

Больше целевого трафика при уменьшенном бюджете

Исходные данные:

- Тематика: Производство оборудования для горизонтально – направленного бурения.
- Регион: Россия, Казахстан
- Рекламные системы: Яндекс.Директ (показы на поиске)
- Ключевые запросы: около 55
- Количество переходов: 696 за месяц
- Средняя стоимость перехода: 51,3 р.
- Стоимость (бюджет): 35 704 р.
- CTR = 6,85%

Цель:

Снизить рекламный бюджет приблизительно до 30 000 р. и повысить посещаемость сайта с поисковых площадок Яндекс.

Выполненные работы:

- Проанализированы поисковые запросы и добавлены минус слова.
- Написаны новые тексты объявлений с учетом ключевой фразы в заголовке и тексте объявления.
- Подобраны более информативные быстрые ссылки.
- Добавлены виртуальные визитки.
- Подобрана более эффективная стратегия для рекламной кампании.
- Рекламная кампания разделена на две для показов по разным направлениям деятельности и разным географическим таргетингам.

Результат:

- Ключевые запросы: около 55
- Количество переходов: 891 за месяц
- Средняя стоимость перехода: 30.73 р.
- Стоимость (бюджет): 27 380 р.
- CTR = 10,16%

Итоги:

Цель, оптимизация рекламных кампаний, была успешно достигнута за счет подбора более эффективной стратегии кампании и работы с текстами рекламных объявлений.

Нам удалось:

- Увеличить CTR на 48%
- Увеличить количество переходов: на 28%
- Уменьшить среднюю стоимость перехода: на 40%
- Уменьшить бюджет на 23%

Статистика кампании клиента за период с 31.05.2015 по 30.06.2015

период 31.05.15 - 30.06.15		Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход (y.e)	Ср. цена кг
Баннер		31.05.2015	135	10	7,41	13,31	1,33
		01.06.2015	446	40	8,97	63,23	1,58
		02.06.2015	401	20	4,99	35,73	1,79
		03.06.2015	518	29	5,6	59,12	2,04
		04.06.2015	197	5	2,54	1,97	0,39
		05.06.2015	213	9	4,23	22,82	2,54
		06.06.2015	171	16	9,36	19,07	1,19
		07.06.2015	258	19	7,36	25,94	1,37
		08.06.2015	500	31	6,2	94,22	3,04
		09.06.2015	580	34	5,86	48,7	1,43
		10.06.2015	428	31	7,24	60,8	1,96
		11.06.2015	297	18	6,06	25,68	1,43
		12.06.2015	137	11	8,03	8,26	0,75
		13.06.2015	132	11	8,33	7,29	0,66
		14.06.2015	179	18	10,06	18,01	1
		15.06.2015	438	42	9,59	58,92	1,4
		16.06.2015	468	33	7,05	44,21	1,34
		17.06.2015	337	27	8,01	75,14	2,78
		18.06.2015	354	23	6,5	60,33	2,62
		19.06.2015	382	31	8,12	56,2	1,81
		20.06.2015	191	14	7,33	15,25	1,09
		21.06.2015	213	13	6,1	16,78	1,29
		22.06.2015	484	30	6,2	48,2	1,61
		23.06.2015	447	26	5,82	53,6	2,06
		24.06.2015	431	29	6,73	41,87	1,44
		25.06.2015	413	31	7,51	65,1	2,1
		26.06.2015	376	33	8,78	49,59	1,5
		27.06.2015	128	6	4,69	9,6	1,6
		28.06.2015	182	16	8,79	24,91	1,56
		29.06.2015	430	25	5,81	42,72	1,71
		30.06.2015	288	15	5,21	23,98	1,6
		Итого:	10154	696	6,85	1190,55	1,71

Статистика кампании после внесения изменений, за период с 1.09.2015 по 30.09.2015

Всего по кампании	Ср. расход за месяц, руб.	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.
с 01.09.15 по 30.09.15	27 380.70	8767	891	10.16	27 380.70	30.73
Недействительные клики: 82 🔗						
Суммарные данные по кампании						
Дата ↑		<u>Показы</u>	<u>Клики</u>	<u>CTR (%)</u>	<u>Расход всего, руб.</u>	<u>Ср. цена клика, руб.</u>
сен 2015		8767	891	10.16	27 380.70	30.73
Итого		8767	891	10.16	27 380.70	30.73