

КАК МЫ ПОВЫСИЛИ ПРОДАЖИ ОНЛАЙН-МАГАЗИНА В 7 РАЗ

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОГО
БРЕНДА ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

Период сотрудничества: март 2017 – н.в.

КЛИЕНТ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БРЕНД ДЕТСКИХ ТОВАРОВ



120 стран

в мире продает
продукцию компании

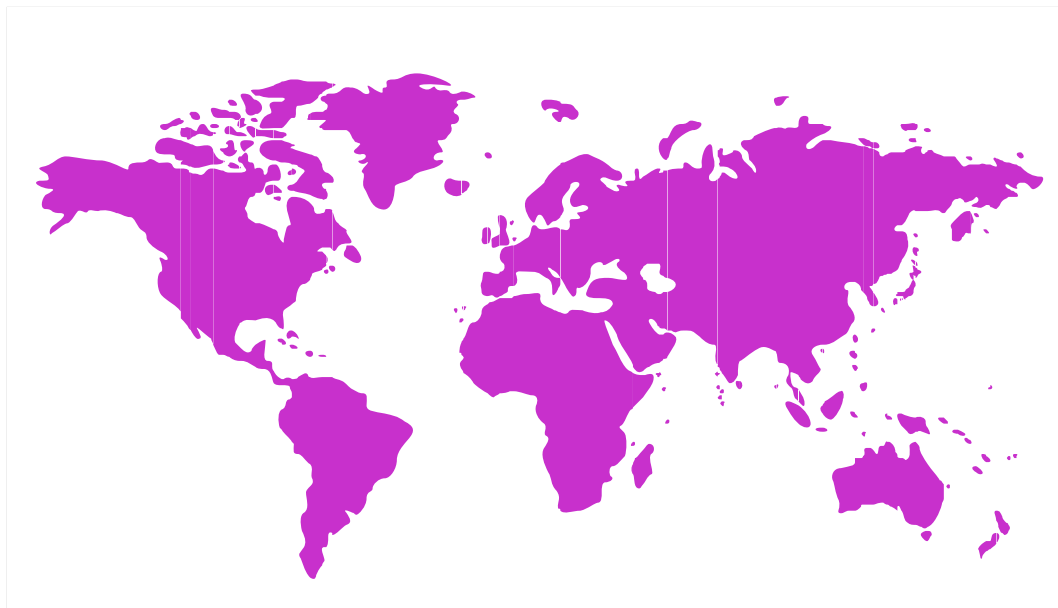


50 лет

работает на рынке детских
товаров

ПЕРИОД СОТРУДНИЧЕСТВА:

Клиент перешел в E-Promo от другого
подрядчика в марте 2017 года



март 2017

НА СТАРТЕ

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

КОНВЕРСИЯ

в заявку

0,21%

СТОИМОСТЬ

целевого обращения

~3 000 руб.



АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ПОКАЗАЛ:

- Некорректно настроены цели и электронная торговля в системах веб-аналитики
- Отсутствует логика в структуре рекламных кампаний
- Не применяются новые рекламные инструменты и расширения, включая смарт-баннеры, DSA и т.д.
- Некорректно настроен динамический ремаркетинг
- Тексты объявлений шаблонные и не изменяются под акции

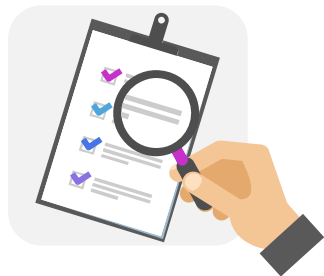


УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ЗАКАЗОВ НА САЙТЕ

ПРИ ОГРАНИЧЕННОМ БЮДЖЕТЕ



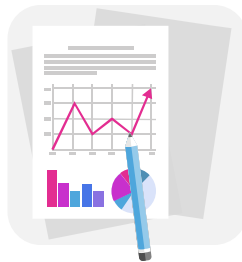




СОЗДАНИЕ СТРУКТУРЫ

Создание рекламных кампаний для разных этапов воронки продаж.

Настройка целей и проверка работы аналитики, расширенной электронной торговли.



НАСТРОЙКА КАМПАНИЙ

Создание релевантных заголовков.

Написание нескольких вариантов текстов для A/B теста.

Использование различных типов объявлений (ТГБ, адаптивы).

Указание преимуществ во всех доступных расширениях.



АНАЛИТИКА И ОПТИМИЗАЦИЯ

Аналитика поведения пользователей с помощью Google Analytics и Яндекс.Метрики.

1

ПОДБОР ТАРГЕТИНГОВ

Сбор семантики, интересов пользователей, тематик сайтов, настройка списков аудиторий на площадках Яндекс и Google.

2

СОЗДАНИЕ СТРУКТУРЫ

Создание продуманной структуры для эффективного управления рекламными кампаниями.

3

ПРОРАБОТКА КРЕАТИВОВ

Написание текстов объявлений для каждого типа рекламных кампаний, а также устройств с учетом сегментов аудитории. Использование различных графических креативов.

4

НАСТРОЙКА ТАРГЕТИНГОВ

Настройка таргетингов и корректировок в зависимости от сегмента аудитории.

5

ОПТИМИЗАЦИЯ И ТЕСТИРОВАНИЕ

Отбор площадок, ключевых запросов и тестирование оптимального набора корректировок, а/б-тестирование текстов объявлений и новых инструментов.





ОТКЛЮЧАЛИ РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ

с нулевой или очень низкой конверсией.



ОТКЛЮЧАЛИ КЛЮЧЕВЫЕ ФРАЗЫ/ТАРГЕТИНГИ

с количеством кликов более 100, по которым не было конверсий, включая ассоциированные.



ВЫДЕЛЯЛИ И ОПТИМИЗИРОВАЛИ РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ

с ДРР значительно меньшим среднего значения (чистка площадок в сети, добавление новых минус-слов, снижение ставки, выставление корректировки ставок, изменение текстов и посадочных страниц).



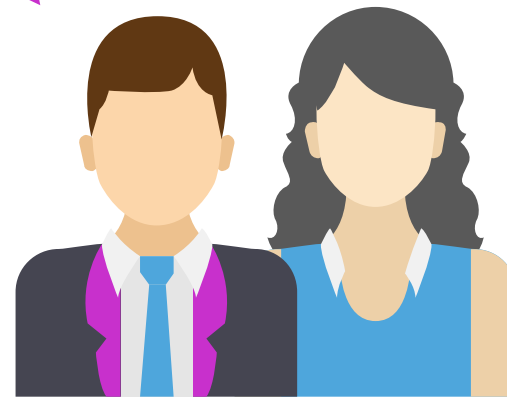
Для отслеживания результатов
ПОДКЛЮЧИЛИ И НАСТРОИЛИ
ЯНДЕКС.МЕТРИКУ
И **GOOGLE ANALYTICS**

Google Analytics

Яндекс Метрика



Яндекс.Аудитории



Подключение систем колтрекинга и сервисов автоматизации не планировали в связи с бюджетными ограничениями клиента.



Создали списки аудиторий пользователей, которые были похожи на нашу ЦА, на основе поведения посетителей сайта.



СОЗДАНИЕ СЕГМЕНТОВ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ

Совершил/не совершил целевое действие
Просмотр объекта (страницы сайта)
Низкий показатель отказа
Время на сайте не ниже среднего



СОЗДАНИЕ ПОХОЖЕГО СЕГМЕНТА

Автоматический подбор пользователей по поведению в интернете



УПРАВЛЕНИЕ АУДИТОРИЕЙ НА ПЛОЩАДКЕ

Написание отдельных креативов, управление ставками, анализ эффективности

Яндекс Метрика



Яндекс.Аудитории

Готов	240670	12.10.2016	
Готов	240665		Сегмент похожих пользователей
Готов	240660		Настроить доступ
Готов	240645		Переименовать
Готов	240640		Удалить
Готов	240640	12.10.2016	

Яндекс Директ



Структура

ПОИСКОВЫХ КАМПАНИЙ

ЯНДЕКС.ДИРЕКТ И GOOGLE ADWORDS



РАБОТА С СУЩЕСТВУЮЩИМ СПРОСОМ

В ходе ведения рекламных кампаний тестировали 3-4 гипотезы, затем оптимизировали кампании по целевым действиям



БРЕНДОВЫЕ РК

- Содержали название бренда «Chicco» во всех возможных вариациях и комбинациях с суббрендами/категориями и пр.
Пример: *chicco, купить коляску чико*



РК ПО СУББРЕНДАМ

- Общие запросы
Пример: *Lite Way Sand*
- Запросы по товарам
Пример: *коляска lite way sand*



DSA (ДИНАМИЧЕСКИЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ НА ПОИСКЕ)

- Заголовки объявлений формируются автоматически, исходя из запроса пользователя и заданных условий показа, тексты пишутся вручную
- Решают проблему охвата спроса по новейшим товарам



GOOGLE ПОКУПКИ

* Категорийные и конкурентные запросы не использовали в связи с ограничением по бюджету



Использовали

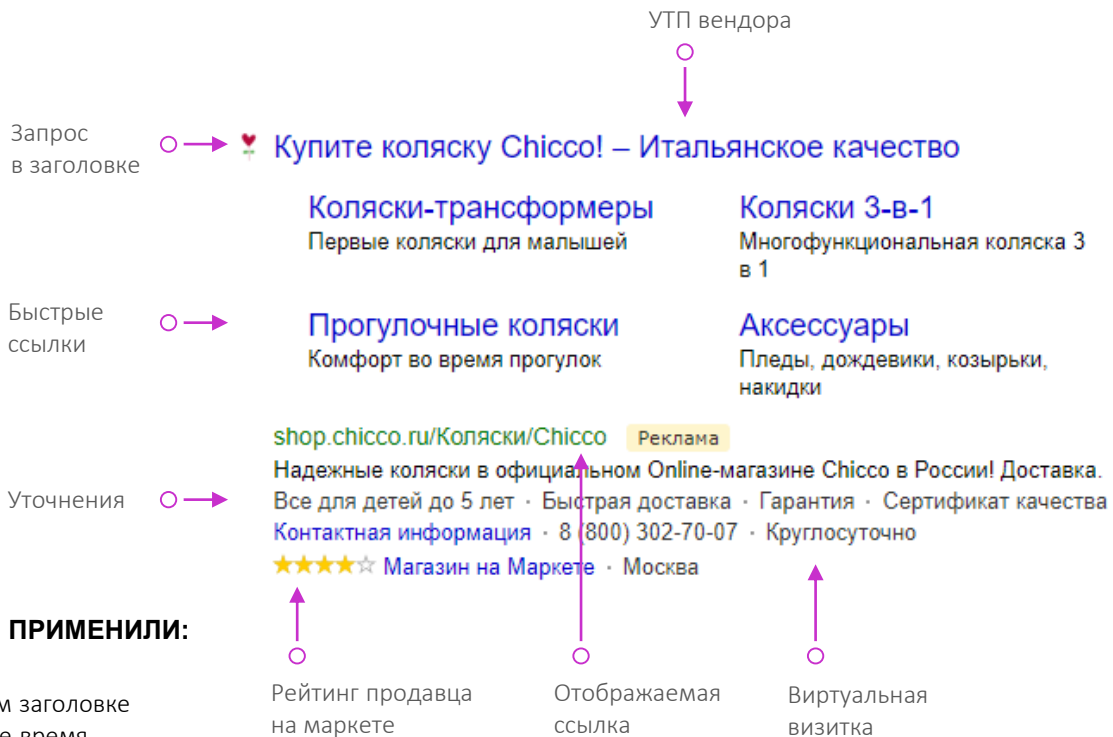
**ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ
РЕКЛАМНЫХ СИСТЕМ**

ПО РАСШИРЕНИЮ ОБЪЯВЛЕНИЙ

- Быстрые и дополнительные ссылки
- Уточнения
- Отображаемые ссылки
- Визитки/контакты магазина и др.

ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБЪЯВЛЕНИЙ ПРИМЕНИЛИ:

- Запрос в заголовке для привлечения внимания
- УТП магазина/производителя в описании/втором заголовке
- Указание на выгодную доставку и круглосуточное время работы, как УТП
- Телефон для быстрого заказа



1

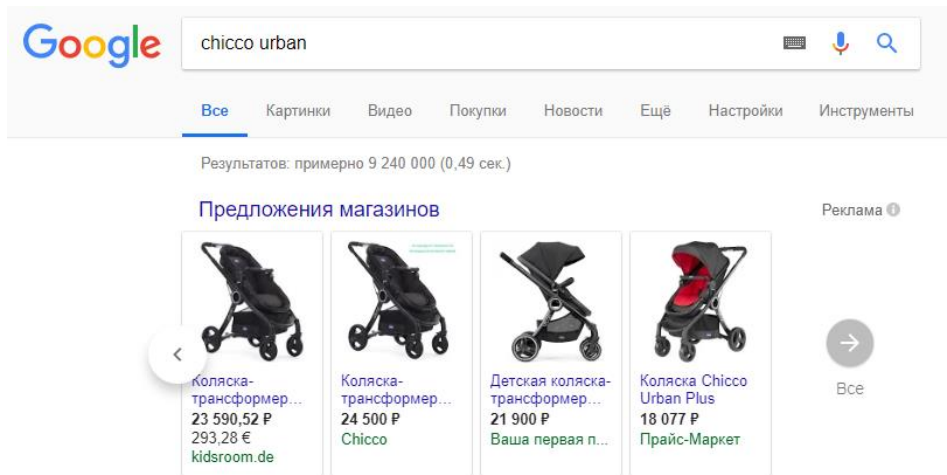
Проводили постоянную оптимизацию по ставкам/отключению товаров, в зависимости от достижения ими KPI.

2

Торговые объявления увеличили присутствие объявления в поисковой выдаче, поскольку оказывались одновременно с текстовой рекламой.

3

Пользователь сразу видел стоимость и наименование позиции, что снижало вероятность нецелевых кликов.



ВЫСОКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

- Достигли CPO и DPP на уровне брендовых кампаний
- Получили большое количество ассоциированных конверсий





ДО ОПТИМИЗАЦИИ

Получено 7 заказов

Стоимость заказа (CPO) = 2 507 руб.

Средний чек – 5 128 руб.

CR = 0,44%

ROI = 105%



ЧЕРЕЗ 1 МЕСЯЦ

+ 114% заказов

- 35% стоимости заказа

- 12,7% среднего чека

+ 27% CR

Помогли клиенту получить трехкратную прибыль. Каждый вложенный рубль принес 2,75 руб. дохода.



ЧЕРЕЗ 6 МЕСЯЦЕВ

+ 373% заказов

- 45% стоимости заказа

+ 12% среднего чека

+ 16% CR

Помогли клиенту почти шестикратно увеличить прибыль. Каждый вложенный рубль принес 5,6 руб. дохода.



Для охвата пользователей

КОТОРЫЕ ПОСЕЩАЛИ САЙТ, НО НЕ СОВЕРШИЛИ ПОКУПКУ

РАЗРАБОТАЛИ НЕСКОЛЬКО СТРАТЕГИЙ РЕМАРКЕТИНГА



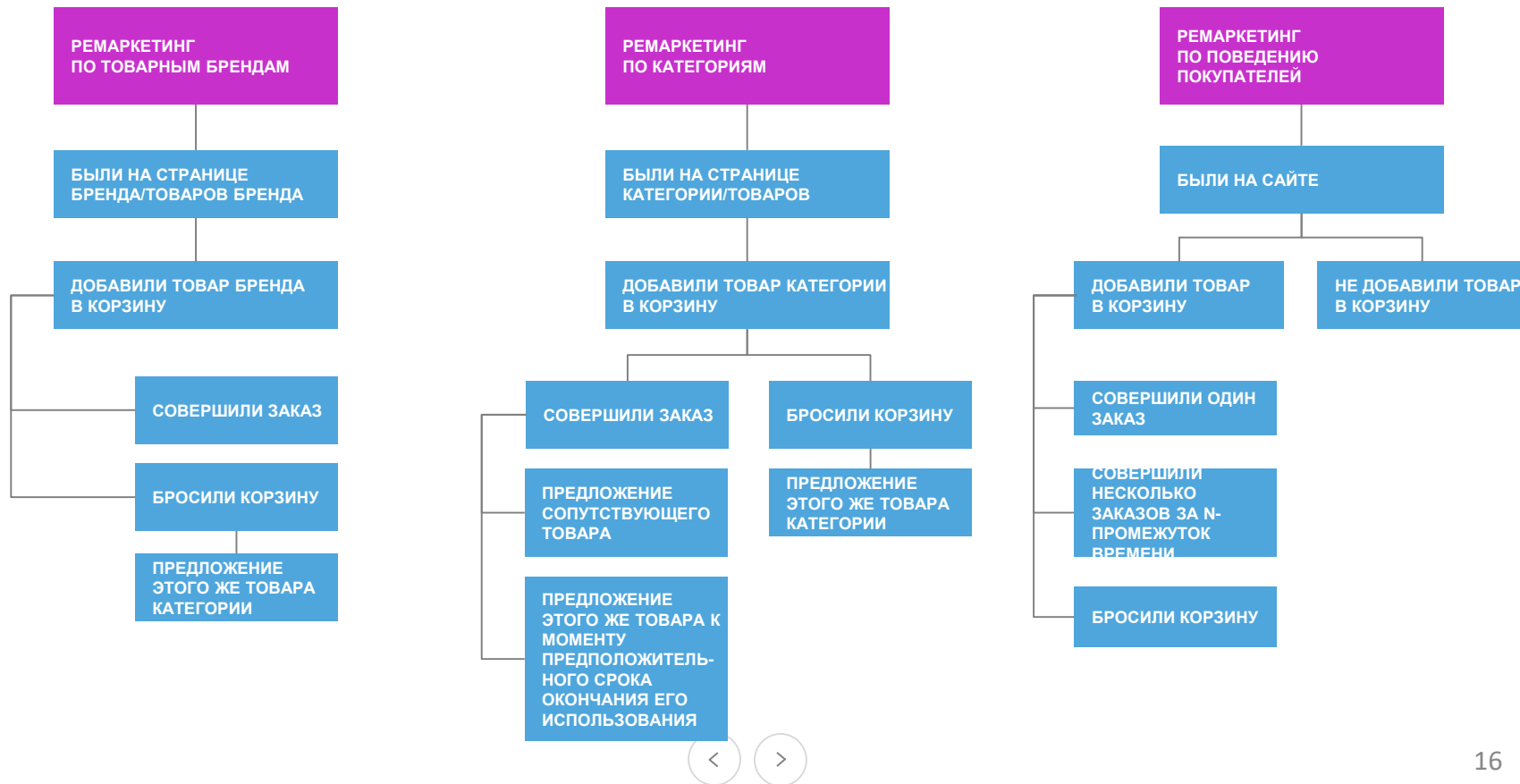
РЕМАРКЕТИНГ В СЕТЯХ

- Статический для анонсирования акций, предложения сопутствующих товаров и пр.
- Динамический ремаркетинг/смарт-баннеры в сетях, когда пользователь видел объявление, основанное на истории просмотра им сайта клиента (*необходим xml-фид)



ПОИСКОВЫЙ РЕМАРКЕТИНГ

- Использовали аудитории ремаркетинга на поиске и корректировки ставок, если пользователь после посещения сайта вернулся в поиск.



За счет расширения

ФУНКЦИОНАЛА ПО РАБОТЕ С АУДИТОРИЯМИ

СНИЗИЛИ ДРР И УВЕЛИЧИЛИ КОЛИЧЕСТВО ПОВТОРНЫХ ЗАКАЗОВ



Был в корзине
Есть регистрация
Не купил



Вы не забыли оформить заказ?

Акция! При покупке Молокоотсоса скидка 10% на весь заказ

Адрес и телефон shop.chicco.ru



Яндекс Директ



Купил товар,
который должен
закончиться
через ~ 1 месяц



Время пополнять запасы

Персональные скидки на товары личной гигиены для повторных покупок.


shop.chicco.ru



Яндекс Директ



Был в корзине
Нет регистрации
Не купил



Вы не забыли оформить заказ?

Акция! При покупке Молокоотсоса скидка 10% на весь заказ

shop.chicco.ru

Перейти

Яндекс Директ



Для увеличения охвата

ПОВТОРНО ОБРАЩАЛИСЬ К АУДИТОРИИ, КОТОРАЯ

**ЗНАКОМА С САЙТОМ, НО НЕ СОВЕРШИЛА ПОКУПКУ.
АНОНСИРОВАЛИ ПРОМОКОД.**

ПОИСК ЯНДЕКСА И GOOGLE



Пользователь интересуется
прогулочными колясками
+
Посещал сайт Chicco



А у нас коляски дешевле | Интернет-магазин Chicco.ru

Реклама shop.chicco.ru/Online-магазин/Chicco ▼ 8 (800) 302-70-07

Популярные коляски со скидкой до -40% в интернет-магазине Chicco. Спешите! Удобная доставка.
Доступные цены. Самовывоз. Широкий Ассортимент.

Выгодно: Товары недели со скидкой до 20%



Динамический ремаркетинг позволил показывать пользователям рекламу, в зависимости от того, какие страницы сайта они недавно просматривали, учитывая похожие товары, историю покупок и демографические данные.

КАК ИСПОЛЬЗОВАЛИ:

- Показывали в КМС объявления с карточками товаров, просмотренных пользователем
- Настроили рекламу на взаимодействие с пользователями уже купившими товар и предлагали им сопутствующий
- В зависимости от этапа воронки продаж делали повышающие корректировки ставок



Для генерации
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ
В РСЯ ПОДКЛЮЧИЛИ
СМАРТ-БАННЕРЫ

Они позволяют показывать товары пользователям, интересовавшимся похожими товарами в сети.

КАК ИСПОЛЬЗОВАЛИ:

- Показывали в РСЯ объявления с карточками товаров, просмотренных пользователем
- В ходе ведения кампании проводили постоянную оптимизацию по ставкам и фильтрам товаров, в зависимости от достижения ими KPI





ДО ОПТИМИЗАЦИИ

Получено 6 заказов

ROI = -17%

CPO = 8 641 руб.

Расход = 51 849 руб.

Средний чек – 7 133 руб.

Период работы РК: Ноябрь 2017

CR = 0,2% (каждый 500й
клик приносил конверсию)



ЧЕРЕЗ 1 МЕСЯЦ

Помогли клиенту получить трехкратную прибыль.
Каждый вложенный рубль принес 2,93 руб. дохода.

+ 533% заказов

- 16,7% среднего чека

- 82,5% стоимости заказа

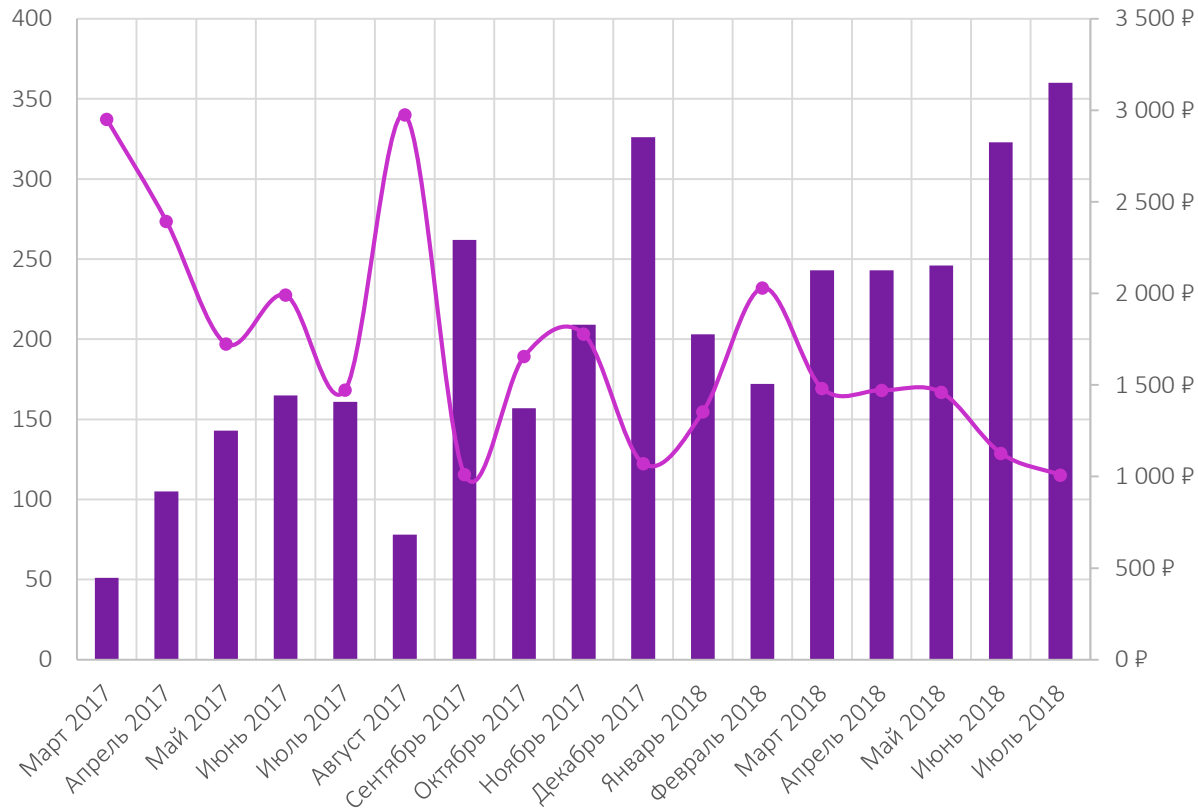
+ 575% CR

УВЕЛИЧИЛИ
ЧИСЛО ЗАКАЗОВ
В 7 РАЗ

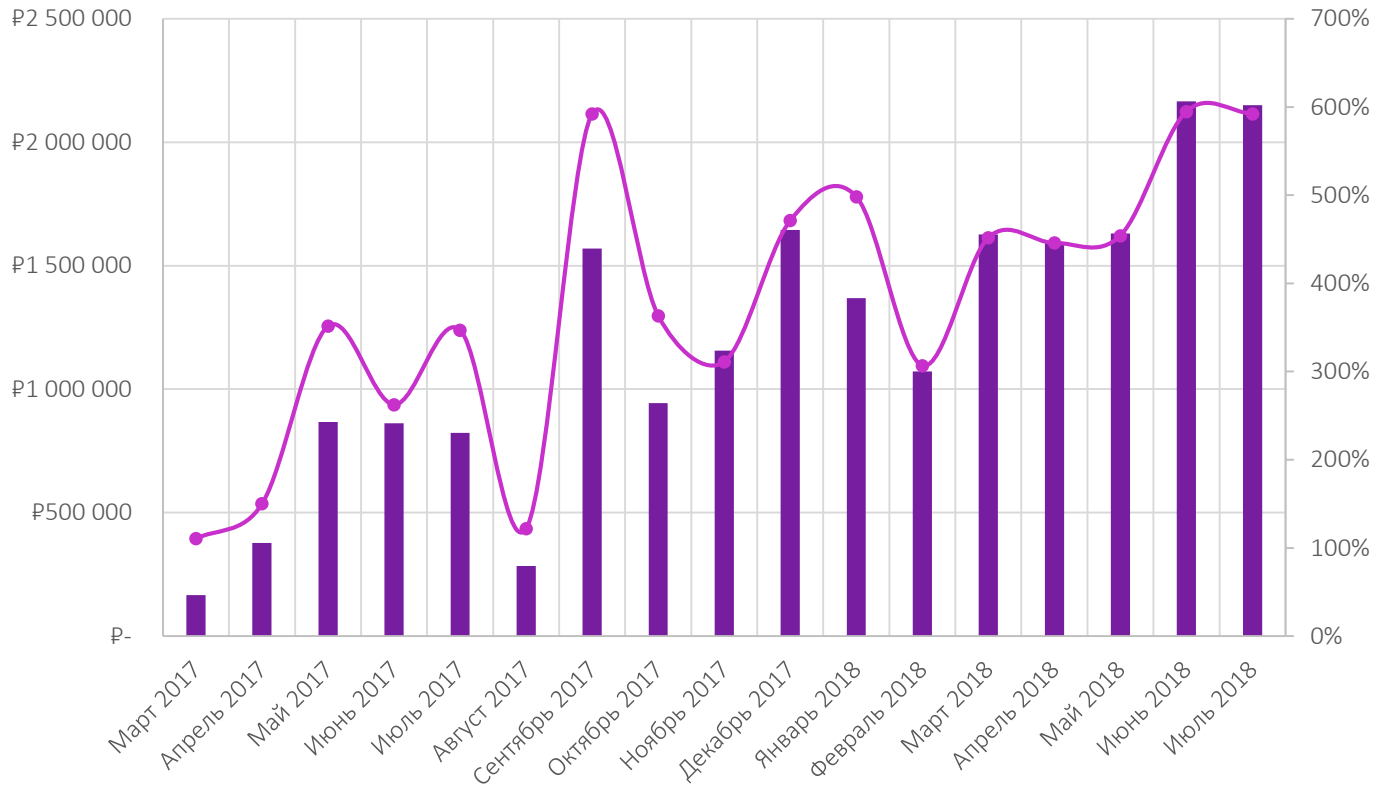
СНИЗИЛИ
СТОИМОСТЬ ЗАКАЗА
В 3 РАЗА

ОТНОСИТЕЛЬНО
ИЮЛЯ 2017 К ИЮЛЮ 2018:

- рост конверсий составил + 224%;
- CPO снизили на 46%.



**УВЕЛИЧИЛИ
ROMI
В 5 РАЗ**



март 2017

НА СТАРТЕ

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

КОНВЕРСИЯ

в заявку

0,21%

СТОИМОСТЬ

целевого обращения

~3 000 руб.

июнь 2018

ИТОГИ РАБОТЫ

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

КОНВЕРСИЯ

в заявку

0,81%

СТОИМОСТЬ

целевого обращения

~1 000 руб.



ИТОГИ ПРОДЕЛАННОЙ РАБОТЫ

УВЕЛИЧИЛИ
ЧИСЛО ЗАКАЗОВ
В 7 РАЗ

СНИЗИЛИ
СТОИМОСТЬ ЗАКАЗА
В 3 РАЗА

УВЕЛИЧИЛИ
ROMI
В 5 РАЗ

