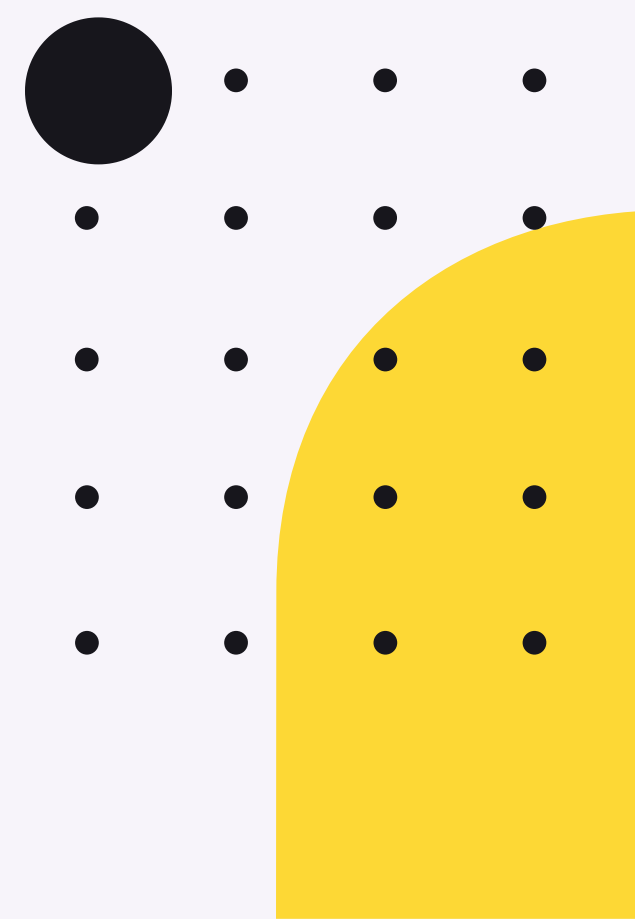




# **Настройка и ведение контекстной рекламы в интернет-агентстве «Иллюминатор»**



1

Контекстная реклама: все, что нужно знать.

2

Как мы настраиваем: этапы работы и схема сотрудничества.

4

Рекламное сопровождение.

5

Примеры работ.

3

Полезные материалы, которые пригодятся в работе с нами.

# Содержание



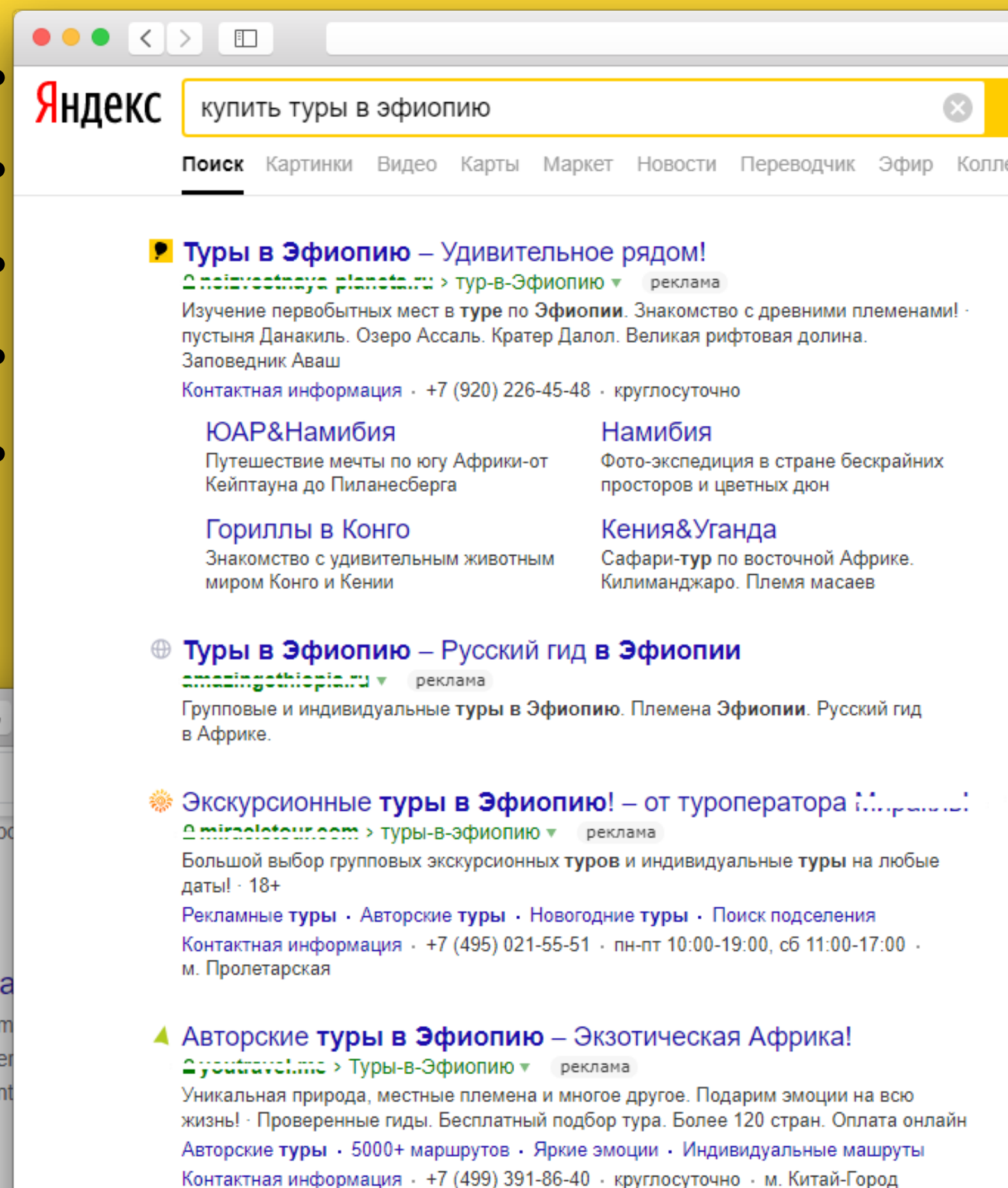
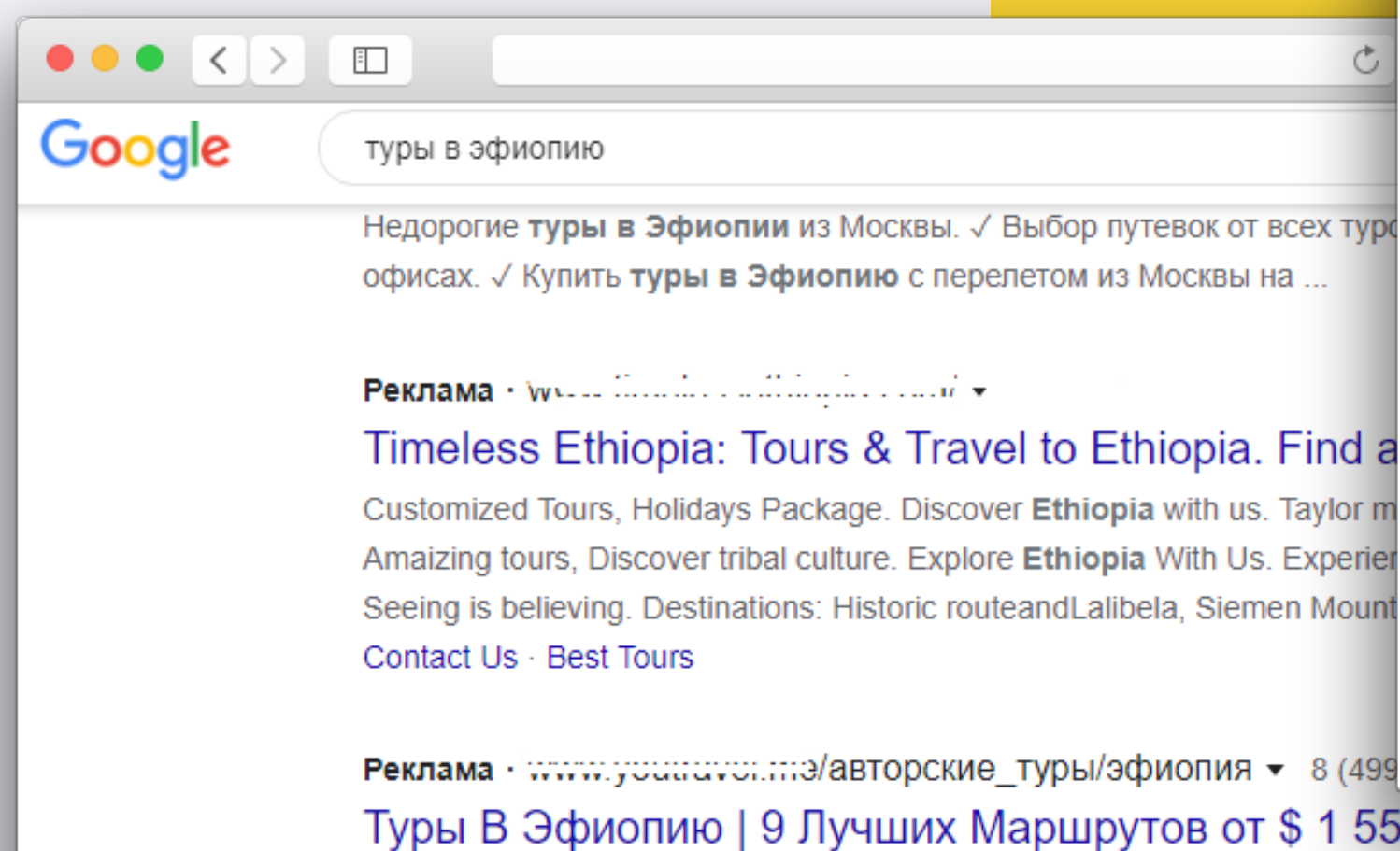


# Всё, что нужно знать о контекстной рекламе



# Контекстная реклама

Интернет-реклама, содержание которой подстраивается под содержание страницы или запроса пользователя.





# Контекстная реклама

- Показывается на поиске и на сайтах-партнерах Яндекса и Google.
- На поиске показывается в соответствии с поисковым запросом, на сайтах – в соответствии с тематикой, ключевыми словами и методами таргетинга.
- На поиске основной формат объявления – текст, на сайтах – картинка + текст.

# Почему эффективна?

- При правильной настройке отлично подходит для разных стратегий: рост числа продаж, расширение географии, повышение узнаваемости и др.
- Отвечает на сформированный спрос пользователя.
- «Внедряется» в страницу, с которой контактирует пользователь, вызывает меньше раздражения, чем другие виды рекламы.






# Кому подходит

- Любому бизнесу со сформированным спросом на продукт/услугу;
- Для тестирования спроса.

Но для продвижения личного бренда лучше обратиться к другим каналам трафика (например, к таргетированной рекламе).

# Реклама работает в связке

- Если одно из звеньев нарушено, то эффективность рекламных кампаний снижается;
- Поэтому будьте внимательны к рекомендациям специалистов по поводу правок на сайте перед запуском платного трафика.



Рекламный  
трафик

Сайт

Отлаженные  
процессы продаж





# Как мы настраиваем рекламу

этапы работы и схема сотрудничества





# Начало работы

1

- Предлагаем заполнить бриф.

Бриф необходим нашей команде для предварительного знакомства с бизнесом, потому что никто не знает бизнес лучше, чем сам владелец.

2

- Изучаем бриф, вникаем в тонкости бизнеса, задаём уточняющие вопросы.

Чем подробнее вы ответите на вопросы специалистов, тем качественнее будет настроена реклама.

3

- Переходим к процессу настройки рекламной кампании.

# Стандарт по настройке контекстной рекламы

[Смотреть](#) 

Посмотрите, как надо настраивать контекстную рекламу, чтобы она приносила деньги.

## СТАНДАРТ ПО НАСТРОЙКЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

---

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ

---

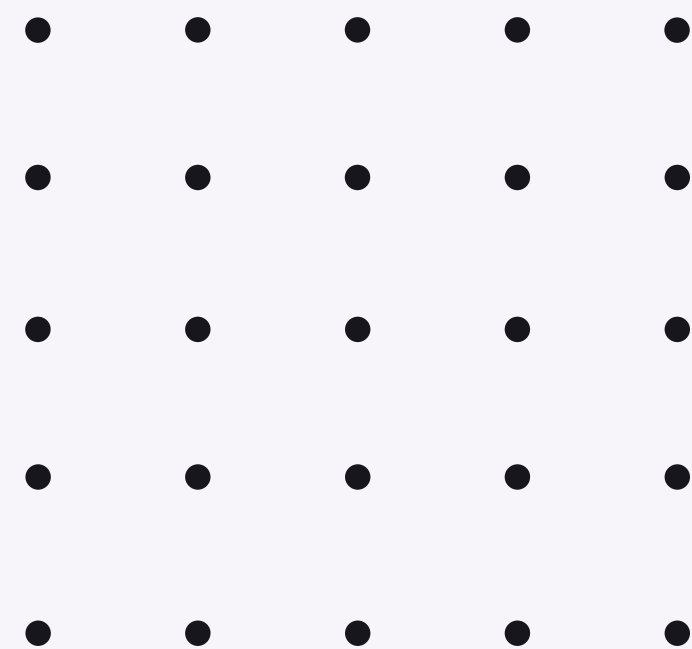
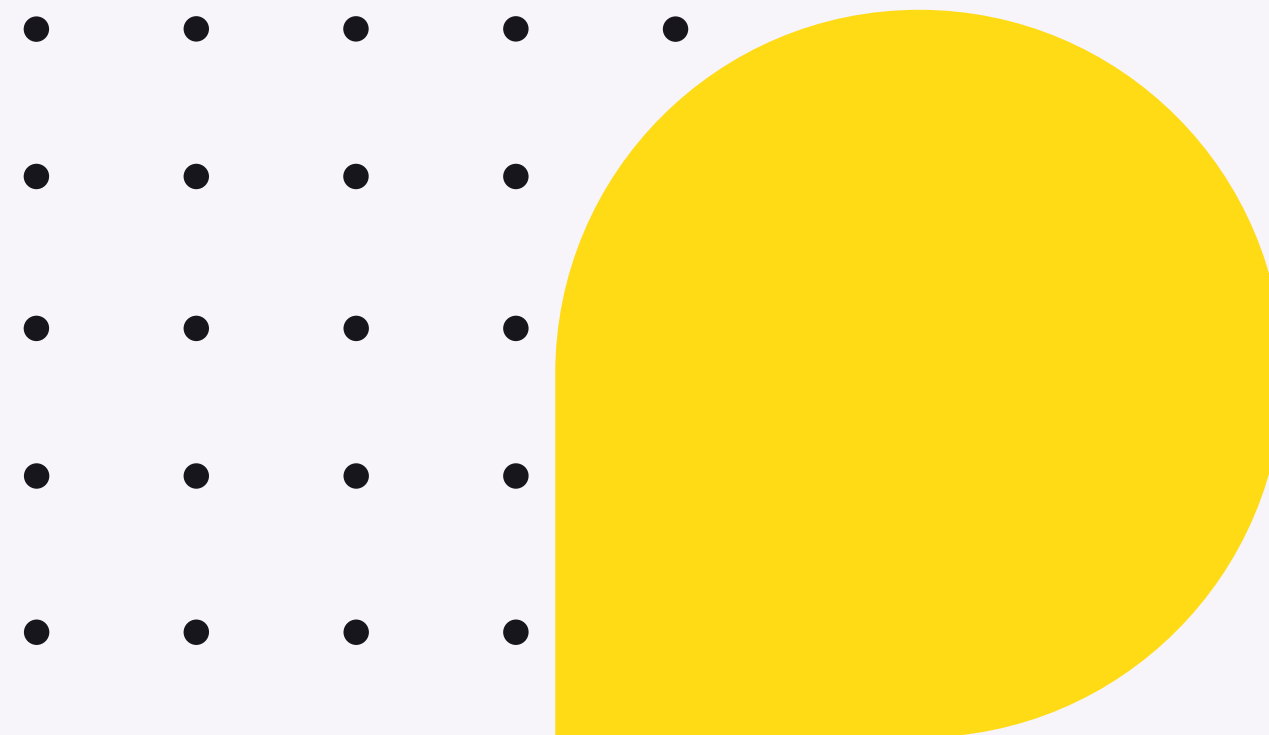


# Что такое Стандарт?

На рынке много предложений по настройке контекстной рекламы. Специалистов - тысячи. Но только небольшой процент заказчиков получает желаемый эффект.

Мы хотим, чтобы рынок стал прозрачнее, чтобы клиент знал, как заказывать рекламу и управлять подрядчиком. А исполнитель знал, как работать.

Не претендуем на истину в последней инстанции, но следование Стандарту точно позволит вам сократить свои риски.





**Ваша роль не ограничивается  
подписанием договора и оплатой  
счёта.**

**Мы ожидаем максимальную  
вовлечённость в проект:**

- **максимально развернутое  
заполнение брифа;**
- **своевременное согласование  
этапов работы;**
- **своевременное предоставление  
материалов для запуска рекламы.**

**● ЖИДАНИЯ**

# С кем вы взаимодействуете

Ваш помощник – руководитель  
проекта.

Он знает:

- что специалисты делают сейчас;
- что необходимо от вас;
- когда работа над проектом закончится и как считать результат.



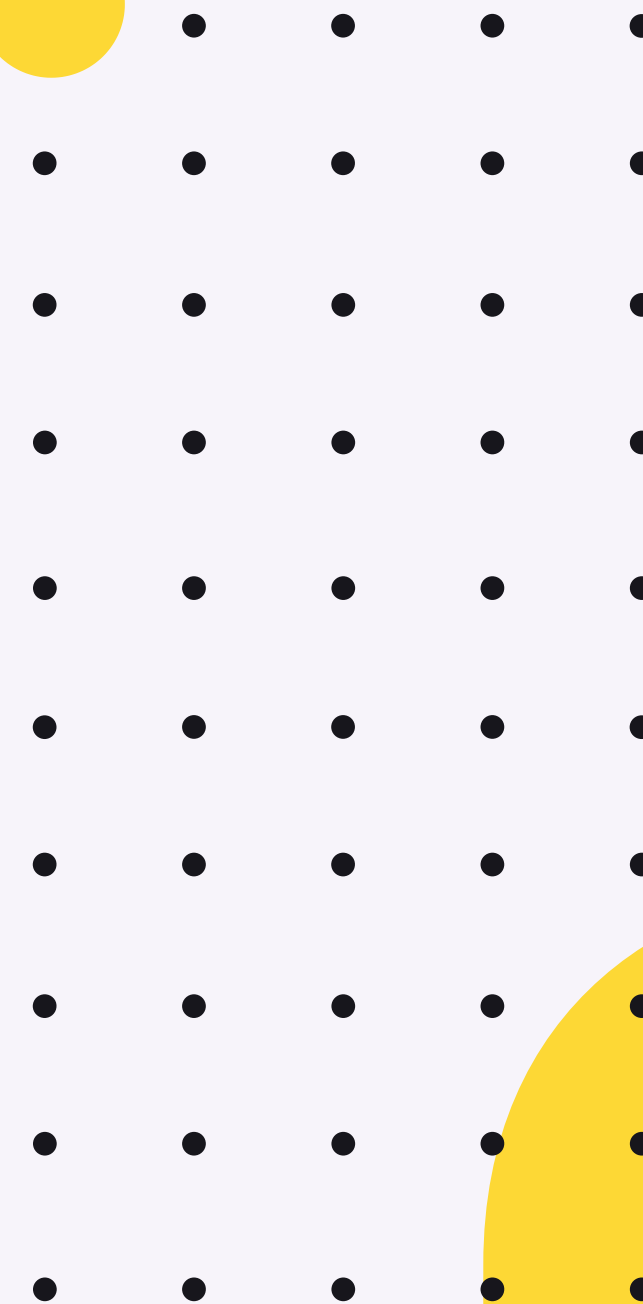
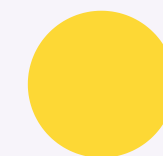
# Как вы взаимодействуете

Вы всегда можете связаться с руководителем проекта по электронной почте, телефону, на встрече.

Руководитель проекта может быть сменен, если по какой-то причине взаимодействие непродуктивно.



# Процесс согласования этапов работы







Процесс согласования этапов работы  
происходит по электронной почте,  
которая указана в вашем договоре.

При необходимости мы готовы  
встретиться, обсудить все возникшие  
вопросы.

Просим максимально серьёзно  
подходить к согласованию.



# Вы всегда в курсе процесса работы

Ничего не будет потеряно!

Все материалы по проекту хранятся в папке на Яндекс.Диске, ссылку на который пришлет руководитель проекта на старте.

В папке:

- все документы (подписанный скан [договора](#) с обеих сторон, счета, акты, отчёты по месяцам);
- контент (фото, видео, тексты).
- [рабочий файл](#) настройки рекламы, где можно увидеть процесс работы над вашим проектом: от семантики и анализа конкурентов до объявлений.





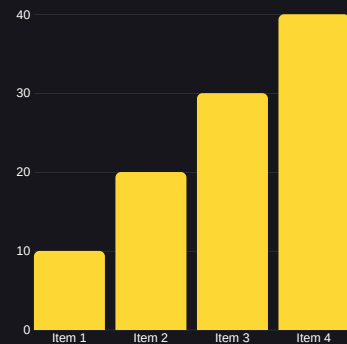
# Рекламное сопровождение

Мы предлагаем не только одноразовую настройку рекламных кампаний, но и их дальнейшее сопровождение.



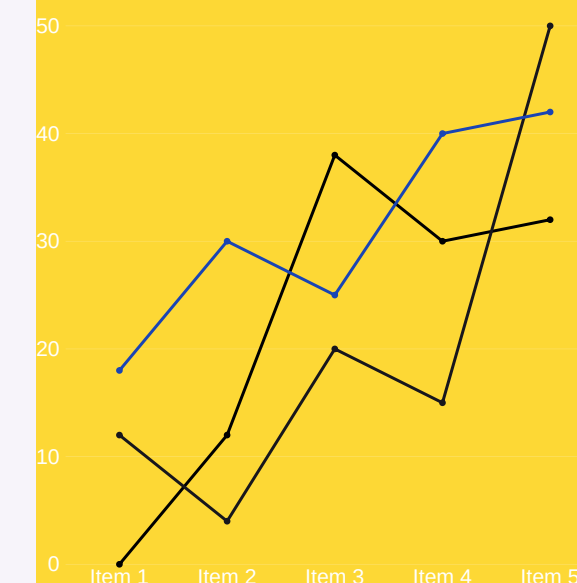
# Что вы получите, заказав ведение у нас?

- Если у вас уже настроены рекламные кампании, мы проведем их аудит и подготовим список правок, разделённых по приоритету. Так вы получите наш план работ на ближайший месяц.
- Для тех, кто заказывал настройку контекстной рекламы у нас, ведение рекламы – по сниженной цене.



# Что входит в ведение?

- добавление дополнительных ключевых фраз по 1 направлению;
- поддержка руководителя проекта (ответы на вопросы, выставление счетов, аналитика и подготовка отчётов);
- оптимизация рекламных кампаний (добавление минус-слов, отключение неэффективных фраз и площадок, добавление конверсионных ключей и новых фраз из поисковых запросов по отчету метрики) – 2 раза в месяц;
- аналитика рекламных кампаний с последующей корректировкой;
- отчёт по истечению периода с предложением по оптимизации и расширению рекламных кампаний в следующем месяце;
- проведение А/Б-тестирования для выявления наиболее эффективных комплектаций объявлений, ссылок и др.



# Стоимость настройки и ведения контекстной рекламы



	Эконом	Стандарт	Бизнес
Для кого	Небольшое производство, монопродукция (игрушки-авокадо) или моноуслуга (трезвый водитель)	Сайт услуг, магазин с небольшим ассортиментом (до 500 позиций)	Большой интернет-магазин (от 600-1000 товарных позиций), сайт многопрофильной клиники
Бюджет в месяц	от 15 000	от 25 000	от 50 000
Стоимость настройки	15 000	26 250	36 400

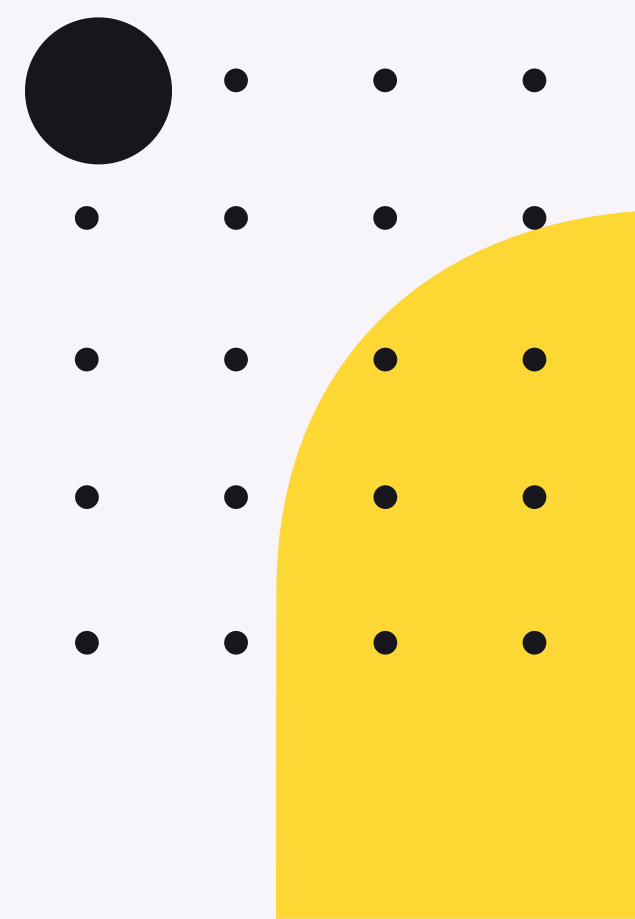
Стоимость ведения: от 2 500 рублей/месяц

Подробные тарифы на см. [на сайте](#)



# **Полезные материалы, которые пригодятся в работе с нами**

Сохраните, чтобы не потерять



# Стандарт по настройке контекстной рекламы

[Смотреть](#) 

Посмотрите, как надо настраивать контекстную рекламу, чтобы она приносила деньги.

## СТАНДАРТ ПО НАСТРОЙКЕ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

---

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ

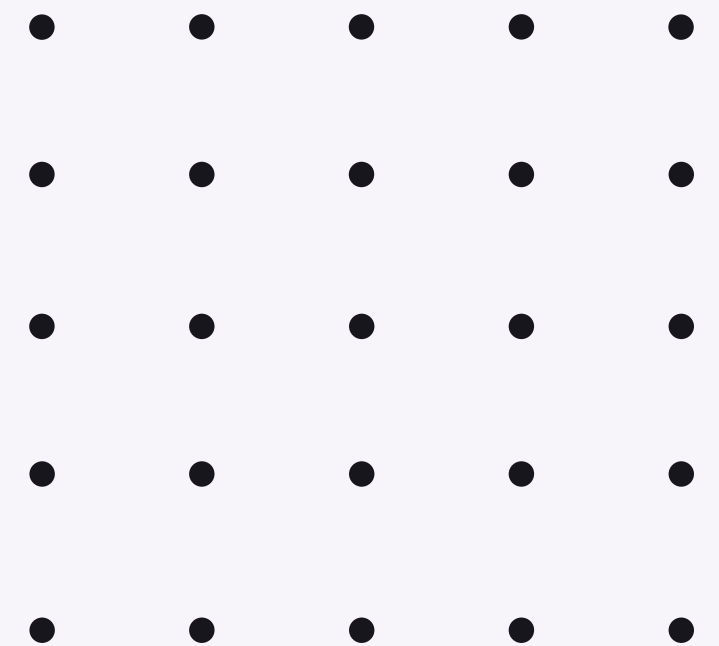
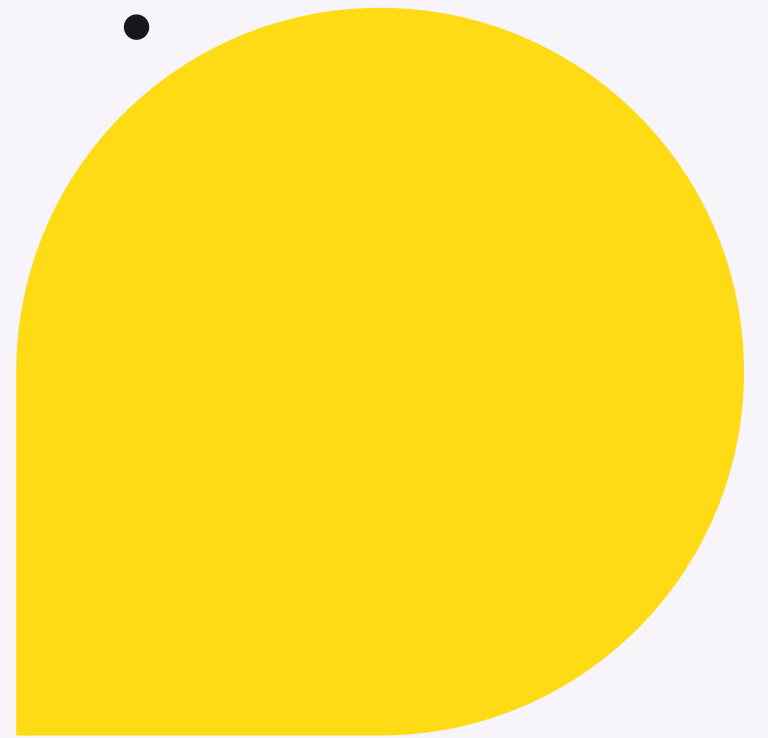
---



# Чек-лист проверки рекламы заказчиком

[Смотреть](#) 

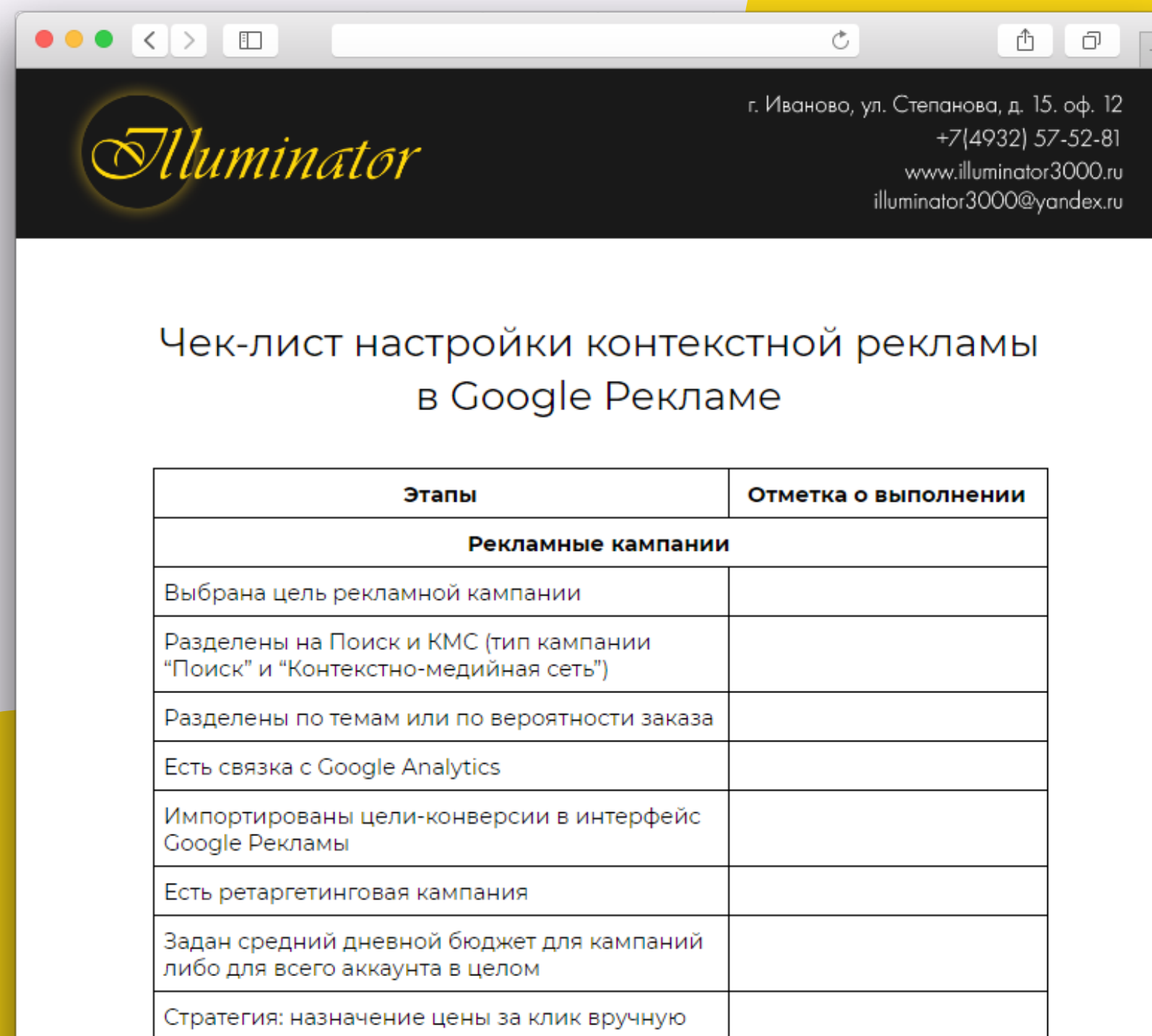
Проверьте работу подрядчика  
перед запуском



# Чек-лист настройки контекстной рекламы в Google Рекламе

[Смотреть](#) 

Версия Pro: проверьте  
рекламную кампанию перед  
запуском



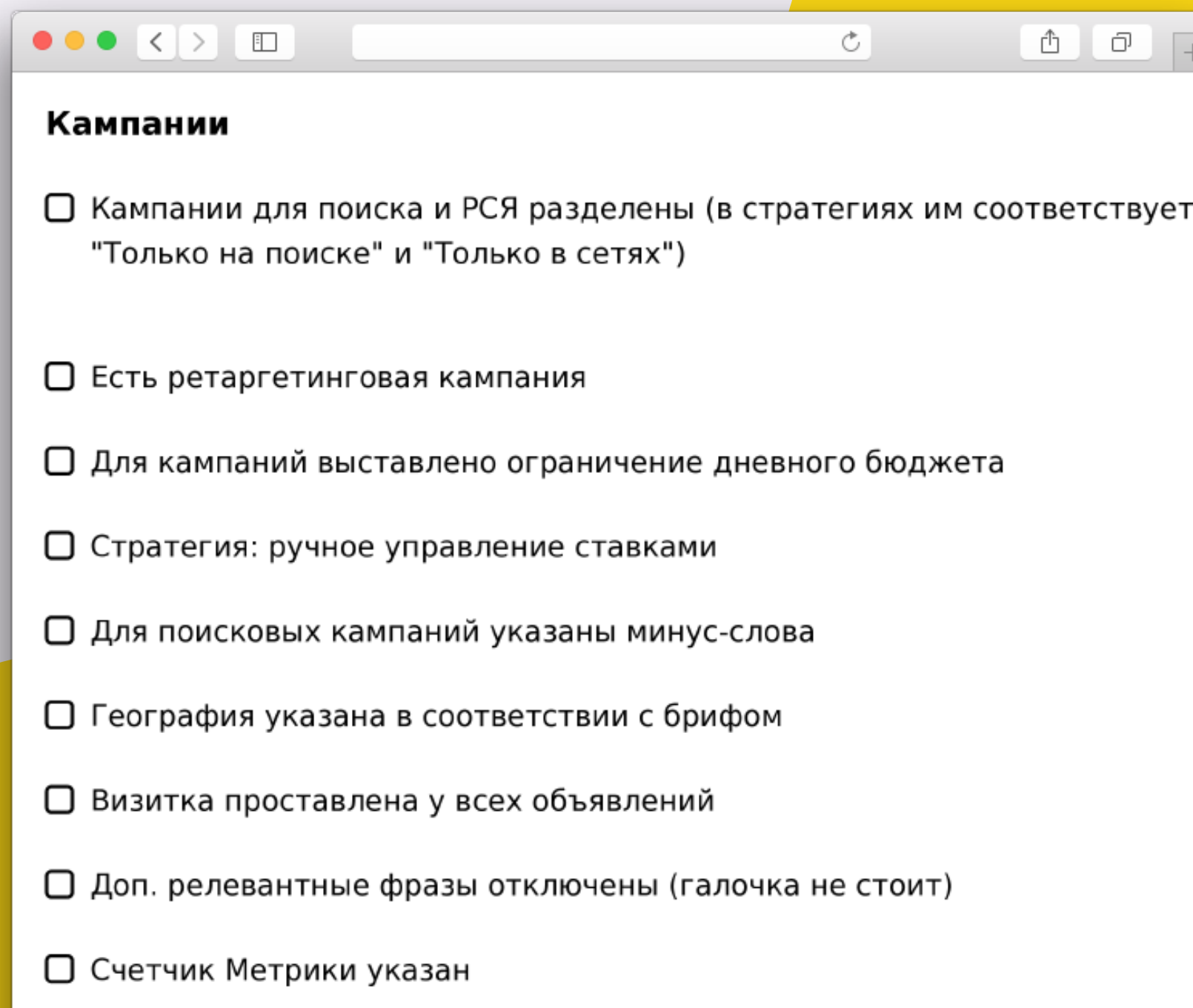
Этапы	Отметка о выполнении
<b>Рекламные кампании</b>	
Выбрана цель рекламной кампании	
Разделены на Поиск и КМС (тип кампании "Поиск" и "Контекстно-медийная сеть")	
Разделены по темам или по вероятности заказа	
Есть связка с Google Analytics	
Импортированы цели-конверсии в интерфейс Google Рекламы	
Есть ретаргетинговая кампания	
Задан средний дневной бюджет для кампаний либо для всего аккаунта в целом	
Стратегия: назначение цены за клик вручную	

# Чек-лист проверки настройки контекстной рекламы в Яндекс.Директ

[Смотреть](#) 

Версия Pro: проверьте  
рекламную кампанию перед  
запуском

Геотаргетинг проставлен в соответствии с пожеланиями Заказчика		
Метод таргетинга и метод исключения		

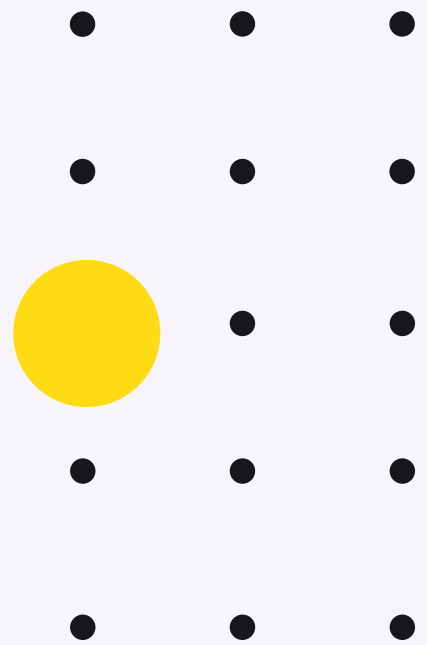


**Кампании**

- Кампании для поиска и РСЯ разделены (в стратегиях им соответствует "Только на поиске" и "Только в сетях")
- Есть ретаргетинговая кампания
- Для кампаний выставлено ограничение дневного бюджета
- Стратегия: ручное управление ставками
- Для поисковых кампаний указаны минус-слова
- География указана в соответствии с брифом
- Визитка проставлена у всех объявлений
- Доп. релевантные фразы отключены (галочка не стоит)
- Счетчик Метрики указан

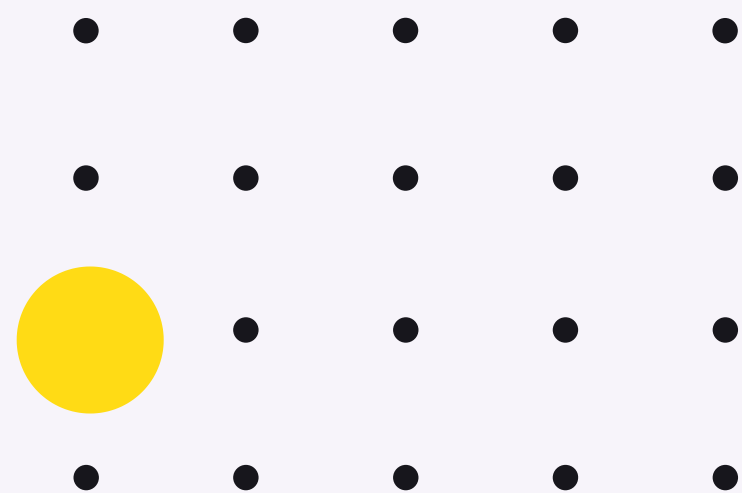
- Показы – сколько раз реклама показывалась людям.
- Клики – сколько было переходов с рекламы.
- CTR – кликабельность объявления, соотношение кликов к показам.
- Расход – сколько было затрачено денежных средств с учетом НДС.

# Метрики контекстной рекламы и бизнес-показатели



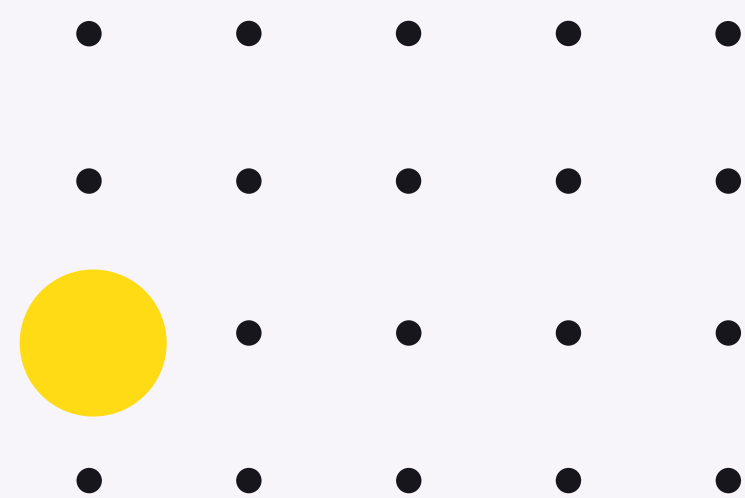
Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.
55888	299	0.53	7 936.54	26.54

# Как определить цену конверсии



$$\text{CPA} = \frac{\text{Стоимость размещения рекламы}}{\text{Количество целевых действий}}$$

# Как рассчитать ставки:



₽

---

30 дней

---

планируемое  
число кликов  
в день

## Пример:

У сайта конверсия в целевое действие стабильно 3,5 %

То есть 35 человек из 1 000 совершают конверсию.

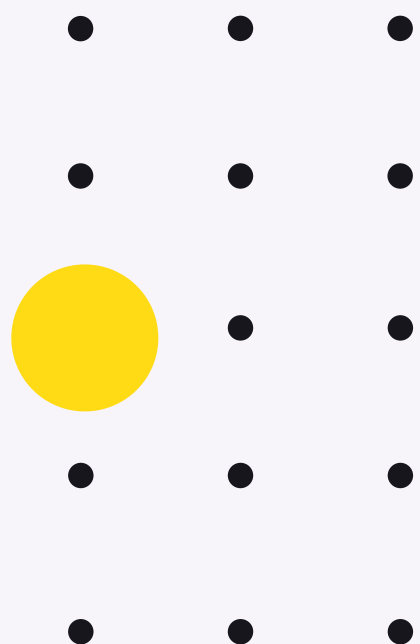
При бюджете в 30 000 Р в месяц мы получим:

$$\frac{30\ 000}{35} = 857\ \text{Р}$$

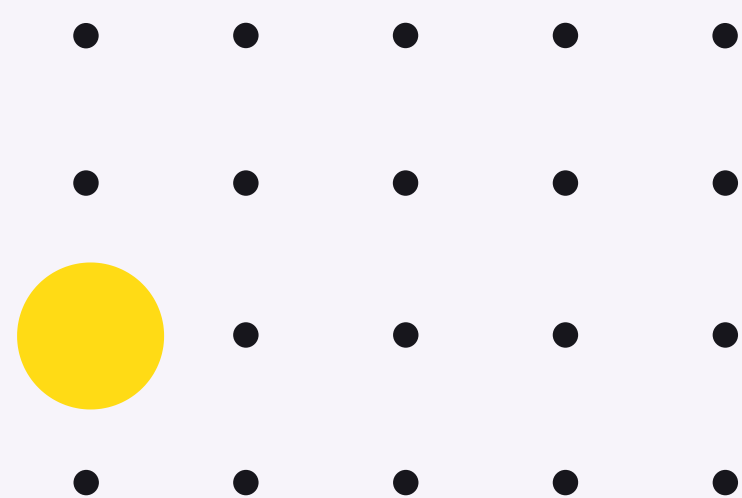
Цена привлечения одного клиента при сохранении конверсии составляет 857 Р.

# Как прогнозировать результат

Использовать исходные данные



# На что смотреть после запуска и через неделю?



## После запуска:

- расход;
- клики;
- среднюю цену клика;
- среднюю цену конверсии.

## В системе аналитики:

- релевантность ссылок и самих объявлений тем страницам, куда ведут ссылки.

## Через неделю:

- проверить ключевые фразы;
- пройти путь потенциального клиента от перехода на сайт до оформления заказа/услуги.



# Интернет-агентство «Иллюминатор»

- Настраиваем рекламу с 2012 года.
- Работаем с производственными компаниями, сферой услуг, частными заказчиками.
- Показываем хорошие результаты рекламы в b2b и оптовых продажах.

**Будем рады ответить на любые вопросы!**

[Смотреть  
портфолио](#)



**Контекстная  
реклама**



8 (4932) 575-281



График работы:  
пн-пт: с 9:00 до 18:00