«Высшая математика» в контекстной рекламе

Телефон: (495) 745-57-81 Сайт: www.biplane.ru

Андрей Веселов, veselov@biplane.ru

biplane

Контекстная реклама — не супермаркет

Пришел и «купил слона»?

Этот взгляд продвигают в массы разработчики рекламных сетей

На самом деле «контекст» — это война

Сегодня, чтобы «выжить», нужно побеждать в «драке» с конкурентами

biplane

Задачи контекстных рекламных кампаний (КРК)

Что ждать?

- Реклама точки продаж
- Реклама представителя
- Привлечение трафика для продажи рекламы

Что не ждать?

- Реклама инновационного продукта
- Имидж

biplane

Типовые стратегии КРК

- Максимальное количество эффективных переходов за определенный бюджет
- Определенное количество эффективных переходов за минимальный бюджет
- Попытка монополизировать канал распространения информации

biplane

Максимум за X $

- Условно неограниченное число товаров/услуг
- 100% контекстного трафика не могут обеспечить 100% загрузки

→ Задействовать все инструменты, занимать «хлебные» места

biplane

X за минимум $

- Лимит товаров или услуг: доставка пиццы, ремонт квартир, продажа билетов, семинары
- Важна цена каждого посетителя

→ Оперативное принятие мер: обратная связь с отделом продаж, поиск неконкурентных ниш

biplane

Попытка монополизации

- Контекстная реклама не обеспечивает объем продаж или это единственный источник клиентов

→ Борьба за все рекламные позиции, выдавливание конкурентов, слаженное управление ставками

Планирование

«Температура запроса»

Зоны эффективных переходов:
«вскрытие металлических дверей»
и
«свадебное платье»

Температура запроса — среднее количество просмотренных объявлений перед принятием решения

biplane

Как «измерить» температуру?

Косвенные показатели:

- https://ad.rambler.ru/swrds/wrds.pl
- Опыт конкурентов
- Конкуренция у «смежников»

biplane

https://ad.rambler.ru/swrds/wrds.pl

Соотношение 1,6 — смотрят не только первую страницу

Фраза	Первая *	Все *
Всего	21463	34579
свадебные платья	21463	34579
Словосочетания, в которых встречались указанные слова	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 >>	
свадебные платья	10319	14269

Соотношение 1,07 — единицы уходят на вторую страницу

Фраза	Первая *	Все *
Всего	2412	2571
вскрытие замков	2412	2571
Словосочетания, в которых встречались указанные слова		1 2 3
вскрытие замков	579	669

biplane

Опыт конкурентов

Ровные ставки от 1-го места до последнего

свадебные платья -пошив -прокат -беременные -фото -продаю -эксклюзивные -б -размеры -оптом -выставка -напрокат -стили -большие -papilio -самые -элитные -бенджамин -итальянские -робертс -ампир -детские	12054	1845	15.31	цена 1-го спецразмещения вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантированные показы	 0.29 0.26

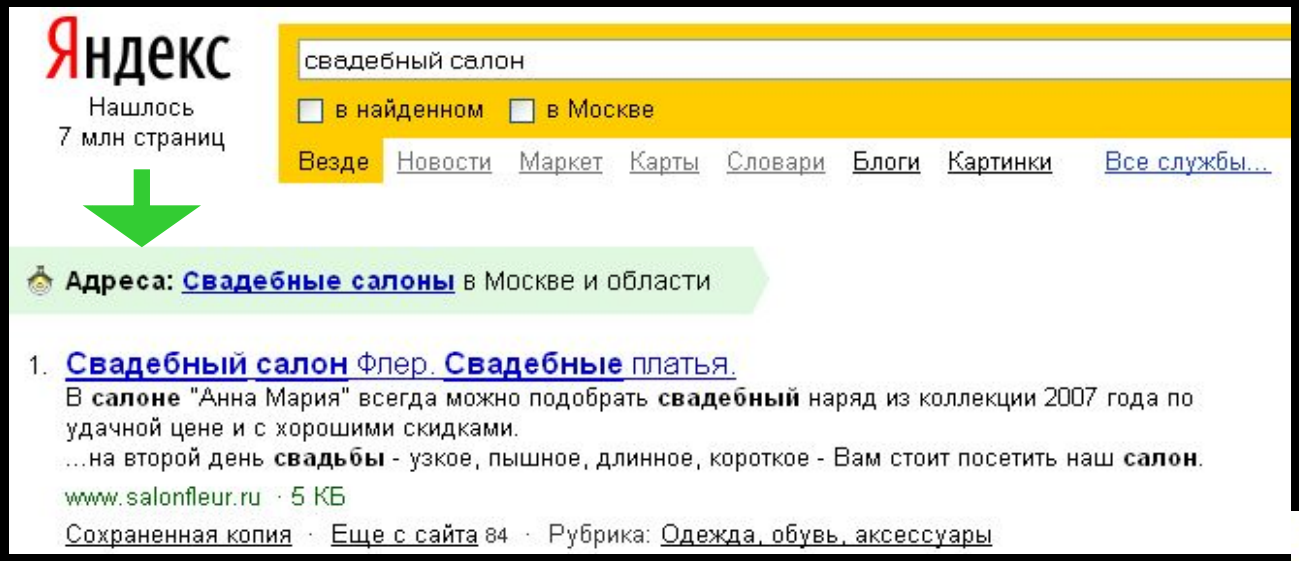
Большой разрыв между 1-м местом и входом в гарантию

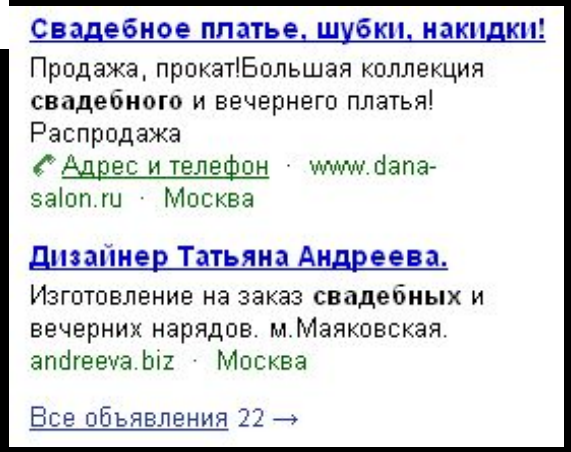
ремонт компьютеров -бесплатный -частный -crack -crak -download -faq -free -sospc -автоматический -автомобильный	9053	239	2.64	вход в спецразмещение цена 1-го места вход в гарантированные показы	 18.28 4.01

biplane

Опыт конкурентов

В спецразмещении никого…





…а объявлений много

biplane

Конкуренция у «смежников»

Пример из SEO с большим и маленьким разрывом бюджета 3-ки и 20-ки:

- Запрос «знакомства». Тройка — от 50.000 рублей. Двадцатка — от 15.000 рублей
- Запрос «свадебные платья». Тройка — от 20000 рублей. Двадцатка — от 15000 рублей

biplane

Уровень и «качество» конкуренции

Оцените уровень конкуренции

- «Коммерческий» русский язык беден
- Зон с приемлемой «температурой» мало

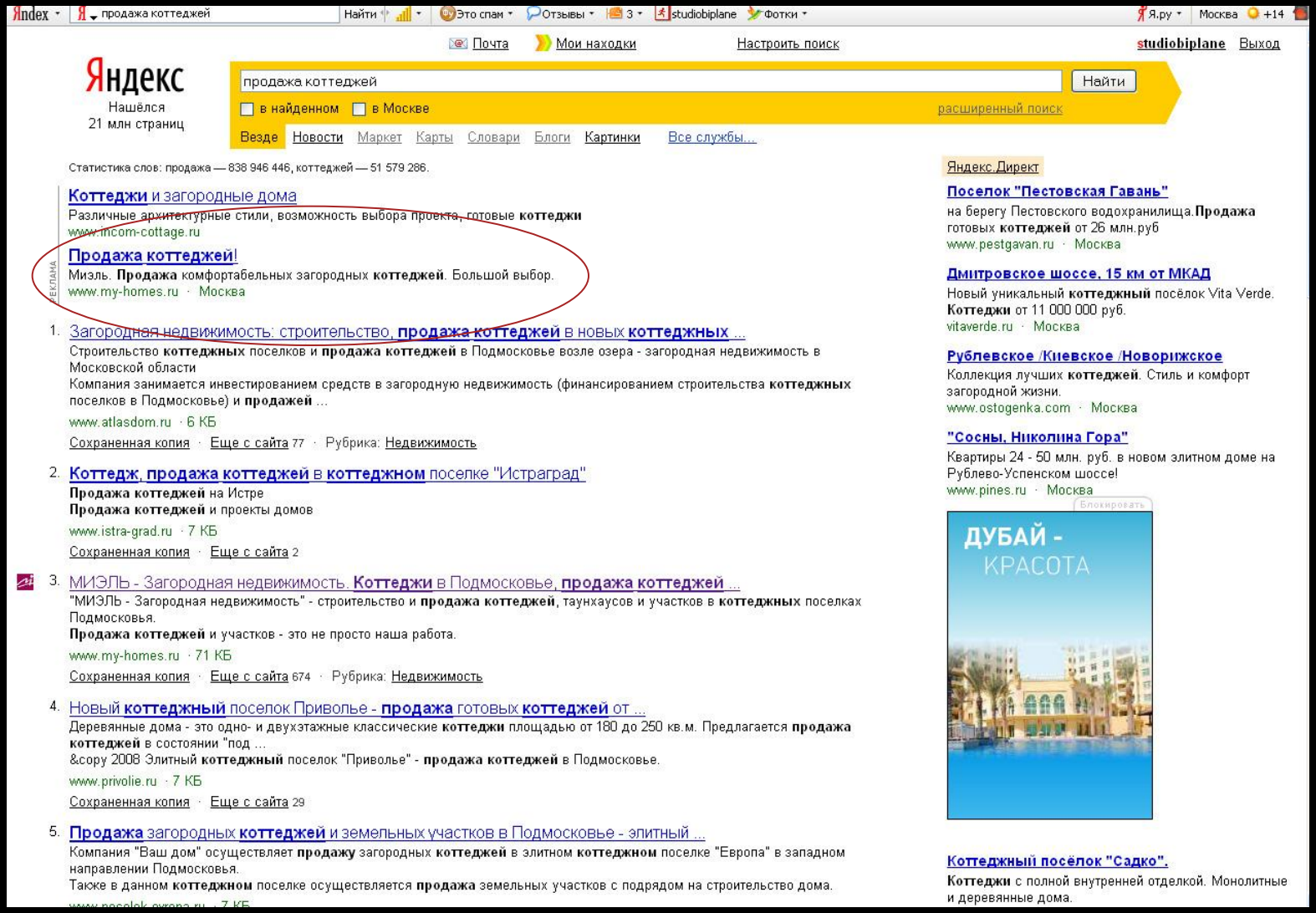
Сложнее оценить «качество» конкуренции

- Для многих контекст — единственный источник продаж
- Ваши планы могут задеть чужие интересы
- Кто-то подвинется, а кто-то будет драться: скликивание, заказ хакерам, DDOS-атаки

Если есть «качество» и нет свободных зон, то с вашим приходом повыситься уровень конкуренции

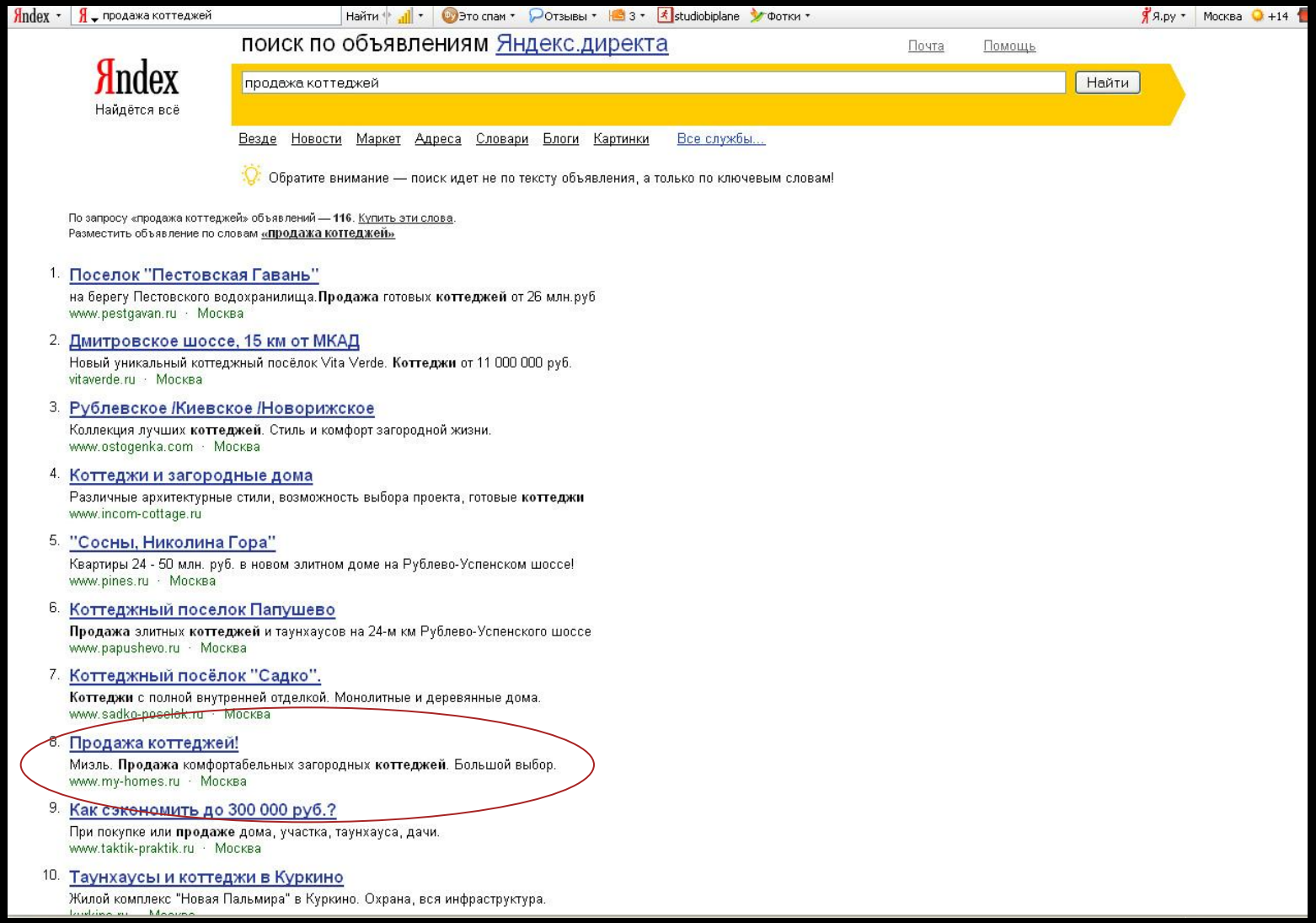
biplane

«Секретные» приемы проверки цены клика



biplane

«Секретные» приемы проверки цены клика



biplane

Медиаплан предполагает...

- «Пустая земля» или «уравновешенная экосистема»
- Единственный канал или дополнительный источник
- Уровень недооценки/переоценки контекстного трафика

biplane Рекламное агентство

Что ждать от «наёмника»?

- Работу со статистикой
- Эффективного противодействия войне ставок
- Выполнения заранее оговоренных стратегий

А что не ждать?

- Высокой экспертизы в вашей отрасли
- Создания большого количества качественных рекламных объявлений для постоянно изменяющихся событий (концерты, футбольные матчи, семинары)

Как выживать в борьбе ставок?

Стандартных приемов уже не хватает

Важные приемы, но уже банальные:

Автофокус, геотаргетинг, продающие объявления

Все научились избегать типичных ошибок:

- «Контекст» не по назначению
- Много запросов на одно объявление
- В объявлении нет ключевого слова
- Указание сомнительных преимуществ
- Весь трафик на одну страницу
- Игнорирование таргетингов

biplane

Берем только нужную нам аудиторию

Помимо базовых приемов нужно использовать хитрости:

- Уточнение фраз: «билеты в театр» или «билеты в театр Табакова»
- Возможности синтаксиса: «квартиры с ремонтом» или «квартиры !с !ремонтом»?
- Умное «минусование» лишних слов: анализ входящего трафика, счетчики конкурентов, база Пастухова, парсинг статистики Рамблера, типовые минус-слова

biplane

Как бороться за место под солнцем?

В войне ставок побеждают умные и технологичные:

- **Учет скрутки CTR во время апдейтов в поисковиках**
- **Учет аккуратного склика конкурентами**
- **Разные ставки для разного времени суток**
- **«Поджимание» ленивых или богатых:**

Показано	Кликов	CTR	Позиция и цена клика, у.е.		Цена клика у.е. Максимальная	Цена клика у.е. Действующая на поиске	Включить оптимизацию цены клика
			Для всего объявления:		0.99		☑
5320	807	15.17	цена 1-го спецразмещения	1.00	0.99	0.33	☑
			вход в спецразмещение	0.33			
			цена 1-го места	1.01			
			вход в гарантированные показы	0.48			

biplane

Софт для ведения КРК

Два направления развития ПО

- «Служба одного окна»: простота, удобство, открытость: «Блондинка» и «Смартконтекст»
- Помощь профессионалам: эффективность, функциональность, закрытость: «Контекст-директор»

biplane

Возможности «Контекст-директора»

- Выбор стратегии
- Развернутая гарантия
- Агрессивная и сдерживающая политика
- Контроль рекламной кампании
- Клики в течение дня

Софт будет умнеть: горизонтальное развитие, борьба с недобросовестной конкуренцией, маяки качества объявлений и т.д.

Работа со статистикой

Рекламодатель хочет максимальной прозрачности

- Формат Openstat всеми трактуется по-разному:

  direct.yandex.ru;249740;341031;go.mail.ru:premium
  direct.yandex.ru;800599;1333003;direct.yandex.ru:guarantee
  begun.ru;6bb2eb76;6003b2ef;f4dbdf21

  ...а Google и вовсе игнорирует
  ?gclid=CLz8zIeArpUCFRLOXgodKWWNjg
- Трудно сегментировать аудиторию по месту размещения, по таргетингам и т.д.
- Нет и не предвидится внятных инструментов планирования

biplane

Клики и онлайн-действия считать умеем, но как измерить количество звонков и возврат инвестиций (ROI) применительно к каждому источнику?

AdsControl дает возможность сравнивать эффективность рекламных инструментов с точностью до звонка

- «Яндекс.Директ»
- «Бегун»
- Google AdWords
- Баннеры
- SEO
- Type-in трафик
- Трафик с остальных ресурсов

Пример отчета AdsControl

- КРК «Биплана»: продажа SEO, «контекста», «медийки». Сроки — 2 недели. Регион: Москва и область.
- Сравнивали только поисковый «контекст» и МКБ. Стратегия максимума.

	Показы	Клики	CTR (%)	Расход (у.е.)	Ср. цена клика (у.е.)	Контакты	Конверсия кликов в звонки (%)	Стоимость контакта (у.е.)
Поисковый Директ	6930	235	3,33	2900	12	31	13	94
Поисковый Бегун	-	27	-	154	6	1	3,7	154
МКБ Яндекс	28000	343	1,23	826	2,4	4	1,2	207
МКБ Рамблер	4225	43	1,02	230	5	2	4,7	115

Вопросы?

Андрей Веселов, veselov@biplane.ru

biplane®

Телефон: (495) 745-57-81 Сайт: www.biplane.ru