

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