



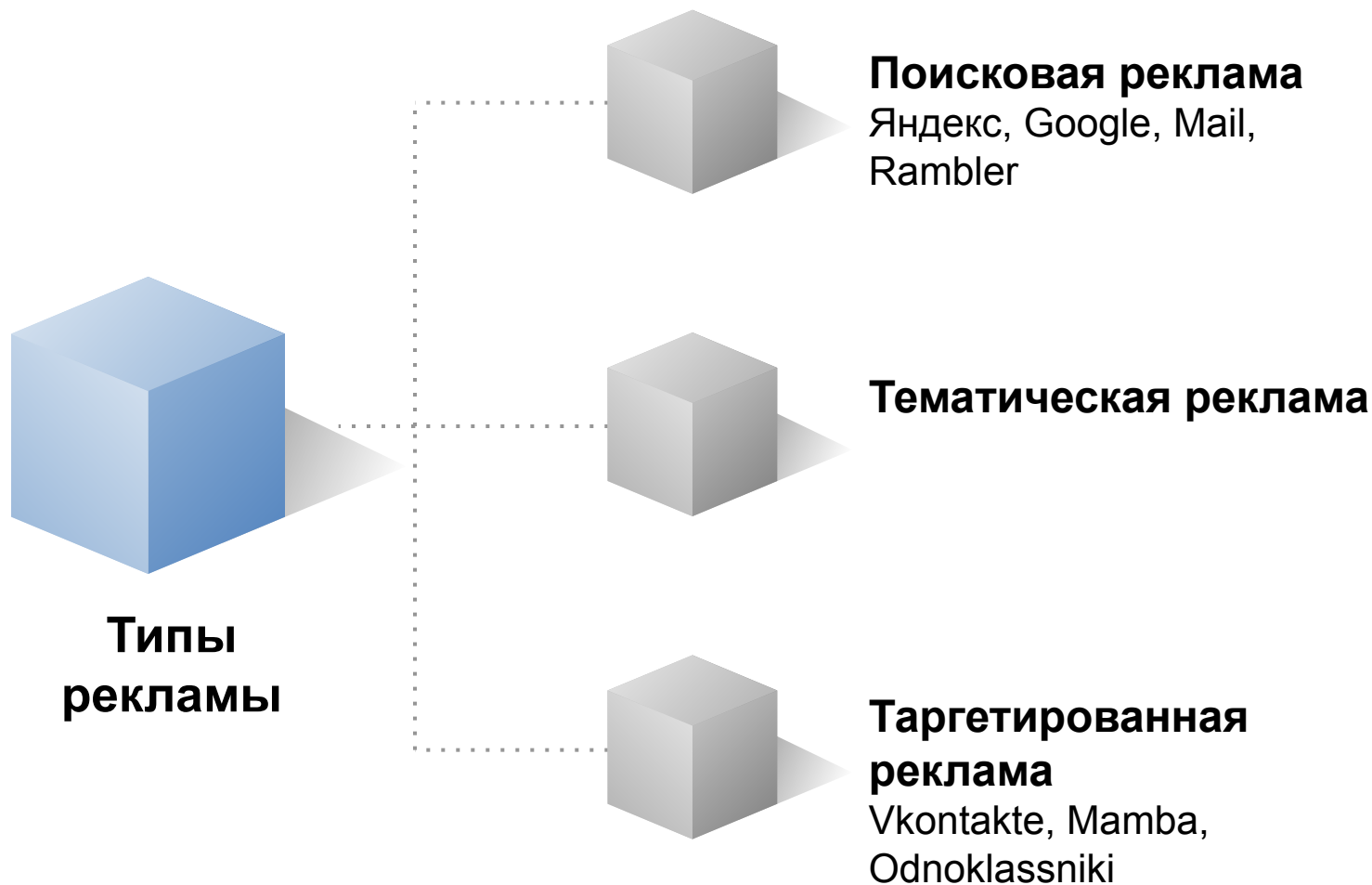
Контекстная реклама

Как тратить эффективнее?



Контекстная реклама?

Главное – соответствие интересов пользователя и рекламы!



Классика – это поисковая реклама с оплатой CPC

Основные игроки рынка



Пример показа объявлений

The image shows a search engine results page for the query "фирменный стиль" (corporate style). The search engine is Google, and the results are displayed in Russian. The page includes a search bar with the query, a "Поиск" (Search) button, and a "Расширенный поиск" (Advanced search) link. The results are categorized under "Веб" (Web) and show "Результаты 1 - 10 из примерно 274 000 для фирменный стиль. (0,32 секунды)".

Key elements of the page include:

- Search Bar:** "Google" logo, search input "фирменный стиль", "Поиск" button, and "Расширенный поиск" link.
- Results:** A list of search results for "фирменный стиль" from various websites like "www.sterotype.ru", "www.onart.ru", and "www.web-it.ru/sercv".
- Contextual Advertisements:** A section titled "Яндекс Директ" (Yandex Direct) containing several ads for "Разработка фирменного стиля" (Corporate style development) and "Графический дизайн: логотип, фирменный стиль, брендбук" (Graphic design: logo, corporate style, brand book).
- Annotations:** Three arrows point to specific elements: "ключевое слово" (keyword) points to the search bar, "результаты поиска" (search results) points to the list of search results, and "контекстная реклама" (contextual advertisement) points to the "Яндекс Директ" section.

Кейс

Интернет магазин по продаже шин и дисков

Условия

- Регион продаж: Ярославль, Рыбинск, Кострома
- Конкурентное преимущество: широкий складской комплекс

Аудитория

- Пол: Мужчины
- Возраст: 22-42 года

Бюджет

- 20 000 руб.
- Ограничение: рассматриваем только поисковую рекламу

Инструменты

- Подбор слов (wordstat.yandex.ru и «Forecast»)
- Гео таргетинг
- Временной таргетинг
- Контактная информация: «виртуальная визитка»

Итог

- **CTR** ~ 4-5% (на 20-30 ключевых слов)
- Цена перехода: 0,2 у.е.
- Цена конверсии : 20 у.е.
- Забираем в рекламу: 40-50% прибыли с клиента

← Wrong Way

Right Way →

4 шага успешной кампании

Анализ аудитории

- Принцип «хвоста» запросов
- Группировка по аудиториям
- Максимум «минус» слов
- Все типы таргетингов (временной, географический, поведенческий, соц-дем)

Написание объявлений

- 1 слово = 1 объявление
- 2 региона = 2 разных объявления
- Цены и спецпредложения обязательно!
- Занимайте весь текст и не используйте много «!»

Действия на площадке

- Отслеживайте ключевые фразы конкурентов
- Получайте данные о «реальных» запросах
- Не входите в «войну цен»

Контроль и анализ

- Яндекс.Метрика и Google.Analytics
- Оценивайте конверсию или иные «косвенные» показатели
- Дополняйте список минус слов и ядро запросов.
- Отсекайте некачественные площадки и ключи

Анализ ключевых слов

Шины:

1. «Шины»
2. Шины + {типоразмер}
3. Шины + {радиус}
4. Шины + {продающие запросы}
5. Шины + {производитель шины}
6. Шины + {город продажи}
7. {Производитель шины}
8. {Производитель шины} + типоразмер
9. {Производитель шины} + радиус
10. {Производитель шины} + купить
11. {Производитель шины} + цена
12. {Производитель шины} + модель

Модели автомобилей:

1. Шины для {модель автомобиля}
2. Шины для {марка автомобиля}

.....

+ синонимы («резина», «покрышки»)

Набралось по ассортименту 300+ ключевых слов

«Хвост
запросов»
+ Минус слова

Инструменты анализа

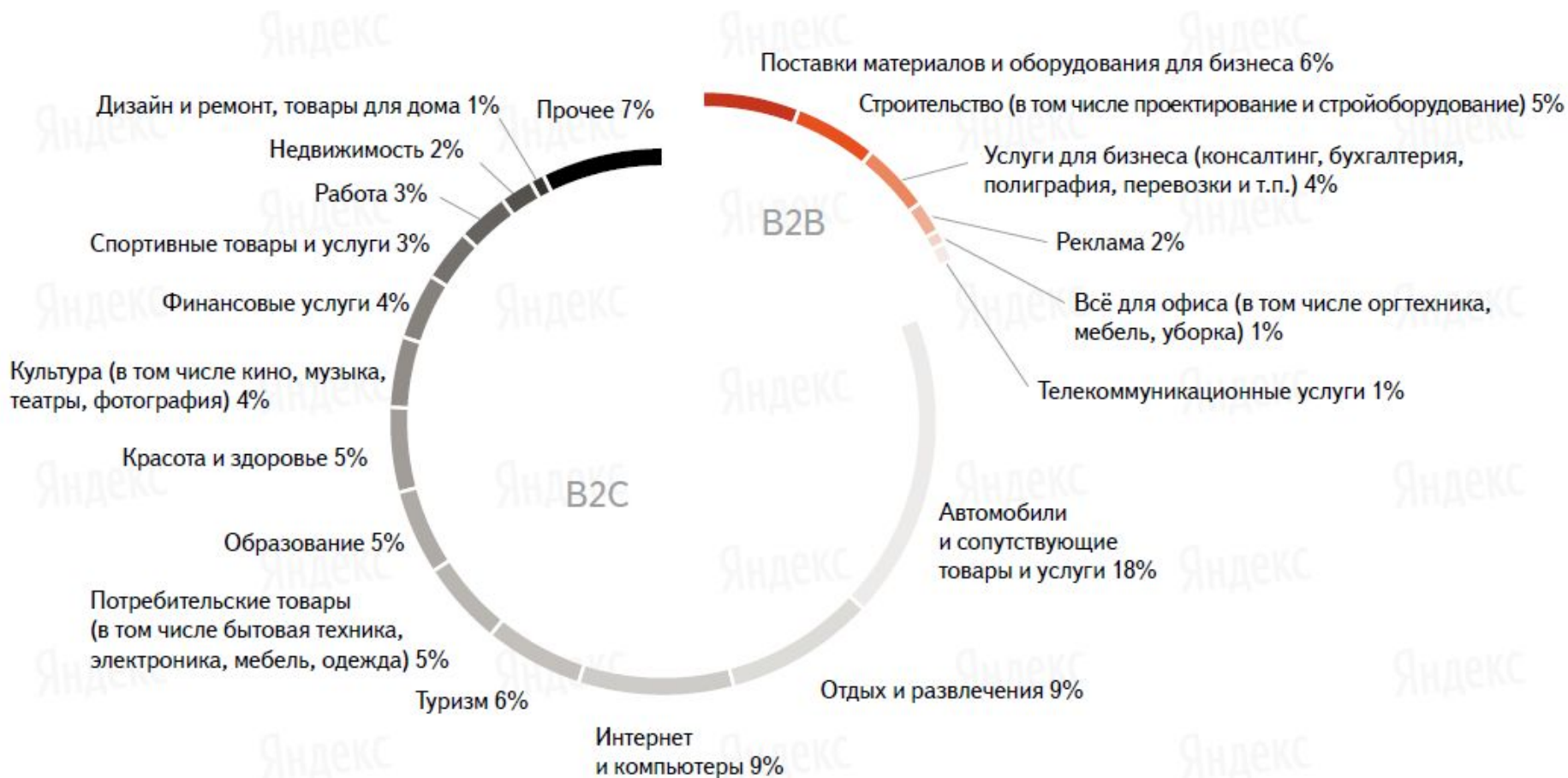
- Метка ссылок (utm параметры)
- Яндекс.Метрика
- Webvisor
- Google.Analytics

Следует бороться не за цену перехода, а
за цену конверсии!

ИТОГ:

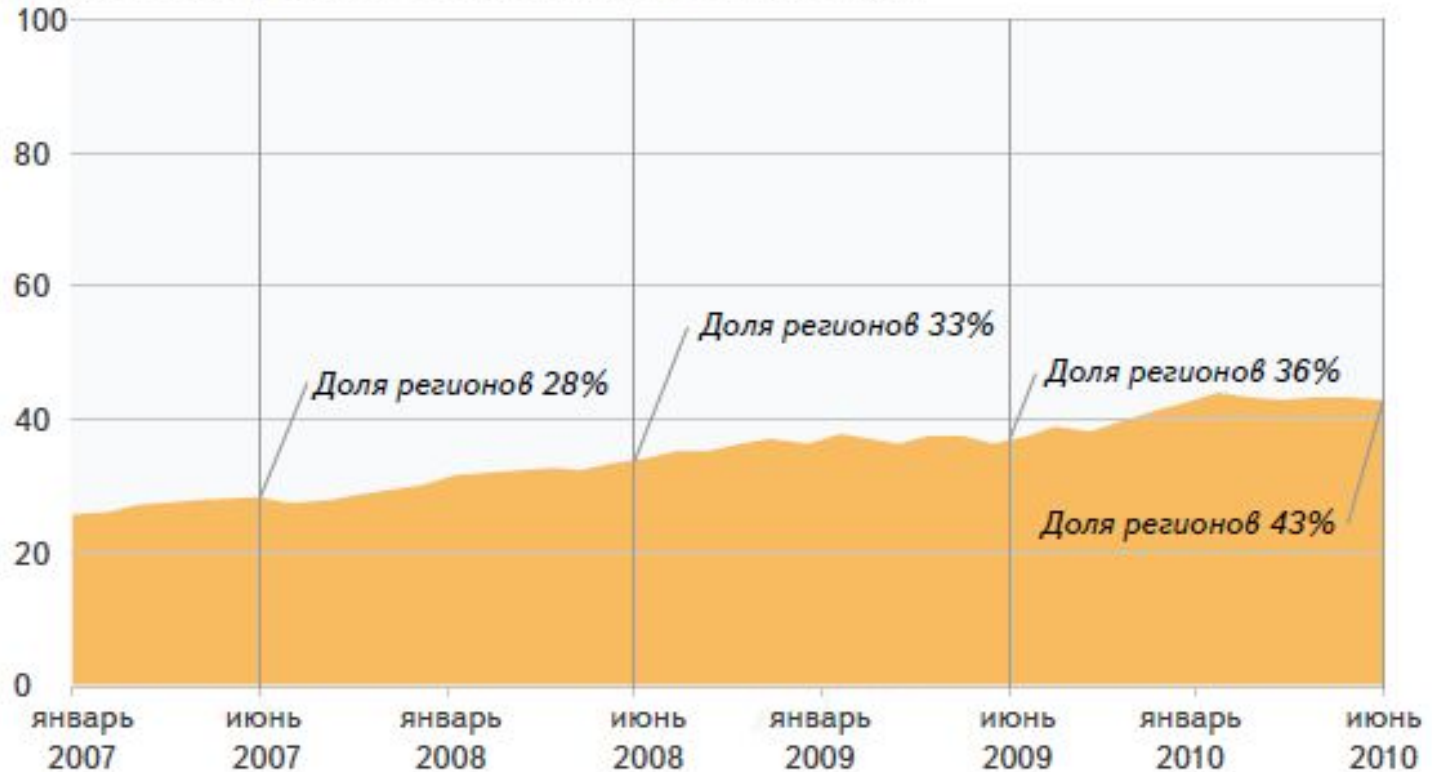
- CTR ~ 10-15% (на 200-300 ключевых слов)
- Цена перехода: ~0,05-0,08 у.е.
- Цена конверсии : 7 у.е.
- Забираем в рекламу: 10-12 % прибыли с клиента

Почему такой пример?



Почему актуально?

Доля от всех переходов по объявлениям Яндекс.Директа, %



По данным Яндекс.Директа, 2007–2010

Почему еще актуально?



Спасибо за внимание!



E-mail: me@1context.ru

Tel: +79109780288

Twitter: [balandinkm](https://twitter.com/balandinkm)