



Владимир Давыдов

совладелец, руководитель отдела ведения проектов и заботы о клиентах, телеведущий, член "Российской Гильдии Маркетологов", бизнес-тренер

<http://www.completeo.ru>

Сколько стоит интернет-маркетинг в 2016 году?

Рынок интернет-маркетинговых агентств перенасыщен игроками: с 2011 года их количество выросло больше чем в 20 раз! На начало 2016 года в России таких маркетинговых и около-маркетинговых агентств, занимающихся продвижением в интернете, насчитывается 4 045 штук (по данным аналитического портала рынка веб-разработок CMS Magazine). Однако стоимость работ по разработке сайта, SEO-продвижению, различным рекламным кампаниям и аналитике у одних агентств может в разы отличаться от стоимости таких же услуг у других. Кому доверить собственные бюджеты на интернет-продвижение? И сколько могут стоить услуги агентств? А может выгодней создать отдел интернет-маркетинга внутри компании? Давайте посчитаем.

Продвижение сайта в интернете: отдельные услуги или комплекс?

Прежде чем говорить о стоимости, нужно решить, что мы покупаем – целый пирог или только кусочек? Условно интернет-маркетинговые агентства делятся на 3 категории:

- Одни предоставляют «кусочные» услуги (разработка сайта, продвижение, SEO и т.п.)
- Вторые делают комплексный интернет-маркетинг – вникают в ваши бизнес-задачи и объединяют все инструменты интернет-маркетинга в единую систему для их решения.
- Агентства, сочетающие в себе и те, и те характеристики.

Стоимость интернет-маркетинга не фиксированная, т.к. работа индивидуальна для отдельного клиента и зависит от множества факторов, о которых поговорим ниже.



Как оценить стоимость интернет-маркетинга?

Правило 1. Оценивайте стоимость по факту достижения целей бизнеса

Не оценивайте стоимость маркетинговых услуг по соотношению цен между агентствами (такое сравнение априори ошибочное, т.к. расценки на рынке сильно плавают и имеют широкий разброс). “Дороже” или “дешевле” - не то сравнение, которое вам нужно. Принимайте решение, исходя из того, будут ли достигнуты бизнес-цели, и устраивают ли вас те маркетинговые показатели, которые обещает агентство. Иными словами - окупятся ли вложения в работу с агентством и в какой срок. Можно платить 100 000 рублей в месяц (что совсем немного по рынку) и считать, что 500 000 в месяц - это дорого. Но через 2 года работы, потратив 2 400 000 рублей, не получить ровным счетом ничего (или совсем мало по сравнению с ростом рынка и конкурентами).

Правило 2. Оценивайте стоимость работ только в комплексе

При расчете стоимости проекта нужно учитывать также дополнительные и побочные работы. К примеру, при разработке сайта недостаточно просто посчитать дизайн и программирование, а нужно учесть стоимость создания продающего контента, необходимые маркетинговые исследования, внедрение и настройку аналитики и отчетности, стоимость хостинга, а также возможности по дальнейшему развитию проекта, стоимость поддержки и т.д.

Правило 3. Тендер с выбором по цене – деньги на ветер

Если вы хотите развития своего бизнеса, не стоит гнаться за дешевизной - это применительно вообще к любой области. Вы же точно знаете, к примеру, какая машина лучше: отечественная или совсем не бюджетная иномарка? Точно также и в интернет-маркетинге. Тендер, в котором решение принимается исключительно по цене, исключает агентства, способные сделать

настоящий комплекс с погружением в ваш бизнес. В тендере по цене всегда выиграет потоковое агентство, т.к. они запросят меньшие деньги.

Также пустым сливом денег станут тендеры, в которых просят бесплатно сделать стратегию, посчитать прогноз продаж и разработать тактические шаги по всем каналам интернет-маркетинга. Такие расчеты в общем типовом виде может сделать любое агентство, но только комплексное объяснит вам, что подготовить все эти материалы можно лишь после разработки стратегии интернет-маркетинга, а это уже стоит денег, т.к. будет проведена индивидуальная работа для вас.

Правило 4. Требуйте прогноз окупаемости ваших инвестиций

Разработка и внедрение стратегии интернет-маркетинга требуют серьезных инвестиций с вашей стороны. Чтобы вы могли представить эффект вложений, агентство должно составить подробный прогноз окупаемости на период от 6 месяцев.

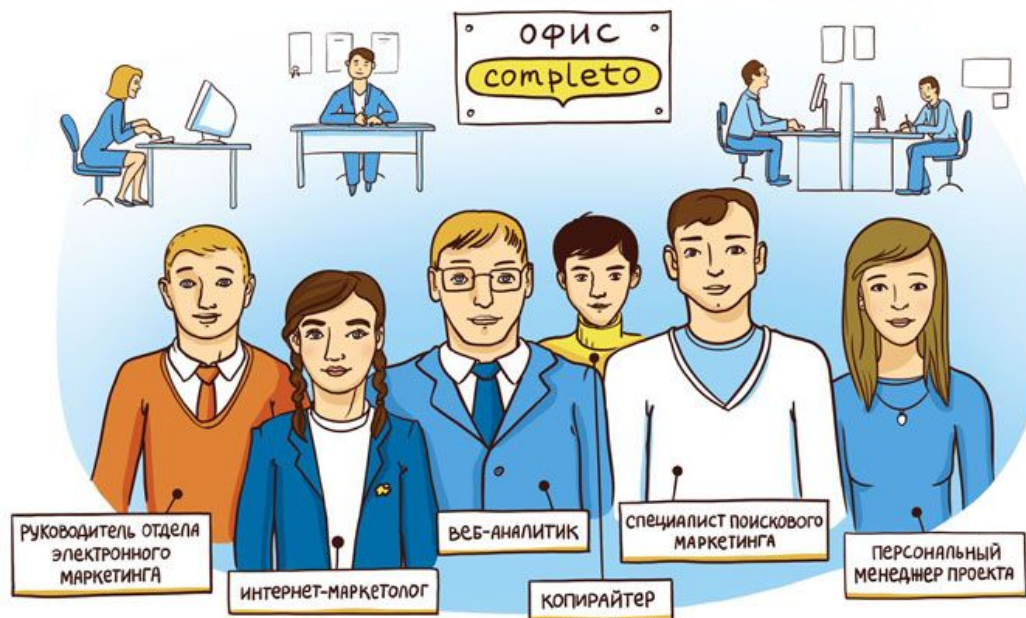
Логично возникает вопрос: нужно ли платить агентству за прогноз окупаемости инвестиций? Наш ответ: однозначно нужно. В «Комплето» эта часть работы выполняется сразу после разработки стратегии системного электронного маркетинга, когда мы уже составили список механик и инструментов интернет-маркетинга для проекта.

Для составления достоверного прогноза необходимо:

- полностью погрузиться в бизнес: определить конкурентов, целевую аудиторию, проанализировать спрос;
- исследовать рынок;
- детально изучить работу подразделений компании: отдела продаж и сервисного обслуживания, колл-центра.

Это большой объем работ для аналитиков – исследование занимает от 1 до 2 месяцев. Поэтому оплачиваться такой труд должен соответственно.

Если агентство сообщает вам, что прогноз окупаемости инвестиций вы получите бесплатно, знайте: ничего из вышперечисленного они делать не будут. В лучшем случае, вам предоставят данные из сервиса «Яндекс.Директ: Прогноз бюджета». В худшем – придумают.



Сколько стоит создать внутренний отдел интернет-маркетинга?

Компании часто формируют внутренний отдел интернет-маркетинга для реализации задач по продвижению. Однако это подходит далеко не всем. Давайте посчитаем, можно ли сэкономить таким образом на услугах интернет-агентств? Ниже мы привели список сотрудников для отдела интернет-маркетинга [со средней по Москве заработной платой](#).

Обязанности и зарплаты специалистов интернет-маркетинга:

1. **Интернет-маркетолог.** Зарплата: 89 470 руб./мес.

Обязанности:

- детально изучает целевую аудиторию и конкурентов;
- разрабатывает стратегию интернет-маркетинга;
- координирует работу всего отдела;
- оценивает рекламные кампании;
- отслеживает появление новых инструментов интернет-маркетинга.

2. **Веб-аналитик.** Зарплата: 78 110 руб./мес.

Обязанности:

- составляет и настраивает ключевые показатели эффективности;
- формирует отчеты о поведении клиентов на сайте и эффективности рекламных каналов.

3. **Специалист по рекламе.** Зарплата: 63 950 руб./мес.

Обязанности:

- составляет медиапланы;
- отвечает за контекстную рекламу;
- контролирует процесс создания баннеров и ищет площадки для их размещения.

4. **SEO-оптимизатор.** Зарплата: 54 080 руб./мес.

Обязанности:

- составляет базу поисковых запросов;
- ищет на сайте ошибки оптимизации кода;
- отслеживает изменение алгоритмов поисковых систем.

5. **Копирайтер.** Зарплата: 53 970 руб./мес.

Обязанности:

- изучает целевую аудиторию;
- пишет информативные SEO-оптимизированные тексты;
- редактирует тексты на сайте.

6. **Дизайнер.** Зарплата: 72 570 руб./мес.

Обязанности:

- создает прототипы страниц для сайта;
- отвечает за подготовку всех графических элементов на сайте;
- обрабатывает изображения согласно заданному формату.

Это только ключевые специалисты, без которых обойтись нельзя. Но для полноценной работы отдела интернет-маркетинга также нужно пригласить юзабилити-специалиста, программиста, email-маркетолога, контент-менеджера. Но и это еще не все!

Придется выделить отдельную сумму на:

- обустройство рабочих мест;
- покупку лицензионного программного обеспечения;
- курсы повышения квалификации;
- рекламное продвижение.

В итоге на содержание внутреннего отдела интернет-маркетинга нужно потратить минимум **412 150 руб./мес.** без учета дополнительных расходов и рекламных бюджетов!

Но есть еще один нюанс! Реализовать бизнес-цели за 1 месяц невозможно, поэтому итоговую сумму необходимо умножить на период от 6 месяцев и больше.



Сколько стоят отдельные услуги интернет-маркетинга?

А что, если заказать нужные услуги у сторонних агентств, специализирующихся на конкретных задачах?

На основе данных CSM Magazine и Рейтинга Рунета лучших веб-студий, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы мы определили среднюю стоимость каждой услуги:

1. Разработка сайта:

- a. корпоративный сайт – от 300 000 до 1 500 000 руб.;
- b. промо-сайт – от 300 000 до 700 000 руб.;
- c. интернет-магазин – от 300 000 до 1 500 000 руб.;
- d. порталы и сервисы – от 700 000 до более 1 500 000 руб.

2. Контекстная рекламы:

- a. компания, занимающая 1-ое место в рейтинге – 1 000 000 руб./мес.;
- b. компания, занимающая 3-е место – 500 000 руб./мес.;
- c. компании, которые предоставляют базовые услуги – от 10 000 до 30 000 руб. /мес. (требуют дополнительной оплаты работы специалиста по контекстной рекламе – 53 140 руб./мес., и веб-аналитика – 49 110 руб./мес.).

3. SEO-продвижение:

- a. агентства с первых позиций в рейтинге – в среднем 300 000 руб./мес.;
- b. агентства с более низких позиций рейтинга – от 75 000 руб./мес.

Важно также учесть, что SEO-продвижение имеет накопительный эффект и добиться результатов можно не сразу, а через несколько лет (а можно не достичь совсем, если неверно подобраны инструменты продвижения).

Так какие услуги выгодней заказывать: отдельные работы или комплексный интернет-маркетинг?

Чтобы вы сравнили стоимость и результаты услуг потокового и комплексного агентства, мы приведем 2 кейса из профессиональной практики агентства полного цикла и их предшественников - “кусочных” студий, у которых работы были перехвачены.

Кейс 1. Сколько стоит увеличить эффективность в 84 раза?

Клиент: крупная компания садово-парковой техники и ландшафтного оборудования.

- Модель работы: 85% – B2B, 15% – B2C
- Прямые продажи через собственные точки и опт
- Ежемесячный оборот: ≈15 000 000 руб.
- Сайт оптово-розничный: витрина + интернет-магазин

Стоимость интернет-продвижения от агентства из топ-10 SEO-рейтингов

- Стоимость услуг – 230 000 руб. в месяц:
 - 90 000 руб./мес. – за продвижение сайта;
 - 140 000 руб./мес. – на контекстную рекламу.

Результаты:

1. **SEO: 50 запросов** (все в ТОПе). Они приводили на сайт порядка 7% от аудитории, которую можно было получить в тематике.
2. **Аналитика** велась по позициям запросов, трафику на сайт, показателю отказов и заказам в корзине. Однако 60% продаж осуществлялись по телефону и в центрах продаж, что учтено не было.
3. **Контекстная реклама** с CTR до 10% вела на товарные карточки сложной продукции, которую не добавляли в корзину, а покупали через 2-3 итерации по телефону.
4. **Оборот продаж через интернет:** 2 400 000 руб. в месяц, что в 5 раз меньше офлайн оборота.
5. **Доход от электронной торговли в Google Analytics** снизился на 13% по сравнению с прошлым годом (обратите внимание: запросы в ТОПе, SEO-трафик растет, а продажи упали).
6. И самое главное: **бизнес стагнировал**, но никаких действий по расширению своего влияния на рынке в интернет-сегменте не предпринималось.

Стоимость интернет-маркетинга от агентства полного цикла

- Стоимость услуг – **350 000 руб.** в месяц за комплексный электронный маркетинг: исследование торгового предложения и позиционирования, анализа конкурентов, проработку стратегии интернет-маркетинга, включая рекламный бюджет, сквозную аналитику до рублей и ежемесячную отчетность, разработку сайта и пр.
- **600 часов на сайт** (подбор семантики, структура сайта, позволяющая посредством SEO собрать максимум поискового спроса, дизайн, верстка, программирование, наполнение).
- **1 500 000 рублей** – только на тексты (без иллюстраций, инфографики, фото и видео).

Результаты:

1. Увеличено количество **запросов прямого сформированного спроса** в 110 раз – до **5500**.
2. Добавлены **3000 запросов по аналогам, конкурентам и смежным группам товаров**. Аудитория часто не подозревает, что ей могли бы пригодиться товары нашего клиента.
3. Переделан **сайт в соответствии с поисковым спросом (о все семантическое ядро поисковых запросов)** (с использованием всех 8500 запросов).
4. Созданы посадочные страницы и обучающие зоны сайта, видео, фото, инфографика для работы с различными градациями спроса.
5. **В 3.5 раза вырос трафик** из поисковых систем за год благодаря правильной структуре и текстам (без покупок ссылок).
6. **Увеличена конверсия до 8 раз** в заявки по сложным группам товаров благодаря переработке продающих зон сайта.
7. По результатам аудита звонков проведено обучение отдела продаж, благодаря чему до оплаты стало доходить **в 3 раза больше клиентов**, чем раньше.
8. Создан клуб владельцев техники и оборудования для общения с покупателями. Чтобы замерить продажи из сообщества, ему был присвоен отдельный номер телефона и адрес сайта (с переадресацией).
9. **Оборот увеличен на 31%** благодаря работе с клиентской базой (допродажи):
 - email-маркетинг
 - прозвоны отделом продаж
 - общение в клубе владельцев.

	2 года работы с потоковым агентством	1,5 года работы с агентством полного цикла	Комментарий
Стоимость	230 000 руб. в месяц (SEO + контекст) + 450 000 руб. – на доработку сайта	350 000 руб. в месяц за комплексный электронный маркетинг: аналитику, проработку маркетинга,	Стоимость комплекса работ агентства полного цикла на 30% выше

	Итого за 2 года: 5 520 000 руб. + 450 000 руб. за сайт = 5 970 000 руб.	аудиты, разработку сайта, всю рекламу и пр. Итого за 1,5 года: 6 300 000 руб.	
SEO	50 запросов (7% аудитории)	8500 запросов (~25% аудитории)	В 170 раз больше поисковых запросов!
Аналитика	Только электронная торговля в Google Analytics	Система KPI с целями и событиями, измерение телефонии, отправка заявки в CRM и передача сточной суммы сделки в электронную торговлю, веб-аналитика – полный цикл продаж по каналам	Выстроена сложная аналитика до продаж.
Работа с допродажами	Нет	Email-маркетинг, холодные обзвоны отделом продаж, клуб владельцев в социальных сетях	Оборот увеличен на 31%
Итоги		В 3,5 больше трафик x в 8 раз больше конверсий по дорогим и сложным товарам x в 3 раза выше конвертация в реальные деньги	Эффективность выросла в 84 раза

Выводы: меньше инвестиции – меньше прибыль

С комплексным подходом к интернет-маркетингу компания значительно ускорила окупаемость инвестиций. Но главное, что интернет-маркетинг реально начал работать. Если бы компания продолжила сотрудничать с первым агентством, направление интернет-маркетинга стало убыточным и потянуло всю компанию ко дну.



Кейс 2. Успеть за 1,5 года или не успеть за 4?

Клиент: крупный производитель строительных и отделочных материалов.

- Модель работы: B2B, B2C (продажи через дилеров)
- Собственное производство
- Обширная дилерская сеть по всей России
- Ежемесячный оборот: ≈90 000 000 руб.

Стоимость интернет-продвижения от агентства из топ-10 SEO-рейтингов

- Стоимость услуг – 350 000 руб. в месяц:
 - 100 000 руб./мес. – за продвижение сайта;
 - 250 000 руб./мес. – на контекстную рекламу.

Результаты:

1. **SEO:** 75 поисковых запросов, по которым продвигался сайт. При этом трафик на сайт последние 2 года рос на 5-7% в год, а продажи за период 2008-2010 гг. упали на 25%.
2. Сайт собирал 2% от возможного целевого **трафика**.
3. **Контекстная реклама:** CTR хороший, однако по объявлениям 45% отказов (т.е. половина бюджета сливалась в трубу), причем реклама велась по тем же 75 запросам, что и SEO-продвижение.
4. **Аналитика** велась по позициям запросов в ТОПе, трафику на сайт, показателю отказов и посещению страницы контактов.
5. **Оборот от интернет-продаж** составлял около 3% от оборота компании.

6. **Узнаваемость бренда** производителя была в 6 раз ниже ближайшего конкурента.

Стоимость интернет-маркетинга от агентства полного цикла

- Стоимость услуг – **450 000 руб.** в месяц за комплексный электронный маркетинг с учетом рекламы, аналитики, маркетинга, аудитов, разработки сайтов.

Результаты:

1. Проведена серия классических **маркетинговых исследований** и получен реальный срез рынка, темпы роста компании, анализ основных конкурентов.
2. Увеличено ядро поисковых запросов **до 980**.
3. Отказались от нерабочих объявлений в контекстной рекламе, **экономив клиенту 1 500 000 рублей** за год и снизив показатель отказов.
4. К 75 запросам в **контекстной рекламе** добавили **905 новых**, а также разработали посадочные страницы под отдельные категории запросов. В результате **трафик** с контекстной рекламы **увеличился в 6 раз**.
5. Созданы 4 сайта под различные сегменты продукции и компоненты бренда, которые стали собирать **30% трафика в тематике**.
6. Разработана отдельная кампания по привлечению новых дилеров (за 1,5 года привлечены **около 50 дилеров** в разных регионах).
7. Разработана **единая стратегия продвижения дилеров**: решено использовать их сайты как централизованную сеть генерации продаж.
8. **Настроена сквозная веб-аналитика**, которая позволила сводить все данные в систему отчетности до звонков и заказов через сайт и сайты дилеров.
9. Сквозная телефонная аналитика у дилеров позволила выявить **30% дилеров**, которые сливали рекламный бюджет из-за халатной работы (низкая производительность, хамство, отсутствие навыков продаж и т.д.). Сотрудники были заменены, и продажи в этих региональных зонах значительно увеличились.
10. Организован контент-маркетинг: инфографики, пресс-релизы, статьи, обзоры, сравнения с конкурентами и аналогами, “шокирующие” исследования. А также разработано мобильное приложение и отраслевой портал.

	4 года работы с потоковым агентством	1,5 года работы с агентством полного цикла	Комментарий
Стоимость	350 000 руб. в месяц на SEO и контекстную рекламу. Итого: 16 800 000 руб.	450 000 руб. в месяц с учетом бюджета на всю рекламу, аналитику, маркетинг,	Стоимость работы агентства полного цикла в 1,5 раза меньше (т.к. срок работы меньше)

		аудиты, разработку сайтов. Итого: 8 100 000 руб.	
Трафик	2% целевого трафика	30% трафика	Благодаря работе агентства полного цикла трафик вырос в 15 раз!
Целевой трафик с контекстной рекламы	45% отказов в контекстной рекламе, 75 запросов	15% отказов, 980 запросов	Трафик с контекстной рекламы увеличился в 6 раз
Привлечение новых дилеров	Нет	Разработана и реализована стратегия привлечения новых дилеров	Привлечено около 50 новых дилеров в разных регионах
Работа с регионами	Нет	Разработана стратегия централизованного продвижения сайтов дилеров с единой аналитикой	Трафик от 109 дилеров в регионах постоянно растет
Работа с дилерами	Нет	По результатам телефонной аналитики до продаж каждый третий дилер был заменен	Продажи в этих региональных зонах значительно увеличились
Объем интернет-продаж	3% от оборота	25% от оборота	Продажи через интернет увеличены в 8 раз

Обратите внимание, что в случае с этим клиентом стоимость работы комплексного агентства оказалась на 8.7 млн. руб меньше (был меньший временной промежуток), однако объем интернет-продаж был увеличен до 25% от общего оборота компании, а раньше эта цифра составляла всего 3%!

Ежемесячная стоимость работы комплексного агентства была выше, чем у “кусочного” агентства (надо оговориться, что по рейтингам ценник агентства - средний). При этом за 1,5 года получилось сделать то, что предшественник не смог сделать за 4 года, т.к. оказывал только

отдельные услуги по продвижению в интернете, а не стремился выполнить бизнес-задачи клиента.



Сколько стоит эффективный интернет-маркетинг в России?

Давайте подведем итоги. Если вы хотите продвижение вашего продукта или услуги в интернете, у вас есть 3 варианта:

1. Создать внутренний отдел интернет-маркетинга

Стоимость – от 412 150 до 800 000 руб./мес. на оплату труда, организационные расходы и рекламные бюджеты.

Плюсы: кадры растут внутри компании, специалисты досконально знают ваш продукт или услугу и вашу целевую аудиторию.

Минусы: долгий процесс подбора и формирования команды, нехватка узкоспециализированных кадров, большое количество дополнительных расходов.

2. Обратиться к потоковым агентствам

Стоимость – от 350 000 до 1 000 000 руб./мес. за SEO-продвижение и контекстную рекламу, разработку сайта.

Плюсы: относительная дешевизна при условии быстрого достижения результата.

Минусы: однотипное решение для всех проектов, отсутствие погружения в бизнес клиента, не стремятся достигнуть бизнес-целей.

3. Заказать комплексный интернет-маркетинг

Стоимость – от 350 000 руб./мес. (в зависимости от сложности проекта) за комплексный интернет-маркетинг (создание комплексной стратегии маркетинга, разработку сайта, внедрение систем аналитики и связку ее с телефонией и CRM, SEO, настройку и ведение рекламы и т.д.).

Плюсы: детальное изучение бизнеса и маркетинга клиента, комплексная реализация и внедрение всех инструментов интернет-маркетинга, нацеленный подход на достижение бизнес-задач по увеличению реальной прибыли.

Минусы: подходит не для всех.

