

Я Реклама

Кому подойдет
контекстная
реклама



Цель и задачи урока

Цель урока

Понять, кому стоит запускать контекстную рекламу

Задачи урока

- Разобраться, какие задачи решает контекстная реклама
- Понять, в чем преимущества контекстной рекламы перед другими источниками трафика
- Узнать, как оценивать эффективность контекстной рекламы

Роль в интернет-маркетинге

Контекстная реклама является частью performance-маркетинга

- ✓ Основная цель performance-маркетинга — достижение финансово измеримых результатов в короткие сроки
- ✓ Роль контекстной рекламы — получить как можно больше целевого трафика на сайт, где посетители конвертируются в покупателей

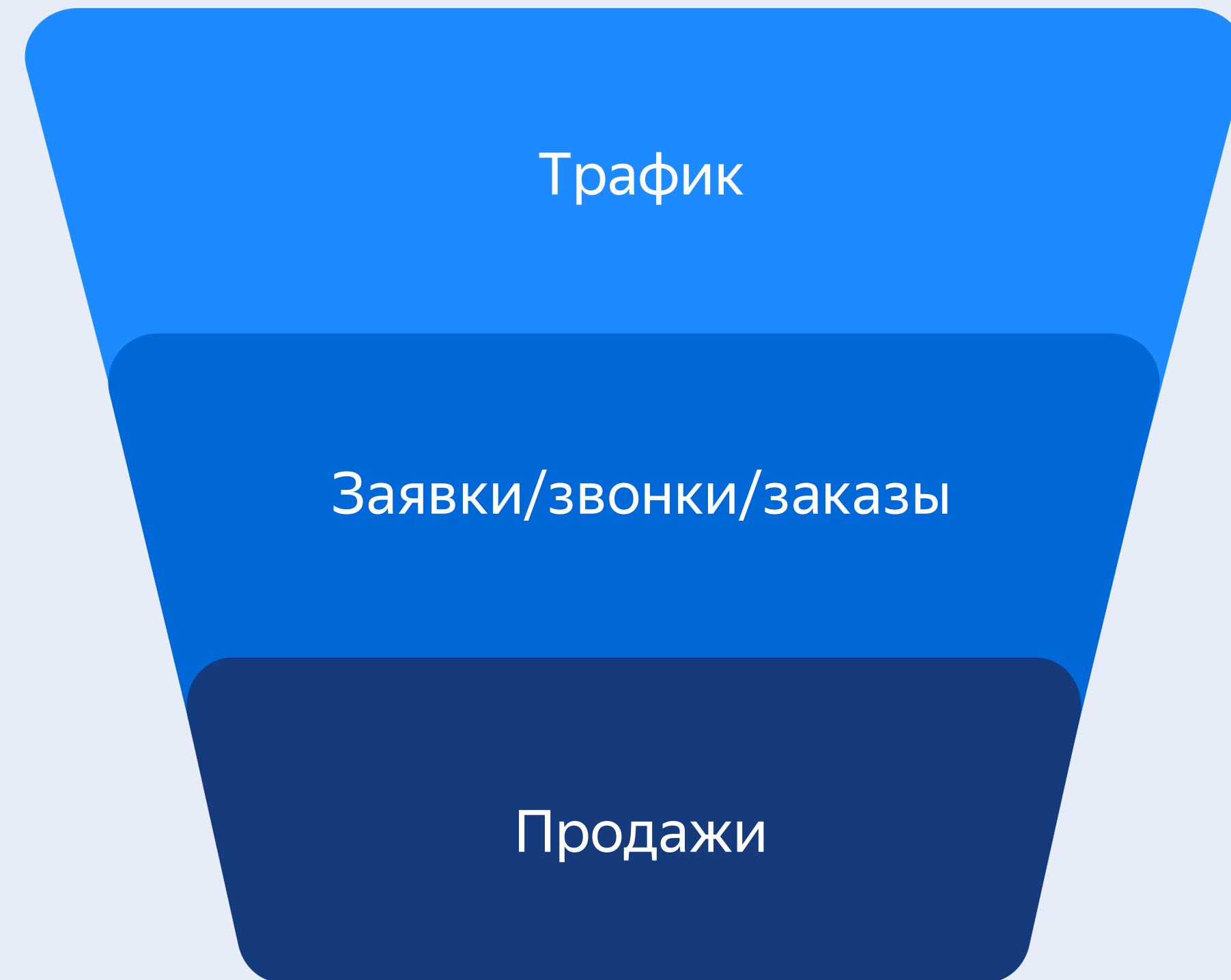
Всего с 01.02.22 по 08.02.22	1 963 560	132 597	799 739.81
Возраст ▲	Показы	Клики	Расход всего, руб.
младше 18	8 236	2 321	13 073.00
от 18 до 24	90 136	10 631	80 096.81
от 25 до 34	146 910	22 831	181 061.93
от 35 до 44	192 002	25 830	187 750.09
от 45 до 54	273 333	22 835	140 497.06
старше 55	1 252 943	48 149	197 260.92

Задачи контекстной рекламы

Задачи, которые решает контекстная реклама

1. Привлечение трафика на сайт или в приложение
2. Получение заявок/звонков/заказов
3. Получение продаж через сайт или приложение

Воронка продаж



Кому подходит контекстная реклама

Подходящие условия

01

Есть сайт (или приложение),
на котором представлены
товар или услуга

02

Есть устойчивый спрос
на товар или услугу

03

Необходимо запустить
рекламу в короткие сроки
(опционально)

04

Товар/услуга не нарушают
местное законодательство

05

Товар или услуга соответствуют
требованиям площадки
для размещения объявлений

Пример с тремя рекламодателями

Кому точно подойдет контекстная реклама

- Магазин электроники
- Застройщик жилой недвижимости
- Юридические услуги

Кому может не подойти контекстная реклама

- Тренинги личностного роста
- Школа тенниса
- Магазин фарфоровой посуды

Преимущества контекстной рекламы

- ✓ Результаты традиционной рекламы не всегда легко оценить, а эффективность интернет-кампаний можно отслеживать и анализировать
- ✓ Рекламодатели могут платить только тогда, когда пользователи кликают на объявление
- ✓ В Яндекс Директе всем рекламодателям доступна возможность платить не за трафик, а за результат в виде конверсий

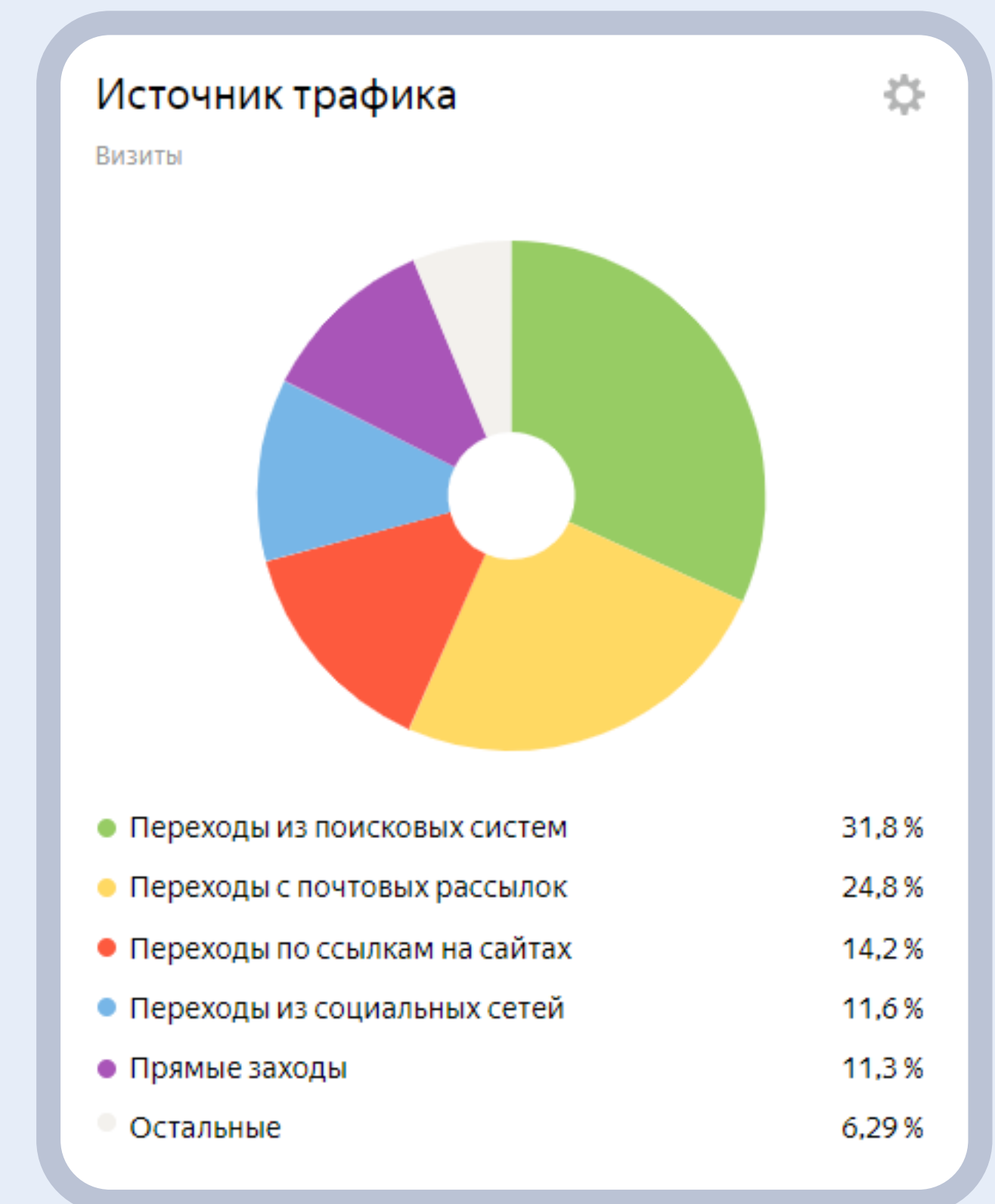
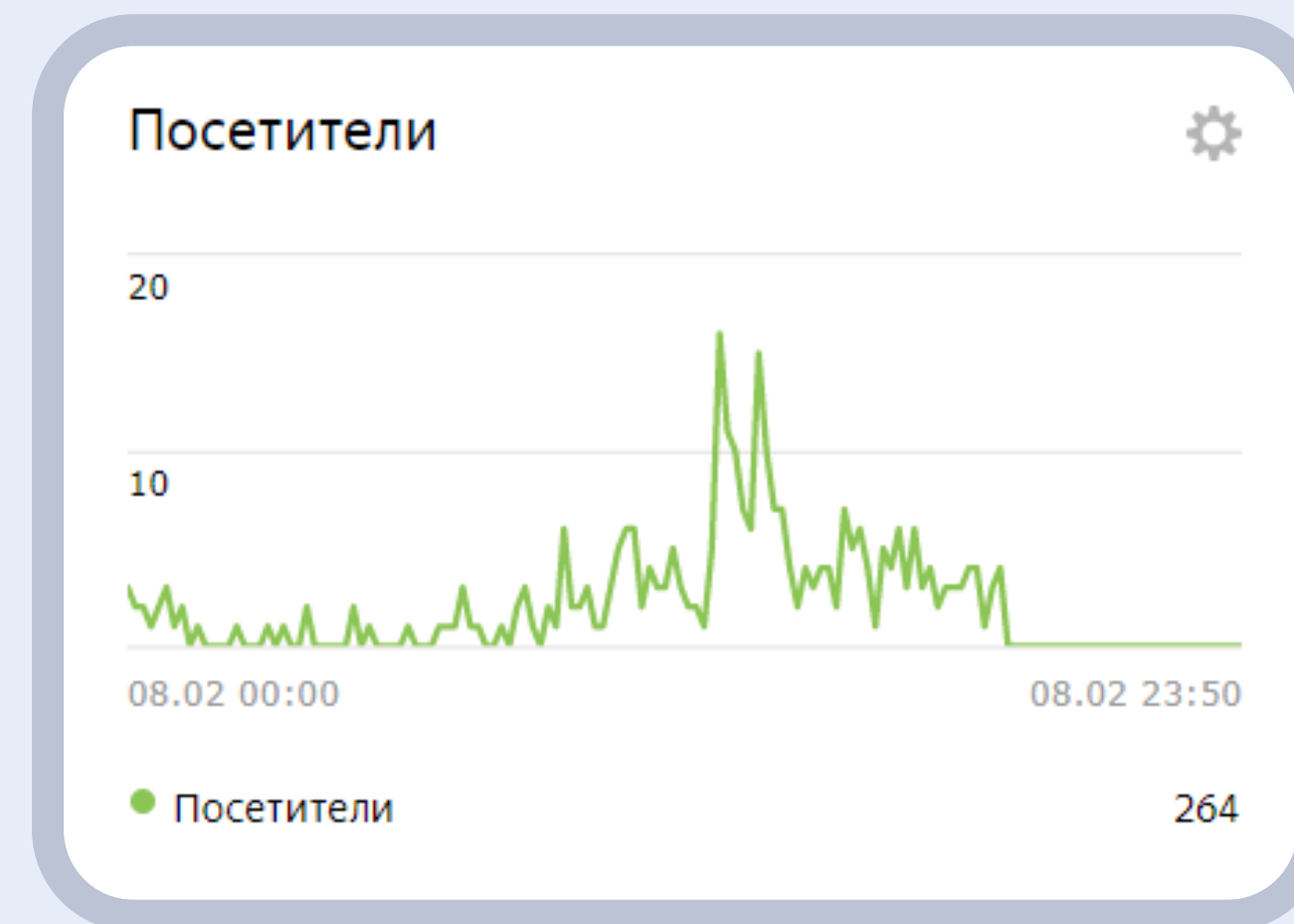
Всего с 01.06.20 по 31.08.20	907 105	18 112	1 013 824.64
Возраст ▲	Показы	Клики	Расход всего, руб.
не определен	172 073	779	33 227.41
младше 18	6 779	210	9 309.19
от 18 до 24	38 223	886	51 584.47
от 25 до 34	200 632	4 201	241 338.81
от 35 до 44	220 031	4 749	268 613.54
от 45 до 54	147 502	3 662	206 969.61
старше 55	121 865	3 625	202 781.62

Как отслеживается эффективность контекстной рекламы в Яндекс

Яндекс Метрика

Бесплатный онлайн-сервис Яндекса, который предназначен для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей

- Позволяет строить отчеты о посетителях сайта на основе множества параметров и показателей
- Устанавливается веб-мастером на страницах сайта и собирает данные о каждом посещении



Какие еще инструменты используются для анализа

CRM (Customer Relationship Management)

Сервисы для обработки заказов, повышения продаж, улучшения обслуживания клиентов и других целей. Также они хранят информацию о клиентах и истории взаимоотношений с ними

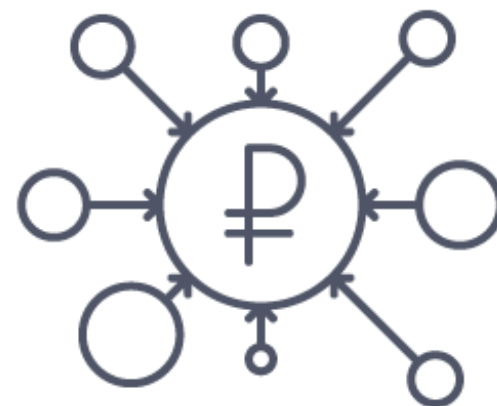
Коллтрекинг

Сервисы, которые подменяют номер телефона на месте его размещения. Входящий звонок переадресовывается с подменного номера на основной. По тому, на какой номер подмены совершен звонок, становится понятно, где была показана реклама, принеся этот звонок

Что дает аналитика



Понимание того, кто наша аудитория, которая посещает сайт, как она себя ведет на нем



Понимание, какие источники трафика и кампании эффективны, а какие нет



Понимание, как можно оптимизировать рекламные кампании

Выводы

01

Контекстная реклама работает на нижние этапы воронки продаж, позволяя привлекать заявки от теплой аудитории.

По этой причине она подходит там, где спрос уже устоялся

02

В контекстной рекламе есть много измеримых показателей и можно с точностью до рубля посчитать, например, во сколько в среднем обходится 1 заявка или какая рекламная кампания работает эффективнее других (и насколько)

03

Для анализа поведения пользователей можно использовать специальные инструменты, например, Яндекс Метрику.

Для анализа других поведенческих факторов могут использоваться иные системы

