

RESULT

Аудит для pool-box.ru

2018

Часть 1.
Аналитика РК

За данный период 1.11-13.01, было потрачено 141 705тыс. и получено 9 обращений, по средней стоимости 15 745 р.

- 1). **Серым** выделены кампании, которые еще не набрали статистику, в сумме затратила 5 406р., это 4% от общего бюджета.
- 2). **Желтым** выделены кампании, которые принесли 5 обращений по высокой стоимости и в сумме затратили 24 213р., это 17% от общего бюджета.
- 3). **Красным** выделены кампании, которые принесли 4 обращений по неприемлемой стоимости и в сумме затратили 112 085 р., это 79% от общего бюджета.

Кампании	Визиты	Посетители	Клики	Расход, RUB	Все обращения	Стоимость обращения
Pool-box Волгоград поиск (N-36731649)	22	19	27	703,47	0	-
Pool-box Воронеж поиск (N-36731167)	37	35	47	1 408,13	0	-
Pool-box Екатеринбург поиск (N-36709331)	54	52	63	2 118,31	0	-
Pool-box Москва поиск (N-15344199)	262	235	307	11 262,41	2	5 631,21
Pool-box Москва сети (N-36701238)	540	488	661	12 950,85	3	4 316,95
Pool-box Россия (N-15118430)	1115	1026	1357	39 226,09	3	13 075,36
Pool-box Ростов-на-Дону поиск (N-36719417)	60	58	89	3 040,66	0	-
Pool-box Самара поиск (N-36718567)	41	39	52	1 562,11	0	-
Pool-box Санкт-Петербург поиск (N-36706555)	306	281	372	11 547,99	1	11 547,99
Pool-box Уфа поиск (N-36730873)	15	15	18	525,89	0	-
Pool-box Челябинск поиск (N-36717937)	24	24	33	1 084,39	0	-
Краснодар Бассейн (N-33097786)	0	0	576	28 658,67	0	-
Краснодарбассейн РСЯ (N-37196060)	0	0	886	10 034,71	0	-
Общий итог	2632	2419	5653	141 705,14	9	15 745,02

Теперь рассмотрим РК на уровне ключей. По ключевым запросам получили следующие данные, мы поделили все ключи по долям бюджета в зависимости от уровня эффективности:

- 1). **Зеленым** выделены, ключи, которые принесли 202 обращения по приемлемой стоимости, в сумме они потратили 10 994р., это 8% от общего бюджета (141 705тыс.)
- 2). **Красным** выделены ключи, которые принесли 1 обращение по неприемлемой стоимости и в сумме потратили 102 755 тыс., это 72% от общего бюджета
- 3). **Серым** выделены ключи, которые набирают статистику, в сумме они потратили 27 954р., это 20% от общего бюджета.

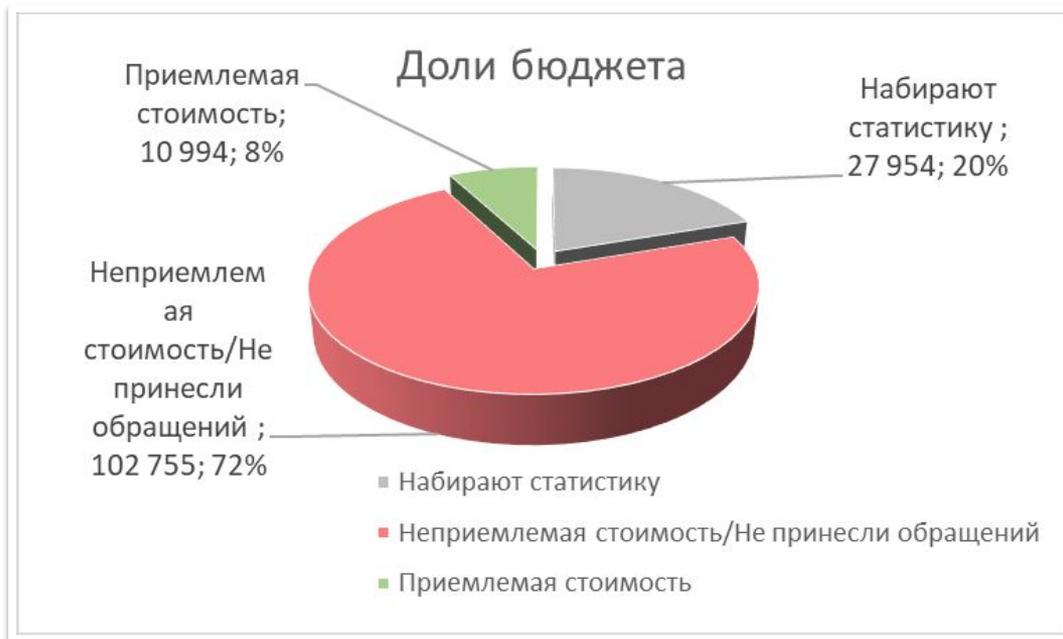
Условие показа	Визиты	Посетители	Клики	Расход, RUB	Все обращения	Стоимость обращения
Оборудование +для бассейна -каталог -материал -не	0	0	10	301,17 ?	0	-
оборудование +для бассейнов москва	5	5	7	211,70 ?	0	-
Оборудование +для очистки бассейна	0	0	1	35,19 ?	0	-
Оборудование для бассейна	271	250	302	10 481,52 ?	1	10 481,52 ?
Оборудование для бассейна -вентиляция -водоподго	73	68	92	2 851,47 ?	2	1 425,74 ?
Оборудование для бассейна -водоподготовка -дача -	223	194	246	6 350,79 ?	0	-
Оборудование для бассейна на дачи	5	4	4	67,30 ?	0	-
Оборудование для бассейна стоимость	1	1	1	36,39 ?	0	-
Оборудование для бассейна стоимость -примерный	1	1	2	43,25 ?	0	-
Оборудование для бассейна цена	8	7	9	247,31 ?	0	-
Оборудование для бассейнов -комплект	0	0	53	656,84 ?	0	-
Оборудование для спортивного бассейна -зал	2	2	3	74,42 ?	0	-
Оборудование для фильтрации	5	4	5	72,63 ?	0	-
Оборудование для фильтрации -вина -воздух -гель -л	6	5	9	164,18 ?	0	-
песочный фильтр +для бассейна	91	85	108	2 081,23 ?	1	2 081,23 ?

После проведения аналитики по ключевым запросам можем видеть, что сумма неэффективного бюджета составляет 102 755 тыс., это 72% от общего бюджета

Также стоит заметить, что достаточная большая часть бюджета размазывается на сбор статистики 27 954р., это 20% от общего бюджета.

Так как ключи за 2,5 месяца не набрали статистику, целесообразно приостановить их работу, тем самым высвободить суммарно $72\%+20\%=92\%$ (130 709р.) неэффективного бюджета и перераспределить его на конверсионные ключи.

Другой вариант – сегментируем запросы по группам и тестируем их группами поочередно, чтобы не растрачивать весь бюджета сразу.



Решение по снижению доли неэффективного бюджета:

- 1). Запросы, которые принесли обращения по неприемлемой стоимости – приостанавливаем, тем самым освобождаем 102 755 тыс., это 72% от общего бюджета. Направляем этот бюджет на конверсионные запросы, приносящие обращения.
- 2). По дорогим обращениям – провести оптимизацию ключевых запросов по корректировке ставок.
- 3). Запросы, которые набирают статистику - предлагаем провести сегментацию запросов по тематическим группам, чтобы они быстрее набирали статистику и не размазывали бюджет.
- 4). Запросы, которые приносят обращения по приемлемой стоимости необходимо масштабировать путем перераспределения бюджета с неэффективных ключей на конверсионные, тем самым получим еще больше обращений.

Прогноз

Геотаргетинг: Россия

	кликов	цена клика с НДС	бюджет с НДС	% конверсии	обращения	стоимость обращения с НДС
Общие запросы	3 283	21,32 □	70 000,00 □		23	3 037,85 □
Яндекс						
поиск	1885	25,70	48 448,32	1,0	19	2 263,10 □
сеть	1398	15,42	21 551,68	0,3	4	2 715,72 □
	3 283	21,32 □	70 000,00 □		23	3 037,85 □
Установка счётчиков:	-		бесплатно			
Автоматизация рекламной кампании:	-		бесплатно			
Настройка отслеживания звонков CallTouch	-		9 400,00р.			
Комиссия			FIX 30 000,00			
Итого:			109 400,00 □			

Ценообразование

Наше ценообразование формируется из услуг, которые мы оказываем, и времени, которое необходимо потратить менеджеру для того, чтобы заработать для себя и компании. У нас есть две шкалы комиссии на выбор:

Фиксированная

Диапазон	Комиссия
От 70 000 ₹ до 150 000 ₹	33 000 ₹
От 151 000 ₹ до 300 000 ₹	44 000 ₹
От 300 000 ₹ до 500 000 ₹	52 000 ₹
500 000 ₹	20 000 ₹ + 5% из бюджета

Процентная

Диапазон	Комиссия
До 149 999 ₹	20% + 10 000 ₹
От 150 000 ₹ до 299 999 ₹	15% + 10 000 ₹
От 300 000 ₹ до 499 999 ₹	10% + 10 000 ₹
От 500 000 ₹	5% + 20 000 ₹

Часть 2.

Дополнительные инструменты

Дополнительные, рекомендуемые, инструменты для привлечения обращений.

1

Графические
объявления в РСЯ

2

Видео дополнения в
РСЯ

3

Медийно-
контекстный баннер

4

Смарт-баннер

5

Ремаркетинг

6

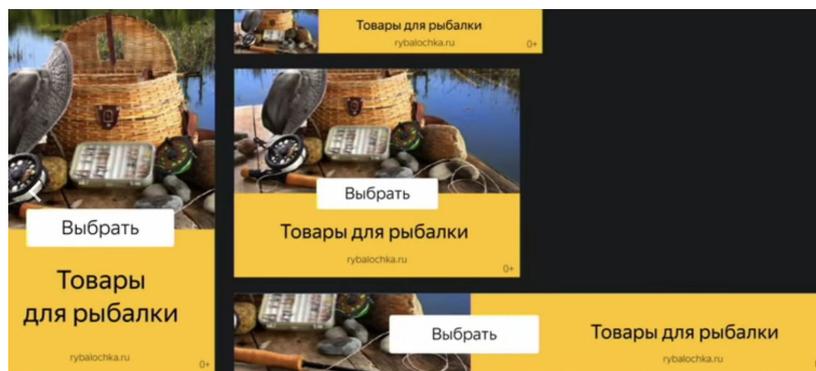
Видеообъявления

Не используются графические объявления в РСЯ

Почему это нужно:

Графические объявления дают гораздо больший охват, как на десктопах, так и на мобильных устройствах. Они больше по площади, занимают гораздо больше места на сайте и поэтому вызывают больше внимания, а также в некоторых случаях они могут быть более эмоциональными, более содержательными чем обычные тексто-графические объявления.

Данный инструмент позволяет нарастить объем целевого трафика от 5% до 15%



1

Расширение охвата в сетях на десктопах

2

Расширение охвата в сетях на мобильных устройствах

3

Сочетание медийной и контекстной рекламы

Смарт - баннеры

Смарт-баннеры – это медийный формат объявлений Директа с оплатой за клик. Смарт-баннеры показываются только в сетях (Рекламная сеть Яндекса и внешние сети).

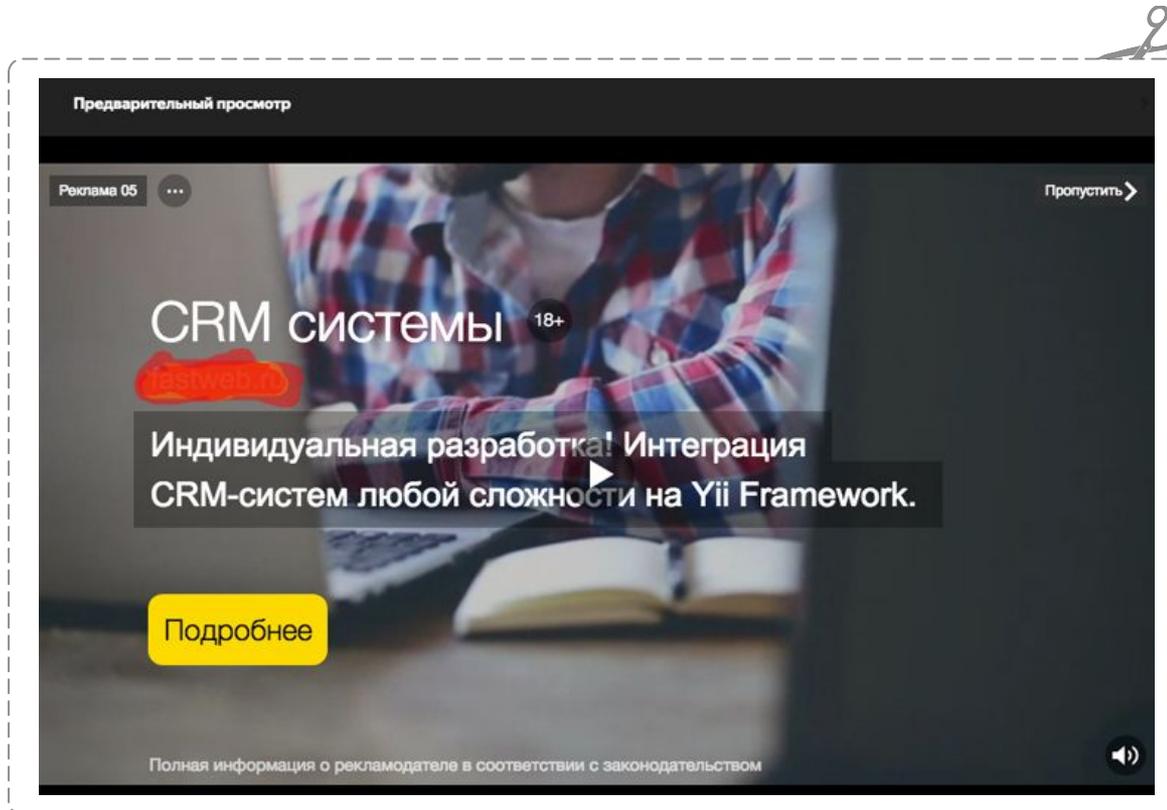
Для создания смарт-баннера нужно добавить файл со списком товаров (фид) и настроить визуальное оформление. Директ проанализирует содержание фида и автоматически создаст смарт-баннер и отдельные объявления для каждого товарного предложения.

Смарт-баннеры могут занимать весь рекламный блок или только его часть.

В некоторых тематиках смарт – баннеры показывают очень хороший результат, приносят конверсии и часто эти конверсии получаются дешевле, чем с других РК.



Видеодополнения в РСЯ



Объявления с видеодополнениями будут показываться в блоке InStream перед просмотром выбранного Вами видео. Видеодополнения показываются как на десктопе, так и на мобильных и планшетах.

Данное дополнение позволит охватить еще больше аудитории, привлечь пользователей на сайт.

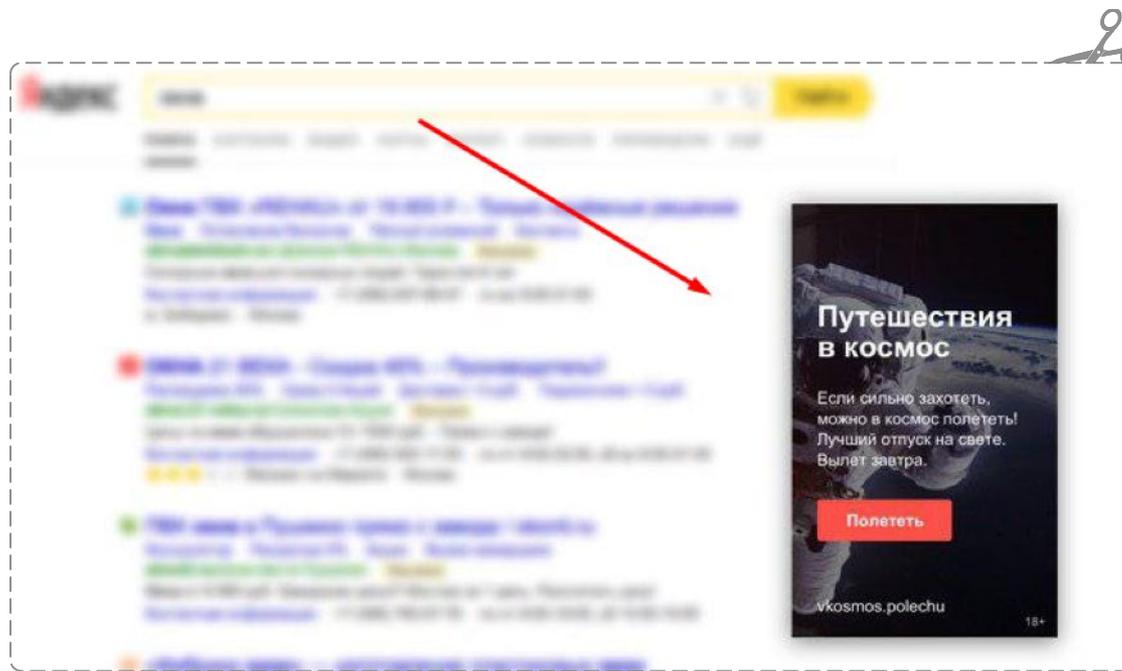
По нашим прогнозам в некоторых тематиках можно получать дополнительно **до 5% трафика**.

МКБ

МКБ – медийно контекстный баннер. Вы можете показывать на поиске Яндекса медийную рекламу с оплатой за клик – Баннер на поиске. Он отображается справа от результатов поиска и соответствует поисковому запросу.

На странице показывается только один баннер, что привлекает к нему все внимание.

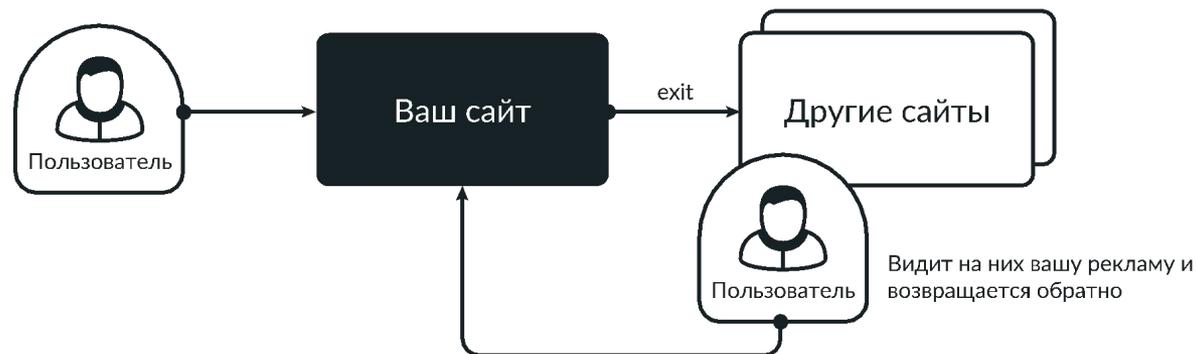
В некоторых тематиках стоимость обращения по данному инструменту ниже в 2-4 раза



Не используется ремаркетинг

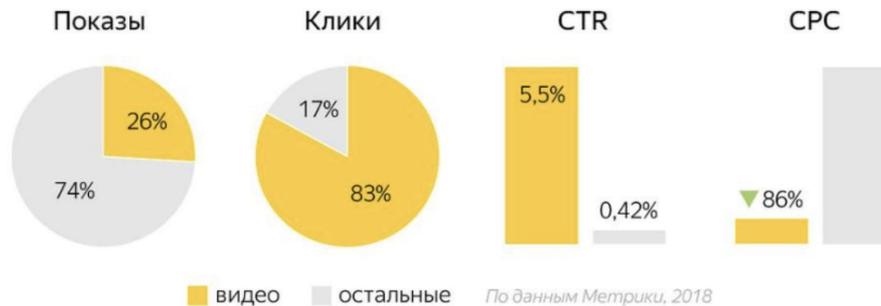
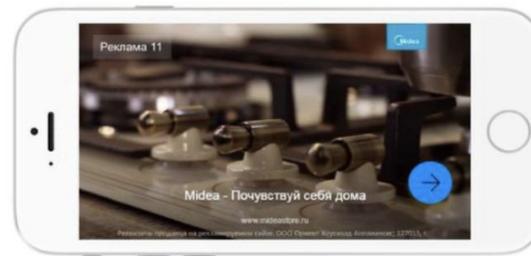
Почему это нужно:

- чтобы иначе коммуницировать с аудиторией, которая была у вас на сайте
- создавать отдельные сценарии и управлять ими
- чтобы эффективнее управлять бюджетом для сегмента ваших потенциальных клиентов
- чтобы показывать пользователям, которые были на вашей сайте специализированные объявления / предложения
- управлять отдельно ставками по разным соц-дем группам, устройствам
- потери в эффективности могут составлять 5-20%



Видеообъявление — новый самостоятельный инструмент продаж, который даёт возможность любому рекламодателю Директа повысить качество и количество контактов со своей целевой аудиторией. По нашим данным, показы в видеоформате существенно понижают общий CPA рекламодателей. А ещё отлично приводят **дополнительный трафик**:

15-секундное видеодополнение со своим видеороликом получило больше качественного внимания, чем другие форматы РСЯ, при CPC на 86% ниже



Коллтрекинг

В тематике Вашего бизнеса часть обращений приходит через звонки. Поэтому для повышения эффективности рекламной кампании необходимо установить их отслеживание. Это позволит эффективно управлять контекстной рекламой с целью увеличения количества звонков.

Мы рекомендуем использовать систему CallTouch.

CallTouch — это комплексное решение по отслеживанию эффективности РК по звонкам. Решение CallTouch позволяет выявить эффективные источники рекламы.

Оптимизация рекламы производится следующим образом:

- Увеличение ставок по высококонверсионным ключевым словам с целью увеличения количества звонков.
- Снижение ставок по низкоконверсионным словам с целью экономии бюджета.

Еще одним плюсом установки CallTouch станет возможность определять эффективность работы Ваших менеджеров, прослушивая записанные системой звонки.



Приглашаем посетить наш офис для детального обсуждения условий возможного сотрудничества.

Адрес: г. Москва, ул. Ленинская Слобода, д.19, БЦ "Омега Плаза» (м. Автозаводская)

Телефон: +7 (495) 308-01-05
Время работы офиса: пн. – пт. 9:00-20:00