

Контекстная реклама: технологии увеличения продаж «Матрица» г.Казань



Докладчик:
Дмитрий Демидов
генеральный директор Интернет - корпорации «Матрица»

Содержание

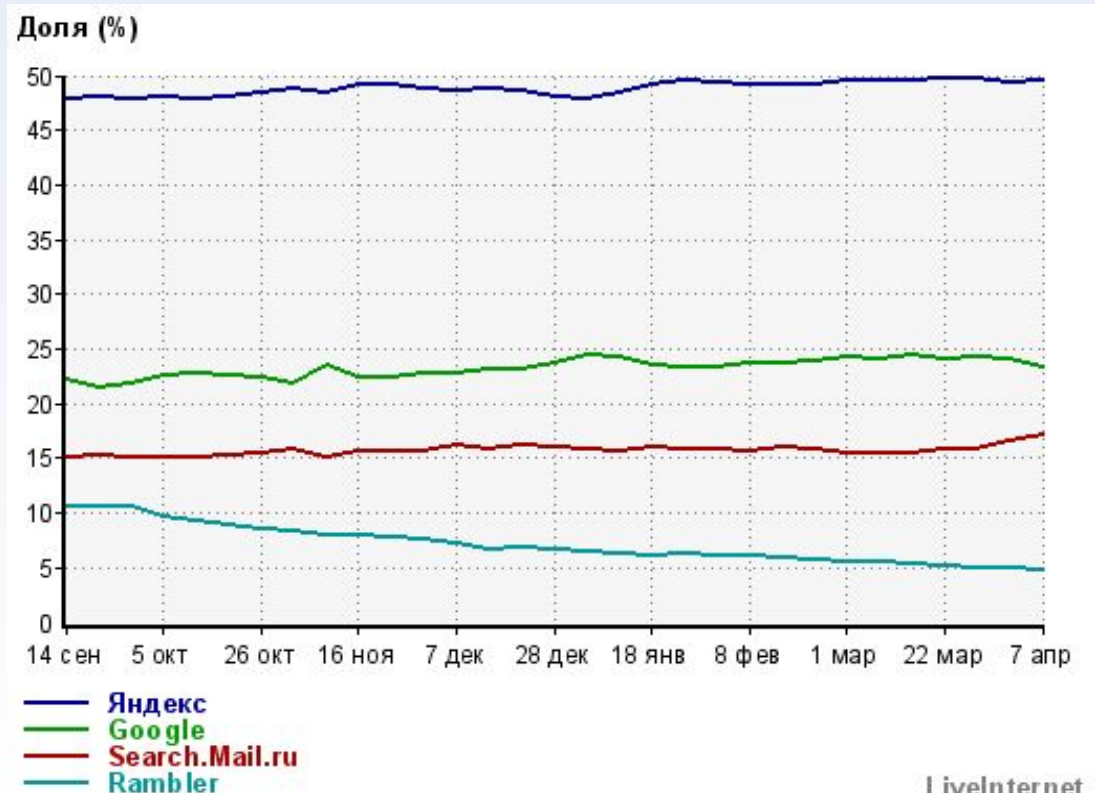
- Немного статистики
- Инструменты контекстной рекламы
- Как построить эффективную рекламную кампанию
- Основные ошибки допускаемые начинающими рекламодателями
- Плюсы контекстной рекламы во время кризиса

Немного статистики

(статистика LI за последнюю неделю)

- Предпочтение Казанских пользователей в поисковых системах:

- Яндекс - 49,5%
- Google - 23,4%
- Mail.ru - 17,2%
- Rambler - 4,8%



Аудитория пользователей Интернета в Казани

Среднесуточная посещаемость:

344 715 (статистика LI, экспертно 80%)

430 000 человек - аудитория в Интернете (100%)

Из них 143 000 человек пользуются Яндексом



Инструменты контекстной рекламы

- Система контекстной рекламы
- Ключевые слова
- Текст рекламного объявления
- Таргетинг
- Сайт
- Менеджеры – люди 😊



Система контекстной рекламы Яндекс. Директ, Бегун, Google Adwards,

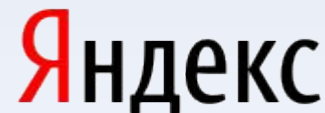
...

Где показывается реклама?

- Поисковые системы – Яндекс, Google, Mail.ru, Rambler, ...

- «Тематические» площадки (www.irr.ru, ...)

- «Поведенческие» площадки(www.irr.ru - «Поведенческие»
площадки(www.irr.ru, www.odnoklassniki.ru , ...)


Найдётся всё





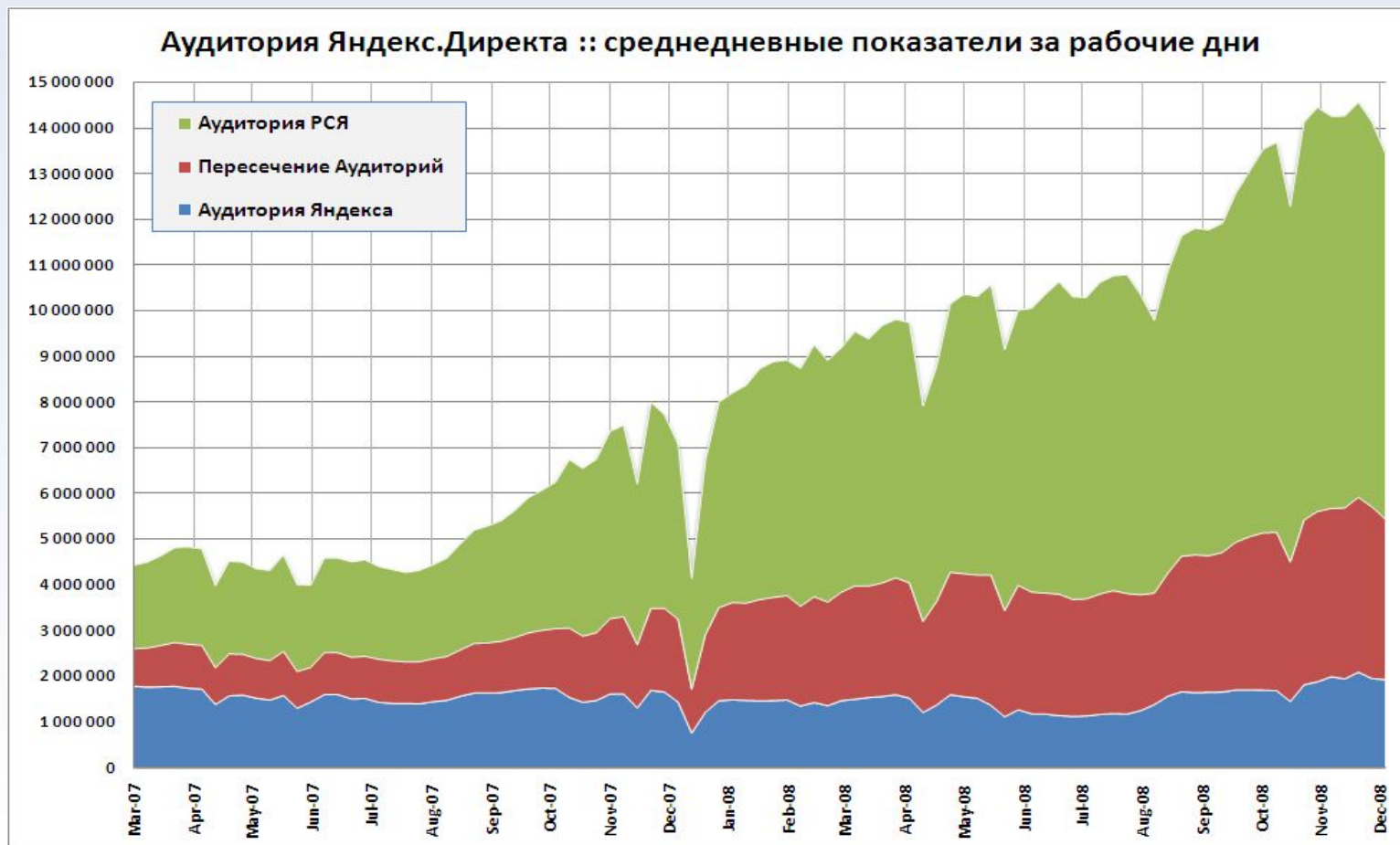


Зона контекстной рекламы на примере Яндекса

- ❖ Спецразмещение (до двух объявлений на странице)
 - ❖ Статические показы
- ❖ Гарантированные показы (до 4 верхних позиций в столбце справа от результатов поиска)
 - ❖ Статические показы
- ❖ Под гарантированными показами (до 5 объявлений в ротации)
 - ❖ Динамические показы



Доля и пересечения аудитории на тематических поисковых площадках Яндекс.Директа



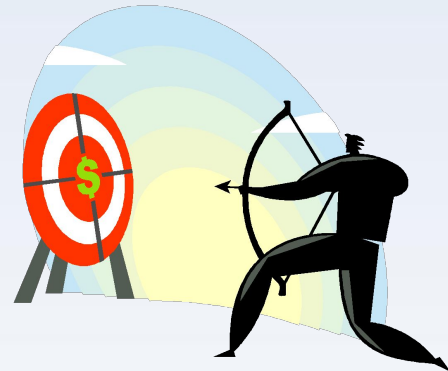
Ключевые слова

- Подбор ключевых слов
- Анализ рекламной кампании по ключевым словам
- Оптимизация рекламной кампании по ключевым словам



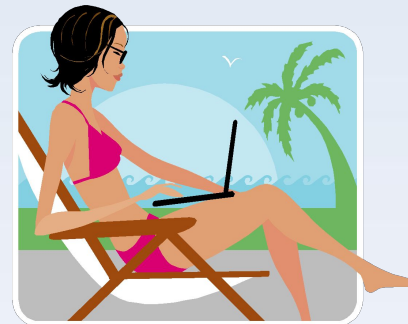
Таргетинг

- **Географический**
- **Временной**
- **Поведенческий**
- **Социальный**



Сайт

- Юзабилити (удобство) сайта



- Страницы для контекстной рекламы



Работа менеджеров

- Прием заявки
- Обработка заявки
- Ответное действие



Как построить эффективную рекламную кампанию?



1. Анализ рынка в Интернете
2. Определение целевой аудитории и оптимального бюджета рекламной кампании
3. Создание или доработка сайта
4. Запуск пробной рекламной кампании
5. Анализ статистики
6. Корректировка рекламной кампании
7. Продолжение рекламной кампании с регулярным мониторингом и анализом статистики
8. Подсчет прибыли 😊



Основные ошибки допускаемые начинающими рекламодателями



1. Ключевые слова... с потолка
2. Сайт не соответствует тематике рекламного объявления.
Пример: реклама автосервиса, ведущая на сайт по продаже машин. Зачем ремонт - покупайте новую машину 😊
1. Сайт не работает. Пример: проблемы с хостингом
2. Нельзя дозвониться, не проверяется e-mail
3. Низкий профессионализм «на трубке»
4. Реклама идет - товара нет
5. Неверная настройка таргетинга
6. Неэффективная работа со ставками
7. Война ставок

Интернет

Таргетинг

географический, социальный,
временной, поведенческий

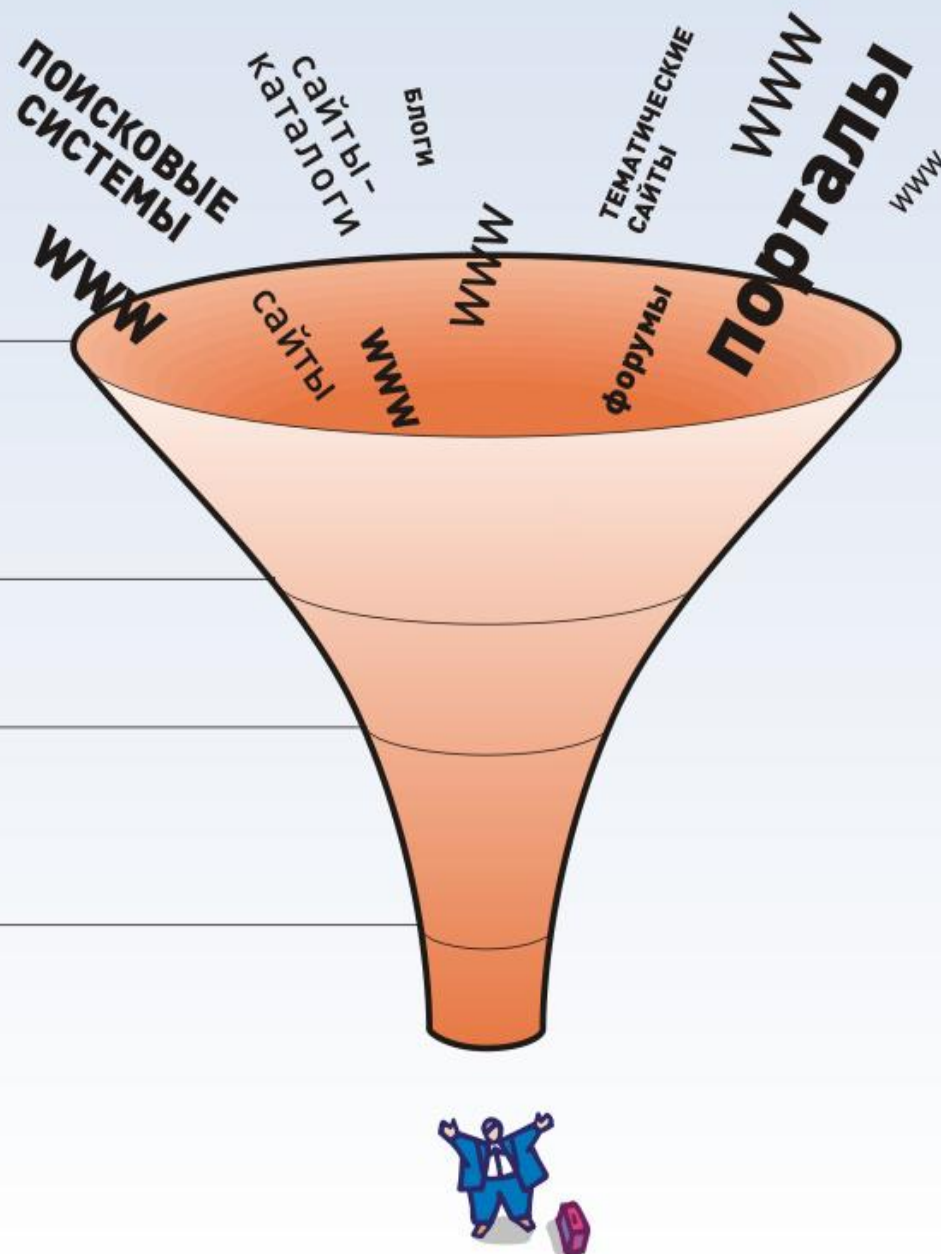
Сайт-цель

Контакт

телефонный звонок, письмо

Результат

заказ, контракт, договор



Статистика Яндекс.Директ по запросу «Интернет – реклама»



Плюсы Интернет - рекламы во время кризиса

- ❖ Цены формирует рынок
- ❖ Только точное попадание в ЦА
- ❖ Возможность мгновенной смены рекламных материалов
- ❖ Запуск рекламной кампании за 10 минут
- ❖ Не нужно предварительное бронирование



Наши контакты:

- Тел: +7 843 248 06 60
- E-mail: info@i-matrix.ru
- Адрес: г.Казань, ул.Клары Цеткин, д.8/27, офис 421
- web- сайт: www.i-matrix.ru

Есть вопросы?

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !