\* \* \* \* \*



# РК НА ЯНДЕКС.ДИРЕКТ:

# МЕНЬШЕ ТРАТИТЬ – БОЛЬШЕ ПОЛУЧАТЬ



# РЕКЛАМА: ПОКУПКА КОНТАКТОВ С АУДИТОРИЕЙ С ЦЕЛЬЮ ИЗВЛЕЧЕНИЯ ВЫГОДЫ





# **ЦЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА: МЕНЬШЕ ТРАТИТЬ – БОЛЬШЕ ПОЛУЧАТЬ**



РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ



РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ





# КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА ДАЕТ ИНСТРУМЕНТАРИЙ КОНТРОЛЯ РЕКЛАМНЫХ ЗАТРАТ

РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

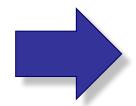




# 1 КЛАССИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА МИНИМИЗАЦИЯ ЦЕНЫ КОНТАКТА НА ЗАДАННОЙ АУДИТОРИИ



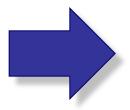
АУДИТОРИЯ ОГРАНИЧЕНА РАЗМЕЩЕНИ ЯМИ



1 KOHTAKT = min \$

### ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА

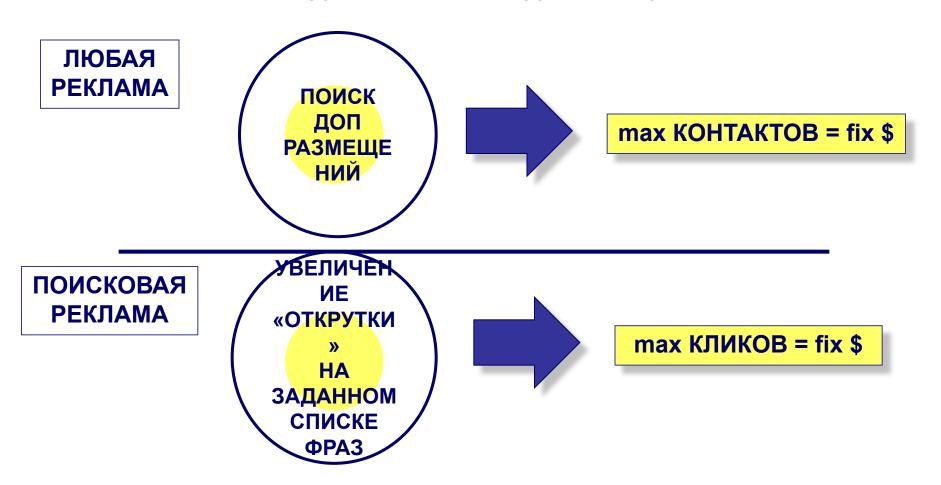
АУДИТОРИЯ ОГРАНИЧЕНА СПИСКОМ ФРАЗ И «ОТКРУТКОЙ »



1 КЛИК = min \$



# 2 КЛАССИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА РАСШИРЕНИЕ АУДИТОРИИ ПРИ ЗАДАННОЙ ЦЕНЕ КОНТАКТА





# ЗАКОН РОСТА ЦЕНЫ КОНТАКТА ЧЕМ БОЛЬШЕ КОНТАКТОВ, ТЕМ БОЛЬШЕ СРС





## 1. ПОТЕРИ ЗА СЧЕТ НЕТОЧНОСТИ ФОКУСИОВОК НЕТОЧНАЯ ФОКУСИРОВКА -> СНИЖЕНИЕ СТР

#### ОШИБКИ:

- В СПИСКАХ ФРАЗ
- В ГРУППИРОВКЕ ФРАЗ
- В ТЕКСТАХ ОБЪЯВЛЕНИЙ
- В ПОЗИЦИЯХ РАЗМЕЩЕНИЙ
- ПРИ ГЕО-ТАРГЕТИНГЕ
- В ТАЙМ-ТАРГЕТИНГЕ

•

ПРИВОДЯТ

К

СНИЖЕНИ

Ю

CTR !!!

последствия:

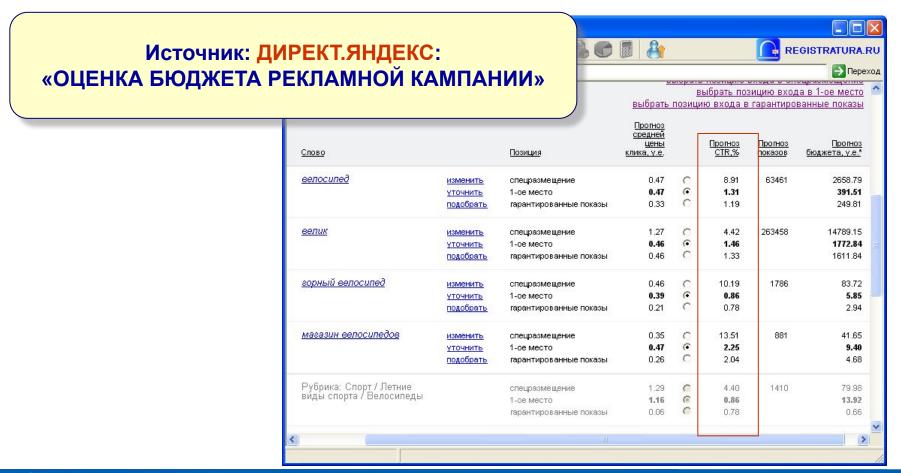
ПОТЕРЯ КЛИКОВ ПО ПРИЕМЛЕМОЙ ЦЕНЕ

ЛИБО

КОМПЕНСАЦИЯ ПОВЫШЕНИЕМ СТАВОК

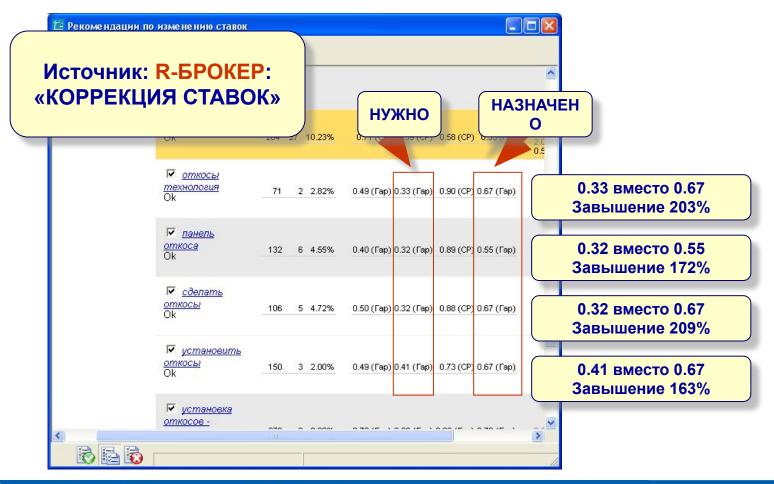


# 1.1. КОНТРОЛЬ ТОЧНОСТИ ФОКУСИОВОК СРАВНЕНИЕ СОБСТВЕННОГО СТК СО СРЕДНИМ



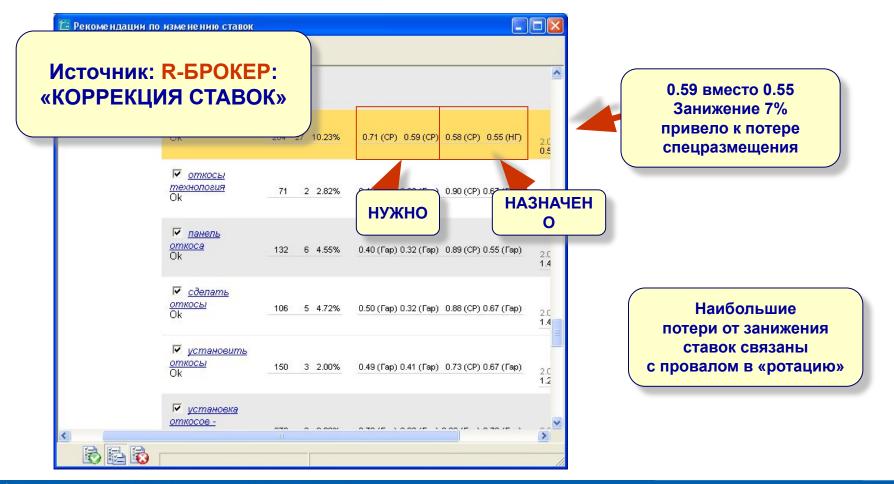


## 2. ПОТЕРИ ЗА СЧЕТ ЗАВЫШЕНИЯ СТАВОК НЕОБХОДИМА РЕГУЛЯРНАЯ И ТЩАТЕЛЬНАЯ ПРОВЕРКА СТАВОК



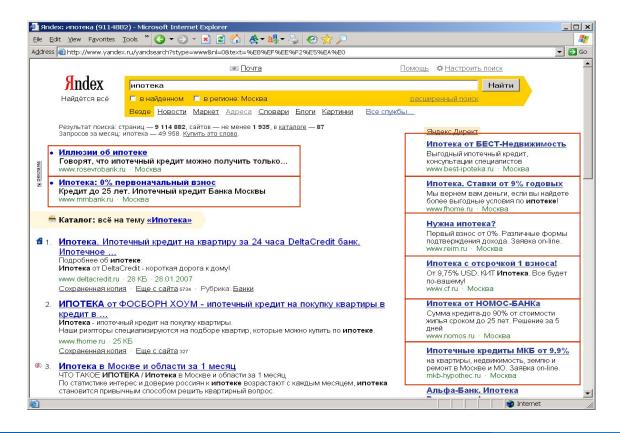


# 3. ЗАНИЖЕНИЕ СТАВОК – ПОТЕРЯ ЗОНЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ПОТЕРЯ КЛИКОВ ПО ПРИЕМЛЕМОЙ ЦЕНЕ



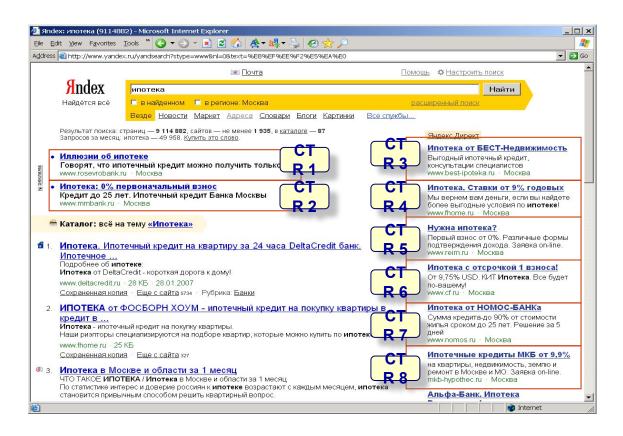


# 4. «ЛИНЕЙНЫЕ» СТРАТЕГИИ НАЗНАЧЕНИЯ СТАВОК НЕ ДАЮТ ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗОВАТЬ ПРИНЦИП: МАКСИМУМ ДЕШЕВЫХ КЛИКОВ + ПО ВОЗМОЖНОСТИ, ДОРОГИХ



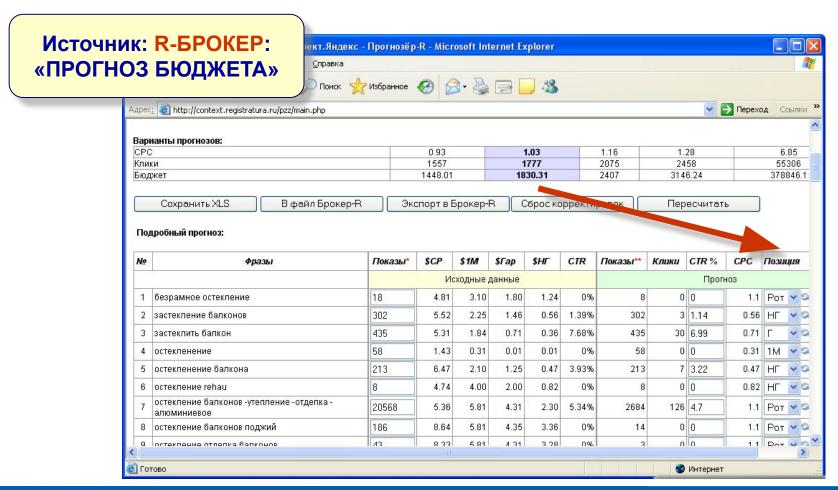


# 4.1. «КОМБИНИРОВАННЫЕ» СТРАТЕГИИ НАЗНАЧЕНИЯ СТАВОК ОСНОВАНЫ НА ПРИНЦИПЕ: РАЗНЫЕ РЕКЛАМНЫ МЕСТА - РАЗНЫЕ СТАВКИ - РАЗНЫЙ СТЯ





# 4.2. «КОМБИНИРОВАННЫЕ» СТРАТЕГИИ НАЗНАЧЕНИЯ СТАВОК ПЕРЕБОР И ОЦЕНКА ВОЗМОЖНЫХ СОЧЕТАНИЙ СТАВОК / МЕСТ





#### СРАВНЕНИЕ «КОМБИНИРОВАННЫХ» И «ЛИНЕЙНЫХ» СТРАТЕГИЙ

#### 30 ФРАЗ НА ТЕМУ «ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА»:

алюминиевое остекление, входные группы, евроокна, застеклить балкон, изготовление пвх, изготовление стеклопакетов, купить пластиковые окна, металлопластиковые окна, монтаж окон ПВХ, окна, окна REHAU, окна и двери, окна кредит, окна ПВХ, остекление, остекление балконов, остекление лоджий, остекления лоджий балконов, остеклить балкон, откосы пвх, пластиковые окна пвх, пластиковые откосы, производство окон, производство стеклопакетов, раздвижные окна, расчет пластиковых окон, стоимость пластиковых окон, установка окон, установка пвх, цена окна

СТРАТЕГИЯ	кликов	CPC (\$)	БЮДЖЕТ (\$)
ВСЕ ФРАЗЫ НА 4-М МЕСТЕ	1897	4.13	7834
МИН СРС ДЛЯ ~2000 Клк/Мес	2114	1.11	2346



#### ИСТОЧНИКИ ПОТЕРЬ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА

- ОШИБКИ В ФОКУСИРОВКАХ АУДИТОРИИ □ ПОТЕРЯ СТК
- 2. ЗАВЫШЕНИЕ СТАВОК 

  НЕОПРАВДАННЫЕ ЗАТРАТЫ
- 3. ЗАНИЖЕНИЕ СТАВОК 

  ПОТЕРЯ ЗОН РАЗМЕЩЕНИЯ
- 4. «ЛИНЕЙНЫЕ» СТРАТЕГИИ 

  НЕОПРАВДАННЫЕ ЗАТРАТЫ



#### МИХАИЛ МУХИН

E-mail: mm@registratura.ru

support@registratura.ru

Тел: +7 (495) 540 8410

© 2007. REGISTRATURA.RU. Все права защищены.