



АУДИТ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Рекламных кампаний
№

21340174,21340177...

Клиент (логин)

olddirect555@yandex.ru

на Яндекс.
Директ

СОДЕРЖАНИЕ АУДИТА

1

Минус-
слова



- Выявление дублирующихся ключевых запросов и кроссминусация

2

Объявлени
я



- Оценка структуры и релевантности объявлений
- Проверка на наличие расширений (быстрые ссылки, отображаемые ссылки, уточнения, виртуальные визитки, видеодополнения, картинки и т.д.)
- Проверка на наличие расширений (видеодополнения.)
- Проверка на наличие расширений (картинок)
- Группы объявлений со статусом «Мало показов»
- Мобильные объявления

3

Площадки и ретаргетинг



- Проверка наличия рекламной кампании смарт-баннеры
- Проверка наличия рекламных кампаний по условиям ретаргетинга

4

Параметры
Рекламной кампании



- Корректировка ставок по типу устройств
- Корректировка ставок по полу и возрасту
- Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

5

Системы
аналитики



- Стоимость наших услуг и сроки

МИНУС-СЛОВА



1.1. МИНУС-СЛОВА

Выявление дублирующихся ключевых запросов и кроссминусация



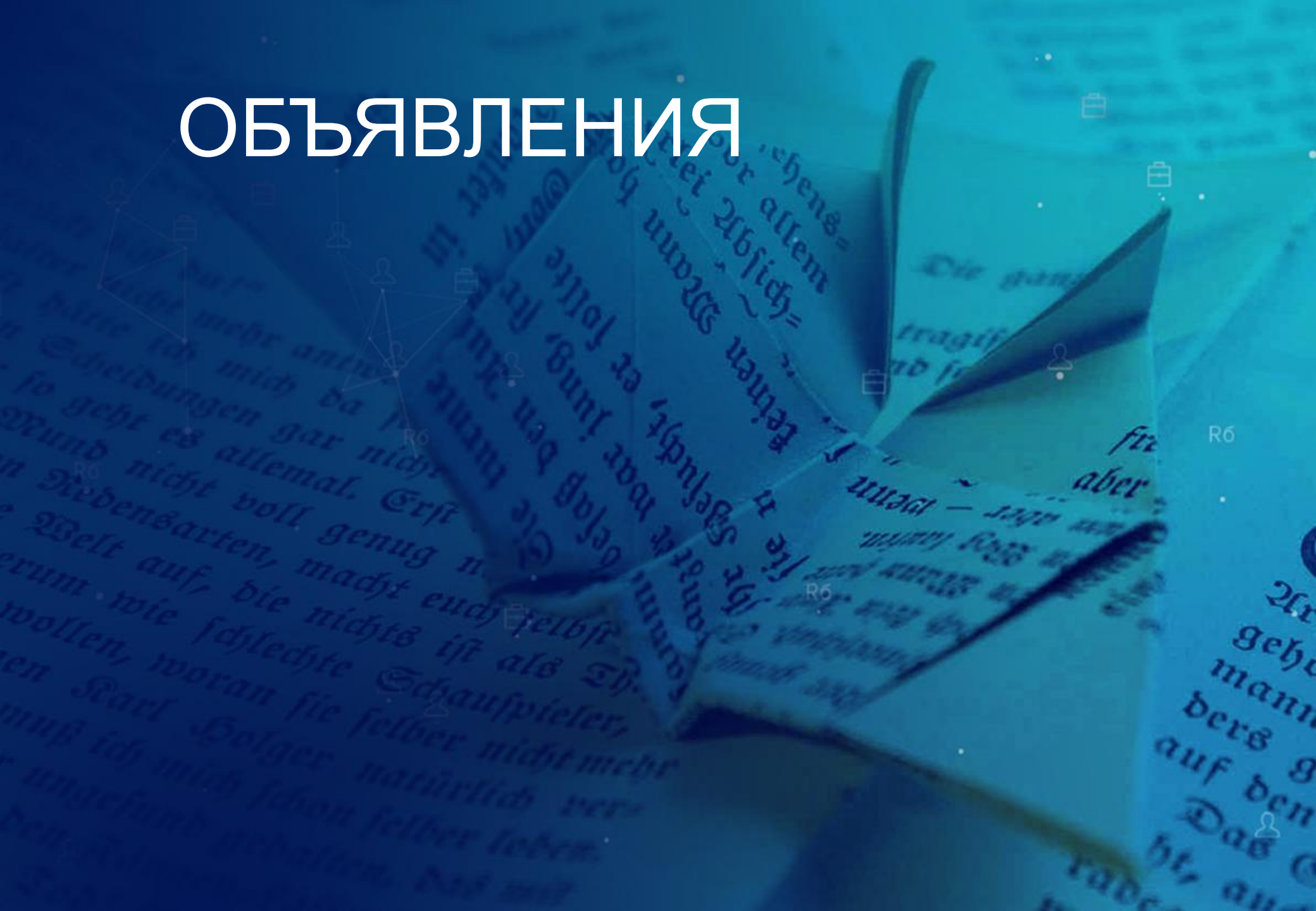
Некоторые ключевые слова не заминусованы друг с другом на предмет пересечения, а это значит, что вы не всегда будете показываться по самому релевантному объявлению.

Так же некоторые ключевые запросы в рекламных кампаниях продублированы несколько раз. Дубли необходимо удалить.

Корректировка фраз			
Номер группы	Слова	Минус-слова	Действие
1899586564	бесшовный роуминг настройка	mikrotik	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586572	wifi сеть в офисе	организация	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586555	настройка бесшовного wifi	mikrotik	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586549	бесшовный wifi ubiquiti	роуминг	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586590	роутер +для офиса +на 20 ...	2016	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586550	бесшовный роуминг mikrotik	настройка wifi	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586551	бесшовный роуминг wifi	mikrotik ubiquiti	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586547	бесшовный wifi	микротик ...	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586570	wifi для офиса	сеть	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу
1899586574	мощные роутеры wifi для офиса	+для	<input checked="" type="checkbox"/> Откорректировать фразу

Применить Отмена

ОБЪЯВЛЕНИЯ



2.1. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Оценка структуры и релевантности объявлений

В рекламных кампаниях нет вхождения ключевой фразы в заголовок и текст. Рекомендуется сделать так, чтобы ключевое слово входило в заголовок и текст объявлений. Для таких объявлений произойдет автоматическое снижение цены клика, а само объявление будет выделяться жирным шрифтом при показе на поиске Яндекса, что сделает его более заметным.



Рассмотрим пример влияния текста объявления на цену клика. Возьмем ключевой запрос **купить дом в деревне в подмосковье** и три варианта текста объявления:

Вариант 1 (Зеленый)	Вариант 2 (Желтый)	Вариант 3 (Красный)																								
<p>Купить дом в подмосковной деревне Купите недорогой дом в деревне в Подмосковье! 35 км от МКАД. от 1,79 млн. р. reality.yandex.ru</p>	<p>Купить дом в Подмосковьё Готовые коттеджи в 2 км от Москвы. Международная гимназия, полная инф-ра. www.novieveshki.ru</p>	<p>ЖК «Ольгино парк» Квартиры в Железнодорожном от застройщика! Рядом с лесопарком. gvsu-realty.ru</p>																								
<p>Фраза купить дом в деревне в подмосковье</p>																										
<table border="1"> <tr><th colspan="2">Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.</th></tr> <tr><td>вход в спецразмещение</td><td>0.93</td></tr> <tr><td>цена 1-го места</td><td>1.11</td></tr> <tr><td>вход в гарантию</td><td>0.42</td></tr> </table>	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.		вход в спецразмещение	0.93	цена 1-го места	1.11	вход в гарантию	0.42	<table border="1"> <tr><th colspan="2">Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.</th></tr> <tr><td>вход в спецразмещение</td><td>1.76 + 0.83</td></tr> <tr><td>цена 1-го места</td><td>1.41 - 0.30</td></tr> <tr><td>вход в гарантию</td><td>1.02 + 0.60</td></tr> </table>	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.		вход в спецразмещение	1.76 + 0.83	цена 1-го места	1.41 - 0.30	вход в гарантию	1.02 + 0.60	<table border="1"> <tr><th colspan="2">Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.</th></tr> <tr><td>вход в спецразмещение</td><td>3.47 + 2.54</td></tr> <tr><td>цена 1-го места</td><td>7.80 + 6.69</td></tr> <tr><td>вход в гарантию</td><td>7.80 + 7.38</td></tr> </table>	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.		вход в спецразмещение	3.47 + 2.54	цена 1-го места	7.80 + 6.69	вход в гарантию	7.80 + 7.38
Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.																										
вход в спецразмещение	0.93																									
цена 1-го места	1.11																									
вход в гарантию	0.42																									
Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.																										
вход в спецразмещение	1.76 + 0.83																									
цена 1-го места	1.41 - 0.30																									
вход в гарантию	1.02 + 0.60																									
Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.																										
вход в спецразмещение	3.47 + 2.54																									
цена 1-го места	7.80 + 6.69																									
вход в гарантию	7.80 + 7.38																									



Как мы видим, делая для каждого ключевого слова отдельное объявление, мы можем размещать рекламу по гораздо более низким ценам.

2.2. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Проверка на наличие расширений (быстрые ссылки, *отображаемые ссылки*, уточнения, виртуальные визитки, картинки и т.д.)

В объявлениях отсутствуют расширения: отображаемые ссылки, уточнения.



Рассмотрим, как объявление выглядит **без расширений**, и как может выглядеть с **расширениями**.

Объявление без расширений

Компрессор автокондиционера
на Nissan от производителей, доставка.
Демократичные цены.
avto-compressor.ru

Объявление с расширениями



Компрессор автокондиционера
на Nissan от производителей, доставка.
Демократичные цены.
Компрессоры BMW Компрессоры Audi
Компрессоры ВАЗ Компрессоры Opel
Работаем уже 17 лет · Стоянка бесплатно
Выезд бесплатно
avto-compressor.ru/компрессор



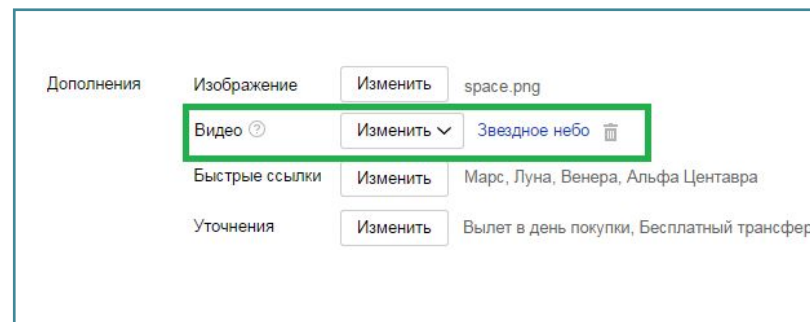
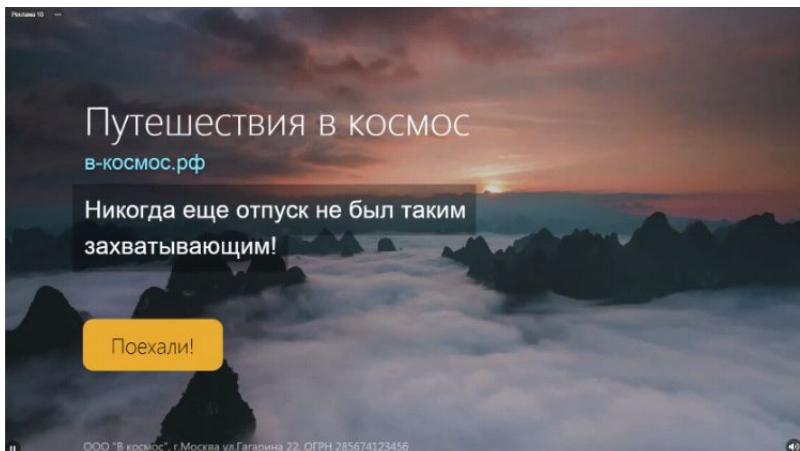
Наличие расширений делает объявления существенно заметнее, повышает кликабельность и как следствие снижает цену клика.

2.3. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Проверка на наличие расширений (видеодополнения.)

В объявлениях отсутствуют расширения: видеодополнения для рекламной сети Яндекса. Для текстово-графических объявлений создаются короткие видеоролики (до 15 секунд). При создании будут использованы заголовок, текст и ссылка вашего объявления. К ним будут добавлены фоновый видеоролик из видеотеки и кнопка. Объявления с видеодополнениями показываются в сетях (на сайтах и в потоковом видео), плата производится за клик. Ставка за клик по объявлению с видеодополнением должна быть не меньше 3 руб.

Видеодополнение:



Наличие расширений делает объявления существенно заметнее, повышает кликабельность и как следствие снижает цену клика.

2.4. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Проверка на наличие расширений (картинок)

В объявлениях отсутствуют широкоформатные изображения для рекламной сети Яндекса.

Для того, чтобы ваши объявления с изображениями показывались на всех доступных площадках, рекомендуется создавать два варианта каждого объявления. Одно со стандартным изображением, другое – с широкоформатным. Размер широкоформатных изображений - от 1080 × 607 до 5000 × 2812 пикселей.

<https://yandex.ru/support/direct/features/images.html>

2.5. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Группы объявлений со статусом «Мало показов»

Во многих РК некоторым группам объявлений присвоен статус Мало показов <https://yandex.ru/adv/news/malo-pokazov-novyj-status-dlya-grupp-obyavleniy-v-direkte>. Это означает, что такое объявление показывается очень редко или вообще не показывается и из-за этого теряется часть трафика. Следует такие объявления объединять в группы, в заголовке прописывать шаблон, а в ссылке при необходимости динамические параметры {param1} и {param2} (в том случае, если ссылки у всех объявлений разные): <https://yandex.ru/support/direct/statistics/url-tags.html>

Группа 1899604134

Внедряем ЛВС 1 объявл. >

№ М-2799384499

Внедряем ЛВС
Цены на сайте. Создаём локальные сети для частных домов. Приедем сегодня!

[↗ Адрес и телефон](#)
silent-systems.ru / 📞

Регионы показа: Москва и область

Дополнения:
изображение (стандартное), быстрые ссылки

Мало показов по данной группе. Попробуйте изменить настройки [Подробнее](#)

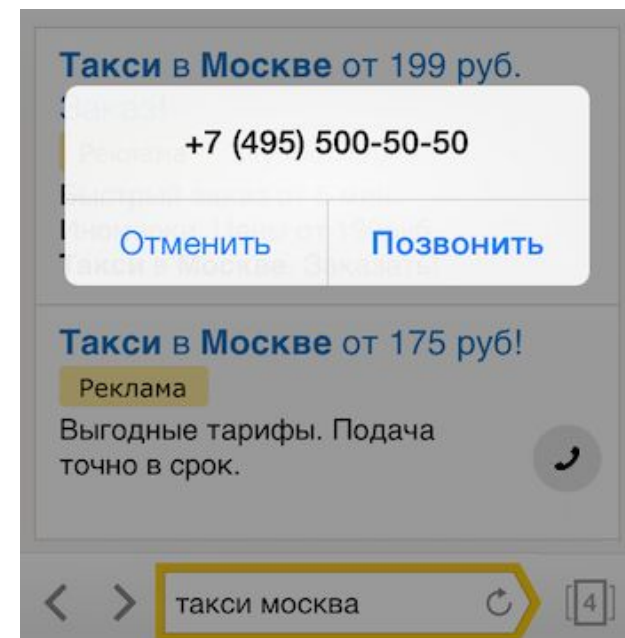
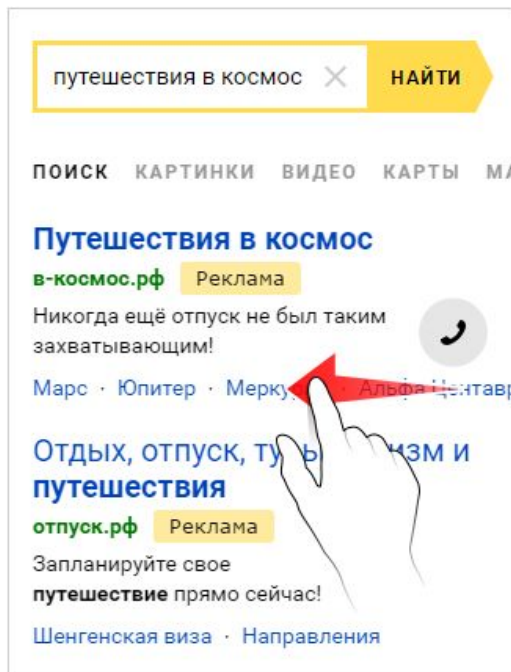
Условия показа ↑	Клики	Охват аудитории и цена клика в сетях, руб.	Цена
Ключевые фразы		Для всех ключевых фраз:	
внедрение лвс ...	0	Мало показов ?	

2.6. Мобильные объявления

В данный момент в РК отсутствуют мобильные объявления. Для того, чтобы система корректно распределяла показы на мобильных устройствах и компьютерах, а также для корректировки расходов лучше создавать 2 типа объявления: «обычное» и мобильное.

Если вы добавите к своим объявлениям виртуальную визитку, то пользователи смогут быстро с вами связаться. Чтобы позвонить, достаточно нажать значок телефонной трубки.

Пример показов мобильного объявления в выдаче Яндекса:



ПЛОЩАДКИ И РЕТАРГЕТИНГ

1. Проверка наличия рекламных кампаний по условиям ретаргетинга
2. Проверка наличия рекламной кампании смарт-баннеры

3.1. Смарт-баннеры

Проверка наличия рекламной кампании смарт-баннеры

В аккаунте нет рекламной кампании смарт-баннеры. В качестве эксперимента, можно попробовать создать РК смарт-баннеры, это увеличит охват целевой аудитории.

Смарт-баннеры – это новый медийный формат объявлений Директа с оплатой за клик. Смарт-баннеры показываются только в сетях.

Для создания смарт-баннера нужно добавить файл со списком товаров (фид) и настроить визуальное оформление. Директ проанализирует содержание фида и автоматически создаст интерактивный баннер. Смарт-баннеры помогут вам привлечь дополнительный трафик и увеличить продажи. Товарные предложения в смарт-баннере подбираются персонально для каждого пользователя в момент показа на основании его интересов.

Пример смарт-баннера:



3.2. ПЛОЩАДКИ И РЕТАРГЕТИНГ

Проверка наличия рекламных кампаний по условиям ретаргетинга

В аккаунте нет рекламных кампаний на ретаргетинг. В качестве эксперимента, можно попробовать создать РК на ретаргетинг, это увеличит охват целевой аудитории.



Ретаргетинг – возврат посетителей на сайт. Вы можете показывать определенное объявление на сайтах партнерах Яндекса всем пользователям, которые были у Вас на сайте, или на определенной странице, или достигли/не достигли определенной цели из метрики.

Ретаргетинг, как показывает практика, по многим тематикам является самым конверсионным видом рекламы на Директе.

Площадка	Тип размещения	Показы	Клики	CTR %	Цена клика (руб.)	Бюджет (руб.)
Яндекс.Директ	Ретаргетинг	50586	513	0,3	10	9234

УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ



4.1. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Корректировка ставок по типу устройств

Проверено 25 окт. 2017 г. в 18:58

Страница оптимизирована для мобильных устройств

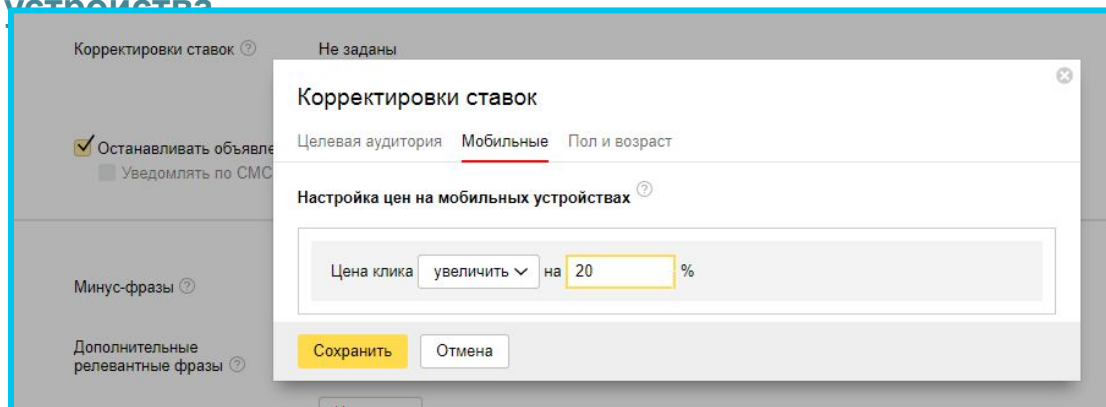
Эта страница оптимизирована для мобильных устройств

 ДОБАВИТЬ В GOOGLE



Ваш сайт оптимизирован для показа на мобильных устройствах. Используйте это преимущество перед конкурентами.

Рекомендуется повысить ставки на 10-20% на эти устройства



Корректировки ставок ? Не заданы

Корректировки ставок

Целевая аудитория **Мобильные** Пол и возраст

Настройка цен на мобильных устройствах ?

Цена клика **увеличить** на **20** %

Сохранить Отмена

4.2. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Корректировка ставок по полу и возрасту



Согласно статистике за 3 месяца, самая активная аудитория – мужчины от 25 лет и старше. **Рекомендуется повысить ставки на указанный возрастной диапазон на 15%**, что приведет к повышению целевого трафика.

Для предотвращения удорожания клика, на неконверсионную аудиторию можно снизить ставку на 30 % (возраст младше 18 лет и женский от 18–24)

Кампания	№ кампании	Пол	Возраст	Показы	Клики ▾	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Конверсия (%)
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	мужской	старше 45	35 830	423	1.18	4 451.22	10.52	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	мужской	от 25 до 34	197 314	332	0.17	7 775.89	23.42	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	мужской	от 35 до 44	127 314	306	0.24	7 365.50	24.07	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	мужской	старше 45	76 875	283	0.37	6 487.92	22.93	0.00
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	мужской	от 35 до 44	16 148	92	0.57	1 115.12	12.12	0.00
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	мужской	от 25 до 34	22 853	85	0.37	917.13	10.79	0.00
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	не определен	старше 45	9 150	76	0.83	700.27	9.21	0.00
БИЗНЕС - ТО	21340217	женский	от 18 до 24	11	1	9.09	118.47	118.47	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	не определен	младше 18	958	1	0.10	23.01	23.01	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	не определен	от 18 до 24	2 171	1	0.05	13.81	13.81	-
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	женский	не определен	2 745	1	0.04	13.33	13.33	0.00
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	мужской	младше 18	1 238	1	0.08	9.32	9.32	-
БИЗНЕС - ТО	21340217	мужской	младше 18	11	2	18.18	152.16	76.08	0.00
БИЗНЕС - ТО	21340217	мужской	от 18 до 24	43	2	4.65	256.24	128.12	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	женский	младше 18	2 698	3	0.11	25.21	8.40	0.00
ДОМ - Беспроводный WiFi РСЯ	21340238	женский	от 18 до 24	4 212	3	0.07	55.29	18.43	0.00
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	не определен	от 18 до 24	389	3	0.77	23.71	7.90	0.00
ДОМ - Усиление связи РСЯ	21340319	женский	от 18 до 24	590	3	0.51	20.83	6.94	0.00
БИЗНЕС - ТО	21340217	женский	не определен	29	4	13.79	408.60	102.15	0.00

4.3. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)



Увеличение количества продаж



Увеличение количества продаж на 24% при росте CPA на 15%

Сокращение рекламного бюджета

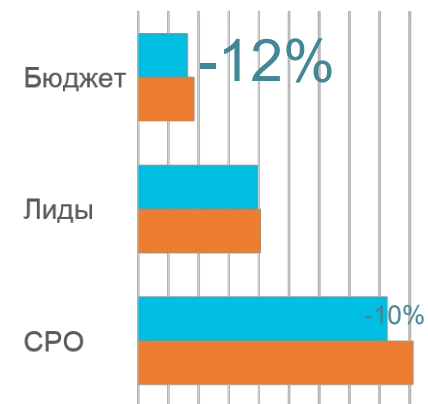


Сохранение продаж при сокращении CPA на 10% и рекламного бюджета на 12%

R-брокер разработал уникальный аналитический алгоритм, который позволяет по заданному CPA рассчитать стратегию назначения ставок.

Для анализируемых РК интерес представляют 2 стратегии.

Прогноз Факт



4.3. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

Пример:

Стратегия 1: Увеличение количества продаж на 24% при росте CPA на

15%

Фразы (>3) = Конверсионные фразы: >3 продаж за 30 дней. Стратегия: максимальные ставки, в пределах заданного CPA.

Фразы (1-3) = Неопределённые фразы: 1-3 продажи за 30 дней. Стратегия: подбор ставок, с учётом риска прекращения продаж.

Фразы (0): Неконверсионные фразы: 0 продаж за 30 дней. Стратегия: максимум кликов, при условии удержания заданного CPA всей рекламной кампании.

	СРО	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
Прогноз R-брокер	537	266	142 728	27	5 215
Сравните с фактом	456	203	92 550	23	4 000

По сегментам	План CPA		R-мах	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
R-мах фраз (>3)	550	Прогноз	28	265	141 459	28	5 131
		Факт		199	86 278	23	3 792
R-мах фраз (1-3)	500	Прогноз	13	1	376	13	30
		Факт		4	2 455	32	77
R-мах фраз (0)	650	Прогноз	133	-	893	16	55
		Факт			3 817	29	131

4.3. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

Пример:

🔑 Стратегия 2: Сохранение количества продаж при сокращении CPA на 10% и бюджета на

Фразы (3) = Конверсионные фразы: >3 продаж за 30 дней. Стратегия: максимальные ставки, в пределах заданного CPA.

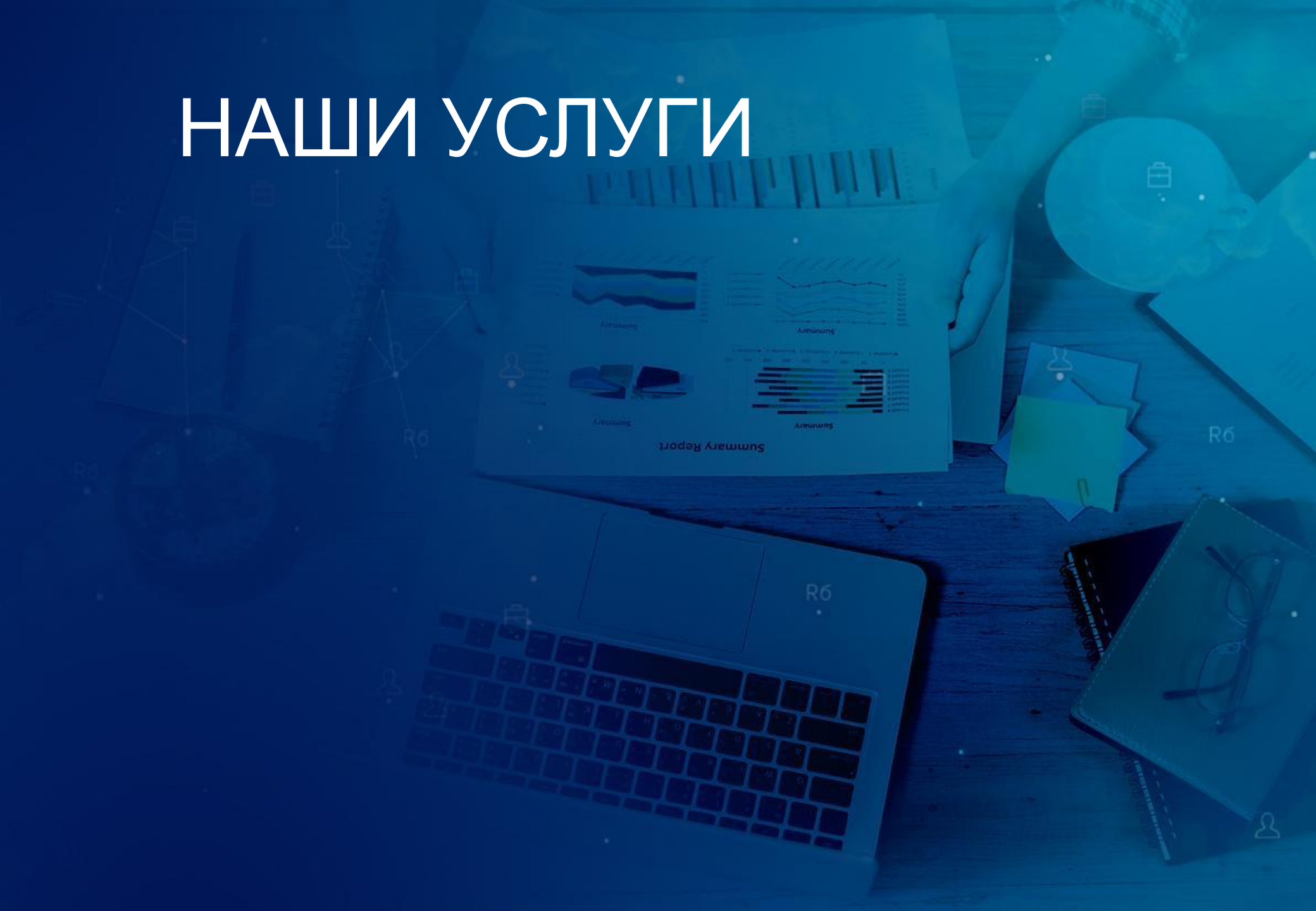
Фразы (1-3) = Неопределённые фразы: 1-3 продажи за 30 дней. Стратегия: подбор ставок, с учётом риска прекращения продаж.

Фразы (0): Неконверсионные фразы: 0 продаж за 30 дней. Стратегия: максимум кликов, при условии удержания заданного CPA всей рекламной кампании.

	СРО	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
Прогноз R-брокер	413	198	81 796	21	3 881
Сравните с фактом	456	203	92 550	23	4 000

По сегментам	План CPA		R-мах	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
R-мах фраз (>3)	550	Прогноз	21	197	80 527	21	3 797
		Факт		199	86 278	23	3 792
R-мах фраз (1-3)	500	Прогноз	13	1	376	13	30
		Факт		4	2 455	32	77
R-мах фраз (0)	650	Прогноз	133	-	893	16	55
		Факт			3 817	29	131

НАШИ УСЛУГИ



5.1. СТОИМОСТЬ НАШИХ УСЛУГ И СРОКИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

Мы можем взять на себя как все работы, так и частичное выполнение. Расчёт сделан на основе анализируемых РК.

		срок выполнения
Рекламные материалы		
1	Корректировка и добавление/удаление ключевых запросов	5 рабочих дней с момента согласования
2	Создание/корректировка объявлений	
3	Минусация, кроссминусация, удаление дублей	
4	Корректировка ставок по типу устройств	
5	Корректировка ставок с учетом аудитории по полу и возрасту	
ИТОГО		
Аналитика		
6	Настройка Comagic	3 рабочих дня с момента Установки кода
7	Ежемесячный платеж Comagic	
8	Авторазметка	1 рабочий день с момента корректировки РК
9	Создание стратегии по прогнозному отчету	от 7 рабочих дней после авторазметки
10	Финальный отчет с результатами изменений	после месяца запуска стратегии
ИТОГО		



+7(495) 604 19 06 | partners@r-broker.ru

Мы в соцсетях
Facebook | Вконтакте