

ОПТИМИЗАЦИЯ ОХВАТНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ
НЕРЕЦЕПТУРНОГО ПРЕПАРАТА НА 30%

Контекстная и таргетированная реклама в соцсетях

КЛИЕНТ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ



148 стран

имеют представительство
компании



< 20 препаратов

производится компанией
в разных формах



С 2005 года

работает на фармацевтическом
рынке России

ПЕРИОД СОТРУДНИЧЕСТВА:

более 1 года



ОБЪЕКТ ПРОДВИЖЕНИЯ

Венотоник для лечения варикозного расширения вен.
Препарат – мировой лидер в категории
венотонизирующих средств.



ПРЕИМУЩЕСТВА

- низкая частота приема препарата – всего 1 таблетка в день
- 3 формы препарата – таблетки, гель и суспензия



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- женщины 25-45 лет
- испытывающие проблемы с варикозным расширением вен на любой стадии развития





Фокусируемся

НА ЗАДАЧЕ ОТ КЛИЕНТА

ПОВЫСИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ ПРОДУКТА СРЕДИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

КРИТЕРИИ ДОСТИЖЕНИЯ



ОХВАТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ
рекламной компании



КАЧЕСТВО ТРАФИКА
приведенного на сайт клиента



НАБОР ИНСТРУМЕНТОВ

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

- Выявить эффективные сегменты аудитории и расширить дополнительными сегментами
- Оптимизировать закупку по CPC и повысить качество приводимого на сайт трафика

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

- Максимизировать количество кликов при плановом значении цены за клик (CPC) среди ЦА
- Повысить качество трафика



АНАЛИТИКА

Основной критерий качества охвата – поведение приведенной аудитории на сайт:

- Глубина просмотра
- Время на сайте
- Показатель отказов

Цель – рост качества трафика на 30%

по сравнению со средними значениями на сайте



ОСНОВНЫЕ

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ САЙТА:

1,4 страниц
/сеанс

Глубина
просмотра

74 %

Показатель
отказов

40 секунд

Время
пребывания
пользователей
на сайте



АНАЛИЗ ПРОШЕДШИХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ:

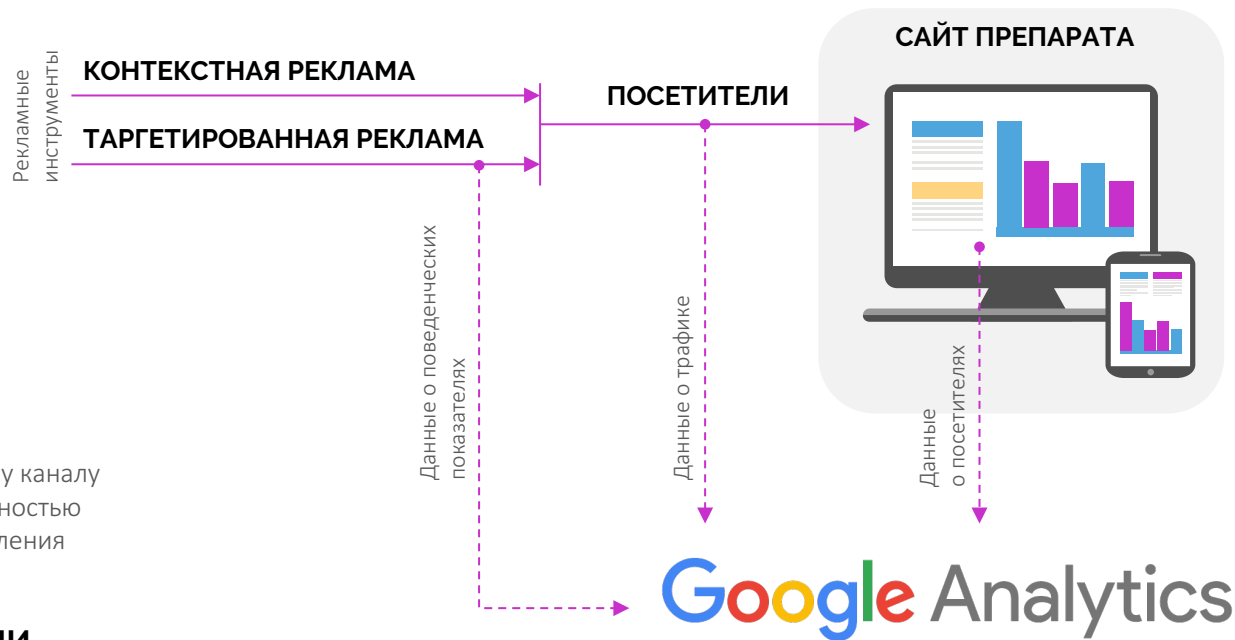
- Шаблонные креативы и тексты объявлений
- Узкий спектр используемых форматов



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

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



При анализе

ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ВЫДЕЛИЛИ СЕГМЕНТЫ:

- **Офисные работники:**
таргетинг по интересам, должностям, релевантным пабликам и группам
- **Здоровье и медицина:**
таргетинг по интересам, релевантным пабликам и группам
- **Ретаргетинг:**
таргетинг на пользователей, посетивших сайт в последние 90 дней
- **Look-alike:**
таргетинг на аудиторию пользователей, похожих на посетителей сайта
- **Исключаем** аудиторию беременных женщин и мам в период грудного вскармливания в связи с противопоказаниями

ПЛОЩАДКИ



ФОРМАТЫ

ПРОМО-ПОСТ С
ВИДЕО / СРМ

ПРОМО-ПОСТ С
ВИДЕО / СРМ

ПРОМО-ПОСТ С
КНОПКОЙ / СРС

ТАКТИКИ

ИНТЕРЕСЫ

ДОЛЖНОСТИ

ГРУППЫ

РЕТАРГЕТИНГ С САЙТА

LOOK-ALIKE

ИНТЕРЕСЫ

ДОЛЖНОСТИ

ГРУППЫ

РЕТАРГЕТИНГ С САЙТА

LOOK-ALIKE

РЕТАРГЕТИНГ НА
ПРОСМОТРЕВШИХ ВИДЕО

1 этап

Длительность:
1 месяц

2 этап

Длительность:
2 месяца



Первый этап
МАРТ-АПРЕЛЬ 2018

РАСШИРЯЕМ ОХВАТ АУДИТОРИИ

1. Таргетируемся на широкую аудиторию
2. Сегментируем её и анализируем качество трафика по каждому сегменту
3. Отключаем неэффективные аудитории

ПЛОЩАДКА

Социальная сеть ВКонтакте

РЕКЛАМНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ

7 видео-роликов о симптомах, причинах и профилактике варикоза с упоминанием препарата

ЦЕЛЕВЫЕ СТРАНИЦЫ

A/B тестирование разных страниц блога.
Отключение ссылок с наименьшими посткликновыми показателями.

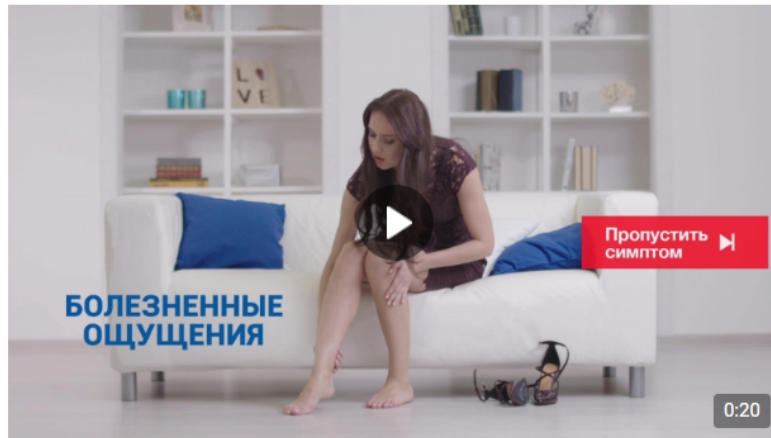
Лого бренда



Рекламная запись 18+

Неприятные ощущения в ногах...

Привлекаем внимание пользователей через симптоматику



Подключаем функцию Auto-play - видео начинает воспроизводиться автоматически при показе объявления пользователю

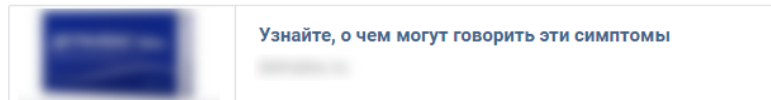
Болезненные ощущения в ногах?

609 446 просмотров



Кликабельный сниппет со ссылкой на сайт для увеличения показателя CTR

Логотип/фото препарата



Призыв к переходу на сайт

Дисклеймер подключен через рекламный кабинет, чтобы не перегружать объявление



Есть противопоказания. Требуется консультация специалиста.

* Кликабельный баннер Вконтакте



Второй этап
МАЙ 2018

ЗАПУСКАЕМ КАМПАНИИ, С УПОРОМ НА КЛЮЧЕВЫЕ УТП ПРЕПАРАТА

1. Используем новые креативы, предоставленные заказчиком.
2. Запускаем ретаргетинг на аудиторию, которую привлекли видеороликами

ПЛОЩАДКА

Социальная сеть ВКонтакте

НАБОР КРЕАТИВОВ

2 промпоста с кнопкой
1 промпост с видео

ЦЕЛЕВЫЕ СТРАНИЦЫ

Информационный лендинг о препарате со ссылками на статьи в блоге производителя для улучшения поведенческих показателей

РЕТАРГЕТИНГ

Показываем объявления о препарате пользователям, просмотревшим, как минимум, 3 секунды любого видеоролика на первом этапе кампании

Лого бренда

Рекламный текст (акцент на УТП препарата)

Креатив с акцентов на УТП продукта

Призыв к переходу на сайт

Обязательный дисклеймер

Используем несколько вариантов текстов с акцентом на УТП препарата

Добавляем кнопку «Подробнее» для увеличения показателя CTR

Рекламная запись 18+

Когда столкнулись с варикозом.. Боль, тяжесть, отеки и судороги в ногах помогает уменьшить венотоник [бренд]. Теперь еще и в удобной форме суспензии. Всего 1 саше в день!*

РУН-ЛП-004247

УДОБНО ВАМ, УДОБНО НОГАМ

Суспензия для приема внутрь

1000 мг/10 мл

СУСПЕНЗИЯ – НОВАЯ ФОРМА ВЕНОТОНИКА!

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВПОКАЗАНИЯ. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Подробнее

Есть противопоказания. Требуется консультация специалиста.


* Кликабельный баннер Вконтакте



Провели A/B ТЕСТИРОВАНИЕ СТРАНИЦ САЙТА

Это позволило определить наиболее интересные для целевой аудитории статьи и улучшить поведенческие показатели на сайте

ВАРИКОЗ ГЕМОРРОЙ ПРЕПАРАТЫ ИНСТРУКЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ СТАТЬИ И ВИДЕО ВОПРОС-ОТВЕТ



Что такое варикоз и как он возникает?

Варикоз – это хроническое заболевание вен. В норме кровь движется по венам ног снизу-вверх. Это движение обеспечивают клапаны, которые не позволяют крови застаиваться. При варикозе стенки вен воспаляются, теряют тонус и расширяются. В результате работа клапанов также нарушается: они больше не могут плотно «закрываться». Кровь застаивается, возникает отек, и воспаление нарастает.

Факторы риска развития варикоза:

Появились усталость и тяжесть в ногах, боль, судороги и отеки... Они могут быть первыми симптомами заболевания вен.



Малоподвижный образ жизни

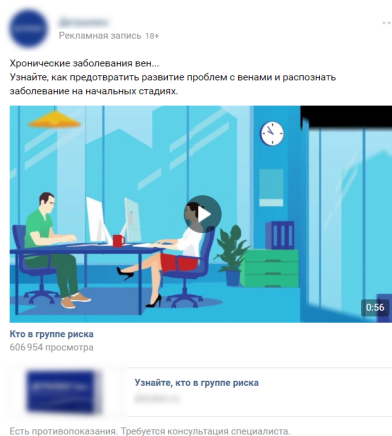


Тесная обувь и обувь на высоких каблуках



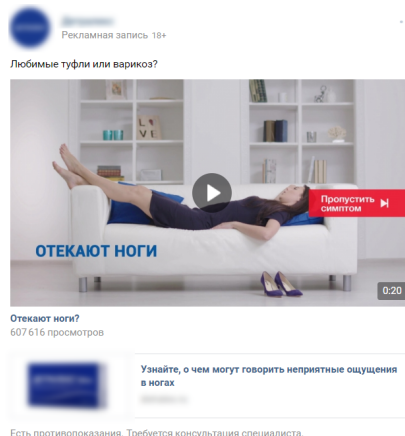
Прием гормональных препаратов

#1



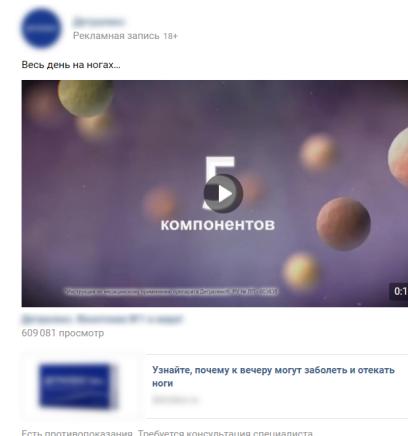
Видео-ролик о причинах и предрасположенности к варикозу получил **наилучший отклик** у аудитории

#2



Видео-ролик о симптомах варикоза получил **отклик выше среднего** у аудитории

#3



Видео-ролик, который не содержал полезную информацию и только рекламировал УТП препарата, получил **наименьший отклик** у аудитории

Настроили

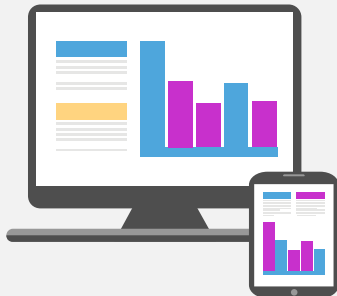
РЕТАРГЕТИНГ И LOOK-ALIKE НА ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА КЛИЕНТА

- Добавили аудиторию “похожих пользователей” / Look-alike (LAL) для охвата аудитории, схожей поведением на посетителей сайта клиента.
- Для настройки LAL использовали пиксель ВКонтакте.



Пользователь посетил сайт клиента

САЙТ КЛИЕНТА



Пользователь просмотрел рекламный ролик

ПРОСМОТР РОЛИКА



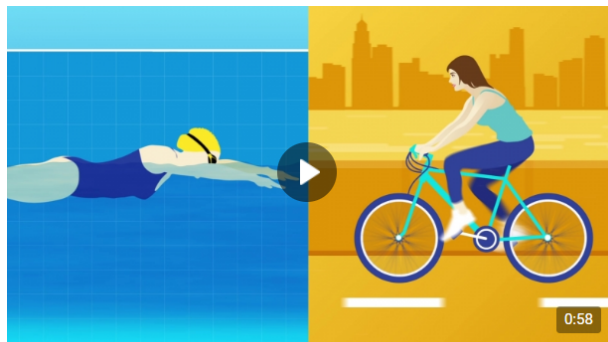
Пользователь, **похожий на посетителя сайта**, увидел новые рекламные ролики

ПРОСМОТР РОЛИКА

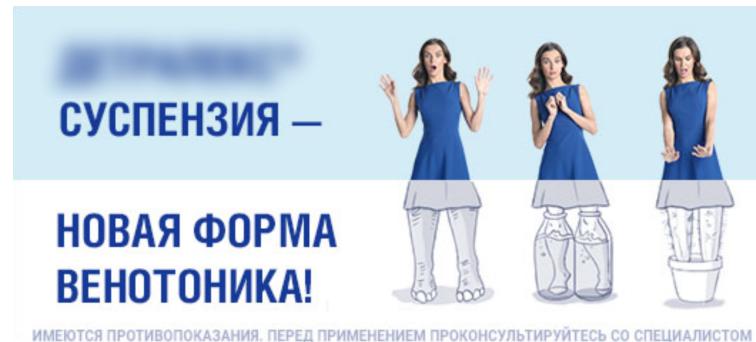




Пользователь просмотрел
видео-ролик



Пользователь увидел
промо-посты



Добавили LAL аудиторию тех, кто смотрел видео-ролики от 3 секунд, в списки аудитории.



РЕЗУЛЬТАТЫ В ЦИФРАХ

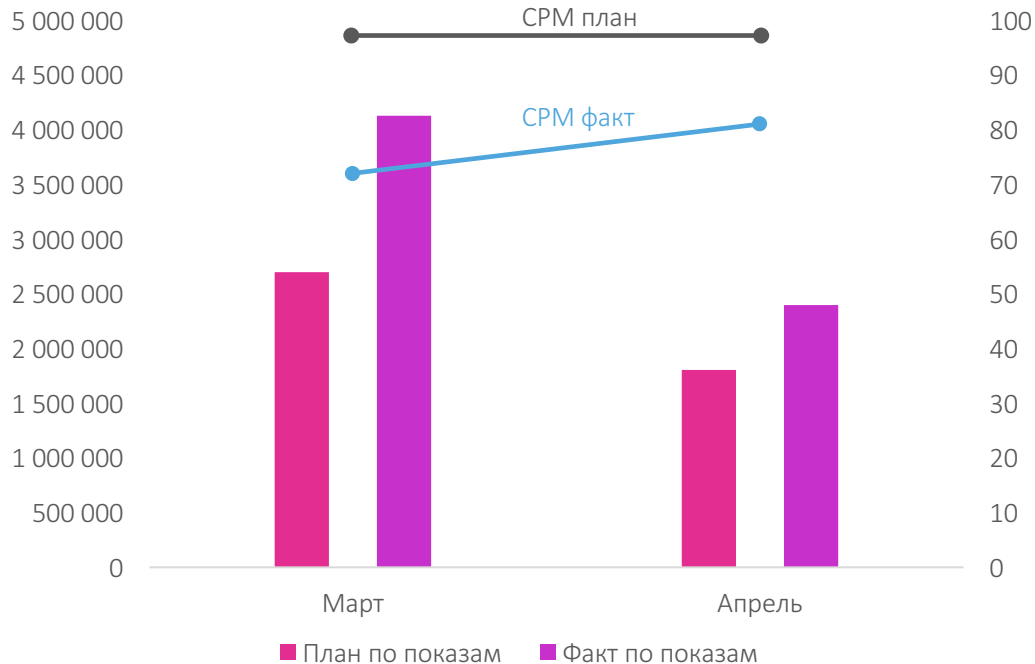
на **44%**

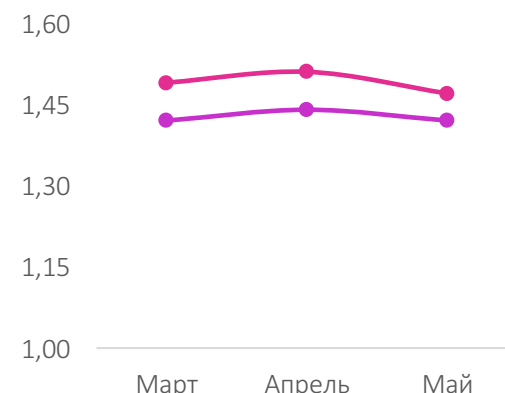
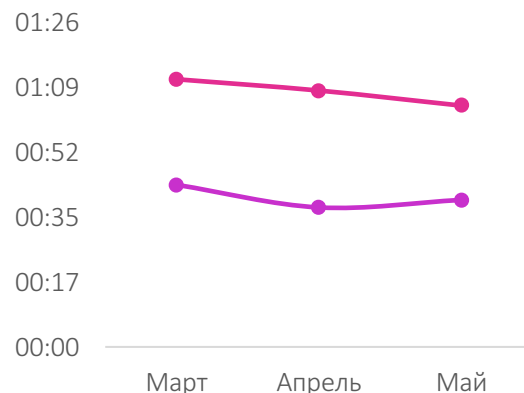
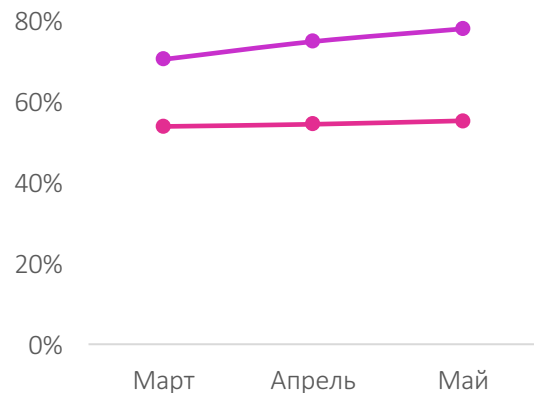
перевыполнен охватный план
по числу показов рекламы

на **44%**

CPM фактический ниже
планируемого

За счет мер по оптимизации: сегментации
и отключению неэффективных и дорогих
сегментов аудиторий.





● Таргетированная реклама
 ● Средний показатель по сайту

На 30% ниже

показатель отказов по сравнению со средним на сайте

На 60% больше

длительность сеанса по сравнению со средними по сайту

На 4% больше

среднее число просмотренных страниц за 1 сеанс
Небольшая разница обусловлена структурой сайта

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

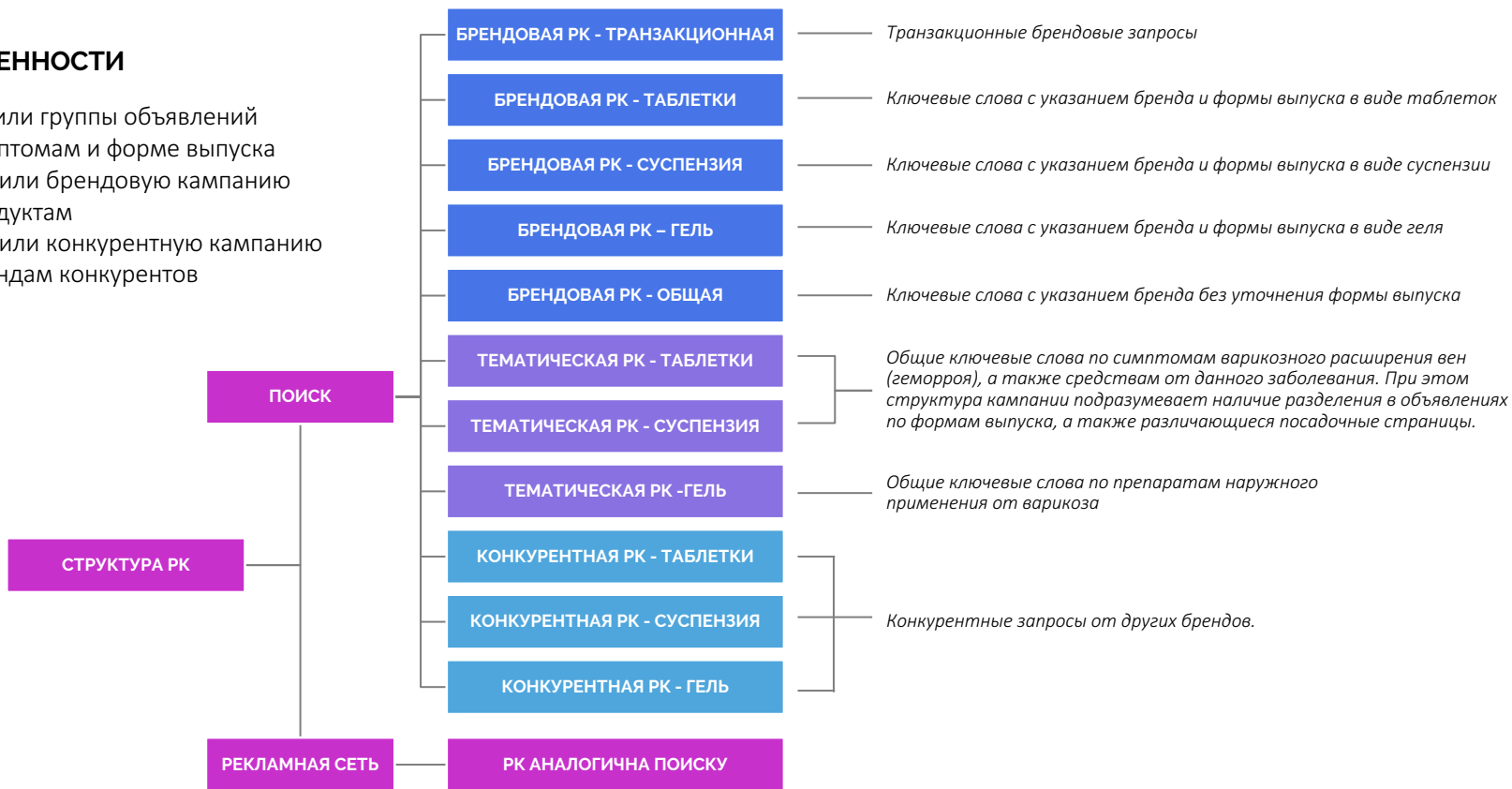
НА ПОИСКЕ И В РЕКЛАМНОЙ СЕТИ





ОСОБЕННОСТИ

- Выделили группы объявлений по симптомам и форме выпуска
- Разделили брендовую кампанию по продуктам
- Разделили конкурентную кампанию по брендам конкурентов



5 700 +
ключевых фраз

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

173
**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

Формировали
текст объявления
на основе
УТП препарата

Облегчает симптомы варикоза

О препарате Болезнь вен Здоровье ног Посмотрите цены на Маркете

реклама

Удобная форма **суспензии** в виде саше - не требует запивания водой

5 компонентов · **Натуральный состав** · 1 саше в день

Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом.

Добавили
быстрые ссылки
на Яндекс.Маркет

Облегчает симптомы варикоза

О препарате Болезнь вен Здоровье ног Вопрос-ответ

реклама

Комплекс трёх активных компонентов для легкости Ваших ног. Удобно применять

Натуральный состав · 3 компонента · Легкая консистенция

Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом.

Использовали
УТП препарата
в дополнениях

Примеры объявлений Яндекс.Директ на поиске

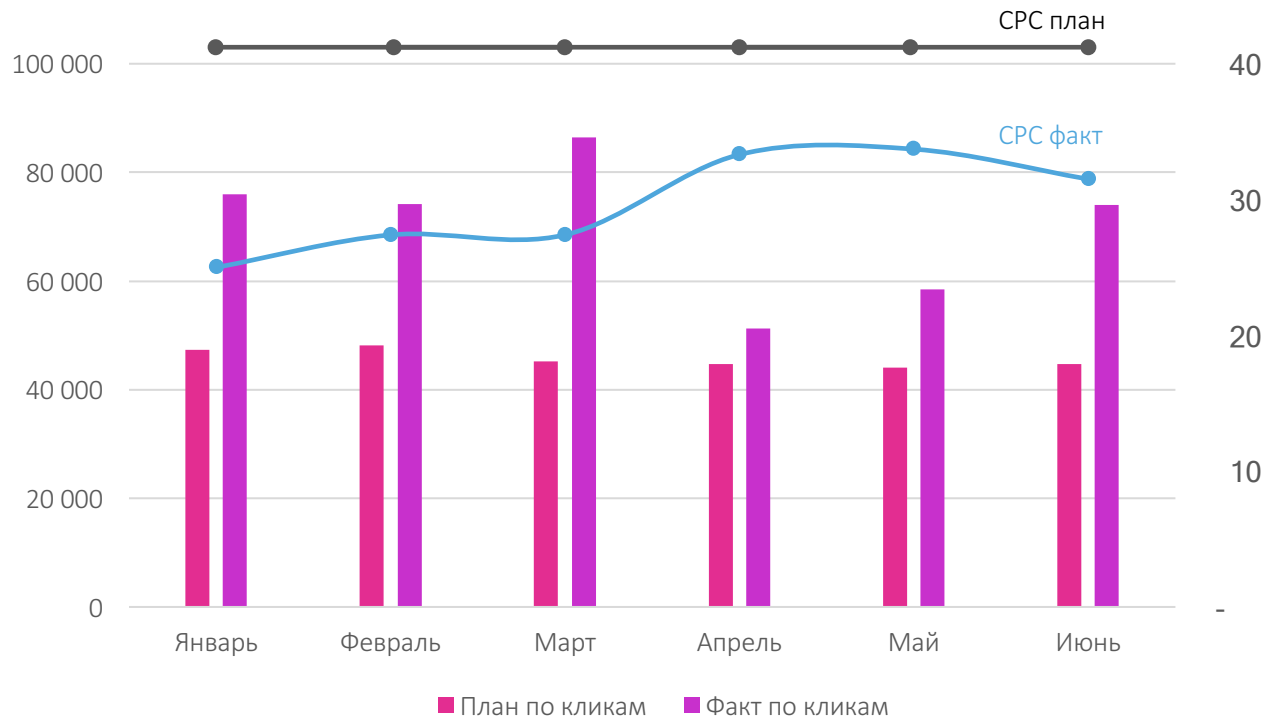


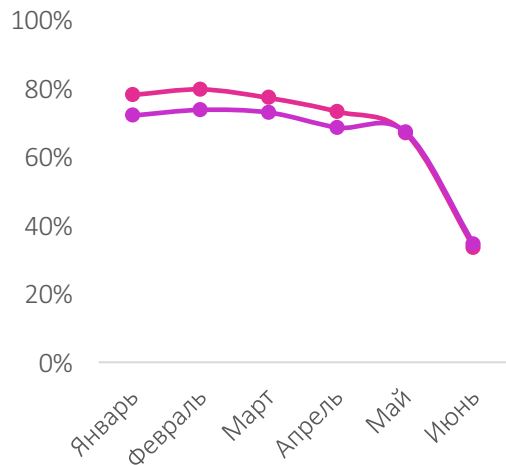
На 50%
перевыполнен
план
по числу кликов

перевыполнен
план
по числу кликов

На 50%
ниже средняя
стоимость клика
по сравнению
с запланированной

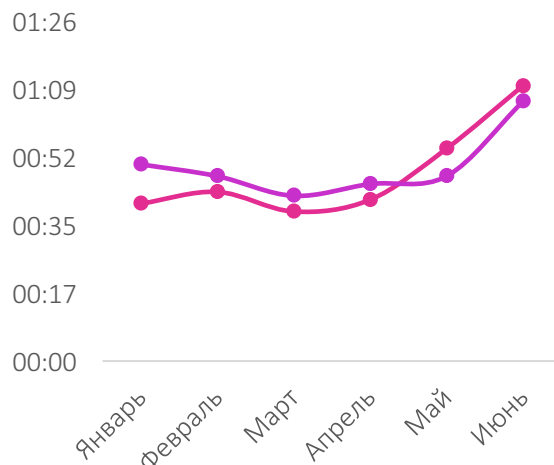
ниже средняя
стоимость клика
по сравнению
с запланированной





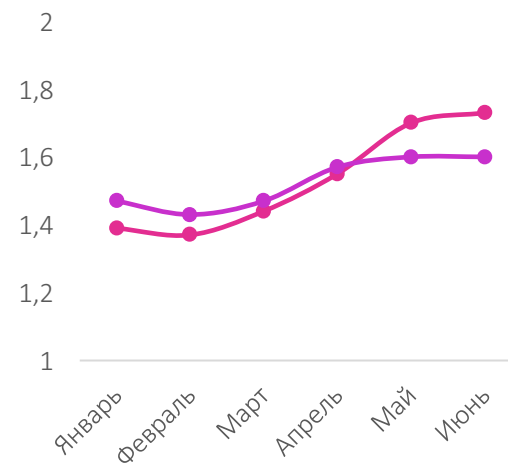
до 45%

Снижение показателя отказов на поиске



до 63%

Рост длительности сеанса на поиске



до 24%

Рост числа просмотренных страниц за 1 сеанс

РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ

На **44%**

**превыполнен
план по охвату**
рекламных кампаний

+53%

**к целевому значению
трафика**
по рекламным кампаниям
из контекста

+24..+63%

рост качества трафика
на сайт клиента по рекламным
кампаниям



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

