

В данной рекламной кампании была цель привлечь максимальной объем трафика по минимальной цене, при этом отфильтровывать только качественный трафик.

В итоге была достигнута минимальная цена клика – 0.01\$ и средний CTR - 9%

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего	Ср. цена клика	Ср. расход за день
07.05.2012	1935	110	5.68	1.18	0.01	1.18
08.05.2012	1877	100	5.33	1.04	0.01	1.04
09.05.2012	1945	138	7.10	1.42	0.01	1.42
10.05.2012	2393	93	3.89	1.00	0.01	1.00
11.05.2012	2444	63	2.58	0.74	0.01	0.74
12.05.2012	2337	126	5.39	1.28	0.01	1.28
13.05.2012	2529	131	5.18	1.40	0.01	1.40
14.05.2012	8450	1052	12.45	10.62	0.01	10.62
15.05.2012	11937	1576	13.20	15.88	0.01	15.88
16.05.2012	10947	1354	12.37	13.65	0.01	13.65
17.05.2012	7955	1003	12.61	10.10	0.01	10.10
18.05.2012	8921	1052	11.79	10.62	0.01	10.62
Итого:	73106	6881	9.41	70.16	0.01	4.39

При этом качество трафика оставалось на достаточно уровне:

Визиты ▼ ?	Просмотры ?	Отказы ?	Глубина просмотра ?	Время на сайте
18 879	50 676	52,1%	2,7	0:03:06
6 831	16 536	54,1%	2,4	0:03:04
401	1 378	41,6%	3,4	0:04:26

Эта рекламная кампания проводилась для турфирмы, было установлено 3 цели: «Переход на страницу оформления заказа», «Переход на запрос курорта» и «Фиксация посетителей находившихся больше 3х минут». Общая конверсия составила 30%, 15% от всех конверсий – ключевые, связанные с переходом на страницу заказа:



Goal Completions: 253

Goal Value: 34,00 \$

Goal Conversion Rate: 30,59 %

Total Abandonment Rate: 0,00 %

Переход на "Оформить заказ" (Goal1 Completions): 24

Провели более 3-х минут (Goal3 Completions): 215

Запрос курорта (Goal4 Completions): 13