

Мыслить как клиент. Считать как предприниматель

Ольга Костова, o.kostova@netpeak.ua
netpeak.me/volya/
Специалист по контекстной рекламе

1 О компании Netpeak:



Сертифицированный партнер

8 сертифицированных специалистов



42 сертифицированных специалиста



Сертифицированный партнер

5 сертифицированных специалистов



Сертифицированный партнер

Блок 1
Мыслить как клиент

2

Каждый человек - ваш потенциальный клиент, если:

1. Он осознает необходимость в товаре / услуге, который вы предлагаете

Необходимо - сформировать спрос.

2. Среди прочих подобных предложений он обратит внимание именно на ваше

Необходимо выделиться среди конкурентов.

3. Преодолеет различные сомнения по поводу приобретения товара (услуги) в конкретном месте, в конкретный час

Немного о принятии решения о покупке

3 Формирование спроса на товары, услуги у целевой аудитории



КМС, РСЯ, баннерные и тизерные сети

Цель - брендинг

4 Спрос сформирован. Этап выбора среди поставщика товаров, услуги



реклама в поисковых системах,
прайс-агрегаторах

+

КМС, РСЯ, баннерные и
тизерные сети

+

ремаркетинг (как напоминание)

Цель - продажи.

5 Формирование лояльности



ремаркетинг

+

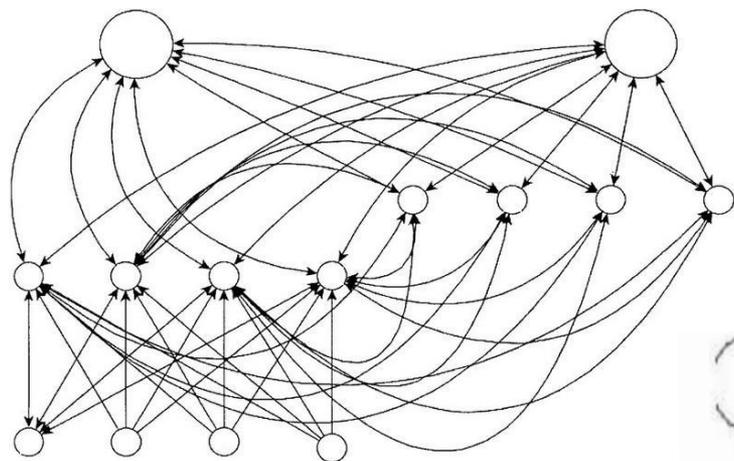
e-mail рассылка

+

sms рассылка

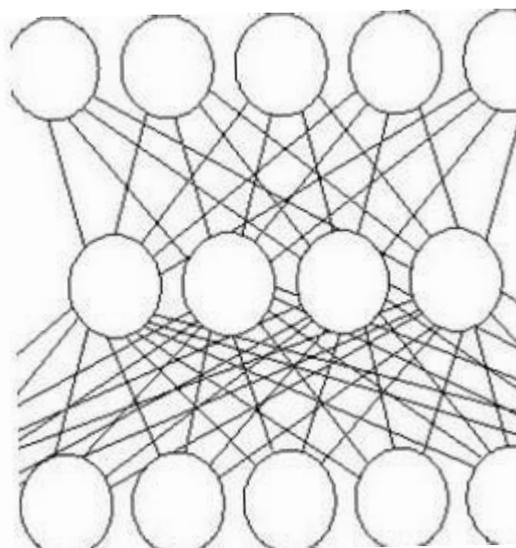
Цель - повторные продажи.

6 Контекстная реклама

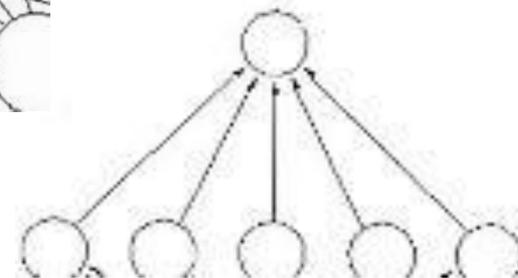


Завтра

Сегодня



Раньше



7 Бренддинг визуально

Баннеры

+

Текстовые объявления

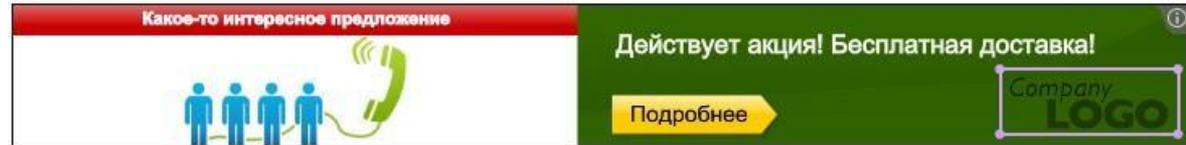
+

реклама на YouTube

468 × 60



728 × 90



Интернет-магазин Мир Игр

desktopgames.org.ua/Мир_Игр
Большой Выбор Настольных Игр.
Выгодные цены. Удобная Доставка.



Тест-драйв Ford в Одессе

fordodessa.com/Ford_в_Одессе
Оцените смелый дизайн, качественную
отделку и прекрасную детализацию!



**Купить Летнюю Резину.
Доставка**

rezina.biz.ua/Купить_Летние_Шины
В магазине Rezina.biz.ua—офф.



Реклама от Google

300 × 250



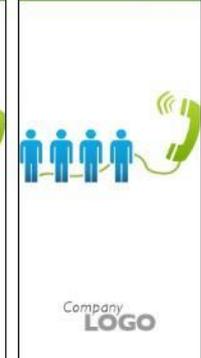
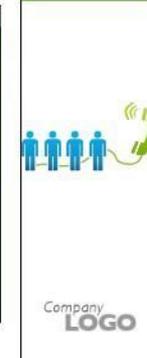
120 × 600



160 × 600



336 × 280



Все интернет-кампании

The screenshot displays the Google AdWords interface for managing internet campaigns. The top navigation bar includes tabs for Campaigns, Ad Groups, Settings, Advertisements, Keywords, Ad Extensions, Quick Stats, and Contextual Media Network. Below this, a secondary navigation bar highlights targeting options: Change targeting in КМС, Keywords for КМС, Placement, Topics, Remarketing and Interests, Gender, and Age. A search bar and various filters are also visible. Red arrows indicate the following elements:

- Ключевые слова для КМС (Keywords for КМС)
- Места размещения (Placement)
- Темы (Topics)
- Объекты ремаркетинга и интересы (Remarketing and Interests)
- Пол (Gender)
- Возраст (Age)

Q

Все результаты
Картинки
Карты
Ещё ▾
Инструменты поиска

Результатов: примерно 6 250 000 (0,32 сек.)

Реклама по запросу [купить ноутбук](#) ⓘ

[Купить Ноутбук - Fotomag.com.ua](#)
www.fotomag.com.ua/
 Огромный выбор. Отличные цены. Кредит. Акции. Доставка:г. Одесса
 13 336 человек добавили +1 или подписались на +страницу FotoMag.com.ua

[Купить Ноутбук - Цены от 2500 грн. Огромный Выбор](#)
www.repka.ua/Ноутбуки
 По Киеву - Бесплатная Доставка!

[Купить Ноутбук - 5ok.com.ua](#)
www.5ok.com.ua/Ноутбуки
Купить Классный **Ноутбук**. Официальная Гарантия. Одесса Доставка!
 Акции - Кредит - Оплата и Доставка - Контакты

📍 Высокий, 15, эт. 1, к. 103, Одесса на карте
 048 728 0088 - Как проехать



Результаты поиска на Картах Google

ноутбук

Реклама ⓘ

[Купить Ноутбук](#)
www.smb.ua/Ноутбуки
 0800 211 177
 Любая Форма Оплаты. Гарантия на Товар
 Доставка Товара Курьером по Одессе!

📍 Степовая, 23/25, Одесса
 0800 211 177 - Как проехать

[Ноутбуки от 2091 грн.](#)
www.vcene.ua/Ноутбуки
 Товары Магазинов по Низким Ценам!

[Ноутбуки - Интернет магазин Rozetka.ua | Купить ноутбук в ...](#)
rozetka.com.ua/ru/products/procategory/.../index.html
Ноутбуки в интернет-магазине Rozetka.ua. Тел: 0 (44) 537-02-22. **Ноутбуки**, лучшие цены, доставка, гарантия!
 Все ноутбуки - Asus - Нетбуки - Для работы и учебы

Возможности таргетинга рекламы в Поиске

Сети ?

Чтобы выбрать другие сети, измените тип кампании выше или создайте новую.

✓ **Поисковая сеть Google**

Включить поисковых партнеров

Устройства ?

Все доступные устройства (рекомендуется для новых рекламодателей)

Я выберу самостоятельно...

Настольные и портативные компьютеры

Мобильные устройства с полнофункциональными браузерами

Планшетные ПК с полнофункциональными браузерами

Расширенные параметры таргетинга на мобильные и планшетные устройства

Местоположения ?

Целевые местоположения: Исключенные местоположения:

- Украина (страна)
- Днепропетровск, Днепропетровская область, Украина (город)
- Киев, город Киев, Украина (город)

Настроить таргетинг ?

Люди из целевого местоположения и интересующиеся им [Изменить](#)

Исключить ?

Люди из исключенного местоположения и интересующиеся им [Изменить](#)

Языки ?

На каких языках говорят ваши клиенты?

Английский; Русский; Украинский [Изменить](#)

Возможности таргетинга рекламы в Поиске

Ставки ?

- Плата за **клики** - использовать максимальные цены за клик
- Я буду вручную задавать ставки для кликов
- Система AdWords будет выбирать ставки так, чтобы обеспечить максимальное число кликов в рамках целевого бюджета.
 - Предел цены за клик ? €
- Оптимизатор цены за конверсию ?
- Использовать мои данные отслеживания конверсий и ставки, чтобы получить максимум конверсий

Метод показа ?

- Стандартный: равномерный показ объявлений в течение суток клик для
- Ускоренный: показ объявлений с повышенной частотой до исчерпания бюджета

Планирование показа объявлений ?

Показывать всё время [Изменить](#)

Кампании	Группы объявлений	Настройки	Объявления	Ключевые слова	Расширения объявлений	Бык								
<div style="border: 1px solid red; padding: 2px;">Показывать: Дополнительные ссылки ▼</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> Обновленные ▼ Сегментировать ▼ Фильтр ▼ Столбцы ▼ ↓ </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>Адреса</p> <p>Номера телефонов</p> <p>Бонусные расширения</p> <p>Дополнительные ссылки</p> <p>Дополнительная информация о товаре</p> <p>Социальные расширения</p> <p>Динамические поисковые объявления</p> <p>Ссылки на приложения</p> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>ирения "дополнительные ссылки".</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Клики ?</th> <th>Показы ?</th> <th>CTR ?</th> <th>Сред. цена за</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4">овненным дополнительным ссылкам нет статистических данных для выбра</td> </tr> </tbody> </table> </div>							Клики ?	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за	овненным дополнительным ссылкам нет статистических данных для выбра			
Клики ?	Показы ?	CTR ?	Сред. цена за											
овненным дополнительным ссылкам нет статистических данных для выбра														

12 История успешной кампании состоит из нескольких периодов:

Предварительные настройки

Запуск рекламных
кампаний

Анализ результатов и
оптимизация

13 Предварительные настройки:

1. Анализ сайта и его структуры

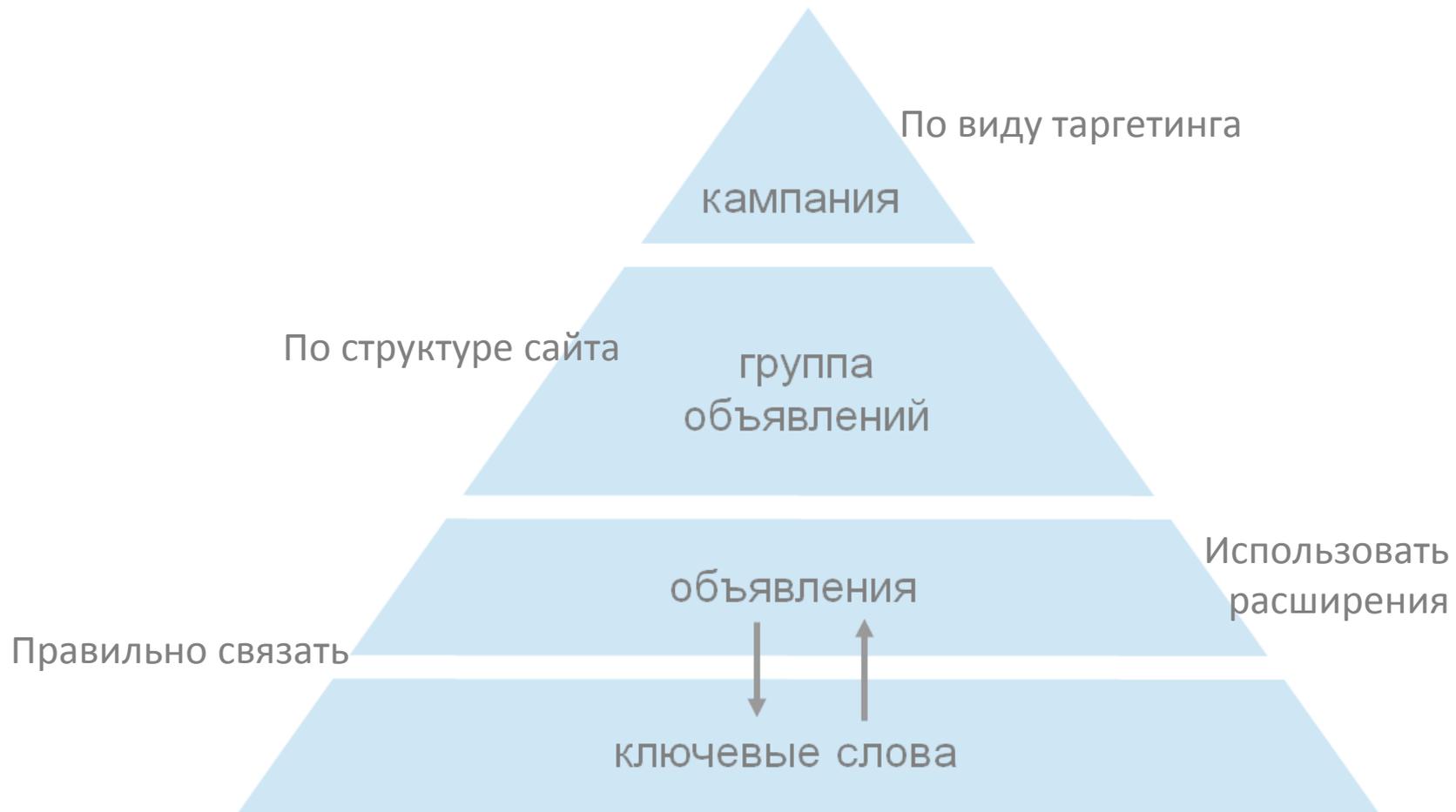
2. Установка необходимых кодов отслеживания:

- расширенный асинхронный код GA с doubleclick
- по необходимости настраиваем отслеживание:
 - событий,
 - виртуальных страниц,
 - социальных кнопок,
 - ссылок на внешние сайты.

3. Настраиваем отслеживание достижения целей, по необходимости последовательностей шагов к достижению цели (например, оставленная заявка)

14 Запуск рекламных кампаний:

Продумать структуру аккаунта:



15

Три основных способа совершить покупку / заказать услугу, а также отследить канал привлечения клиента:

Прийти в офис



скидки, купоны, опрос

Позвонить в компанию



Ringostat

Оформить заказ на сайте



Google Analytics

Сложность отслеживания в пересечении каналов

16 Анализ результатов и оптимизация:

1. Анализ данных за различные временные промежутки:

- Последние 7 дней
- Последние 14 дней
- Последние 30 дней (Прошлый месяц)
- Все время

2. Сравниваем с конкурентами:

- Инструмент предварительного просмотра объявлений
- google trends в помощь

3. Делаем правильные выводы - работаем дальше!

Блок 2

Считать как предприниматель
на примере кейса:
интернет-магазин шин rezina.biz.ua

17 Необходимо оценивать эффективность рекламных кампаний:

- средний коэффициент наценки.
- LTV (Life Time Value) – процент возврата клиентов
- процент заказов по телефону,
- процент заявок оставленных через сайт,
- офлайн продажи



Для продвижения интернет-магазина шин rezina.biz.ua использовали несколько каналов рекламы в интернете:

1) Контекстная реклама в Google AdWords:

- реклама в поиске;
- реклама в КМС;
- ремаркетинг.

2) Реклама в прайс-агрегаторах:

- Яндекс Маркет;
- hotline.ua.

19 Считаem экономическую эффективность от рекламы в Google AdWords для магазина шин Rezina.biz.ua

Период	Количество транзакций	Доход	Средний чек	Стоимость одной конверсии	Козф. конверсий в эл. торговле	Траты на рекламу + услуги агентства	ROI по валовой прибыли
Всего:	167	232 113,51	1 389,90	163,02		31 307,24	111,21
Ноябрь	61	81074,92	1 725,00	180,02	0,38	293,69	
Декабрь	96	132700,27	1382,29	129,11	0,67	293,69	
Февраль	10	18338,32	1833,83	384,81	0,35	293,69	

* на основе данных из отчетов Google Analytics

** без учета заказов по телефону (по данным клиента 80% заказов оформляется по телефону)

20 Оценка экономической эффективности. Использование рекламы в прайс-агрегаторах для магазина шин rezina.biz.ua

Период	Канал	Количество транзакций	Доход	Средний чек	Стоимость одной конверсии	Козф. конверсий в эл. торговле	Траты на рекламу + услуги агентства	ROI по валовой прибыли	Траты на закупку товаров (наценка 15%)
	ЯМ	15	18427,72	1 228,51	25,25		378,78	729,75	15 663,56
	hotline	16	21549,42	1 346,84	85,82		1 510,42	214,01	18 317,01
Всего:		31	39 977,14	1 289,59	56,51		2 014,68	297,64	33 980,57
Декабрь	ЯМ	6	6328,26	1 054,71	8,31	8,45	49,88	1 903,12	5 379,02
	hotline	7	8868,46	1 266,92	83,98	2,56	646,65	205,72	7 538,19
Январь	ЯМ	2	1173,24	586,62	17,60	5	35,21	499,85	997,25
	hotline	7	9340,64	1 334,38	62,10	4,14	478,19	293,00	7 939,54
Февраль	ЯМ	7	10926,22	1 560,89	41,96	3,02	293,69	558,04	9 287,29
	hotline	2	3340,32	1 670,16	175,27	1,54	385,58	129,95	2 839,27

* на основе данных из отчетов Google Analytics

** без учета заказов по телефону (по данным клиента 80% заказов оформляется по телефону)

Выводы:

1. Рекламная кампания должна сопровождать потенциального клиента от момента формирования потребности в товаре, услуге (собственно помогая сформировать эту потребность) - до момента совершения покупки (последующих покупок), превратив клиента в лояльного вашему бренду, и поддерживая данную лояльность.
2. Любые рекламные активности в интернете должны быть качественными.
3. Доверяйте ведение рекламы только профессионалом:
 - во-первых любая реклама - это в первую очередь лицо бренда
 - во-вторых профессиональное сопровождение рекламных кампаний позволяет экономить значительные средства
4. У рекламы должны быть четкие цели, с тем чтобы в итоге можно было подсчитать отдачу от рекламы в денежном эквиваленте.

Благодарю за внимание!



Ольга Костова

 @sergiyana

 netpeak.me/volya

 facebook.com/volya.kostova

 o.kostova@netpeak.ua

Подпишись на блог Netpeak:

netpeak.ua/blog