



## Аудит рекламной кампании в Яндекс

### Структура аккаунта и групп объявлений

#### Структуризация рекламного аккаунта: кампании на поиске, по условию ретаргетинга и в РСЯ/КМС разделены

В кампаниях на поиске и в РСЯ/КМС используются разные запросы, объявления, стратегии управления ставками, поэтому смешивать их нельзя. Также деление используется для удобства просмотра статистики, оптимизации рекламы.

#### Структура групп объявлений: 1 группа - 1 ключевая фраза

Для каждой ключевой фразы должна быть отдельная группа объявлений, или должен быть настроен шаблон для динамической подстановки ключевой фразы в заголовок. Релевантность объявления запросу влияет на CTR, позицию

#### Мобильные объявления в группе объявлений

Объявления на мобильном отображаются не полностью. Мобильное объявление содержит короткий и ясный текст, удобный для чтения с экрана телефона.

### Проверка технических настроек рекламных кампаний:

#### "Расширенный географический таргетинг" выключен

При включенной опции показ объявлений идет по все регионам при вводе к запросу города, указанного в геотаргетинге.

#### "Запрещённые площадки и внешние сети"

В РСЯ/КМС показы идут по всем площадкам, для исключения неэффективных нужно вносить их в список запрещенных.

#### Минусация

При отсутствии проработанного списка минус-слов, показы идут по нецелевым запросам.

#### Отсутствие статуса «Мало показов»

Объявления со статусом "Мало показов" показываются реже объявлений без этого статуса, либо не показываются вообще.

#### Отсутствие отклоненных объявлений

Отклоненные объявления не показываются.

#### Полнота семантического ядра

Для получения максимального объема трафика нужно собирать семантику в том числе по средне и низкочастотным запросам.

#### Кроссминусация

Исключение конкуренции между ключевыми фразами внутри одной рекламной кампании

## Аудит рекламной кампании в Яндекс

### Качество объявлений и полнота использования расширений

Расширения позволяют показывать в объявлениях дополнительную информацию, например адрес, номер телефона, ссылки на различные разделы сайта. Благодаря расширениям повышается эффективность объявлений, они становятся более заметными.

"Быстрые ссылки" и описания

"Виртуальная визитка"

"Уточнения"

"Заголовок 2"

"Отображаемая ссылка"

### Вхождение ключевой фразы в заголовок объявления

Релевантность объявления запросу влияет на CTR, позицию объявления и на стоимость клика.

### УТП / офферы в текстах объявлений

Наличие в объявлениях повышает привлекательность объявления, CTR, помогает сформировать образ компании и отстроиться от конкурентов.

### Релевантность текстов объявлений запросам и посадочным страницам

Соблюдение правила повышает конверсию сайта. Рекламные системы также оценивают этот параметр, когда присваивают объявлению позицию отображения на поиске.

### Изображения в кампаниях РСЯ/КМС

Объявления с изображениями более привлекательны, получают больший охват показов за счет большего количества форматов объявлений по сравнению с текстовыми объявлениями.

### Баннеры в кампаниях РСЯ/КМС

Баннерная реклама увеличивает охват показов за счет использования дополнительных форматов объявлений.

### Системы аналитики и цели

Системы аналитики позволяют оценить поведение пользователей на сайте, оптимизировать на основе статистических данных рекламу для получения большего количества конверсий по меньшей цене.

Связь веб аналитики и рекламных кампаний

Отслеживание конверсий

UTM-разметка объявлений

Показатель Отказов ниже 20%

Стратегия управления ставками

## Вывод

Рекомендуем перенастроить рекламу, т.к. сейчас цена клика завышена - 30 руб. (мы прогнозируем среднюю цену клика - 17 руб.), около 20% трафика составляют нецелевые переходы. При корректной настройке можно получать большее количество переходов на сайт по меньшей цене клика. Не смотря на то, что в аккаунте разбивка по типу кампаний учтена, в кампании по ретаргетингу показы не идут, т.к. либо неоткорректированы ставки, либо условие ретаргетинга задано неверно.

Запросы дублируются в разных кампаниях, соответственно рекламные объявления конкурируют внутри одного аккаунта (например, в кампаниях "Покраска", "Автосервисы покраска"). В объявлениях на поиске используется старый формат объявлений, не используется повторение запроса в заголовке, соответственно объявление показывается на более низких позициях. Под каждый запрос нужно настроить отдельное объявление. Часть переходов на сайт нецелевые, они обусловлены настройками кампаний (расширенный геотаргетинг, дополнительные релевантные фразы) и отсутствием запрещенных площадок и минус-слов. В РСЯ для увеличения трафика и повышения кликабельности необходимо использовать рекламные модули разработанные дизайнером на основе технического задания.

## Прогноз

	Текущая ситуация	Прогноз*
Показы	152 000	189 000
Клики	821	690
Стоимость клика	31	16,5
Конверсии	12	29
Стоимость конверсий	2120,92	392,59
Качество трафика	80%	90%
Рекламный бюджет	25 451	11 385

\* прогнозируемые показатели на основе анализа рекламного аккаунта и прогноза Яндекс и Гугл.

**По прогнозу экономия рекламного бюджета составит 50%; количество конверсий вырастет в 2 раза, а стоимость конверсии уменьшится в 5 раз.**

## Медиа план

Регион: Пермь Период: 30 дней

Места размещения рекламных материалов	Количество показов на поиске	Количество переходов	Средняя списываемая цена клика, руб.	Стоимость конверсии ориентировочная зависит от конверсии сайта (заявки/звонки с сайта)	Конверсии ориентировочные (заявки/звонки с сайта)	Примерный бюджет, руб.
Директ Поиск	3 100	372	23,00	418,18	20	8 556р.
Яндекс РСЯ	186 000	316	9,00	300,00	9	2 846р.
Google Поиск	2 400	264	24,00	436,36	15	6 336р.
Google КМС	168 000	218	12,00	342,86	8	2 621р.
<b>Итого</b>	<b>359 500</b>	<b>1171</b>	<b>17,94</b>	<b>402,99</b>	<b>52</b>	<b>21 000р.</b>

Стоимость настройки и ведения контекстной рекламы

Настройка	Кол-во	Единоразовая стоимость настройки	Стоимость ежемесячного ведения рекламы/ абонентская плата за коллтрекинг
Яндекс.Директ (Реклама на поиске Яндекса)	до 500 запросов, до 5 кампаний	6 000р.	2 000р.
Яндекс.Директ.РСЯ (партнерская сеть Яндекса)	до 500 запросов, текстово-графические объявления, баннеры в 6-ти форматах	6 000р.	1 000р.
Гугл.Адвордс (Реклама на поиске Гугла)	до 500 запросов, до 5 кампаний	6 000р.	2 000р.
Гугл.Адвордс.КМС (партнерская сеть Гугла)	до 500 запросов, баннеры в 7-ти форматах	6 000р.	1 000р.
Коллтрекинг	Статический коллтрекинг	1 000р.	1 000р.
<b>Итого</b>		<b>25 000р.</b>	<b>7 000р.</b>
<b>Итого с учетом скидки за комплекс</b>		<b>19 000р.</b>	<b>6 000р.</b>

# 15 ЛЕТ

## ЭКСПЕРТИЗЫ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

### СОЗДАНИЕ САЙТОВ

Корпоративный сайт  
Landing page  
Сайт визитка  
Интернет-магазин

### МАРКЕТИНГ

Аудит сайтов и рекламы  
Брендинг  
Разработка УТП  
Маркетинговые исследования

### РЕКЛАМА

Продвижение сайтов (SEO)  
Контекстная реклама  
Продвижение в социальных сетях (SMM)  
Комплексное продвижение

### ДИЗАЙН

Разработка фирменного стиля  
Разработка логотипа  
Брендбук  
Полиграфический дизайн

**+7 (342) 258-03-00**  
**www.allo-marketing.ru**



[www.vk.com/allo\\_perm](http://www.vk.com/allo_perm)



Пермь, ул. Куйбышева 2, 4 этаж



[info@iperm.ru](mailto:info@iperm.ru)