

Руководство: как повысить эффективность кампаний для мобильных устройств

Правильный подход к анализу ценности конверсий, оптимизация объявлений и мобильного сайта, а также корректировка ставок – вот три инструмента, которые помогут вам этого добиться.



Шаблон презентации о возможностях AdWords для мобильных устройств.

Некоторые замечания:

Рекомендуем разместить на этой презентации ваш логотип и логотип клиента.

Вы можете менять содержание презентации – например, если какая-то информация кажется вам слишком сложной или вы считаете, что она не будет представлять интереса для клиента, исключите ее.

А ещё не забудьте перед показом презентации удалить этот слайд!

Как повысить эффективность кампаний для мобильных устройств

Современные покупатели активно пользуются смартфонами и планшетами, поэтому успешные продавцы должны выжимать максимум из мобильной рекламы

Определите истинную ценность мобильной рекламы

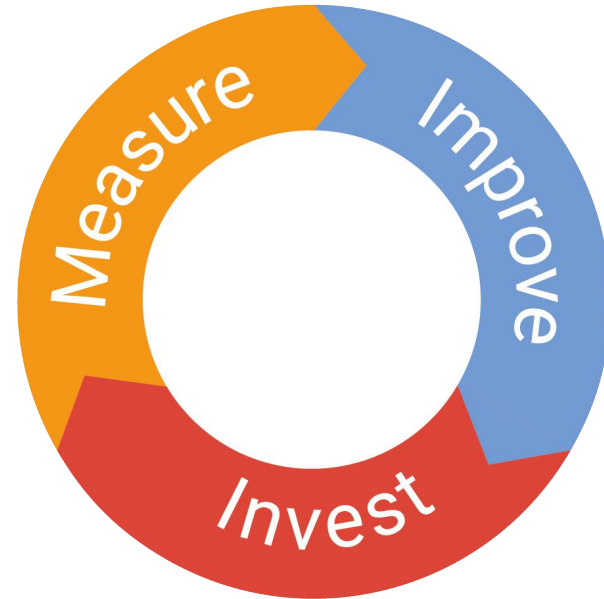
С мобильных устройств пользователи взаимодействуют с объявлениями не так, как с компьютера. Чтобы определить истинную ценность мобильной рекламы, учитывайте все конверсии, полученные благодаря ей.

Оптимизируйте свои мобильные инструменты

Процесс поиска и покупки с мобильных устройств имеет свою специфику. Оцените, какие действия пользователи чаще всего выполняют на вашем сайте, и оптимизируйте его.

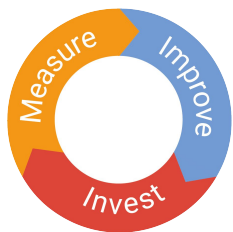
Корректируйте ставки для мобильных устройств

Ценность конверсий с компьютеров и с мобильных устройств различается в зависимости от кампании. Анализируйте эти показатели и меняйте модификатор ставок соответствующим образом.



Выбрав стратегию, действуйте решительно

Насколько эффективно вы и ваш клиент используете мобильную рекламу?
Что можно сделать, чтобы повысить ее эффективность?



Показ мобильной рекламы не настроен



Включите его

Начните привлекать трафик с мобильных устройств.

Показ мобильной рекламы настроен, но конверсии не отслеживаются



Начните отслеживать конверсии

Для этого можно использовать инструменты Google Analytics или AdWords.

Показ мобильной рекламы настроен, но ее эффективность можно повысить



Показ мобильной рекламы настроен и дает хорошие результаты



Инвестируйте: повышайте ставки

Если ценность конверсий, полученных с мобильных устройств, достаточно высока, ставки стоит повысить.

Оптимизируйте объявления с помощью расширений

Добавьте в рекламу полезную информацию: адреса, номера телефонов, ссылки на сайт, уточнения, ссылки на приложения и т. д.

Учитывайте все мобильные конверсии

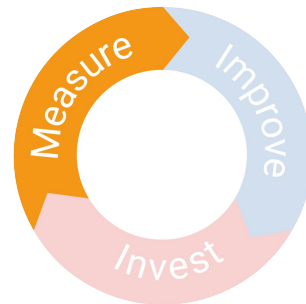
Чтобы определить истинную ценность мобильной рекламы, учитывайте все релевантные микроконверсии.

Оптимизируйте мобильный сайт

Есть ли у вашего сайта мобильная версия? Если да, то подумайте, как сделать ее проще и удобнее.

Определите истинную ценность мобильной рекламы

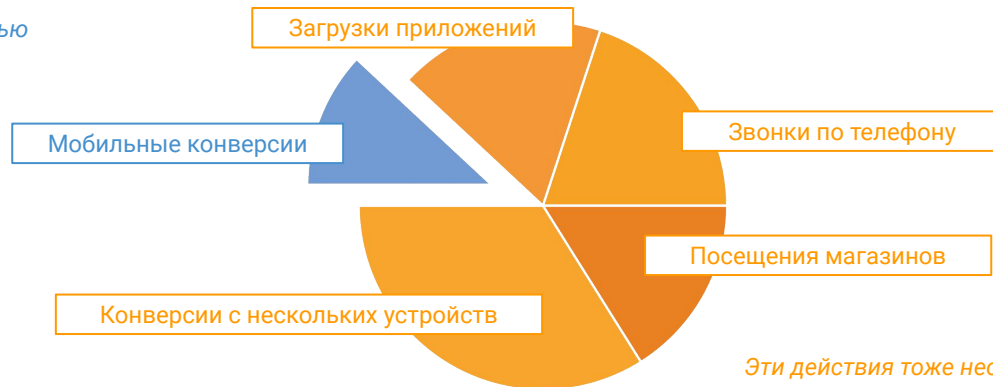
Выберите подходящий способ измерения ее эффективности



Учитывайте все конверсии

Мобильная реклама приносит разные типы конверсий: загрузки приложений, телефонные звонки, посещения магазинов и другие. При расчете истинной ценности рекламы нужно учитывать все эти конверсии. Тогда вы сможете правильно распределить бюджет.

Полезность мобильной рекламы не ограничивается конверсиями, полностью совершенными на телефоне или планшете.



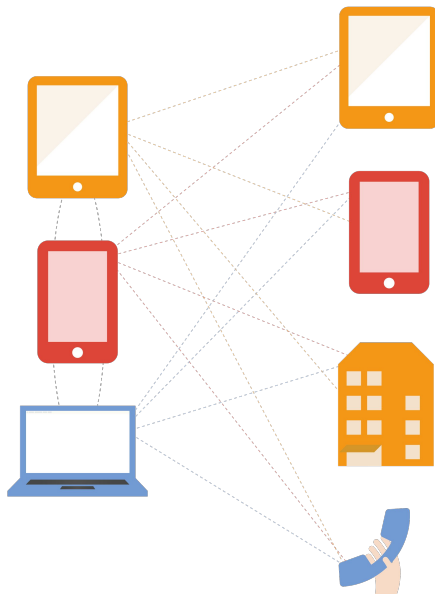
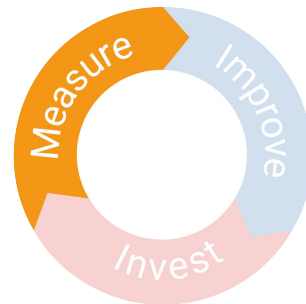
Эти действия тоже необходимо учитывать при определении истинной ценности мобильной рекламы.

Определите истинную ценность мобильной рекламы

Выберите подходящий способ измерения ее эффективности

Как сегодня выглядит путь к покупке

Это не прямая линия от поиска товара на мобильном устройстве до покупки, а, скорее, сложная траектория, напоминающая маршрут самолета.



Важно определить ценность разных типов конверсий – телефонных звонков, загрузок приложений, посещений магазинов, конверсий в результате взаимодействий на нескольких устройствах – и ответить на следующие вопросы:

- Различается ли их ценность?
- Одинаково ли они эффективны?
- Какие из них приносят вам больше всего выгоды?

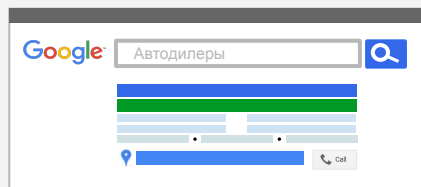
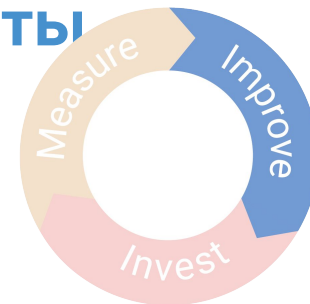
Опираясь на статистику этих конверсий, выберите оптимальные ставки для мобильных устройств.

Поиск

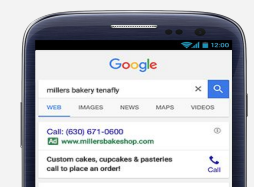
Конверсия

Оптимизируйте свои мобильные инструменты

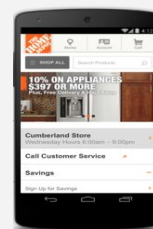
Современные покупатели активно пользуются мобильными устройствами. Ваша задача – сделать так, чтобы им было просто найти нужную информацию и выполнить конверсию



Добавляйте расширения объявлений



Включите в объявления кнопку для звонка

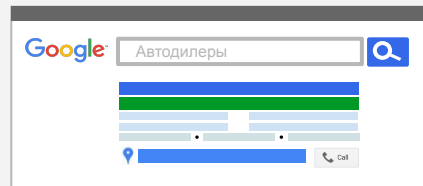
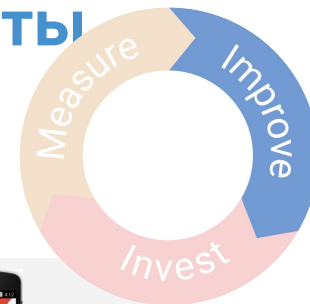


Усовершенствуйте свой мобильный сайт

Вы заинтересованы в том, чтобы пользователям было просто найти информацию о вашем магазине. Для этого можно упростить процесс оформления заказа или добавить на мобильный сайт функцию поиска магазинов и кнопку для звонка. Чем удобнее ваш сайт, тем больше конверсий вы получите.

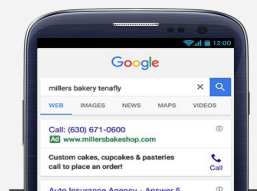
Оптимизируйте свои мобильные инструменты

Усовершенствовав свой мобильный сайт, вы значительно повысите свои шансы на успех. Советуем также предоставить пользователям как можно больше информации для связи с вами. Ниже вы найдете ряд советов о том, как это можно сделать



Расширения объявлений

Расширения – это элементы объявления, содержащие более подробную информацию о вашем магазине, например дополнительные ссылки на отдельные страницы вашего сайта. Расширения позволяют увеличить средний показатель CTR на 10–20%.*



Кнопки для звонка

Если в объявлении предусмотрена кнопка для звонка, покупателям будет проще связаться с вами. Добавив расширение с номером телефона, вы сможете увеличить показатель CTR на мобильных устройствах на 6–8%. Кроме того, эта функция упрощает отслеживание звонков и позволяет увеличить их количество.



25 принципов оформления сайта

67% пользователей утверждают, что с большей вероятностью совершат покупку, если мобильный сайт покажется им удобным.** Из этого руководства вы узнаете, как сделать свой сайт по-настоящему привлекательным.

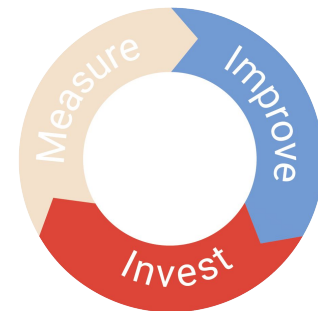
* Результаты применения расширений зависят от множества факторов, поэтому мы не можем дать никаких конкретных гарантий.

** ThinkWithGoogle: [чего пользователи ждут от мобильных сайтов](#)

Оптимизируйте ставки

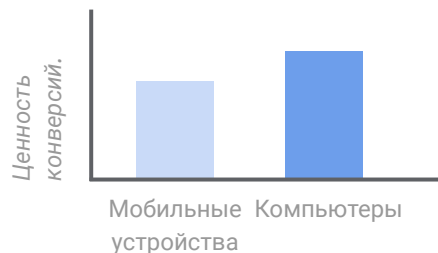
Ценность конверсий с компьютеров и с мобильных устройств различается в зависимости от кампании. Определите свои самые успешные кампании и установите для них модификатор ставки.

Он позволяет влиять на вероятность просмотра объявлений и, следовательно, более эффективно распределять бюджет. Чтобы понять, какой канал имеет для вас наибольшую ценность, учитывайте статистику по конверсиям.



а. Если ценность конверсий, совершенных с мобильных устройств, больше, повысьте модификатор ставки.

Повысьте модификатор ставки



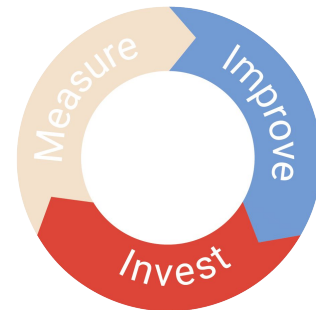
б. Если конверсии с более высокой ценностью вы получаете с компьютера, понизьте модификатор ставки для мобильных устройств.

Снизьте модификатор ставки



Оптимизируйте ставки

Установите модификатор ставки для мобильных устройств в соответствии с ценностью конверсий, полученных из этого источника. Чтобы его рассчитать, разделите коэффициент мобильной конверсии на коэффициент конверсии, совершенной с компьютера. Ниже приведен пример такого расчета.



Как рассчитать оптимальный модификатор ставки для мобильных устройств

Модификатор ставки = коэфф. моб. конверсии/коэфф. конверсии с компьютера – 1

- Откройте вкладку **Кампании**, нажмите **Сегмент** и выберите **Устройство**.
- Выберите кампании, для которых имеется достаточно статистики (их продолжительность должна составлять не менее 90 дней, а количество полученных конверсий с компьютера и мобильных устройств должно быть более 20).
- В столбце **Общ. расчет. число конв.** найдите коэффициент конверсии с компьютера и **коэффициент конверсии с мобильных устройств**.
- Разделите **коэффициент конверсии с мобильных устройств** на **коэффициент конверсии с компьютера** по формуле ниже.

Пример:

- Коэффициент конверсии с мобильных устройств = **4,43%**
- Коэффициент конверсии с компьютера = **3,96%**
- $(4,43\%/3,96\%) - 1 = 0,118 = 12\%$

В этом примере оптимальный модификатор ставки для мобильных устройств будет составлять **+12%**.

Campaign	Labels ?	Est. total conv. ?	Est. total conv. rate ?
Total - all campaigns		1,146	4.70%
ES - FP2 - Cursos Gratis	--	412	4.22%
Computers ?		260	3.96%
Mobile devices with full browsers ?		112	4.43%

Чтобы учесть при расчете коэфф. конверсии, обратитесь к столбцу **Расчет. общ. коэф. конв.** Также вы можете взять данные из столбца **Коэфф. конверсии**
[Подробнее о корректировке ставок...](#)

Спасибо за внимание!

Если у вас есть вопросы или вы хотите узнать, как повысить эффективность кампаний для мобильных устройств, свяжитесь с нами:

Ваше имя

Ваш адрес электронной почты