

АУДИТ

Заказчик:

Апарт-отель

Задача:

Проанализировать эффективность работы
И настройки рекламных кампаний.

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ ПО РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ

(за период с начала работы кампаний, 02.08.19 – 26.08.19)

Поисковые кампании Google Adwords

1. Показы – 633 074
2. Клики – 6 159
3. CTR – 0.97 %
4. Расход всего на поисковые рекламные кампании – 65 973.36 руб.
5. CPC – 10.71 руб.
6. Количество целевых конверсий – 26
7. Цена цели – 2 536.92 (Без доступа к аналитике, отображенные цели в статистике Adwords)

Кампании в контекстно-медийной сети (КМС)

1. Показы – 1 116 168
2. Клики – 13 969
3. CTR – 1.25 %
4. Расход всего на поисковые рекламные кампании – 34 855.42 руб.
5. CPC – 2.50 руб.
6. Количество целевых конверсий – 26
7. Цена цели – 2 536.92 (Без доступа к аналитике, отображенные цели в статистике Adwords)

ПАРАМЕТРЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБЪЯВЛЕНИЙ:

1. МИНУС СЛОВА

Минус слова – задействованы на кампаниях.

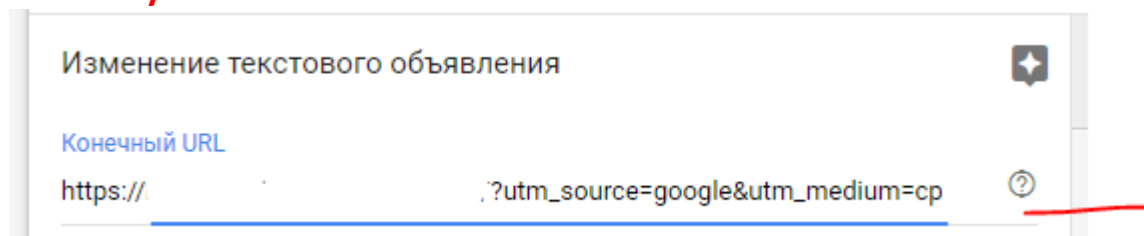
<input type="checkbox"/> "дайте"	Поиск / Отели вся РФ	Кампания
<input type="checkbox"/> [двухкомнатная квартира в ростове недорого снять на сутки]	Поиск / Отели вся РФ > гостиница	Группа объявлений
<input type="checkbox"/> "домодедово"	Поиск / Отели	Кампания
<input type="checkbox"/> "ейска"	Поиск / Отели вся РФ	Кампания
<input type="checkbox"/> "жердеш"	Поиск / Гео+ВДНх+Геоконкуренты	Кампания
<input type="checkbox"/> "казань"	Поиск / Отели вся РФ	Кампания
<input type="checkbox"/> "код"	Поиск / Отели вся РФ	Кампания
<input type="checkbox"/> [комната на ночь в ростове]	Поиск / Отели вся РФ > гостиница	Группа объявлений

Минус-слова — тип ключевых слов для блокировки показа объявлений по запросам, не имеющим прямого отношения к товарам и услугам рекламодателя.

Минус-слова позволяют адресовать рекламу только целевой аудитории и рационально использовать рекламный бюджет.

2. UTM МЕТКИ

Используются в объявлениях.

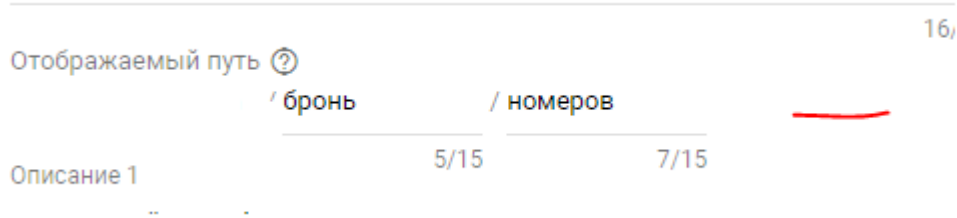


Но записана она в «конечный url», а не в шаблон отслеживания, как с ледует, это может повлечь за собой некорректное отображение в статистике.

UTM-метка (Urchin Tracking Module) — переменная, добавляется в URL-адрес страницы и позволяет системе веб-аналитики получить дополнительную информацию об источнике трафика.

3. ОТОБРАЖАЕМЫЕ ССЫЛКИ (ПУТЬ 1, ПУТЬ 2)

Задействованы, но не совсем корректно.



Отображаемый путь ⓘ 16/

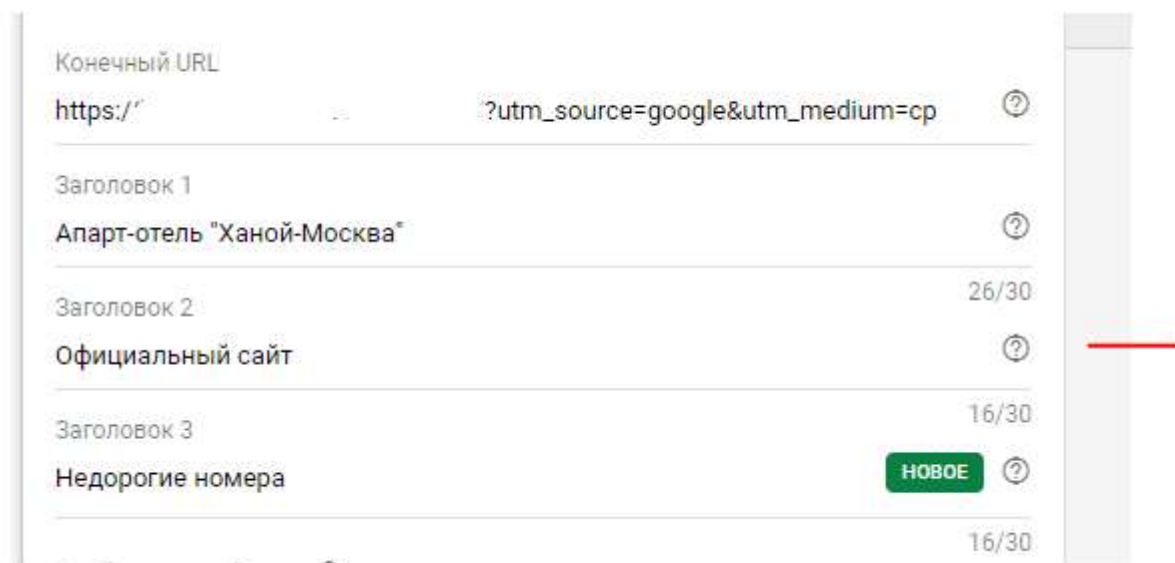
/ бронь / номеров

Описание 1 5/15 7/15

Отображаемая ссылка — это адрес страницы сайта, который будет показан в объявлении. Мы рекомендуем использовать ссылку, которая легко читается и позволяет пользователям понять, на какую страницу они перейдут после клика по объявлению

4. 2-Й ЗАГОЛОВОК

Используется в объявлениях.



Конечный URL
https://?utm_source=google&utm_medium=cp ⓘ

Заголовок 1
Апарт-отель "Ханой-Москва" ⓘ

Заголовок 2 26/30
Официальный сайт ⓘ

Заголовок 3 16/30
Недорогие номера ⓘ **НОВОЕ**

16/30

5. УТОЧНЕНИЯ

Используются в рекламной кампании.

<input type="checkbox"/>	<u>Паркинг</u>	Уточнение
<input type="checkbox"/>	<u>Торговый Центр</u>	Уточнение
<input type="checkbox"/>	<u>Круглосуточный ресепшн</u>	Уточнение
<input type="checkbox"/>	<u>Трансфер от/до метро</u>	Уточнение

Уточнения — это короткие тексты, в которых вы можете описать свои преимущества или особенности. Они будут показаны в дополнительной строке внизу объявления.


6. ОБЩИЕ НОМЕРА ТЕЛЕФОНОВ

Задействованы.

<input type="checkbox"/>	8 (800) 7 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	Номера телефонов	К
--------------------------	-------------------------------	------------------	---

7. ОБЩИЕ СТРУКТУРИРОВАННЫЕ ОПИСАНИЯ

Отсутствуют в рекламных кампаниях.


<input type="checkbox"/>	Расширение	Тип расширения	Уровень	Статус
 Нет расширений, соответствующих фильтрам				

8. ОБЩИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ССЫЛКИ

Задействованы.

9. ОБЩИЕ ЦЕНЫ

Не используются в объявлениях.

<input type="checkbox"/>	Расширение	Тип расширения	Уровень	Статус	Показ
 Нет расширений, соответствующих фильтрам					

10. Отклоненные объявления

Отсутствуют в рекламных кампаниях.

ПАРАМЕТРЫ НАСТРОЕК РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ:

1. КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Задействовано 1082 ключевых фраз.

Ключевое слово	Статус	Платформа	Тип	Состояние	Скорость	Скорость	Скорость	Скорость	Скорость	Скорость	Скорость
гостиница на виа метро в центре москвы	Активно	Поиск / Яндекс	Гостиница	Одобрено	—	30	2	6,57 %	9,21 P	16,22 P	0,00
метро в центре москвы	Активно	Поиск / Яндекс	Гостиница	Одобрено	—	15	2	13,33 %	11,62 P	27,24 P	0,00
гостиница в центре москвы	Активно	Поиск / Яндекс	Гостиница	Одобрено	—	27	2	7,41 %	10,56 P	38,12 P	0,00
гостиница в центре москвы	Активно	Поиск / Яндекс	Гостиница	Одобрено	—	8	2	25,00 %	11,84 P	27,86 P	0,00
гостиница в центре москвы	Активно	Поиск / Яндекс	Гостиница	Одобрено	—	11	2	18,18 %	20,50 P	59,20 P	0,00
итог...						82 915	3 812	4,36 %	15,09 P	54 492,83 P	26,00
итог...						530 467	2 548	0,46 %	4,40 P	11 417,46 P	0,00
итог...						1 749 821	20 121	1,15 %	9,21 P	100 872,41 P	36,00
итог...						639 456	6 185	0,97 %	10,71 P	66 027,13 P	26,00
итог...						1 116 165	13 566	1,25 %	2,50 P	34 845,28 P	0,00

2. ЯЗЫКОВОЙ ТАРГЕТИНГ

Используется не в полной мере

Языки: Русский

Лучше всего задействовать все языки для большего охвата аудитории.

3. РОТАЦИЯ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Выбран параметр оптимизации, с задействованием UTM меток.

Ротация объявлений: Оптимизация: показ наиболее эффективных объявлений

4. МЕТОД ПОКАЗА

Выставлен не верно.

На поисковых кампаниях в сетях добавлена контекстно-медийная сеть, отсюда такой маленький CTR на поисковых кампаниях.

Сети: Поисковая сеть Google, Поисковые партнеры, Контекстно-медийная сеть

5. ГЕОТАРГЕТИНГ

Выбран верно.

Местоположения	Москва, Москва, Россия (город) и Московская область, Россия (регион)	▼
Местоположения	Россия (страна)	▼

6. ПОИСКОВЫЕ ПАРТНЕРЫ.

Включены.

Сети	Поисковая сеть Google, <u>Поисковые партнеры</u> , Контекстно-медийная сеть	▼
------	---	---

Пользователями в интернете они очень редко используются.

РАБОТЫ ПО РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ ПОСЛЕ ЗАПУСКА:

1. ЧИСТКА ПОИСКОВЫХ ФРАЗ И РАСШИРЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА.

Требуется работа по добавлению новых минус фраз и добавлению новых ключевых слов.

Присутствуют мусорные запросы по совершенно не подходящим к нише вещам и по другим городам, на скриншоте очень маленький кусочек поисковых запросов и большая часть на нем - это сливающие бюджет.

<input type="checkbox"/>	гостиница сутка ленинградский ifct область	Широкое соответствие	Нет	ночной тариф	1	1	100,00 %	14,87 P
<input type="checkbox"/>	джакузи на час мск конфиденциально	Широкое соответствие	Нет	ночной тариф	1	1	100,00 %	14,76 P
<input type="checkbox"/>	домик в деревне снять на ночь	Широкое соответствие	Нет	ночной тариф	1	1	100,00 %	14,95 P
<input type="checkbox"/>	комнаты для рабочих посуточно в москве	Широкое соответствие	Нет	ночной тариф	1	3	33,33 %	14,74 P

Это плохие/нежелательные фразы. Они приводят к ненужным расходам рекламного бюджета и приводят нецелевую аудиторию, от них необходимо избавляться путем чистки поисковых фраз (несколько раз в разрезе месяца/недели).

Расширение семантического ядра, путем добавления новых ключевых слов повлечет за собой больший охват целевой аудитории.

3. РАБОТЫ С АУДИТОРИЯМИ (КОРРЕКТИРОВКИ СТАВОК)

Корректировки ставок не заданы.

<input type="checkbox"/>	●	Возраст ↑	Группа объявлений	Статус	Коррект. ставок
<input type="checkbox"/>	●	18-24	Студентам	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	18-24	ночной тариф	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	18-24	Семейный	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	25-34	Студентам	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	25-34	ночной тариф	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	25-34	Семейный	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	35-44	Студентам	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	35-44	ночной тариф	Допущено	- ☒
<input type="checkbox"/>	●	35-44	Семейный	Допущено	- ☒

4. РАБОТЫ ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Требуется проведение оптимизационных работ. Ранее работы не проводились.

ВЫВОД

Имеющиеся на данный момент настройки рекламных кампаний приводят к нежелательным затратам Вашего рекламного бюджета.

Примеры приведенные в ходе аудита это лишь небольшая часть некорректно задействованных настроек и не проведенных работ по рекламным кампаниям.

Требуются проведение оптимизации (работы по улучшению эффективности рекламных кампаний, исправлению ошибок для лучшего результата показателя эффективности кампаний).

Оптимизация – это повышение эффективности.

В приложении к контекстной рекламе – это снижение стоимости конверсии (звонка, заказа на сайте) или достижение более сложных целей.