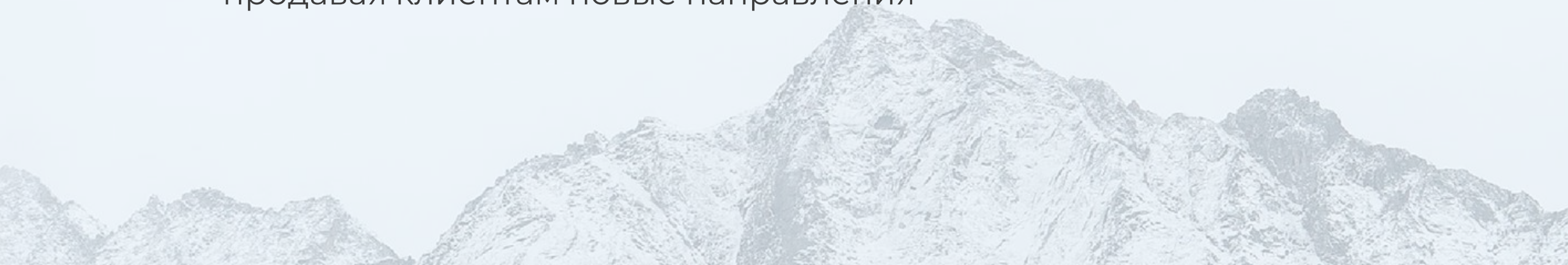




# Как агентству больше зарабатывать,

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

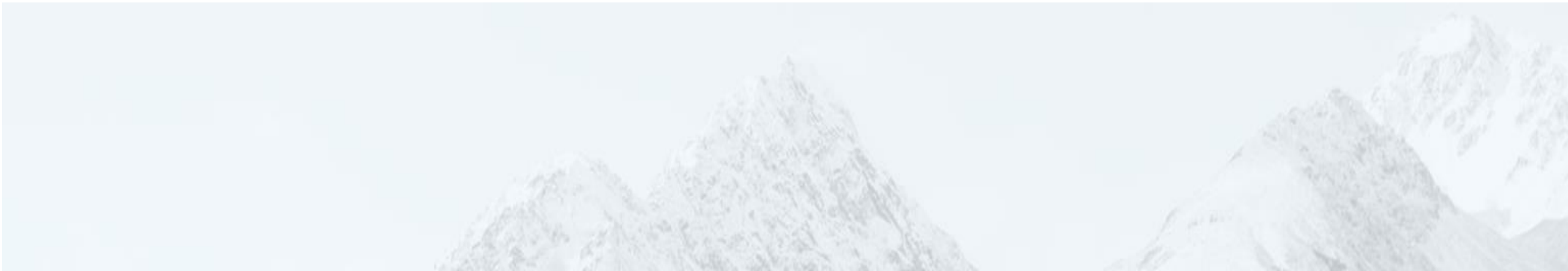


# Есть проблема



# Есть проблема

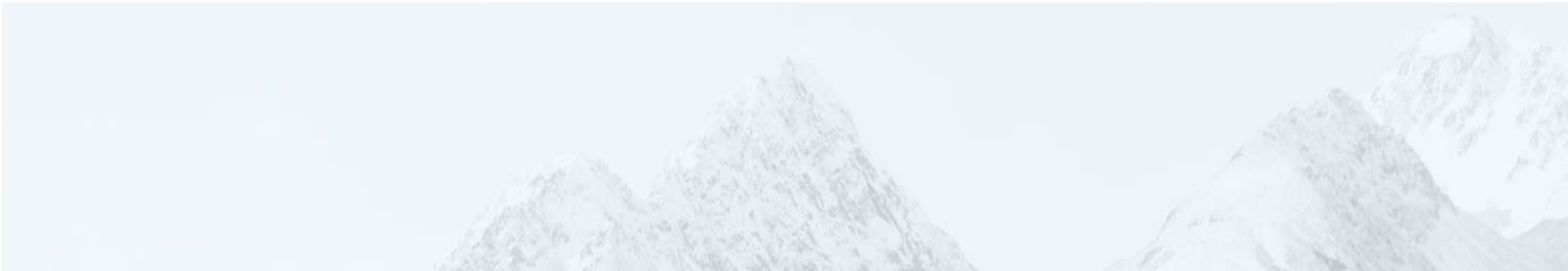
- Клиент не хочет увеличивать бюджет и подключать новые направления





# 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?**



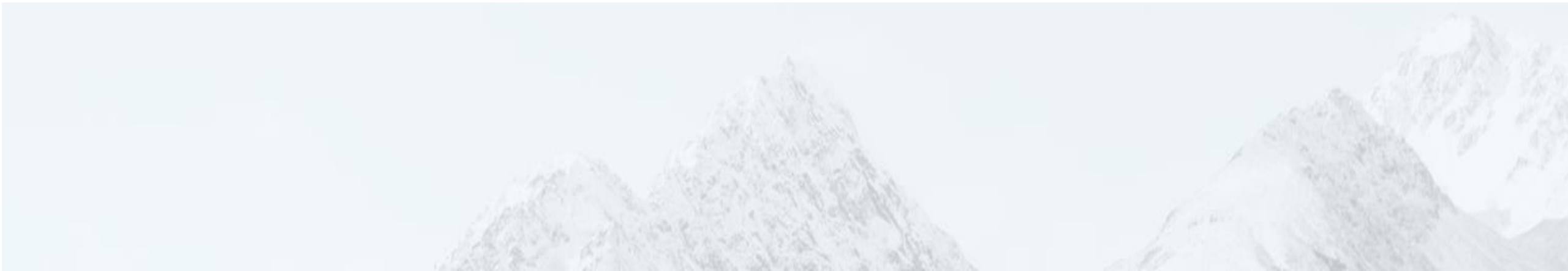
**Чтобы продать клиенту,  
нужно знать клиента**





# Где взять аргументы

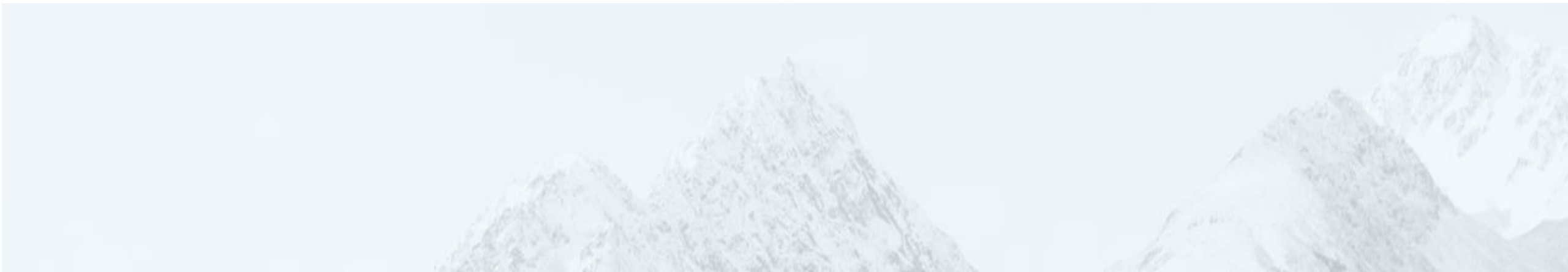
- Потребности бизнеса клиента





# Где взять аргументы

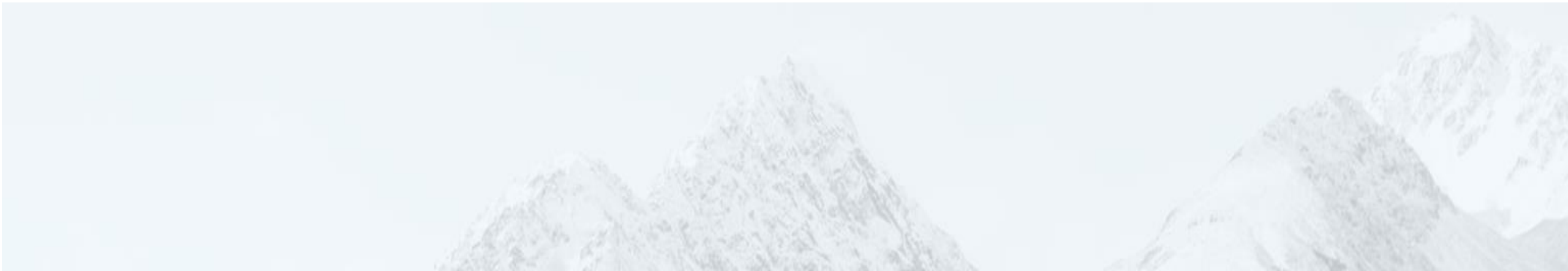
- Потребности бизнеса клиента
- Амбиции менеджера на стороне клиента





# Как узнать боли и потребности

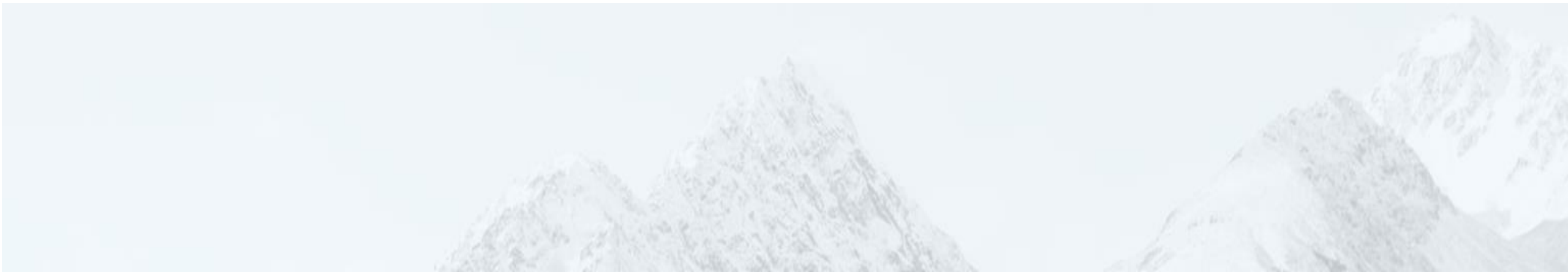
- Погрузиться в процессы на стороне клиента





# Как узнать боли и потребности

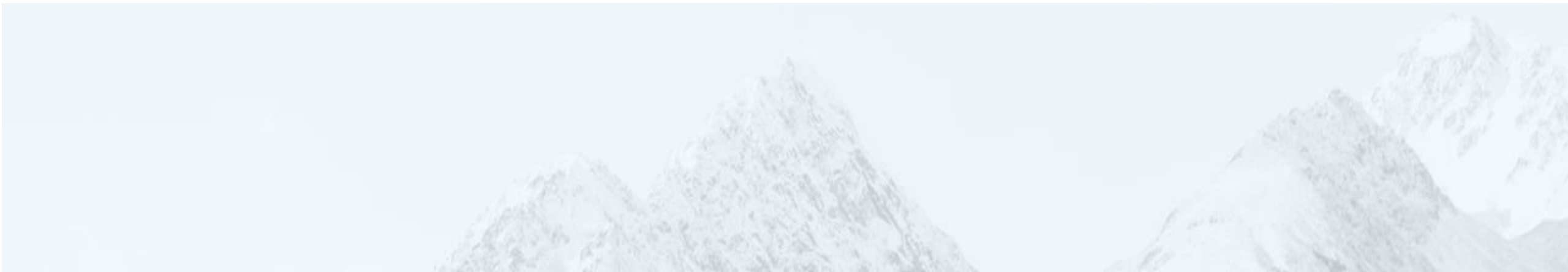
- Погрузиться в процессы на стороне клиента
- Выстраивать дружеские отношения с менеджером на стороне клиента





# Как узнать боли и потребности

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



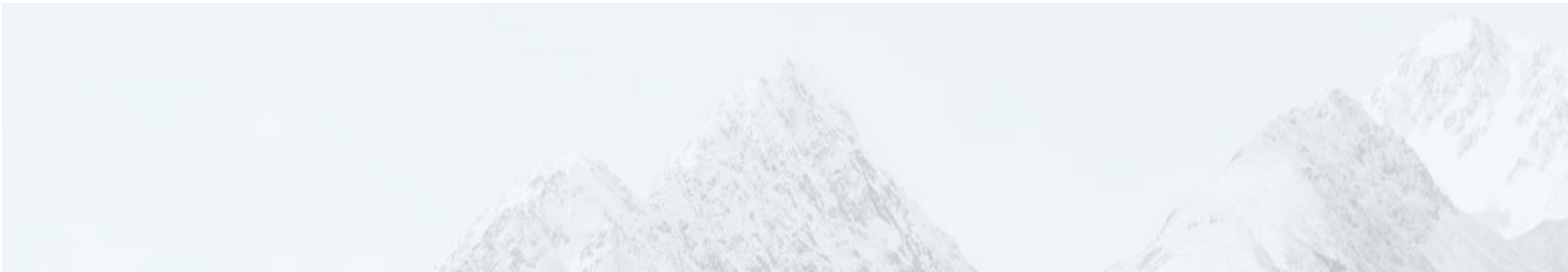


# **Как подобрать клиенту оптимальный набор каналов**



# Клиент ≠ Объект рекламирования

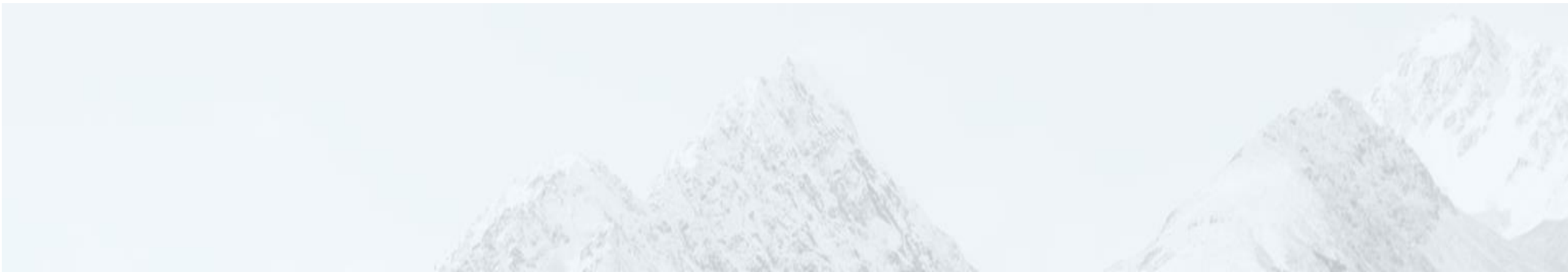
- Мы не рекламируем бизнес клиента целиком.  
Мы рекламируем конкретный продукт: услугу или товар





# 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

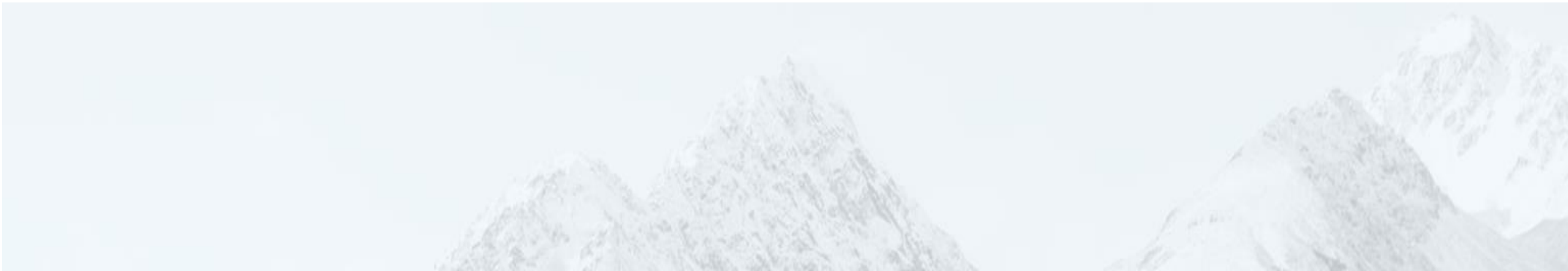
0

Знакомы с нами



# Работа с Воронкой Спроса

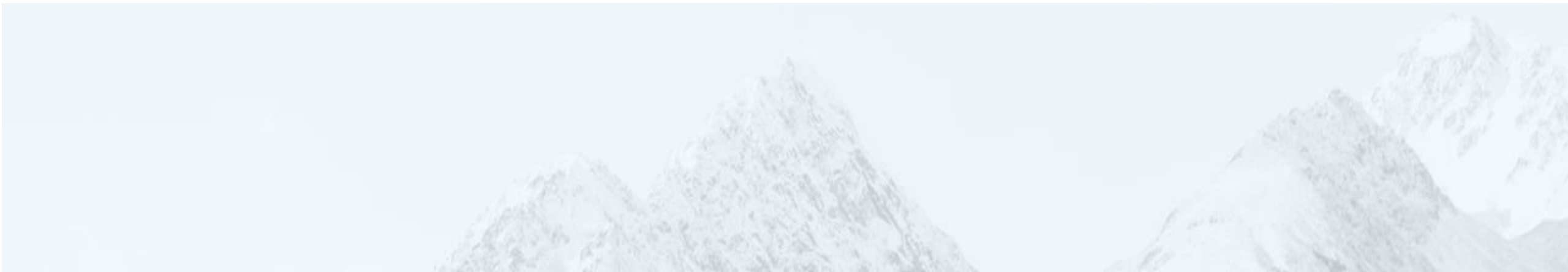
- Планомерно тестируем выбранные инструменты





# Работа с Воронкой Спроса

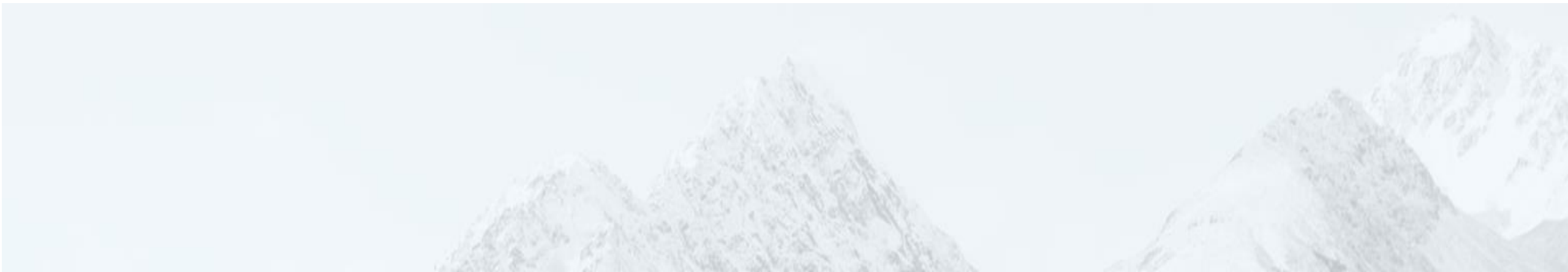
- Планомерно тестируем выбранные инструменты
- Оптимизируем то, что плохо работает
- Масштабируем то, что работает хорошо





# Работа с Воронкой Спроса

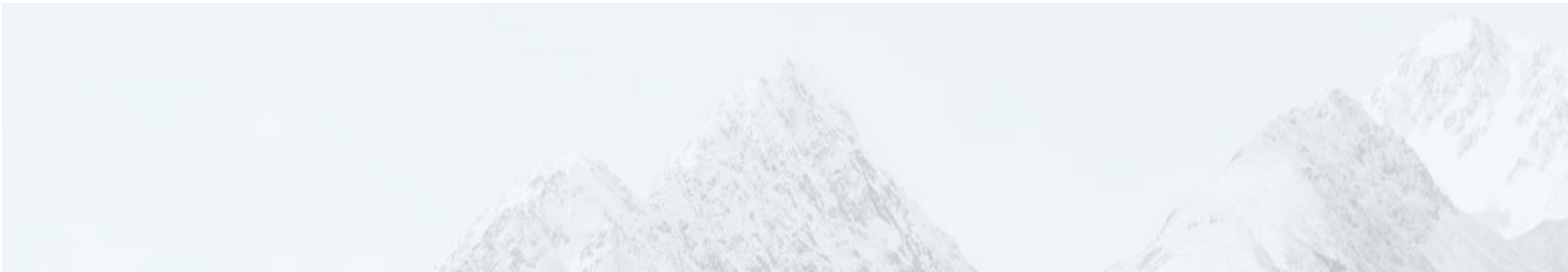
- Планомерно тестируем выбранные инструменты
- Оптимизируем то, что плохо работает
- Масштабируем то, что работает хорошо
- Регулярно проверяем уровни воронки ниже





# 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

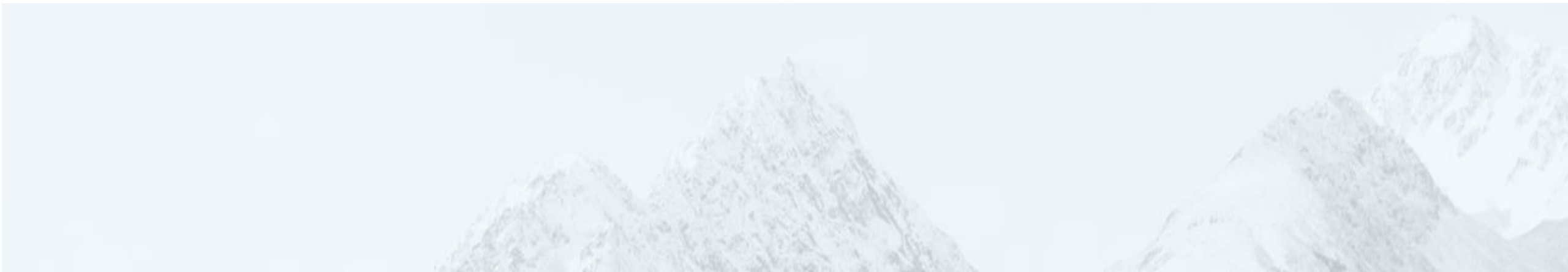
- Производят и продают мебель для детских
- Сайт: [happyhome-mebel.ru](http://happyhome-mebel.ru)
- [Детали кейса](#)





# Уровень 0

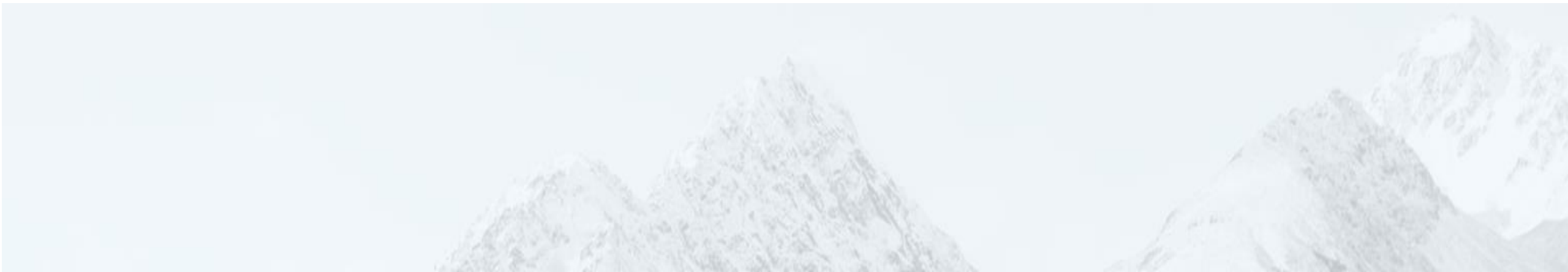
- Брендовая поисковая реклама в Яндексe и Google
- Смарт-баннеры в Яндекс.Директе
- Торговые кампании в Google Ads





# Уровень 1

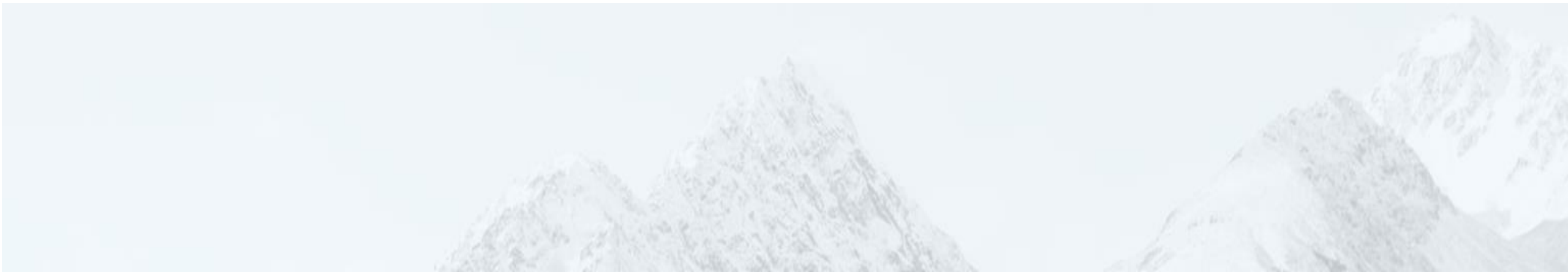
- Категорийная поисковая реклама в Яндексe и Google
- Смарт-баннеры в Яндекс.Директе
- Категорийные кампании в РСЯ
- Торговые кампании в Google Ads






# Что дальше

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





**Горячий спрос не всегда  
дает лучший результат**

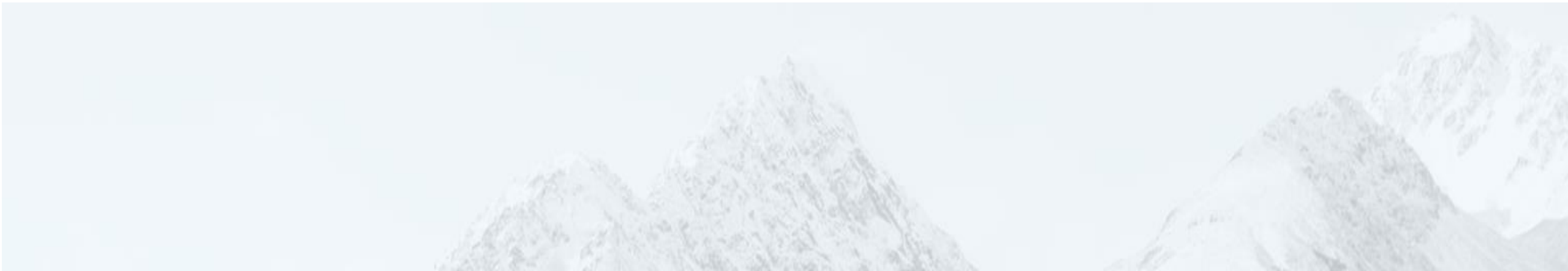


# **Как подготовить клиента к продаже**



# Как сделать, чтобы клиент сам захотел

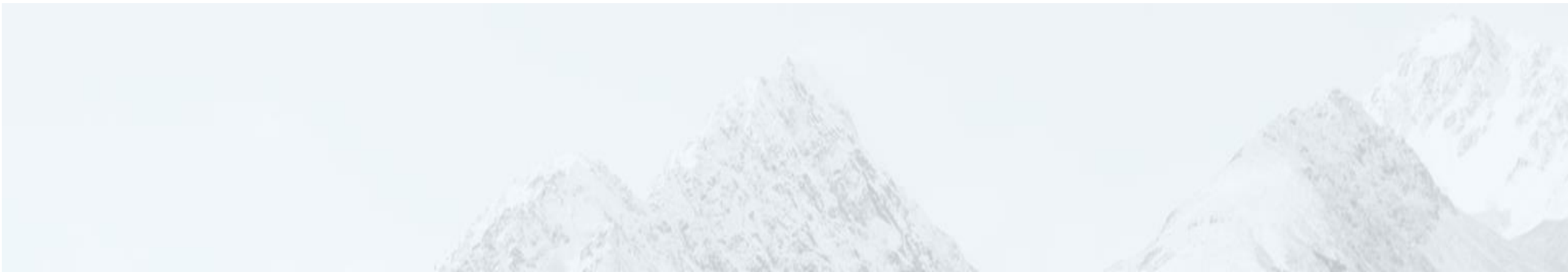
- Подробный разбор отчета и рекомендаций





# Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- Подробный разбор отчета и рекомендаций
- Правильные вопросы







# Как сделать, чтобы клиент сам захотел

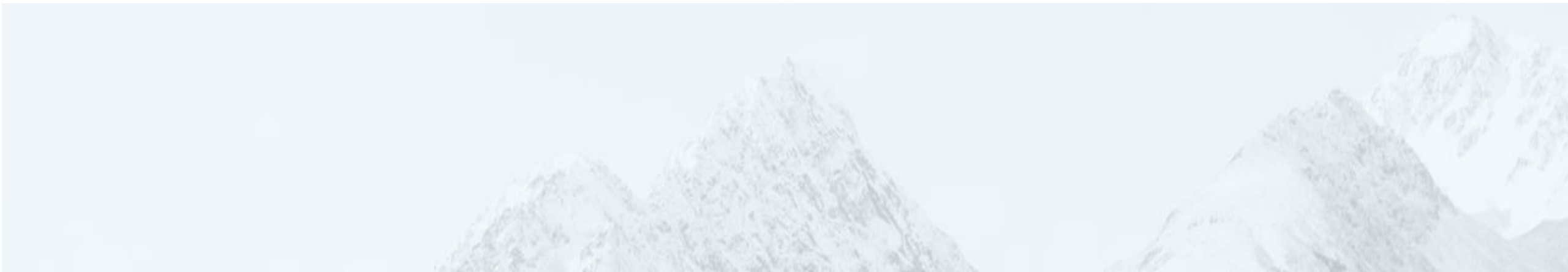
- Подробный разбор отчета и рекомендаций
- Правильные вопросы
- Презентация новых инструментов





# Как сделать, чтобы клиент сам захотел

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





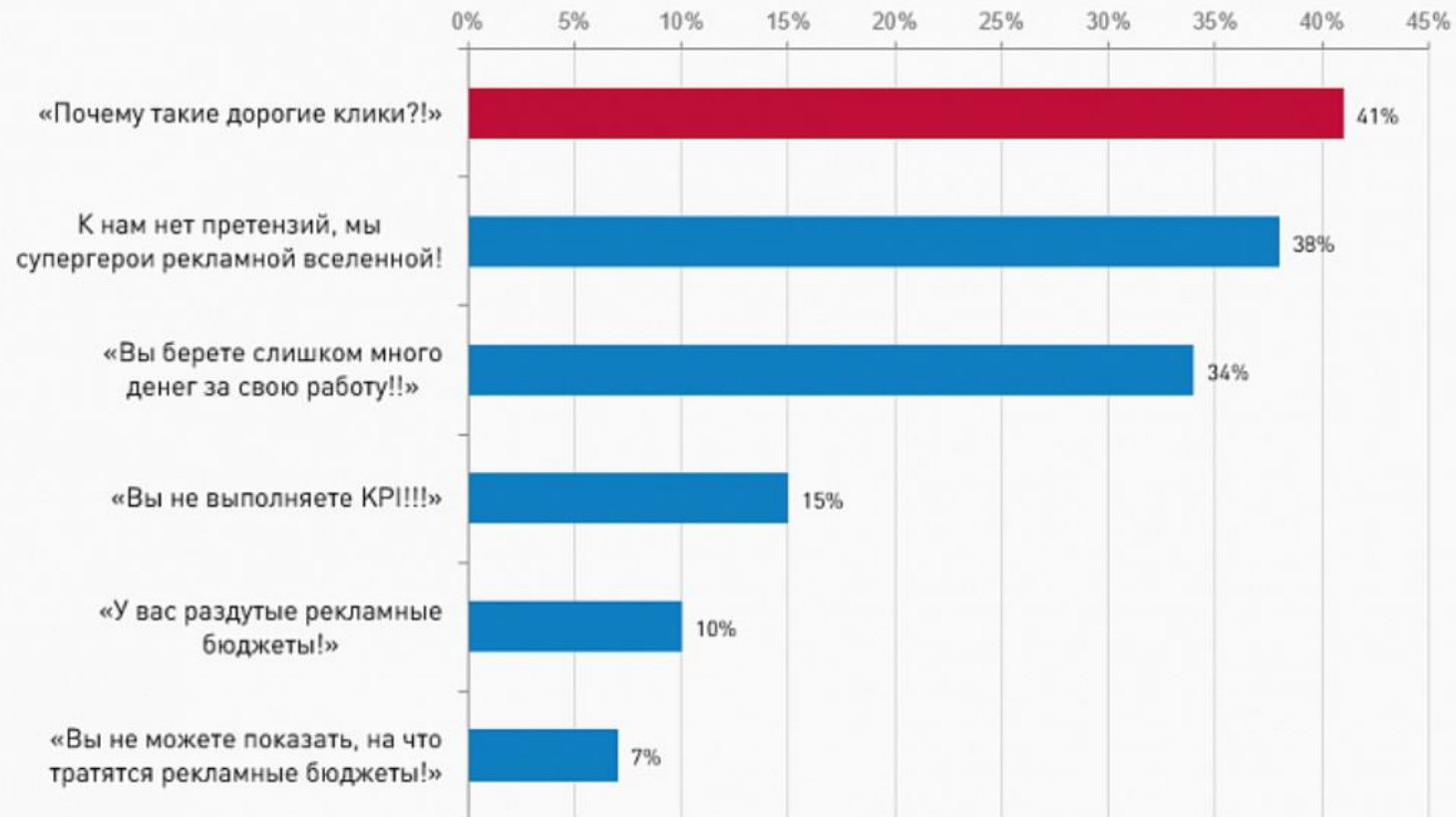
# Как сделать, чтобы клиент сам захотел

- 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**

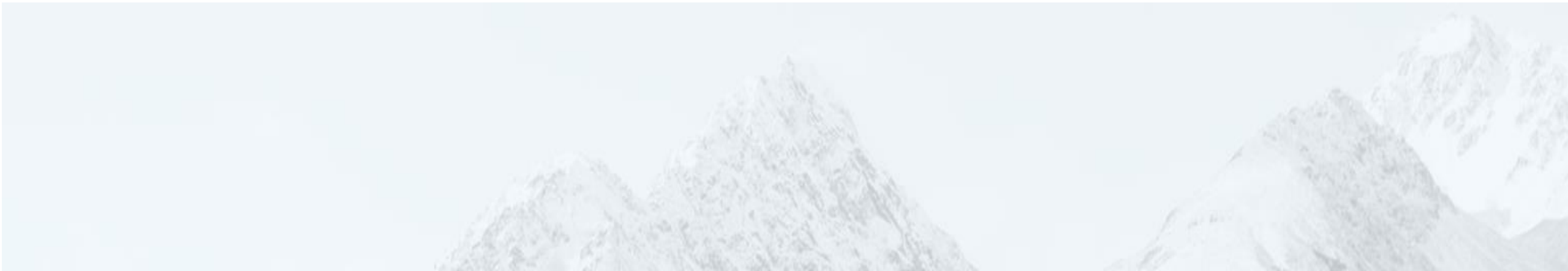


**«Никита Кравченко рассказывал  
на вебинаре...»**



# Маркетинговая поддержка

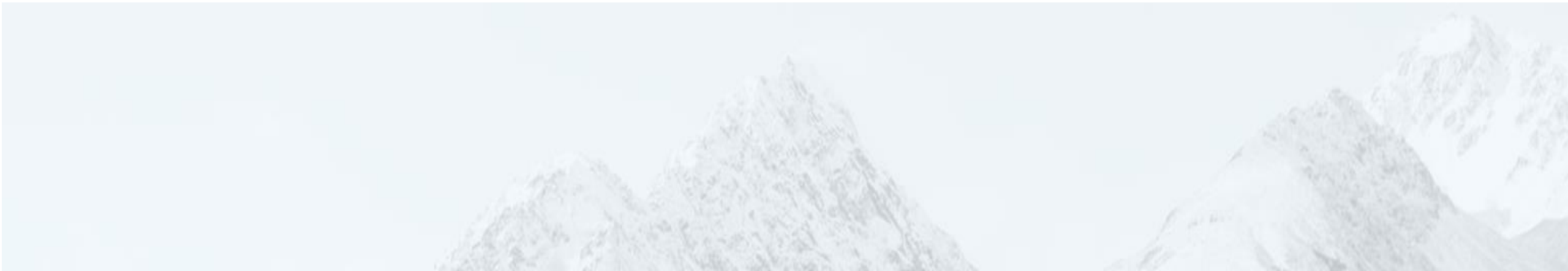
## 1. Кейсы





# Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ

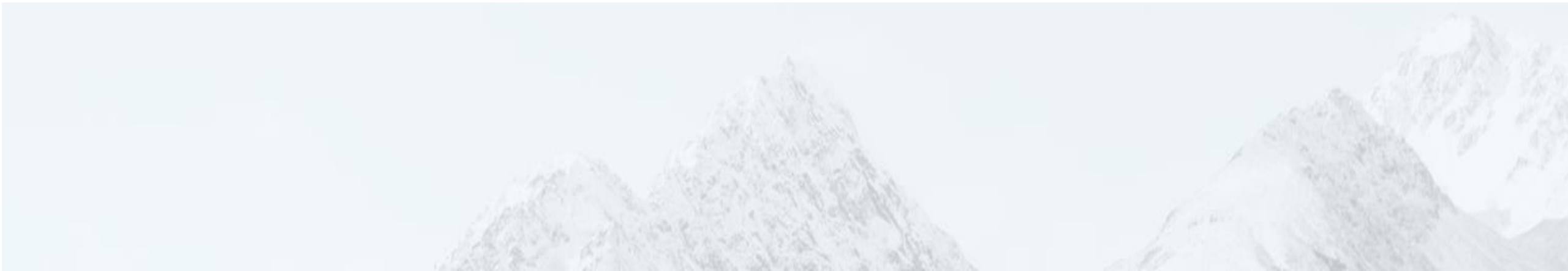






# Маркетинговая поддержка

1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования





# Маркетинговая поддержка

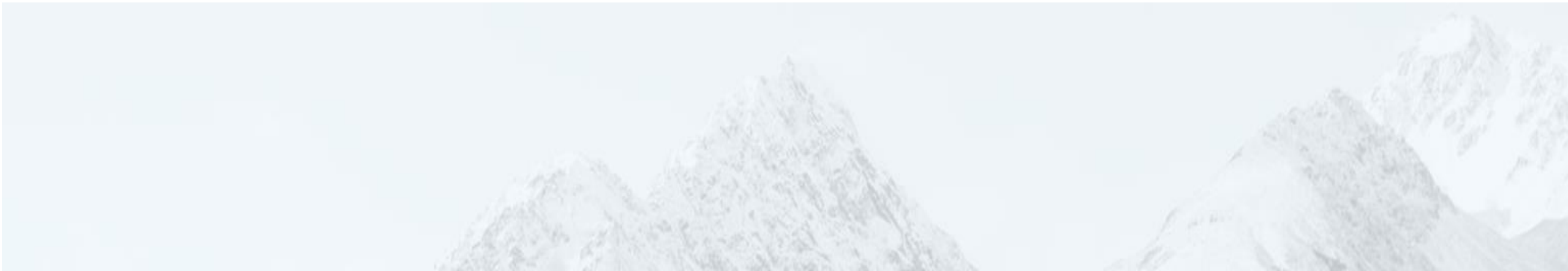
1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования
4. Вебинары





# Маркетинговая поддержка

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





# Маркетинговая поддержка

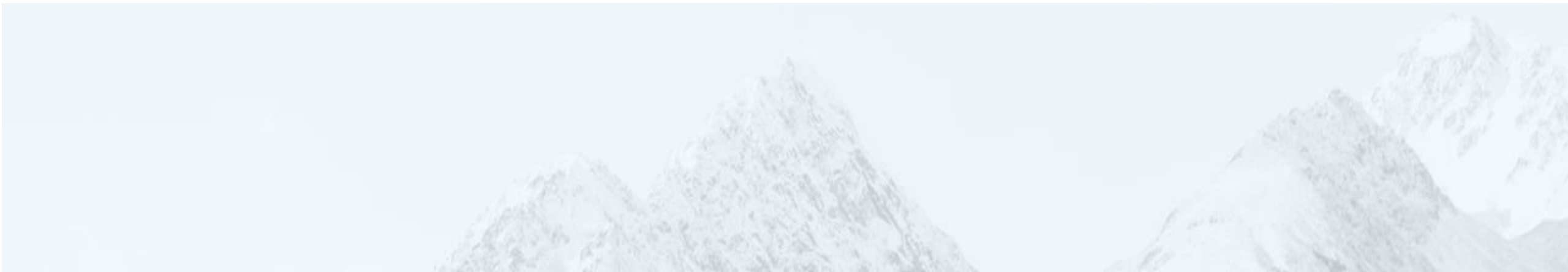
1. Кейсы
2. Публикации в СМИ
3. Исследования
4. Вебинары
5. Митапы
6. Конференции
7. ...





# Экспертный контент нужно переупаковывать и распространять

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

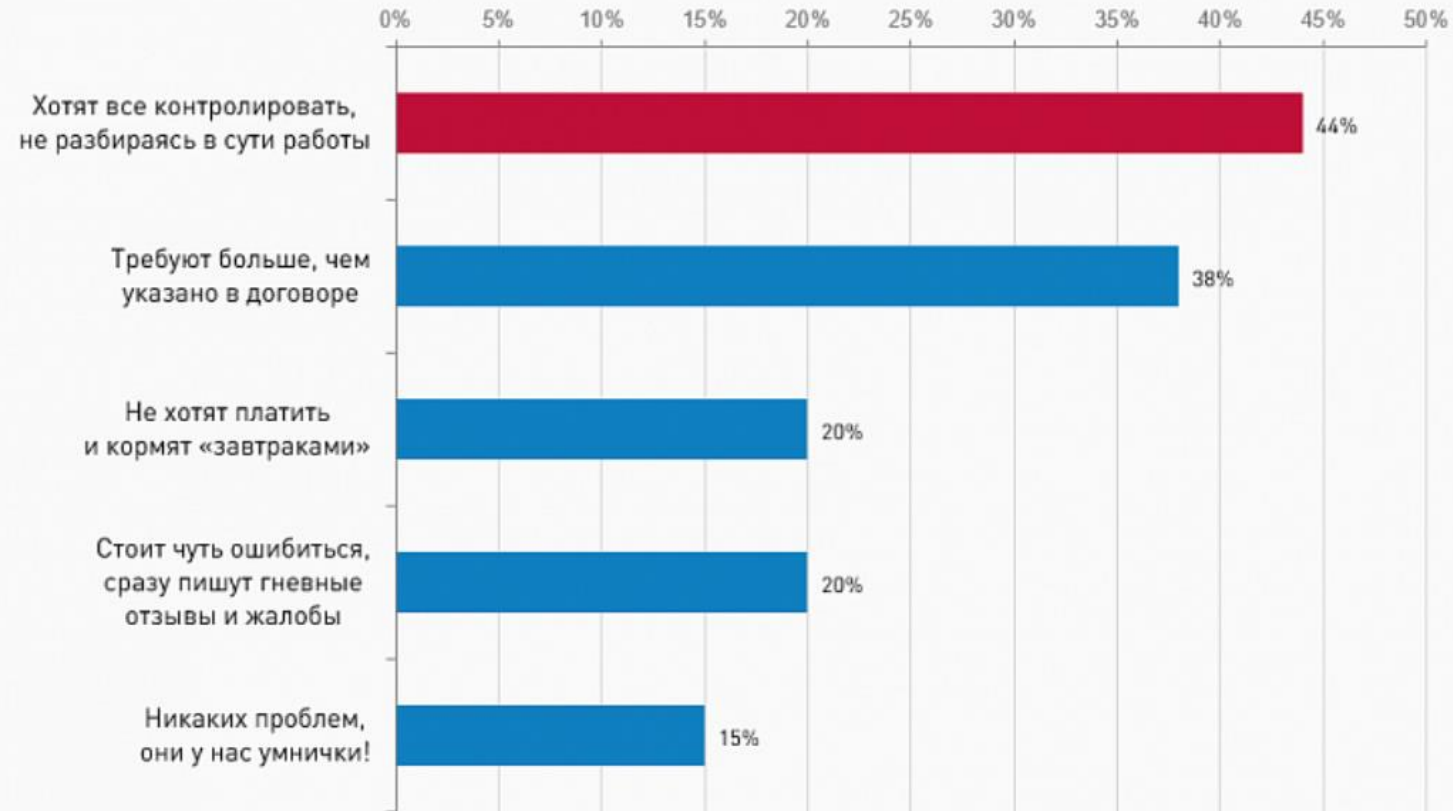




# **Как не потерять клиента в погоне за увеличением оборота**



## Какие проблемы у вас возникают с клиентами?



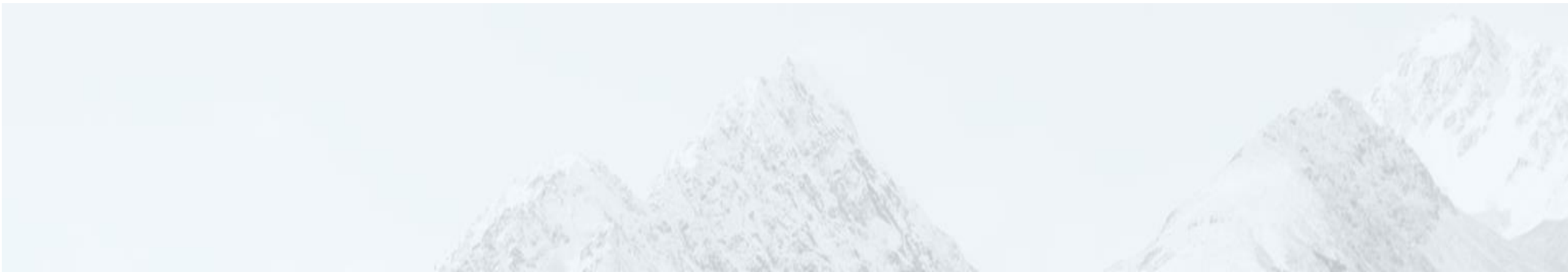
WORKSPACE Sostav

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



# Как не потерять клиента

- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно







# Как не потерять клиента

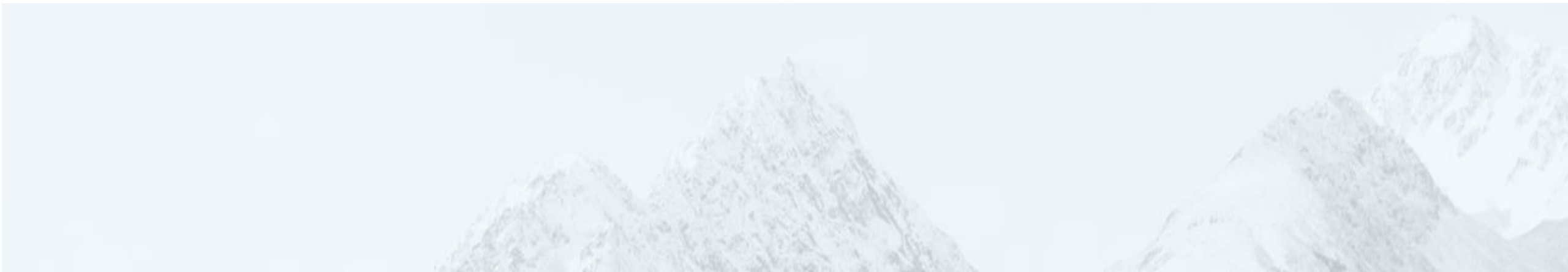
- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно
- Учитывайте отношения и уровень доверия





# Как не потерять клиента

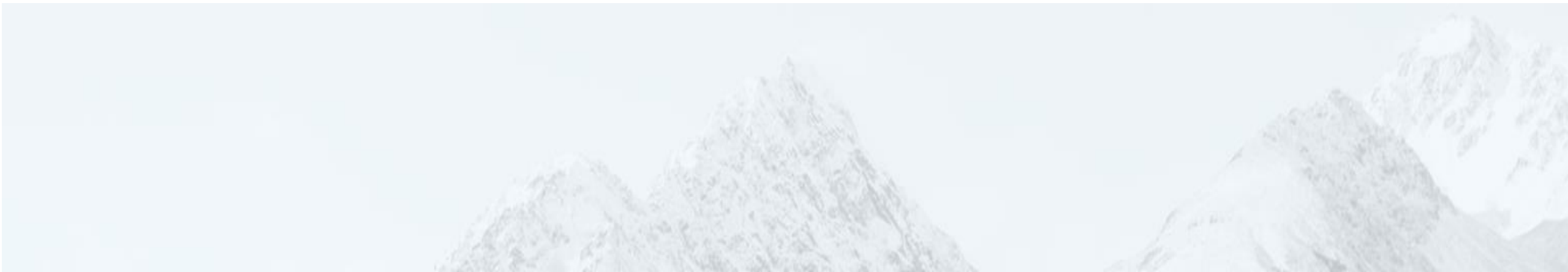
- Продавайте клиенту только то, что ему действительно нужно
- Учитывайте отношения и уровень доверия
- Если не уверены, продайте тест на небольшом бюджете





# 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



Я Директ

Google Ads

facebook



my

Instagram

Calltouch








Programmatic

[elama.ru/partners](https://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								
	 Директ							Programmatic	Другие
для всех новых партнеров в августе и сентябре	до 9,5%	8%	5%	до 10%	до 10%	8%	8%	10%	8%
от 30 000 до 99 999	до 7,5%	4%	3%	до 8%	до 8%	5%	5%	4%	5%
от 100 000 до 199 999	до 7,5%	5%	3%	до 9%	до 9%	6%	6%	5%	6%
от 200 000 до 499 999	до 8,5%	6%	4%	до 10%	до 10%	7%	7%	7%	7%
от 500 000 до 999 999	до 8,5%	7%	4%	до 10%	до 10%	8%	8%	8%	8%
от 1 000 000 до 2 999 999	до 9%	8%	5%	до 10%	до 10%	8%	8%	9%	8%
от 3 000 000	до 9,5%	8%	5%	до 10%	до 10%	8%	8%	10%	8%

[try.elama.ru/new\\_partners\\_promo](https://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](https://try.elama.ru/partners_action)





# Спасибо!

- [vk.com/elama](https://vk.com/elama)
- [facebook.com/nik.kravchenko](https://facebook.com/nik.kravchenko)

