

Как попасть в ТОП и не стать жертвой частного директолога?



Чтобы быть в ТОПе, равняйся только на ТОПовых конкурентов. Они в своих нишах постоянно думают и прогрессируют. У них обязательно есть те, кто следит за показателями, динамикой охвата и регулярно перенастраивает рекламу.

Можно купить директ у директолога. Но вы чаще всего не знаете, откуда он пришел и чем еще занимается. Поэтому качество услуг остается под вопросом.

Во-первых, клиент никогда не покупает в одно касание. Он должен знать про вас все. Ваша цель - СТАТЬ для покупателя единственными. Ваша ценность - БЫТЬ единственными в своей нише. БЫТЬ уникальными. Вам нужно, чтобы реклама была в цель. Чтобы эффективность продаж росла. Вы должны быть во всех соцсетях, электронных справочниках и информационных агентствах.

Но ни один директолог не делает этого самостоятельно. Вам придется сопровождать его – отметить «пикселем» и постоянно отслеживать.

Во-вторых, надо постоянно следить за показателями. Делать это качественно может только профессионал. Поэтому роль директора – быть директором.

В-третьих, если вы подпишитесь на дайджест директа, то увидите, что объявления в яндексе выходят каждый месяц. Реклама, которую вы купили за 7 000 рублей через месяц-другой устареет.

В директе постоянно меняются показатели, ставки и формулы их расчета. Вы физически не сможете за этим следить. И через 3 месяца купите такую же рекламу, только новую. А она опять устареет. И так будет постоянно. Потому что появляются новые возможности.

Например, «Баян». Его популярность упала и им сейчас никто не пользуется. Дико раздражает, когда пользователь ищет в поиске информацию, а ему на пол-экрана разворачивается картинка с таким же большим комментарием.

Обновления выходят регулярно. И разовый директолог для ТОПа – не выход.

Мы не предлагаем вам абонемент по описанной технологии. Мы делаем так, чтобы вы были в ТОПе. Ваши показатели – наша проблема! Настройка CRM, подсчет стоимости клиента, когда он появляется, в какой нише чаще находится. Вы просто забудете, что вы в ТОПе. Вас не будет волновать, какие ошибки надо исправить и где поднажать, чтобы держать конкурентов в хвосте.

Этого не сделает ни один директолог.