

ОПТИМИЗАЦИЯ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

на примере HOLODILNIK.RU



СЕРГЕЙ ЕРОФЕЕВ
интернет-агентство
Registratura.ru



ДЕНИС ЕГОРОВ
интернет-магазин
HOLODILNIK.RU

**Что измеряешь - на то и влияешь.
На что влияешь, то и получаешь**





Объекты измерения (KPI) контекстной рекламы:

CTR

Способы влияния

Изменение рекламных объявлений

Изменение позиций размещения

Добавление/удаление ключевых запросов

CTR

Повышение/понижение ставки

Оптимизация ставок по среднему чеку исходя из значений ROI, CPA по различным SKU

Кросс-оптимизация (регион, рекламные материалы)

АВ-тесты объявлений, баннеров, тизеров



Объекты измерения (KPI) контекстной рекламы:

CPC

Способы влияния

Изменение рекламных объявлений

Изменение позиций размещения

Добавление/удаление ключевых запросов

CTR

Повышение/понижение ставки

Оптимизация ставок по среднему чеку исходя из значений ROI, CPA по различным SKU

Кросс-оптимизация (регион, рекламные материалы)

АВ-тесты объявлений, баннеров, тизеров



Объекты измерения (KPI) контекстной рекламы:

Количество кликов

Способы влияния

Изменение рекламных объявлений

Изменение позиций размещения

Добавление/удаление ключевых запросов

CTR

Повышение/понижение ставки

Оптимизация ставок по среднему чеку исходя из значений ROI, CPA по различным SKU

Кросс-оптимизация (регион, рекламные материалы)

АВ-тесты объявлений, баннеров, тизеров



Объекты измерения (KPI) контекстной рекламы:

Средний чек

Способы влияния

Изменение рекламных объявлений

Изменение позиций размещения

Добавление/удаление ключевых запросов

CTR

Повышение/понижение ставки

Оптимизация ставок по среднему чеку исходя из значений ROI, CPA по различным SKU

Кросс-оптимизация (регион, рекламные материалы)

АВ-тесты объявлений, баннеров, тизеров



Объекты измерения (KPI) контекстной рекламы:

% конверсии

Способы влияния

Изменение рекламных объявлений

Изменение позиций размещения

Добавление/удаление ключевых запросов

CTR

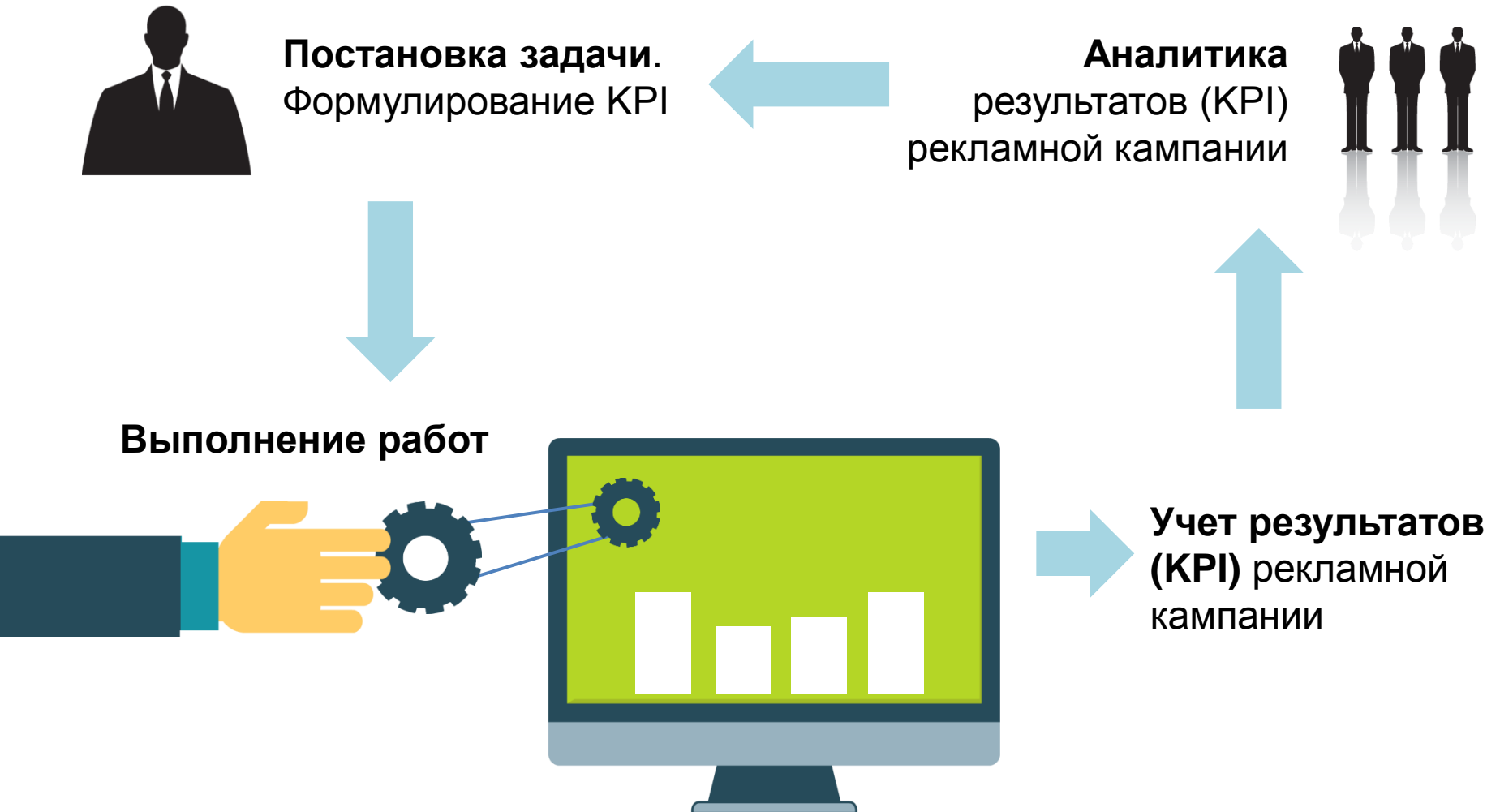
Повышение/понижение ставки

Оптимизация ставок по среднему чеку исходя из значений ROI, CPA по различным SKU

Кросс-оптимизация (регион, рекламные материалы)

АВ-тесты объявлений, баннеров, тизеров

Достижение установленных КРІ

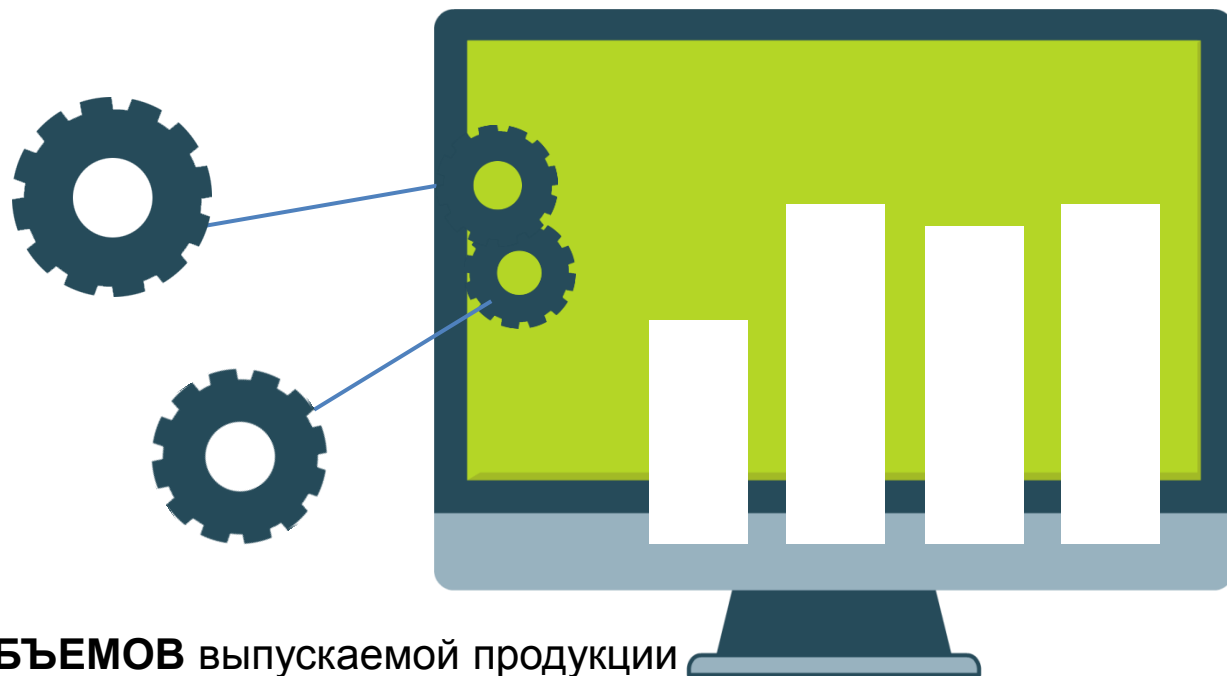


Автоматизация технологического процесса

— совокупность методов и средств, предназначенная для реализации системы или систем, позволяющих осуществлять управление самим технологическим процессом без непосредственного участия человека, либо оставления за человеком права принятия наиболее ответственных решений.

Википедия

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ АВТОМАТИЗАЦИИ



УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ выпускаемой продукции

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ производственного процесса

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА продукции

СНИЖЕНИЕ РАСХОДОВ сырья



HOLODILNIK.RU

БИЗНЕС-КЕЙС

по автоматизации управления контекстной
рекламой от HOLODILNIK.RU



2010

Геотаргетинг: Москва и Санкт-Петербург
Рекламных кампаний: **100**
Объявлений: **5000**
Запросов: **8 000**
Доля SEM-трафика около 20%

**Первая система автоматической генерации объявлений.
Анализ эффективности работы системы в «ручном»
режиме, в системах веб-аналитики.**



2011

...

2013

Геотаргетинг: **20 городов**

Объявлений: **50 000**

Товарная матрица одного региона составляла на тот момент около 12.000 SKU, матрица из 20 регионов, была уже около 200.000 (разные варианты наличия и цен)



2015

Промежуточные результаты:

- Снижение срс относительно контрольных значений **на 20%**
- Снижение bounce rate **на 6%**
- Увеличение уровня конверсии **на 0.1%**
- Цена клика снижена **на 20%**

Подключение системы автоматизации К*50
KPI - количество и стоимость конверсии.



**Почему
автоматизация?**



Основные задачи

- Увеличение продаж и снижение стоимости привлечения покупателя;
- Снижение затрат на ведение рекламных кампаний.

Внутренние задачи бизнеса

- Рост среднего чека;
- Увеличение уровня конверсии в платных каналах;
- Рост частоты покупок;
- Увеличение лояльности целевой аудитории.



Технологии имеют специализацию на узком круге задач, поэтому

**на рынке нет инструментов
одинаково эффективно
работающих под разные типы задач
рекламодателя**



Обзор некоторых систем автоматизации контекстной рекламы

Технология	Функционал	Описание системы
	<p>Яндекс.Директ Яндекс.Маркет Вконтакте</p>	<p>«Сервис R-брокер» - первый бид-оптимайзер на рынке Рунета (Яндекс.Директ, Яндекс.Маркет, Вконтакте), внедрение готовых решений и разработка индивидуальных стратегий ведения РК, триггеры/эффекторы, генерация объявлений из фида.</p>
	<p>Яндекс.Директ Статистика Генератор Оптимизатор Правила Яндекс.Маркет</p>	<p>Сервис автоматизации всех этапов работы с рекламой Яндекс.Директ и Яндекс.Маркет: генерация объявлений на основе фида, автоматическая оптимизация РК по пользовательским сценариям и алгоритмам машинного обучения, автоматическое агрегирование статистики из Яндекс.Директ, Google Analytics, CRM-систем и сервиса CallTouch.</p>
	<p>Яндекс.Директ Модуль статистики Модуль оптимизации CPA</p>	<p>Автоматизация контекстной рекламы в Яндекс.Директ, Google.Adwords: генерация объявлений из фида, управление рекламой по правилам и с помощью портфельной оптимизации.</p>
	<p>Яндекс.Маркет</p>	<p>Система автоматизации всех этапов работы с рекламой Яндекс.Маркет, являющаяся собственностью компании Яндекс. Автоматическая подгрузка статистики продаж из электронной торговли сервиса Google Analytics.</p>



Простые правила, которые позволят избежать ошибок при внедрении любой системы автоматизации



Система управления не может
быть проще объекта управления



Невозможно автоматизировать
несуществующий процесс

СПАСИБО за внимание



СЕРГЕЙ ЕРОФЕЕВ

Коммерческий директор
интернет-агентство Registratura.ru

adv@registratura.ru



ДЕНИС ЕГОРОВ

Руководитель направления интернет-маркетинга
HOLODILNIK.RU

den@holodilnik.ru