

Предлагаю услуги по рекламе на Яндексe, Google;
Анализ рекламы, конкурентов, сайта.

Новосибирск
05.05.2021г.

Задача: Контекстная реклама
Вид работ: Реклама на поиске Google
Цель: Клиент на сайте
ГЕО: Москва
Инструмент анализа: Google Ads, Analytics.
Исполнитель заказа: Денис Сергеевич.
ГТМ-исполнителя: +7 часов.

Апрель конверсии 2 стр.
Апрель клиент отвалился 3 стр.
Апрель 2021 года 4 стр.
Общая сводная за 2021 год 5 стр.
Март и Апрель – динамика 6 стр.
Апрель 15.04.21 года и 25.04.21 года 7 стр.
О разном 8 стр.

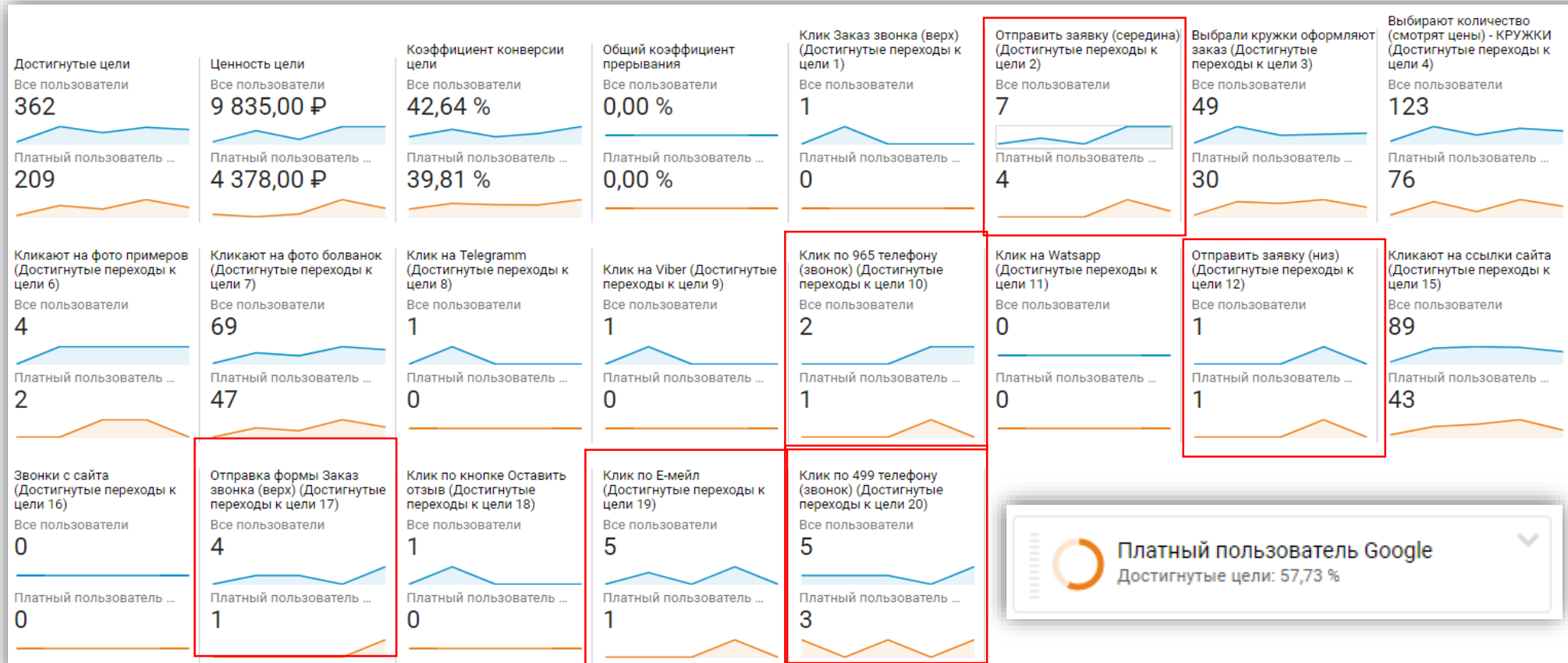
Реклама услуг «Печать на кружках»

Google – Апрель конверсии

Кампания «Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область – Клики» остановлена 14.04.21 года.

Кампания «Поиск из директа (15.04.21)_Москва и область - Клики» старт 15.04.21 года.

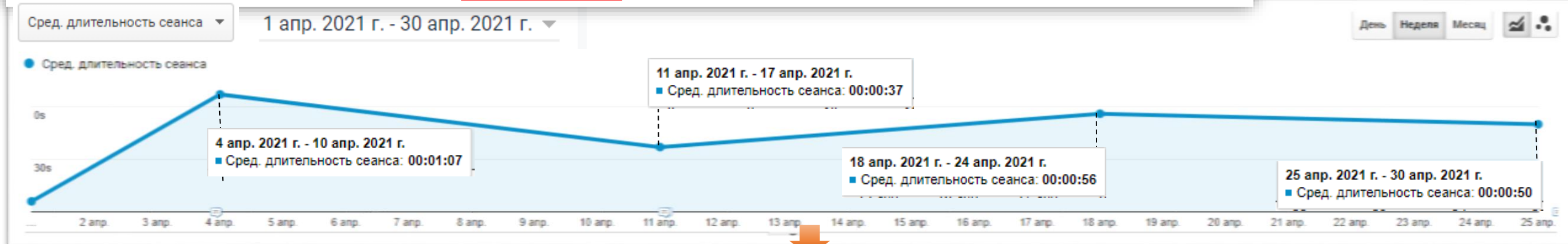
Google Звонки 04.2021



🕒 Дата и время ▲

| | |
|---|-------------------|
| 1 | 02.04.21 12:57:02 |
| 2 | 05.04.21 14:35:45 |
| 3 | 06.04.21 10:02:51 |
| 4 | 06.04.21 18:33:40 |
| 5 | 07.04.21 08:30:02 |
| 6 | 07.04.21 13:35:15 |
| 7 | 07.04.21 18:11:49 |
| 8 | 15.04.21 15:14:07 |
| 9 | 16.04.21 17:02:16 |

Платный пользователь Google
 Достигнутые цели: 57,73 %



Google – Апрель клиент отвалился

Кампания «Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область – Клики» остановлена 14.04.21 года.

Кампания «Поиск из директа (15.04.21)_Москва и область - Клики» старт 15.04.21 года.

Достигнутые цели

Все пользователи

362

Платный пользователь ...

209

Ценность цели

Все пользователи

9 835,00 ₹

Платный пользователь ...

4 378,00 ₹

Коэффициент конверсии цели

Все пользователи

42,64 %

Платный пользователь ...

39,81 %

Общий коэффициент прерывания

Все пользователи

0,00 %

Платный пользователь ...

0,00 %

Клик Заказ звонка (верх) (Достигнутые переходы к цели 1)

Все пользователи

1

Платный пользователь ...

0

Отправить заявку (середина) (Достигнутые переходы к цели 2)

Все пользователи

7

Платный пользователь ...

4

Выбрали кружки оформляют заказ (Достигнутые переходы к цели 3)

Все пользователи

49

Платный пользователь ...

30

Выбирают количество (смотрят цены) - КРУЖКИ (Достигнутые переходы к цели 4)

Все пользователи

123

Платный пользователь ...

76

Кликают на фото примеров (Достигнутые переходы к цели 6)

Все пользователи

4

Платный пользователь ...

2

Кликают на фото болванок (Достигнутые переходы к цели 7)

Все пользователи

69

Платный пользователь ...

47

Клик на Telegramm (Достигнутые переходы к цели 8)

Все пользователи

1

Платный пользователь ...

0

Клик на Viber (Достигнутые переходы к цели 9)

Все пользователи

1

Платный пользователь ...

0

Клик по 965 телефону (звонок) (Достигнутые переходы к цели 10)

Все пользователи

2

Платный пользователь ...

1

Клик на Whatsapp (Достигнутые переходы к цели 11)

Все пользователи

0

Платный пользователь ...

0

Отправить заявку (низ) (Достигнутые переходы к цели 12)

Все пользователи

1

Платный пользователь ...

1

Кликают на ссылки сайта (Достигнутые переходы к цели 15)

Все пользователи

89

Платный пользователь ...

43

Звонки с сайта (Достигнутые переходы к цели 16)

Все пользователи

0

Платный пользователь ...

0

Отправка формы Заказ звонка (верх) (Достигнутые переходы к цели 17)

Все пользователи

4

Платный пользователь ...

1

Клик по кнопке Оставить отзыв (Достигнутые переходы к цели 18)

Все пользователи

1

Платный пользователь ...

0

Клик по Е-мейл (Достигнутые переходы к цели 19)

Все пользователи

5

Платный пользователь ...

1


Клик по 499 телефону (звонок) (Достигнутые переходы к цели 20)

Все пользователи

5

Платный пользователь ...

3

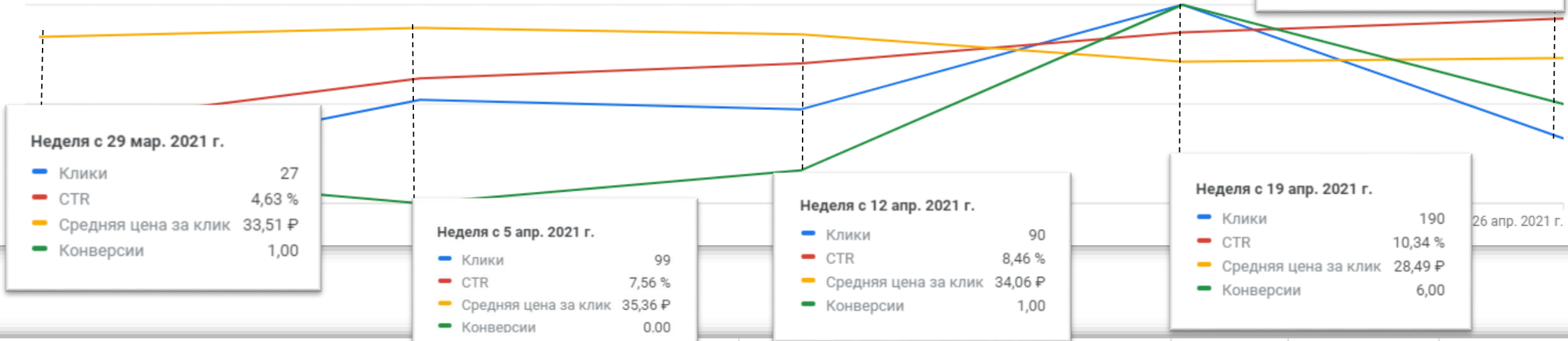
 Платный пользователь Google
Достигнутые цели: 57,73 %



Клики **468** CTR **8,75 %** Средняя цена за клик **31,41 руб.** Конверсии **11,00** Стоимость **14,7 тыс. руб.**

Неделя с 26 апр. 2021 г.

- Клики 62
- CTR 11,17 %
- Средняя цена за клик 29,26 Р
- Конверсии 3,00



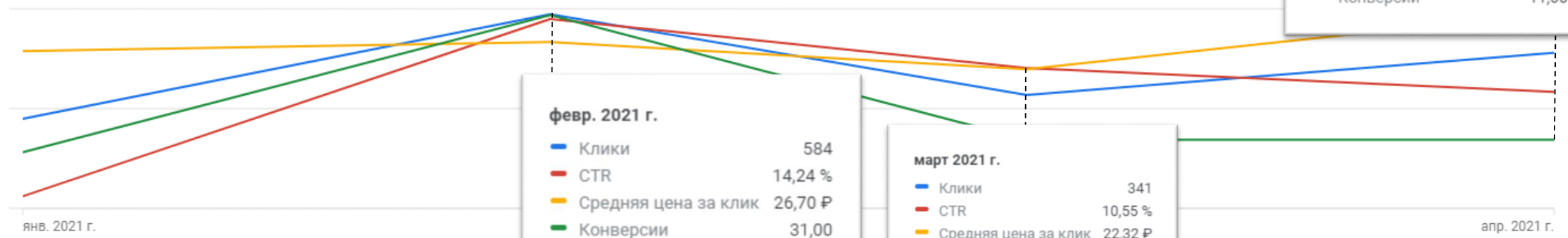
| Названия строк | Клики | Показы | CTR | Ср. цена клик | Стоимость | Конверсии | Звонки | Ср. Стоимость/конв | % конверсии | % показов на верх | % показов на сам. верх |
|---|-------------|--------------|--------------|----------------|-----------------|-----------|----------|--------------------|--------------|-------------------|------------------------|
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 103 | 18790 | 0,55% | 29,26 Р | 3013,89 | 5 | 0 | 602,78 Р | 4,85% | 39,57% | 22,55% |
| 01.февраль | 70 | 435 | 16,09% | 53,54 Р | 3747,74 | 3 | 0 | 1 249,25 Р | 4,29% | 62,93% | 37,80% |
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 275 | 2164 | 12,71% | 19,67 Р | 5410,1 | 24 | 0 | 225,42 Р | 8,73% | 56,66% | 14,65% |
| 01.март | 217 | 2042 | 10,63% | 23,92 Р | 5191,01 | 10 | 2 | 432,58 Р | 5,53% | 52,34% | 15,32% |
| 01.апрель | 164 | 2379 | 6,89% | 35,29 Р | 5786,86 | 1 | 6 | 826,69 Р | 4,27% | 55,53% | 31,81% |
| Поиск_Нерабочее_время | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 166 | 10869 | 1,53% | 22,75 Р | 3776,07 | 4 | 0 | 944,02 Р | 2,41% | 38,04% | 21,76% |
| 01.февраль | 113 | 666 | 16,97% | 34,93 Р | 3946,87 | 1 | 0 | 3 946,87 Р | 0,88% | 52,75% | 34,17% |
| Поиск_Нерабочее_время - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 126 | 837 | 15,05% | 19,73 Р | 2486,4 | 3 | 0 | 828,80 Р | 2,38% | 43,78% | 17,14% |
| 01.март | 124 | 1189 | 10,43% | 19,51 Р | 2419,05 | 1 | 0 | 2 419,05 Р | 0,81% | 48,22% | 15,58% |
| Поиск из директа (15.04.21)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.апрель | 304 | 2971 | 10,23% | 29,31 Р | 8911,65 | 10 | 1 | 810,15 Р | 3,62% | 59,62% | 30,25% |
| Общий итог | 1662 | 42342 | 3,93% | 26,89 Р | 44689,54 | 62 | 9 | 629,43 Р | 4,27% | 51,52% | 21,87% |

Google – Общая сводная за 2021 год.

| | | | | |
|-----------------------------|------------------------|---|---------------------------------|--------------------------------------|
| Клики ▼ 1,66 тыс. | CTR ▼ 3,93 % | Средняя цена за клик ▼ 26,89 руб. | Конверсии ▼ 62,00 + 5 | Стоимость ▼ 44,7 тыс. руб. |
|-----------------------------|------------------------|---|---------------------------------|--------------------------------------|

апр. 2021 г.

- Клики 468
- CTR 8,75 %
- Средняя цена за клик 31,41 Р
- Конверсии 11,00



февр. 2021 г.

- Клики 584
- CTR 14,24 %
- Средняя цена за клик 26,70 Р
- Конверсии 31,00

март 2021 г.

- Клики 341
- CTR 10,55 %
- Средняя цена за клик 22,32 Р
- Конверсии 11,00

Стоимость исполнителя не включена.

| Названия строк | Клики. | Показы. | CTR_ | Ср. цена клик_ | Стоимость. | Конверсии. | Звонки. | Ср. Стоимость/конв_ | % конверсии_ | % показов на верх | % показов на сам. верх |
|---|-------------|--------------|--------------|----------------|-----------------|------------|----------|---------------------|--------------|-------------------|------------------------|
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 103 | 18790 | 0,55% | 29,26 Р | 3013,89 | 5 | 0 | 602,78 Р | 4,85% | 39,57% | 22,55% |
| 01.февраль | 70 | 435 | 16,09% | 53,54 Р | 3747,74 | 3 | 0 | 1 249,25 Р | 4,29% | 62,93% | 37,80% |
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 275 | 2164 | 12,71% | 19,67 Р | 5410,1 | 24 | 0 | 225,42 Р | 8,73% | 56,66% | 14,65% |
| 01.март | 217 | 2042 | 10,63% | 23,92 Р | 5191,01 | 10 | 2 | 432,58 Р | 5,53% | 52,34% | 15,32% |
| 01.апрель | 164 | 2379 | 6,89% | 35,29 Р | 5786,86 | 1 | 6 | 826,69 Р | 4,27% | 55,53% | 31,81% |
| Поиск_Нерабочее_время | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 166 | 10869 | 1,53% | 22,75 Р | 3776,07 | 4 | 0 | 944,02 Р | 2,41% | 38,04% | 21,76% |
| 01.февраль | 113 | 666 | 16,97% | 34,93 Р | 3946,87 | 1 | 0 | 3 946,87 Р | 0,88% | 52,75% | 34,17% |
| Поиск_Нерабочее_время - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 126 | 837 | 15,05% | 19,73 Р | 2486,4 | 3 | 0 | 828,80 Р | 2,38% | 43,78% | 17,14% |
| 01.март | 124 | 1189 | 10,43% | 19,51 Р | 2419,05 | 1 | 0 | 2 419,05 Р | 0,81% | 48,22% | 15,58% |
| Поиск из директа (15.04.21)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.апрель | 304 | 2971 | 10,23% | 29,31 Р | 8911,65 | 10 | 1 | 810,15 Р | 3,62% | 59,62% | 30,25% |
| Общий итог | 1662 | 42342 | 3,93% | 26,89 Р | 44689,54 | 62 | 9 | 629,43 Р | 4,27% | 51,52% | 21,87% |

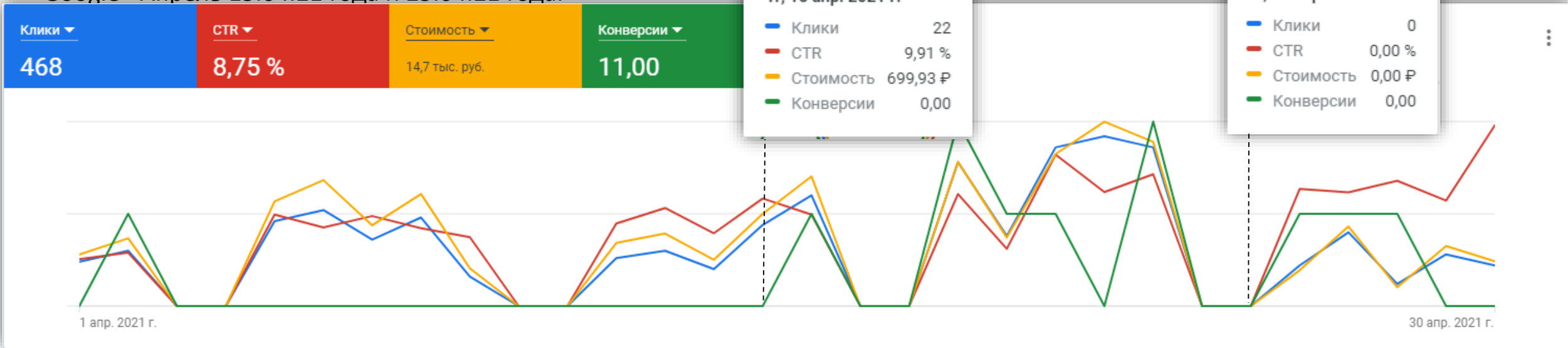
Google – Март и Апрель – динамика 02.21 года и 03.21 года.

| Кампания | Показы | | Клики | | CTR% | | Ср. цена за клик (руб.) | | Расход | Ср. время на сайте | Конверсия | % конверсии | | Стоимость заявки (руб.) | | | | |
|-------------------------------|--------|--------------|-------|------------|-------|--------------|-------------------------|---------------|---------|---------------------|-----------|------------------|--------|-------------------------|--------|--------------|--------|------------------|
| | Март | Апрель | Март | Апрель | Март | Апрель | Март | Апрель | | | | Март | Апрель | Март | Апрель | | | |
| Будни 03/04 месяцы | 2042 | 5350 (+3308) | 217 | 468 (+251) | 10,63 | 8,75 (-1,88) | 23,92 | 31,41 (+7,51) | 5191,01 | 14698,51 (+9507,5) | 0:00:56 | 0:00:51 (-00:05) | 12 | 18 (+6) | 5,53 | 3,85 (-1,68) | 432,58 | 816,58 (+384) |
| Будни + выходные 03/04 месяцы | 3231 | 5350 (+2116) | 341 | 468 (+127) | 10,55 | 8,75 (-1,8) | 22,32 | 31,41 (+9,09) | 7610,06 | 14698,51 (+7088,45) | 0:00:50 | 0:00:51 (+00:01) | 12 | 18 (+6) | 3,81 | 3,85 (+0,04) | 585,39 | 816,58 (+231,19) |

В Апреле показы объявлений в ТОП-3 выросли. Переходов на сайт стало меньше. Время и % конверсии те же, что и в Марте. Стоимость заявки выросла. На стр. 3 видно, что интересуются продуктом на сайте, но отваливаются.

| Названия строк | Клики. | Показы. | CTR_ | Ср. цена клик_ | Стоимость. | Конверсии. | Звонки. | Ср. Стоимость/конв_ | % конверсии_ | % показов на верх | % показов на сам. верх |
|--|-------------|--------------|--------------|----------------|-----------------|------------|----------|---------------------|--------------|-------------------|------------------------|
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 103 | 18790 | 0,55% | 29,26 Р | 3013,89 | 5 | 0 | 602,78 Р | 4,85% | 39,57% | 22,55% |
| 01.февраль | 70 | 435 | 16,09% | 53,54 Р | 3747,74 | 3 | 0 | 1 249,25 Р | 4,29% | 62,93% | 37,80% |
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 275 | 2164 | 12,71% | 19,67 Р | 5410,1 | 24 | 0 | 225,42 Р | 8,73% | 56,66% | 14,65% |
| 01.март | 217 | 2042 | 10,63% | 23,92 Р | 5191,01 | 10 | 2 | 432,58 Р | 5,53% | 52,34% | 15,32% |
| 01.апрель | 164 | 2379 | 6,89% | 35,29 Р | 5786,86 | 1 | 6 | 826,69 Р | 4,27% | 55,53% | 31,81% |
| Поиск_Нерабочее_время | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 166 | 10869 | 1,53% | 22,75 Р | 3776,07 | 4 | 0 | 944,02 Р | 2,41% | 38,04% | 21,76% |
| 01.февраль | 113 | 666 | 16,97% | 34,93 Р | 3946,87 | 1 | 0 | 3 946,87 Р | 0,88% | 52,75% | 34,17% |
| Поиск_Нерабочее_время - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 126 | 837 | 15,05% | 19,73 Р | 2486,4 | 3 | 0 | 828,80 Р | 2,38% | 43,78% | 17,14% |
| 01.март | 124 | 1189 | 10,43% | 19,51 Р | 2419,05 | 1 | 0 | 2 419,05 Р | 0,81% | 48,22% | 15,58% |
| Поиск из директа (15.04.21)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.апрель | 304 | 2971 | 10,23% | 29,31 Р | 8911,65 | 10 | 1 | 810,15 Р | 3,62% | 59,62% | 30,25% |
| Общий итог | 1662 | 42342 | 3,93% | 26,89 Р | 44689,64 | 62 | 9 | 629,43 Р | 4,27% | 51,52% | 21,87% |

Google –Апрель 15.04.21 года и 25.04.21 года.

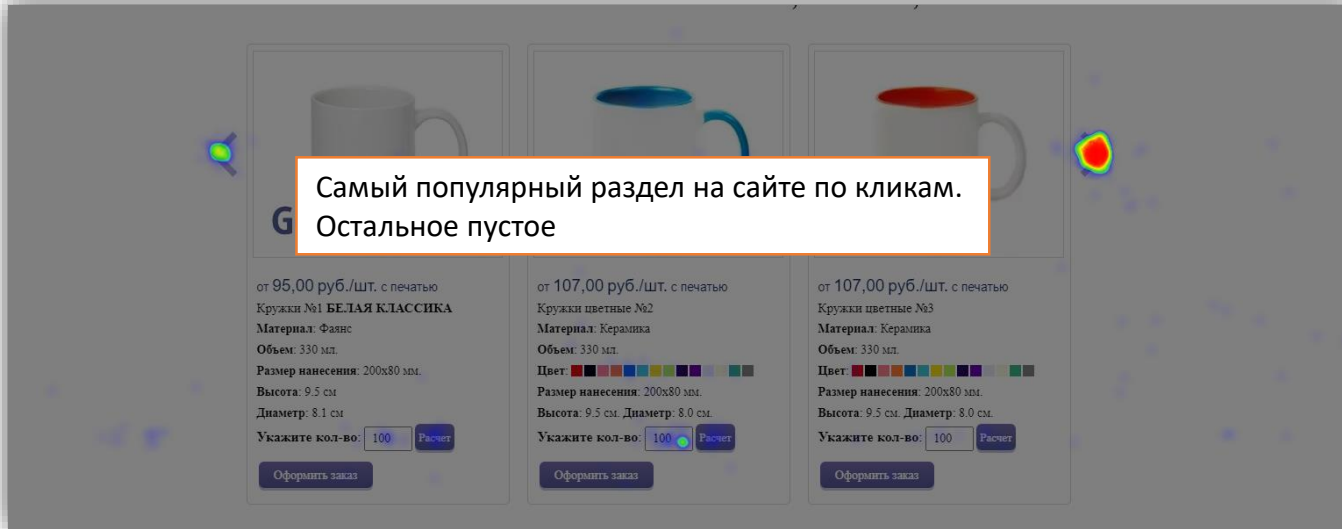


15.04.21 остановили РК с настройками Февраля и Марта. Запустили новую РК с новыми настройками. Увеличен бюджет на день до 1000р/день. Сразу получили Конверсии, CTR, переход на сайт. 25.04.21 урезали бюджет на 400р/день, время показов. Сразу потеряли переходы, CTR, конверсию.

| Названия строк | Клики. | Показы. | CTR_ | Ср. цена клик_ | Стоимость. | Конверсии. | Звонки. | Ср. Стоимость/конв_ | % конверсии_ | % показов на верх | % показов на сам. верх |
|--|-------------|--------------|--------------|----------------|-----------------|------------|----------|---------------------|--------------|-------------------|------------------------|
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 103 | 18790 | 0,55% | 29,26 ₹ | 3013,89 | 5 | 0 | 602,78 ₹ | 4,85% | 39,57% | 22,55% |
| 01.февраль | 70 | 435 | 16,09% | 53,54 ₹ | 3747,74 | 3 | 0 | 1 249,25 ₹ | 4,29% | 62,93% | 37,80% |
| Поиск из директа (01.10.19)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 275 | 2164 | 12,71% | 19,67 ₹ | 5410,1 | 24 | 0 | 225,42 ₹ | 8,73% | 56,66% | 14,65% |
| 01.март | 217 | 2042 | 10,63% | 23,92 ₹ | 5191,01 | 10 | 2 | 432,58 ₹ | 5,53% | 52,34% | 15,32% |
| 01.апрель | 164 | 2379 | 6,89% | 35,29 ₹ | 5786,86 | 1 | 6 | 826,69 ₹ | 4,27% | 55,53% | 31,81% |
| Поиск_Нерабочее_время | | | | | | | | | | | |
| 01.январь | 166 | 10869 | 1,53% | 22,75 ₹ | 3776,07 | 4 | 0 | 944,02 ₹ | 2,41% | 38,04% | 21,76% |
| 01.февраль | 113 | 666 | 16,97% | 34,93 ₹ | 3946,87 | 1 | 0 | 3 946,87 ₹ | 0,88% | 52,75% | 34,17% |
| Поиск_Нерабочее_время - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.февраль | 126 | 837 | 15,05% | 19,73 ₹ | 2486,4 | 3 | 0 | 828,80 ₹ | 2,38% | 43,78% | 17,14% |
| 01.март | 124 | 1189 | 10,43% | 19,51 ₹ | 2419,05 | 1 | 0 | 2 419,05 ₹ | 0,81% | 48,22% | 15,58% |
| Поиск из директа (15.04.21)_Москва и область - Клики | | | | | | | | | | | |
| 01.апрель | 304 | 2971 | 10,23% | 29,31 ₹ | 8911,65 | 10 | 1 | 810,15 ₹ | 3,62% | 59,62% | 30,25% |
| Общий итог | 1662 | 42342 | 3,93% | 26,89 ₹ | 44689,64 | 62 | 9 | 629,43 ₹ | 4,27% | 51,52% | 21,87% |

Google – о разном.

1) Люди интересуются и отваливаются уже на сайте. Значит проблема есть и в том как и на чём подано предложение (сам сайт) клиенту.



Для тестирования сайта уже можно есть 2 варианта, например с одним экранном. Фокус заострить на:

- 1 вариант – с калькулятором, который видим.
- 2 вариант – с шапкой и формой обратной связи который наверху.

2) Или фактор сезонности, или в первой половине Апреля под фильтр (для которых реклама блокировалась) попало часть целевого сегмента. 15.04.21 отменив последние изменения, стали получать заказы.

Учитываю фактор сезонности так как в Феврале, сравнивая с показателями Ноября и Декабря мы были в плюсе. В Марте с этими настройками получили минус. Конечно в Марте были новые корректировки с дополнительными фильтрами блокирующими рекламу для новых сегментов. Но! Февраль горячий месяц, а Март уже нет и Вы об этом сами говорите. Это есть фактор сезонности.

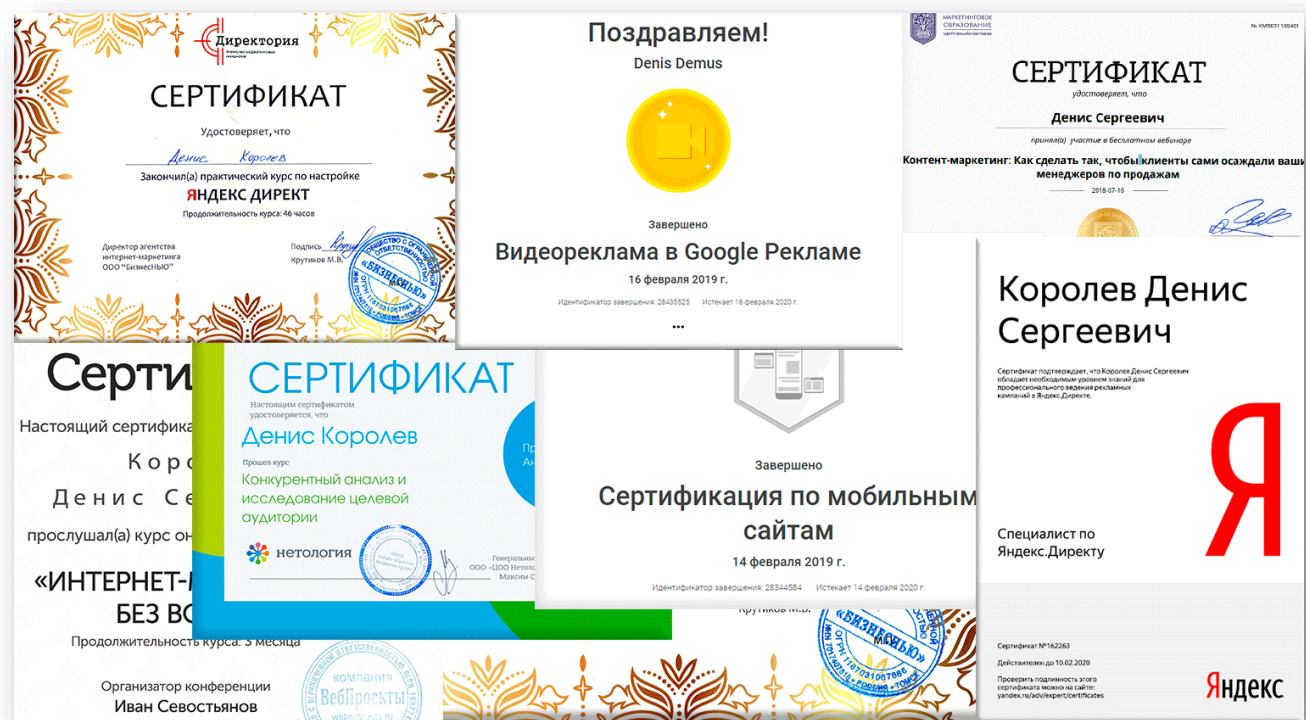
Из-за сезонности РК с Февральскими настройками была остановлена. Сделана копия и запущена новая РК с новыми настройками в Апреле. На 02.2022 года уже есть готовая РК и есть история изменений на Май и Апрель. Если не будет результатов на 02.2022, то удаляете изменения сделанные в 03.2021 и 04.2021 году.



Скидки

1. 12% приведи друга.
2. 10% при оплате на 3 мес.
3. 15% при оплате на 6 мес.
4. 25% при оплате на 24 мес.

Скидки действуют на услуги от 5000 руб.



Предлагаю услуги:

Реклама Яндекс, Google – настроить контекстную, баннерную, видео рекламу;

Сопровождение рекламы

Анализ рекламы

Анализ конкурентов;

Анализ сайта.

Work80@mail.ru ;

+7 (913) 782-32-61;

Skype: [ibc_nsk](https://www.skype.com/ibc_nsk);

vk.com/internetmarketnsk

<http://54seo.ru/>

<https://freelance.ru/Trydogolik>

[Сертификаты Интернет-маркетинга](#)

[Портфолио о работе с Контекстной рекламой](#)

[Отзывы в работе с рекламной на Яндекс и Google](#)