

2014

10 кейсов контекстной рекламы



[Http://newis.biz](http://newis.biz)

Оглавление

Введение	3
Кейс 1. Фокус на проблеме, а не на услуге.....	3
Кейс 2. Конкурентов знают, а Вас нет?	4
Кейс 3. Точно знаем, что нужно клиентам	4
Кейс 4. А что еще интересно клиентам?.....	5
Кейс 5. Комбинируем ключевики.....	5
Кейс 6. Догоняем посетителей еще раз, или коротко о ремаркетинге	6
Кейс 7. Рекламируемся на Youtube.	7
Кейс 8. Рекламируемся в медийной сети.....	8
Кейс 9. Добавляем минус-слова из реальных запросов пользователей	9
Кейс 10. Добавляем удачные ключевые слова из реальных запросов пользователей	10
Заключение	12

Введение

Если вы привлекаете на свой сайт клиентов по контекстной рекламе, то, значит, сможете измерить среднюю стоимость привлечения одного покупателя. По статистике, она может варьироваться от нескольких десятков центов до нескольких сотен долларов. Все зависит от ниши и – это очень важно! – от квалификации рекламиста. В этой брошюре Вы узнаете о том, как простыми приемами можно улучшить свой самый главный показатель ROI- (return-on-investment), как минимум – в 2 раза, а как максимум – на порядок. Если Вы, прочитав живые кейсы из нашей практики, решите обратиться к нам за помощью, будем рады Вам помочь! Если решите настраивать собственные рекламные кампании самостоятельно, что ж, надеемся, крупницы наших знаний и опыта Вам пригодятся.

10 способов выжать максимум из контекстной рекламы

Что держит в голове Ваша целевая аудитория, когда ищет Ваши товары или услуги в поисковиках?

Вы всегда можете найти ответ на эти вопросы в сервисах статистики (wordstat в Яндекс директе или планировщик ключевых слов в Гугл адвордс). Не так ли?

Учтите, что конкуренты сделают то же самое.

И что мы имеем? Чтобы быть на шаг впереди, нужно думать.

Кейс 1. Фокус на проблеме, а не на услуге

Если сломался компьютер, что будем набирать в поиске? Адреса ремонтных мастерских? А теперь посмотрите на результаты выдачи яндекса:

Яндекс
Нашлось
609 млн ответов

что делать если компьютер
что делать если компьютер не видит флешку
что делать если компьютер не видит телефон
что делать если компьютер не видит usb устройства
что делать если компьютер не выключается через пуск
что делать если компьютер тормозит
что делать если компьютер сам выключается
что делать если компьютер при включении пищит
что делать если компьютер не включается
что делать если компьютер не видит юсб
что делать если компьютер не видит адаптер

Это уже стало заезженным штампом: клиенту нужна не столько услуга, сколько решение его проблем. И да! Если Вы точно находите болевые точки потенциальных клиентов, то в

контекстной реконтекстной рекламе Вам обеспечено повышенное внимание клиентов и даже в самых конкурентных тематиках – низкие цены за клик. Пример приведен ниже. Ключевое слово для объявлений – «нечем платить кредит».

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Объявление	Статус ?	↓ CTR ?	Клики ?	Показы ?	Сред. цена за клик ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Нечем платить кредит? Проверенный план действий. Бесплатная консультация антиколлектора. Звоните! abankiri.ru	<input type="checkbox"/> Одобрено	14,29 %	50	350	7,59 руб.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Нечем платить кредит?. Гарантия: уменьшим долги на 90%. Затягиваем процесс до 2 лет! Заходите abankiri.ru	<input type="checkbox"/> Одобрено	7,69 %	4	52	8,79 руб.

Кейс 2. Конкурентов знают, а Вас нет?

Столкнулись с ситуацией, что жидкая резина Plast dip для окраски автомобиля в поиске имеет по России десятки тысяч просмотров в день, а ближайший конкурент Color Dip (инновационнее, дешевле и качественней) почти никому не известна. Как же рекламироваться в поиске (по востребованному слову plasti dip)? А вот как:

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Объявление	Статус ?	Клики ?	Показы ?	↓ CTR ?	Сред. цена за клик ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Нужен Пласти Дип? А жидкая резина Color Dip в 2 раза дешевле и прочнее. Опт. Звоните! colordip-opt.ru	<input type="checkbox"/> Одобрено	10	246	4,07 %	22,82 руб.

CTR устраивает не вполне. Может быть, не указывать вообще марку жидкой резины? Гипотеза сработала, смотрим на рисунок.

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Объявление	Статус ?	Клики ?	Показы ?	↓ CTR ?	Сред. цена за клик ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Жидкая резина оптом. Жидкая резина для авто. До 125% чистой прибыли с продажи. Заходите! colordip-opt.ru	<input type="checkbox"/> Одобрено	16	204	7,84 %	18,31 руб.

Здесь можно встретиться с подводными камнями. Например, если торговая марка Вашего конкурента защищена авторскими правами на территории, куда Вы таргетируетесь (Россия, Украина и т.д.), то Ваше объявление модерацию не пройдет. Но – если нельзя указывать явно имя конкурента в объявлении нельзя, то в качестве ключевого слова использовать его никто не возбраняет.

Кейс 3. Точно знаем, что нужно клиентам

Иногда не нужно долго мудрить. Хотите свидание на крыше? Вот оно:

Объявление	Группа объявлений	Статус ?	↓ Клики ?	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?
Подари свидание на крыше Организация романтических свиданий от 7900 р. Запомнит надолго. Заходите! loveroof.ru	Loveroof-searching-точное	Одобрено	92	430	21,40 %	11,70 руб.

Использовано **точное ключевое словосочетание** «свидание на крыше». CTR неплох, не правда ли?

Кейс 4. А что еще интересно клиентам?

Такая проблема становится жгучей, когда нужно таргетироваться на очень узкую целевую аудиторию и в поиске целевых запросов –кот наплакал. Например, молодым мамам из райцентра мы хотим предложить услуги частного детского сада. Но запросов по детским садам (по жителям этого райцентра) 3 штуки в день в поиске. Так что же еще они могут искать молодые мамы? Это легко понять, если заглянуть в статистику по ремаркетингу. Результат ожидаемый: молодые мамы, которые ищут детский сад, параллельно ищут работу.

Да, если мама ищет работу, то детский сад для ребенка ей точно нужен. И вот как мы поступаем, таргетируясь на женщин в возрасте 20-35 лет, интересующихся товарами для малышей.

Объявление	Статус ?	CTR ?	Показы ?	↓ Клики ?	Сред. цена за клик ?
Мама на работу, дитя в садик. Сеть детских садов и ясель с английским в Мытищах. Записывайтесь! harpap.ru	Одобрено	0,12 %	46 130	54	12,06 руб.

Эта статистика – не по поиску, а по контекстно-медийной сети, в которой, наряду с текстовым объявлением, мы показываем и баннеры. CTR низкий, но наша цель – покупатели, а не посетители. При этом с 50 кликов в неделю мы получаем в среднем 3 клиентов. Ключевые слова, которые мы заказывали на сайтах, где показывалось объявление –это, разумеется, «ищу работу», «трудоустройство» и т.д.

Кейс 5. Комбинируем ключевики

Знаете ли Вы, что наиболее коммерческие запросы содержат определенный набор слов. Это название Вашего товара (услуги). Это синонимы слова «купить»: цена, стоимость, сколько стоит, прайс, продажа, нужен, хочу, оптом, интернет-магазин и т.д.

Это может быть город, в котором проживает потенциальный клиент. Могут быть и другие расклады. Например, общее название товара и его уточнение и т.д. Можно сгруппировать эти словосочетания в excel'е, но есть гораздо более удобный инструмент. Это инструмент «Планировщик ключевых слов» в Google adwords с его функцией «комбинировать списки ключевых слов, чтобы получить новые варианты».

Можно работать одновременно с двумя или тремя списками (см. рисунок)

Список 1

раскрутка
реклама
продвижение

Список 2

одностраничник
сайт
интернет-магазин
лендинг
landing page



Получить оценки

Узнать количество запросов

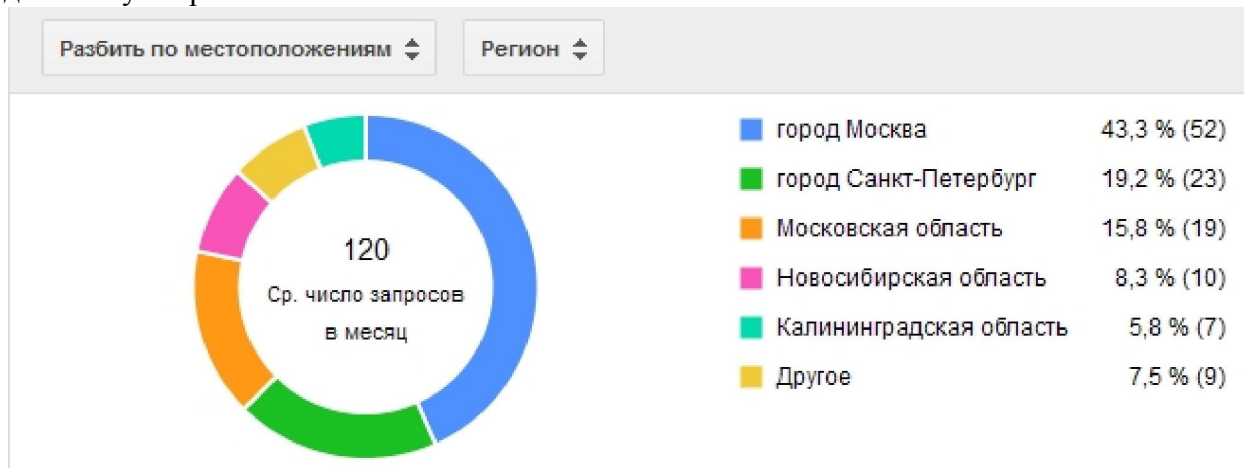
Отмена

Что мы получим в итоге?

Таблицу всех возможных словосочетаний с возможностью сортировки: какое словосочетание получит больше всего кликов? А где будет самый высокий CTR? А какие словосочетания самые дешевые?

<input type="checkbox"/>	Ключевое слово	Клики	Показы	Стоимость	CTR	Сред. цена за клик	Сред. поз.
<input type="checkbox"/>	реклама сайт	22,28	311,20	44,49 \$	7,2 %	2,00 \$	1,80
<input type="checkbox"/>	продвижение сайт	18,26	498,84	27,47 \$	3,7 %	1,50 \$	2,48
<input type="checkbox"/>	раскрутка сайт	9,21	169,31	13,26 \$	5,4 %	1,44 \$	2,45
<input type="checkbox"/>	продвижение интернет-магазин	0,28	11,71	0,35 \$	2,4 %	1,28 \$	2,63
<input type="checkbox"/>	раскрутка интернет-магазин	0,06	3,70	0,14 \$	1,5 %	2,57 \$	2,92
<input type="checkbox"/>	продвижение landing page	0,02	2,16	0,05 \$	0,7 %	2,83 \$	1,71

Возможностей у этого инструмента больше, чем можно подумать: можно сразу увидеть, в каких регионах и на каких устройствах словосочетания наиболее популярны, увидеть динамику запросов.



В этих регионах можно оттеснить конкурентов незначительным повышением ставки. Да и вообще, использовать такую аналитику себе во благо хороший рекламист просто обязан.

Кейс 6. Догоняем посетителей еще раз, или коротко о ремаркетинге

Уже только ленивый не замечал, что стоит побывать на определенном сайте, как сразу же его реклама начинает преследовать всюду. Это и есть ремаркетинг: единожды зашедшего на сайт посетителя можно и нужно догонять с помощью ремаркетинга.

Рассмотрим ремаркетинг на примере Гугл адвордс (аналогичные, но несколько меньшие возможности) есть и в Яндекс директе и даже в некоторых социальных сетях (например, в ВКонтакте).

В Гугл адвордсе настраивается такой параметр, как аудитории. Настраивать их можно как в адвордсе, так и в гугл аналитиксе – в последнем случае возможности настройки на порядок выше. Это не только посещение (непосещение) отдельных страниц, но и целая комбинация параметров, например, пользователь посетил страницу XXX и задержался на ней больше 30 сек., или на сайт пробыл больше 5 минут и сделал попытку положить товар в корзину и т.д.

Теперь этих людей нам нужно чем-то заинтересовать. Например, так:

Объявление	Группа объявлений	Статус ?	Клики ? ↓	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?
Газоблоки, пеноблоки. Наш сайт по Вам соскучился. Сегодня у нас акция! Заходите еще. bloks.su	Газобетон и пеноблоки	Кампания приостановлена	193	18 652	1,03 %	16,43 руб.

Кстати, цена за клик в ремаркетинге, как правило, будет дешевле, чем в поиске.

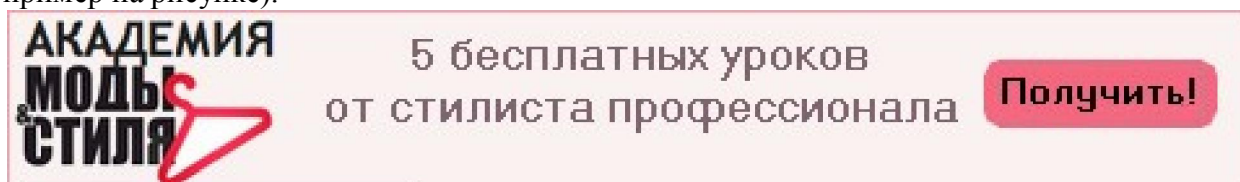
Очень хорошо работают в ремаркетинге не просто тексты, но и баннеры (в гугл адвордс есть очень удобный редактор для создания реально профессиональных баннеров). А еще лучше – когда Вы сегментируете посетителей своего сайта (бескрайние возможности для этого есть в гугл аналитиксе), а потом создаете сценарии под каждый тип посетителей. Но это уже другая история...

У ремаркетинга в Гугл адвордс есть еще один большой плюс: статистика по местам размещения рекламы наглядно покажет паттерны поведения потенциальных клиентов. Положим, Вы продаете автокраски. Ремаркетинг по автокраскам будет преследовать посетителей сайта на всех просторах интернета, и таким образом можно выявить, что потребители автокрасок посещают специализированные форумы по автокраскам (а кто бы знал, что таких в сети немало?), сайты с идеями бизнеса и сайты с полезными советами автолюбителям. Хотите повысить эффективность медийной рекламы? Нацельте ее на выслеженные ремаркетингом «места водопоя».

P.S. Не забудьте, что в Гугл адвордс есть 2 принципиально разных вида ремаркетинга – поисковый (настраивается для поисковых объявлений) и медийный (предназначен для контекстно-медийной сети).


Кейс 7. Рекламируемся на Youtube.

Статистика утверждает, что сайт №1 в мире по посещаемости – это Youtube.com. Когда Вы настраиваете рекламу в гугл адвордс для медийной сети, стоит об этом обязательно помнить! Не буду углубляться в форматы видеорекламы. Скажу только, что на Youtube (если указать видеохостинг как единственную рекламную площадку) можно настраивать показы как текстовой, так и рекламы в виде оверлеев (баннерная накладка на видеоролик, пример на рисунке).



А основной метод таргетинга – это ключевые слова, которыми издатели описывают свой видеоролик. Иногда это помогает очень точно «попасть» в целевую аудиторию. Например, оверлей Академии моды и стиля транслировался на роликах «Модного приговора» - конверсия достигла 10%.


Не менее результативным показал себя оверлей – реклама антиколлекторского агенства. Он показывался на роликах с темой «общение с коллекторами». Получилось дешево и не менее эффективно.



Угрожают коллекторы?

Бесплатная консультация.
И всегда будет бесплатной.

Подробнее >>



Центр Ярких Эмоций

Найти развлечения для влюбленных

Мне повезет!



Резиновая краска для авто оптом

Новый уровень
бизнеса. 125% чистой
прибыли на понтах!

COLORDIP

Подробнее



125% чистой прибыли.
Отдаем на реализацию.



Жидкая резина оптом

COLORDIP

Подробнее

Газоблоки, пеноблоки

Оптом и в розницу.
В Москве и области

Подробнее

Газоблоки, пеноблоки



ЕГОРЬЕВСКИЙ ЗАВОД
СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ



Покупайте
русское!





Последний вариант подготовлен для фирмы – продавца строительных материалов. Наряду с классическим вариантом, точно отражающим суть услуг (левый баннер), подготовлен интерактивный баннер (справа), который меняет свой вид в зависимости от того, на какую из нижних пиктограмм жмет посетитель. Таким образом, можно на «пяточке» вместить максимум информации о Ваших уникальных услугах!

Кейс 9. Добавляем минус-слова из реальных запросов пользователей

Конечно, при настройке Вы не могли этого не сделать – включить обширный список минус-слов: «бесплатно», «своими руками», «б/у», «картинки», «порно» и т.д. Потому что даже если Вы продаете магнитно-резонансный томограф, то не факт, что нет желающих увидеть порноценки с его участием.

Но что в самом деле будут искать люди, вводящие в поисковик фразы с вашими ключевиками, Вы можете даже не представлять. Например, «PS-400» из прайс-листа окажется не встраиваемым компьютером от Advantech, а шинами для авто. А «PS-250» с точным соответствием - это вовсе не лабораторные весы, а модель скутера.

Можно увидеть, что ищут люди по вашим ключевикам, заглянув в раздел «Кампании» - «Ключевые слова» - «Поисковые запросы». Смотреть статистику можно как по всей кампании, так и по отдельным группам объявлений.

● Включено Тип: Только поисковая сеть – Все функции [Изменить](#) Бюджет: 150,00 руб
Активные значения корректировки ставок: Расписание показа объявлений

[Группы объявлений](#) [Настройки](#) [Объявления](#) [Ключевые слова](#) [Аудитор](#)

[Все ключевые слова, кроме удаленных](#) [Сегментировать](#) [Фильтр](#) [Стоп](#)

[Клики](#) по сравнению с [Отсутствует](#) [В день](#)



[+ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА](#) [Изменить](#) [Подробности](#) [Стратегия назначения с](#)

[Минус-слова](#)

Данные в отчетах отображаются с отставанием.
Задержка составляет более 18 часов для некоторы

могут н
х дат и

© 2014 Google | [Редакционные правила](#)

ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ

Выбранные

Все

СТАТИСТИКА АУКЦИОНОВ

Выбранные

Все

[Диагностика ключевых слов](#)

Удобные инструменты позволяют тут же отмечать нужные минус-сочетания и отправлять их в минус-слова для всей кампании или групп объявлений – на выбор. Точно так же можно анализировать все кампании сразу, конкретную кампанию или спуститься до уровня группы объявлений.

Кейс 10. Добавляем удачные ключевые слова из реальных запросов пользователей

Этот же инструмент позволяет увидеть, какие словосочетания притягивают ваши ключевики в реальном поиске. Вот, например, при широком соответствии «каркасные дома» чаще всего вызывают показы объявлений именно по этому точному словосочетанию.

Добавить как ключевое слово		Добавить как минус-слово		↓ Сохранить в файл			
<input type="checkbox"/>	Поисковый запрос	Тип соответствия ?	Добавл./искл. ?	Клики ?	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?
<input type="checkbox"/>	каркасные дома оренбург	Точное соответствие	Добавлено	6	10	60,00 %	5,04 руб.
<input type="checkbox"/>	дом по канадской технологии в оренбурге	Широкое (на основе сеансов)	Отсутствует	1	1	100,00 %	18,98 руб.
<input type="checkbox"/>	каркасно щитовые дома оренбург	Широкое соответствие	Отсутствует	1	0	0,00 %	16,40 руб.
<input type="checkbox"/>	сборные дома из панелей оренбург	Широкое соответствие	Добавлено	1	1	100,00 %	9,57 руб.
<input type="checkbox"/>	деревянные дома оренбург	Широкое соответствие	Исключено	1	1	100,00 %	7,78 руб.
<input type="checkbox"/>	дома из бруса в оренбурге	Широкое соответствие	Отсутствует	1	1	100,00 %	4,90 руб.
<input type="checkbox"/>	каркасный дом оренбург	Точное соответствие (близкий вариант)	Добавлено	1	2	50,00 %	2,37 руб.
	Другие поисковые запросы ?			2	475	0,42%	7,75 руб.

Мы это словосочетание с точным соответствием включаем в список ключевых слов, и что видим на следующий день? Повышение CTR и снижение стоимости ключевого слова почти в три раза!

<input type="checkbox"/>	●	Ключевое слово	Статус ?	Макс. цена за клик ?	Клики ?	↓ Показы ?	CTR ?	Сред. цена за клик ?
<input type="checkbox"/>	●	каркасные дома оренбург	Допущено	20,00 руб. <input checked="" type="checkbox"/>	13	471	2,76 %	7,95 руб.
<input type="checkbox"/>	●	[каркасные дома оренбург]	Допущено	20,00 руб. <input checked="" type="checkbox"/>	1	20	5,00 %	2,34 руб.

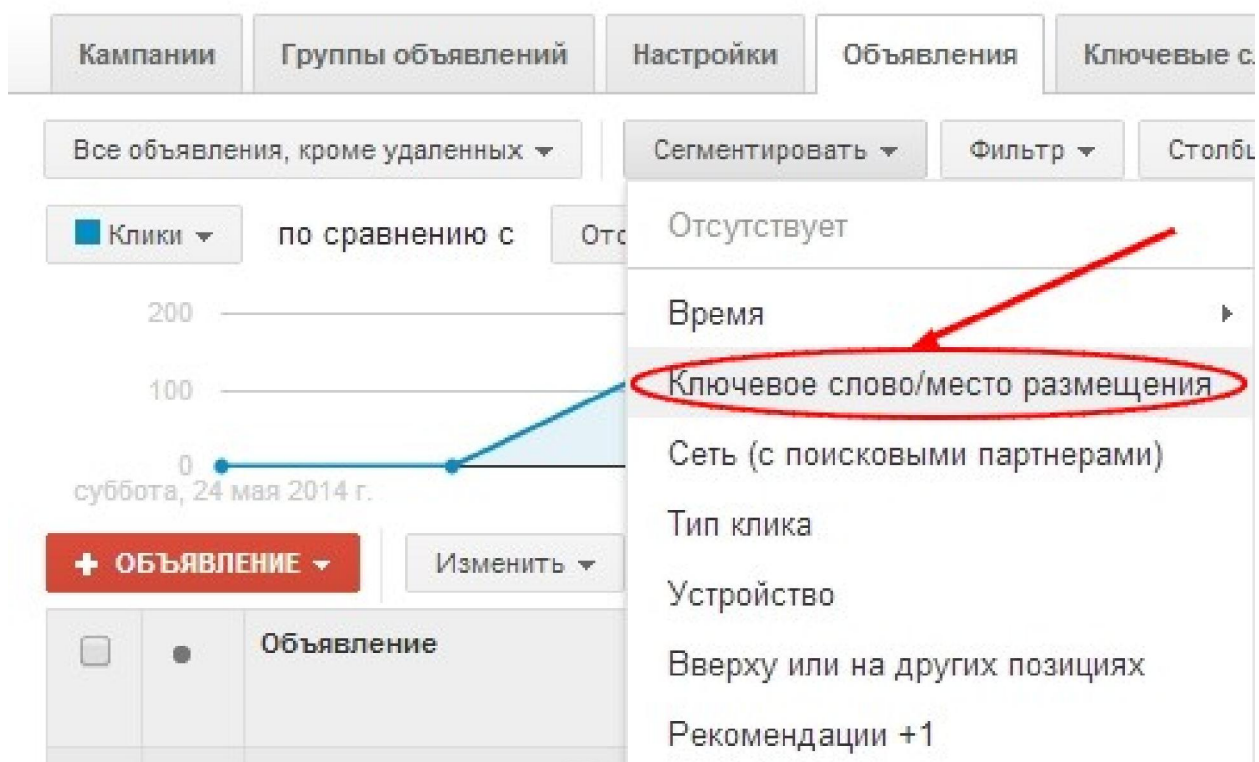
Можно приводить еще примеры: когда люди обозначают свою потребность точнее даже, чем Вы. И эти ключевые слова можно целиком включать в группу объявлений.

А для того, чтобы выбрать лучшие варианты из возможных, стоит воспользоваться отчетом «ключевое слово/место размещения» для выбора лучших вариантов.

В отличие от Яндекс Директа служба поддержки Гугл рекомендует брать за основу 10-15 ключевых слов и 2-3 разных объявлений. Не забываем о вхождениях ключевиков в тексты (заголовки) объявлений!

Отличный инструмент для тестирования эффективности всех вариантов сочетаний – пункт меню «Сегментировать» - «Ключевое слово/место размещения».

Все интернет-кампании



Вы сможете понять, какое ключевое с каким объявлением дает Вам наибольший CTR (или конверсию, если она у вас настроена).

Пример такого отчета Вы можете увидеть ниже. Одни и те же ключевые слова при разных текстах объявлений дают разницу в CTR и цене в несколько раз.

Объявление	Статус	CTR	↓ Клики	Показы	Сред. цена за клик
<u>Варианты постройки дома:</u> От домокомплектов до сдачи под ключ Заселение через 2,5 месяца. Звоните lp.oren-house.ru	Одобрено	7,19 %	12	167	12,66 руб.
построить дом		6,25 %	4	64	12,22 руб.
постройка дома		6,94 %	5	72	13,13 руб.
стройка дома		9,68 %	3	31	12,44 руб.
<u>Постройка дома под ключ</u> Каркасно-панельные дома под ключ. Заселение через 2,5 месяца. Звоните lp.oren-house.ru	Одобрено	2,27 %	1	44	25,32 руб.
постройка дома		2,38 %	1	42	25,32 руб.
стройка дома		0,00 %	0	2	0,00 руб.

Теперь Вы видите, как можно увеличивать доходность рекламных кампаний (и это только один из способов)!

Остается дополнить свой арсенал этими удобными инструментами для оптимизации рекламной кампании Google Adwords.

Заключение

Мы рассказали только о небольшой части тех приемов, которые используются для создания и оптимизации контекстной рекламы. Возможно, если Вы будете самостоятельно настраивать и оптимизировать свои рекламные кампании, и наши кейсы Вам пригодятся. А возможно, Вы решите доверить эту работу профессионалам. И тогда мы приглашаем Вас к общению.

Мы находимся в Украине, а работаем в России, Украине и по всему СНГ. С нами можно легко и удобно связаться по скайпу: [newis_biz](https://www.newis.biz), по телефону или на сайте [newis.biz](https://www.newis.biz).