



Как агентству больше зарабатывать,

продавая клиентам новые направления





Единая платформа для эффективного управления рекламой

Упрощаем запуск кампаний и работу с рекламой,
помогаем получить максимальный результат

[Попробовать бесплатно](#)



Яндекс

Google Ads

facebook



Instagram



Calltouch

[YAGLA]

TikTok

calltracking.ru



Есть проблема



Есть проблема

- Клиент не хочет увеличивать бюджет и подключать новые направления



Есть проблема

- Клиент не хочет увеличивать бюджет и подключать новые направления
- Ему нужна мотивация





Есть проблема

- Клиент не хочет увеличивать бюджет и подключать новые направления
- Ему нужна мотивация
- Вам нужны аргументы



Где взять аргументы?



**Чтобы продать клиенту,
нужно знать клиента**



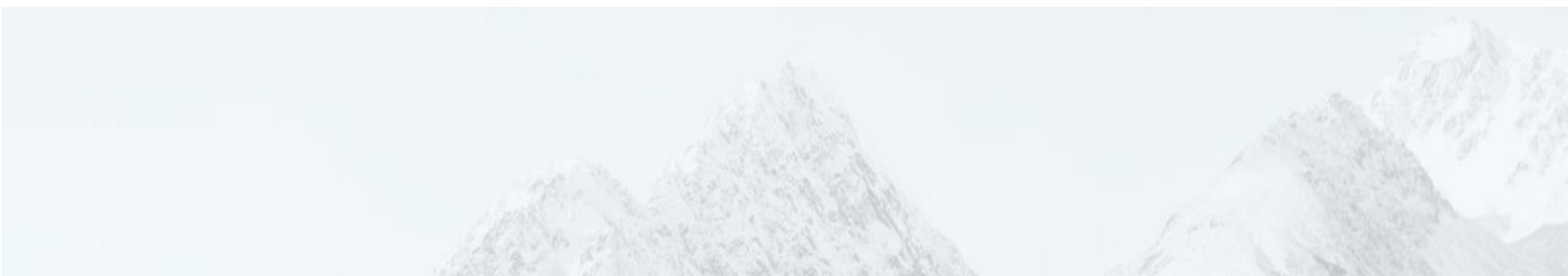
Где взять аргументы

- Потребности бизнеса клиента



Где взять аргументы

- Потребности бизнеса клиента
- Амбиции менеджера на стороне клиента





Как узнать боли и потребности

- Погрузиться в процессы на стороне клиента



Как узнать боли и потребности

- Погрузиться в процессы на стороне клиента
- Выстраивать дружеские отношения с менеджером на стороне клиента



Как узнать боли и потребности

- Погрузиться в процессы на стороне клиента
- Выстраивать дружеские отношения с менеджером на стороне клиента
- Задавать вопросы



Как подобрать клиенту оптимальный набор каналов



Клиент ≠ Объект рекламирования

- Мы не рекламируем бизнес клиента целиком.
Мы рекламируем конкретный продукт: услугу или товар



Клиент ≠ Объект рекламирования

- Мы не рекламируем бизнес клиента целиком.
Мы рекламируем конкретный продукт: услугу или товар
- Если у клиента несколько направлений бизнеса, мы можем предлагать разные решения для их продвижения



Что влияет на выбор инструмента

- Товары / услуги
- Есть спрос / нет спроса
- Локальный бизнес / без привязки к локации
- Уровень конкуренции
- Наличие бренда (известность)
- Вероятность спонтанной покупки
- B2B / B2C (объем аудитории)



Работа с Воронкой Спроса



- 3 Создание спроса на продукт
- 2 Есть признаки покупателя
- 1 Есть спрос на продукт
- 0 Знакомы с нами



Работа с Воронкой Спроса

- Планомерно тестируем выбранные инструменты





Работа с Воронкой Спроса

- Планомерно тестируем выбранные инструменты
- Оптимизируем то, что плохо работает
- Масштабируем то, что работает хорошо



Работа с Воронкой Спроса

- Планомерно тестируем выбранные инструменты
- Оптимизируем то, что плохо работает
- Масштабируем то, что работает хорошо
- Регулярно проверяем уровни воронки ниже



Работа с Воронкой Спроса

- Планомерно тестируем выбранные инструменты
- Оптимизируем то, что плохо работает
- Масштабируем то, что работает хорошо
- Регулярно проверяем уровни воронки ниже
- Поднимаемся по воронке вверх



Кейс eLama

Мебель



Фабрика мебели Happy Home

- Производят и продают мебель для детских
- Сайт: happyhome-mebel.ru
- [Детали кейса](#)



Уровень 0

- Брендовая поисковая реклама в Яндексе и Google
- Смарт-баннеры в Яндекс.Директе
- Торговые кампании в Google Ads



Уровень 1

- Категорийная поисковая реклама в Яндексе и Google
- Смарт-баннеры в Яндекс.Директе
- Категорийные кампании в РСЯ
- Торговые кампании в Google Ads



Что дальше

- Ретаргетинг посетителей сайта в соцсетях
- Динамическая реклама в Facebook Ads
- Контекстный таргетинг в myTarget и ВК
- Что ещё?



**Горячий спрос не всегда
дает лучший результат**



Как подготовить клиента к продаже



Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- Подробный разбор отчета и рекомендаций



Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- Подробный разбор отчета и рекомендаций
- Правильные вопросы



Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- Подробный разбор отчета и рекомендаций
- Правильные вопросы
- Презентация новых инструментов



Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- Подробный разбор отчета и рекомендаций
- Правильные вопросы
- Презентация новых инструментов
- Демонстрация результата



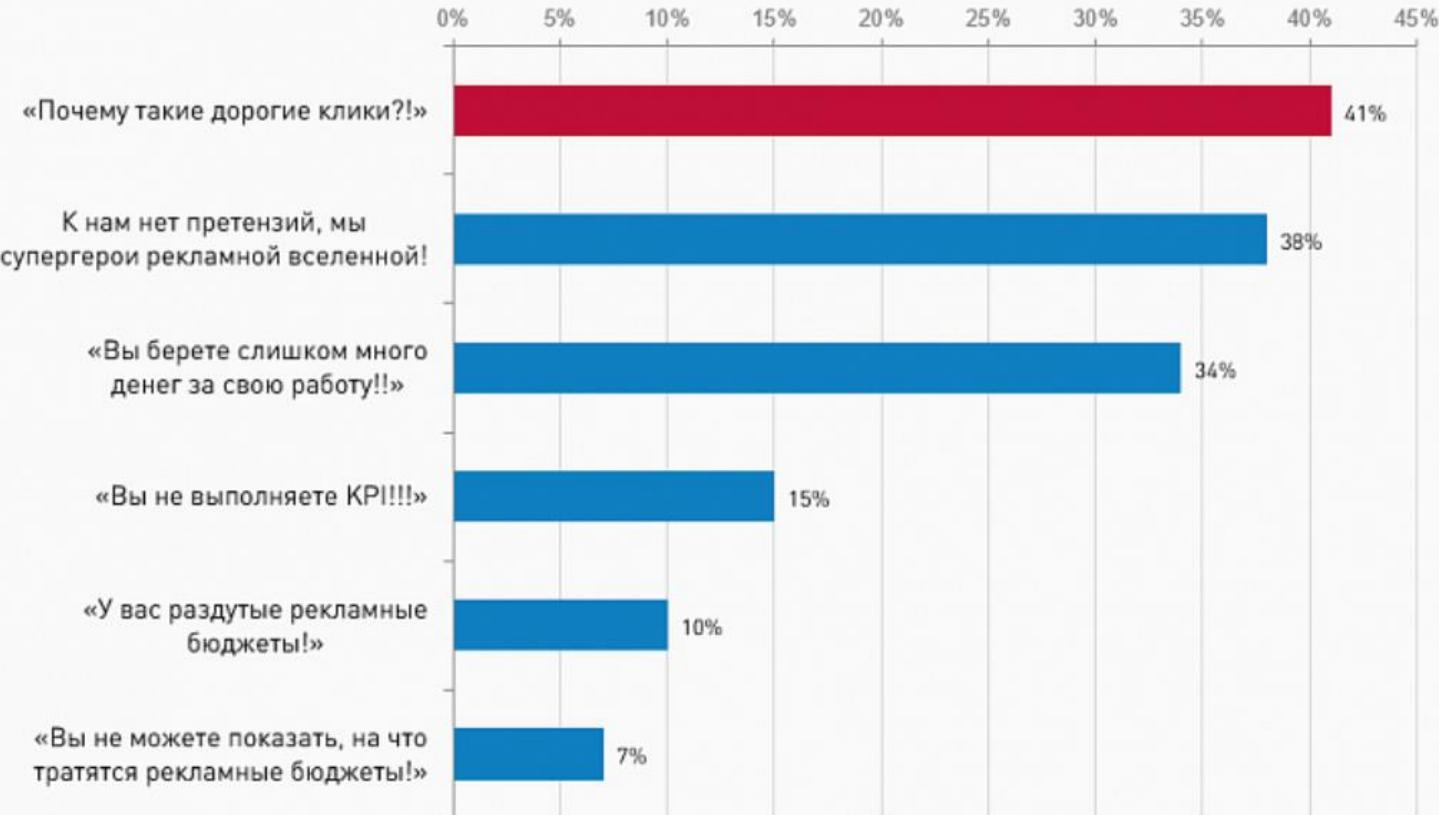
Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- Подробный разбор отчета и рекомендаций
- Правильные вопросы
- Презентация новых инструментов
- Демонстрация результата
- Обучение клиента

Разговор с представителями агентств и фрилансерами



Какие претензии от клиентов вы слышите чаще всего?



WORKSPACE Sostav

Исследование: [Рынок интернет-маркетинга в 2021 году](#)



Маркетинговая поддержка продаж



**«Никита Кравченко рассказывал
на вебинаре...»**



Маркетинговая поддержка

1. Кейсы





Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ



Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования



Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования
4. Вебинары



Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования
4. Вебинары
5. Митапы



Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования
4. Вебинары
5. Митапы
6. Конференции
7. ...



Экспертный контент нужно переупаковывать и распространять

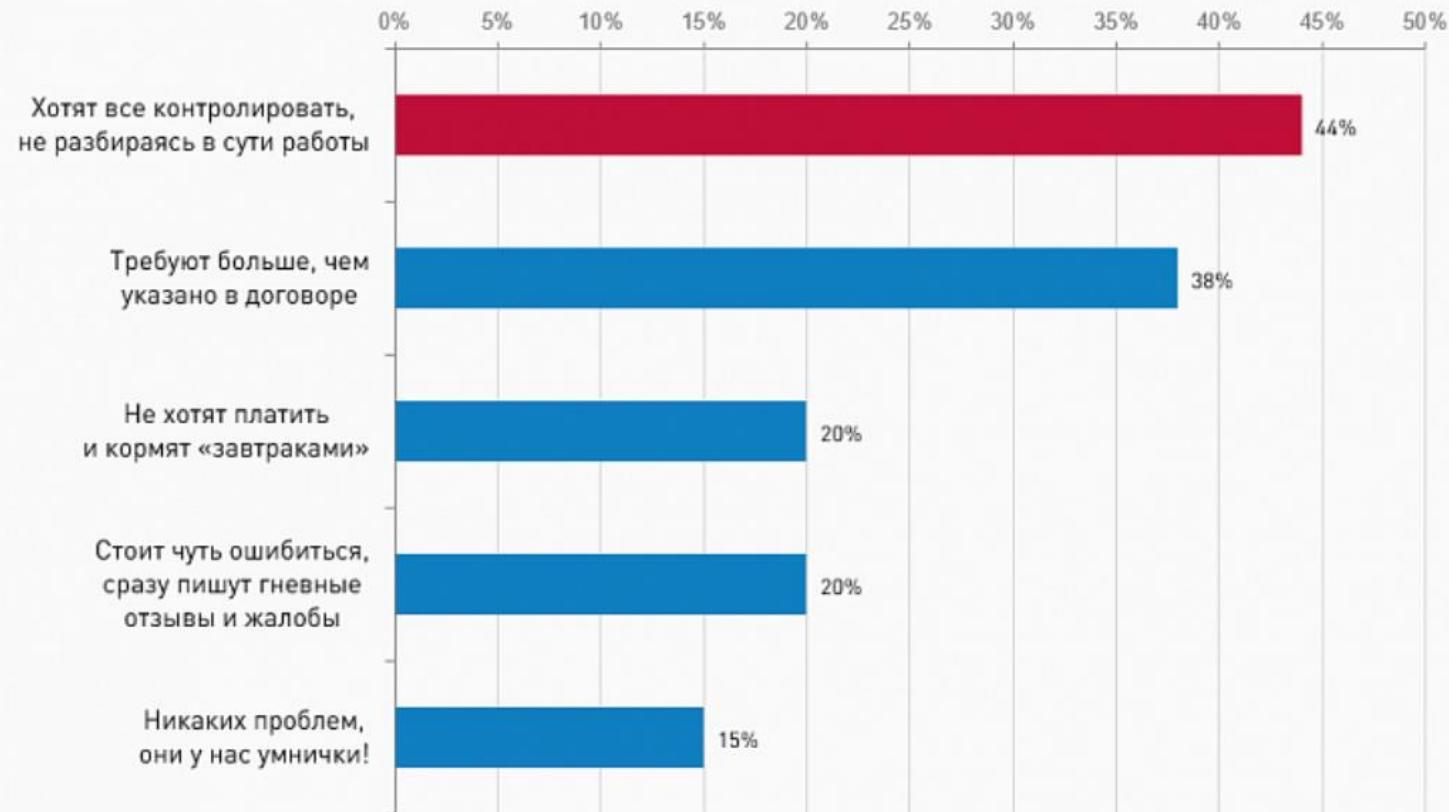
Кейс → Статья в СМИ → Статья в своем блоге → Вебинар → Запись на YouTube → Доклад на мероприятия → Прямой эфир в соцсетях → Лонгрид в соцсетях → Нарезка тезисов в виде карточек → Формирование email-цепочки с полезными советами → ...



Как не потерять клиента в погоне за увеличением оборота



Какие проблемы у вас возникают с клиентами?



WORKSPACE[®] Sostav

Исследование: [Рынок интернет-маркетинга в 2021 году](#)



Как не потерять клиента

- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно



Как не потерять клиента

- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно
- Учитывайте отношения и уровень доверия





Как не потерять клиента

- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно
- Учитывайте отношения и уровень доверия
- Если не уверены, продайте тест на небольшом бюджете





Как не потерять клиента

- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно
- Учитывайте отношения и уровень доверия
- Если не уверены, продайте тест на небольшом бюджете
- Клиент должен понимать, кто сделал ему результат





**Клиент должен понимать, что это
именно вы сделали ему результат**



Бонусы от eLama



Используйте возможности eLama для развития бизнеса

И получайте агентское вознаграждение в размере до 10%
от рекламных оборотов клиентов

[Зарегистрироваться](#)



Директ

Google Ads

facebook



Instagram

Calltouch

Programmatic

elama.ru/partners



Для всех, кто присоединится к партнерской программе с 1 августа по 30 сентября 2021 года, агентское вознаграждение **по максимальной шкале**

В августе и сентябре вне зависимости от оборотов

Суммарный оборот клиентов, руб. в месяц (без НДС):	Вы получаете	Яндекс Директ	Google Ads	Facebook	Vkontakte	Музыкальный Портал	TikTok	Avito	Programmatic	Другие
для всех новых партнеров в августе и сентябре	до 9,5%	8%	5%	до 10%	до 10%	8%	8%	10%	10%	8%
от 30 000 до 99 999	до 7,5%	4%	3%	до 8%	до 8%	5%	5%	4%	4%	5%
от 100 000 до 199 999	до 7,5%	5%	3%	до 9%	до 9%	6%	6%	5%	5%	6%
от 200 000 до 499 999	до 8,5%	6%	4%	до 10%	до 10%	7%	7%	7%	7%	7%
от 500 000 до 999 999	до 8,5%	7%	4%	до 10%	до 10%	8%	8%	8%	8%	8%
от 1 000 000 до 2 999 999	до 9%	8%	5%	до 10%	до 10%	8%	8%	9%	8%	8%
от 3 000 000	до 9,5%	8%	5%	до 10%	до 10%	8%	8%	10%	10%	8%

try.elama.ru/new_partners_promo



Акция для текущих партнеров eLama

Добавьте новую рекламную систему в eLama и получите по ней **максимальное вознаграждение** в августе и сентябре

Для партнеров с оборотом более 3 000 000 рублей в месяц **плюс 1%** к вознаграждению

Новой считается система, по которой ни у одного из клиентов агентства не было оборотов после 1 января 2021 года.
Рекламная система Google Ads не участвует в акции.
По Facebook Ads акция действует только на рублевые аккаунты.

try.elama.ru/partners_action



Спасибо!

- vk.com/elama
- facebook.com/nik.kravchenko

