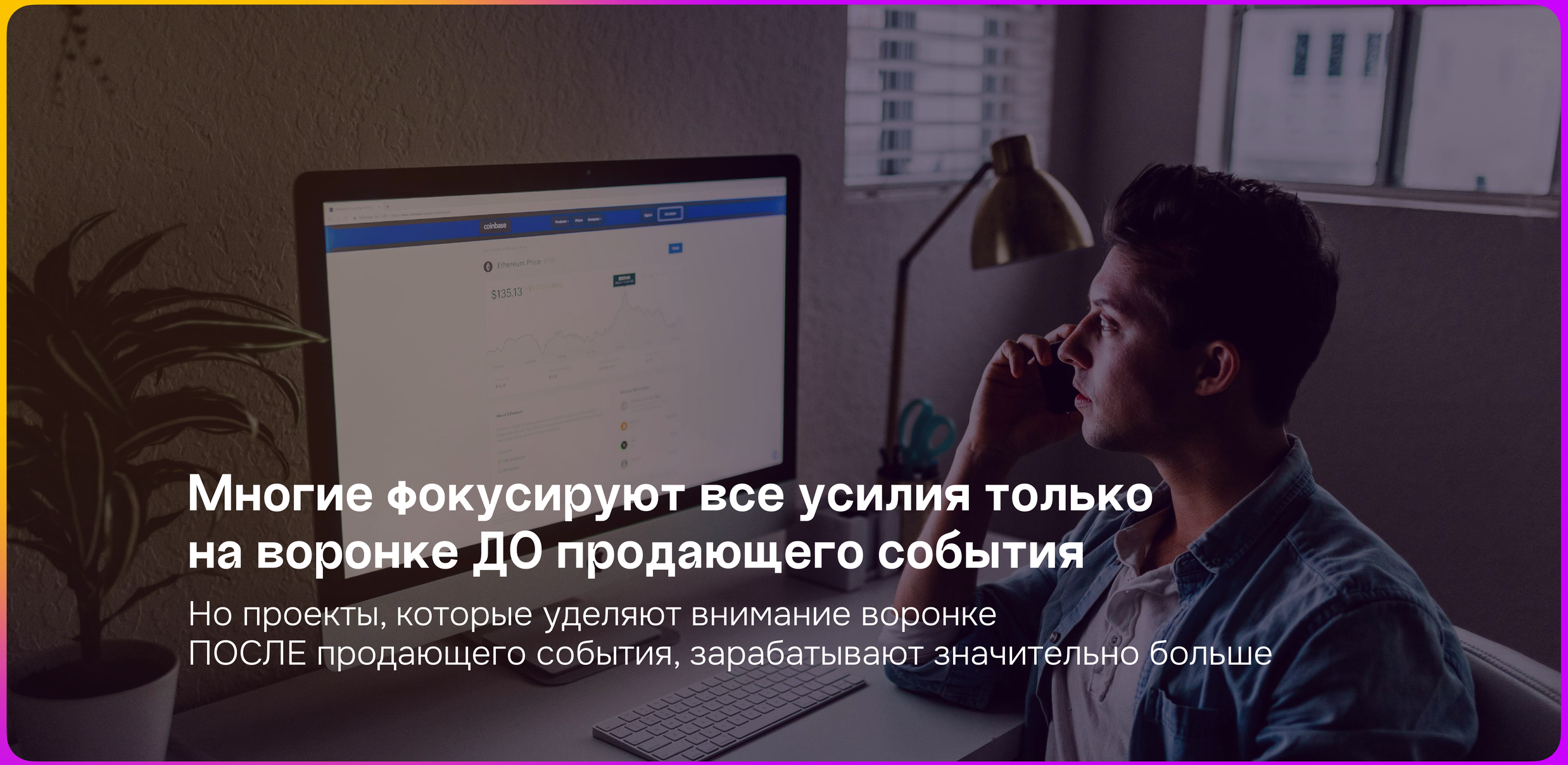
Любая воронка имеет начало (регистрация) и конец (покупка)

А что происходит дальше с теми,
кто зарегистрировался в вашу воронку?

GetROI

Большинство онлайн-школ забывают / перестают коммуницировать с людьми, которые заинтересовались темой их проекта

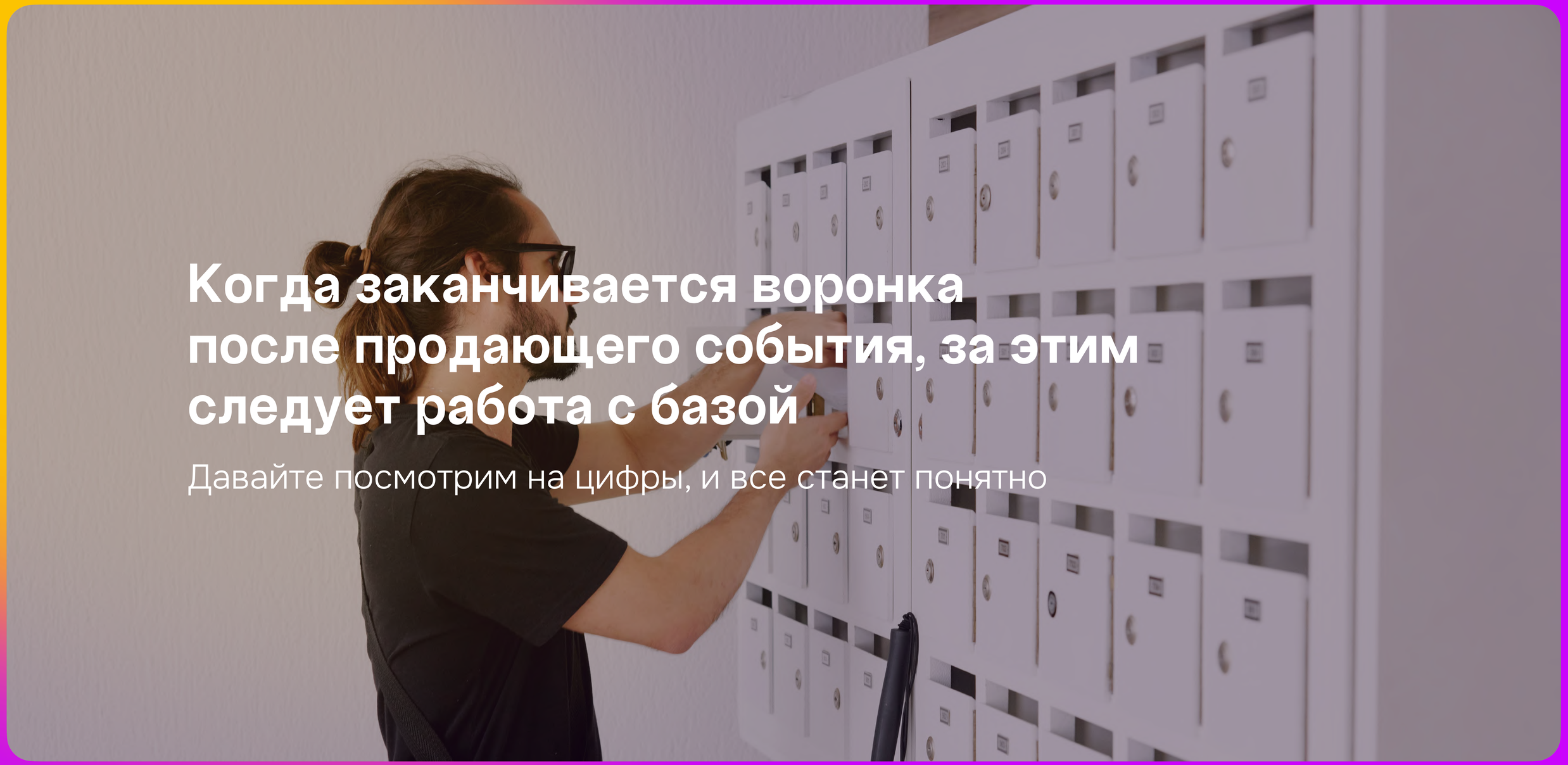
GetROI



Многие фокусируют все усилия только на воронке ДО продающего события

Но проекты, которые уделяют внимание воронке
ПОСЛЕ продающего события, зарабатывают значительно больше

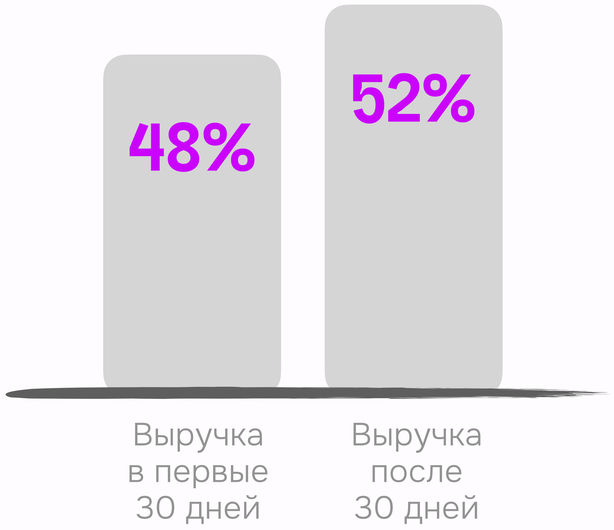
GetROI



Когда заканчивается воронка после продающего события, за этим следует работа с базой

Давайте посмотрим на цифры, и все станет понятно

GetROI



48% выручки приходит от клиентов, которые оплатили в первые 30 дней после попадания в базу

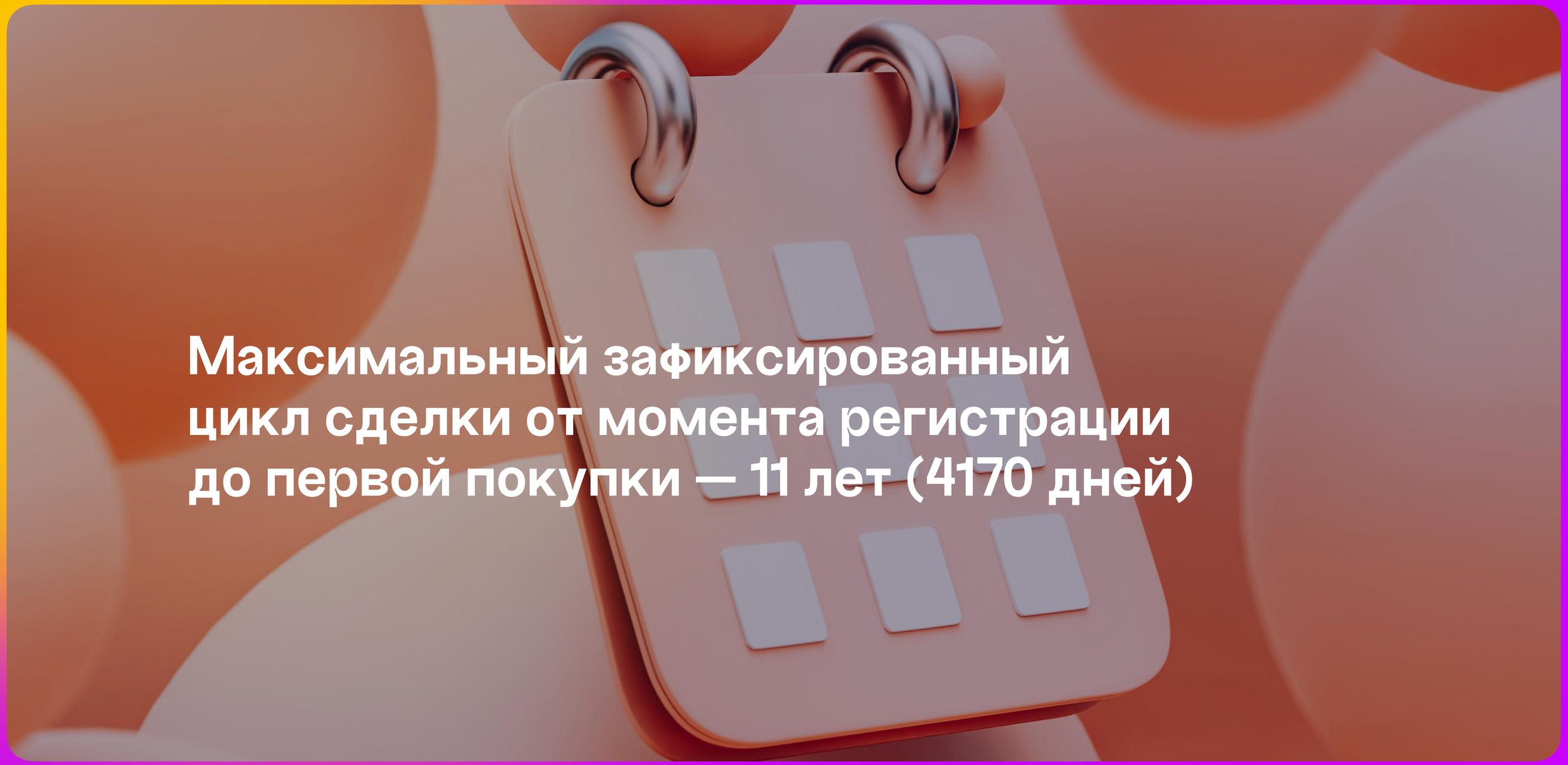
И 52% выручки приходит после 30 дней (с момента попадания в базу)

GetROI

Чтобы клиент принял решение о покупке, ему нужно время и регулярная коммуникация с вашим проектом

А это достигается за счет накопления базы
и работы с ней, а не только через воронки и запуски

GetROI



Максимальный зафиксированный цикл сделки от момента регистрации до первой покупки — 11 лет (4170 дней)

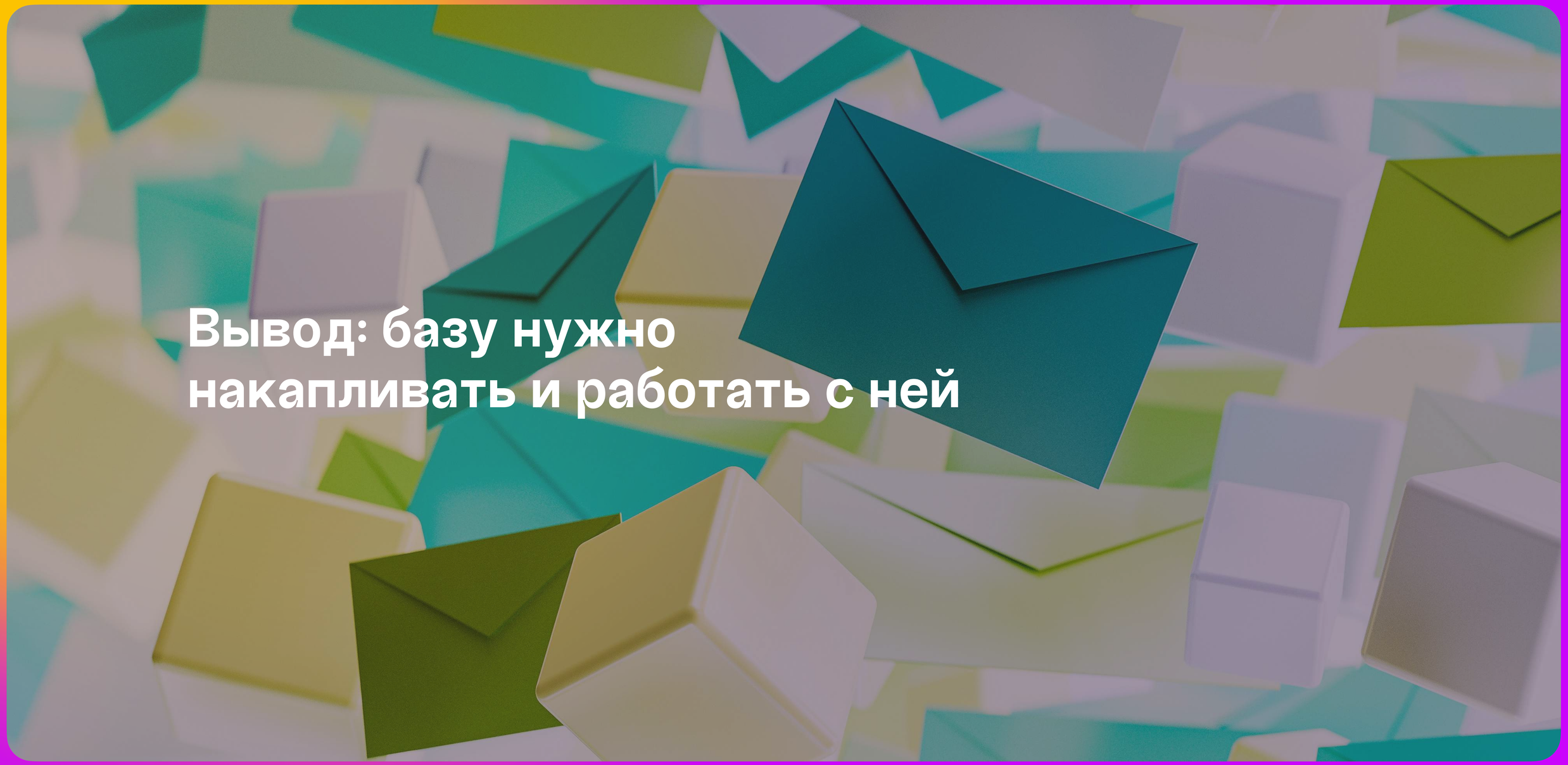
GetROI

Тариф	Размер базы средний	Общая выручка средняя	Платежи в первый же месяц регистрации	Платежи во второй месяц	Платежи в третий месяц или позже
Старт	288	39.5K	55%	11%	34%
Любитель	1.5K	176.3K	48%	11%	41%
Профессионал	3.5K	373.9K	43%	12%	45%
Эксперт	7.7K	789.5K	38%	12%	50%
Продюсер	13.4K	897K	38%	12%	50%
Гуру	22.1K	1.3M	36%	11%	53%
Полководец	38.3K	2M	33%	12%	55%
Бизнес	75.5K	2.9M	32%	11%	57%
VIP	152.9K	5.4M	31%	11%	58%
Tesla	251.6K	5.9M	29%	12%	59%

С ростом базы, растет и выручка школы

А также растет доля выручки
от тех клиентов, которые находятся
в базе 3 месяца и более

GetROI



Вывод: базу нужно накапливать и работать с ней

GetROI

Резюме урока:

- Окупаемость складывается из управления рекламой на основе сквозной аналитики, воронок с устраненными точками слива и долгосрочной работы с базой
- Благодаря пошаговому алгоритму, который включает в себя оцифровку конверсий по всем этапам воронки, вы можете найти свои точки слива и точки силы
- «Воронки в GetCourse» — удобный и простой инструмент для повышения эффективности ваших воронок
- Крупные школы выстраивают долгосрочную работу с базой и получают основную выручку именно через накопленную базу

GetROI

Напоминаем, что под этим уроком вас ждет дополнительное видео:

Как собрать аналитическую воронку в разделе Воронки на GetCourse (внутри него разбираем то, как легко собрать нужные показатели по имеющейся воронке)

GetROI

Задание к этому уроку:

01. Напишите инсайты в комментариях
02. Подключите модуль Воронки на GetCourse и соберите аналитическую воронку по инструкции из дополнительного видео
03. Вступите в чат GC Club и запросите обратную связь по своей воронке, ключевым цифрам и точкам слива
04. Найдите и устраните точки слива в своей воронке за счет исправления ошибок и внедрения новых гипотез

GetROI

В следующем уроке мы разберем
7 фишек при работе с рекламой, которые
влияют на ее эффективность