GROWTH CASE

MobiCash

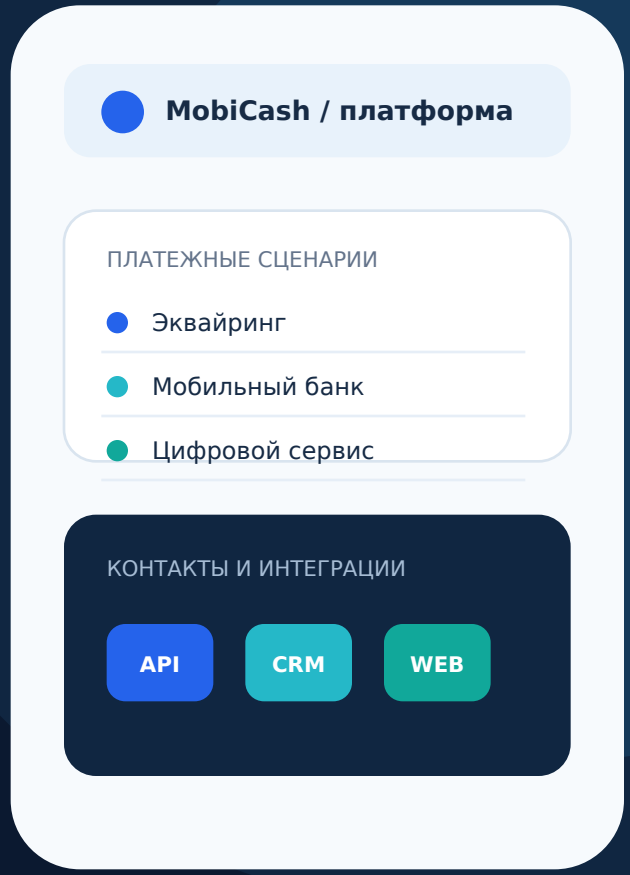
От аналитики сайта к плану привлечения B2B-заявок

Аналитика сайта, структура привлечения B2B-аудитории, контентная стратегия и прогноз медиамикса для платежной платформы.

Аналитика сайта: июнь–июль 2022

Медиаплан: прогноз на 3 месяца

Медиаплан и SEO-модель показывают расчетный сценарий развития каналов на основе заданных допущений.



Что показывает кейс

2 321

пользователь в июле

+86,6% к июню

69

срабатываний цели «Заявка-лид»

против 20 в июне

1,5 млн ₽

общий плановый бюджет

на 3 месяца

Контекст

MobiCash — B2B-платформа цифровых и платежных решений для банков, финтех-компаний и других организаций. Проект охватывает сайт, аудиторию, контентную коммуникацию, платные каналы и SEO.

Задача проекта — предложить измеримый план привлечения целевых обращений и улучшить путь от первого интереса до консультации.

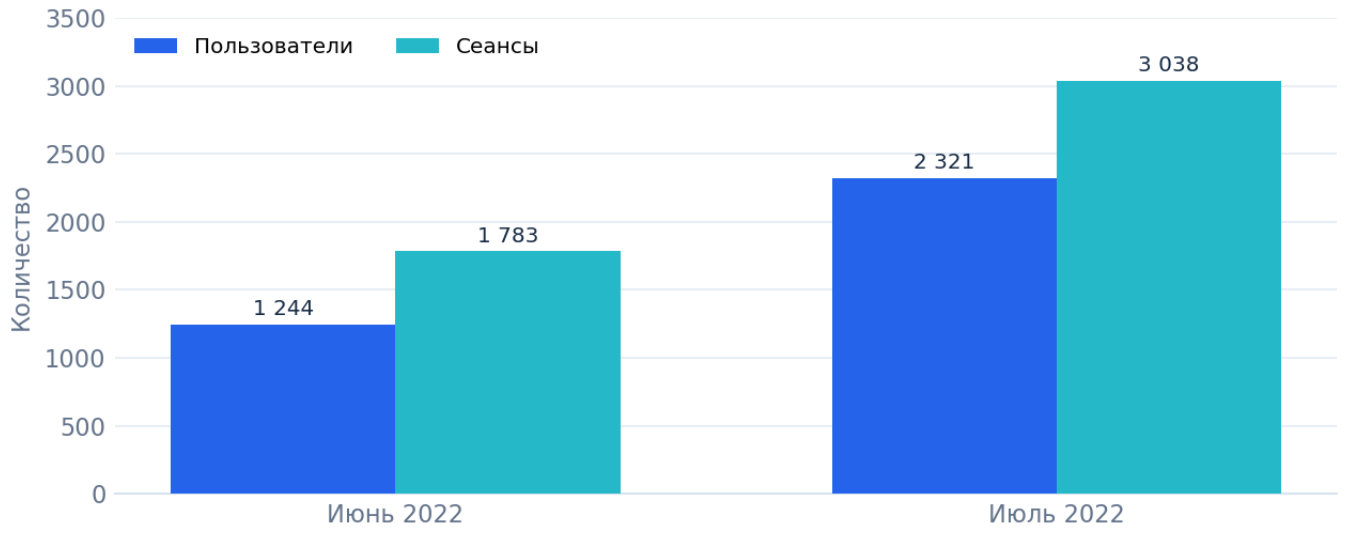
Как читать результаты

Исторические данные: Universal Analytics за июнь–июль 2022 года. Сайт: публичные продуктовые страницы. Прогноз: расчеты медиаплана и SEO на заданных допущениях.

69 срабатываний цели — это показатель веб-аналитики, а не подтвержденное число лидов или продаж. Подтверждение требует сверки с CRM.

Аудитория выросла, глубина просмотра снизилась

ьтат



Рост объема

Пользователи: 1 244 → 2 321
Сеансы: 1 783 → 3 038
Новые пользователи: 1 218 → 2 049
Просмотры страниц: 8 323 → 9 784

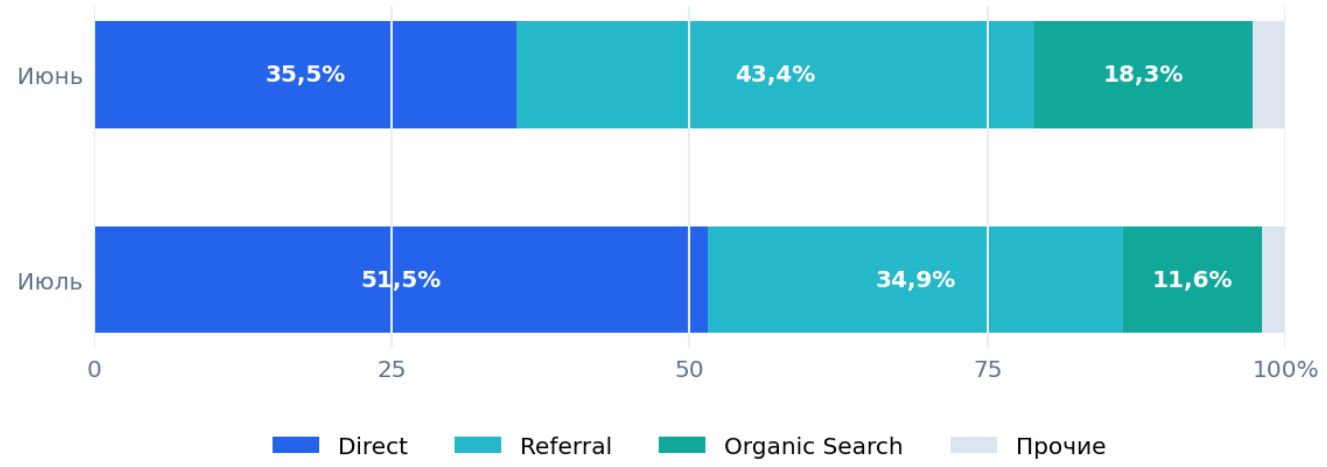
Качество сессии

Страниц за сеанс: 4,67 → 3,22 (−31%)
Средняя длительность: 2:57 → 2:01 (−31,6%)
Отказы: 13,01% → 10,27%

Сигнал для проверки

Цель «Заявка-лид» выросла с 20 до 69 срабатываний; коэффициент — с 1,12% до 2,27%. В графике 7 июля заметен всплеск трафика, причина в скриншотах не установлена. Проверьте источники, разметку и качество обращений.

Direct и Referral формируют основную долю



Что изменилось

Direct
35,5% → 51,5%

Referral
43,4% → 34,9%

Organic Search
18,3% → 11,6%

Маркировка

Проверить UTM-разметку: неразмеченные переходы могут попадать в Direct.

Рефералы

Проверить домены Referral, чтобы отделить партнерские переходы от технических.

Ограничение

Отдельный отчет по устройствам отсутствует; выводы о mobile/desktop не делаются.

Упростить путь от задачи к консультации

Контент и сайт должны отвечать на вопросы нескольких участников B2B-покупки

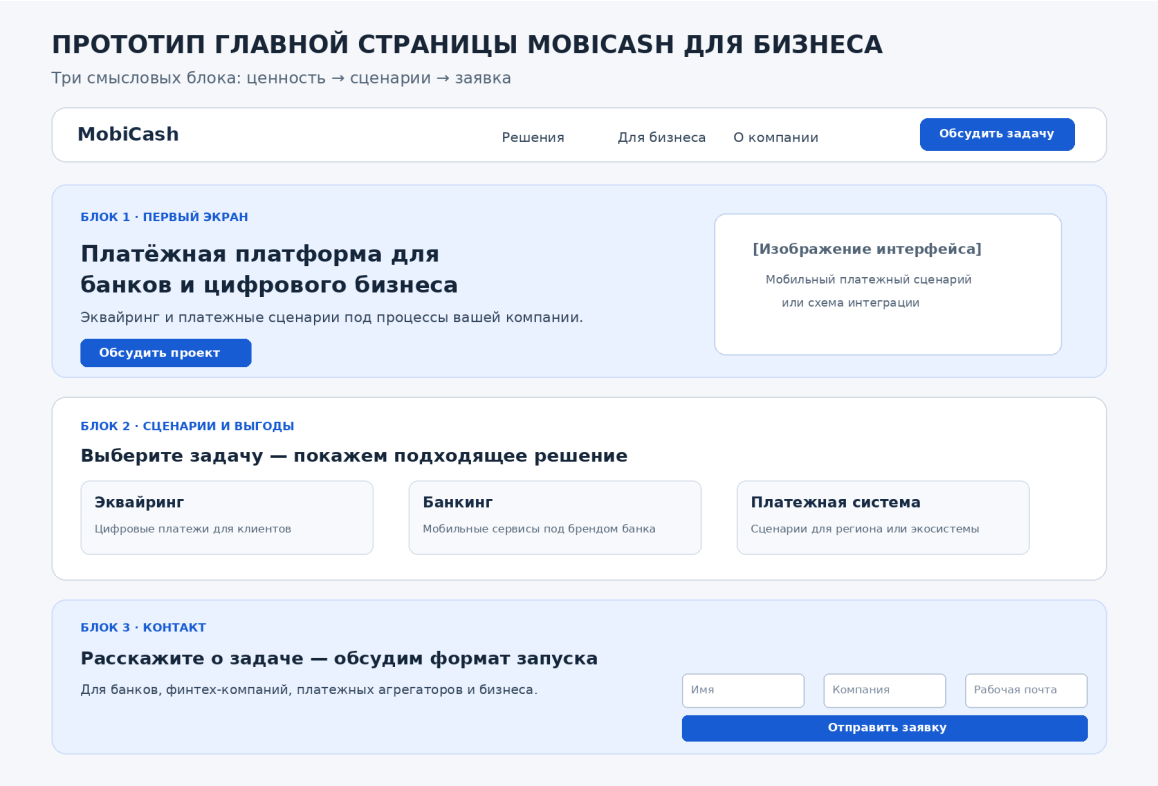


Иллюстрация: проектный прототип главной страницы из трех блоков

Приоритетная аудитория

Руководители цифровых продуктов и специалисты по платежным сервисам в банках и финтех-компаниях.

В закупке также участвуют ИТ, информационная безопасность, закупки и руководство.

Предлагаемый маршрут

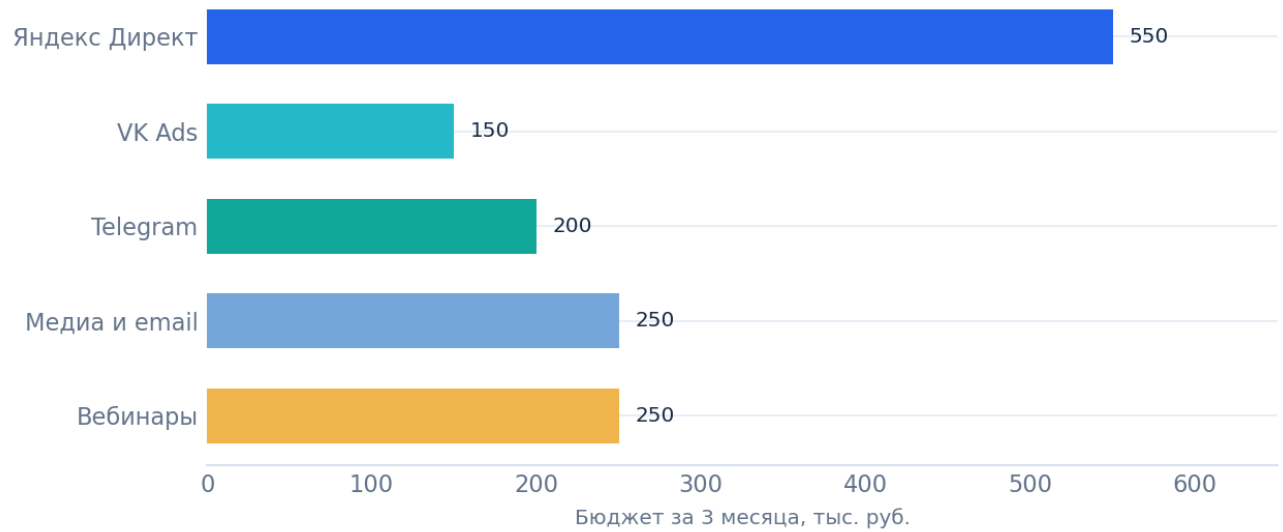
01 Выбрать сценарий

02 Посмотреть кейс / решение

03 Обсудить задачу

Коммуникационная стратегия связывает контент, продуктовые страницы и консультацию в единый путь B2B-покупателя.

Пять платных каналов: 1,4 млн ₽ на размещение



Плановый итог модели

≈49 заявок

≈12 квалифицированных веб-лидов
≈4 целевые встречи после мероприятий

Распределение общего лимита

1,4 млн ₽ — платные размещения
100 тыс. ₽ — материалы и измерение

Яндекс Директ — приоритет для проверки сформированного спроса. После первых 3–4 недель пересмотреть доли по стоимости и качеству лидов.

Веб-заявки и встречи — разные события; их нельзя суммировать как уникальных клиентов. Фактический запуск не выполнялся.

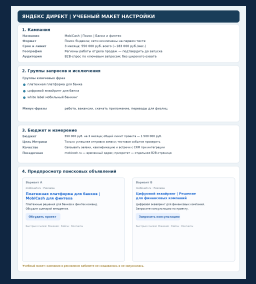
Рост органики — отдельный шестимесячный прогноз



Откуда может прийти рост

Кластеры запросов:
- платежная платформа для банка
- цифровой эквайринг для банка
- white label мобильный банкинг

План работ: посадочные под сценарии, техническая оптимизация, развитие экспертных материалов и кейсов, внутренняя перелинковка.



Подготовленная структура кампании

Подготовлена структура поисковой кампании в Яндекс Директе: группы запросов, минус-фразы, цель аналитики, бюджет и варианты объявлений. Перед запуском необходимо проверить событие отправки формы и согласовать регион показа.

От анализа к управляемому росту

Аналитика, посадочная страница, контент, платные каналы и SEO объединены в единую систему привлечения и измерения.

Что подтверждают материалы

• В июле 2022 года выросли пользователи и срабатывания настроенной цели.
• Direct и Referral — крупнейшие каналы в UA.
• На сайте описаны B2B-решения и сценарии для финансовых организаций.
• Подготовлены предложения по главной странице и тестовому медиаплану.

Что нужно подтвердить

• Сопоставить цель Analytics с лидами и продажами в CRM.
• Проверить источники всплеска 7 июля, UTM и корректность целей.
• Расширить сегментацию по устройствам и включить метрики сообщества VK в контент-отчет.
• Подтвердить рекламные обещания, географию продаж и доступность демо.
• Заменить модельные ставки реальными прогнозами площадок.

Приоритетный план после получения доступа

1 **Измерить**

UTM, форма, CRM-стадии

2 **Протестировать**

Поиск и 1–2 сегментных канала

3 **Оптимизировать**

Качество лида и стоимость этапа

Материалы анализа MobiCash. UA — июнь–июль 2022; бюджет и результаты каналов — прогнозные расчеты.