



АУДИТ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Рекламных кампаний
№

31627950, 31627970

Клиент (логин)

avtoyurist-dv@yandex.ru

на Яндекс.
Директ

СОДЕРЖАНИЕ АУДИТА

1

Минус-
слова



- Оценка полноты подбора минус-слов
- Выявление дублирующихся ключевых запросов и кроссминусация

2

Объявлени
я



- Оценка структуры и релевантности объявлений
- АВ-тестирование
- Проверка на наличие расширений (быстрые ссылки, отображаемые ссылки, уточнения, виртуальные визитки, видеодополнения, картинки и т.д.)
- Проверка на наличие расширений (картинки широкоформатные для рекламной сети Яндекса)
- Группы объявлений со статусом «Мало показов»
- Мобильные объявления
- Графические объявления

3

Системы
аналитики



- Проверка наличия счетчиков Google Analytics и Яндекс.Метрики
- Call Tracking

4

Управления
ставками



- Корректировка ставок по типу устройств
- Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

5

Наши услуги



- Услуги и сроки

МИНУС-СЛОВА



1.1. МИНУС-СЛОВА

Оценка полноты подбора минус-слов



Для некоторых ключевых запросов подобраны не все необходимые минус-слова. Например объявление № М-5081249613 из РК «Поиск Возврат прав общие» № 31627950

показывается по таким нецелевым запросам как:

Статистика по словам	Показов в месяц
вернуть крепостное право, вернуть крепостное право +в россии	9
видео вернуть права	1
вернуть права админа	5

Прогноз показов в месяц – **85**

Чтобы уточнить ключевую фразу, отметьте нужные минус-слова.
Добавление минус-слова к фразе исключает показ объявления по всем запросам, содержащим это слово.

Минус-слово Примеры запросов с минус-словом

<input type="checkbox"/> -крепостной 9 показов в месяц	вернуть крепостное право, вернуть крепостное право +в россии
<input type="checkbox"/> -медосвидетельствование 8 показов в месяц	отказ +от медосвидетельствования вернуть права, вернуть права после отказа +от медосвидетельствования, +как вернуть права после медосвидетельствования
<input type="checkbox"/> -лишать 8 показов в месяц	вернуть лишённые права, лишили +как вернуть права, вернуть права лишённым +за пьянку, лишили водительских прав вернуть, лишили прав +за пьянку +как вернуть
<input type="checkbox"/> -через 6 показов в месяц	вернуть права через суд
<input type="checkbox"/> -отказ	вернем права +за отказ. вернуть права после отказа. отказ +от



Люди набирающие эти запросы не являются вашими клиентами, для них необходимо исключить показы вашей рекламы. Для этого следует добавить минус-слова: - крепостной - админ - видео

1.2. МИНУС-СЛОВА

Выявление дублирующихся ключевых запросов и кроссминусация



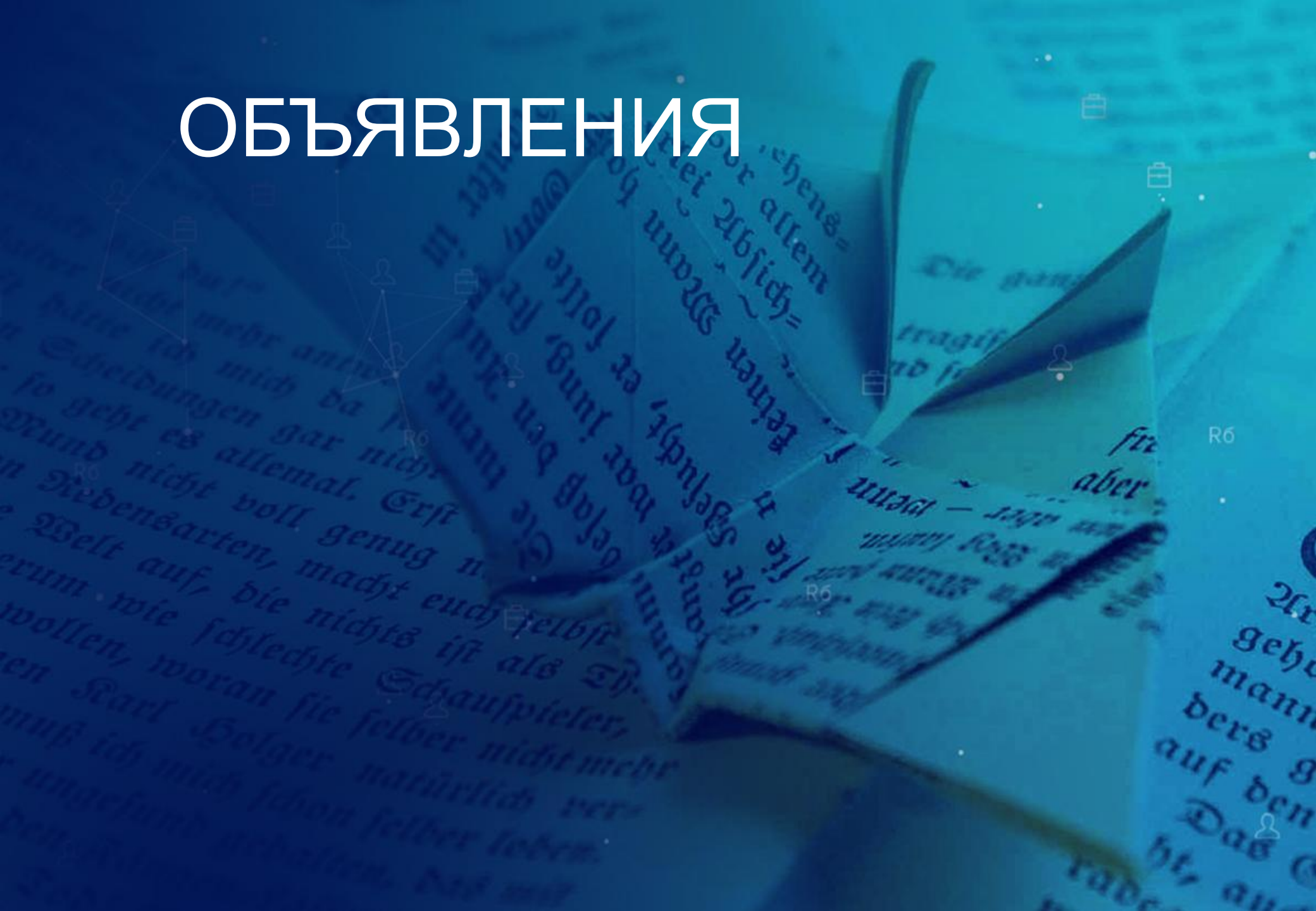
Некоторые ключевые слова не заминусованы друг с другом на предмет пересечения, а это значит, что вы не всегда будете показываться по самому релевантному объявлению.

Так же некоторые ключевые запросы в рекламных кампаниях продублированы несколько раз. Дубли необходимо удалить.

Номер группы	Слова	Минус-слова	Действие
3064673810	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3072963183	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673812	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673815	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673813	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673808	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673814	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673818	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673816	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу
3064673809	—autotargeting		<input checked="" type="checkbox"/> Удалить фразу

Применить Отмена

ОБЪЯВЛЕНИЯ



2.1. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Оценка структуры и релевантности объявлений

Многие ключевые запросы объединены в одно объявление. Следует создавать для каждого ключевого запроса отдельное объявление, в заголовке и тексте которого будет дублироваться текст ключевого запроса. Для таких объявлений произойдет автоматическое снижение цены клика, а само объявление будет выделяться жирным шрифтом при показе на поиске Яндекса, что сделает его более заметным.



Рассмотрим пример влияния текста объявления на цену клика. Возьмем ключевой запрос **!вернуть !права +за !пьянку**

Группа 3064673809

Возврат прав общие 2 2 объявл. >



№ М-5081249611

Лишают прав За пьяную езду? – Вернем!-Гарантия!- Звоните!

Вернем права! Защитим в суде
Законно докажем невиновность
Договор! Гарантия! Звоните!

[↩ Адрес и телефон](#)
автоюрист-дв.рф/Возврат-прав / 📍



Базовый вид **На поиске** На устройстве  

Поможем вернуть права за пьянку – Защитим в суде!

Более 10 лет практики Индивидуальный подход Высокий % выигрышей
автоюрист-дв.рф/Возврат-прав Реклама

Поможем вернуть права за пьянку Законно докажем невиновность Договор!
Гарантия! Звон

Опыт юристов более 10 лет · Индивидуальный подход
Контактная информация · +7 (908) 460-17-60 · Пн-вс 7:00-21:00 · Владивосток

Ключевые фразы

!вернуть !права +за !пьянку



111	560.90	60.30
100	81.90	28.80
75	28.70	17.00
15	16.50	7.10
5	0.40	0.40

111	334.20	45.90
100	56.30	27.90
75	28.50	21.70
15	20.80	11.20
5	1.70	1.70

2.2. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Проверка на наличие дополнительных вариантов объявлений (АВ-тест)

В объявлениях отсутствует второй вариант рекламного объявления. Чтобы получить максимальную эффективность, рекомендуется тестировать различные варианты рекламных объявлений (например, формулировки УТП в тексте, посадочные страницы, расширения и т.д.). АВ-тест позволит выявить какой вариант объявления наиболее привлекателен, приносит на сайт больше целевой аудитории.

Лишают прав За пьяную езду?

Вернем права! Защитим в суде Законно докажем невиновность
Договор! Гарантия! Звоните!

[↗ Адрес и телефон](#) автоюрист-дв.рф/Возврат-прав / 📍 ⓘ

Дополнения:
быстрые ссылки, уточнения

№ М-5081249612

Вкл

Лишают прав За пьяную езду?

Вернем права! Защитим в суде Законно докажем невиновность
Договор! Гарантия! Звоните!

[↗ Адрес и телефон](#) автоюрист-дв.рф/Возврат-прав / 📍 ⓘ

Дополнения:
быстрые ссылки, уточнения

№ М-5968825454

Вкл

Лишают прав За пьяную езду?

Помощь в возврате водительских прав! До суда и после! Опыт
более 10 лет! Звоните!

[↗ Адрес и телефон](#) автоюрист-дв.рф/вернем-права / 📍 ⓘ

Удалить

2.3. ОБЪЯВЛЕНИЯ


Проверка на наличие расширений (быстрые ссылки, **отображаемые ссылки**, уточнения, виртуальные визитки, видеодополнения, картинки и т.д.)

В объявлениях отсутствуют расширения: картинки для поиска.




Рассмотрим, как ваше объявление выглядит сейчас, и как может выглядеть с расширениями.

Объявление без расширений



Лишают прав За пьяную езду?
Вернем права! Защитим в суде
Законно докажем невиновность
Договор! Гарантия! Звоните!
[↗ Адрес и телефон](#)
автоюрис-дв.рф / 📍 ?

Объявление с расширениями



Лишают прав За пьяную езду?
Вернем права! Защитим в суде
Законно докажем невиновность
Договор! Гарантия! Звоните!
[↗ Адрес и телефон](#)
автоюрис-дв.рф / 📍 ?



Наличие расширений делает объявления существенно заметнее, повышает кликабельность и как следствие снижает цену клика.

2.4. ОБЪЯВЛЕНИЯ


Проверка на наличие расширений (быстрые ссылки, **отображаемые ссылки**, уточнения, виртуальные визитки, видеодополнения, картинки и т.д.)

В объявлениях отсутствуют широкоформатные изображения для рекламной сети Яндекса.




Для того, чтобы ваши объявления с изображениями показывались на всех доступных площадках, рекомендуется создавать два варианта каждого объявления.

Одно со стандартным изображением, другое – с широкоформатным



Лишают прав? Вернем! Гарантия!
Помощь в возврате водительского!
До и после суда! Договор! Гарантия
Звоните!
📍 [Адрес и телефон](#)
автоюрист-дв.рф / 📞 ?



Лишают прав? Вернем! Гарантия!
Помощь в возврате водительского! До и после
суда! Договор! Гарантия Звоните!
📍 [Адрес и телефон](#) автоюрист-дв.рф / 📞 ?



**Размер широкоформатных изображений –
от 1080 × 607
до 5000 × 2812 пикселей**

[https://yandex.ru/support/direct/features/images.ht
ml](https://yandex.ru/support/direct/features/images.html)

2.5. ОБЪЯВЛЕНИЯ

Группы объявлений со статусом «Мало показов»



В РК «Поиск Возврат прав общие» № 31627950 некоторым группам объявлений присвоен статус **Мало показов**

<https://yandex.ru/adv/news/malo-pokazov-novyy-status-dlya-grupp-obyavleniy-v-direkte>
Это означает, что такое **объявление показывается очень редко или вообще не показывается**

и из-за этого **теряется часть трафика.**



**Следует такие объявления объединять в группы, в заголовке прописывать шаблон,
а в ссылке при необходимости динамические параметры {param1} и {param2}
(в том случае, если ссылки у всех объявлений разные)**

<https://yandex.ru/support/direct/statistics/url-tags.html>

Группа 3064673816

Возврат прав общие 9 — 2 объявл. >

№ М-5081249625

Возврат прав До и после суда! - Опьянение? Отказ? Звони!
Вернем права! Защитим в суде
Законно докажем невиновность
Договор! Гарантия! Звоните!
[Адрес и телефон](#)
автоюрист-дв.рф/Возврат-прав / 📞

Регионы показа: Приморский край

Дополнения:
быстрые ссылки, уточнения

Мало показов по данной группе. Попробуйте изменить настройки [Подробнее](#)

Условия показа	Показы	Клики	CTR	Объём трафика	Прогноз ставки, руб.	Спис. цена, руб.	Ставка, руб.
Для группы могут быть применены корректировки ставок до -100% ?							
Ключевые фразы							Для всего объявления: <input type="text"/>
							Для всех ключевых фраз: <input type="text"/>

2.6. Мобильные объявления

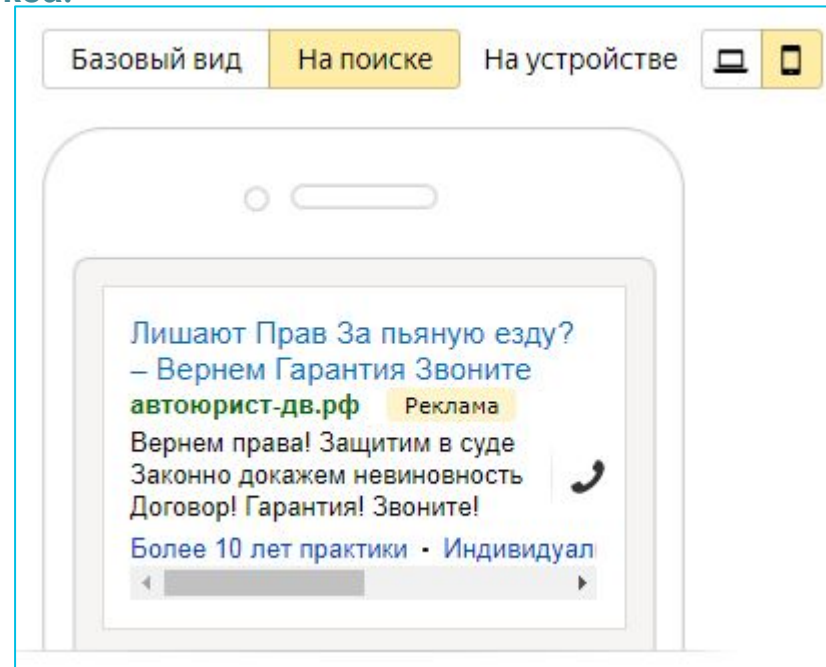


В данный момент в РК отсутствуют мобильные объявления. Для того, чтобы система корректно распределяла показы на мобильных устройствах и компьютерах, а также для корректировки расходов **лучше создавать 2 типа объявлений: «обычное» и мобильное.**



Если вы добавите к своим объявлениям виртуальную визитку, то пользователи смогут быстро с вами связаться. Чтобы позвонить, достаточно нажать значок телефонной трубки.

Пример показов мобильного объявления в выдаче Яндекса:



2.7. Графические объявления



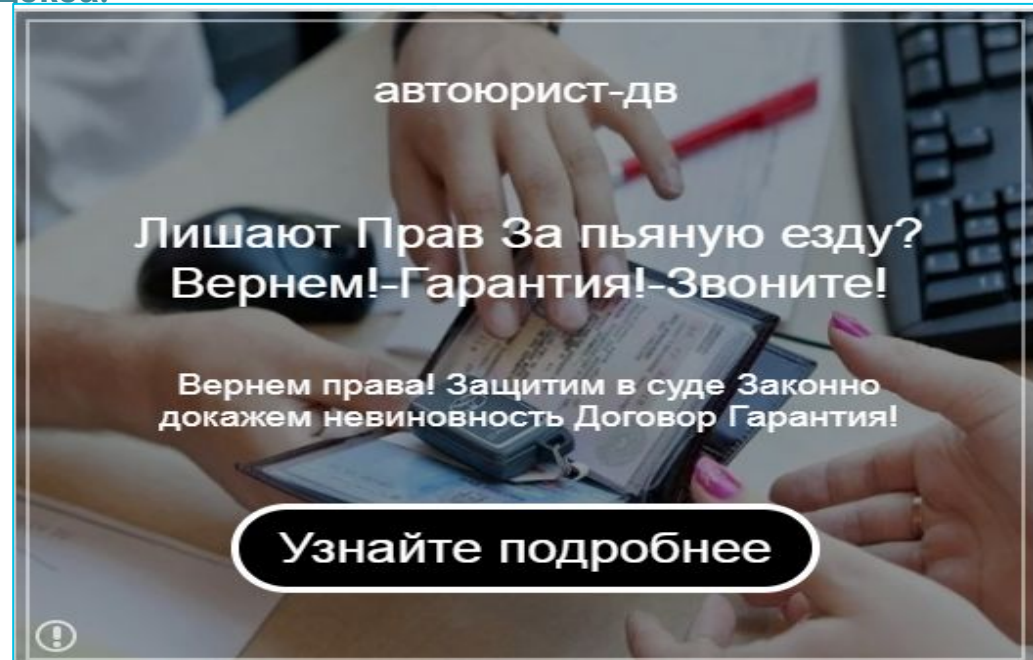
В данный момент в РК отсутствуют графические объявления для поиска и сетей. Они выглядят как изображения, клики по которым ведут на сайт рекламодателя, и позволяют эффективно сочетать преимущества медийного воздействия и технологии контекстной рекламы.



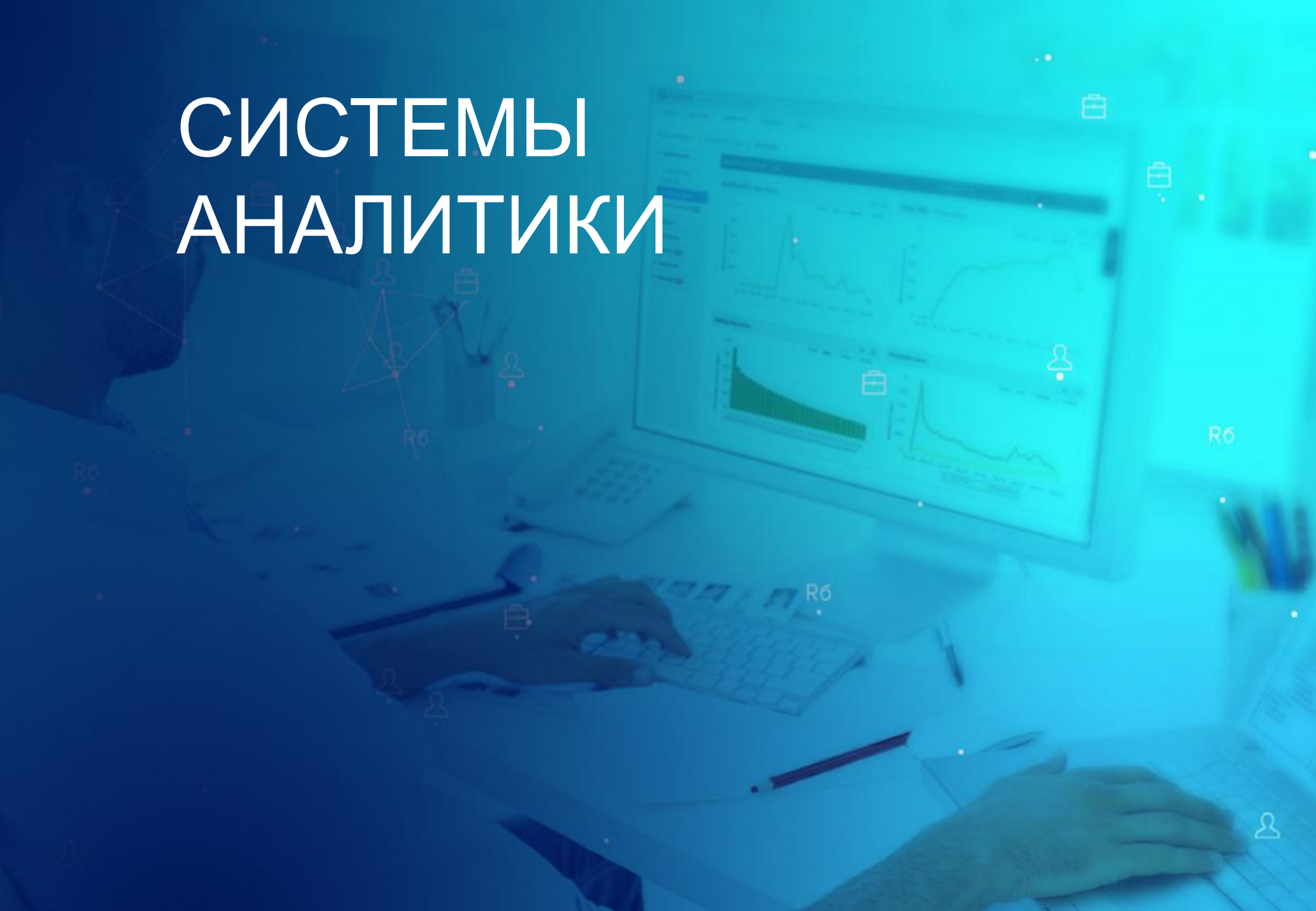
Чем большему количеству площадок подходит ваша реклама, тем чаще она может отбираться для показа. Графические объявления можно создать в различных форматах, которые подойдут под разные места размещения. Это сильно увеличивает шансы на хороший охват в сетях. Графические объявления помогут сформировать отношение к бренду и создать нужные ассоциации – провязать эмоции пользователей с компанией или продуктом.



Пример показов графических объявления в рекламной сети Яндекса:

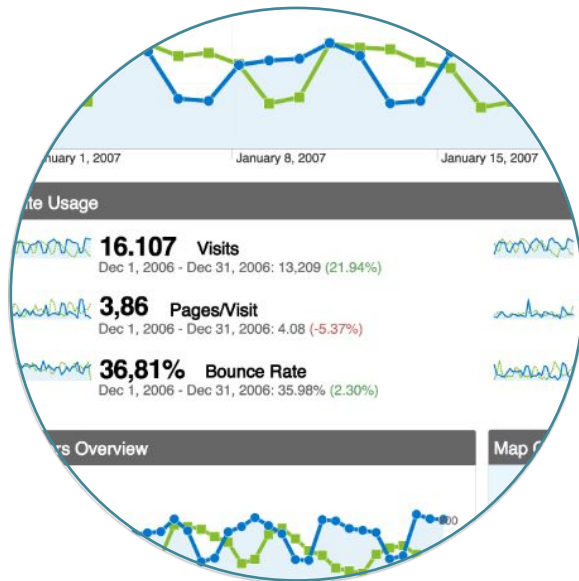


СИСТЕМЫ АНАЛИТИКИ



3.1. СИСТЕМЫ АНАЛИТИКИ

Проверка наличия счетчиков Google Analytics и Яндекс.Метрики



Google Analytics

Рекомендуем установить счетчик Google Analytics.

Он собирает более точную информацию чем Яндекс.Метрика по отложенной конверсии, то есть, по достижениям цели, где источник выбранный, например, Яндекс.Директ, был не последним источником перед продажей, а промежуточным (первым например, или в середине).

3.2. СИСТЕМЫ АНАЛИТИКИ

Call Tracking



Учитывая, что в такой тематике наверняка есть конверсионные звонки, то очень желательно установить динамический кол-трекинг, который позволит Вам **отслеживать звонки по каждой ключевой фразе**, выявить наиболее эффективные и перспективные из них, что важно учитывать при дальнейшей оптимизации РК, а также, появится возможность прослушивать все звонки.

Система работает следующим образом:

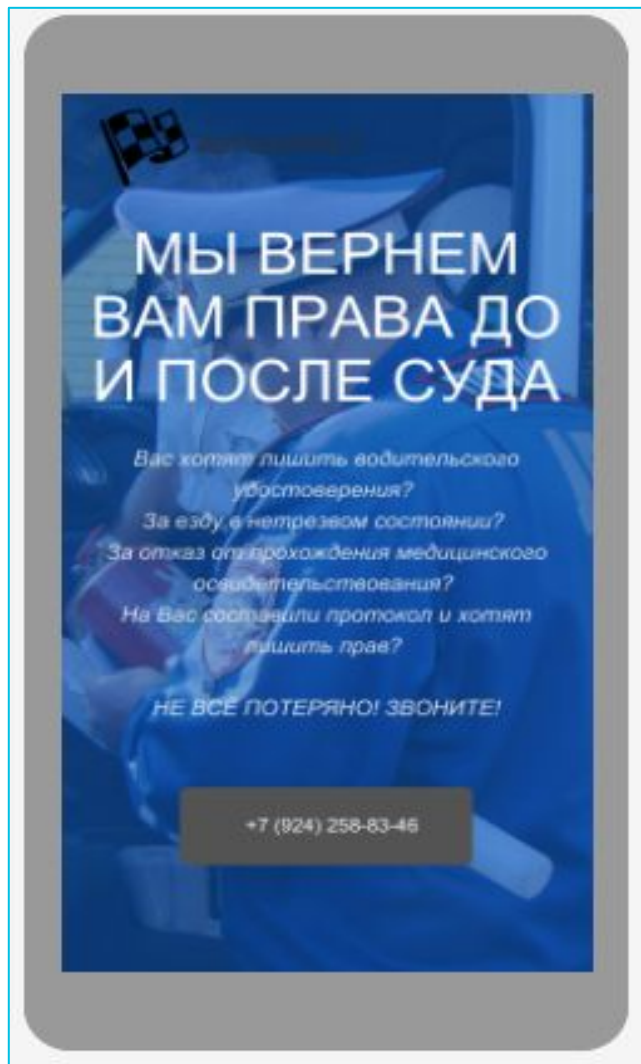
- Устанавливается код на сайт.
- Размечается рекламная кампания utm-метками.
- Каждому посетителю на сайте выделяется номер телефона из динамического пула.
- При наборе номера, высвеченного на сайте, происходит переадресация на ваш телефон.
- Система фиксирует звонок, источник и ключевик.

УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ



4.1. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Корректировка ставок по типу устройств




Ваш сайт оптимизирован для показа на мобильных устройствах. Используйте это преимущество перед конкурентами.


Рекомендуется повысить ставки на 10-20% на эти устройства.

Проверено 11 июл. 2018 г. в 18:24

**Страница оптимизирована
для мобильных устройств**

Эта страница оптимизирована для мобильных устройств



 ДОБАВИТЬ В GOOGLE

4.2. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)



Увеличение количества продаж



Увеличение количества продаж на 24% при росте CPA на 15%

Сокращение рекламного бюджета

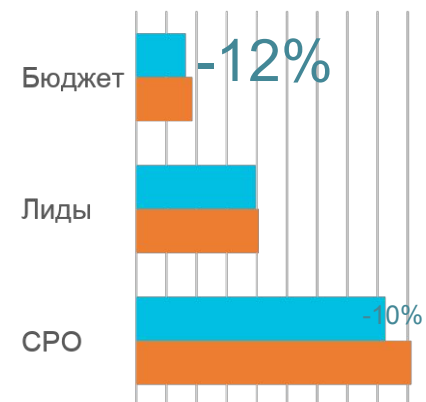


Сохранение продаж при сокращении CPA на 10% и рекламного бюджета на 12%

R-брокер разработал уникальный аналитический алгоритм, который позволяет по заданному CPA рассчитать стратегию назначения ставок.

Для анализируемых РК интерес представляют 2 стратегии.

■ Прогноз ■ Факт



4.2. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

Стратегия 1: Увеличение количества продаж на 24% при росте CPA на 15%

Фразы (>3) = Конверсионные фразы: >3 продаж за 30 дней. Стратегия: максимальные ставки, в пределах заданного CPA.

Фразы (1-3) = Неопределённые фразы: 1-3 продажи за 30 дней. Стратегия: подбор ставок, с учётом риска прекращения продаж.

Фразы (0) = Неконверсионные фразы: 0 продаж за 30 дней. Стратегия: максимум кликов, при условии удержания заданного CPA всей рекламной кампании.

	СРО	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
Прогноз R-брокер	537	266	142 728	27	5 215
Сравните с фактом	456	203	92 550	23	4 000

По сегментам	План CPA		R-мах	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
R-мах фраз (>3)	550	Прогноз	28	265	141 459	28	5 131
		Факт		199	86 278	23	3 792
R-мах фраз (1-3)	500	Прогноз	13	1	376	13	30
		Факт		4	2 455	32	77
R-мах фраз (0)	650	Прогноз	133	-	893	16	55
		Факт			3 817	29	131



Если отчет построить невозможно, то показать пример отчета и сроки – когда и при каких условиях мы сможем клиенту его подготовить.

4.2. УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

Стратегия 2: Сохранение количества продаж при сокращении CPA на 10% и бюджета на 12%

Фразы (>3) = Конверсионные фразы: >3 продаж за 30 дней. Стратегия: максимальные ставки, в пределах заданного CPA.

Фразы (1-3) = Неопределённые фразы: 1-3 продажи за 30 дней. Стратегия: подбор ставок, с учётом риска прекращения продаж.

Фразы (0) = Неконверсионные фразы: 0 продаж за 30 дней. Стратегия: максимум кликов, при условии удержания заданного CPA всей рекламной кампании.

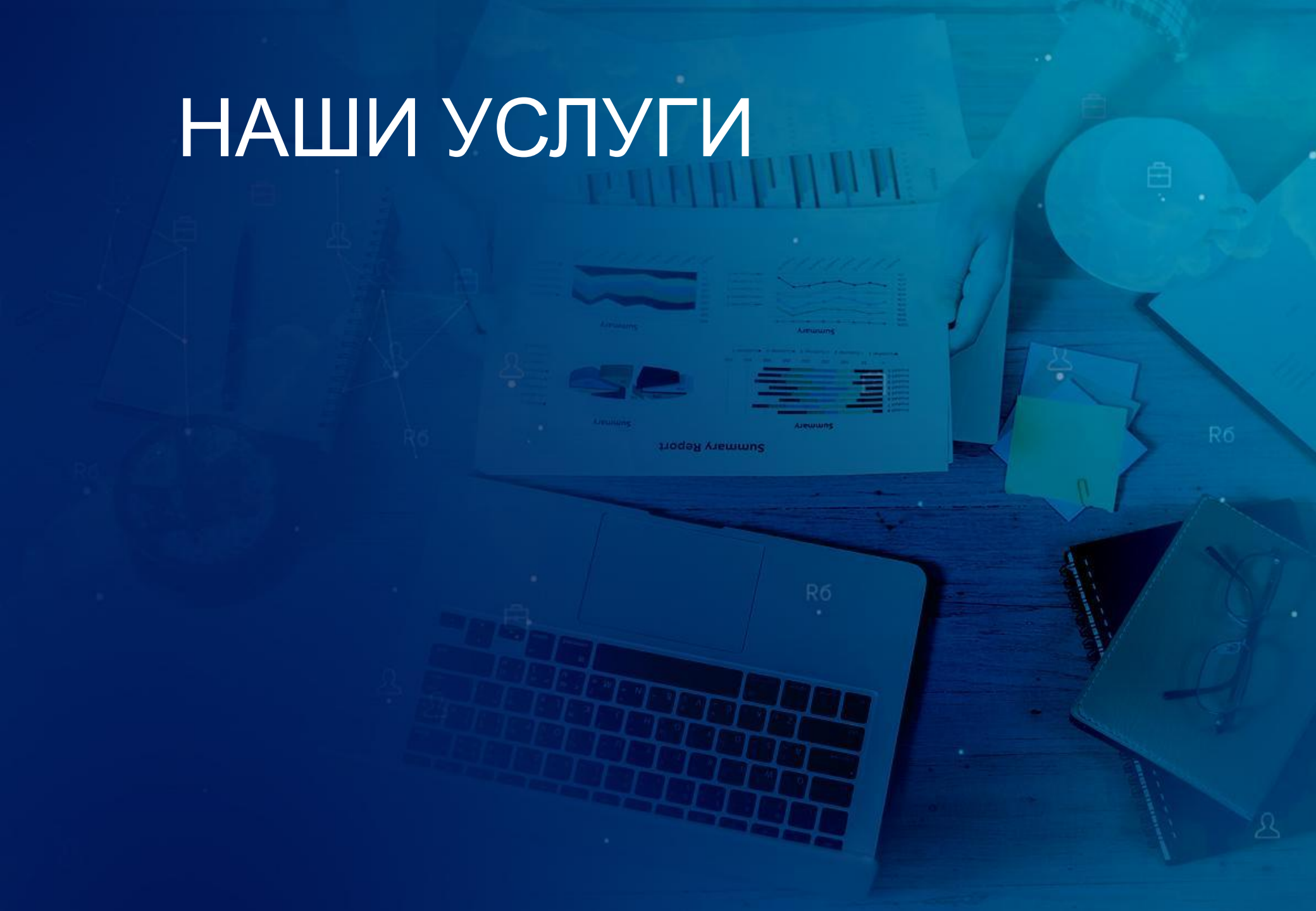
	СРО	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
Прогноз R-брокер	413	198	81 796	21	3 881
Сравните с фактом	456	203	92 550	23	4 000

По сегментам	План CPA		R-мах	Н продаж	Расход	СРС	Н Кликов
R-мах фраз (>3)	550	Прогноз	21	197	80 527	21	3 797
		Факт		199	86 278	23	3 792
R-мах фраз (1-3)	500	Прогноз	13	1	376	13	30
		Факт		4	2 455	32	77
R-мах фраз (0)	650	Прогноз	133	-	893	16	55
		Факт			3 817	29	131



Если отчет построить невозможно, то показать пример отчета и сроки - когда и при каких условиях мы сможем клиенту его подготовить.

НАШИ УСЛУГИ



5.1. Услуги и сроки

Управление ставками по конверсионным показателям (создание индивидуальной конверсионной стратегии в R-брокере)

Мы можем взять на себя как все работы, так и частичное выполнение. Расчёт сделан на основе анализируемых РК.

		срок выполнения
Рекламные материалы		
1	Корректировка и добавление/удаление ключевых запросов	5 рабочих дней с момента согласования
2	Создание/корректировка объявлений	
3	Минусация, кроссминусация, удаление дублей	
4	Корректировка ставок по типу устройств	
5	Корректировка ставок с учетом аудитории по полу и возрасту	
ИТОГО		
Аналитика		
6	Авторазметка	1 рабочий день с момента корректировки РК
7	Создание стратегии по прогнозному отчету	от 7 рабочих дней после авторазметки
8	Финальный отчет с результатами изменений	после месяца запуска стратегии
ИТОГО		



+7(495) 604 19 06 | ekaobrazcova@r-broker.ru

Мы в соцсетях
Facebook | Вконтакте