

IQS



IQScoring – Квалификация лидов (Lead Scoring)

Определим теплоту входящего клиента, уровень интереса и готовности потенциального клиента к покупке.

Измерим температуру ваших входящих заявок и определим наиболее эффективный канал привлечения.

Узнаем, и расскажем вам, какой рекламный канал приводит вам наиболее горячих клиентов, чтобы вы смогли перераспределить свой рекламный бюджет в пользу тех, кто действительно работает, и сэкономить на рекламе, отказаться от плохих и дорогих ключевых слов.

САМЫЕ ЧАСТЫЕ ПРОБЛЕМЫ В МАРКЕТИНГЕ:



- A ВЫСОКАЯ СТОИМОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТА
- B ЖАЛОБЫ ОТДЕЛА ПРОДАЖ НА КАЧЕСТВО ЗАЯВОК
- C ЗВОНКОВ МНОГО, А ПРОДАЖ НЕТ
- D СЛОЖНО ПОДОБРАТЬ ЭФФЕКТИВНЫЕ КЛЮЧЕВИКИ



ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ:

- 1 ПОДКЛЮЧАЕМСЯ К ВАШЕЙ СИСТЕМЕ КОЛТРЕКИНГА (напр., Calltouch)
- 2 ОПЕРАТОРЫ СЛУШАЮТ ЗВОНКИ
- 3 ОЦЕНИВАЮТ ТЕПЛОТУ КЛИЕНТОВ ПО НЕСКОЛЬКИМ КРИТЕРИЯМ



НАДОЕЛО ПЛАТИТЬ

ЗА ХОЛОДНЫЙ ТРАФИК?



ПОДКЛЮЧИТЕ
IQScoring!

ПРИМЕР:



Дата начала отчетного периода	01.04.2015
Дата конца отчетного периода	30.04.2015



Канал	Средняя эффективность звонка за		Оценено разговоров за отчетный период	Кол-во посещений	Кол-во целевых звонков за отчетный период	Конверсия	Кол-во нецелевых звонков за отчетный период	Конверсия	Кол-во вторичных звонков за отчетный период	Конверсия
	прошлый период	отчетный период								
yandex spc	56%	56%	331	25436	237	72%	89	27%	59	18%
google spc	60%	60%	201	21461	155	77%	44	22%	48	24%
Контекст, медийка	33%	33%	27		13	48%	14	52%	2	7%
Контекст, медийка, SEO	51%	51%	7		5	71%	2	29%	0	0%
vsenovostroyki.ru display	79%	79%	29	4615	24	83%	5	17%	0	0%
move.su display	61%	61%	18	2264	13	72%	4	22%	1	6%
mesto.ru display	50%	50%	12	2582	9	75%	3	25%	2	17%
yandex organic	58%	58%	55	7342	49	89%	6	11%	26	47%
rambler organic	48%	48%	4	89	4	100%	0	0%	3	75%
xmetra.ru display	85%	85%	9	1618	9	100%	0	0%	0	0%
google_doubleClick display	69%	69%	14	2617	11	79%	3	21%	2	14%
vk.com display	70%	70%	7	3319	6	86%	1	14%	0	0%
choister.ru display	50%	50%	4	998	3	75%	1	25%	1	25%
novostroy-m.ru display	57%	57%	7	1415	4	57%	3	43%	0	0%
google organic	51%	51%	42	3033	30	71%	11	26%	13	31%
cian.ru display	85%	85%	5	771	5	100%	0	0%	1	20%
realestate.ru display	47%	47%	7	420	4	57%	3	43%	0	0%
Итоговые показатели	59%	59%	779	77980	581	75%	189	24%	158	20%

Оценка качества рекламных каналов: слушаем звонки и оцениваем, из какого источника идет более горячий трафик, считаем все необходимые для аналитики конверсии.

За счет этого можно распределить бюджет на более эффективные каналы и зарабатывать больше. Для идентификации канала используется коллтрекинг-система Calltouch.

ПРИМЕР:



Канал	Звонок целевой?	Обращение за покупкой квартиры?	Клиент готов купить квартиру?	Клиент знает, что хочет, знает о предложениях застройщика?	Среднее	Всего прослушано разговоров
yandex спс	72%	52%	46%	51%	56%	331
google спс	77%	54%	52%	54%	60%	201
Контекст, медийка	48%	30%	30%	22%	33%	27
Контекст, медийка, SEO	71%	43%	43%	43%	51%	7
vsnovostroyki.ru display	83%	83%	72%	79%	79%	29
move.su display	72%	61%	56%	56%	61%	18
mesto.ru display	67%	58%	33%	42%	50%	12
yandex organic	91%	45%	42%	44%	58%	55
rambler organic	100%	25%	25%	25%	48%	4
xmetra.ru display	100%	100%	67%	78%	85%	9
google_doubleClick display	79%	64%	64%	64%	69%	14
vk.com display	86%	86%	57%	57%	70%	7
choister.ru display	75%	50%	50%	25%	50%	4
novostroy-m.ru display	57%	57%	57%	57%	57%	7
google organic	71%	48%	36%	45%	51%	42
cian.ru display	100%	100%	40%	100%	85%	5
realestate.ru display	57%	43%	43%	43%	47%	7

По каждому каналу формируется среднее значение эффективности.

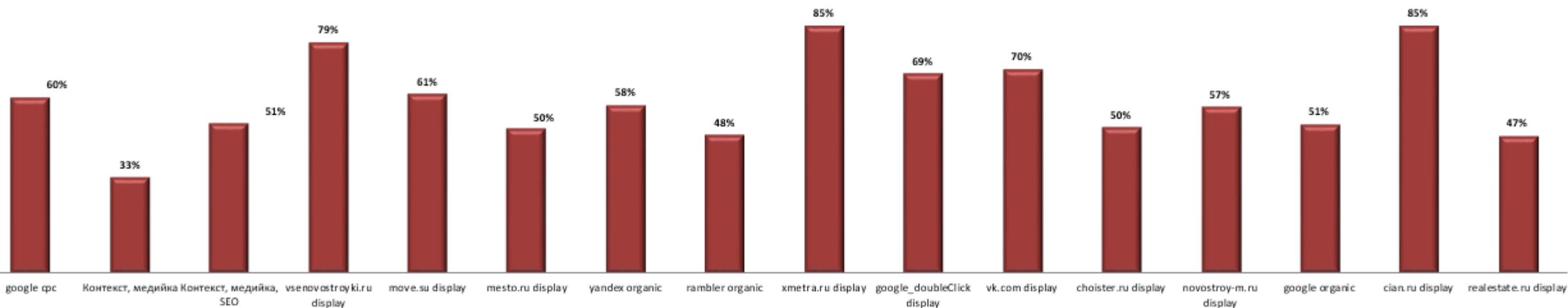
По такому же принципу можно оценить и звонки, пришедшие с определенных ключевых слов.

Особенно актуально для высококонкурентных запросов!

ПРИМЕР:

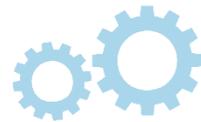


Теплота входящего звонка

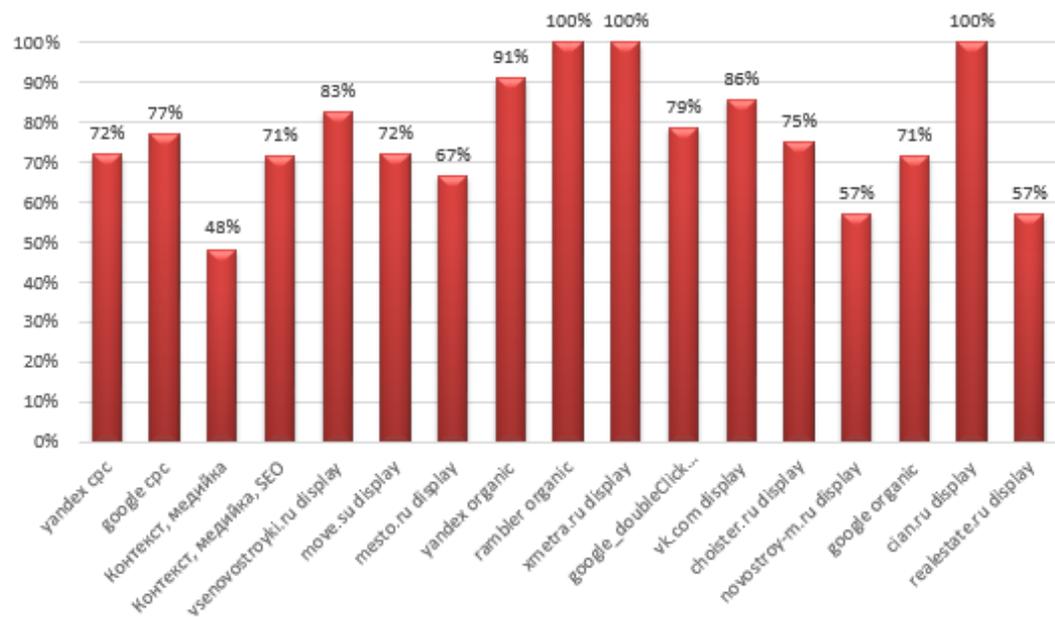


Очевидно, что некоторые каналы дают холодный трафик, и, перераспределив бюджет на те каналы, или ключевые слова, которые дают трафик, более готовый к покупке, продажи вырастут.

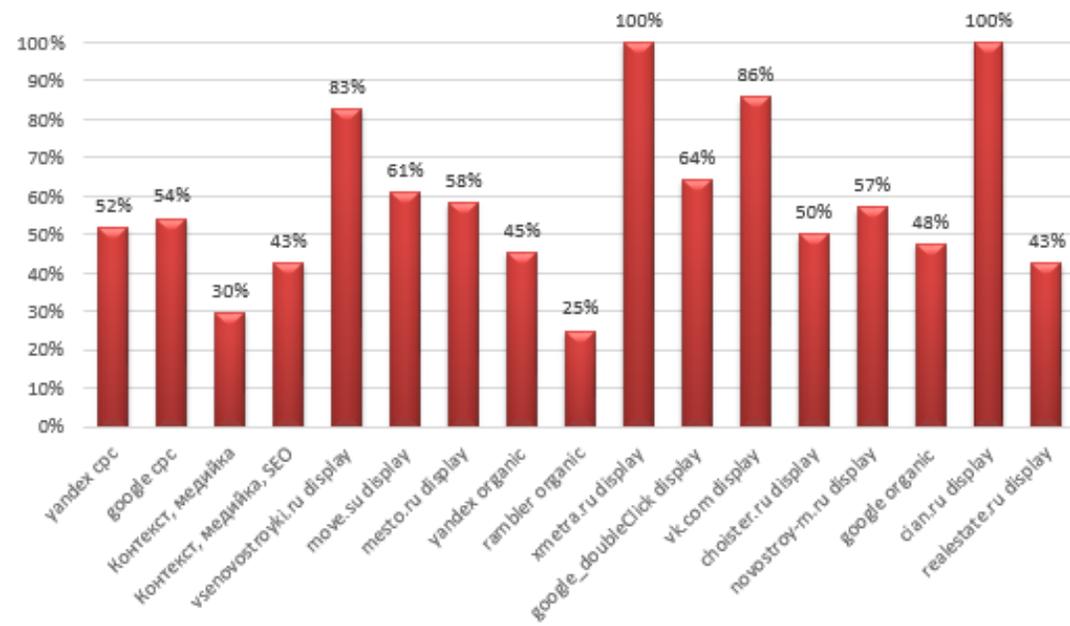
ПРИМЕР:



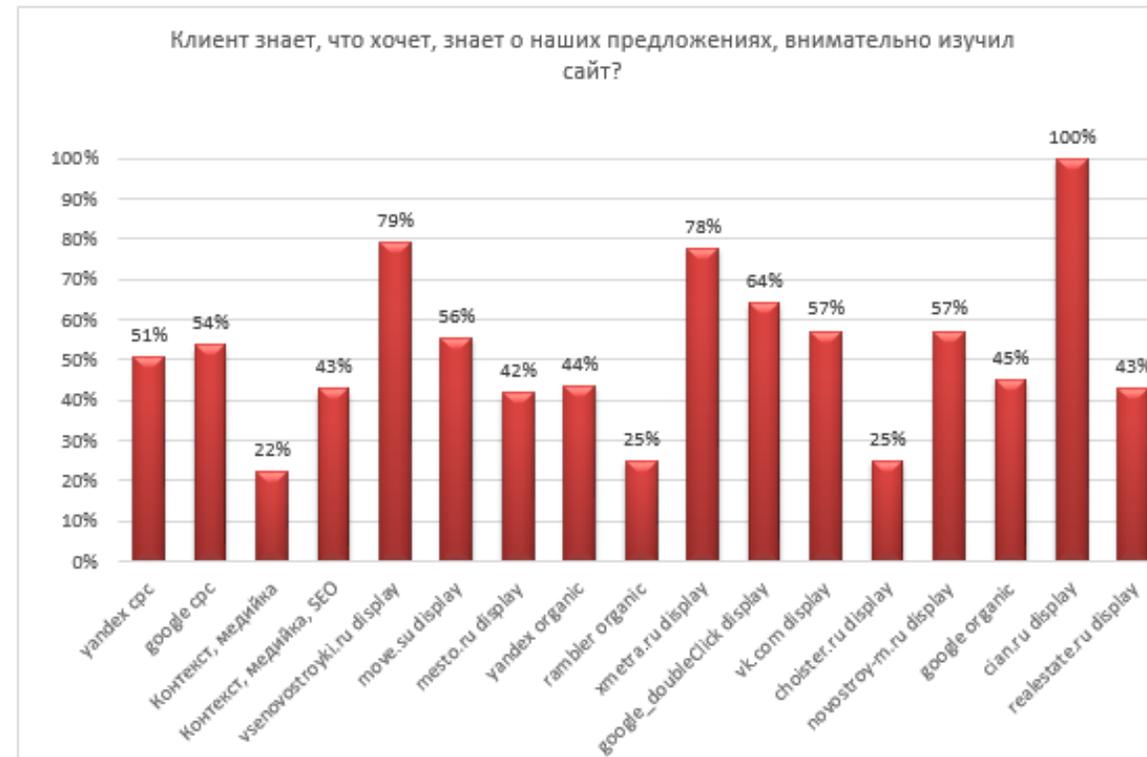
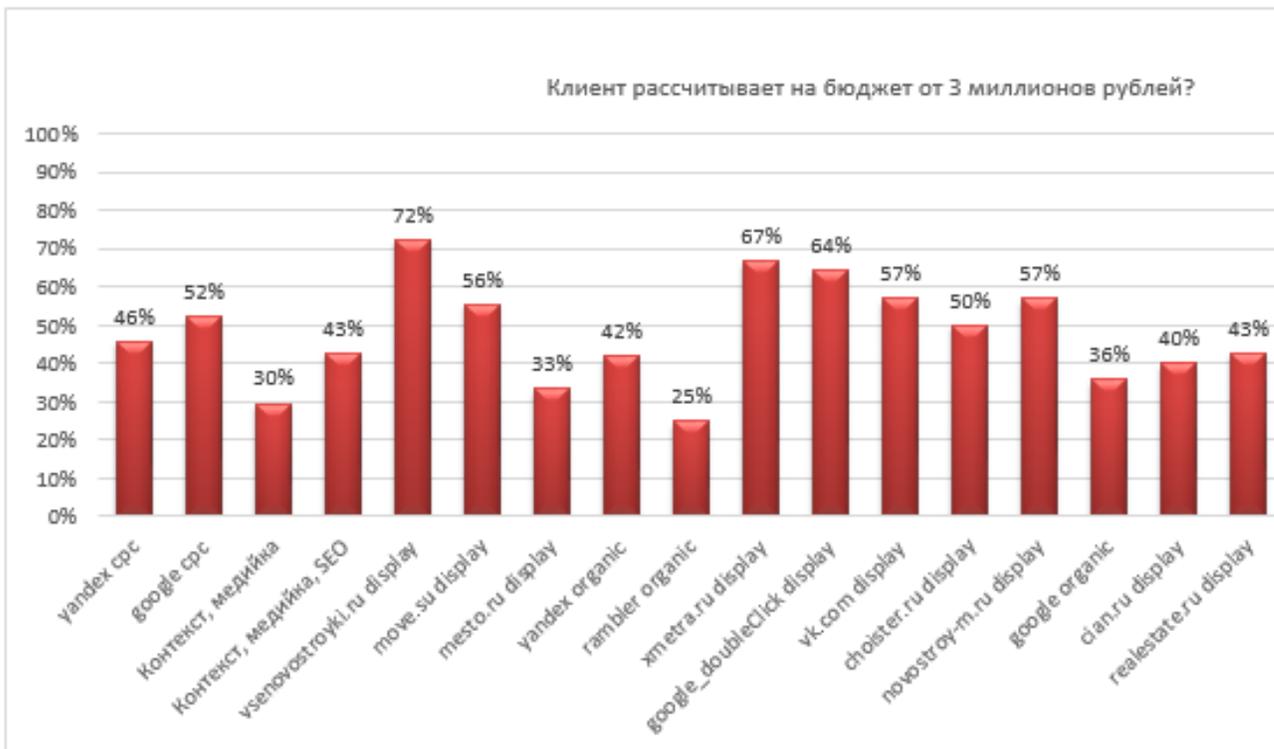
Звонок целевой? Клиент обратился по адресу?



Клиент хочет купить в ближайшие 2 недели?



ПРИМЕР:



На этом отчете видно, насколько каждый канал отвечает на один из вопросов для оценки теплоты входящего звонка.

По такому же принципу оцените высококонкурентные (дорогие) ключевые слова. Может быть, какие-то из них забирают денег больше, чем приносят!

В РЕЗУЛЬТАТЕ:



- 1 ВЫ ЗНАЕТЕ, КАКИЕ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА ПРИНОСЯТ ВАМ САМЫХ ГОРЯЧИХ КЛИЕНТОВ
- 2 РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ СОКРАЩАЮТСЯ
- 3 ПРОДАЖИ РАСТУТ

МЫ
РАБОТАЕМ
ПО ВСЕЙ
РОССИИ



ОПЕРАТОРЫ
ВО ВСЕХ
ЧАСОВЫХ
ПОЯСАХ

НАМ ДОВЕРЯЮТ:

autoCRM.



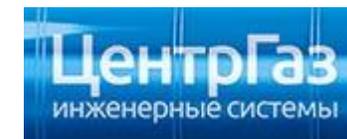
scriptology



CrossTime



Das Auto.



ЖИЛОЙ МИКРОРАЙОН В КРАСНОГОРСКЕ
ИЗУМРУДНЫЕ
ХОЛМЫ



СК-ГАЗ
КОМПАНИЯ



ЭТАЛОН-СИТИ

trafficisobar

Сделать первый шаг очень просто:



www.iqsqos.ru



+7 925 296 50 77



pta@iqsqos.ru



[tanya_primak1](https://t.me/tanya_primak1)



vk.com/iqsqos_public



facebook.com/iqsqos



[@IQSpPublic](https://twitter.com/IQSpPublic)



[lqs_public](https://www.instagram.com/lqs_public)

