

6 КЕЙСОВ

С РЕЗУЛЬТАТАМИ РАБОТЫ

Телефон

+7 (953) 696-51-24

E-mail

valentinche13@gmail.com

Skype

live:6fe94123693132de

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ПРОДАЖА АВД

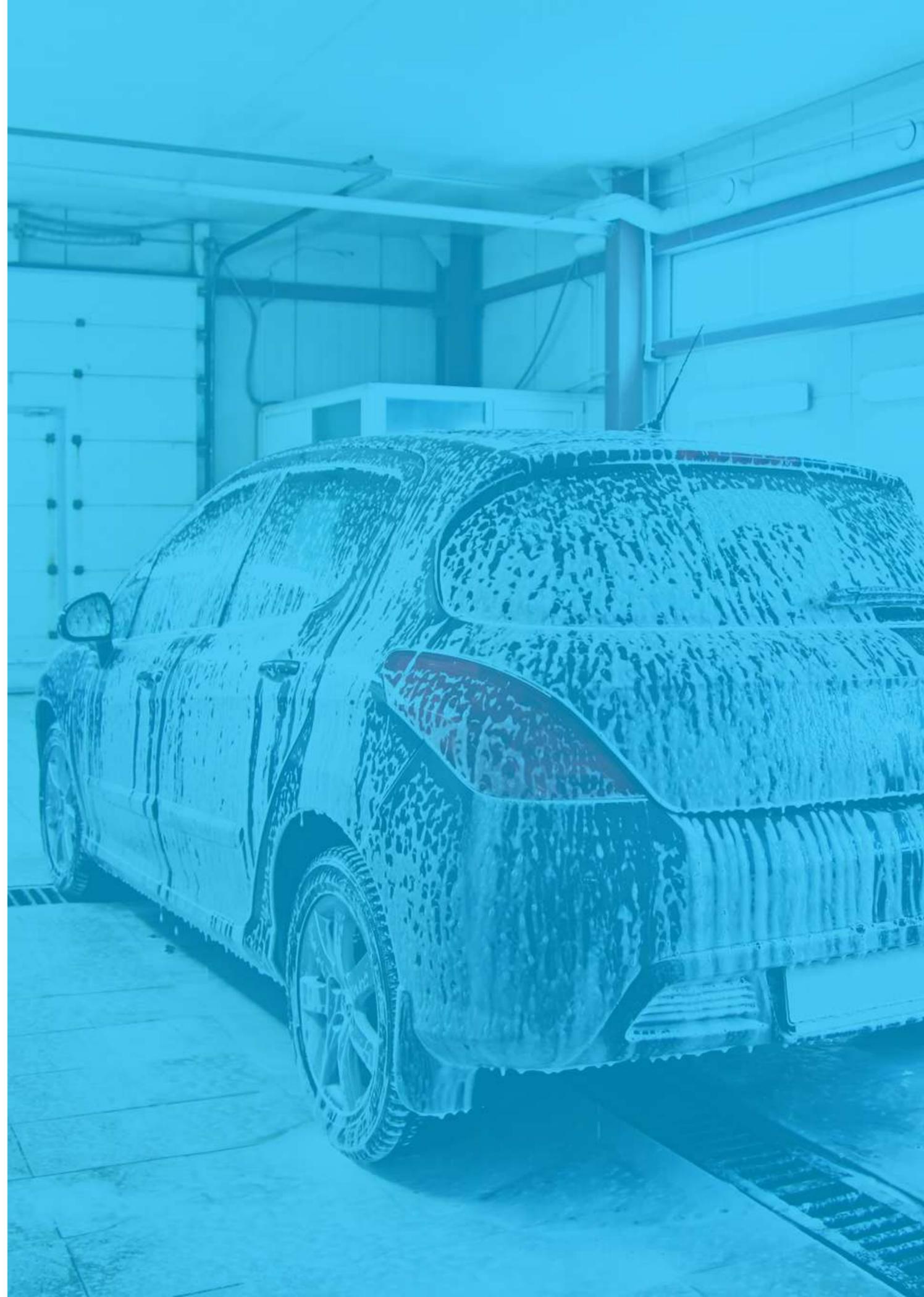
Производство и продажа аппаратов высокого давления по всей России.

Компания более 12 лет на рынке, продано более 7200 единиц техники.

ЗАДАЧА

У клиента были старые рекламные кампании, настроенные сторонним агентством, работали очень неэффективно, около 30-40% бюджета сливалось впустую. Часть объявлений крутились с низким ctr, что негативно влияло на ставку.

В семантике было много нерелевантных ключевых слов, которые не относились к продукции заказчика.



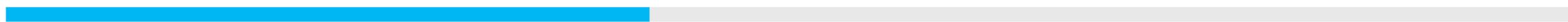
#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ПРОДАЖА АВД

РЕШЕНИЕ

Изучили старую статистику. Отключили все неэффективно работающие элементы кампании (ключи, объявления, скорректировали список минус слов). Часть объявлений заменили на новые для повышения ctr. Расширили семантическое ядро новыми релевантными ключами. Внесли корректировки ставок по полу, возрасту, географии, устройствам. Так же исправили формы на сайте: убрали лишние поля. Немного изменили структуру сайта. После запуска обновленных кампаний месяц отслеживали их эффективность и в итоге увеличили количество заявок на 30% при этом снизили цену заявки на 50%.

на 30%



увеличение количества заявок

на 50%



снижение цены заявки

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ПРОДАЖА АВД

ДО

Группировки		Метрики		Выберите цель				
<input checked="" type="checkbox"/> Источник трафика, Источник трафика (детально)		<input checked="" type="radio"/> Визиты	<input checked="" type="radio"/> Достижения любой цели	<input checked="" type="radio"/> Конверсия по любой цели	<input checked="" type="radio"/> Посетители	<input checked="" type="radio"/> Отказы	<input checked="" type="radio"/> Глубина просмотра	<input checked="" type="radio"/> Время на сайте
<input type="checkbox"/> Итого и средние		12 621	272	1,01%	9 259	18,8%	2,76	2:19
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы по рекламе		7 626	78	0,49%	6 640	21,3%	2,18	1:25

ПОСЛЕ

Группировки		Метрики		Выберите цель				
<input checked="" type="checkbox"/> Источник трафика, Источник трафика (детально)		<input checked="" type="radio"/> Визиты	<input checked="" type="radio"/> Достижения любой цели	<input checked="" type="radio"/> Конверсия по любой цели	<input checked="" type="radio"/> Посетители	<input checked="" type="radio"/> Отказы	<input checked="" type="radio"/> Глубина просмотра	<input checked="" type="radio"/> Время на сайте
<input type="checkbox"/> Итого и средние		11 033	298	1,97%	7 669	13,6%	2,9	2:59
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Переходы по рекламе		6 498	105	1,03%	5 517	15,1%	2,28	1:59

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ART AND SHOK

Школа дизайна. Проводят обучение по различным направлениям дизайна уже 5 лет, курсы закончили более 2000 человек.

ЗАДАЧА

Нужно набрать несколько групп по разным направлениям дизайна на обучение в течение месяца.



#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ART AND SHOK

РЕШЕНИЕ

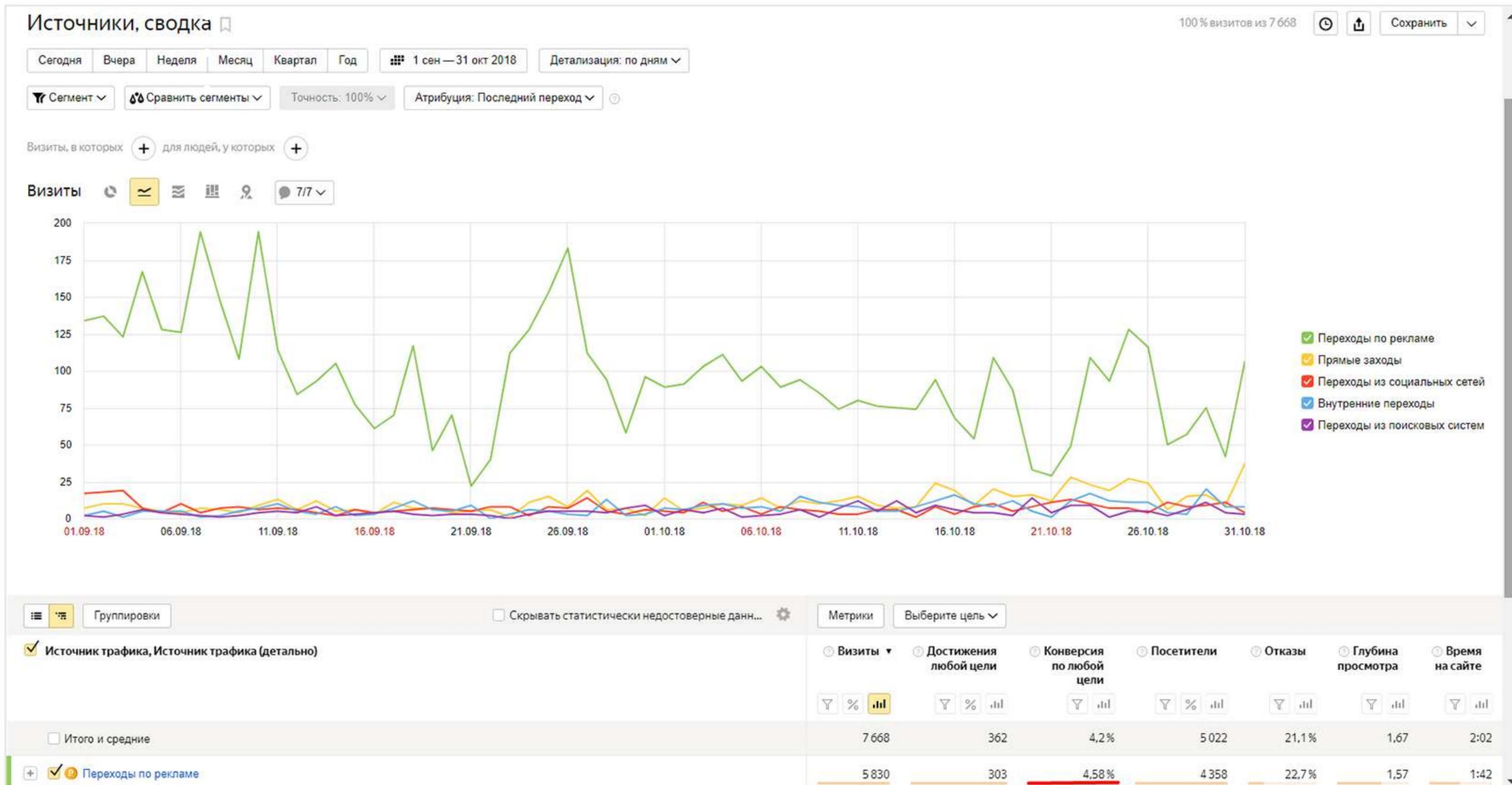
Так как обучение проходит оффлайн в центре СПб, то объём трафика сразу становится меньше, чем мог бы быть при онлайн обучении. Поэтому решено было собирать как высокочастотные запросы так и низкочастотные, чтобы получить как можно больше целевых переходов на сайт. Сразу же настроили все системы аналитики. Запустили А/Б тесты объявлений, чтобы выявить самые эффективные. Так же сразу начали тестировать расположение блоков на сайте и варианты утп. После первых недель работы кампании, сразу же выявили неэффективные ключи и объявления, которые не давали результат - их отключили, либо понизили ставки. Выявили наиболее конверсионный вариант лендинга и утп. В результате всех работ получили более 300 заявок на обучение всего по 250 руб. После того как клиент получил первый результат, было принято решение устанавливать сквозную аналитику. Сейчас результативность кампаний считается по ROI а не по количеству заявок, как и должно быть в настоящем интернет маркетинге.

Более 300 заявок на обучение

за 2 месяца по 250 руб.

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ART AND SHOK



#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

GREEN DOM

- Строительство домов «Под ключ» по самым современным и надежным технологиям.
- Официальный партнер международной компании Z500.

ЗАДАЧА

Клиент получал заказы только по сарафанному радио и с авито. Надо было простроить с нуля интернет-маркетинг.



#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

GREEN DOM

РЕШЕНИЕ

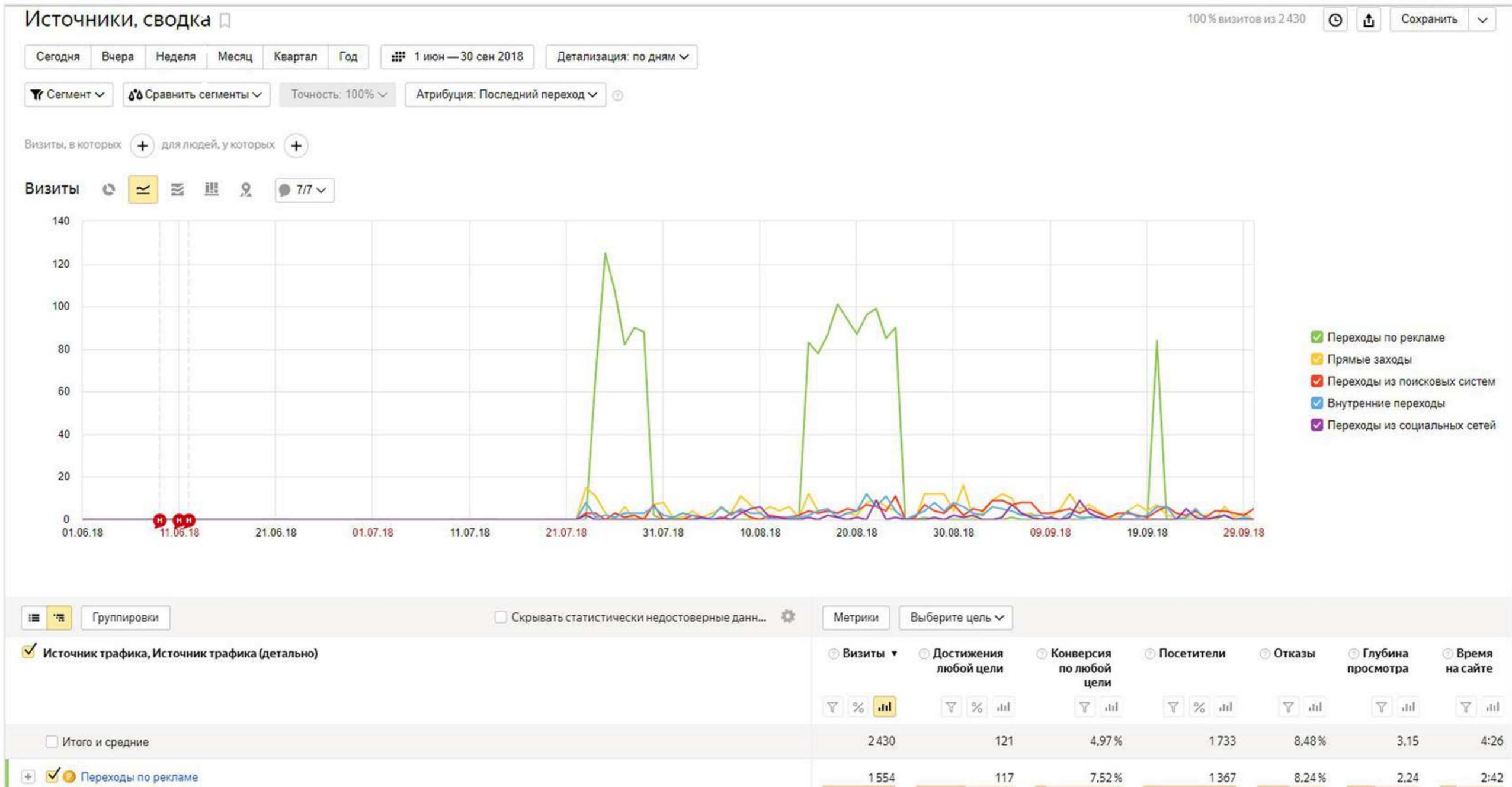
Так как клиент был не известен на просторах регионального интернета, решили, что наиболее быстрый способ заявить о себе и получить первые заявки будет контекстная реклама. Но перед запуском контекста мы разработали клиенту сайт и помогли придумать акцию, для повышения конверсии. Стратегию запуска контекстной рекламы выбрали такую: собрать максимально большое семантическое ядро по разным направлениям строительства (каменные, деревянные, каркасные и тд) и по мере накопления статистики отключать неэффективные запросы. Таким образом мы получали максимально широкий охват и повышали узнаваемость нового бренда в регионе. Сейчас мы можем судить о том, что стратегия была выбрана верно и мы получили 117 заявок на строительство домов за 3 месяца. Благодаря нам клиент вышел на новый уровень развития бизнеса.

Более 100 заявок

с нового сайта

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

GREEN DOM



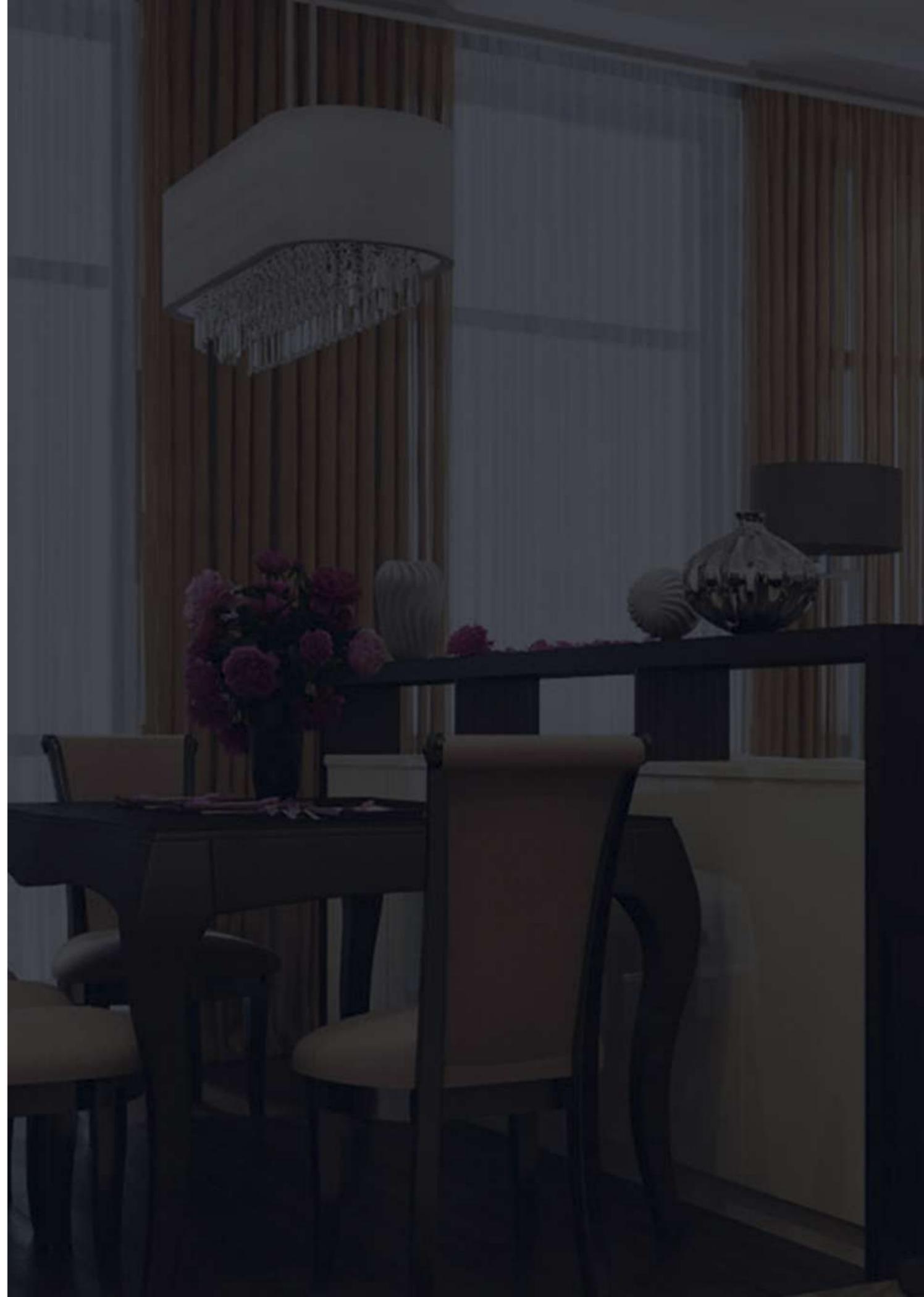
#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

RICHARTONE

Студия дизайна интерьера премиум класса. На рынке более 9 лет. Работают как с коммерческой, так и частной недвижимостью.

ЗАДАЧА

Клиент решил перейти в премиум сегмент, но не получалось получать заявки по адекватной цене.



#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

RICHARTONE

РЕШЕНИЕ

Проанализировав нишу, пришли к выводу, что нужно изменить дизайн сайта и скорректировать утп. После внесения изменений запустили контекстную рекламу в Яндекс Директе и Google Ads. Для повышения конверсионности сайта добавили виджет обратного звонка с чатом, а так так же квиз, после заполнения которого клиенту надо было оставить свои контактные данные. Так же переработали старые рекламные кампании, оставили только самые высококонверсионные запросы. В результате увеличили количество заявок почти в 10 раз при этом снизив цену в 8 раз.

в 9 раз



увеличилось количество заявок

с 8000 до 900 руб.



снизилась цена заявки

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

RICHARTONE

ДО

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Метрика »	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
с 01.09.18 по 30.09.18	156839	675	0.43	26 107.09	38.68	1 087.80		2.43	3	0.44	8 702.36

По всем кампаниям [Показать график](#)

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
сен 2018	156839	675	0.43	26 107.09	38.68	1 087.80	2.43	3	0.44	8 702.36
Итого	156839	675	0.43	26 107.09	38.68	1 087.80	2.43	3	0.44	8 702.36

ПОСЛЕ

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Метрика »	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
с 01.10.18 по 31.10.18	162122	729	0.44	27 893.83	38.26	899.80		2.01	29	3.97	961.85

По всем кампаниям [Показать график](#)

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
окт 2018	162122	729	0.44	27 893.83	38.26	899.80	2.01	29	3.97	961.85
Итого	162122	729	0.44	27 893.83	38.26	899.80	2.01	29	3.97	961.85

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

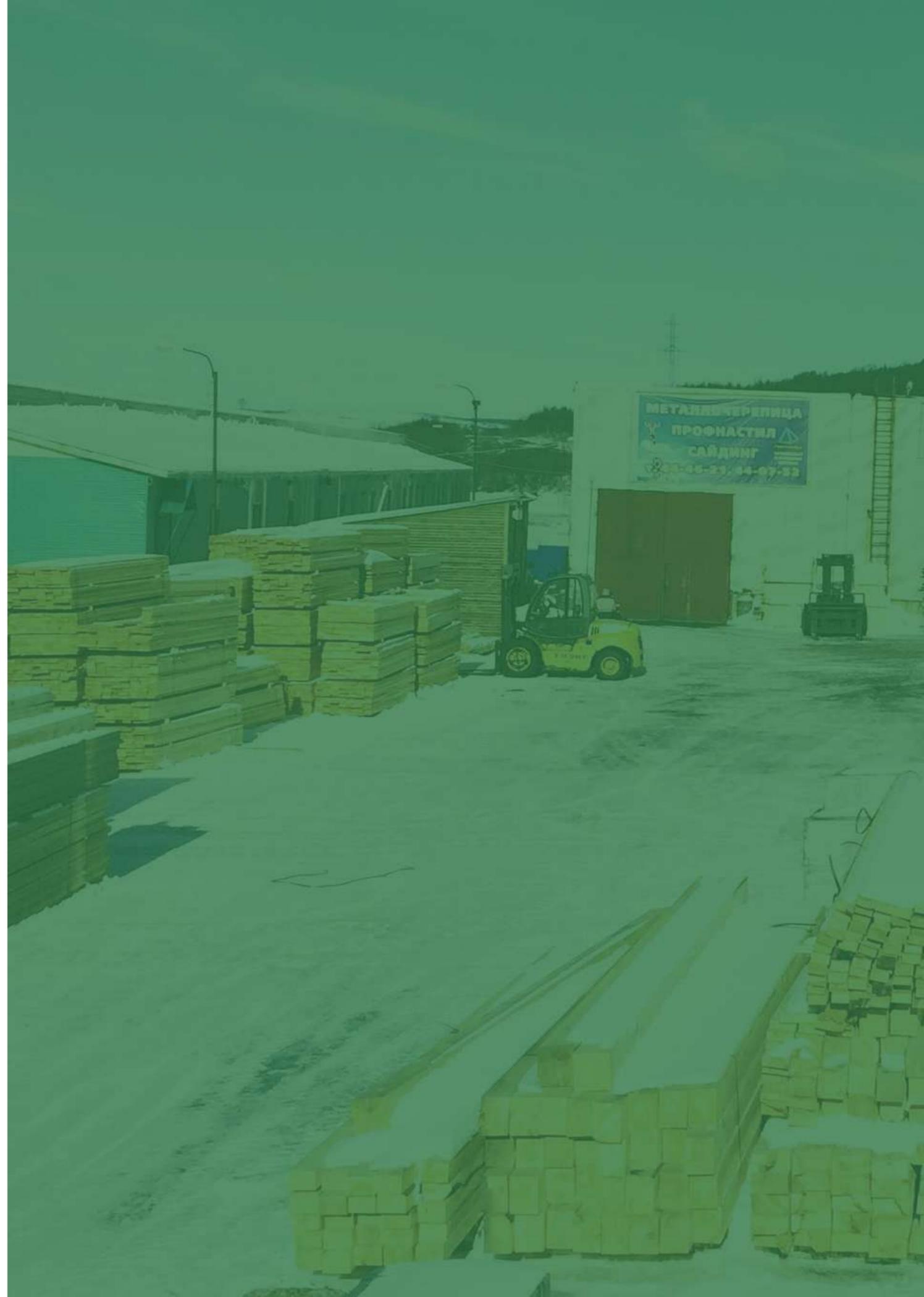
ЛЕСОПТОМ

База пиломатериалов. Доставка по всей России,
на рынке более 10 лет.

ЗАДАЧА

Клиент занимался заготовкой и оптовыми
поставками обрезного пиломатериала.

Совершенно не был представлен в сети.



#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ЛЕСОПТОМ

РЕШЕНИЕ

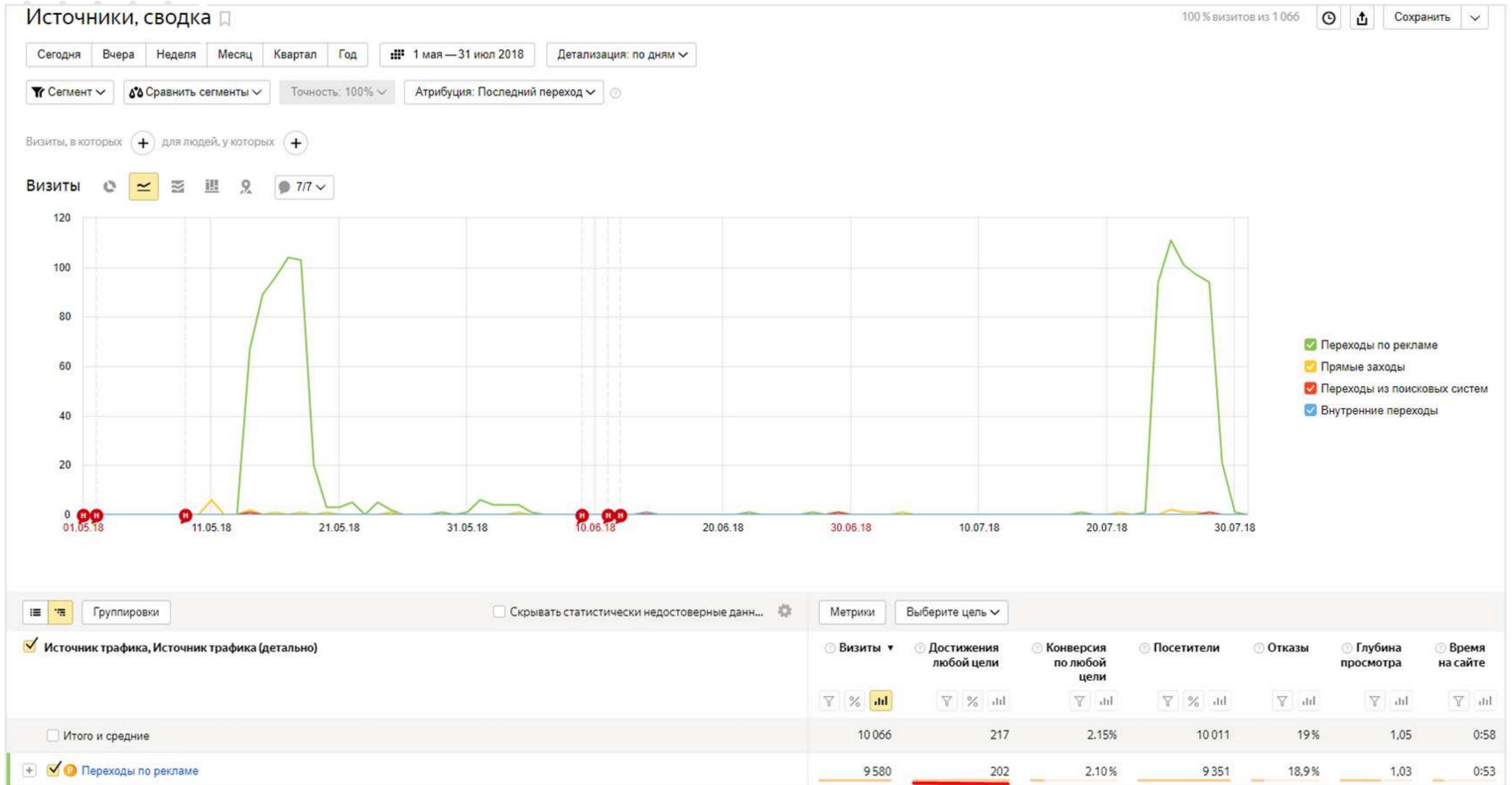
Первым делом мы проанализировали нишу, изучили что в первую очередь важно оптовому покупателю. Как выяснилось в этой сфере покупателю совершенно не интересна визуальная составляющая сайта. Все что важно оптовику это прайс, условия доставки и гарантии. Исходя из этого было принято решение разработать максимально простой лендинг, где наш клиент мог бы сразу увидеть все что ему нужно. Любые сложные сайты проигрывают по конверсионности в этой тематике. После того, как лендинг был готов, мы запустили контекст только по тем запросам, в которых было слово опт/оптовый, чтобы получить максимально целевой трафик, так как бюджет клиента был ограничен. В результате за сезон сделали всего два запуска после которых приходилось останавливать кампании, так как клиент не успевал обрабатывать заявки.

более 200 заявок

на оптовые поставки пиломатериалов

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ЛЕСОПТОМ



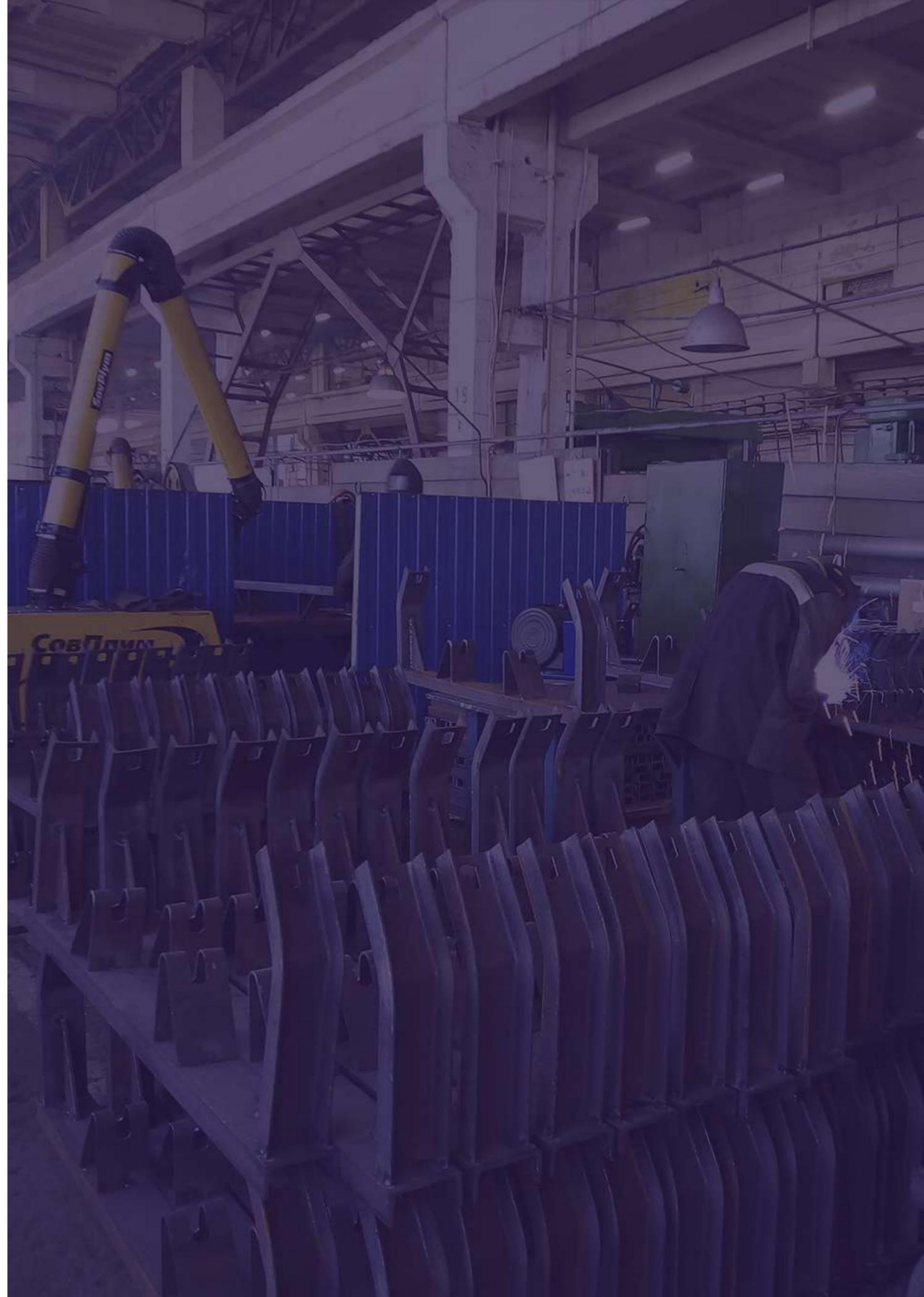
#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

РОСКОНВЕЙЕР

Продажа конвейеров. На рынке более 5 лет.

ЗАДАЧА

У клиента работали старые неэффективные кампании, нужно было настроить новые и снизить цену лида.



#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

РОСКОНВЕЙЕР

РЕШЕНИЕ

Разработали новые рекламные кампании по 3 видам конвейеров. А так же позже добавили кампании по комплектующим. После запуска в первую же неделю, получив достаточное количество статистики выявили "дыры" в которые сливается часть бюджета. Отключили регионы с высоким показателем отказов (больше 60%), выявили самые высококонверсионные ключи - повысили на них ставки, оставили в работе объявления только с высоким показателем ctr. Таким образом, мы добились снижения ставки за клик, а как следствие снижение цены лида в 2 раза.

в 2 раза

снизилась цена лида

#КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

РОСКОНВЕЙЕР

ДО

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Метрика	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
с 01.11.18 по 31.12.18	548546	2205	0.40	30 000.00	13.61	1 034.48		1.19	13	0.59	2 307.69

По всем кампаниям

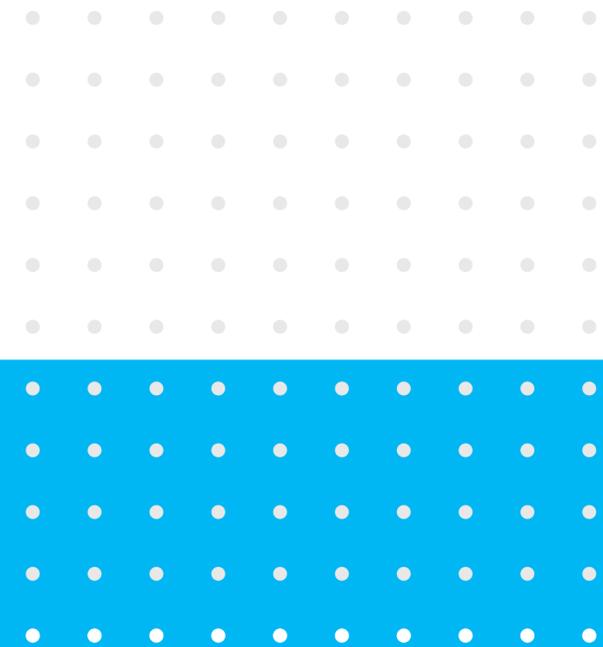
Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
ноя 2018	195658	884	0.45	10 000.00	11.31	909.09	1.21	3	0.34	3 333.33
дек 2018	352888	1321	0.37	20 000.00	15.14	1 111.11	1.18	10	0.76	2 000.00
Итого	548546	2205	0.40	30 000.00	13.61	1 034.48	1.19	13	0.59	2 307.69

ПОСЛЕ

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Метрика	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
с 01.01.19 по 31.01.19	282625	1634	0.58	21 795.96	13.34	1 147.16		1.15	23	1.40	947.65

По всем кампаниям

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)	Конверсии	Конверсия (%)	Цена цели, руб.
янв 2019	282625	1634	0.58	21 795.96	13.34	1 147.16	1.15	23	1.40	947.65
Итого	282625	1634	0.58	21 795.96	13.34	1 147.16	1.15	23	1.40	947.65



СВЯЖИТЕСЬ

ЛЮБЫМ УДОБНЫМ ДЛЯ ВАС СПОСОБОМ

Телефон

+7 (953) 696-51-24

E-mail

valentinche13@gmail.com

Skype

live:6fe94123693132de