



Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет

Стадії взаємодії Інтернет-користувачів з рекламною інформацією:

1. Демонстрація рекламного повідомлення.
2. Залучення уваги.
3. Зацікавленість.
4. Відвідування веб-сайта.
5. Дія.
6. Повторення.

Стадія	Показники
Демонстрація рекламного повідомлення	Число показів. Число унікальних показів (ad reach). Перетинання аудиторій. Вартість розміщення реклами. Частота показу (AF — ad frequency). Вартість тисячі показів (CPM — cost per «M»).
Залучення уваги	Поміченність. Запам'ятовуваність. Упізнаність.
Зацікавленість	Число кліків. Число унікальних кліків Відгук (CTR — click through ratio). Частота кліку Вартість кліку (CPC — cost per click).
Відвідування веб-сайта	Число унікальних користувачів. Число відвідувань. Частота відвідування (SF — site frequency). Число нових користувачів. Географічний розподіл користувачів. Число переглядів сторінок. Глибина перегляду. Шляхи по сайті. Довжина відвідування. Вартість унікального користувача (CPUU — cost per unique user). Вартість відвідування (CPV — cost per visit).
Дія	Число дій. Обсяг продажів Вартість дії (CPA — cost per action). Вартість продажу (CPS — cost per sale).
Повторення	Число повторних відвідувань і дій.

Показники ефективності на стадіях взаємодії Інтернет-користувачів з рекламною інформацією

Частота реклами

Частота реклами — середнє число показів рекламних матеріалів унікальному користувачеві за певний період часу.

$$AF = \frac{I}{UI},$$

AF — частота реклами;

I — число показів;

UI — число унікальних показів.

Вартість тисячі показів

$$CPM = \frac{C}{x} 1000,$$

CPM – вартість тисячі показів;

C – вартість розміщення реклами;

x – число показів.

Показник відгуку

Показник відгуку (CTR — click through ratio) - відсоткове співвідношення числа кліків до числа показів.

$$CTR = \frac{K}{I} 100\%,$$

K – число кліків;

I – число показів.

Частота кліку

Частота кліку - це відношення числа кліків до числа унікальних кліків.

$$CF = \frac{K}{UK},$$

CF – частота кліку;

K – число кліків;

UK – число унікальних кліків.

Вартість кліку

$$CPC = \frac{C}{K},$$

CPC – вартість кліку;

C – вартість розміщення реклами;

K – число кліків.

Частота відвідувань

Частота відвідувань - відношення числа відвідувань до числа унікальних користувачів.

$$SF = \frac{V}{UU},$$

SF – частота відвідувань;

V – число відвідувань;

UU – число унікальних користувачів.

Глибина перегляду

Глибина перегляду визначається числом переглянутих сторінок кожним користувачем за одне відвідування.

$$GP = \frac{PI}{V},$$

GP – глибина перегляду;

PI – число переглядів сторінок;

V – число відвідувань.

Середня вартість унікального користувача

$$CPUU = \frac{C}{UU},$$

CPUU – вартість унікального користувача;

C – вартість розміщення реклами;

UU – число унікальних користувачів.

Середня вартість одного відвідування

$$CPV = \frac{C}{V},$$

CPV – вартість відвідування;

C – вартість розміщення реклами;

V – число відвідувань.

Середня вартість однієї дії

$$CPA = \frac{C}{A},$$

CPA – вартість дії;

C – вартість розміщення реклами;

A – число дій.

Середні витрати на продаж

$$CPS = \frac{C}{S},$$

CPS – середні витрати на продаж;

C – вартість розміщення реклами;

S – число продажів.