



РгоДвижение

Краткий аудит основных настроек рекламных кампаний в Яндекс Директе.

Клиент ABC- Сервис

Контактное лицо Александр

Кампании

РСЯ скупка техники (№ 14546365)

Ремонт компов РСЯ (№ 14585813)

Так как ошибки и рекомендации одинаковые, аудит по двум кампания РСЯ общий.

1. Названы не очень удобно для навигации и аналитики

Рекомендации, как по кампании Ремонт компов

2. Уточнить настройку стратегия показов.

У вас настроена кампания для РСЯ по поведению. Настройте еще по тематическим площадкам.

Для тематических площадок

Выбираем стратегию кампании «Независимое управление площадками».

Отключаем поисковые площадки.

Выбираем максимально-допустимый охват.

Не учитывать предпочтения пользователей.

Для РСЯ по поведению

Выбираем стратегию кампании «Независимое управление площадками».

Отключаем поисковые площадки.

Выбираем максимально-допустимый охват.

Так как стратегии две. Нужно сделать 2 варианта РСЯ кампаний: по поведению и по тематическим площадкам.

2. Во всех объявлениях одна картинка. Стоит внести разнообразие.

Кроме того, мы рекомендуем на каждое объявление делать 2-3 картинки, чтобы ваше объявление не замыливалось глаз пользователя и привлекало внимание. В дальнейшем это позволяет провести тестирование и выбрать наиболее кликабельную картинку.

3. Рекомендуем настроить ретаргетинг. Это кампании, догоняющие пользователей. Вы показываете свою рекламу только тем посетителям, которые уже были у вас на сайте. Позволяет показывать объявление в течение 30 дней, например, тем, кто интересовался, но не сделал заказ.

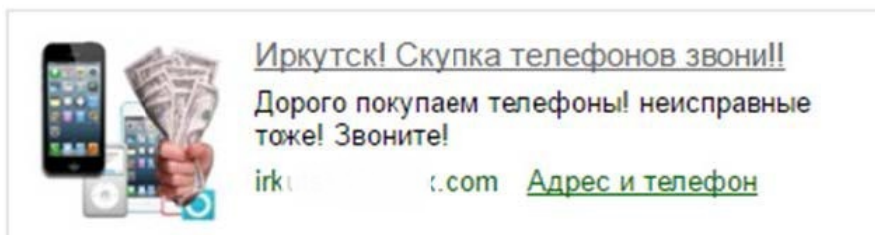


РгоДвижение

Объявления

1. Заголовок

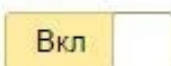
Нужно сделать более эмоциональным. Добавить фразы типа «Дорого и быстро!» «Нужны деньги? Звони!» «Дорого, быстро, самовывоз!»



В РСЯ другой принцип привлечения внимания. Заголовок уже не должен соответствовать фразе. Он должен привлекать внимание.

Если объявление показывается как постер, то текста вообще не видно. Вся надежда на заголовок

№ М-1252812288



Иркутск – из объявления убирайте, оно и так только в Иркутске будет показываться.

2. Поработать над быстрыми ссылками.

Вообще нет быстрых ссылок.

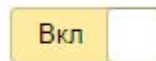
В них нет выгоды клиенту.

Не прописаны UTM-метки.



Продвижение

№ М-1260592198



Иркутск! Ремонт ноутбука от 200р.
АВС-сервис! Починим, настроим, поменяем экран на вашем ноутбуке. Звоните!
адрес и **Адрес и телефон**

Иркутск! Скупка телефонов звони!!
Дорого покупаем телефоны! неисправные тоже! Звоните!
irk...com **Адрес и телефон**

Рекомендации, как по кампании Ремонт компов

3. Нет визитки. Они расширяют объявление. Привлекает взгляд и вызывает доверие клиентов. Возможно кто-то вам решит сразу позвонить. Добавьте визитку.

4. Ключевые фразы.

В кампаниях присутствуют только прямые запросы. Совсем не собраны околоцелевые.

Например, человек ищет деньги – он ищет где взять небольшой кредит (так называемые быстрые кредиты)- а на площадке видит ваше объявление о скупке техники и решает продать свой ноут и не брать кредит, чтоб не платить проценты.

Т.е. Нужно создать кампанию для РСЯ по околоцелевым запросам.

Настройки кампаний

1. Мониторинг сайта не включен и без Яндекс Метрики эта функция не работает

Рекомендации, как по кампании Ремонт компов

В принципе счетчик Яндекс Метрики видимо есть, но он совершенно не настроен (даже время там установлено Лондон). Он не подключен корректно к кампаниям. Обратите на это внимание. Без аналитики управлять Директом практически невозможно.

Кратко рекомендации:

1. Структурировать кампанию
2. Создать РСЯ по тематическим площадкам
3. Создать РСЯ ретаргетинг
4. Создать РСЯ по околоцелевым запросам
5. Добавить в каждое объявление 2-3 картинки
6. Поработать с заголовком и текстом объявлений
7. Подключить корректно Метрику.