

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ
УВЕЛИЧЕНИЕ ОХВАТА НА 80%
для международной фармацевтической компании

Контекстная реклама

Период сотрудничества: более 2-х лет

КЛИЕНТ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ



61 страна

имеет представительство
компании



< 10 препаратов

производится компанией
в разных формах



С 2014 года

работает на фармацевтическом
рынке России

ПЕРИОД СОТРУДНИЧЕСТВА:

Более 2-х лет



ОПРЕДЕЛИЛИ ОБЪЕКТ ПРОДВИЖЕНИЯ

Препарат широкого спектра действия против сыпи, воспаления и инфекции на любом участке кожи.



ПРЕИМУЩЕСТВА

- Две формы выпуска: мазь и крем
- Подходит для всей семьи



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Женщины, Мужчины 30–45





Фокусируемся

НА ЗАДАЧЕ ОТ КЛИЕНТА

УВЕЛИЧИТЬ ОХВАТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПРИ СНИЖЕНИИ ФАКТИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЯ CPC

КРИТЕРИИ ДОСТИЖЕНИЯ



ОХВАТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

рост числа кликов на 50%



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

снижение значения CPC на 10%



КАЧЕСТВО ТРАФИКА

приведенного на сайт клиента

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАМПАНИИ:

22 рублей

Размер средней
ставки

4,2 тысячи

Количество
кликов

400 тысяч

Количество
показов



АНАЛИЗ ПРОШЕДШИХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ:

- Использование структуры группа – ключ, что неактуально в отрасли, ввиду низкой частотности некоторых запросов
- Отсутствие конкурентного направления
- Шаблонные креативы и тексты объявлений



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ ПОКАЗАЛ:

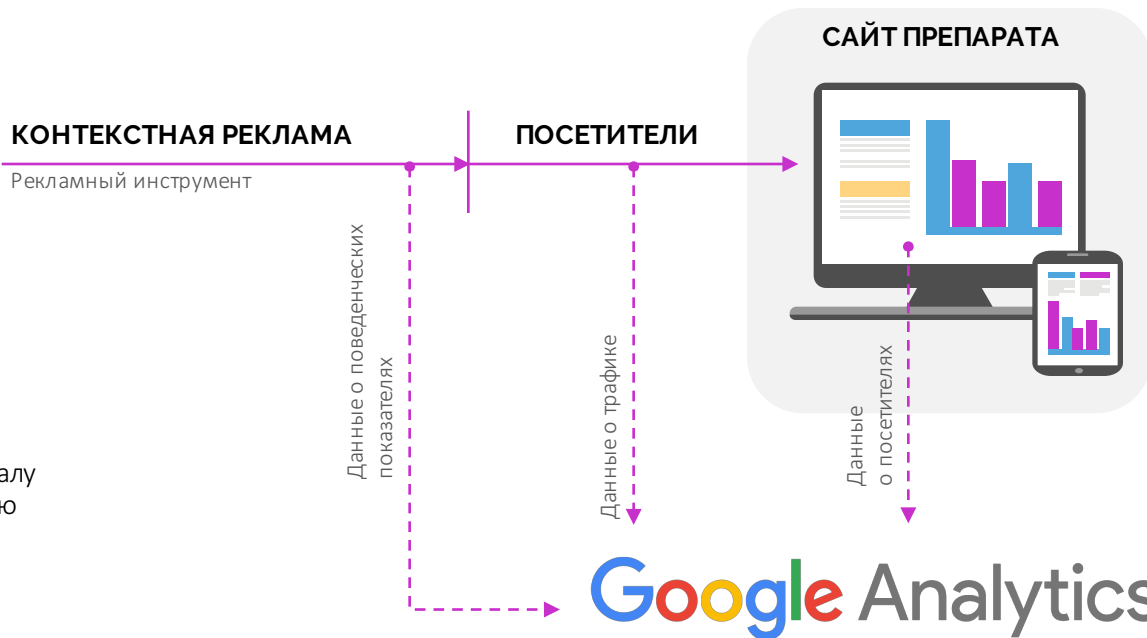
- 5 активных конкурентов
- 1 явный лидер категории по числу запросов
- высокая средняя цена за клик в категории



ОГРАНИЧЕНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ

- Продукты должны сопровождаться документацией в отдел модерации
- Объявления должны содержать дисклеймер «Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом»
- Существенные ограничения площадок к содержанию объявлений и креативов
- Запрет ретаргетинга в Яндекс.Директ и Google adWords
- Важно исключить аудиторию, имеющую противопоказания к препарату





ОТСЛЕЖИВАЛИ

по какому рекламному каналу пришел человек с точностью до рекламного объявления



АНАЛИЗИРОВАЛИ

поведение пользователя на сайте клиента

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

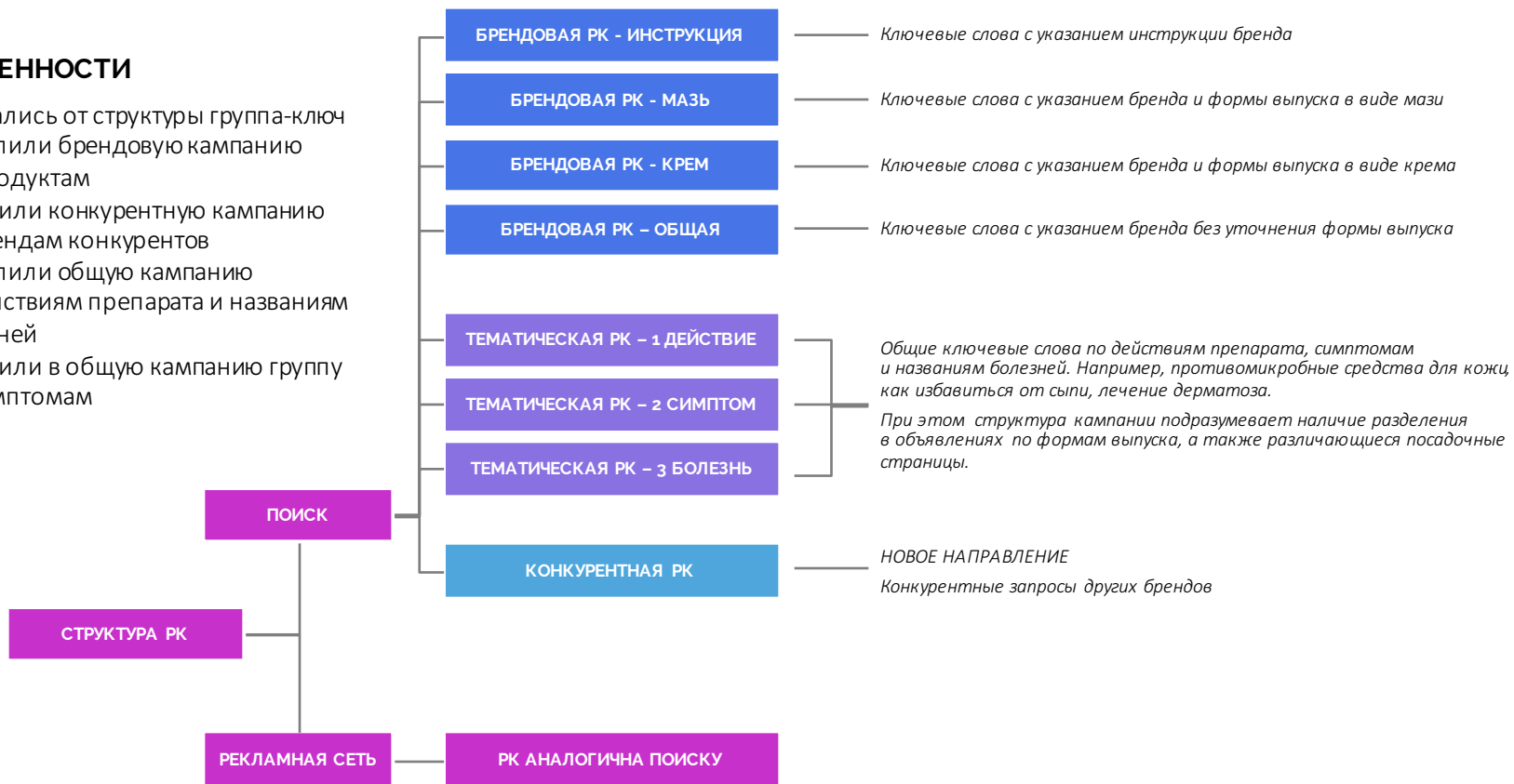
НА ПОИСКЕ И В РЕКЛАМНОЙ СЕТИ





ОСОБЕННОСТИ

- Отказались от структуры группа-ключ
- Разделили брендовую кампанию по продуктам
- Добавили конкурентную кампанию по брендам конкурентов
- Разделили общую кампанию по действиям препарата и названиям болезней
- Добавили в общую кампанию группу по симптомам



1 500+

ключевых фраз

в семантическом ядре,
которые охватывают все
направления: брендовая
тематика, общая тематика,
конкурентная тематика

57

уникальных объявлений,

релевантных ключевым
фразам



ЕЖЕДНЕВНАЯ ПРОВЕРКА СТАТУСОВ МОДЕРАЦИИ

в рекламных кампаниях



ЕЖЕКВАРТАЛЬНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА

Проведение корректировки
ключевых запросов



ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ПРОВЕДЕНИЕ ЧИСТКИ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ

выявление неэффективных
ключевых слов и площадок
размещения



ПРОВЕДЕНИЕ А/В ТЕСТИРОВАНИЯ

объявлений для выявления
наиболее эффективных
формулировок

Сформировали ТЕКСТЫ ОБЪЯВЛЕНИЙ НА ОСНОВЕ УТП

— Выберите свой продукт

Подавляет возбудителей Уменьшает покраснение и зуд

реклама

Препарат тройного действия при кожных заболеваниях. Подробнее на сайте
Снижает зуд и инфекцию · Противомикробное действие · Взрослым и детям

Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом.

Использовали
основные УТП
в заголовках

Раскрыли УТП о 3-х
компонентах препарата
в дополнениях и описании

Для взрослых и детей

Подавляет возбудителей Уменьшает покраснение и зуд

реклама

Три компонента способствуют устранению зуда, сыпи и инфекции Подробнее
Снижает зуд и инфекцию · Противомикробное действие · Взрослым и детям

Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом.

Раскрыли
в быстрых ссылках
действие продукта

Заголовок релевантный
запросу пользователя

- Подробнее на сайте

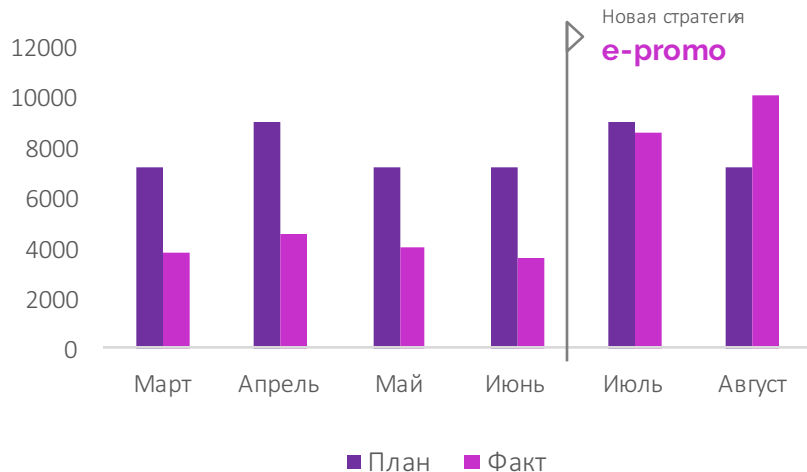
Реклама

Тройное действие при заболеваниях кожи. Есть противопоказания. Узнайте у врача.
Противомикробное действие. Взрослым и детям. Снижает зуд и инфекцию. Типы:
Антибактериальный, противовоспалительный, антигрибковый.

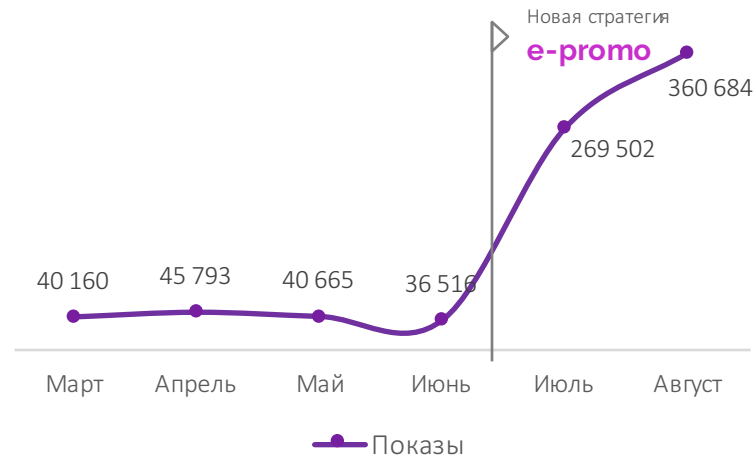
Подавляет возбудителей · Уменьшает покраснение

* Пример объявления для Яндекс.Директа на поиске

ЧИСЛО КЛИКОВ, ШТ.



ЧИСЛО ПОКАЗОВ, ШТ.



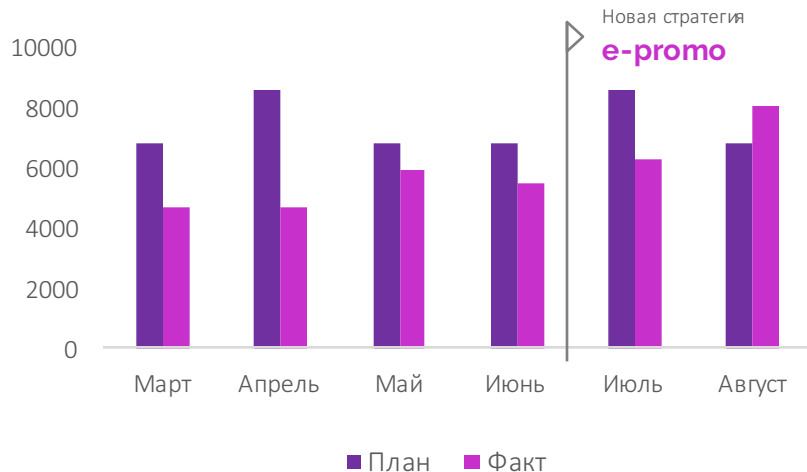
На 40% перевыполнили

план по количеству кликов

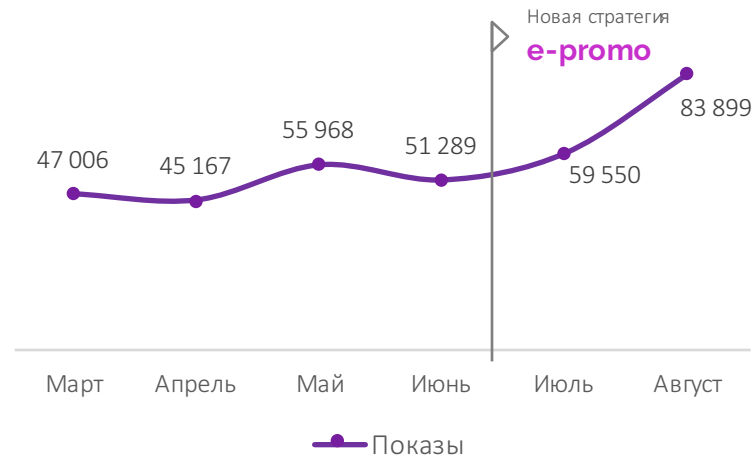
На ~800% увеличили

охват рекламной кампании в Яндекс.Директ

ЧИСЛО КЛИКОВ, ШТ.



ЧИСЛО ПОКАЗОВ, ШТ.



На 20% перевыполнили

план по количеству кликов

На 80% увеличили

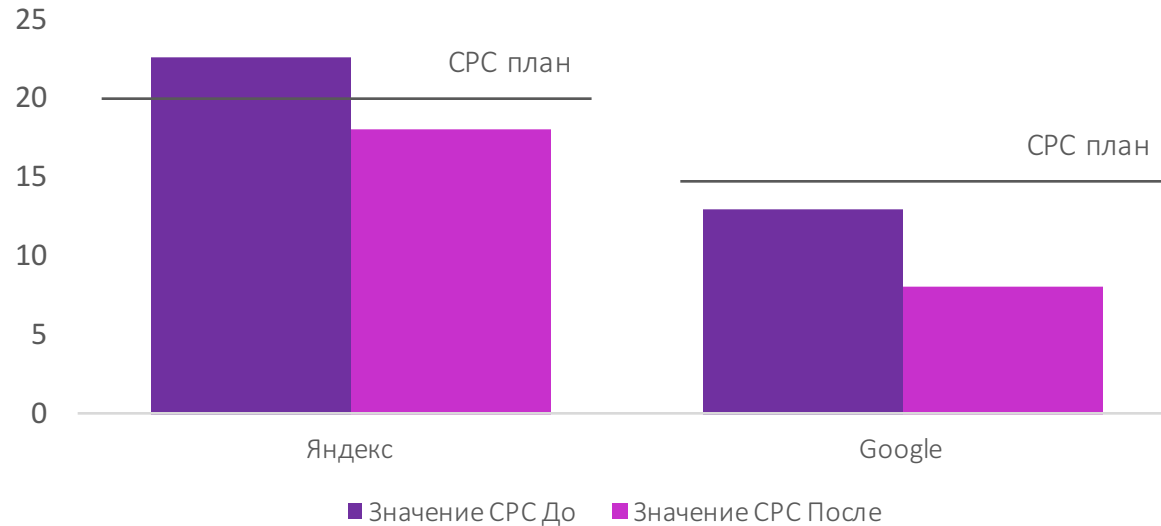
охват рекламной кампании в Google AdWords

На **18%** снизили

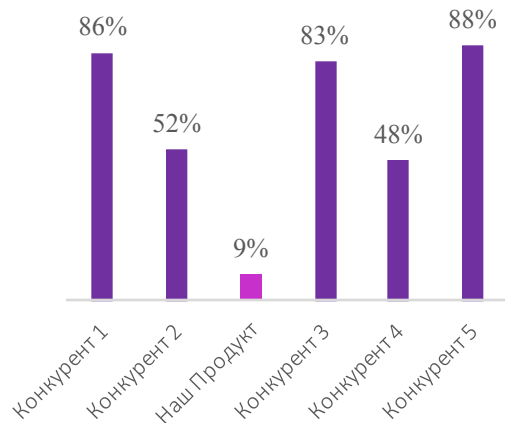
значение CPC в Яндекс.Директе

На **38%** снизили

значение CPC в Google AdWords



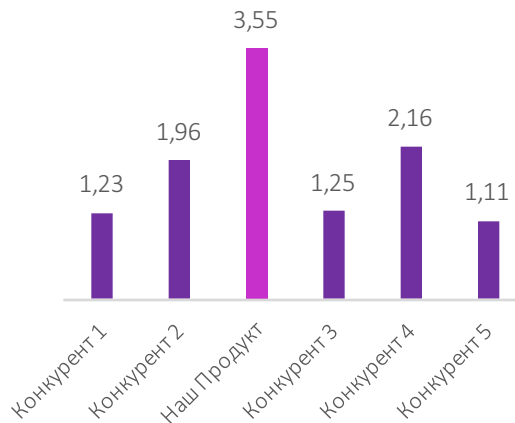
ПОКАЗАТЕЛЬ ОТКАЗОВ, %



На **61%** ниже

показатель отказов на поиске, чем в среднем у конкурентов

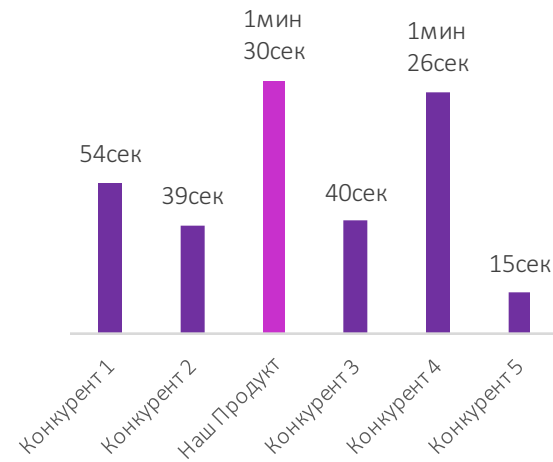
ПРОСМОТРЕННЫЕ СТРАНИЦЫ, ШТ



На **122%** больше

число просмотренных страниц за один сеанс, чем в среднем у конкурентов

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ СЕАНСА, СЕК



На **91%** больше

продолжительность сеанса, чем в среднем у конкурентов

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ЗА 2 МЕСЯЦА

на **+30%**

перевыполнен план по охвату
рекламных кампаний

на **20%**

снижено фактическое значение CPC
по рекламным кампаниям из контекста

+61...+91%

рост качества трафика
на сайт клиента по рекламным кампаниям в сравнении с конкурентами



За счет глубокой проработки, A/B тестирования и постоянной оптимизации рекламных кампаний

