



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 Яндекса 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.
Итого	359 500	1171	17,94	402,99	52	21 000р.

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.
Итого		25 000р.	7 000р.
Итого с учетом скидки за комплекс		19 000р.	6 000р.

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



Пермь, ул. Куйбышева 2, 4 этаж



info@iperm.ru