

Как получить продажи от рекламы в Яндексe

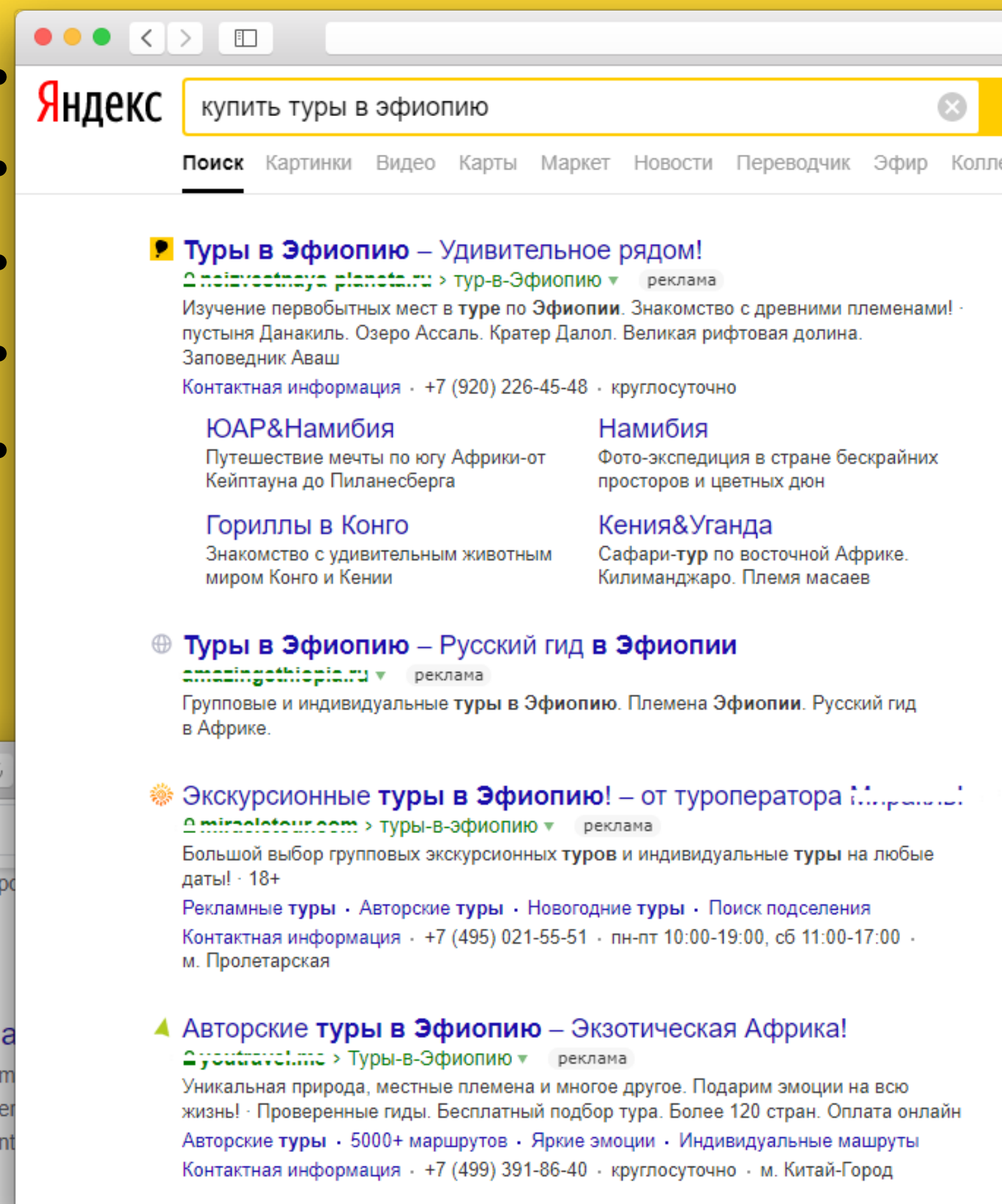
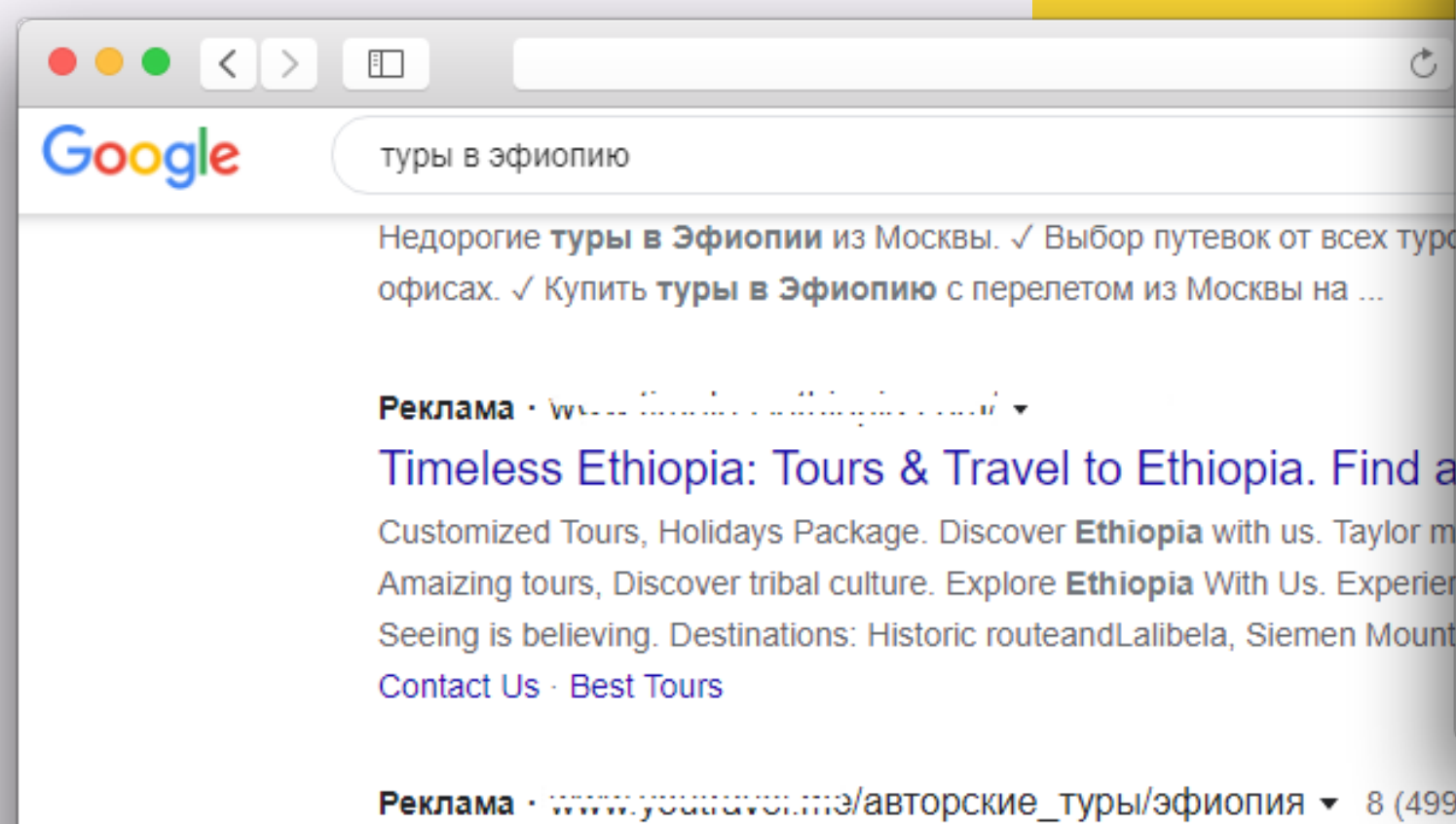
Онлайн-вебинар

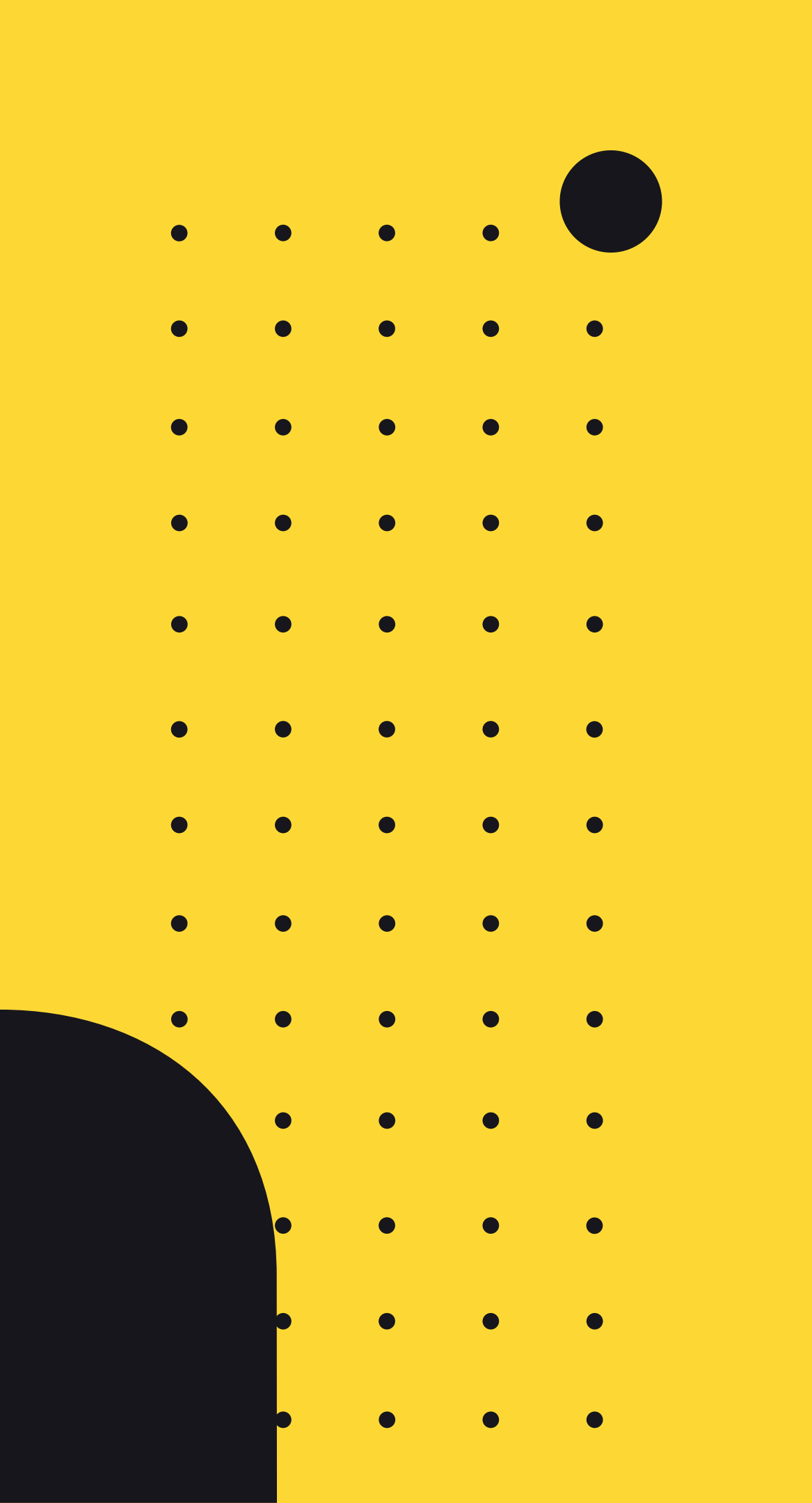
 18 июня, 14:00



Контекстная реклама

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



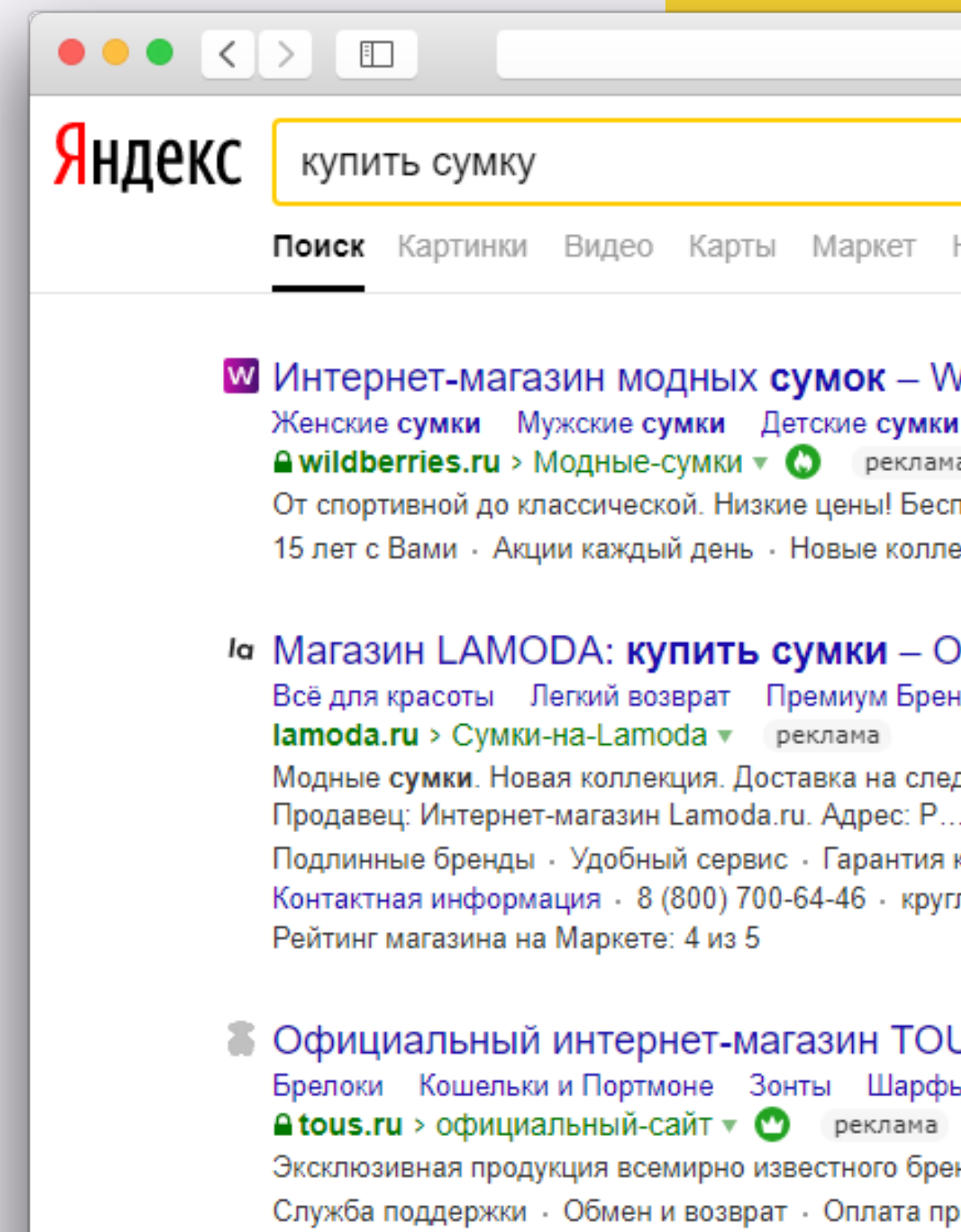


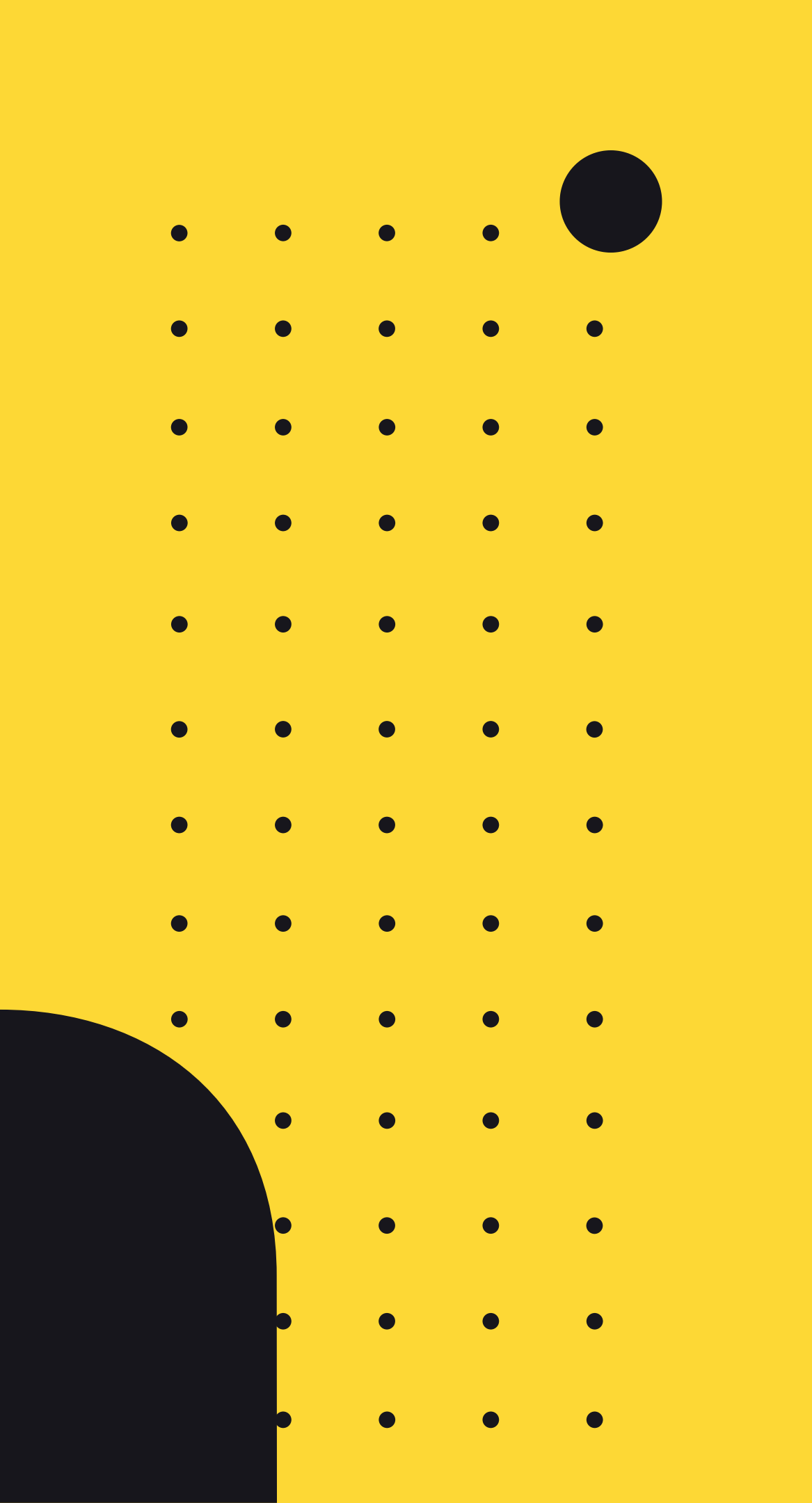
Контекстная реклама

- 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 контекстная реклама 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 контекстная реклама

- 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.



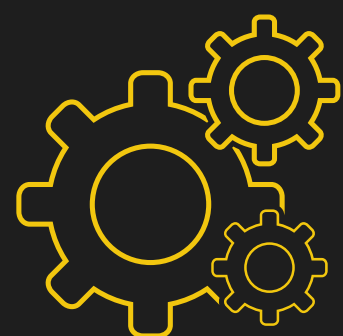
Рекламный
трафик

Сайт

Отлаженные
процессы продаж

Как подготовиться к старту рекламы

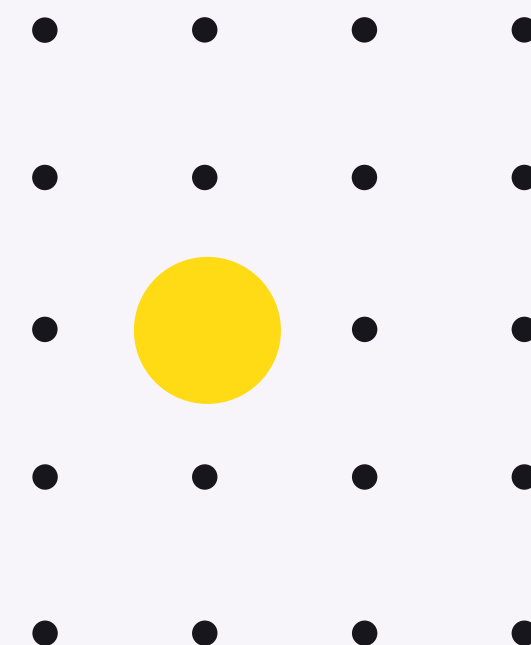


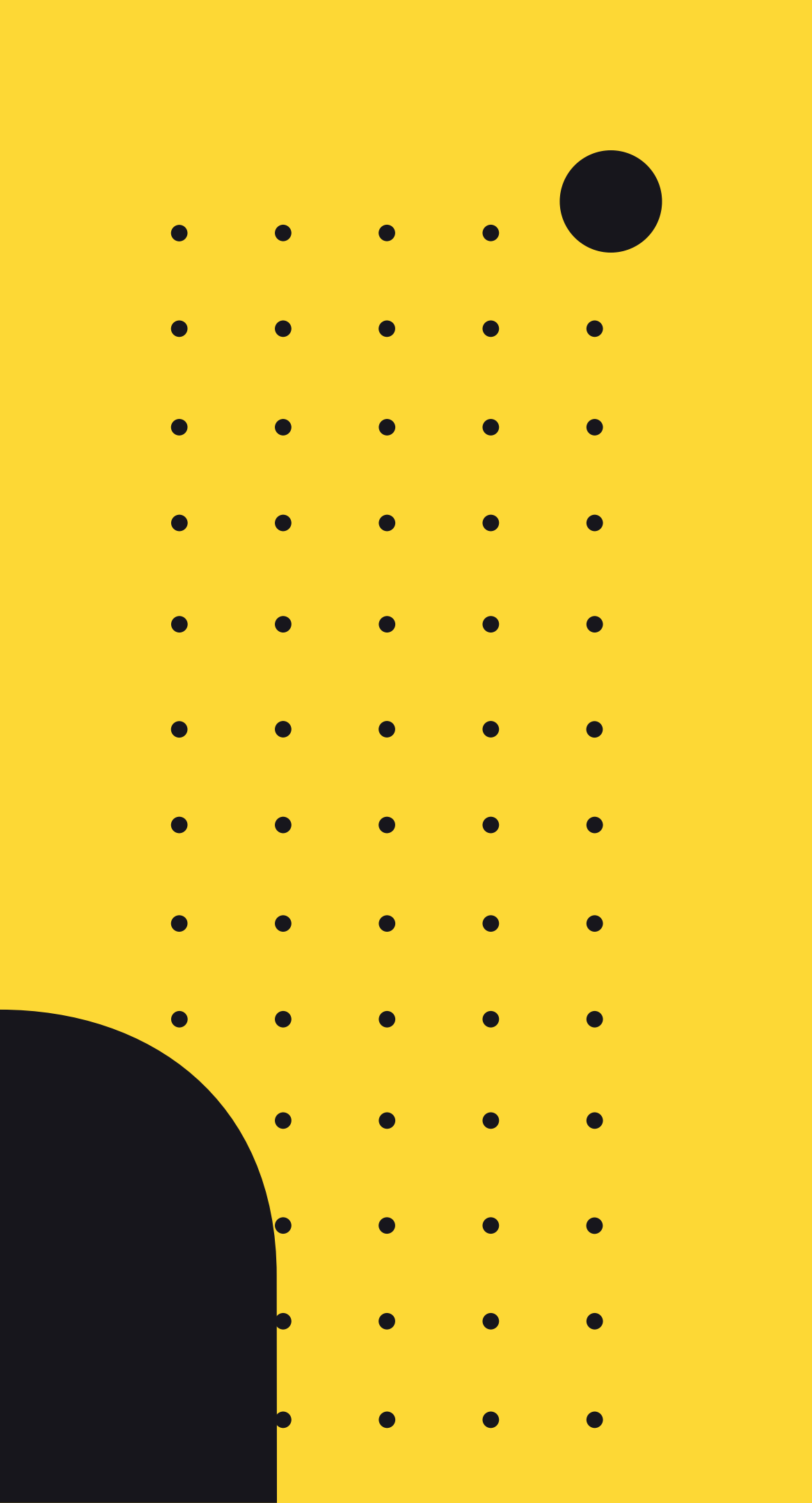


Как самостоятельно сделать **базовые** **настройки**

- **Подбор ключевых фраз**
- **Анализ конкурентов**
- **Формирование предложения**
- **Написание объявления**
- **Выставление ставок**

**Как
самостоятельно
сделать базовые
настройки**





От чего зависит результат рекламной кампании

- От правильно подобранных ключевых фраз и составленных минус-фраз в нужном кол-ве.
- От грамотно написанных объявлений, которые будут приковывать внимание, и приводить людей на сайт.
- От верно выбранной стратегии показов объявлений.
- От правильно выставленных ставок и их последующих корректировок.

Идеальное объявление

Написано по модели выгод для клиента

Чем качественнее
объявление, тем ниже
цена клика

1 2



Опорно-поворотный круг JCB JS220 — В наличии на складе!

Примерка 0 руб. Рассрочка Акции на товары склада Гарантия

titantehnika.ru/Для-экскаваторов Реклама

4 Бесплатный подбор! От производителя! Доставка за 1-3 дня! Получите консультацию!

Акции на товары со склада · Скидки до 20% · Гарантия 6 мес.

5 Контактная информация · +7 (499) 504-04-75 · Пн-пт 8:30-17:30 · м. Котельники · Москва



Опорно-поворотный круг JCB JS220 — В наличии на складе!

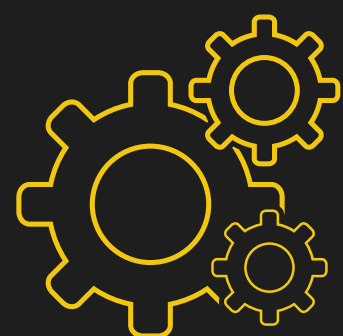
6 Примерка 0 руб. Рассрочка Акции на товары склада Гарантия

7 titantehnika.ru/Для-экскаваторов Реклама

Оригинальные и аналоговые запчасти! Нужно срочно найти запчасть? Звоните!

8 Акции на товары со склада · Скидки до 20% · Гарантия 6 мес.

Контактная информация · +7 (499) 504-04-75 · Пн-пт 8:30-17:30 · м. Котельники · Москва



Как заказать **настройку** **рекламы**

- Какие именно виды рекламы входят в стоимость настройки?
- Какие форматы объявлений?
- Какие именно товары и услуги будут добавлены в рекламные объявления?
- Есть ли ограничение на количество рекламных объявлений?
- Какая работа проводится после запуска?
- Готово ли агентство предоставить доступ к рекламному кабинету?

Что важно учесть при заказе

контекстной рекламы

Чтобы грамотно
сформулировать задачу и
добиться нужного результата

Точки контроля



Перед запуском:

- ключевые фразы;
- минус-слова;
- тексты объявлений;
- соответствие текстов страницам;
- пройти путь потенциального клиента от перехода на сайт до оформления заказа/услуги

После запуска:

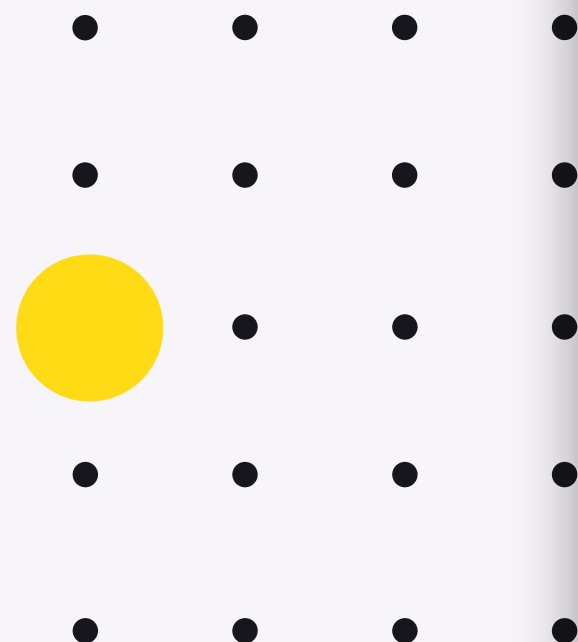
- расход;
- клики;
- среднюю цену клика;
- среднюю цену конверсии.

Через неделю:

- проверить корректировку ставок.

Форма отчетности

Необходимо фиксировать до начала работ

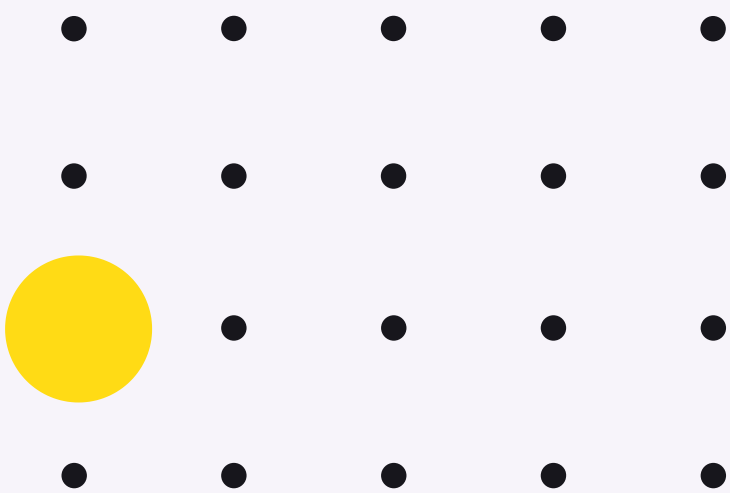


		г. Иваново, ул. Степанова, д. 15. оф. 12 +7(4932) 57-52-81 www.illuminator3000.ru illuminator3000@yandex.ru		
Сайт				
Период	01.03.2020-31.03.2020			
Заказы			Заказы с рекламы	
Оформлено заказов через сайт	На сумму, руб.		Оформлено заказов через сайт	На сумму, руб.
5	48 000		2	35 000
Лиды				
Купить в один клик	Звонки с сайта	Письма с сайта	Сообщения через онлайн-консультант	Заказ обратного звонка
2	56	14	5	7
Лиды с рекламы				
Купить в один клик	Звонки с сайта	Письма с сайта	Сообщения через онлайн-консультант	Заказ обратного звонка
2	40	12	4	4
Прочие действия			Прочие действия с рекламы	

Скачивание прайса
15

Звонки с сайта
56

Состав работ по сопровождению рекламных кампаний после запуска

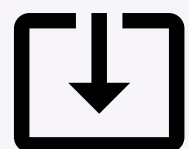


Задача: перераспределять бюджет на кампании, объявления, фразы, которые дают конверсии.

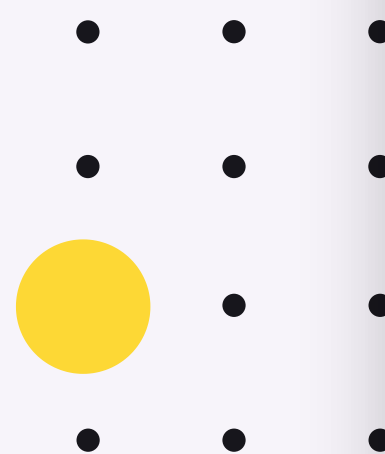
У вас есть:

- параметры посетителя (пол, возраст, регион, интересы);
- параметры источника (источник, объявление, ключевая фраза, стоимость перехода, CTR);
- параметры визита (страница входа, страница выхода, время на сайте, первый визит или нет, время визита, время с момента первого визита, совершил конверсию или нет).

Стандарт по настройке контекстной рекламы

[Смотреть](#) 

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



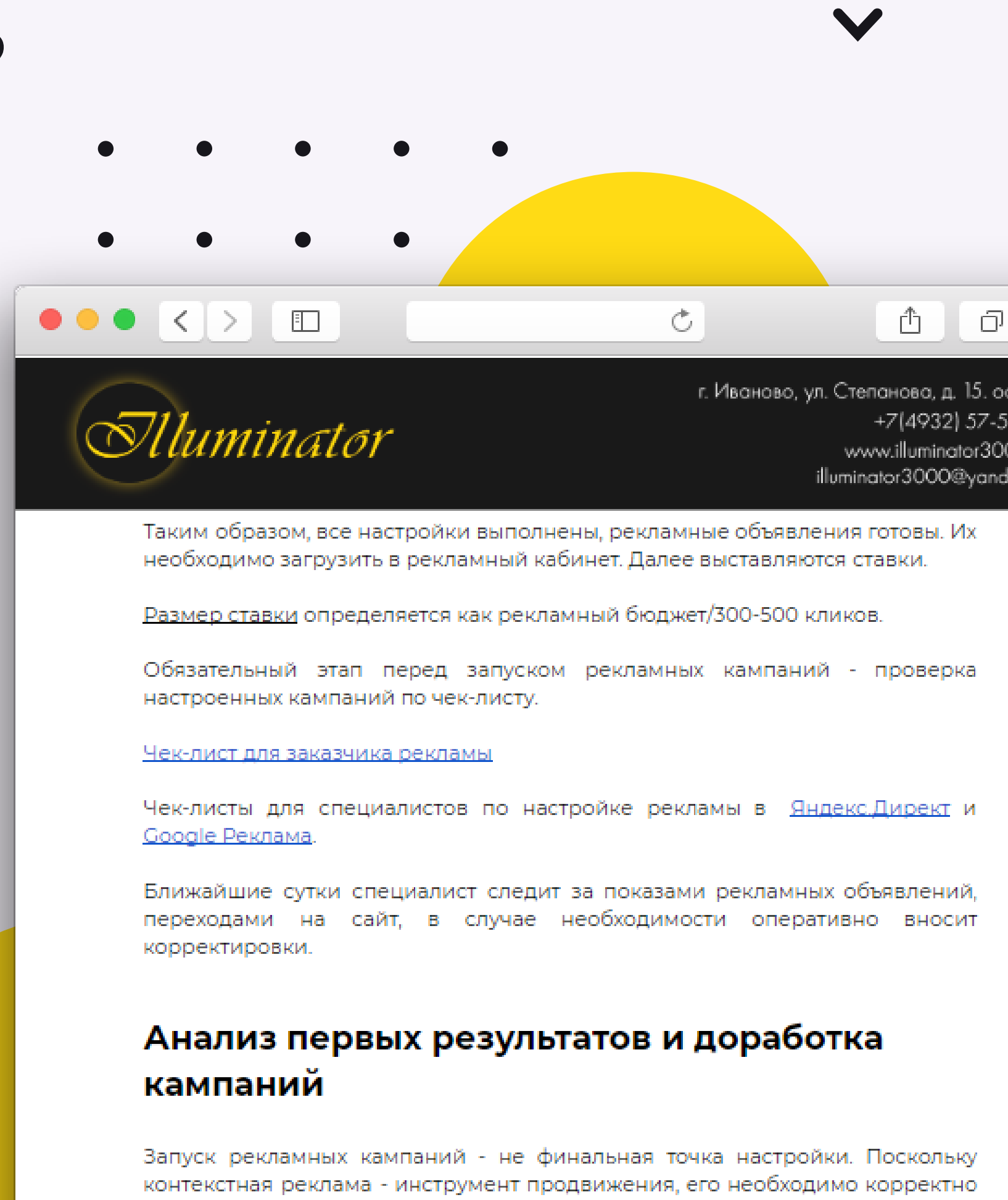
		г. Иванова, ул. Степанова, д. 15, оф. 12 +7(4932) 57-52-81 www.illuminator3000.ru illuminator3000@yandex.ru
Оглавление		
Контекстная реклама как инструмент продвижения		3
Принципы контекстной рекламы		3
Критерии эффективности контекстной рекламы		4
Порядок настройки контекстной рекламы		6
Выбор стратегии и прогнозирование бюджета		6
Техническая настройка рекламных кампаний		7
Брифование		7
Создание карты пересечений		8
Генерация ключевых фраз		8
Анализ конкурентов		8
Фильтрация ключевых фраз		8
Создание заголовков объявлений		9
Написание объявлений		9
Добавление UTM-меток		10
Запуск кампаний		10
Анализ первых результатов и доработка кампаний		11
Ведение рекламных кампаний		12

Зачем нужен 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.



80%

**рекламных кампаний
работают в минус**

Чек-лист действующей рекламной кампании

Проверка сайта

- адаптация под мобильные устройства;
- скорость загрузки;
- рабочий функционал;
- настроены конверсии в Метрике.

Еще более 100 факторов [по ссылке](#)

Структура аккаунта

- разделение на поиск и РСЯ;
- выделен ретаргетинг;
- структура аккаунта соответствует сайту;
- кампании разделены по ГЕО и теплоте спроса;
- заданы лимиты;
- есть корректировки ставок.

Анализ запросов

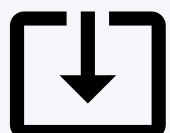
- проработаны вложенные запросы;
- учтены словоформы;
- заголовки релевантны запросу;
- есть А/Б тесты;
- в объявлении нет штампов;
- есть призыв к действию.



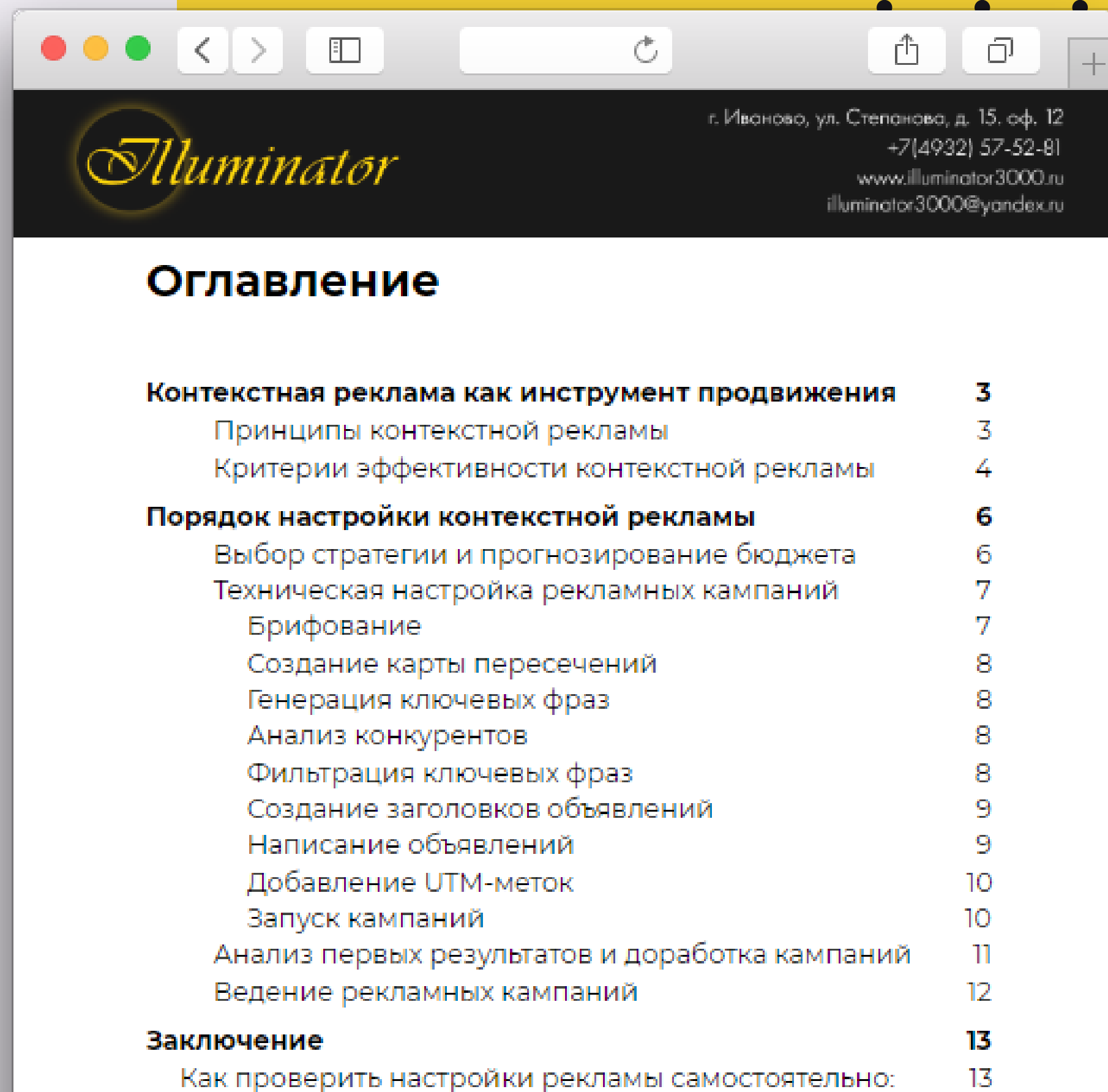
Полезные материалы, которые пригодятся в работе с подрядчиком

Укажите свою почту в комментариях, чтобы мы
выслали презентацию

Стандарт по настройке контекстной рекламы

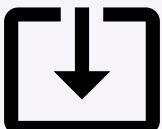
[Смотреть](#) 

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

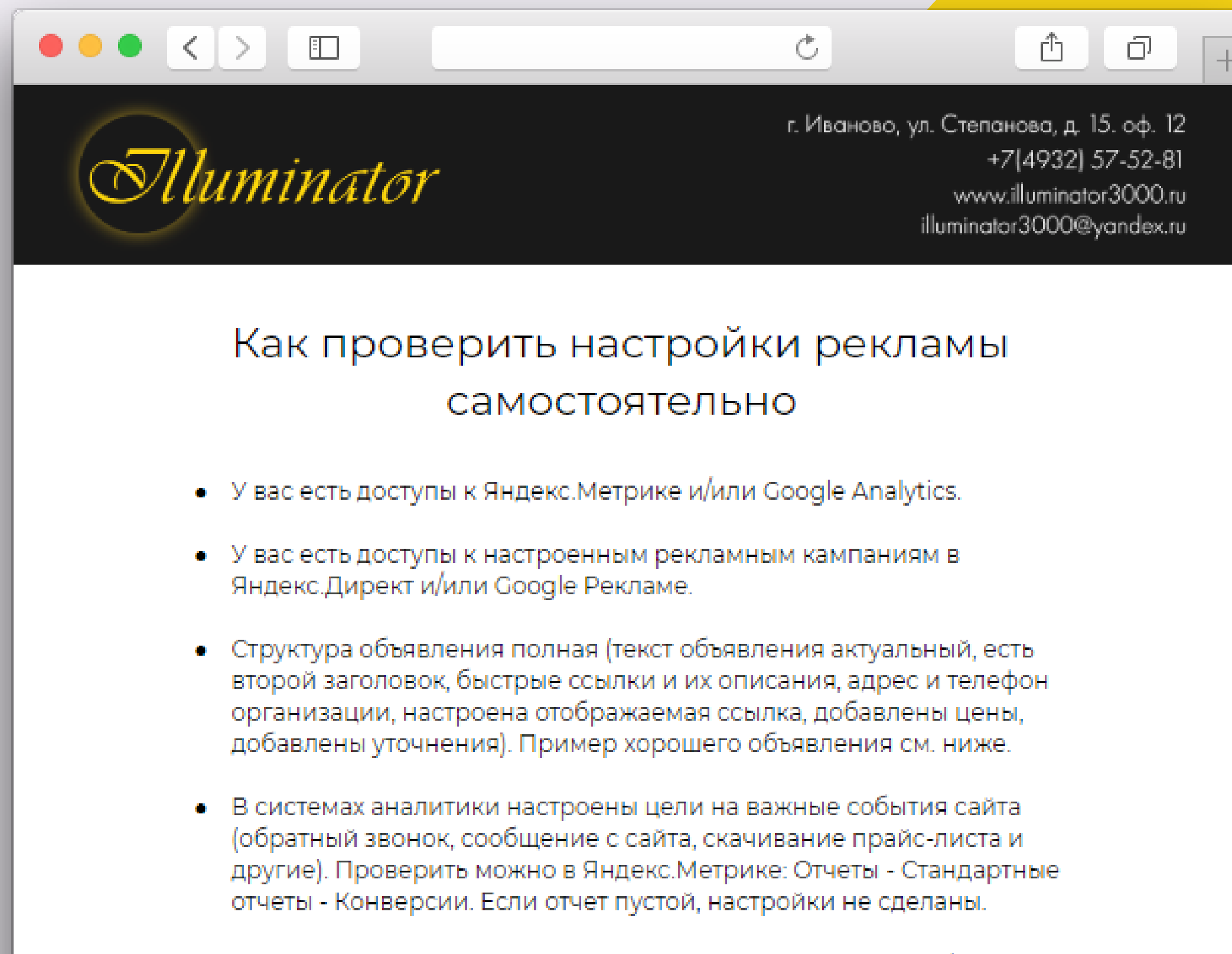


	
г. Иваново, ул. Степанова, д. 15, оф. 12 +7(4932) 57-52-81 www.illuminator3000.ru illuminator3000@yandex.ru	
Оглавление	
Контекстная реклама как инструмент продвижения	3
Принципы контекстной рекламы	3
Критерии эффективности контекстной рекламы	4
Порядок настройки контекстной рекламы	6
Выбор стратегии и прогнозирование бюджета	6
Техническая настройка рекламных кампаний	7
Брифование	7
Создание карты пересечений	8
Генерация ключевых фраз	8
Анализ конкурентов	8
Фильтрация ключевых фраз	8
Создание заголовков объявлений	9
Написание объявлений	9
Добавление UTM-меток	10
Запуск кампаний	10
Анализ первых результатов и доработка кампаний	11
Ведение рекламных кампаний	12
Заключение	13
Как проверить настройки рекламы самостоятельно:	13

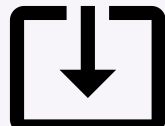
Чек-лист проверки рекламы

[Смотреть](#) 

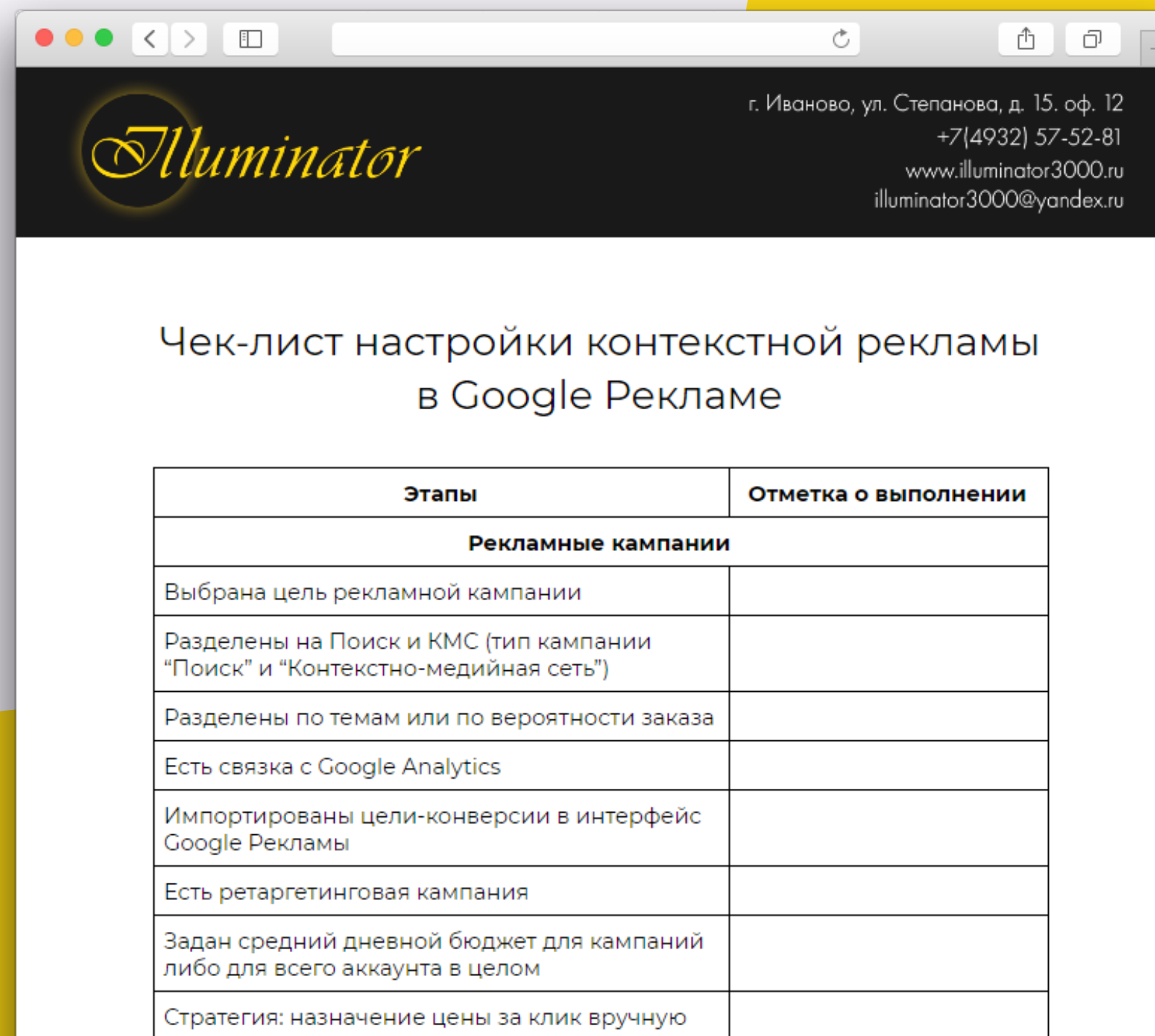
Проверьте работу
подрядчика перед
запуском



Чек-лист настройки контекстной рекламы в Google

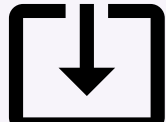
[Смотреть](#) 

Проверьте рекламную
кампанию перед запуском



Этапы	Отметка о выполнении
Рекламные кампании	
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

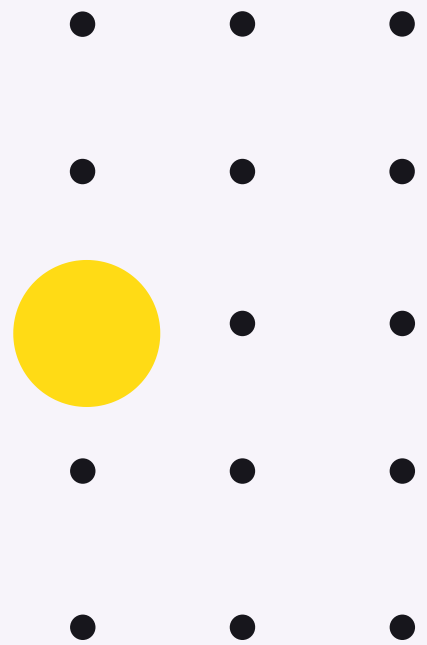
[Смотреть](#) 

Проверьте рекламную
кампанию перед запуском

Чек-лист аудита РК в Яндекс.Директ			
АНАЛИЗ ТЕХНИЧЕСКИХ НАСТРОЕК			
Начните проверку аккаунта с пунктов, у которых высокая и средняя критичность. Пункты с низкой критичностью – рекомендуемые. Если пункт выполнен, ставьте ✓, если нет – X. Если пункт для проекта неактуален, ставьте «—».			
Категория проверки	Что проверяем	Справка	Критичность
Сайт (посадочная страница)	Сайт адаптирован для мобильных устройств	Мобильный трафик в 2018 году по всем тематикам бизнеса в среднем составлял 30%, в конце 2019 года этот показатель достиг 50%-70% (официальные данные Яндекса). Если ваш сайт не адаптирован, то вы теряете 50% потенциальной целевой аудитории.	Высокая
Сайт (посадочная страница)	На мобильных устройствах сайт загружается < 2,5 сек.	Медленная загрузка на мобильных устройствах препятствует развитию бизнеса. Высокая скорость загрузки означает, что сайты начинают загружаться меньше чем через секунду. Средняя – через 1–2,5 секунды. Низкая – более чем через 2,5 секунды.	Высокая
Сайт (посадочная страница)	Загрузка сайта на десктопных устройствах	Нормой считается скорость в рамках «зелёной зоны». Чем быстрее, тем лучше.	Высокая
Сайт (посадочная страница)	Формы связи работают корректно	Если формы связи не работают, то конверсии не регистрируются. Идёт потеря клиентов, «слив» рекламных бюджетов.	Высокая

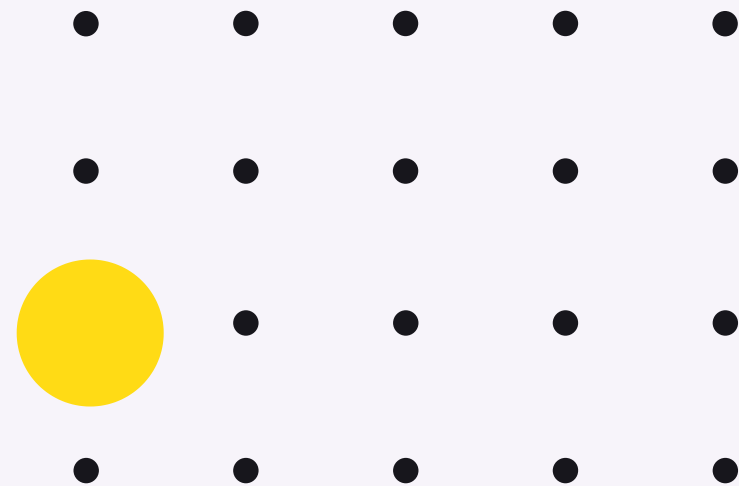
- **Показы** – сколько раз реклама показывалась людям.
- **Клики** – сколько было переходов с рекламы.
- **CTR** – кликабельность объявления, соотношение кликов к показам.
- **Расход** – сколько было затрачено денежных средств с учетом НДС.

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.

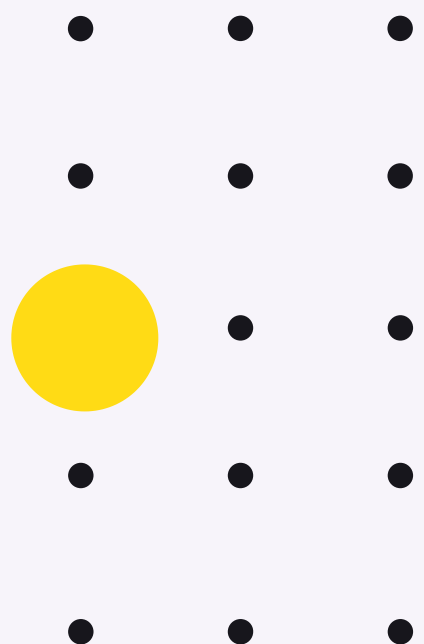
При бюджете в 30 000 ₽ в месяц мы получим:

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

Цена привлечения одного клиента при сохранении конверсии составляет 857 ₽.

Как прогнозировать результат

Использовать исходные
данные



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