

Оглавление

| | |
|--|------------|
| Предисловие ко второму изданию | 6 |
| Благодарности | 8 |
| Предисловие Михаила Зуева, сооснователя и члена совета директоров Корпорации РБС | 9 |
| Вступление | 11 |
| Глава 1. Этапы интернет-маркетинга | 15 |
| Глава 2. Этапы КРО | 23 |
| Как привлечь больше целевых посетителей на сайт за те же деньги? | 25 |
| Как получить больше клиентов при том же количестве посетителей сайта? | 39 |
| Чёткое позиционирование | 45 |
| Повышение удобства сайта (юзабилити) | 51 |
| Повышение доверия к сайту | 67 |
| Фишки | 77 |
| Сплит-тесты | 106 |
| Как понять посетителей вашего сайта | 117 |
| Как получить больше клиентов на всю жизнь? | 126 |
| Глава 3. Кейс Sunshine.co.uk – итоги | 135 |
| Основой успеха стало изучение клиентов компании | 138 |
| Ещё одним важным этапом в КРО сайта было повышение его юзабилити | 141 |

| | |
|--|------------|
| Была проведена работа по веб-аналитике..... | 142 |
| Все вносимые на страницы сайта изменения тестировались через программу сплит-тестирования | 143 |
| Что было изменено на сайте | 144 |
| Годовая выручка с сайта компании выросла на 14 млн фунтов стерлингов | 148 |
| Отличным источником роста стала контекстная реклама | 149 |
| Глава 4. Миниатюры интернет-маркетинга..... | 151 |
| Миниатюра 1. Как выбрать консультанта по повышению конверсии и как выстроить с ним работу | 153 |
| Миниатюра 2. Как подсчитать эффективность рекламной кампании в Интернете..... | 155 |
| Миниатюра 3. Как быстро повысить вашу прибыль от Интернета..... | 157 |
| Миниатюра 4. Как определить размер вашего рынка в Интернете..... | 159 |
| Миниатюра 5. Как быстро подсчитать, сколько денег вам потребуется для получения продаж из Интернета.... | 161 |
| Миниатюра 6. Как сэкономить на вашем интернет-маркетинге | 162 |
| Миниатюра 7. Рекомендованные к прочтению книги | 167 |
| Глава 5. Новые успехи, старые принципы | 169 |
| Заключение..... | 175 |