

## Анализ рекламных кампаний для проекта: site.ru

1. Отсутствуют UTM-метки, что не дает корректно отслеживать эффективность РК



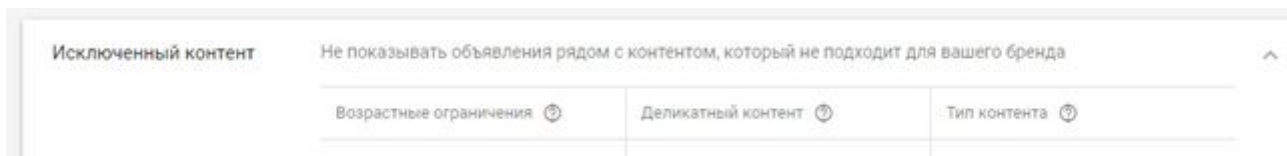
Параметры URL кампании

Шаблон отслеживания

Пример: `https://www.trackingtemplate.foo/?url={url}&id=5`

Шаблон отслеживания – это URL, с помощью которого учитываются клики по объявлению. Подробнее...

2. Нет исключений контента в КМС кампании, от чего показы могут быть не в релевантных местах.

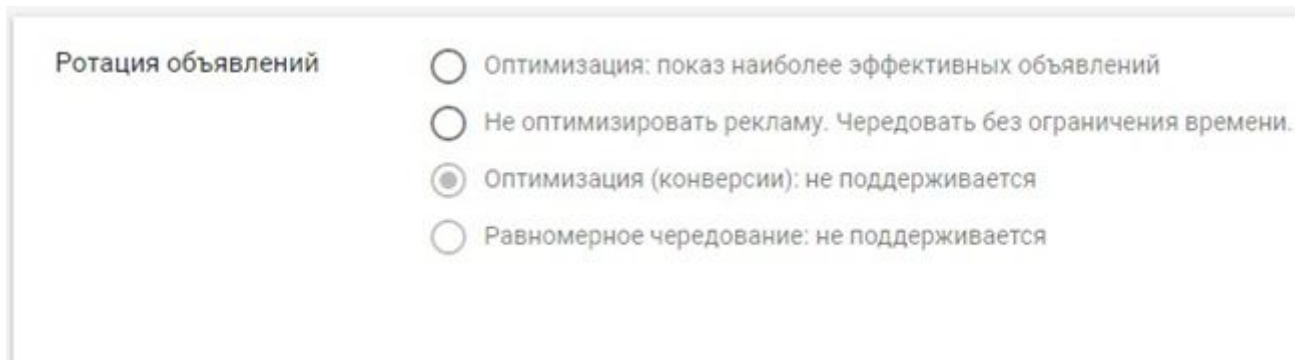


Исключенный контент

Не показывать объявления рядом с контентом, который не подходит для вашего бренда

Возрастные ограничения ⓘ	Деликатный контент ⓘ	Тип контента ⓘ
--------------------------	----------------------	----------------

3. Стоит неэффективная ротация показов, которая не позволяет произвести А/Б тестирование объявлений.



Ротация объявлений


- Оптимизация: показ наиболее эффективных объявлений
- Не оптимизировать рекламу. Чередовать без ограничения времени.
- Оптимизация (конверсии): не поддерживается
- Равномерное чередование: не поддерживается



4. В КМС кампании некликабельные объявления, в которых нет:


- призыва к действию
- конкурентного преимущества
- информационного посыла.


Также желательно вместо картинок проработать баннера.


КМС Краски > КМС краски по бетону/ ба...

Объекты объявления 

Изображение  Логотип (необязательно)  4:1


Краткий заголовок  
Краска по бетону  16/25


Длинный заголовок  
Краска по бетону. Для бассейнов. Обладает высокой степенью  73/90

Описание  
Высококачественная полиуретановая двухкомпонентная крас 

5. Ставки на оптимизаторе за конверсию малоэффективны и сливают бюджет намного быстрее.

Ставки Назначение цены за клик вручную

Увеличение числа конверсий с помощью Оптимизатора цены за конверсию 

[Изменить стратегию назначения ставок](#) 

6. Маленький трафик из-за ключевых слов только в фразовом соответствии.

"краска для  
бетонных  
полов"

"краска для  
бассейнов"

"краска для  
бетонного  
пола"

"полиуретановая  
краска для  
бетона"

7. В объявлениях не использованы все возможности интерфейса.

- слабо составленные объявления
- нет призыва к действию
- нет преимуществ

- не прописан 3 заголовок
- не прописан 2 описание.

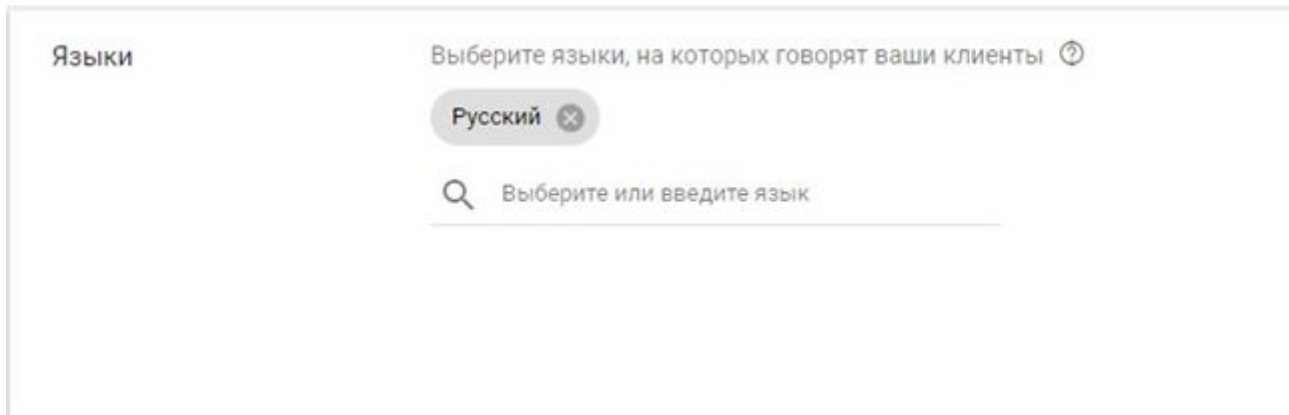
Заголовок 1	
Купить износостойкие краски	27/30
Заголовок 2	
для бетонных полов	18/30
Заголовок 3	НОВОЕ
Отображаемый путь	0/30
inpaints.com.ua / для бетонных / полов	
Описание 1	12/15 5/15
Идеально для покрытия бетонных полов, полов в складах, гаражах и мастерских.	76/90
Описание 2	НОВОЕ

8. В группах объявлений не отключены неэффективные объявления

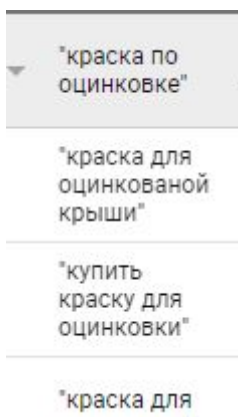
9. Дополнительные ссылки прописаны без описания, из-за этого в выдаче мы теряем пространство и наше объявление смотрится меньше.

Дополнительная ссылка	
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Эпоксидные краски</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Краска для стали</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Краска для оцинковки</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Хлоркаучуковые краски</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Краска для алюминия</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Алкидно-виниловые краски</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Алкидные краски</a>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Полеуритановые краски</a>

10. Во многих кампаниях указан только один язык, от чего клиенты у которых по умолчанию в браузере стоит другой язык не видят объявлений.

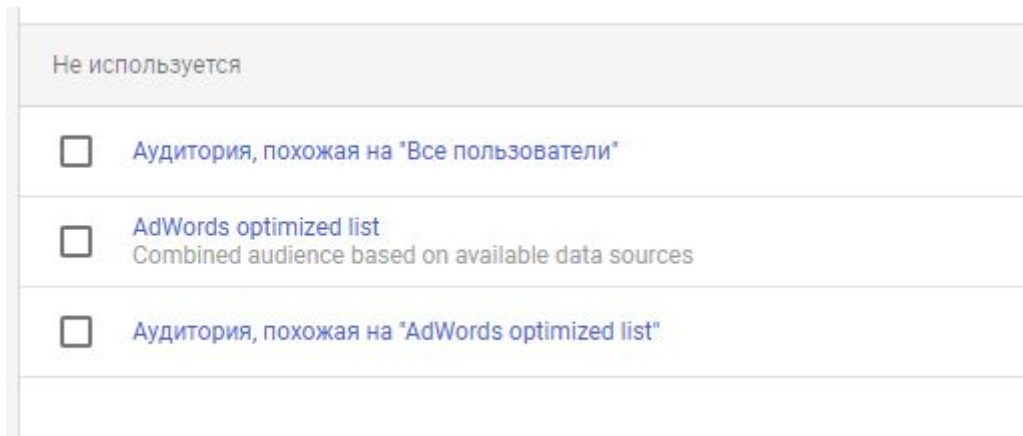


11. Все ключевые запросы выставлены в фразовом соответствии, потому большая часть трафика теряется.



12. Некорректно оформленные объявления. Не прописан дополнительный путь в ссылки объявления

13. Маленький список аудиторий. Из-за этого нельзя создавать кампании под определенную группу и делать для них спецпредложения



14. Некоторые объявления ведут на главную страницу, а не на конкретную услугу.

## Анализ сайта / Анализ ниши

1. Поверхностный юзабилити анализ сайта. Смотрим на формы обратной связи, удобство использования сайта, контент, количество ассортимента и прочие факторы, которые влияют на решение клиента при оформлении заявки/заказа.
2. Ниша перегретая, цена клика достаточно высокая.
3. ...

## Стратегия

**Регион:** Кампании делим по Москве, МО и по остальной РФ

**Категория:** Краски

**Рекомендации:**

- Исключение мест размещений в рекламных кампаниях РСЯ и КМС позволит сэкономить до 30% рекламного бюджета
- Работа с расширениями объявлений, добавление УТП и привлекательных текстов объявлений помогут повысить кликабельность объявлений и снизить среднюю стоимость перехода на 10-15%
- Проработка СЯ кампаний, типов соответствия и минус слов могут повысить охват пользователей на 20-30%

**Стоимость оптимизации и ведения 16 000 руб/мес**

**- скидка 2 000 рублей**

**Стоимость оптимизации и ведения 14 000 руб/мес**

Если вы хотите заказать  
ведение РК  
свяжитесь со мной!

**Мельник Анастасия**

Менеджер по развитию бизнеса

Email: a.melnik@weblinpromo.ru

Phone: + 7 (499) 577 02 31

Skype: kira\_assa

Telegram: @kira\_assa

