

ОК, Google: что нового в 2017 году

или “Позабыты хлопоты, остановлен бег...”



**Илья Сидоров,
Performance Sales Activation Specialist
Google**

Март 2017



Google DeepMind

Challenge Match

8 - 15 March 2017



ALPHAGO
00:05:30

LEE SEDOL
00:28:28



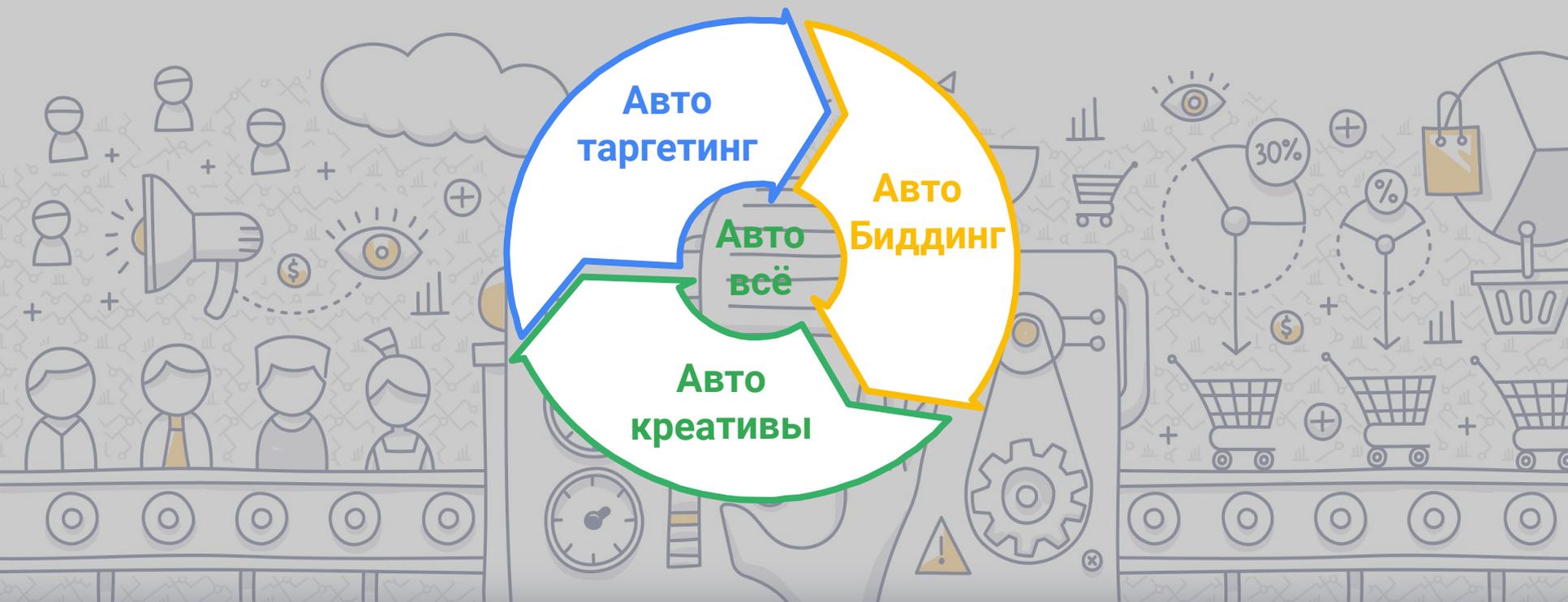
AlphaGo

Lee Sedol



Автоматизация позволяет показать пользователю нужное сообщение в нужный момент

Машинное обучение помогает делать это правильно



Авто-Таргетинг

Динамические Поисковые Объявления 2.0

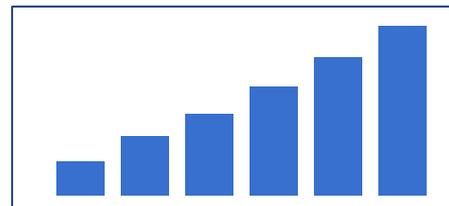
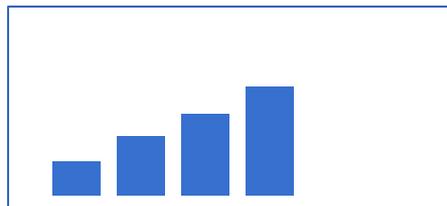


В сравнении с таргетингом по ключевым словам, DSA приносит...



...и в среднем **86%** трафика Динамических поисковых кампаний **не пересекается с обычными кампаниями**

Эффективность DSA растёт вместе с объёмами



**% DSA от всей
рекламы на поиске**

% DSA от всего трафика

% DSA нового трафика

% DSA разница CPC

% DSA разница CTR

**DSA Новички
<5%**

<2%

+2%

-54%

+6%

**DSA Активисты
5% - 20%**

12%

+14%

-34%

+26%

**DSA Мастера спорта
20% - 50%**

29%

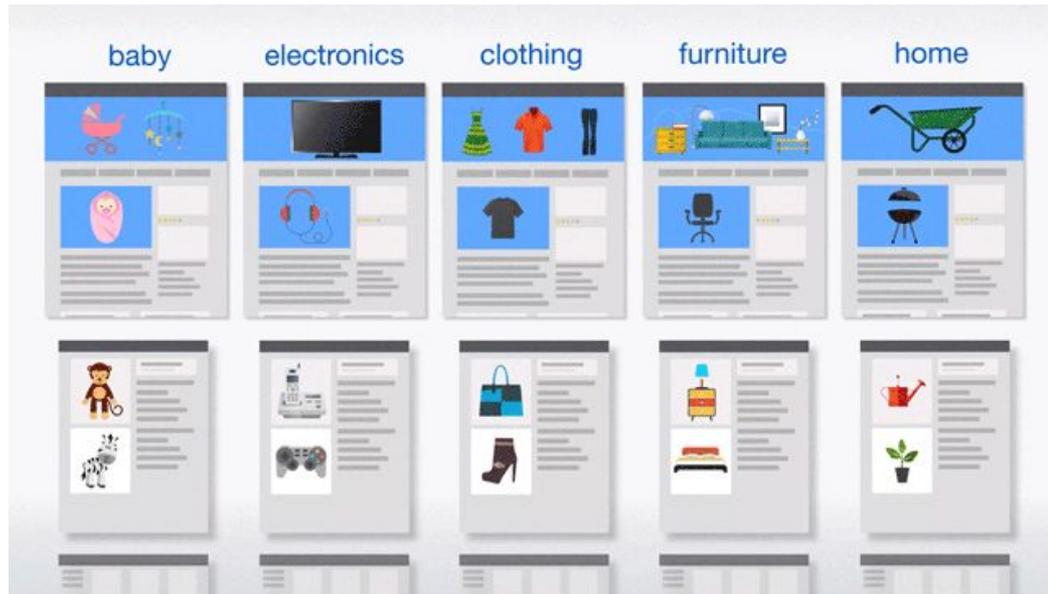
+49%

-36%

+40%

Динамические Поисковые Объявления 2.0:

- категории Динамических поисковых объявлений для более точного таргетинга
- Динамические поисковые объявления с фидами



DSA 2.0 - подходы и кейсы



Онлайн маркетплейс - DSA для запуска рекламы в 32 странах и на 10 языках

Таргетинг по категориям и Оптимизатор конверсий

в 4 раза меньше времени на запуск кампании



Динамические поисковые кампании на 50+ рынках. Рекомендации по категориям и Оптимизатор конверсий

DSA + tCPA

Значительно ниже CPA и экономия от автоматизации



Японская компания в сегменте сайтов объявлений. Подключили Оптимизатор конверсий и RLSA для повышения эффективности.

DSA + RLSA + tCPA

Рост количества конверсий на 30% при более низком CPA



DSA + Ремаркетинг на поиске

+89%

ROI

+230%

Уровень конверсии



Авто-Биддинг

Интеллектуальное назначение ставок



Умные стратегии назначения ставок

Цель кампании



Показы выше конкурентов



Макс. переходов на сайт



Конверсии и продажи



Доход

Рекомендуемая стратегия

Целевой % выигрышей

Максимум кликов в рамках бюджета

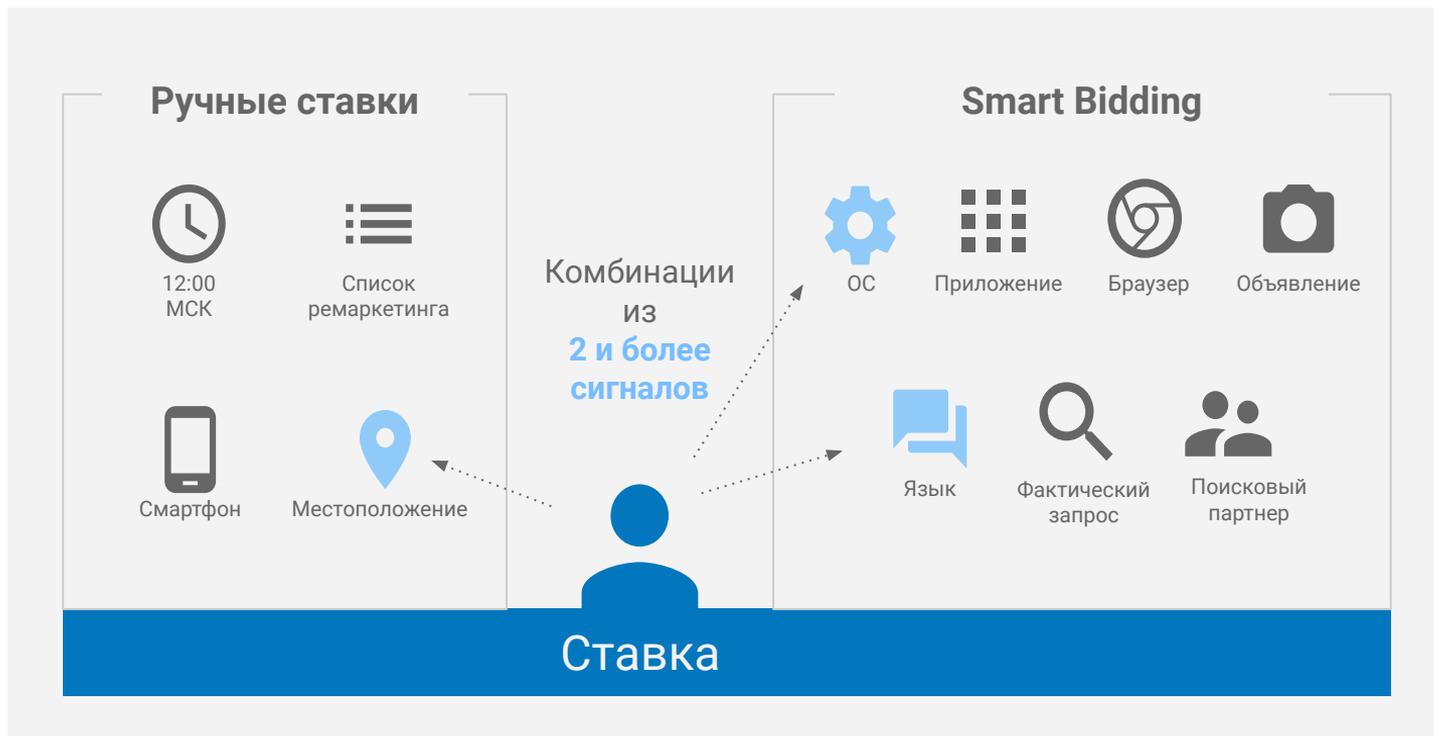
Целевая цена за конверсию или
Оптимизатор цены за конверсию

Целевая рентабельность
инвестиций в рекламу



Smart Bidding

Учет множества сигналов в ходе аукциона



Оптимизация: Smart Bidding, ручные корректировки



Smart Bidding

Автоматизация ставок на каждом отдельном аукционе

Ставка ↑

Планшет Nexus, 16:36, Москва, Firefox, опечатка в запросе

Исторический CR на уровне поискового запроса в режиме реального времени.

Ставка ↓

Компьютер, 19:00, Уфа

Old School

Ручные ставки с корректировками

Корректировки на местоположение
(Москва: +20%,
Уфа: -20%)

Корректировки на устройства
(-5% для смартфонов)

Базовая ставка

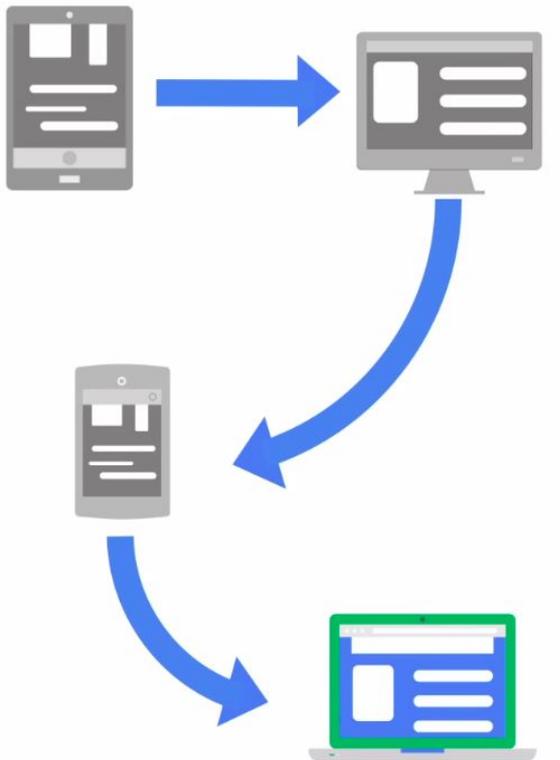
1,14р.
Москва, смартфоны

0,76р.
Уфа, смартфоны

1,00р.

Cross-Device Конверсии в AdWords

NEW



В среднем, увеличение
объема конверсий при
включении xD

+5%



AliExpress™

“

Чтобы добиться роста онлайн-продаж в разных странах, нам нужно было учитывать больше сигналов при назначении ставок.

Благодаря проектам кампаний и экспериментам мы получили возможность как никогда быстро тестировать новые стратегии назначения ставок, что крайне важно для нашего динамичного бизнеса. Интеллектуальное назначение ставок с целевой ценой за конверсию дает нам ценную информацию для принятия решений. Поэтому мы будем применять его и в других кампаниях.

”

Джесси Шен (Jessy Sheng),
менеджер по маркетингу

Google

Конфиденциально. Собственность
компании Google.

+93%

прирост конверсий

-46%

снижение цены
за конверсию



Мы открыты для любых технологий, способствующих росту количества конверсий при сохранении целевой цены.

Всего три недели тестирования интеллектуального назначения ставок с целевой ценой за конверсию в AdWords дали великолепный результат: количество конверсий выросло на 44%. Теперь мы хотим применить эту технологию и в других кампаниях.



Бриттани Бингэм (Brittany Bingham),
директор по интернет-маркетингу



Конфиденциально. Собственность
компании Google.

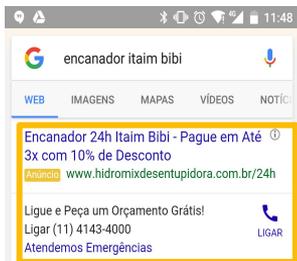
A woman with blonde hair, wearing sunglasses and a red sleeveless top, is sitting on a wooden bench outdoors. She is looking down at a tablet computer in her hands. A white coffee cup with a lid is on the bench next to her. The background shows a blurred city street with buildings.

+44%

прирост конверсий

Оценка эффективности за пределами сайта: Отслеживание телефонных звонков AdWords

Телефонные номера Google для переадресации



Расширения



Только номер телефона



Звонки-конверсии с сайта



Телефонные номера

ЗВОНКИ

ЗВОНКИ

- Позволяют отслеживать звонки, их статус, длительность и звонки-конверсии

- Номера подменяются на номера аналогичным кодом города/региона или на бесплатный номер 8-804

Ваш колл-центр



Отслеживание телефонных звонков в AdWords

Отчёты по звонкам

Помимо учёта звонков как конверсий, в отдельном отчёте можно просматривать детальную информацию:

- Время звонка (начало и завершение)
- Статус (отвечен / пропущен)
- Длительность
- Код города звонившего
- Тип звонка
- Кампания

New phone number ×

Phone number
Phone number example: 8 (301) 123-45-67

Call reporting On Off

A Conversion action will be created to track your call conversions. [Learn more](#)

Device preference Mobile

All online campaigns All time: Jan 3, 2011 - Jun 10, 2014

Campaigns Ad groups Settings Ads Keywords Audiences Ad extensions Auto targets Dimensions Display Network

View: Call details Filter Columns

Start time	End time	Status	Duration (seconds)	Caller area code	Phone cost	Call type	Campaign
Feb 16, 2014 10:27:30 AM	Feb 16, 2014 10:27:30 AM	Missed	0	201	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Feb 9, 2014 3:10:23 PM	Feb 9, 2014 3:11:22 PM	Received	59	646	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Feb 7, 2014 12:34:14 PM	Feb 7, 2014 12:35:02 PM	Received	48	201	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Feb 2, 2014 12:35:52 PM	Feb 2, 2014 12:36:31 PM	Received	39	201	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Feb 1, 2014 12:03:25 PM	Feb 1, 2014 12:05:28 PM	Received	123	917	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Jan 31, 2014 2:28:32 PM	Jan 31, 2014 2:30:49 PM	Received	137	973	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Jan 30, 2014 9:31:20 AM	Jan 30, 2014 9:33:32 AM	Received	132	845	--	Manually dialed	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Jan 29, 2014 1:57:35 PM	Jan 29, 2014 1:58:07 PM	Received	32	845	--	Manually dialed	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Jan 29, 2014 1:38:38 PM	Jan 29, 2014 1:38:59 PM	Received	21	816	--	Manually dialed	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Jan 17, 2014 2:35:52 PM	Jan 17, 2014 2:36:48 PM	Received	56	201	--	Manually dialed	Miller's Bakery - Enhanced Campaign
Jan 5, 2014 7:51:51 PM	Jan 5, 2014 7:51:51 PM	Missed	0	609	--	Mobile click-to-call	Miller's Bakery - Enhanced Campaign

Конверсионные телефонные звонки

1 Google AdWords Главная страница Кампании Оптимизация **Инструменты**

1 Источник конверсии 2 Настройки 3 Проверка и установка

Выберите источник отслеживаемых конверсий.



Веб-сайт

Добавьте на свой сайт тег, чтобы отслеживать покупки, отправки форм и другие действия. [Подробнее...](#)

Выбрать



Приложение

Добавьте фрагмент кода в свое приложение, чтобы отслеживать загрузки или взаимодействия. [Подробнее...](#)

Выбрать



Телефонные звонки

Используйте номер Google для переадресации или добавьте тег на сайт, чтобы отслеживать звонки в свой офис. [Подробнее...](#)

Выбрать



Импорт

Загрузите данные из другой системы, чтобы отслеживать конверсии в Интернете или вне. [Подробнее...](#)

2

Conversion: Calls from ads

Settings

Conversion category ?

Lead

Conversion window ?

30 days

[See your conversion time lag report](#)

Count ?

All conversions

Conversion value ?

Each conversion is worth:

1

Don't assign a value.

Call length ?

Count calls as conversions when they last longer than 60 seconds.

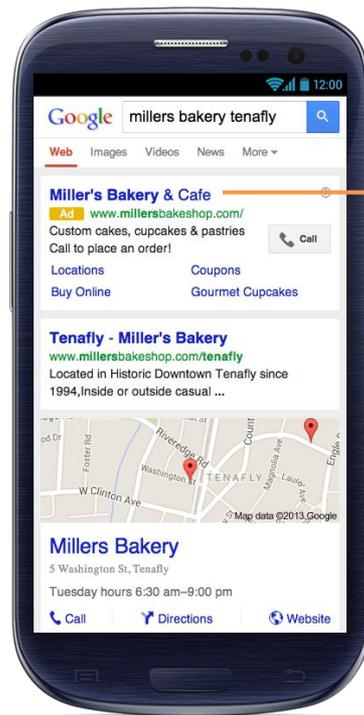
Save

Cancel

Звонки-конверсии с сайта

Звонки-конверсии

- Позволяют отслеживать звонки с сайта после перехода по рекламе в AdWords (поиск и сеть)
- Динамическая подстановка номера в течение 90 дней после клика по рекламе
- Для работы необходимо добавить код для подменных номеров на сайт

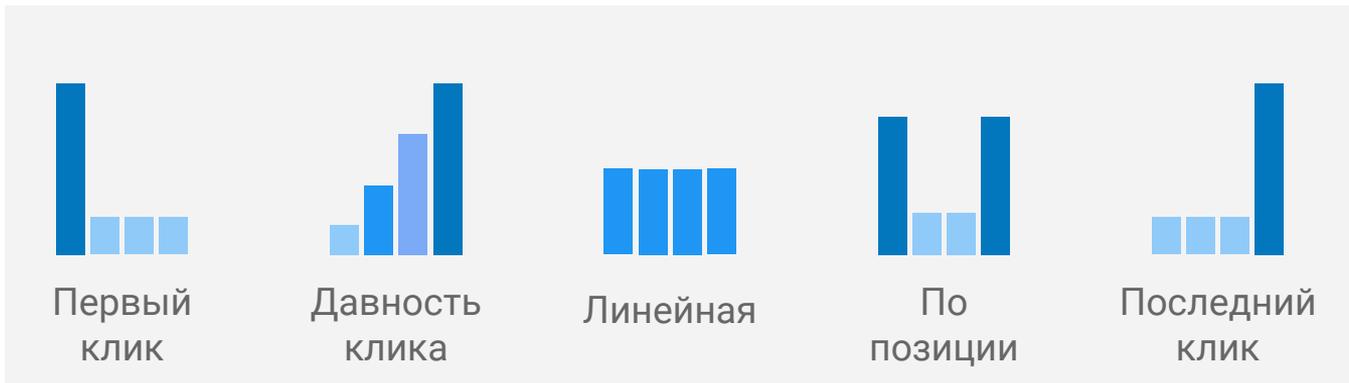


Google forwarding number

Оптимизация всего пути к покупке: Атрибуция и умный биддинг

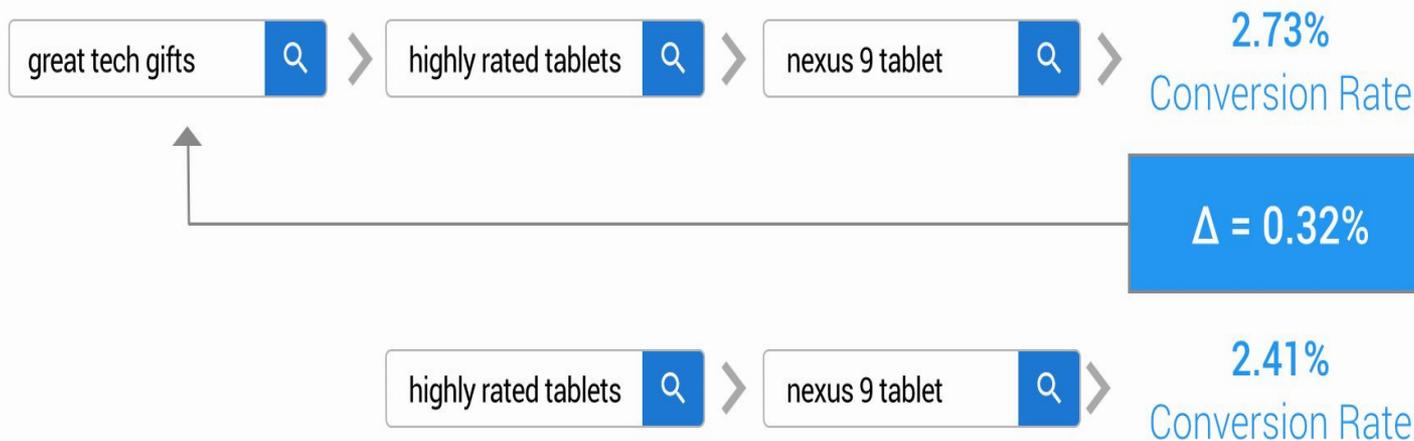
Модели атрибуции

Модели
на основе
правил



Модели атрибуции: Data-Driven

Модель
на Основе
данных

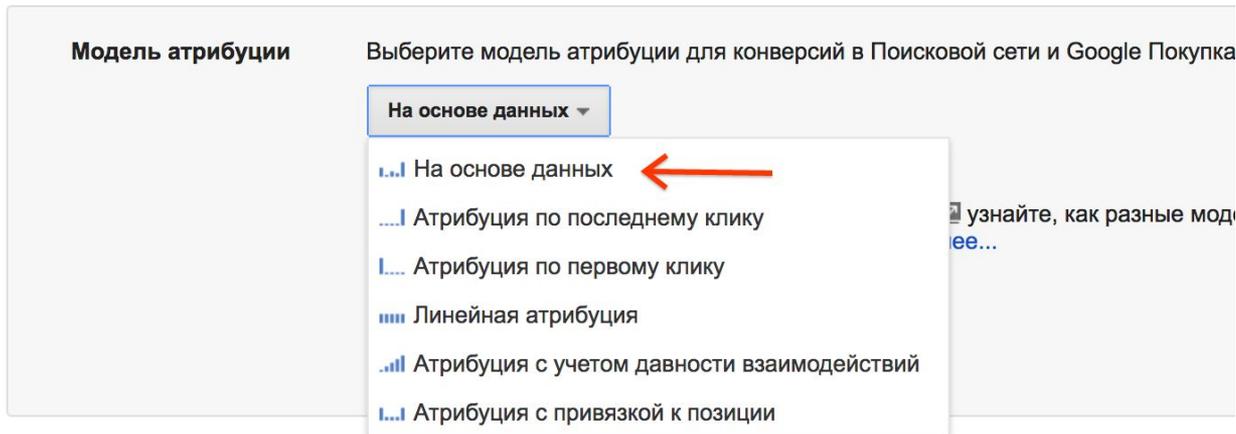


Модели атрибуции: как перейти на Data-Driven атрибуцию в AdWords

a)



b) Инструменты - Конверсии - Настройки



“Вкалывают роботы, а не человек...” Что нового в 2017?

1

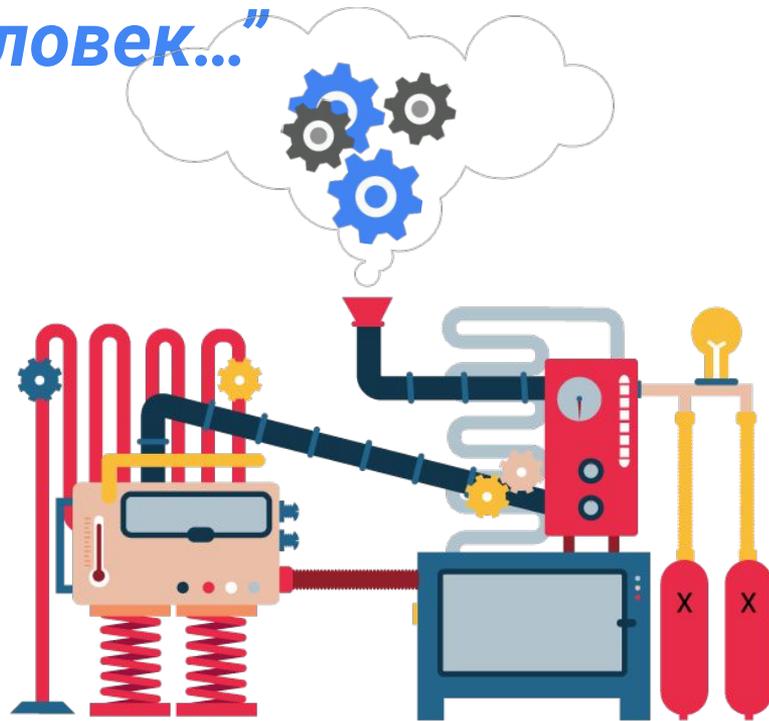
Авто-таргетинг: Динамические поисковые объявления 2.0

2

Авто-биддинг - с учётом кросс-девайс и по моделям атрибуции

3

Отслеживание эффективности за пределами сайта - колл трекинг AdWords



Google Machine-Learning