

### Интернет-реклама стала еще экономичнее!

К слову об интернет-рекламе. Многие рекламодатели, старающиеся шагать в ногу со временем и одновременно стремящиеся к экономии средств, обнаружили высокую эффективность и, в то же время, невысокую стоимость интернет-рекламы.

Наша компания двинулась еще более вперед. Нами был найден способ повысить отдачу интернет-рекламы и еще больше сэкономить на ней деньги рекламодателей. Этот выход мы назвали Matrix.Директ.

Не вдаваясь в технические подробности, неинтересные большому числу наших читателей, перейду сразу к рассказу о том, как можно повысить эффективность и понизить цену на одну рекламной кампании с помощью нашего Matrix.Директ.

Предположим, что Вы занимаетесь производством и установкой пластиковых окон. И одна из главных Ваших задач – донести информацию о Ваших услугах до Ваших потенциальных заказчиков. И в качестве одного из способов «донесения» этой информации Вы выбираете контекстную рекламу в сети Internet. Допустим, что Ваши объявления должны появляться в контекстной рекламной сети Яндекса.

Определимся с предметной областью и выберем ключевые слова, которые могут набирать Ваши потенциальные заказчики. Путем недолгих и несложных рассуждений приходим к такому списку запросов: евроокна, окна Казань (здесь вместо слова Казань может стоять название любого другого города), окна пвх, окна пластиковые, окна цена, остекление.

Теперь самое время воспользоваться весьма удобным инструментом, который нам предоставляют разработчики Яндекс.Директ – Прогноз бюджета. Уточняя регион показов и указав ключевые запросы, получаем следующую таблицу, прогнозирующую Ваши затраты и показатели эффективности выбранных Вами запросов на период в один месяц:

<b>План рекламной кампании на Яндекс.Директе. Наиболее общие и популярные запросы без разбиения.</b>							
<b>Срок кампании 1 месяц: 15.06 - 15.07, 2010 год</b>							
<b>Регионы показа: Казань</b>							
	<b>Предложенные фразы</b>	<b>Позиция</b>	<b>Количество показов в месяц (прогноз)*</b>	<b>Примерное количество переходов в месяц (по спецразмещению)*</b>	<b>Прогноз CTR (по спецразмещению)*</b>	<b>Примерная цена клика (по спецразмещению), у.е.**</b>	<b>Примерный бюджет, руб. (по спецразмещению)</b>
1	евроокна	спецразмещение	210	19	9,05	0,60	342,00
2	окна казань	спецразмещение	1750	150	8,57	0,66	2970,00
3	окна пвх	спецразмещение	711	36	5,06	1,84	1987,20
4	окна пластиковые	спецразмещение	604	57	9,44	0,55	940,50
5	окна цена	спецразмещение	366	15	4,10	1,87	841,50
6	остекление	спецразмещение	4622	319	6,90	1,84	17608,80
	<b>Итого с учетом выбранных позиций***</b>		<b>8263</b>	<b>596</b>	<b>7,21</b>	<b>1,38</b>	<b>24690,00</b>

Проведем небольшой анализ ситуации. При таком раскладе имеем 8263 показа и всего 596 кликов, что почти в 13,9 раза меньше, чем число показов. Это значит, что только каждому 13-му пользователю, введившему тот или иной выбранный Вами запрос, стало интересно Ваше предложение. При этом Вы тратите немаленькую сумму в 24690 руб., а за каждый клик по Вашему объявлению платите по 1,38 у.е. (1 у.е. = 30 руб.). Хотя, кому-то может показаться, что затраты весьма невелики. Но мы по собственному опыту можем Вам с уверенностью сказать, что эта ситуация одна из худших, которая может сложиться в контекстной рекламе.

Теперь перейдем к усовершенствованию Вашей рекламной кампании. Используем прием разбиения запросов. Грубо говоря, мы немного сузим каждый запрос, но при этом увеличим их общее число. Аналогично предыдущему случаю сделаем прогноз на месяц и получим такой результат:

<b>План рекламной кампании на Яндекс.Директе. Запросы с разбиением.</b>							
<b>Срок кампании 1 месяц: 15.06 - 15.07, 2010 год</b>							
<b>Регионы показа: Казань</b>							
	<b>Предложенные фразы</b>	<b>Позиция</b>	<b>Количество показов в месяц* (прогноз)</b>	<b>Примерное количество переходов в месяц (по спецразмещению)*</b>	<b>Прогноз CTR (по спецразмещению)</b>	<b>Примерная цена клика (по спецразмещению), у.е.**</b>	<b>Примерный бюджет, руб. (по спецразмещению)</b>
1	евроокна	спецразмещение	210	19	9,05	0,60	342,00
2	окна казань	спецразмещение	1750	150	8,57	0,66	2970,00
3	окна пвх	спецразмещение	579	29	5,01	2,00	1740,00
4	окна пвх производство	спецразмещение	132	7	5,30	1,12	235,20
5	окна пластиковые	спецразмещение	2848	197	6,92	1,83	10815,30
6	окна пластиковые изготовление	спецразмещение	42	3	7,14	2,18	196,20
7	окна пластиковые казань	спецразмещение	620	80	12,90	2,05	4920,00
8	окна пластиковые калькулятор	спецразмещение	105	20	19,05	0,68	408,00
9	окна пластиковые лучше	спецразмещение	122	9	7,38	1,59	429,30
10	окна пластиковые монтаж	спецразмещение	80	4	5,00	1,48	177,60
11	окна пластиковые производство	спецразмещение	173	11	6,36	0,89	293,70
12	окна пластиковые профиль	спецразмещение	109	8	7,34	2,39	573,60
13	окна пластиковые установка	спецразмещение	206	13	6,31	0,91	354,90
14	окна пластиковые фирма	спецразмещение	99	7	7,07	1,59	333,90
15	окна пластиковые цена	спецразмещение	413	68	16,46	1,16	2366,40
16	окна цена	спецразмещение	604	57	9,44	0,55	940,50
17	остекление	спецразмещение	366	15	4,10	1,87	841,50
	<b>Итого с учетом выбранных позиций***</b>		<b>8458</b>	<b>697</b>	<b>8,24</b>	<b>1,34</b>	<b>27938,10</b>

Что мы наблюдаем теперь? Сумма затрат увеличилась до 27938,10 руб, что примерно в 1,2 раза больше предыдущей суммы. Небольшое увеличение бюджета. Теперь о количестве показов и переходов. Показов стало в 1,02 раза больше, кликов в 1,2 раза больше. Причем, во втором случае каждый 12-й пользователь заинтересовался Вашим предложением. А за каждый клик Вы платите теперь по 1,34 у.е., что в 1,03 раза меньше, чем в первом случае.

Совершенствуем кампанию дальше. Добавим так называемые минус-слова, по которым мы точно можем сказать, что те, кто их набирал, не является Вашим клиентом. Снова составляем прогноз бюджета. Получаем таблицу:

<b>План рекламной кампании на Яндекс.Директе. Запросы с разбиением и минус-словами.</b>							
<b>Срок кампании 1 месяц: 15.06 - 15.07, 2010 год</b>							
<b>Регионы показа: Казань</b>							
	<b>Предложенные фразы</b>	<b>Позиция</b>	<b>Количество показов в месяц* (прогноз)</b>	<b>Примерное количество переходов в месяц (по спецразмещению)*</b>	<b>Прогноз CTR (по спецразмещению)</b>	<b>Примерная цена клика (по спецразмещению), у.е. **</b>	<b>Примерный бюджет, руб. (по спецразмещению)</b>
1	евроокна -...	спецразмещение	134	12	8,96	0,65	234,00
2	окна казань -...	спецразмещение	589	51	8,66	0,67	1025,10
3	окна пвх -...	спецразмещение	318	16	5,03	1,84	883,20
4	окна пвх производство -...	спецразмещение	48	3	6,25	0,83	74,70
5	окна пластиковые изготовление -...	спецразмещение	29	2	6,90	2,20	132,00
6	окна пластиковые казань -...	спецразмещение	541	70	12,94	2,07	4347,00
7	окна пластиковые калькулятор -...	спецразмещение	103	20	19,42	0,67	402,00
8	окна пластиковые лучше -...	спецразмещение	34	3	8,82	1,59	143,10
9	окна пластиковые монтаж -...	спецразмещение	40	2	5,00	1,21	72,60
10	окна пластиковые -...	спецразмещение	1716	118	6,88	1,85	6549,00
11	окна пластиковые производство -...	спецразмещение	110	7	6,36	0,88	184,80
12	окна пластиковые профиль -...	спецразмещение	85	6	7,06	2,43	437,40
13	окна пластиковые установка -...	спецразмещение	142	9	6,34	0,89	240,30
14	окна пластиковые фирмы -...	спецразмещение	67	5	7,46	1,59	238,50
15	окна пластиковые цены -...	спецразмещение	354	59	16,67	1,14	2017,80
16	окна цена -...	спецразмещение	96	8	8,33	0,60	144,00
17	остекление -...	спецразмещение	307	12	3,91	1,87	673,20
	<b>Итого с учетом выбранных позиций***</b>		<b>4713</b>	<b>403</b>	<b>8,55</b>	<b>1,47</b>	<b>17798,70</b>

Теперь картина может нас порадовать. Расход уменьшился до 17789,7 руб., что в 1,4 раза меньше первоначальной суммы. Но при этом количество показов уменьшилось почти в 1,8 раза, количество кликов – в 1,5 раза. Но теперь каждый 11-й пользователь заинтересовался Вашим предложением. Это, согласитесь, весьма высокий показатель эффективности рекламы. Выражаясь на языке контекстщиков, клики стали более целевыми. Но при всем этом за каждый клик Вы теперь платите по 1,47 у.е., что в 1,065 раза больше, чем в первом случае. Это происходит за счет высокой конкуренции в выбранной Вами отрасли бизнеса.

Ну и наконец, пускаем в ход тяжелую артиллерию, включаем в работу кампании наш замечательный Matrix. Директ. Сразу оговорю, что подобная кампания у нас уже действует, и ниже я приведу Вам реальные результаты, имеющиеся у нас на сегодня. В целях сохранения коммерческой тайны я специально не размещала минус-слова и не указала название компании клиента. Ниже приведу статистику, снятую за период с 15 июня по 15 июля, т.е. за месяц.

**Рекламная кампания на Яндекс.Директе "Казань пластиковые окна". Действующая кампания.**

**Срок кампании 1 месяц, период 15.06 - 15.07, 2010 год**

**Регионы показа: Казань**

	Предложенные фразы	Позиция	Количество показов в месяц	Количество переходов в месяц (по спецразмещению)	CTR (по спецразмещению)	Цена клика (по спецразмещению), у.е. **	Бюджет, руб. (по спецразмещению)
			поиск	поиск	поиск	поиск	поиск
1	евроокна -...	спецразмещение	138	12	8,7	0,63	7,54
2	окна казань -...	спецразмещение	897	95	10,59	0,44	41,56
3	окна пвх -...	спецразмещение	271	22	8,12	0,67	14,72
4	окна пвх производство -...	спецразмещение	9	0	0	-	0
5	окна пластиковые -...	спецразмещение	2086	123	5,9	0,66	81,15
6	окна пластиковые изготовление -...	спецразмещение	23	2	8,7	0,72	1,44
7	окна пластиковые казань -...	спецразмещение	191	32	16,75	1,2	38,31
8	окна пластиковые калькулятор -...	спецразмещение	101	31	30,69	0,28	8,72
9	окна пластиковые лучше -...	спецразмещение	27	4	14,81	0,37	1,47
10	окна пластиковые монтаж -...	спецразмещение	53	5	9,43	0,61	3,04
11	окна пластиковые производство -...	спецразмещение	99	9	9,09	0,64	5,78
12	окна пластиковые профиль -...	спецразмещение	78	11	14,1	0,64	6,99
13	окна пластиковые установка -...	спецразмещение	218	7	3,21	0,63	4,42
14	окна пластиковые фирмы -...	спецразмещение	47	1	2,13	1,97	1,97
15	окна пластиковые цены -...	спецразмещение	411	123	29,93	0,29	35,65
16	окна цена -...	спецразмещение	31	5	16,13	0,58	2,9
17	остекление -...	спецразмещение	364	31	8,52	0,33	10,15
	<b>Всего по кампании:</b>		<b>5044</b>	<b>513</b>	<b>10,17</b>	<b>0,52</b>	<b>265,81</b>

в руб.

7974,3

4

Сравниваем результаты реальной ситуации в нашей кампании с результатами прогноза Яндекс. Сумма затрат уменьшилась в 3,1 раза! Отличный результат. При этом каждый 9-й пользователь откликнулся на Ваше предложение (то есть объявления способствуют более быстрому достижению нашей с Вами цели) и за каждый клик Вы платите по 0,52 у.е., что в 2,65 раза меньше, чем в первом случае. Это значит, что мы помогли Вам за меньшую в разы сумму увеличить число Ваших потенциальных клиентов. А следовательно, и число заказов в Вашей фирме.

Подводя итоги всему вышесказанному, хочу отметить, что не все, что задачей нашей компании является повышение эффективности проведения Вашей рекламной кампании с меньшими затратами на саму рекламу.